Deutscher Bundestag **Drucksache 21/2900**

21. Wahlperiode 11.11.2025

Unterrichtung

durch die Deutsche Welle

Evaluationsbericht 2025

Zugeleitet mit Schreiben der Deutschen Welle vom 6. November 2025 gemäß § 4c des Deutsche-Welle-Gesetzes.

Impressum

Herausgeber
Deutsche Welle
53110 Bonn
Germany

Verantwortlich
Corporate Strategy
Fassung vom September 2025
© DW

Evaluationsbericht 2025

Inhalt

Abbildungsverzeichnis 6

Vorwort 10

Executive Summary 12

1 Rahmenbedingungen des deutschen Auslandsrundfunks 19
1.1 Medienanbieter unter Druck: Unabhängige Berichterstattung in Zeiten von Krieg und Desinformation 20
1.2 Medien- und Meinungsfreiheit auf historischem Tiefpunkt 21
1.3 Digitale Transformation als Herausforderung und Chance 24
1.4 Die DW im Überblick 25
1.5 Finanzausstattung 27
1.6 Überblick über die internationalen Informationsangebote anderer Länder 30
DW Akademie: Trends in der Medienentwicklungszusammenarbeit 42
Exkurs 1: Zensur als wachsende Bedrohung für die globale Meinungsfreiheit 44
Exkurs 2: KI als Triebkraft des digitalen Wandels 46

2 Evaluation bei der DW: Methodik und Grundlagen 49
2.1 Rahmenbedingungen der Evaluation 49
2.2 Qualitätssicherung der Evaluation 51
2.3 Wirkungsmodell und Evaluationskriterien 54
2.4 Informations- und Datengrundlage 60

3 Ressourcen und Aktivitäten 67
3.1 Ressourcen: Strategische Fokussierung und flexiblere Organisation 67
3.2 Aktivitäten I: Regionalisierung 74
3.3 Aktivitäten II: Digitale Produktion und Angebote im Wandel 77
Exkurs 3: Nachhaltigkeit bei der DW 81
Exkurs 4: Diversity, Equity and Inclusion bei der DW 84
DW Akademie: Strategische Vorreiterrolle in Zeiten branchenweiter Konsolidierung 87

4 Output und Outcome 91
Exkurs 5: Fact-Checking: Wie die DW über Desinformation aufklärt 99
4.1 Englisch 102
4.2 Arabisch 115
4.3 Lateinamerika 127
4.3.1 Spanisch 132
4.3.2 Portugiesisch für Brasilien 139
4.4 Subsahara-Afrika 144
4.4.1 Kisuaheli 149
4.4.2 Haussa 153
4.4.3 Amharisch 158
4.4.4 Englisch für Afrika 163
4.4.5 Französisch für Afrika 169
4.4.6 Portugiesisch für Afrika 176

4.5 Asien 182
4.5.1 Chinesisch 185
4.5.2 Farsi 190
4.5.3 Dari und Paschtu 195
4.5.4 Urdu 200
4.5.5 Hindi und Tamil 205
4.5.6 Bengalisch 211
4.5.7 Indonesisch 216
4.5.8 Weitere Angebote für Asien 222
4.6 Osteuropa 224
4.6.1 Russisch 228
4.6.2 Ukrainisch 235
4.7 Mittel- und Südosteuropa 241
4.7.1 Türkisch 245
4.7.2 Polnisch 253
4.7.3 Serbisch 257
4.7.4 Rumänisch 261
4.7.5 Angebote für Südosteuropa 265
4.8 Deutsch 274
4.9 Deutschlernangebote 278
DW Akademie: Evaluationsergebnisse: Was sich in den BMZ-Projekten bewährt hat **290**

5 Wirkung der Angebote 313
DW Akademie: Weltweit Meinungsfreiheit durch Medienentwicklung stärken 325

6 Fazit und Ausblick 329

Glossar 332

Abkürzungsverzeichnis 335

Bibliographie 337

Anhänge 360
Reichweitenstudien 360
Akzeptanztests 364
TV-Ratings 367
Wirkungsforschung 368
DW-Indikatoren für die journalistische Qualität 369

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Lage der Pressefreiheit weltweit 22
Abbildung 2 Das Leitbild der DW 25
Abbildung 3 Überblick über die TV-, Radio- und digitalen Angebote der DW in 32 Sprachen 27
Abbildung 4 Angebote des US-amerikanischen Informationsanbieters USAGM 33
Abbildung 5 Angebote der französischen Informationsanbieter FMM und TV5 Monde 35
Abbildung 6 Das Wirkungsmodell der DW 55
Abbildung 7 Die vier Dimensionen der Angebotsqualität 58
Abbildung 8 Überblick über die empirische Datengrundlage des Evaluationsberichts 60
Abbildung 9 Finanzausstattung der DW im Jahr 2024 (ohne DW Akademie) 68
Abbildung 10 Entwicklung der Finanzausstattung der DW 2014 bis 2024 68
Abbildung 11 Planstellenentwicklung der DW 70
Abbildung 12 Organisationsstruktur der DW 72
Abbildung 13 Regionenpriorisierung der DW 2024 75
Abbildung 14 Hauptstandorte, Studios, Korrespondentinnen- und Korrespondentenbüros und Akademiebüros der DW 76
Abbildung 15 Die fünf Handlungsfelder der DW Akademie 87
Abbildung 16 Die Außenstruktur der DW Akademie 89
Abbildung 17 Empfangbarkeit der linearen DW-Kanäle über Satellit weltweit 92
Abbildung 18 Die Profilthemen der DW 94
Abbildung 19 Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Englisch 104
Abbildung 20 Online-Angebote der DW in Englisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat 105
Abbildung 21 Monatliche Video Views der englischsprachigen Angebote auf unterschiedlichen Plattformen 109
Abbildung 22 Wöchentliche Reichweite des englischsprachigen TV-Angebots der DW in den Zielgruppen 110
Abbildung 23 Lage der Pressefreiheit in der arabischen Welt 116
Abbildung 24 Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Arabisch 118
Abbildung 25 Online-Angebote der DW in Arabisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat 119
Abbildung 26 Lage der Pressefreiheit in Lateinamerika 129
Abbildung 27 Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Spanisch 130

Abbildung 28 **Online-Angebote der DW in Spanisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 133

Abbildung 29 **Monatliche Video Views der spanischsprachigen Angebote auf unterschiedlichen Plattformen** 135

Abbildung 30 **Online-Angebote der DW in Portugiesisch für Brasilien mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 140

Abbildung 31 **Lage der Pressefreiheit in Subsahara-Afrika** 146

Abbildung 32 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Kisuaheli** 150

Abbildung 33 **Online-Angebote der DW in Kisuaheli mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 151

Abbildung 34 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Haussa** 154

Abbildung 35 **Online-Angebote der DW in Haussa mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 155

Abbildung 36 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Amharisch** 159

Abbildung 37 **Online-Angebote der DW in Amharisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 160

Abbildung 38 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Englisch speziell für die Zielregion Subsahara-Afrika** 164

Abbildung 39 **Wöchentliche Reichweite der englischsprachigen Radioangebote der DW und ihrer Wettbewerber in der Zielgruppe** 166

Abbildung 40 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Französisch für Afrika** 170

Abbildung 41 **Online-Angebote der DW in Französisch für Afrika mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 171

Abbildung 42 **Wöchentliche Reichweite der französischsprachigen Radioangebote der DW und ihrer Wettbewerber in der DR Kongo** 172

Abbildung 43 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Portugiesisch für Afrika** 177

Abbildung 44 **Online-Angebote der DW in Portugiesisch für Afrika mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 178

Abbildung 45 **Lage der Pressefreiheit in Asien** 183

Abbildung 46 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Chinesisch** 186

Abbildung 47 **Online-Angebote der DW in Chinesisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 187

Abbildung 48 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Farsi** 191

Abbildung 49 **Online-Angebote der DW in Farsi mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 192

Abbildung 50 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Dari und Paschtu** 196

Abbildung 51 **Online-Angebote der DW in Dari und Paschtu mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 198
Abbildung 52 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Urdu** 201
Abbildung 53 **Online-Angebote der DW in Urdu mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 202
Abbildung 54 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Hindi und Tamil** 206
Abbildung 55 **Online-Angebote der DW in Hindi mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 207
Abbildung 56 **Online-Angebote der DW in Tamil mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 207
Abbildung 57 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Bengalisch** 212
Abbildung 58 **Online-Angebote der DW in Bengalisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 213
Abbildung 59 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Indonesisch** 217
Abbildung 60 **Online-Angebote der DW in Indonesisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 219
Abbildung 61 **Lage der Pressefreiheit in Osteuropa** 226
Abbildung 62 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Russisch** 229
Abbildung 63 **Online-Angebote der DW in Russisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 233
Abbildung 64 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Ukrainisch** 236
Abbildung 65 **Online-Angebote der DW in Ukrainisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 237
Abbildung 66 **Lage der Pressefreiheit in Mittel- und Südosteuropa** 242
Abbildung 67 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Türkisch** 246
Abbildung 68 **Online-Angebote der DW in Türkisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 248
Abbildung 69 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Polnisch** 254
Abbildung 70 **Online-Angebote der DW in Polnisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 255
Abbildung 71 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Serbisch** 258
Abbildung 72 **Online-Angebote der DW in Serbisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 259
Abbildung 73 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Rumänisch** 262
Abbildung 74 **Online-Angebote der DW in Rumänisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 264
Abbildung 75 **Zielländer der DW in Mittel- und Südosteuropa** 265

Abbildung 76 **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Südosteuropa** 267
Abbildung 77 **Online-Angebote der DW für Südosteuropa mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 270
Abbildung 78 **Deutsch weltweit: Neben Europa leben die meisten Deutsch-Sprecher in Nordamerika, Brasilien und Russland** 275
Abbildung 79 **Online-Angebote der DW in Deutsch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 276
Abbildung 80 **Online-Angebote von DW Learn German mit durchschnittlichen Outputs pro Monat** 281
Abbildung 81 **Online-Sprachkurse für Anfänger** 282
Abbildung 82 **In sich geschlossene Online-Lernangebote** 283
Abbildung 83 **Aktuell publizierte Inhalte (Sprache: Deutsch), darunter Deutsch lernen mit Nachrichten** 284
Abbildung 84 **Angebote für Deutschlehrende (Sprache: Deutsch)** 285
Abbildung 85 **Community-Angebote und weitere Vertriebskanäle (Sprache: Deutsch)** 286
Abbildung 86 **Durchschnittliche monatliche Video Views der DW-Deutschlernangebote auf unterschiedlichen Plattformen** 287
Abbildung 87 **Das Wirkungsmodell der DW** 315
Abbildung 88 **„Die DW ist eine glaubwürdige Informationsquelle“.** 317
Abbildung 89 **„Wenn es darum geht, heikle Themen zu kommentieren oder zu diskutieren, geben mir die von mir genutzten Medien ein sicheres Gefühl, meine Meinung offen zu äußern.“** 321
Abbildung 90 **„Ich traue mich, eine aktive Rolle in einer Gruppe zu übernehmen, die sich mit politischen Themen beschäftigt.“** 322
Abbildung 91 **„Alles in allem ist die Demokratie die beste Art, ein Land zu regieren.“** 323
Abbildung 92 **„Die Rechte von Minderheitengruppen müssen geschützt werden.“** 324

Vorwort

Die Deutsche Welle (DW) steht angesichts tiefgreifender geopolitischer Veränderungen vor einer wachsenden internationalen Verantwortung. Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine im Jahr 2022 markierte einen historischen Wendepunkt: Er erschütterte die europäische Sicherheitsarchitektur und verdeutlichte die zentrale Rolle unabhängiger journalistischer Angebote in Krisenregionen. Autoritäre Staaten wie Russland, China und der Iran setzen gezielt auf Desinformation, Propaganda und Zensur, um demokratische Gesellschaften zu destabilisieren und ihre eigenen Narrative global zu verbreiten. Diese hybride Kriegsführung richtet sich nicht nur gegen Deutschland, sondern gegen ein wertebasiertes, demokratisch-freiheitliches Europa. Gleichzeitig verliert die transatlantische Wertegemeinschaft an Stabilität: Die de facto Einstellung der US-amerikanischen Auslandsender *Voice of America (VOA)* und *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* sowie der Rückzug der USA aus der internationalen Medienförderung ist schmerzhaft. Die USA hinterlassen ein Informationsvakuum, das autoritäre Akteure gezielt für ihr Zwecke nutzen.

In diesem Kontext ist die DW mehr denn je gefordert. Als unabhängige Stimme Deutschlands und Europas in der Welt gewinnt sie weiter an Bedeutung. Ihr Markenkern „Freie Informationen für freie Entscheidungen“ steht für faktenbasierten Journalismus und den weltweiten Zugang zu verlässlichen Informationen. Global vertrauen Millionen Menschen auf die DW-Angebote. Die DW Akademie ergänzt das journalistische Angebot durch Medienentwicklungszusammenarbeit in rund 70 Ländern und fördert Medienkompetenz, Meinungsfreiheit und demokratische Strukturen – insbesondere dort, wo diese unter Druck geraten.

Dieser Evaluationsbericht zeigt eindrucksvoll, wie die DW ihren gesetzlichen Auftrag im Zeitraum 2022–2025 erfolgreich erfüllt hat. Mit regionalisierten, digitalen und zeitsouverän nutzbaren Inhalten erreicht die DW ihre Zielgruppen heute wirkungsvoller denn je. Die Angebote sind passgenau auf die Bedürfnisse der Menschen in den jeweiligen Regionen zugeschnitten und entfalten ihre Wirkung auf den Plattformen, die tatsächlich genutzt werden – mobil und *On-Demand*.

Die DW konnte ihre weltweite Reichweite auf 337 Millionen wöchentliche Nutzende steigern – ein Zuwachs

von 17 % gegenüber 2021 – und gleichzeitig die Relevanz ihrer Inhalte deutlich erhöhen. Für Menschen weltweit gilt der Auslandssender Deutschlands als ein verlässliches Gegengewicht zu Desinformation und Propaganda. Durch regionalisierte Inhalte, dialogorientierte Formate und technische Lösungen zur Umgehung von Zensur gelingt es, auch in restriktiven Märkten präsent zu sein. Die konsequente Nutzung moderner Technologien, eine zukunftsgerichtete Unternehmenskultur und der effiziente Einsatz von Ressourcen haben den Weg für die digitale Transformation geebnet. Die DW hat sich erfolgreich von einem linearen Medienhaus zu einer digitalen Informationsanbieterin weiterentwickelt.

Der vorliegende Bericht ist Rückblick und Ausblick zugleich. Die Erkenntnisse dieser Evaluation fließen direkt in die Aufgabenplanung 2026–2029 ein und bilden eine belastbare Grundlage für das im Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD vereinbarte Vorhaben der Stärkung der DW. Die kontinuierliche Aufgabenkritik und jährliche Fortschreibung der Aufgabenplanung ermöglichen es der DW, flexibel auf weltpolitische Entwicklungen zu reagieren, Schwerpunkte zu setzen und strukturelle Einsparungen sowie eine effizientere Mittelverwendung zu gewährleisten. Ein zentraler Hebel für die Zukunft ist die strategische Nutzung von Künstlicher Intelligenz – sowohl zur Effizienzsteigerung als auch zur inhaltlichen Weiterentwicklung. Damit stärkt die DW ihre Wettbewerbsfähigkeit im globalen Informationsraum. Diese Maßnahmen sind Ausdruck verantwortungsvoller Haushaltsführung, und zugleich Grundlage für die nachhaltige Weiterentwicklung der DW in einem zunehmend kompetitiven internationalen Umfeld. Denn die DW und ihre Angebote werden in Zukunft mehr denn je gebraucht.

Die erfolgreiche Arbeit der vergangenen vier Jahre ist vor allem den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der DW zu verdanken. Mit ihrem Engagement und ihrer Expertise leisten sie einen entscheidenden Beitrag zur Erfüllung des gesetzlichen Auftrags. Mein besonderer Dank gilt den Mitgliedern des Rundfunk- und Verwaltungsrats, die mich in den nunmehr zwölf Jahren als Intendant mit Rat und Unterstützung begleitet haben. Gleiches gilt für die Mitglieder der Geschäftsleitung, die maßgeblich zur strategischen Ausrichtung und Weiterentwicklung der DW beigetragen haben. Ich bin überzeugt, dass meine Nachfolgerin Barbara Massing die erfolgreiche Transformation der DW fortsetzen und ihre Rolle als führende Stimme der Freiheit aus Deutschland stärken wird – damit die DW auch künftig als unabhängige, international relevante Informationsanbieterin wirksam bleibt: resilient, innovationsfähig und zukunftssicher in einem zunehmend herausfordernden globalen Umfeld.

Berlin, September 2025

Peter Limbourg
Director General

Executive Summary

2021 verabschiedete die Deutsche Welle (DW) gemäß § 4a des Deutsche-Welle-Gesetzes (DWG) ihre Aufgabenplanung für den Zeitraum bis 2025. Darin formulierte sie, welche Schwerpunkte sie im Zeitraum 2022 bis 2025 setzte, um ihren gesetzlich verankerten Auftrag zu erfüllen. Die folgende Evaluation bewertet gemäß § 4c DWG das journalistische Angebot der DW. Dafür wurde auf externen Sachverstand aus dem In- und Ausland zurückgegriffen, Befragungen und Akzeptanzstudien durchgeführt und frei verfügbare Quellen in die Analyse einbezogen. Der Bericht beleuchtet zudem die Rahmenbedingungen der DW und die Herausforderungen in den unterschiedlichen Regionen. Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse der Evaluation zusammengefasst:

- Seit der Evaluation 2021 haben sich die Herausforderungen für internationale Informationsanbieter weiter zugespitzt. **Geopolitische Konflikte, humanitäre Krisen und vor allem das Erstarken von autoritären Regimen** und Strömungen destabilisieren demokratische Strukturen weltweit. Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine hat Europa in seinen Grundfesten erschüttert. Er stellt einen eklatanten Bruch des Völkerrechts dar und gilt als die schwerwiegendste militärische Aggression in Europa seit dem Zweiten Weltkrieg. Geopolitische Einschnitte haben weltweit Prozesse verstärkt, in denen Desinformation und Propaganda den Handlungsspieltraum freier Berichterstattung zunehmend einschränken.

- In vielen Weltregionen intensivieren autoritäre Regime ihre **Eingriffe in die Medienlandschaft** – etwa durch repressive Gesetze, Zensurmaßnahmen, Internetabschaltungen, Monopolisierung von Medien, finanzielle Austrocknung von unabhängigen Medien oder tiefgreifende Eingriffe der Medienregulierung. Diese Entwicklungen schaffen ein Klima der Angst und fördern Selbstzensur. Unterstützt durch regimetreue Medien etablieren sich dadurch zunehmend alternative Informationsräume.

- Neben politischer Repression prägen **die fortschreitende Digitalisierung und der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI)** das Informationsverhalten grundlegend. KI eröffnet neue Möglichkeiten für personalisierte Inhalte, effizientere Produktion und zielgerichtete Verbreitung. Gleichzeitig birgt sie viele Risiken: Manipulierte Inhalte lassen sich glaubhaft und massenhaft produzieren, was die Unterscheidung zwischen Fakten und Fälschung erschwert. Soziale Medien und algorithmisch gesteuerte Plattformen verstärken diese Dynamiken zusätzlich. In einem Umfeld wachsender Informationsflut, gezielter Desinformation und digitaler Fragmentierung wird der **Zugang zu verlässlichen Informationen zur zentralen Herausforderung**.

- Der drastische Rückzug der US-Regierung aus der internationalen Medienförderung – insbesondere durch die **De-facto-Einstellung der amerikanischen *US Agency for Global Media (USAGM)*** unter Präsident Trump zu Beginn seiner zweiten Amtszeit – hat weitreichende Folgen für die globale Medienlandschaft. Mit dem Wegfall etablierter westlicher Akteure wie *Voice of America (VOA)* und *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* entsteht ein **Vakuum, das autoritäre Akteure gezielt für Desinformation nutzen könnten**. Für die DW bedeutet dies eine noch größere Verantwortung für unabhängige, faktenbasierte Berichterstattung – insbesondere in Regionen, in denen die Pressefreiheit zunehmend unter Druck steht.

- Die DW begegnete diesem Spannungsfeld mit einem umfangreichen **Informationsangebot in 32 Sprachen**. Ihre Wirkabsicht ist in der Aufgabenplanung 2022–2025 formuliert: Auf Basis unabhängiger Informationen, verlässlicher Fakten und eines ungehinderten Austauschs befähigt sie Menschen weltweit, sich eigene Überzeugungen zu bilden und diese in gesellschaftlichen Debatten zu vertreten. In diesem Sinne möchte die DW weiterhin Meinungsbildnerinnen und Meinungsbildner zwischen 14 und 40 Jahren durch **regionalisierte, *On-Demand*-fähige Angebote** ansprechen. In der Berichterstattung rückte sie Profilthemen wie Freiheits- und Menschenrechte, Umweltschutz sowie Demokratie und Rechtsstaatlichkeit in den Vordergrund und damit die Werte Deutschlands und Europas.

- Der Bund unterstützt die DW und ihren gesetzlichen Auftrag zur Förderung von Informations- und Meinungsfreiheit weiterhin durch jährliche Mittelaufwüchse. Die klarere inhaltliche Positionierung und das finanzielle Engagement des Bundes erlaubten es der DW, ihre

Schwerpunktvorhaben aus der Aufgabenplanung 2022–2025 umzusetzen. Vor allem mit Blick auf Regionalisierung und Digitalisierung konnte die DW deutliche Fortschritte machen. Die **Finanzausstattung hat sich strukturell verbessert**, auch wenn steigende Kosten, regulatorische Anforderungen und geopolitische Entwicklungen die Rahmenbedingungen erheblich erschwert haben. Dennoch hat die DW ihre digitale Transformation konsequent vorangetrieben und ihre internationale Relevanz deutlich gestärkt. Gleichzeitig waren Einsparungen und strukturelle Anpassungen notwendig, die auch umfangreiche personelle und programmliche Einschnitte mit sich brachten. Angesichts zunehmender Desinformation und Zensur, schwindender Pressefreiheit und des Rückzugs internationaler Partner wie *USAGM* ist eine nachhaltige Stärkung der DW unerlässlich, damit sie ihre Rolle als unabhängige Stimme der Freiheit aus Deutschland und Europa weiterhin wirksam erfüllen kann.

- Zur Erreichung ihrer übergeordneten Ziele – Relevanz, Reichweite und Dialog – verfolgt die DW eine konsequente **Regionalisierungsstrategie**. Ziel ist es, durch vertiefte regionale Expertise passgenaue Inhalte für Zielgruppen in besonders sensiblen geopolitischen Kontexten bereitzustellen. Auf diese Weise kann die DW gezielt auf Informationslücken in ihren Zielmärkten reagieren und damit ihrem Auftrag gerecht werden, freie Informationen für freie Entscheidungen zu liefern. Dabei setzt sie auf ein vielfältiges Portfolio mit neuen erfolgreichen Formaten wie *Bae-Baak Isha* (Isha ohne Scheu) für die hindisprachige Zielgruppe, *Afrimaxx* für junge Menschen in Subsahara Afrika und *Frau, wui kuda?* (Frau, was nun?) für die Zielgruppe in Osteuropa. Bestehende Angebote wurden im Sinne der Regionalisierung und des digitalen Nutzungsverhaltens kontinuierlich weitergeführt und weiterentwickelt. Zugleich wurden bereits vorhandene Angebote durch enge Kooperationen mit regionalen Medienpartnern inhaltlich vertieft und noch gezielter auf die jeweiligen lokalen Kontexte zugeschnitten. Zudem hat die DW ihr Sprachangebot 2021 um **Tamil** und **Ungarisch** erweitert, um neue Zielgruppen in den priorisierten Zielmärkten der DW direkt in ihrer Muttersprache zu erreichen.

- Gleichzeitig baute die DW ihre **Vor-Ort-Kapazitäten** aus, um ihre lokale Berichterstattung zu intensivieren und noch mehr regionalisierte Inhalte für die Zielgruppe direkt in den Zielregionen zu produzieren. Trotz globaler Unsicherheiten stärkte die DW ihre regionale Präsenz weltweit durch ihr Netz an Korrespondentinnen und Korrespondenten und weiteren neuen Standorten in Jerusalem, Jakarta und Kinshasa. Nach der Zwangsschließung des Studios Moskau 2022 durch die russische Regierung arbeitet die DW für die Region aus dem Exil vom Studio Riga. Der Ausbau der Vor-Ort-Kapazitäten ist ressourcenintensiv, aber von höchster Relevanz. Angesichts der Entwicklungen rund um *USAGM* sowie der angespannten Wettbewerbslage kommt einer zukunftsfähigen Ressourcenausstattung der DW eine besonders hohe strategische Bedeutung zu.

- Der fortschreitende digitale Wandel zeigt sich in allen Zielmärkten der DW. Insbesondere die priorisierte Zielgruppe der DW im Alter zwischen 14 und 40 Jahren informiert sich zunehmend über **digitale, zeitunabhängig nutzbare Ausspielwege**. Die DW reagiert auf diese Entwicklung, indem sie ihre digitalen Inhalte weiter ausgebaut und ihre Ausspielwege strategisch erweitert hat. Durch plattformspezifische Formate, insbesondere im Bereich Video, stärkte sie ihre Präsenz auf Social Media und öffnete neue Kanäle auf Plattformen wie *TikTok* und *Telegram*. Gleichzeitig konsolidierte die DW ihre Präsenz auf *X* durch die Einstellung mehrerer Kanäle.

- Mit den Fortschritten von KI wurden auch in der DW Nutzungsmöglichkeiten für die neue Technologie gefunden. Der **Grundstein für den Einsatz von KI in der DW** wurde bereits durch die Eigenentwicklung von *plain X* zur automatischen Übersetzung und Untertitelung von Inhalten gelegt. Ein neu gegründetes KI-Team bündelt und priorisiert Themen und Projekte. Weitere Innovationen wurden durch das *DW Lab* gezielt vorangetrieben, das als direktionsübergreifende Plattform Austausch fördert und erfolgreich neue journalistische Formate sowie digitale Technologien erprobt.

- Auf die wachsende Verbreitung von Desinformation reagierte die DW frühzeitig 2020 mit dem Aufbau eines interdisziplinären *Fact-Checking*-Teams, das im Evaluationszeitraum weiter ausgebaut wurde. Im Fokus stehen mehrsprachige **Faktenchecks zu globalen Krisen, KI-Inhalten und politischer Propaganda**. Mit modernen Verifikationsmethoden und internationalen Kooperationen stärkt die DW faktenbasierte Diskurse und fördert Medienkompetenz weltweit.

- Der **Austausch mit den Distributionspartnern** trägt zur Relevanz der Inhalte für die Zielgruppe bei, während die Verbreitung über die Plattformen dieser Partner die Reichweite steigert. Um dieses Potential noch besser auszuschöpfen, setzt die DW mit *DW Premium* auf ein maßgeschneidertes Angebot für ihre wichtigsten Partner. Mit TV-Schalten, aktuellen nachrichtlichen Beiträgen und exklusiven Video-Reihen wendet sie sich an die

reichweitenstärksten Anbieter in den jeweiligen Zielländern. Sowohl in TV als auch online konnte sie so wichtige Partner noch stärker an sich binden. Gleichzeitig war die **Distributionssituation** in vielen Zielregionen im Evaluationszeitraum stärkerem Druck ausgesetzt, etwa durch gesetzliche Einschränkungen, politische Rahmenbedingungen, aber auch Selbstzensur.

- Mit den internationalen Informationsanbietern anderer demokratischer Länder wurde die **Zusammenarbeit** und Produktion wichtiger Formate fortgesetzt. Die Kooperation mit der *British Broadcasting Corporation (BBC)*, *VOA* und *France Médias Monde (FMM)* für das türkischsprachige *YouTube*-Angebot *+90*, das sich an junge Menschen richtet und Zukunftsthemen behandelt, wurde fortgesetzt. Mit *FMM* und der italienischen *Agenzia Nazionale Stampa Associata (ANSA)* wird gemeinsam *InfoMigrants* produziert, ein Informationsangebot für Geflüchtete. Das digitale und mehrsprachige Projekt *ENTR* vertieft die Kooperation mit verschiedenen Partnern auf europäischer Ebene. Es richtet sich an die junge Zielgruppe in Europa und will Engagement für gemeinsame europäische Werte und Ideen fördern.

- Im Evaluationszeitraum konnte die DW mit einer klaren Fokussierung auf die Produktion plattformspezifischer digitaler Inhalte eine **Steigerung der wöchentlichen Nutzung** verzeichnen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass sich die DW der veränderten Mediennutzung der Zielgruppe anpasst und entsprechend der sich ständig ändernden Entwicklungen weltweit agiert. Die Onlinenutzung von DW-Angeboten ist kontinuierlich gestiegen und hat zeitweise Rückgänge in Radio und TV nicht nur kompensiert, sondern hat zu einem Reichweitenwachstum und dem Erschließen neuer Zielgruppen geführt. Trotz schwieriger Rahmenbedingungen wie zunehmender Zensur, digitaler Blockaden, verschärfter Konkurrenz auf Online-Plattformen und den im Jahr 2024 wirksam gewordenen Einsparungen im Programmangebot gelang es der DW, ihre **Reichweite im Jahr 2025 auf insgesamt 337 Millionen wöchentliche Nutzende** und damit **im Vergleich zu 2021 um 17 %[1] zu erhöhen**.

- Die **DW überzeugt durch journalistisch hochwertige Inhalte**, die in zahlreichen Akzeptanztests von den Teilnehmenden als vertrauenswürdig, verständlich und lebensnah wahrgenommen werden. Die Relevanz beruht auf der passgenauen Ausrichtung an den Bedürfnissen und Lebensrealitäten der Zielgruppen und der Behandlung zentraler gesellschaftlicher und globaler Themen. Komplexe Sachverhalte werden verständlich vermittelt – stets unter Einbezug vielfältiger Perspektiven. Die journalistische Qualität wird auch von der Fachwelt bestätigt: So erhielt die DW im Evaluationszeitraum zahlreiche journalistische Auszeichnungen.

- Das **englischsprachige Angebot der DW** bietet aufgrund seiner globalen Verbreitung ein besonders hohes Potenzial für Reichweite und Wirkung, insbesondere in den prioritären Zielländern Asiens, Subsahara-Afrikas und Nordamerikas. Gleichzeitig steht die DW vor der Herausforderung, sich in stark heterogenen und zunehmend wettbewerbsintensiven Märkten erfolgreich zu positionieren. Um dieser Komplexität zu begegnen, wurde das Angebotsportfolio gezielt weiterentwickelt. Im Rahmen ihrer *On-Demand*-Strategie hat die DW ihre englischsprachige Social-Media-Präsenz **systematisch ausgebaut, diversifiziert und stärker regionalisiert**, um den vielfältigen Bedürfnissen ihrer Zielgruppen in den verschiedenen Regionen gerecht zu werden. Als Teil dieser Neuausrichtung wurde der Umfang des englischsprachigen TV-Kanals reduziert. Inhalte werden nun vorrangig für digitale Ausspielwege produziert und anschließend im linearen Programm zweitverwertet. Durch die konsequente Ausrichtung auf plattformgerechte und regional relevante Inhalte konnte die DW ihre Reichweite im englischsprachigen Raum erneut steigern. Wie auch im vorherigen Evaluationszeitraum war es das erfolgreichste Angebot der DW.

- Das **deutschsprachige Angebot** ist für das Selbstverständnis der DW von großer Bedeutung. Es bietet leicht verständliche Informationen, um sowohl Deutschsprechende als auch -lernende außerhalb der DACH-Region weltweit gezielt zu erreichen. 2024 stellte die DW gänzlich auf ein digitales, multimediales Angebot um und stellte den deutschsprachigen TV-Kanal ein. Um die Effizienz zu steigern, hat die DW auch ihre deutschsprachigen Social-Media-Aktivitäten gebündelt. Diese **Neuausrichtung** optimiert das Angebot und steigert dessen Wirksamkeit. Inhaltlich setzt das deutschsprachige Angebot auf Hintergründe, Analysen und Faktenchecks zu aktuellen Entwicklungen in Deutschland, Europa und der Welt. Trotz des reduzierten Portfolios erzielt die DW mit ihrem deutschsprachigen Angebot beachtliche Reichweiten.

1 Angesichts der geopolitischen Lage, massiven Herausforderungen und Einschränkungen durch Zensur in einigen Märkten hatte sich die DW für das Jahr 2025 zum Ziel gesetzt, ihre starke Position als glaubwürdige und verlässliche internationale Nachrichten- und Informationsanbieterin zu behaupten, die Nutzendenbindung weiter zu stärken und die Reichweite von 320 Millionen wöchentlichen Nutzenden zu halten. Die DW hatte in diesem Zuge das in der Aufgabeplanung festgelegte Reichweitenziel von 400 Millionen 2024 angepasst.

- Das **arabischsprachige Angebot** der DW hat sich über Jahre hinweg als eine der wichtigsten medialen Stimmen in der MENA-Region (Middle East and North Africa, Nahost/Nordafrika) etabliert. Trotz einer Vertrauenskrise internationaler Medienanbieter in der Region, dem Wegfall lokaler Partnerschaften sowie der veränderten Wahrnehmung Deutschlands im Zuge des Nahostkonflikts, die einen vorübergehenden Rückgang in der Gesamtnutzung zur Folge hatten, bleibt das Angebot ein zentraler Bestandteil der internationalen DW-Präsenz. In einem **herausfordernden Umfeld** ist das unabhängige, journalistisch hochwertige Angebot in arabischer Sprache notwendig und relevant – gerade in Zeiten, in denen verlässliche Informationen und ausgewogene Berichterstattung in der Region schwer zugänglich sind.

- In **Lateinamerika** festigt die DW ebenfalls ihre Rolle als unabhängige, glaubwürdige Informationsquelle. Durch gezielte Regionalisierung, eine plattformübergreifende Strategie und die konsequente Ausrichtung auf zentrale Themen wie Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und Menschenrechte konnten sowohl *DW Español* als auch das portugiesischsprachige Angebot für Brasilien **ihre Reichweiten und Relevanz in der Region deutlich ausbauen**. Digitale Kanäle fungieren dabei als zentrale Wachstumstreiber. Die DW leistet damit einen substanziellen Beitrag zur Förderung von Meinungsvielfalt und Pressefreiheit in Lateinamerika und stärkt zugleich ihre Position als relevanter Akteur im internationalen Medienumfeld.

- In **Subsahara-Afrika** befindet sich die Medienlandschaft und -nutzung in einem dynamischen Wandel. Soziale Medien entwickeln sich rasant zu zentralen Informations- und Kommunikationsplattformen, insbesondere für junge, städtische Zielgruppen. Die DW hat ihr Angebot für Afrika in den vergangenen Jahren daher **konsequent verstärkt, regionalisiert und dem Mediennutzungsverhalten angepasst**. Insgesamt hat sie 19 Zielländer in Subsahara-Afrika priorisiert und produziert maßgeschneiderte Programme für TV, Radio und Online in sechs Sprachen: Amharisch, Englisch, Französisch, Haussa, Kisuaheli und Portugiesisch. Diese Strategie zeigt Wirkung, denn Subsahara-Afrika war erneut das nutzungsstärkste Zielgebiet der DW.

- In **Asien** ist die DW mit neun regionalen Sprachangeboten sowie englischsprachigen Angeboten für Asien aktiv und konnte ihre Präsenz trotz politischer Instabilität, Zensur und schwieriger Rahmenbedingungen weiter ausbauen. Für die priorisierten Zielmärkte in Asien setzt die DW auf regional relevante Inhalte sowie einen zunehmend digitalen Medienmix. Besonders **über soziale Medien und Partnerplattformen konnte sie neue Zielgruppen erschließen**. Zudem wurde durch ihre regionale Präsenz und den Ausbau des Netzwerks lokaler Mitarbeitender die strukturelle Basis gestärkt. Obwohl die Arbeit der DW in Ländern wie China, Iran oder Afghanistan stark eingeschränkt oder verboten ist, konnte sie die Nutzung relativ stabil halten. In einem Umfeld wachsender autoritärer Kontrolle erfüllt die DW damit auch in Asien ihre Rolle als unabhängige Informationsquelle.

- Die DW betreibt mehrere Angebote für **Russland, die Ukraine und Osteuropa**. Der russische Angriffskrieg auf die Ukraine hat die Bedeutung unabhängiger journalistischer Angebote in diesem Raum nochmals erheblich gesteigert. Das mediale Umfeld ist zunehmend **geprägt von staatlicher Zensur, Propaganda und Repression**. 2022 musste die DW ihr Büro in Moskau auf Anordnung der Regierung schließen und ihre redaktionelle Arbeit aus dem Exil fortsetzen. Ihre Inhalte sind in Russland blockiert, und sie wurde als sogenannter „ausländischer Agent“ eingestuft. In der Ukraine konnte die DW ihre Präsenz durch den Ausbau des Studios in Kyjiw stärken, auch wenn die Pressefreiheit unter den Kriegsbedingungen eingeschränkt bleibt. Belarus bleibt ebenfalls ein Schwerpunkt, da unabhängiger Journalismus dort kaum noch möglich ist. Trotz dieser Herausforderungen verzeichnet die DW eine hohe Nutzung ihrer russischen und ukrainischen Angebote – insbesondere über weitgehende zensurresistente Plattformen wie *Telegram* und *YouTube*.

- Auch in **Mittelost- und Südosteuropa** bleibt die DW eine unverzichtbare Anbieterin unabhängiger Informationen – insbesondere angesichts anhaltender Einschränkungen der Pressefreiheit und des wachsenden Einflusses autoritärer Akteure in zahlreichen Zielländern. Die Entwicklungen in der **Türkei, Serbien und Ungarn** – Ungarisch ist eine im Evaluationszeitraum neu hinzugekommenen Sendesprache – sind dabei besonders besorgniserregend: staatliche Kontrolle, Zensur, Einschüchterung von Medienschaffenden und gesetzliche Repressionen schränken die Medienfreiheit massiv ein. Die DW setzt mit faktenbasierter Berichterstattung ein **Gegengewicht zur oft einseitigen Berichterstattung nationaler Medien**. Während das Fernsehen vielerorts weiterhin eine zentrale Rolle spielt, setzt die DW zunehmend auf digitale Formate und soziale Medien, um insbesondere junge Zielgruppen zu erreichen und ihnen unabhängige Informationen zugänglich zu machen.

Zur **Förderung der deutschen Sprache** bietet die DW neben ihren journalistischen Inhalten ein umfangreiches,

kostenloses sowie zeit- und ortsunabhängig nutzbares Bildungsangebot für Deutschlernende und -lehrende weltweit. Es beinhaltet multimediale, interaktive Inhalte für alle Sprachniveaus, berufsspezifische Kurse und didaktisch aufbereitete Nachrichten. Es vermittelt **neben Sprachkenntnissen auch Wissen über Deutschland, seine Werte und Kultur**. In den letzten Jahren wurde es kontinuierlich inhaltlich und technisch modernisiert, für die mobile Nutzung optimiert und Social-Media-Angebote für jüngere Zielgruppen ausgebaut. Die Zahl der registrierten Nutzenden für die zentrale Lernplattform *learngerman.dw.com* wächst kontinuierlich und das Deutschlernangebot der DW erhält sehr positives Feedback von Deutschlernenden und -lehrenden.

- Die DW betreibt kontinuierlich **Wirkungsforschung**, um ihre Inhalte gezielt weiterzuentwickeln. Studien belegen, dass sie zur Förderung von Informationsfreiheit, Meinungsbildung und demokratischen Werten beiträgt – selbst unter schwierigen politischen Bedingungen. **Ihre unabhängigen, faktenbasierten Inhalte stärken Wissen, Medienkompetenz, Dialogbereitschaft und gesellschaftliche Teilhabe.** Nutzerinnen und Nutzer verarbeiten DW-Inhalte, nutzen sie zur Meinungsbildung und zeigen mehr Selbstbewusstsein in Diskussionen sowie eine starke Unterstützung demokratischer Prinzipien. Gleichzeitig identifizierte die Evaluation Potenziale, etwa im Ausbau dialogorientierter Formate. Um ihre Wirkung besser zu verstehen, hat die DW ihre Forschungsmethoden um qualitative und experimentelle Ansätze erweitert – mit dem Ziel, künftig auch die Wirkung konstruktiver Berichterstattung noch gezielter zu untersuchen.

- Für die DW ist **Nachhaltigkeit ein strategisches Querschnittsthema** – sowohl im journalistischen Profil als auch im unternehmerischen Handeln. Mit Formaten wie *Global Ideas*, *Planet A* oder *Eco Africa* setzt die DW weltweit Impulse für Umwelt- und Klimaschutz. Gleichzeitig verfolgt sie ambitionierte Klimaziele im eigenen Betrieb: Zwischen 2019 und 2022 konnten die Treibhausgasemissionen um 60 % gesenkt werden. Die DW ist zudem Mitglied internationaler Nachhaltigkeitsnetzwerke wie dem *UN SDG Media Compact*. Sie entwickelt ihr Nachhaltigkeitsmanagement kontinuierlich weiter – unter anderem durch ein systematisches Monitoring, die Einführung eines Energiemanagementsystems und die Förderung ökologischer Produktionsstandards. Auch **soziale Nachhaltigkeit** wird aktiv gestaltet – etwa durch Maßnahmen zu Diversität, Gleichstellung und werteorientierter Unternehmensführung.

- Die Corona-Pandemie wirkte wie ein Katalysator für den digitalen Wandel innerhalb der DW und beschleunigte die Transformation hin zu einer modernen, flexiblen Arbeitskultur. Zur kontinuierlichen Verbesserung und Anpassung der Arbeitsbedingungen an eine zunehmend globalisierte und digitale Arbeitswelt wurden Projekte und Prozesse im Bereich ***New Work*** und ***Diversity, Equity and Inclusion (DEI)*** durchgeführt. Zentrale Elemente waren die Förderung von Veränderungsfähigkeit als Schlüsselkompetenz, die Stärkung agiler Arbeitsweisen sowie gezielte Formate zur Beteiligung und Vernetzung der Mitarbeitenden. Zudem wurden flexible Arbeitsmodelle, neue Raumkonzepte und eine zeitgemäße Führungskultur etabliert. Mit Roadshows, Beratungsangeboten und interdisziplinärer Zusammenarbeit wurde der Kulturwandel im gesamten Unternehmen verankert – als Grundlage für eine diverse, digitale und zukunftsfähige Arbeitswelt.

Die **DW Akademie** ist integraler Bestandteil der DW, denn die Ziele aus der Aufgabenplanung lassen sich nur im Zusammenspiel aus journalistischen Angeboten und Medienentwicklungszusammenarbeit erfüllen. Während sich die DW auf redaktionelle Inhalte konzentriert, liegt der Schwerpunkt der DW Akademie auf **projektfinanzierter Medienentwicklungszusammenarbeit**. Im Rahmen dieser Evaluation werden die strategischen Grundlagen, Rahmenbedingungen und Aktivitäten der DW Akademie dargestellt. Die detaillierten Projektevaluationen erfolgen in Abstimmung mit den jeweiligen Mittelgebern und wurden diesen bereits separat übermittelt. Der vorliegende Bericht fasst daher ausschließlich die wichtigsten Ergebnisse dieser Evaluationen zusammen.

- Im Evaluationszeitraum konnte die DW Akademie ihre Rolle als **eine der weltweit führenden Organisationen im Bereich der Medienentwicklung** weiter festigen. Seit der strategischen Neuausrichtung auf langfristige, wirkungsorientierte Projekte ist das *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)* der wichtigste Auftraggeber. Die Evaluationen belegen die **hohe Wirksamkeit der DW Akademie** in den Partnerländern. Im Jahr 2025 ist sie gemeinsam mit lokalen Partnerorganisationen in rund 70 Ländern aktiv. Dabei arbeitet sie in zentralen Handlungsfeldern, unter anderem mit innovativen Ansätzen zur Förderung von Medienkompetenz und zur wirtschaftlichen Nachhaltigkeit von Medienhäusern. Auch die beiden Masterstudiengänge *International Media Studies* und *Master francophone en journalisme international* tragen maßgeblich zur Wirkung der Akademie bei.

- Die weltweiten Herausforderungen im Bereich Meinungsfreiheit und Medienpluralismus haben auch die

Entwicklungszusammenarbeit stark geprägt. Deutschland hat in den vergangenen Jahren seine Unterstützung für freie Mediensysteme in Partnerländern zunächst ausgeweitet und anschließend auf einem stabilen Niveau konsolidiert. Vor dem Hintergrund der immer komplexeren Aktivitäten der DW Akademie sowie den globalen Krisen, insbesondere der gezielten Desinformationskampagnen autoritärer Regime und der hybriden Kriegsführung Russlands ergibt sich der **Bedarf nach einer strukturellen Grundfinanzierung**. Die Einstellung der amerikanischen Entwicklungsbehörde *United States Agency for International Development (USAID)* und die massiven Kürzungen bei *USAGM* haben die internationale Verantwortung der DW als Informationsanbieterin und die der DW Akademie als globale Medienentwicklerin nochmals erhöht.

Die Evaluation zeigt auch auf, vor welchen Herausforderungen die DW steht und in Zukunft stehen wird. In Zeiten von **Desinformation und fragmentierter Mediennutzung kommt dem dialogischen Austausch** mit der Zielgruppe umso mehr Bedeutung zu. Die Fokussierung und Professionalisierung der Angebote wird weiterhin erforderlich sein, um auf zunehmend fragmentierten und personalisierten Plattformen konkurrenzfähig zu bleiben.

Die Ergebnisse dieser Evaluation werden in die Aufgabenplanung der Jahre 2026–2029 einfließen. Das gewährleistet, dass die DW ihre **Angebote kontinuierlich an die wichtigsten Veränderungen in den Märkten anpasst**. Denn auch in Zukunft wird sich die DW neuen Herausforderungen in ihren Zielländern stellen müssen, um mit vielfältigen Programmangeboten den Menschen unabhängige Informationen zu liefern und die freie Meinungsbildung zu unterstützen. Ebenso wird die DW Akademie mit ihren Projekten die demokratische Entwicklung von Mediensystemen in aller Welt fördern.



Der Krieg in der Ukraine ist auch ein Informationskrieg: Im März 2022 wurde der Fernsehturm in Kyjiw von einer russischen Rakete getroffen.

Pavel Nemecek/CTK/dpa/picture alliance

1 Rahmenbedingungen des deutschen Auslandsrundfunks

In den vergangenen vier Jahren hat sich die weltpolitische Lage weiter polarisiert. Weltweit spitzten sich geopolitische Konflikte zu – autoritäre Regime gewannen an Einfluss und demokratische Strukturen gerieten unter Druck. Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine, der Terrorangriff der *Hamas* auf Israel am 7. Oktober 2023 und der daraus resultierende Gaza-Krieg sowie die Eskalation zwischen Iran und Israel **stellen tiefgreifende Einschnitte in der internationalen Ordnung** dar. Auch die zweite Trump-Administration und der Rückzug der USA als ordnungsstiftender Hegemon markieren eine Zäsur mit weitreichenden Auswirkungen auf das globale Machtgefüge. Humanitäre Krisen, wie etwa im Jemen, Somalia und dem Sudan, sowie Dürren und Überschwemmungen infolge des Klimawandels und die wachsende Ernährungsunsicherheit in vielen Regionen der Welt verdeutlichen die zunehmende Fragilität globaler Strukturen. Manche Regionen sind von intensiven bewaffneten Auseinandersetzungen betroffen, mit hohen Opferzahlen und massiven Fluchtbewegungen. Auch haben die vergangenen Jahre gezeigt, wie strategisch **autoritäre Regime und populistische Bewegungen weltweit gegen unabhängige Medien vorgehen – bis hin zu vollständiger Zensur**.[2] In Ländern wie Russland, Iran oder China werden oppositionelle Stimmen systematisch unterdrückt, aber auch in demokratischen Ländern wie den USA geraten rechtsstaatliche Institutionen zunehmend unter Druck. In vielen Ländern werden unabhängige Medien massiv eingeschränkt oder durch staatlich kontrollierte Narrative ersetzt. Autokratien schotten ihre digitalen Räume zunehmend ab, zensieren Inhalte, blockieren Plattformen oder schalten das Internet ganz ab.

Antidemokratische Kräfte haben ihre Vorgehensweise zur Beeinflussung der öffentlichen Meinungsbildung weiter verfeinert. Längst geht es nicht mehr nur um die Unterdrückung kritischer Berichterstattung – vielmehr wird ein paralleler Informationsraum geschaffen, über den gezielt Desinformation verbreitet wird. Autoritäre Regime nutzen globale Krisen zudem zur Destabilisierung demokratischer Gesellschaften, von der Beeinflussung von freien Wahlen bis hin zum Instrumentarium hybrider Kriegsführung.[3]

Die anhaltende russische Invasion in der Ukraine sowie die Eskalation im Nahen Osten haben eine neue geopolitische Realität geschaffen. In dieser Ordnung formieren sich autoritäre Staaten zu strategischen Allianzen, die nicht nur wirtschaftliche, sondern auch ideologische Interessen teilen. Gemeinsame Nenner sind die Ablehnung liberaler Werte, die Einschränkung von Meinungs- und Pressefreiheit sowie die gezielte Diskreditierung von Minderheitenrechten – insbesondere gegenüber Frauen und LGBTQIA+-Personen. Autoritäre Kräfte nutzen zunehmend digitale Technologien, insbesondere auch durch KI generierte Inhalte, um Desinformation zu verbreiten und öffentliche Debatten zu manipulieren.

Auch die Deutsche Welle (DW) war Zielscheibe von Desinformation und wurde in Zielgebieten zensiert. Als Stimme für Menschenrechte und Pressefreiheit wurde sie von Akteuren wie dem russischen Regime, der iranischen Führung oder den rechtspopulistischen Bewegungen in Europa angegriffen. Die DW reagierte auf diese Entwicklungen mit einer klaren Positionierung als unabhängige Informationsanbieterin, mit journalistischer Klarheit und starker Faktenorientierung, etwa durch den Fokus auf das Thema *Fact-Checking*.[4] Auch auf das Wiedererstarken des Antisemitismus reagierte die DW umfassend und setzte einen zehn-Punkte-Maßnahmenplan um und verschärfte ihren *Code of Conduct*, der für alle Mitarbeitenden verpflichtend einzuhalten ist.[5]

Angesichts weltweit immer **stärker polarisierter Gesellschaften steht die DW insbesondere für freie Meinungsbildung, faktenbasierte Berichterstattung und demokratische Werte**. Denn inmitten dieser Herausforderungen bleibt die Mission der DW klar: Faktenbasiert berichten, Stimmen hörbar machen, die sonst zum Schweigen gebracht werden, und für Werte eines freien, demokratischen

2 Siehe Exkurs 1.

3 BMVg 2025.
4 Siehe Exkurs 5.
5 Siehe Kapitel 4.2.

Europas einzustehen. In einem Umfeld zunehmender Zensur und Propaganda bietet die DW mit ihren 32 Sprachangeboten verlässliche Informationen und ermöglicht Debatten, die in den jeweiligen Zielländern oft nicht mehr möglich sind. Der vorliegende Bericht dokumentiert, wie die DW ihre Rolle als Stimme der Freiheit in einer zunehmend autoritär geprägten Welt wahrnimmt – und welchen Beitrag sie zur Stärkung demokratischer Diskurse leistet.

1.1 Medienanbieter unter Druck: Unabhängige Berichterstattung in Zeiten von Krieg und Desinformation

Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine hat Europa in seinen Grundfesten erschüttert. Er stellt einen eklatanten Bruch des Völkerrechts dar und gilt als die schwerwiegendste militärische Aggression in Europa seit dem Zweiten Weltkrieg. Die europäische Sicherheitsordnung wurde dadurch massiv destabilisiert – grundlegende Prinzipien wie Souveränität, territoriale Integrität und friedliche Konfliktlösung wurden missachtet.[6] Die humanitären Folgen für die Zivilbevölkerung sind verheerend.[7] Als internationales Medienunternehmen ist die DW ebenfalls von den Auswirkungen des Krieges betroffen. So **war die DW verstärkten Repressionen durch Russland** ausgesetzt – von der Einstufung als „ausländischer Agent" über die Blockade der DW-Webseiten bis hin zur Zwangsschließung des Studios in Moskau im Februar 2022. Aktuell arbeitet sie aus dem Exil in Riga, berichtet aber auch aus dem Kriegsgebiet. DW-Mitarbeitende sind dabei den enormen Gefahren der Kriegsberichterstattung ausgesetzt, wie der Fall eines DW-Kameramanns zeigt, der bei Dreharbeiten in der Donbas-Region unter russischen Artilleriebeschuss kam und von einem Splitter aus Streumunition getroffen wurde.[8]

Auch in Belarus verschärfte sich die Lage in den letzten Jahren. Im April 2024 wurde die DW von den dortigen Behörden als „extremistische Organisation" eingestuft – ein drastischer Schritt, der nicht nur die Arbeit der Redaktion kriminalisierte, sondern auch den Zugang zu unabhängigen Informationen für die belarussische Bevölkerung weiter einschränkte. Die systematische Diffamierung ist **Ausdruck eines autoritären Gegendrucks**, der auf die Glaubwürdigkeit und Reichweite der DW zielt. Die DW verurteilte diese Entscheidung aufs Schärfste und setzt sich weiterhin für Pressefreiheit und Menschenrechte ein – in Belarus, Russland und weltweit. Dabei profitiert die DW davon, dass ihre Reporterinnen und Reporter vor Ort sind, dort recherchieren und authentische Inhalte in der Region produzieren können. So stellt sie die Berichterstattung aus Kriegs- und Krisenregionen sicher. Auch aus dem Exil heraus gewährleisten DW-Teams weiterhin eine unabhängige Berichterstattung.

In einer Zeit geopolitischer Spannungen und grundlegender Verschiebungen in der internationalen Sicherheitsarchitektur vermittelt die DW deutsche und europäische Perspektiven und bildet ein unverzichtbares Gegengewicht zu Desinformation und autoritärer Einflussnahme. In einem Großteil der DW-Zielländer haben sich die Eingriffe in die Medienlandschaft im Berichtszeitraum weiter verschärft. Die Maßnahmen reichen von gesetzlichen Restriktionen über wirtschaftlichen Druck bis hin zu gezielter Einschüchterung von Medienschaffenden und betreffen zunehmend auch die DW selbst. Länder wie der Iran, Venezuela oder Burkina Faso **blockierten oder zensierten DW-Inhalte**. So folgte der Berichterstattung über mutmaßliche Menschenrechtsverletzungen und Massentötungen von Zivilistinnen und Zivilisten durch das Militär von Burkina Faso 2024 die Sperrung der DW-Webseite *dw.com* in dem Land. Die Regierung reagierte mit Zensur statt Aufklärung – ein Muster, das sich in vielen Ländern wiederholt. In der Türkei wurde der Zugang zu DW-Inhalten blockiert, zum 31. Juli 2025 jedoch wieder freigeschaltet. 2023 wurde auch ein DW-Korrespondent wegen einer kritischen Nachricht auf *X* zu einer Bewährungsstrafe verurteilt[9] – ein alarmierendes Signal für die Pressefreiheit in einem Land, das sich zunehmend von demokratischen Standards entfernt.

Der Rückzug der internationalen Truppen aus Afghanistan im Sommer 2021 markierte nicht nur einen geopolitischen Wendepunkt – er bedeutete auch für die DW eine Zäsur. Angesichts der dramatischen Sicherheitslage und der gezielten Bedrohung von Medienschaffenden durch die Taliban war die DW gezwungen, ihre Präsenz vor Ort drastisch zu reduzieren. Unter schwierigsten Bedingungen ist es der DW gelungen, afghanische Kolleginnen und Kollegen vor Ort zu evakuieren. Die DW investiert weiter in das

6 OSCE 2022.
7 HRW 2025a.
8 DW 2023a. Übergriffe auf DW-Mitarbeitende fanden in den letzten Jahren zudem unter anderem in Bangladesch, Brasilien, Georgien, Kenia, Libanon und Deutschland statt.
9 DW 2023b.

Berichtsgebiet, um den Zugang zu freien Informationen selbst in dieser prekären Situation sicherzustellen.

Diese besonders **schwerwiegenden Eingriffe in die Medienlandschaft** der letzten Jahre verdeutlichen eindrücklich, wie unverzichtbar eine unabhängige Presse für Gesellschaften ist. Gerade in Zeiten von Krisen, Konflikten und Desinformation kommt ihr eine zentrale Rolle zu: Sie schafft Transparenz, ermöglicht öffentliche Debatten und schützt die Meinungsfreiheit. Die Berichterstattung durch unabhängige Medienanbieter weltweit ist ein hohes Gut und Voraussetzung für demokratische Entwicklungen.

Die jüngsten Ereignisse um die **De-facto-Einstellung der amerikanischen Behörde für internationale Medienarbeit, *US Agency for Global Media (USAGM)***, mit ihren zugehörigen Sendern wie *Voice of America (VOA)*, *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* und *Radio Free Asia (RFE)* sind daher mit Blick auf den Stand der Meinungs- und Medienfreiheit weltweit besorgniserregend.[10] Trotz der strategischen Bedeutung ihrer Arbeit in autoritär geprägten Regionen sah sich *USAGM* mit massiven strukturellen Kürzungen konfrontiert. US-Präsident Donald Trump hatte im März 2025 verfügt, dass die Organisation bis auf das gesetzlich festgelegte Minimum ausgehöhlt werden sollte. *USAGM*-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter wurden mit sofortiger Wirkung beurlaubt und sollen nach Plänen der Trump-Regierung zu über 90 % entlassen werden – ein Schritt, der faktisch die Zerschlagung der US-Auslandsmedien bedeutet. Dabei war gerade ihre Rolle als Trägerin der oben genannten Sender zentral für die Informationsfreiheit in vielen repressiven Staaten. *USAGM* erreichte zuletzt 427 Millionen Menschen wöchentlich in 63 Sprachen in über 100 Ländern und verfügte weltweit über tausende Partnermedien, die nun nicht mehr mit Inhalten versorgt werden. Autoritäre Staaten mit ihren Auslandsmedien nutzen diese Lücke und machen gezielte Angebote für neue Distributionspartnerschaften.

Mit *USAGM* verband die DW ein enger Austausch in der *DG8*[11], eine Gruppe der demokratisch geprägten internationalen öffentlich-rechtlichen Auslandssender, zu denen auch *BBC World Service* und *France Médias Monde (FFM)* gehören. Ebenso tauschten sich die Sender intensiv im Bereich der Umgehung digitaler Zensurmaßnahmen aus. Welche Zusammenarbeit mit *USAGM* in Zukunft noch möglich sein wird, lässt sich zum Zeitpunkt der Berichtserstellung noch nicht abschätzen. Der Fall von *USAGM* ist Teil eines globalen Trends: Die **zunehmende gesellschaftliche Polarisierung und der Rechtsruck in Demokratien** gehen oft mit einer Schwächung öffentlich-rechtlicher Medien einher. In Großbritannien etwa steht die *BBC* unter politischem Druck, in anderen Ländern wird die Glaubwürdigkeit etablierter Medien systematisch untergraben. Solche Entwicklungen haben dramatische Folgen für die Demokratie und unvorhersehbare Auswirkungen auf verschiedene Weltregionen, in denen der Zugang zur freien Presse und dem freien Internet ohnehin eingeschränkt ist. Entwicklungen wie der Rückzug der USA als Verfechterin der Medien- und Pressefreiheit stärken autoritäre Regime weltweit. Vielerorts entsteht ein gefährliches Informationsvakuum. Russland, China, die Türkei und andere autoritäre Staaten nutzen diese Dynamik gezielt aus und investieren nach wie vor enorme Summen in ihre Auslandsmedien. Sie verbreiten Narrative, die liberale Demokratien als schwach und autoritäre Herrschaftsformen als stabile Alternativen darstellen. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen in vielen Regionen und der zunehmenden Präsenz autoritärer Staaten in der internationalen Medienlandschaft **kommt den europäischen Auslandssendern eine besondere Aufgabe zu**. Für die DW bedeutet dies mehr denn je, eine unverzichtbare, unabhängige Informationsquelle und Gegengewicht zu weltweit fortschreitender autoritärer Einflussnahme im Informationsraum zu sein.

1.2 Medien- und Meinungsfreiheit auf historischem Tiefpunkt

Das Jahr 2025 markiert den bis dato dramatischsten Stand der Meinungs- und Pressefreiheit. Die weltweit äußerst fragile Sicherheitslage, wachsender Autoritarismus und zunehmender wirtschaftlicher Druck haben dazu geführt, dass inzwischen **mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung in Staaten lebt, in denen unabhängige Berichterstattung kaum noch möglich ist** (Abbildung 1). Die Lage in diesen Ländern ist laut der Rangliste der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)* „schwierig“ bis „sehr ernst“.[12] In einem Großteil der DW-Zielländer haben sich die Eingriffe in die Medienlandschaft im Berichtszeitraum weiter verschärft.

10 Siehe Kapitel 1.6. Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.

11 Siehe Glossar.

12 RoG 2025a.

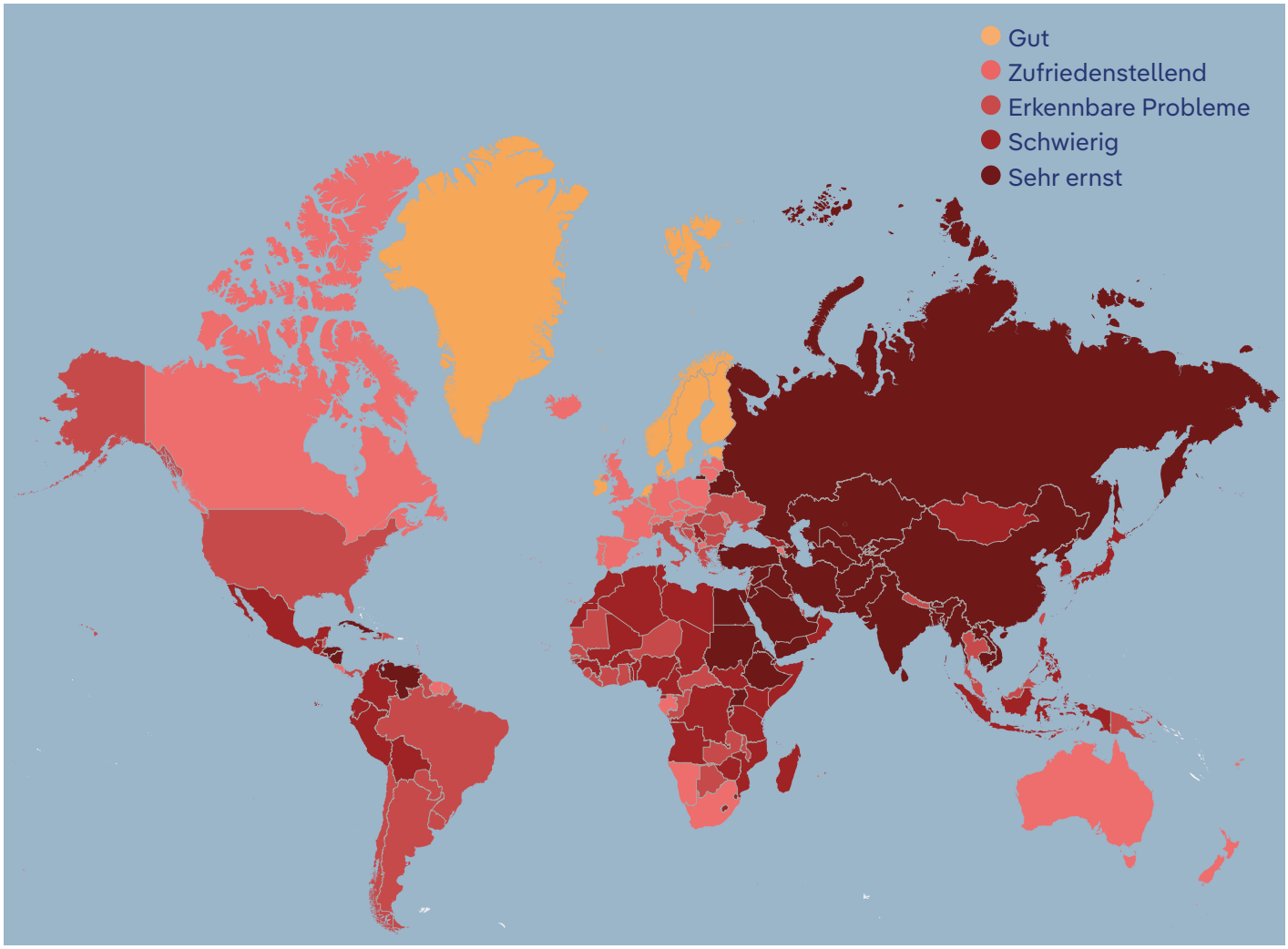


Abbildung 1: **Lage der Pressefreiheit weltweit**
Stand 2025. Quelle: Eigene Darstellung und Farbgebung nach Reporter ohne Grenzen.

In mehreren Ländern wird die Pressefreiheit zudem durch restriktive Mediengesetze und Zensurmaßnahmen untergraben.[13] Besonders auffällig ist die Entwicklung in Indien, das 2024 mit 84 registrierten Internetabschaltungen führend unter den demokratischen Staaten ist.[14] Der afrikanische Kontinent erreichte 2024 ebenfalls einen Rekordwert mit über 32 Internetabschaltungen in 18 Ländern.[15] Zunehmend greifen Regierungen weltweit auch zu sogenannten „ausländischen Agentengesetzen", um unabhängige Medien, zivilgesellschaftliche Organisationen und Journalistinnen und Journalisten zu kontrollieren und zu diskreditieren. Die Gesetze verpflichten Akteure mit ausländischer Finanzierung zur Registrierung als „ausländischer Agent", meist verbunden mit stigmatisierenden Auflagen, finanzieller Benachteiligung und staatlicher Überwachung. Ursprünglich in Russland eingeführt, wurden ähnliche Gesetze inzwischen auch in Georgien, Ungarn, Serbien und weiteren Ländern verabschiedet oder sind geplant.

Auch China hat seine digitale Überwachungs- und Zensurinfrastruktur weiter ausgebaut. Die Internetüberwachung zählt zu den repressivsten weltweit und wird durch neue gesetzliche Regelungen wie beispielsweise ein nationales digitales Personalausweissystem zur besseren Überwachung sowie durch die systematische Löschung

13 Siehe Exkurs 1.
14 Access Now 2025a.
15 Ebd. Burundi, Äthiopien, Äquatorialguinea, Kenia, Komoren, Guinea-Bissau, Mauritius, Guinea, Nigeria, Senegal, Tansania, Sudan, Tschad, Mauretanien, Uganda, Algerien, Ruanda, Mosambik.

regierungskritischer Inhalte weiter intensiviert.[16] Weltweit sehen sich Journalistinnen und Journalisten zudem **zunehmender Einschüchterung, Gewalt und juristischer Verfolgung** ausgesetzt. In der Sahelzone zwingt die fragile Sicherheitslage Redaktionen zur Schließung oder ins Exil, wie etwa in Burkina Faso und Mali. In Myanmar, Afghanistan und Hongkong wurden unabhängige Medien ebenfalls systematisch zerschlagen. Im Iran halten Verhaftungen und Repressionen den Druck auf unabhängige Medien aufrecht. In Bangladesch kam es zwischen 2024 und 2025 in über 74 Fällen zu körperlicher Gewalt und zu über 100 Morddrohungen gegen Journalistinnen und Journalisten. Auch in der Türkei eskalierte die Lage im März 2025: Bei Protesten gegen die Inhaftierung des Istanbuler Bürgermeisters wurden mindestens zehn Journalistinnen und Journalisten von Sicherheitskräften angegriffen.[17]

Die gezielte Kombination aus wirtschaftlichem Druck, repressiven Gesetzen, digitaler Kontrolle und physischer Einschüchterung führt weltweit zu einer systematischen Schwächung unabhängiger Medien. Wo Journalistinnen und Journalisten bedroht, Redaktionen geschlossen und kritische Stimmen zum Schweigen gebracht werden, verengt sich der öffentliche Diskurs zunehmend. Wichtige Themen wie Korruption, Machtmissbrauch oder Minderheitenrechte verschwinden aus der Berichterstattung. Statt pluralistischer Debatten dominieren staatlich gelenkte Narrative, mit gravierenden Folgen für die demokratische Meinungsbildung und die gesellschaftliche Teilhabe.

Während klassische Zensur weiterhin in Ländern wie China, Iran oder Russland dominiert, setzen viele Regierungen heute auf subtilere, aber ebenso wirksame Mittel: **Ökonomische Einschränkung statt offener Repression.** Laut *Reporter ohne Grenzen* kämpfen Medien in 160 von 180 Ländern mit finanziellen Schwierigkeiten und stehen vor der Schließung.[18] Allein im vergangenen Jahr wurden in fast einem Drittel der Länder Redaktionen aufgrund von massivem staatlichem Druck eingestellt. Besonders problematisch ist die Konzentration von Medienbesitz: In 46 Ländern kontrollieren wenige, oft regierungsnahe Akteure große Teile der Medienlandschaft, etwa in Georgien, Vietnam, Ägypten oder Venezuela. Gleichzeitig entziehen globale Tech-Konzerne den klassischen Medienhäusern wichtige Werbeeinnahmen, wodurch eine doppelte wirtschaftliche Belastung entsteht, die die unabhängige Berichterstattung zusätzlich bedroht. Gerade mit Blick auf diese Entwicklung stellt die DW eine viel gefragte und essenzielle Ergänzung dar.

16 Biometric Update.com 2025.
17 RoG 2025b.
18 RoG 2025a.



Eine UN-Friedenssoldatin und Journalistin Mariel Müller teilen sich ein Fahrzeug – geschützt durch Helm und Weste, verbunden durch ihre Mission in Beni im Osten der DR Kongo.

1.3 Digitale Transformation als Herausforderung und Chance

Die Digitalisierung bleibt eine zentrale Herausforderung – und zugleich eine große Chance für die DW und andere internationale Medienanbieter. In den vergangenen Jahren hat sich das Informationsverhalten weltweit weiter verändert: Plattformen wie *X*, *Instagram* und *TikTok* sowie **die algorithmische Steuerung von Sichtbarkeit und Reichweite** prägen zunehmend die Art, wie Menschen Informationen aufnehmen, teilen und bewerten. Die Geschwindigkeit, mit der Inhalte produziert und verbreitet werden, hat sich nochmals erhöht – ebenso wie die Fragmentierung der digitalen Öffentlichkeit.

Die Verbreitung von Informationen ist heute so einfach wie nie: Ein Smartphone, ein Algorithmus, ein virales Video und Millionen Menschen können erreicht werden. Gleichzeitig hat die Zahl der Anbieter explosionsartig zugenommen. Internationale Medienhäuser wie *BBC World Service*, *France Médias Monde* oder die DW **konkurrieren nicht mehr nur mit nationalen Akteuren, sondern mit einer Vielzahl neuer, oft algorithmisch optimierter Informationsquellen**. Viele der aktuellen Herausforderungen werden durch die Macht und die sich wandelnden Strategien konkurrierender Tech-Giganten – darunter soziale Netzwerke, Suchmaschinen und Videoplattformen – verschärft. Einige dieser Unternehmen stufen Nachrichten- und politische Inhalte inzwischen bewusst zurück. Aus diesem Grund gestaltet sich die Platzierung journalistischer Inhalte zunehmend komplex; ihre Auffindbarkeit über Suchmaschinen unterliegt allein den Kriterien und Modellen kommerzieller Anbieter.[19] Auf Social-Media-Plattformen bestimmen Algorithmen die Sichtbarkeit von Inhalten für die Nutzenden. Änderungen können hier drastische Auswirkungen haben, von denen auch die DW betroffen ist, wie beispielsweise bei *Facebook*.[20] Im gleichen Zuge hat die Masse an manipuliertem Text- und Video-Content rapide zugenommen. Automatisierte Tools erlauben die schnellstmögliche Erstellung von Inhalten – auch mit hohem Manipulationspotenzial. Diese Quantität bringt nicht automatisch mehr Perspektiven. Im Gegenteil: Die algorithmische Personalisierung führt dazu, dass viele Nutzerinnen und Nutzer vor allem Inhalte sehen, die ihre bestehenden Überzeugungen bestätigen. Andere Meinungen – und deren Begründungen – werden ausgeblendet oder verzerrt dargestellt. Einige Plattformbetreiber wie *Meta* haben ihre **Aktivitäten im Bereich *Fact-Checking*** zur Überprüfung der Authentizität von Inhalten mittlerweile eingestellt.[21]

Zudem fluten internationale staatlich gesteuerte Medien das Internet mit Desinformation und Propaganda. So wächst die Gefahr durch sogenannte „Splinternets" – die Aufspaltung des Internets in separate, voneinander abgegrenzte Netzwerke – durch Staaten, die ihre digitalen Räume zunehmend abschotten, das Internet drosseln oder ganz abschalten. Die Folge ist eine digitale Fragmentierung, die Desinformationskampagnen begünstigt und den Zugang zu unabhängigen Informationen erschwert. Für internationale Medien wie die DW wird es damit immer schwieriger, freie Inhalte in diese Räume zu bringen und demokratische Diskurse zu fördern. Die **fortschreitende Digitalisierung und der gezielte Einsatz von KI** sind zentrale Faktoren für die Wettbewerbsfähigkeit und Reichweite der DW im globalen Informationsraum.[22] Zentrale Aufgabe ist es, mit journalistischen Angeboten sichtbar zu sein, Menschen Orientierung zu geben, sowie verlässliche und faktengeprüfte Informationen zur Verfügung zu stellen.

Der Übergang von der Linearität in die Digitalität verlangt nicht nur, auf aktuelle Herausforderungen zu reagieren, sondern auch die DW zukunftssicher aufzustellen – offen für neue Technologien, Verbreitungswege, digitale Infrastruktur und internationale Kooperationen. Dafür gilt es auch, digitale Blockaden zu überwinden, sichere Zugänge über *Virtual Private Networks (VPNs)*[23] zu schaffen und technische Lösungen zur Umgehung von Internetzensur weiterzuentwickeln. Diese Maßnahmen sind essenziell, um Menschen in autoritären Staaten weiterhin mit unabhängigen Informationen zu erreichen – eine Aufgabe, die Medienhäuser nicht allein bewältigen können.

19 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.
20 Zu den Auswirkungen der Änderungen des Meta-Algorithmus: Siehe Kapitel 4.
21 The Guardian 2025.
22 Siehe Exkurs 2.
23 Siehe Glossar.

1.4 Die DW im Überblick

Die DW ist Deutschlands internationale Informationsanbieterin. Sie liefert Angebote in **32 Sprachen**, die speziell auf ihre jeweiligen Zielregionen und Zielgruppen zugeschnitten sind. Um die freie Meinungsbildung der Nutzenden zu ermöglichen, bietet die DW verlässliche Informationen und schafft Foren für Dialog. Über eine unabhängige, ausgewogene Berichterstattung vermittelt sie freiheitlich-demokratische Werte und Praktiken in den Zielregionen, unterstützt freie Mediensysteme und fördert das Zusammenleben der Kulturen. Ziele, Programmgrundsätze und Struktur der DW leiten sich aus dem Deutsche-Welle-Gesetz (DWG) ab. Die DW hat als Auslandssender Deutschlands den **Auftrag**, Deutschland als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat zu vermitteln. In journalistischer Unabhängigkeit setzt sie sich für Menschenrechte, Demokratie, Meinungs- und Pressefreiheit ein – Werte, für die Deutschland in der Welt steht. Die DW stärkt ihre Positionierung zudem über ein unternehmerisches Leitbild, eine klare Zielgruppendefinition sowie ihre Profilthemen.

Das unternehmerische Leitbild (Abbildung 2) ist der Ausgangspunkt für alle Aktivitäten der DW. **Als unabhängiges Medienunternehmen informiert die DW Menschen weltweit, damit sie sich frei entscheiden können.** Mit ihrem ausgewogenen und verlässlichen Informationsangebot trägt sie zur Aufklärung, freien Meinungsbildung und Stärkung von Zivilgesellschaften bei – **regionalisiert, dialogisch und multimedial**. Dabei konzentriert sich die DW auf Themen wie Freiheit und Menschenrechte, Demokratie und Rechtsstaat, Welthandel und soziale Gerechtigkeit, gesundheitliche Aufklärung und Umweltschutz, Technologie und Innovation. Dazu passend beschäftigt sich die DW in ihrer Berichterstattung mit globalen Herausforderungen, die öffentliche Debatten bestimmen: die Folgen des Klimawandels, Ernährungs- und Energiesicherheit sowie Konflikte in verschiedenen Regionen. Mit ihrem Angebot richtet sich die DW insbesondere an **Akteurinnen und Akteure der Meinungsbildung zwischen 14 und 40 Jahren**. Sie sind Multiplikatoren neuer Ideen in Politik, Gesellschaft und Kultur und aktiver Teil des gesellschaftlichen Diskurses in den Zielgebieten. In Zeiten von Zensur und Angriffen auf die Meinungsfreiheit weltweit steht die DW für Zugang zu freien Informationen. Sie setzt dabei auf



Abbildung 2: **Das Leitbild der DW**

On-Demand[24]-fähige Angebote, die die Lebensrealität der Nutzenden abbilden.

Die DW richtet ihren Fokus auf Zielgebiete, in denen Demokratie und Freiheit unter Druck stehen und in denen Konflikte sowie Spannungen eine verlässliche und aufklärende Berichterstattung erschweren. Auf diese Weise kann sie mit ihrem Markenkern **„Freie Informationen für freie Entscheidungen“** die größte Wirkung erzielen. Um ihre priorisierten Zielländer[25] festzulegen, bewertet die DW alle Länder der Welt nach einem umfassenden Set an Kriterien. Priorisiert werden Gebiete, die gekennzeichnet sind durch eine Gefährdung von Demokratie und Freiheit, ein hohes Konfliktniveau und die von hoher Relevanz für Deutschland sind. In diesen Ländern ist die verlässliche und aufklärende Berichterstattung aus deutsch-europäischer Perspektive der DW besonders wichtig. Zugleich wird bei der Priorisierung berücksichtigt, wie groß das Potenzial für die DW ist, mit ihren Angeboten eine große Anzahl von Menschen zu erreichen, um eine effiziente Mittelverwendung sicherzustellen.

Gemäß § 4a DWG legt die DW für einen Zeitraum von vier Jahren in ihrer Aufgabenplanung fest, wie sie ihren gesetzlichen Auftrag erfüllt und welche Schwerpunkte sie dabei im Zeitraum 2022–2025 setzt. Auf Basis der vorangegangenen Evaluation von 2021 sowie mit Blick auf ihre Mission und Vision hat die DW für diesen Zeitraum drei übergreifende **strategische Unternehmensziele** formuliert:

1. Die DW steigert ihre Reichweite von 289 Millionen auf 400 Millionen wöchentliche Nutzendenkontakte.[26]
2. Die DW erhöht die Relevanz ihrer Angebote.
3. Die DW stärkt den Dialog.

Um diese Ziele zu erreichen, setzte sich die DW außerdem Schwerpunktthemen, die maßgeblich zur Erfüllung der strategischen Unternehmensziele beitrugen: Mit dem Ziel, die Relevanz ihrer Angebote für die Nutzenden in den jeweiligen Regionen zu erhöhen, lag der Fokus im Evaluationszeitraum auf der Produktion **regionalisierter Inhalte**.[27] Da sich der Medienkonsum weltweit zunehmend in Richtung zeitsouveräner Nutzung verschiebt, hat die DW die ***On-Demand*-Produktion** gezielt ausgebaut. Zudem wurde ein Schwerpunkt auf **Effizienz und Nachhaltigkeit** gesetzt, um wirksamer mit begrenzten Ressourcen umzugehen und zugleich ökologische, soziale und wirtschaftliche Verantwortung langfristig zu sichern.[28] Mit dem Ziel, Vielfalt zu fördern und Innovation zu ermöglichen, wurde darüber hinaus eine inklusive und digitale Unternehmenskultur gefördert.[29]

Die **Gestaltung der einzelnen Angebote** der DW richtet sich maßgeblich nach den jeweiligen Nutzungsgewohnheiten und Informationsbedürfnissen ihrer Zielgruppen in den unterschiedlichen Regionen.

In derzeit 32 Sendesprachen produzieren die Redaktionen Inhalte für alle digitalen und linearen Ausspielwege sowie für Plattformen, auf denen die DW vertreten ist (Abbildung 3). In allen Sprachen stellt sie ein umfangreiches multimediales Digitalangebot zur Verfügung.[30] Daneben bietet sie lineare TV-Kanäle in drei Sprachen an: Englisch, Arabisch und Spanisch.[31] Die DW strahlt außerdem einen russischsprachigen Kanal aus, der Teil des satellitengestützten Senderpakets *Svoboda* („Freiheit“) ist, das von *Reporter ohne Grenzen* am 5. März 2024 gestartet wurde. Der Sender wird über *Eutelsat* verbreitet und zudem live auf *dw.com* gestreamt. Darüber hinaus produziert die DW Radiosendungen in acht Sprachen. In strategischer Partnerschaft mit anderen Informationsanbietern entstehen außerdem Angebote unter den Marken *+90*, *InfoMigrants* und *ENTR*. Die DW kooperiert unter anderem eng mit dem französischen Auslandsrundfunk *France Médias Monde (FMM)*.[32] Des Weiteren können Deutschlernende auf ein umfangreiches Deutschlernangebot zurückgreifen.[33] Weltweit lernen Menschen, auch Fachkräfte, die in Deutschland ihre Zukunft sehen, mit diesen digitalen Angeboten die deutsche Sprache. Mit ihrer unabhängigen Berichterstattung auf Grundlage von deutschen und europäischen Werten erreicht die DW wöchentlich 337 Millionen Menschen weltweit.

Als eine der weltweit führenden Organisationen im Bereich der Medienentwicklungszusammenarbeit hat auch die DW Akademie zahlreiche Aufgabengebiete. Sie bildet weltweit Medienschaffende aus, vermittelt Medienkompetenz und fördert die Entwicklung freier und unabhängiger Mediensysteme.

---

24 Siehe Glossar und Kapitel 3.
25 Zu Regionenpriorisierung: Siehe Kapitel 3.
26 Das Reichweitenziel wurde im Rahmen der Fortschreibung der Aufgabenplanung 2025 angepasst. Siehe Kapitel 4. Da die Erhebungsmetrik in den letzten Jahren aktualisiert wurde, wird im Folgenden der Begriff „Nutzende“ benutzt.
27 Siehe Kapitel 3.
28 Siehe Kapitel 3 und Exkurs 4.
29 Siehe Exkurs 3.
30 Siehe Kapitel 4.
31 Das deutschsprachige Angebot wurde im Zuge einer Neuausrichtung der Ressourcenprioritäten zum 01.01.2024 eingestellt. Siehe Kapitel 4.8.
32 Siehe Kapitel 3 und 4.
33 Siehe Kapitel 4.9.

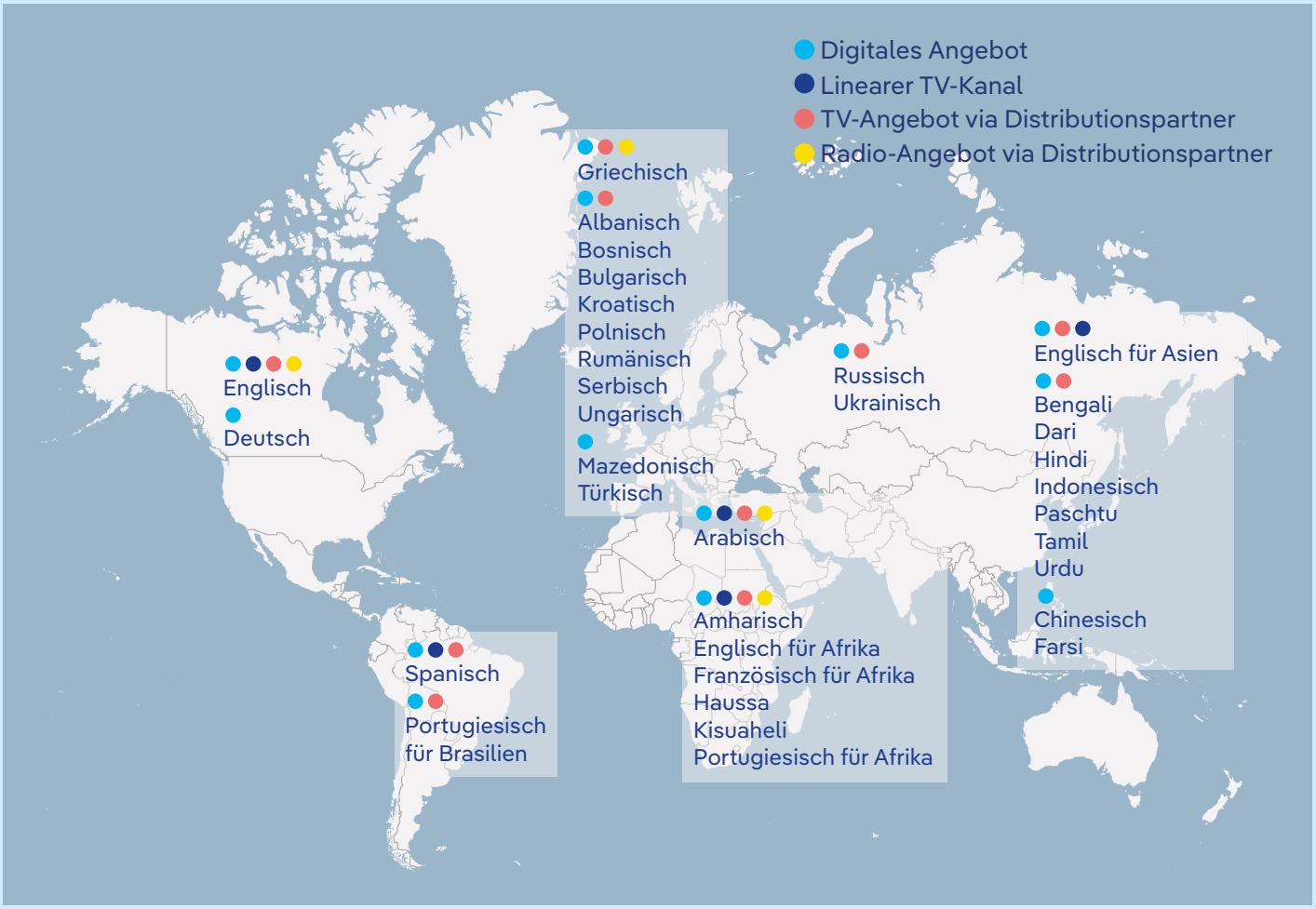


Abbildung 3: **Überblick über die TV-, Radio- und digitalen Angebote der DW in 32 Sprachen**

1.5 Finanzausstattung

Die DW ist Mitglied der Arbeitsgemeinschaft der *öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD)* und hat die Rechtsform einer Anstalt des öffentlichen Rechts. Die DW und ihre Berichterstattung unterliegen damit der Rundfunkfreiheit. Die DW finanziert sich primär durch einen Zuschuss des Bundes, der aus dem Etat der *Beauftragten* bzw. des *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)* stammt. Anders als die Landesrundfunkanstalten der *ARD*, das *Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF)* und *Deutschlandradio* ist die DW nicht beitragsfinanziert.[34]

Zur Fokussierung ihrer Aufgaben innerhalb des gesetzlichen Rahmens **erstellt die DW eine Aufgabenplanung für einen vierjährigen Zeitraum**, in der sie Programmziele und Schwerpunktvorhaben darlegt. Planungsgrundlage sind die finanziellen Rahmendaten der Bundesregierung für den Zuschuss zur DW. Unter Einbeziehung von Stellungnahmen des Deutschen Bundestags, der Bundesregierung sowie aus der Öffentlichkeit beschließt der Rundfunkrat mit Zustimmung des Verwaltungsrates die Aufgabenplanung. Sie wird jährlich fortgeschrieben. Die Aufgabenplanung und ihre jährliche Fortschreibung sind zentrale strategische Steuerungsinstrumente für die DW. Um ihre Ziele zu erreichen und die Inhalte sowie deren Produktion und Verbreitung entsprechend zu optimieren, setzte die DW im Evaluationszeitraum zahlreiche Maßnahmen um.

Herausfordernd waren dabei die finanziellen Rahmenbedingungen: Zwar gab es zu Beginn des Zeitraums der

34 Darüber hinaus darf die DW geringe Werbeeinnahmen generieren.



Maissun Melhem im Interview mit dem syrisch-orthodoxen Geistlichen Mar Ignatius Ephräm II auf der Münchner Sicherheitskonferenz 2025.

Aufgabenplanung im Jahr 2022 gegenüber dem Vorjahr eine strukturelle Steigerung des Bundeszuschusses. Gleichzeitig sah sich die DW mit einer veränderten Weltlage und geopolitischen Einschnitten wie dem russischen Angriffskrieg in der Ukraine und seinen vielfältigen Auswirkungen konfrontiert und musste die Berichterstattung ausweiten. Zusätzlich stellte der Technologiewandel, regulatorische und gesetzliche Vorgaben, der Fachkräftemangel sowie die kostentreibenden Auswirkungen einer hohen Inflation die DW vor Herausforderungen. Vor diesen Hintergrund hat die DW ihre digitale Transformation in den vergangenen Jahren dennoch proaktiv und konsequent vorangetrieben und dabei Reichweite und Relevanz deutlich gesteigert. Aus einem ursprünglich deutschsprachig geprägten Auslandssender mit Kurzwelle, eigenen Relaisstationen und linearem TV-Angebot entstand über die Jahre ein internationaler Informationsanbieter mit einem multimedialen, regionalisierten *On-Demand*-Angebot in 32 Sprachen und über 3.000 Distributionspartnern. Damit positioniert sich die DW im internationalen Wettbewerb mit einer unabhängigen und ausgewogenen Berichterstattung aus deutscher und europäischer Perspektive.

Der Bund erkannte den wichtigen Beitrag der DW zur weltweiten Informations- und Meinungsfreiheit an und stabilisierte die Finanzierung der DW, was angesichts eines fehlenden Mechanismus zum Ausgleich moderater Tarifsteigerungen notwendig war. Der Bundeszuschuss stieg gegenüber der letzten Aufgabenplanung 2021 von 396 Millionen Euro auf 411 Millionen Euro im Jahr 2024 und damit um 15 Millionen Euro an. Über den Bundeszuschuss hinaus erhielt die DW zweckgebundene Projektförderungen. Diese werden oftmals erst unterjährig gewährt und betrugen 2024 6,7 Millionen Euro. 2025 sind für die DW 5,3 Millionen Euro und für die DW Akademie 28,1 Millionen Euro geplant.

Für 2025 wurde eine weitere strukturelle Erhöhung des Bundeszuschusses gegenüber 2024 um 15 Millionen Euro auf **425,5 Millionen Euro in Aussicht gestellt**, die durch den zweiten Regierungsentwurf zum Bundeshaushalt 2025 bestätigt wurde. Der vorgesehene strukturelle Zuschuss im Bundeshaushalt ermöglichte der DW gemeinsam mit den Gewerkschaften, einen moderaten Tarifabschluss unterhalb des Tarifabschlusses für den öffentlichen Dienst von Bund und Kommunen zu vereinbaren.[35] Der Koalitionsvertrag der Regierungsparteien CDU, CSU und SPD für die 21. Legislaturperiode sieht zudem eine weitere Stärkung der DW und die Novellierung des DW-Gesetzes vor.[36]

35 Der Bundeshaushalt 2025 wurde nicht mehr vom Bundestag der 20. Wahlperiode 2024 beschlossen. Aufgrund der Neuwahl im Februar 2025 ist daher erst im Verlauf des zweiten Halbjahres 2025 mit einem Beschluss des Bundeshaushalts 2025 zu rechnen.

36 CDU/CSU, SPD 2025.



Die DW tritt dem Pool der Korrespondentinnen und Korrespondenten im Weißen Haus bei.

Die DW steht jedoch auch weiterhin vor **erheblichen finanziellen Herausforderungen**: Der Ausbau des Programmangebots und die erforderliche digitale Transformation treffen auf stark steigende Tarif- und Inflationskosten. Als nachrichtlich und informationsgeprägtes Unternehmen entfallen rund 75 % des Etats auf Personal – inklusive freier Mitarbeit. Für die Stabilisierung des DW-Haushalts war auch ein im März 2023 beschlossenes und für 2024 umgesetztes Maßnahmenpaket ausschlaggebend, das auch wesentliche Einschnitte im Programm und Personalabbau umfasste.[37]

Die Einsparungen führten 2024 zur Beendigung der Verträge von 50 Mitarbeitenden und zu Reduzierungen des Umfangs von Einsätzen bei weiteren 150 Mitarbeitenden. Der **deutschsprachige TV-Kanal wurde als strategisch abgeleitete Maßnahme vollständig eingestellt, wesentliche Kürzungen in Sport- und Kulturberichterstattung realisiert** und strukturelle Reformen durchgeführt.[38] Durch diese einschneidenden Maßnahmen, einer kontinuierlichen Aufgabenkritik sowie durch ein strategisches Beschaffungswesen konnten wirtschaftliche Unsicherheiten und inflationsbedingte Mehrkosten insbesondere bei Energie, Materialkosten und Dienstleistungen frühzeitig aufgefangen werden.

Die **vorgesehene strukturelle Stabilisierung der DW im Bundeshaushalt 2025 und weitere Stärkung ab 2026 in geopolitisch herausfordernden Zeiten** ist ein Zeichen für die Pressefreiheit und eine wichtige Grundlage, um den gewachsenen Anforderungen zu begegnen. Die DW leistet einen wichtigen Beitrag in der Zeitenwende, um gegen Desinformation und Zensur vorzugehen. Ihre unabhängige Berichterstattung und hohe journalistische Qualität bilden weltweit ein Gegengewicht zu instrumentalisierten Medien, die von autoritären Kräften für ihre Zwecke eingesetzt werden.

Angesichts der aktuellen weltpolitischen Lage, insbesondere der durch autoritäre Staaten gesteuerten Desinformation im digitalen Informationsraum und der hybriden Kriegsführung Russlands besteht die Notwendigkeit, die DW und die DW Akademie deutlich finanziell zu stärken. Durch die Einstellung von *USAID* und den massiven Kürzungen des *USAGM*-Angebots ist die Verantwortung der DW als internationale Informationsanbieterin und der DW Akademie als weltweite Medienentwicklerin noch einmal deutlich gestiegen.

37 Das Maßnahmenpaket umfasste 20 Millionen Euro, mit Personalabbau überwiegend im Programmbereich von über 9 Millionen Euro.
38 Siehe Kapitel 4.8.

1.6 Überblick über die internationalen Informationsangebote anderer Länder

Britischer Auslandsrundfunk

Angebot und Budget

Die *BBC* ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk Großbritanniens und hat den Auftrag, im öffentlichen Interesse unabhängige, qualitativ hochwertige und unverkennbare Inhalte bereitzustellen. Zwei ihrer Organisationseinheiten produzieren internationale Informationsangebote:

- *BBC World Service*: Erstellt Radio-, TV- und digitale Angebote in 42 Sprachen.[39]

- *BBC News*: Strahlt weltweit einen englischsprachigen TV-Kanal aus und bietet digitale englischsprachige Inhalte an.

Das Gesamtbudget des britischen Auslandsrundfunks beträgt für das Geschäftsjahr 2024/25 umgerechnet 778,9 Millionen Euro.[40] Der *BBC World Service* wird mit 120 Millionen Euro[41] durch das *Foreign, Commonwealth and Development Office (FCDO)* gefördert, während weitere Mittel aus Rundfunkgebühren, Vertriebseinnahmen und Lizenzverkäufen stammen. Die britische Regierung überprüft derzeit das Finanzierungsmodell der *BBC*, hat aber bestätigt, dass die Rundfunkgebühr mindestens bis 2027/28 bestehen bleibt. Gleichzeitig steht die *BBC* unter erheblichem finanziellem Druck. Zwischen 2021 und 2024 hat sie ihre Präsenz auf Social-Media-Plattformen weiter ausgebaut, um ein breiteres Publikum zu erreichen und die Interaktion mit den Nutzenden zu stärken. Trotz dieser digitalen Expansion sah sich der *BBC World Service* mit finanziellen Herausforderungen konfrontiert, die zu einer geplanten Reduzierung von 500 Stellen für die Jahre 2025/2026 führen, sowohl im Vereinigten Königreich als auch international. Durch die Stellenstreichungen sollen 237 Millionen Euro[42] eingespart werden, die in die Erweiterung des Premium-Video-Angebots – insbesondere auch für unternationale Nutzende – sowie digitale Kapazitäten investiert werden.[43]

Nutzung

Im Geschäftsjahr 2024 erreichte die *BBC* nach eigenen Angaben wöchentlich 450 Millionen Nutzende[44] außerhalb Großbritanniens, was einer Steigerung um 0,67 % gegenüber dem Vorjahr darstellt. Gleichzeitig entspricht dies jedoch auch einem Rückgang von 3,85 % im Vergleich zum Zeitraum 2020. Die *BBC international weekly audience* umfasst sowohl den *BBC World Service* (nichtenglische Inhalte) als auch internationale Nutzende von *BBC News* (englischsprachige Angebote).[45] Im Einzelnen gibt die *BBC* für 2024 folgende Nutzung an[46]:

- Der neue *BBC News Channel* erreichte in seinem ersten Betriebsjahr wöchentlich 112 Millionen Menschen außerhalb des Vereinigten Königreichs.

- *BBC News Hindi* bleibt der Sprachdienst mit der größten Reichweite im *BBC*-Portfolio und erreicht 82 Millionen Menschen pro Woche.

- *BBC News Swahili* steigerte seine Reichweite um 16 % im Vergleich zum Vorjahr und erreicht nun 29,7 Millionen Menschen wöchentlich.

- *BBC World Service English* vergrößerte seine Radio-Reichweite um drei Millionen und erreicht 84 Millionen Menschen pro Woche, darunter erstmals auch in Taiwan und den Philippinen.

- *BBC News Arabic* wuchs um 9 % auf 35 Millionen wöchentliche Radiohörerinnen und Radiohörer, maßgeblich beeinflusst durch den *Emergency Radio Service Gaza Daily*, der seit November 2023 zweimal täglich sendet.

39 Afaan Oromoo, Amharisch, Arabisch, Aserbaidschanisch, Bengalisch, Birmanisch, Chinesisch, Englisch, Farsi, Französisch, Gujarati, Haussa, Hindi, Igbo, Indonesisch, Japanisch, Kinyarwanda/Kirundi, Kirgisisch, Koreanisch, Marathi, Nepali, Paschtu, Pidgin, Portugiesisch, Punjabi, Russisch, Schottisch, Serbisch, Sinhala, Somali, Spanisch, Tamil, Telugu, Thailändisch, Tigrinya, Türkisch, Ukrainisch, Urdu, Usbekisch, Vietnamesisch, Walisisch, Yoruba.

40 BBC 2024a. 662,07 Millionen Pfund umgerechnet am 21.03.2025.

41 104,4 Millionen Pfund umgerechnet am 21.03.2025.

42 200 Millionen Pfund umgerechnet am 21.03.2025.

43 FAZ 2024a.

44 BBC 2024c.

45 Da dieser Anteil bei BBC News nicht genau abgrenzbar ist, kommuniziert die DW stets die Gesamt-Reichweite der BBC – trotz enthaltenem Fictional-Anteil. Zudem verwischen die Grenzen zwischen In- und Ausland weiter, insbesondere seit der BBC News Channel Fusion 2023, die UK- und internationale Zielgruppen gemeinsam bedient.

46 BBC 2024b.

Zu den aktuellen Entwicklungen bei der *BBC* gehören:

- Im Rahmen der *Digital-First*-Strategie[47] stellt die *BBC* schrittweise Services auf ausschließlich digitale Distribution (*digital-only*) um:
  - Bereits *digital-only*: Aserbaidschanisch, Brasilianisch, Marathi, Spanisch, Punjabi, Russisch, Serbisch, Sinhala, Thailändisch, Türkisch.
  - Zukünftig *digital-only*: Chinesisch, Gujarati, Igbo, Indonesisch, Pidgin, Urdu, Yoruba.
  - Eingestellte/auslaufende Radioservices bis 2028: Arabisch, Farsi, Kirgisisch, Usbekisch, Hindi, Bengalisch, Chinesisch, Indonesisch, Tamil, Urdu.
- Die *BBC* gründete die *Global China Unit*, die sich mit investigativen und analytischen Inhalten der Berichterstattung über Chinas internationale Rolle widmet.
- Die *BBC* trennt ihr indisches Nachrichtenteam: Englischsprachige Inhalte bleiben in London, während der neue, indisch geführte *Collective Newsroom* die sechs regionalen Sprachdienste übernimmt. Die Umstellung folgt auf eine Auseinandersetzung mit der indischen Regierung nach Razzien in *BBC*-Büros.
- Zudem wird *BBC Verify* ausgebaut, eine Einheit zur Faktenüberprüfung und Bekämpfung von Desinformation, sowie die Einrichtung von *BBC Investigate*, eine investigative Einheit, die verschiedene journalistische Ressorts zusammenführt.

Strategie

Die *BBC* verfolgt das Ziel, im digitalen Zeitalter eine zukunftsfähige, plattformübergreifende Medienorganisation zu bleiben und weltweit eine führende Rolle in der internationalen Nachrichtenberichterstattung einzunehmen. Dabei setzt sie verstärkt auf eine *Digital-First*-Strategie, um ihr Publikum in Zeiten sich rapide wandelndem Mediennutzungsverhalten bestmöglich zu erreichen. Um weiterhin eine verlässliche und unabhängige Nachrichtenquelle zu bleiben, investiert die *BBC* gezielt in vertrauenswürdigen Journalismus. Der *BBC World Service* bleibt ein zentraler Bestandteil des internationalen Informationsangebots. Er wird zunehmend durch regionale *Hubs*[48] gestärkt, die eine gezieltere und lokal relevante Berichterstattung ermöglichen. Gleichzeitig setzt die *BBC* auf *High-Impact-Storytelling*[49] mit mehr investigativen Recherchen in den jeweiligen Landessprachen.

Die *BBC* verfolgt das Ziel, Streaming- und digitale Inhalte weiter auszubauen. Der *iPlayer* als zentrale Plattform für *On-Demand*[50]-Inhalte wird verstärkt weiterentwickelt, während gleichzeitig eine Neuausrichtung traditioneller TV- und Radioprogramme stattfindet, um Kosten zu senken und Ressourcen effizienter zu nutzen. Zudem erforscht die *BBC* den Einsatz von KI-Technologien, insbesondere in Bereichen wie Übersetzungen, barrierefreier Berichterstattung und personalisierten Nachrichtenformaten. Trotz dieser strategischen Weiterentwicklungen steht die *BBC* unter erheblichem finanziellem Druck, das Finanzierungsmodell im Rahmen der nächsten *Charter 2028*[51] zu reformieren. Das Defizit treibt Sparmaßnahmen und Transformationen voran, darunter Kürzungen im Lokalradio, die Fusion britischer und globaler Nachrichtensender, die Einführung von *BBC.com* und der *BBC App* sowie die Neuausrichtung von Formaten wie *Newsnight*. Auch die Diskussion über eine mögliche Privatisierung der *BBC* sorgt weiterhin für politische Debatten. Hinzu kommen steigende Produktionskosten und wachsende Konkurrenz durch internationale Streaming- und Nachrichtenplattformen, die die *BBC* zu strukturellen Anpassungen zwingen. Dazu gehören Sparmaßnahmen, Umstrukturierungen und die gezielte Neuverteilung von Budgets innerhalb der Organisation.

Historisch bedingt genießt die *BBC* in vielen Zielländern einen hohen Stellenwert und eine starke Markenbekanntheit. Als langjährige unabhängige Nachrichtenquelle hat sie sich in vielen Regionen als vertrauenswürdige Stimme etabliert. Die *BBC* kann auf eine breite Wahrnehmung und Glaubwürdigkeit bei ihrem internationalen Publikum zählen. Diese Stellung nutzt sie, um weiterhin Meinungsfreiheit, Pressefreiheit und investigativen Journalismus zu fördern.

US-amerikanischer Auslandsrundfunk

Angebot und Budget

Die *United States Agency for Global Media (USAGM)* ist die zentrale staatliche Institution für den US-amerikanischen Auslandsrundfunk. Bis 2025 vereinte sie

47 Siehe Glossar.
48 Siehe Glossar.
49 Siehe Glossar.
50 Siehe Glossar.
51 Die „Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation“, kurz BBC Charter, ist die rechtliche Grundlage für die BBC und legt Ziele und Auftrag sowie Führungs- und Regulierungsmechanismen der BBC fest.

sechs zivile und staatlich finanzierte internationale Informationsanbieter, die multimediale Angebote in 63 Sprachen sendeten.[52] Im Folgenden soll zunächst als Vergleichsmaßstab auf die Ausstattung und Ausrichtung von *USAGM* für die Jahre des Evaluationszeitraums eingegangen werden, bevor die Entwicklungen für 2025 abgebildet werden. Stand 2024:

- *Voice of America (VOA)* ist der größte US-Auslandssender mit Berichterstattung über die USA, internationale Themen und regionale Entwicklungen in fast 50 Sprachen. Er nutzt TV, Radio, digitale Plattformen und soziale Medien und arbeitet mit rund 3.500 Partnersendern zusammen.[53]

- *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* ist ein privates, gemeinnütziges Medienunternehmen mit Hauptsitz in Prag und lokalen Büros in 17 Ländern. Es sendet in über 20 Sprachen und versorgt 23 Länder, darunter Afghanistan, Iran, Pakistan, Russland und die Ukraine, mit unabhängigen, lokalen und regionalen Nachrichten. Dank seiner Regionalbüros kann *RFE/RL* kosteneffizient mit seinen über 1.700 Journalistinnen und Journalisten lokal produzierte Programme erstellen, die Nachrichten, Diskussionen und Debatten über Radio, Fernsehen und digitale Medien umfassen.[54]

- *The Office of Cuba Broadcasting (OCB)* produziert *Radio Martí* und *TV Martí* aus Miami und richtet sich an kubanischstämmige Menschen in der Region und weltweit über Satellitenfernsehen, digitale Plattformen und Radiowellen.

- *Radio Free Asia (RFA)* mit Sitz in Washington D.C. und acht internationalen Büros versorgt als privates, gemeinnütziges Medienunternehmen Länder in Asien mit Nachrichteninhalten, die in ihren Heimatländern zensiert oder eingeschränkt sind. *RFA* bietet darüber hinaus mit seinen Bildungs- und Kulturprogrammen Foren, in denen die Menschen einen offenen Dialog führen und ihre Meinung frei äußern können. *RFA* wird durch einen Zuschuss der *USAGM* finanziert.

- *Middle East Broadcasting Networks (MBN)* ist eine arabischsprachige Medienorganisation, die Nachrichten- und Informationsprogramme in 22 Ländern des Nahen Ostens und Nordafrikas ausstrahlt. Das Netzwerk umfasst mehrere Plattformen, darunter die 24-Stunden-Fernsehsender *Alhurra* und *Alhurra-Iraq*, das Radioprogramm *Radio Sawa* mit zwei regionalen Streams für den Irak und den Sudan sowie verschiedene digitale Kanäle. *MBN* hat seinen Hauptsitz in Northern Virginia und betreibt Produktionszentren in Kairo, Dubai, Jerusalem, Beirut, Erbil, Rabat, Tunis und Washington, D.C. Neben TV- und Radioprogrammen setzt *MBN* verstärkt auf digitale Inhalte und soziale Medien. Die Finanzierung erfolgt durch Zuschüsse der *USAGM*.

- *Open Technology Fund (OTF)* entwickelt und finanziert Technologien zur Sicherstellung des freien Zugangs zu Informationen und zur Umgehung von Zensurmaßnahmen weltweit.

Das Gesamtbudget von *USAGM* betrug für 2024 umgerechnet 846,3 Millionen Euro[55], was eine leichte Steigerung zum Vorjahr darstellt. Gemäß ihrem Auftrag unterstützten alle Sender der *USAGM* die außenpolitischen Ziele der USA.

Nutzung

Laut *Agency Performance Report 2024* erreichte *USAGM* eine bisherige Rekordmarke von insgesamt weltweit 427 Millionen wöchentlichen Nutzenden[56], eine Steigerung um 1,7 % zum Vorjahr. Davon entfielen 362 Millionen Nutzende auf *VOA*, 47,6 Millionen auf *RFE/RL*, 33,5 Millionen auf *MBN* und 3,2 Millionen auf *OCB*. Aufgrund technischer Schwierigkeiten in seinem Erhebungsmodell hat *USAGM* für 2024 keine Gesamtnutzung für *RFA* angegeben.

Strategie

Die *USAGM* verfolgt das Ziel, vertrauenswürdige Nachrichten weltweit zu verbreiten, insbesondere in Regionen mit eingeschränkter Presse- und Meinungsfreiheit. Sie fördert Informationsfreiheit und Meinungsäußerung und vermittelt journalistische Inhalte, die Desinformation, Zensur, Extremismus und antidemokratischen Bewegungen entgegenwirken.

52 Afaan Oromoo, Albanisch, Amharisch, Arabisch, Armenisch, Aserbaidschanisch, Bambara, Bashkir, Belarussisch, Bosnisch, Bulgarisch, Birmanisch, Kantonesisch, Tschetschenisch, Kreolisch, Krimtatarisch, Dari, Englisch, Farsi, Französisch, Fulani, Georgisch, Haussa, Ungarisch, Indonesisch, Kasachisch, Khmer, Kinyarwanda, Kirundi, Koreanisch, Kurdisch, Kirgisisch, Laotisch, Lingala, Mazedonisch, Mandarin, Montenegrinisch, Ndebele, Paschtu, Portugiesisch, Rohingya, Rumänisch, Russisch, Sango, Serbisch, Shona, Sindhi, Somali, Spanisch, Swahili, Tadschikisch, Tatarisch, Thailändisch, Tibetisch, Tigrinya, Türkisch, Turkmenisch, Ukrainisch, Urdu, Uighurisch, Usbekisch, Vietnamesisch, Wolof.
53 USAGM 2024b.
54 RFE/RL o.D. a.
55 USAGM 2024a. 914 Millionen US-Dollar umgerechnet am 21.03.2025.
56 USAGM 2025a.

Im Mittelpunkt steht die Produktion glaubwürdiger Inhalte, die sich von staatlich kontrollierten oder desinformationsgetriebenen Medien abheben. Dabei setzt *USAGM* auf investigativen Journalismus, digitale Innovationen und zielgruppenspezifische Ansprache, um besonders junge Menschen, Frauen und marginalisierte Gruppen zu erreichen. Ein weiterer zentraler Bestandteil der Strategie ist die technologische Sicherung des Informationszugangs. *USAGM* entwickelt Tools zur Umgehung von Zensur, verschlüsselte Kommunikationskanäle und alternative Verbreitungswege, um unabhängige Nachrichten auch in repressiven Staaten zugänglich zu machen. Die Budgeterweiterung von 2024 sollte die journalistischen Kapazitäten ausbauen und den Zugang zu unabhängigen Informationen in autoritär regierten Ländern weiter verbessern. *USAGM* erweiterte vor den Kürzungen unter Trump zusätzlich seine China-Berichterstattung, insbesondere durch den 2024 gestarteten *Global News Service (GNS)*, der faktenbasierte Inhalte in Mandarin und Englisch kuratieren und verbreiten sollte.

Die Zukunft von *USAGM* bleibt ungewiss: Unter der zweiten Trump-Regierung wurden tiefgreifende Kürzungen und umfassende Umstrukturierungen im US-Auslandsrundfunk eingeleitet. Direkt nach seiner Amtseinführung im Januar 2025 ernannte Präsident Trump zunächst den konservativen Medienaktivisten Brent Bozell zum neuen Leiter

Marke	Anzahl der Sprachen	Regionaler Schwerpunkt	Medien
Voice of America (VOA)	49	weltweit mit Fokus auf Subsahara-Afrika, Eurasien und China	TV, Radio und digitales Angebot
Office of Cuba Broadcasting (OCB) – Radio Martí – TV Martí	1	Kuba	TV, Radio und digitales Angebot
Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)	27	Kaukasus, Baltikum, Balkan, Zentralasien	TV, Radio und digitales Angebot
Radio Free Asia (RFA)	9	Asien	TV, Radio und digitales Angebot
Middle East Broadcasting Networks (MBN) – Alhurra (panarabischer TV-Kanal) – Alhurra-Iraq (TV-Kanal für Irak) – Radio Sawa (panarabischer Radiosender)	1	Nahost und Nordafrika mit Fokus auf Irak und Sudan	TV, Radio und digitales Angebot
Open Technology Fund (OTF) – gemeinnützige Organisation, die sich für die Förderung der Internetfreiheit in repressiven Umgebungen einsetzt – unterstützt angewandte Forschung, Entwicklung, Implementierung und Wartung von Zensurumgehungstechnologien	Tools in über 200 Sprachen übersetzt	weltweit mit Fokus auf besonders repressive Staaten	Zensurumgehungstechnologien

Abbildung 4: **Angebote des US-amerikanischen Informationsanbieters USAGM**
Stand 2. Halbjahr 2024

von *USAGM*.[57] Zudem wurde Kari Lake, eine ehemalige Nachrichtensprecherin und enge Trump-Vertraute, zur Direktorin von *VOA*[58] und *Special Advisor*[59] bei *USAGM* ernannt. Seit März 2025 befindet sich die *USAGM* infolge massiver Kürzungen durch die Trump-Regierung in einer tiefgreifenden Krise. Der Personalbestand wurde drastisch reduziert, viele Redaktionen – darunter *VOA* und *RFA* – standen vor weitreichenden Entlassungen.[60] Dieser Schritt wurde als faktische Zerschlagung der US-Auslandssender wahrgenommen. Einige Programme wie *RFE/RL* konnten sich per Gerichtsbeschluss vorübergehend Mittel sichern, während Satellitenverträge gekündigt und Sendekanäle wie *Current Time* eingeschränkt wurden. Im März sagten zudem die tschechische Regierung, die EU und Schweden *RFE/RL* Unterstützung zu. Bei *OCB* wurde das Team ebenfalls massiv verkleinert: Von ehemals 1.042 Mitarbeitenden blieb im April 2025 lediglich eine 33-köpfige Einheit übrig, die weiterhin für *Radio TV Martí* zuständig ist. Obwohl ein Gericht die Freigabe von Fördermitteln anordnete, kam es bislang zu keiner Wiedereinstellung entlassener Mitarbeitender.[61] Nachdem die Regierung *MBN* die Förderung gestrichen und den Sender gezwungen hatte, die meisten seiner US-Mitarbeitenden zu beurlauben, verklagte *MBN* die Trump-Regierung vor dem US-Bezirksgericht für den *District of Columbia*.

Der arabischsprachige Nachrichtensender *Alhurra* warf der US-Behörde *USAGM* ebenfalls vor, gesetzlich bewilligte Gelder rechtswidrig zurückzuhalten. Als Reaktion ersetzte der Sender sein Programm durch ein Standbild mit Kritik an *USAGM*. Die Satelliten- und TV-Ausstrahlung wurde eingestellt, Inhalte erscheinen nur noch über soziale Medien wie *X*, *Instagram* und *YouTube*.[62] Angesichts der eskalierenden Militäraktionen zwischen Iran und Israel wurde ein Teil der zuvor entlassenen *VOA*-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Farsi, Mandarin sowie Dari und Paschtu wieder eingesetzt.[63]

57 VOA 2025a.
58 Reuters 2024a.
59 VOA 2025b.
60 USAGM 2025b.
61 CiberCuba 2025.
62 TheDesk.net 2025.
63 Washington Post 2025. Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen können aufgrund des Redaktionsschlusses und der Erstveröffentlichung des Berichts zum September 2025 nicht abgebildet werden.

Französischer Auslandsrundfunk

Angebot und Budget

Der französische Auslandsrundfunk besteht aus zwei Hauptorganisationen:

- *France Médias Monde (FMM)* umfasst die internationalen Informationsanbieter *France 24*, *Radio France Internationale (RFI)* und *Radio Monte Carlo Doualiya (MCD)* und bietet Inhalte in 18 Sprachen an.[64]

- *TV5 Monde* ist ein öffentlich-rechtlicher audiovisueller Dienst, der seine Inhalte weltweit verbreitet. Der Sender ist ein Gemeinschaftsprojekt der französischsprachigen Länder Frankreich, Belgien, Kanada und der Schweiz, wobei der französische Staat der wichtigste Geldgeber ist. *TV5 Monde* arbeitet eng mit *France TV, RTBF, RTS, Arte, Radio-Canada, Télé-Québec* und *TV Monaco* zusammen und sendet ein Programm aus Nachrichten und kulturellen Inhalten auf Französisch mit Untertiteln in zehn weiteren Sprachen.[65] Neben dem Hauptsender betreibt *TV5 Monde* zwei thematische Kanäle für Kinder und Lifestyle und setzt verstärkt auf Koproduktionen mit französischsprachigen Ländern, insbesondere in Afrika.

Das Budget von *France Médias Monde* betrug 2024 insgesamt 276,7 Millionen Euro, eine Erhöhung um 5,2 % im Vergleich zu 2023. *TV5 Monde* erhielt 2024 ein Budget von 83 Millionen Euro, was einem Anstieg um 4,5 % gegenüber 2023 entspricht[66]. Sowohl *FMM* als auch *TV5 Monde* finanzieren sich hauptsächlich aus Mitteln des französischen Kulturministeriums und kooperieren aus Effizienzgründen auf verschiedenen Unternehmensebenen. *TV5 Monde* erhält zudem Gelder von Frankreich, der Schweiz, Kanada, Québec, der Föderation Wallonie-Brüssel und Monaco.

Nutzung

Im Jahr 2023 erreichte *FMM* eine wöchentliche weltweite Reichweite von 255,5 Millionen Nutzenden, ein Rückgang von 1,8 % gegenüber 2022.[67] Der leichte Rückgang könnte auf verstärkte Zensurmaßnahmen insbesondere in Mali, Burkina Faso und Niger zurückzuführen sein. *TV5 Monde*

64 Arabisch, Chinesisch, Englisch, Farsi, Französisch, Fulfulde, Haussa, Khmer, Mandenkan, Portugiesisch, Portugiesisch für Brasilien, Rumänisch, Russisch, Spanisch, Swahili, Taiwanesisch, Ukrainisch, Vietnamesisch.
65 Arabisch, Deutsch, Französisch, Englisch, Japanisch, Koreanisch, Niederländisch, Rumänisch, Russisch, Spanisch.
66 FMM 2024.
67 FMM 2025a.

verzeichnete im Jahr 2023 wiederum eine wöchentliche Reichweite von 64,2 Millionen Menschen, was einem Zuwachs von 9,6 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.[68]

Strategie

FMM hat seine digitalen Angebote weiterentwickelt. Ein Schwerpunkt liegt auf der Präsenz in afrikanischen Ländern, insbesondere in der Sahelregion, mit Inhalten auf Französisch und in weiteren lokalen Sprachen. Zudem wurden strategische Prioritäten wie die Bekämpfung von Desinformation, die Förderung der Frankophonie und die digitale Transformation beschlossen. Teil der Strategie von *FMM* ist eine Stärkung der internationalen Reichweite und der Ausbau der Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Partnern. 2024 hat *FMM* die digitale Prüf- und Ermittlungseinheit *InfoVérif* innerhalb *RFIs* eingerichtet, die in Zusammenarbeit mit *Les Observateurs* von *France 24 Fake News* überprüft und enttarnt. Parallel dazu wurde eine *Proximity*-Strategie entwickelt – eine Strategie, die auf geographische Nähe setzt, um die Zielgruppe zu erreichen und um Inhalte gezielter an regionale Bedürfnisse anzupassen.[69]

Insgesamt profitieren die Sprachangebote von *FMM* von der Initiative der *Agence française de développement (AFD)*, der französischen Entwicklungsagentur, die unter anderem die journalistische Ausbildung junger Menschen fördert. Sie unterstützt auch *Canal France International (CFI)*, die *FMM*-Tochtergesellschaft für Medienentwicklung.

TV5 Monde hat seine digitalen Angebote ebenfalls neu strukturiert, insbesondere in den Bereichen Information, Jugend, Afrika, Frankreich und Kultur. Die Untertitelung und Übersetzung wurde verbessert und es wurde verstärkt auf Kooperationen mit afrikanischen Partnern gesetzt, die junge Talente fördern.

Im Zuge der geplanten Reform des französischen öffentlich-rechtlichen Rundfunks sollen bis 2026 alle Rundfunkanstalten – darunter *France Télévisions, Radio France, FMM* und das *Institut national de l'audiovisuel* – unter der Holding-Gesellschaft[70] *France Média* zusammengeführt werden. Diese strukturelle Neuordnung ist Teil einer umfassenden Strategie, mit der Frankreich seinen öffentlich-rechtlichen Rundfunk zukunftsfähig aufstellen will. Zur Finanzierung der Reformen und zur Steigerung der Effizienz setzt *FMM* auf ein Bündel von Maßnahmen: Neben Budgetkürzungen wurden Einsparungen unter anderem durch den Rückzug aus dem *Pay-TV*-Vertrieb in den USA, Rückzug aus Skandinavien sowie durch die Schließung mehrerer UKW- und Mittelwellensender erzielt. Gleichzeitig wird gezielt in die digitale Transformation und internationale Projekte investiert, um die strategische Position langfristig zu stärken. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Förderung der Frankophonie – vor allem in afrikanischen Ländern. Initiativen wie die Einrichtung regionaler *Hubs*[71] in Beirut und Dakar oder die geplante Einführung eines eigenen *France 24*-Ablegers für das französischsprachige Afrika bis 2026 zielen darauf ab, die Sichtbarkeit französischer Medien weltweit zu erhöhen. Auch neue Strategien zur Umgehung von Zensur gehören zum Ausbauplan. Vor diesem Hintergrund erfolgt der Ausbau von Sprachen und Programmen derzeit nur zurückhaltend.

68 FMM 2024.
69 FMM 2025a.
70 Siehe Glossar.
71 Siehe Glossar.

Organisation	Marke	Anzahl der Sprachen	Regionaler Schwerpunkt	Medien
France Médias Monde (FMM)	France 24	4	weltweit	TV und digitales Angebot
	Radio France Internationale (RFI)	17	weltweit mit Fokus auf Afrika, Asien	TV, Radio und digitales Angebot
	Monte Carlo Doualiya (MCD)	1	Nahost und Nordafrika	TV, Radio und digitales Angebot
TV5 Monde	TV5 Monde	10	weltweit	TV, Radio und digitales Angebot

Abbildung 5: **Angebote der französischen Informationsanbieter FMM und TV5 Monde**
Stand 2. Halbjahr 2024

Paneuropäischer Nachrichtensender Euronews

Angebot und Budget

Der paneuropäische Nachrichtensender *Euronews* bietet TV-, Radio- und digitale Angebote in 19 Sprachen an.[72] Euronews ist kein klassischer internationaler Informationsanbieter. Es ist eine Aktiengesellschaft und ursprünglich ein Gemeinschaftsprojekt mehrerer staatlicher und öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten der Europäischen Rundfunkunion. Die Europäische Kommission war seit der Gründung von Euronews eine bedeutende Geldgeberin. So erhielt Euronews im Rahmen des *Pan-European Audiovisual Reporting*-Programms für 2024 eine Finanzierung von knapp acht Millionen Euro mit einer Laufzeit von zwölf Monaten. Zusätzlich wurden für die ungarischen und polnischen Dienste von *Euronews* knapp drei Millionen Euro bereitgestellt, ebenfalls für zwölf Monate.[73] Im Dezember 2021 wurde bekannt, dass die portugiesische Investmentgesellschaft *Alpac Capital* die 88 %ige Mehrheitsbeteiligung des ägyptischen Unternehmers Naguib Sawiris an *Euronews* übernehmen würde. Diese Übernahme wurde im Mai 2022 abgeschlossen. Bis Juli 2023 erhöhte *Alpac Capital* seinen Anteil auf 97,6 % und ist damit nahezu Alleineigentümer von *Euronews*.[74] Dies führte zu Diskussionen über die Unabhängigkeit des Senders, auch da *Alpac Capital* Verbindungen zur ungarischen Regierung unter Viktor Orbán nachgesagt werden.[75] Seit 2016 verfügt *Euronews* mit *Africanews* über ein regionalisiertes TV- und Digital-Angebot für Afrika, das panafrikanische und internationale Nachrichten aus afrikanischer Perspektive in den Sprachen Englisch und Französisch bereitstellt.

Nutzung

Nach eigenen Angaben erreichte *Euronews* 2023 monatlich rund 145 Millionen Menschen. Allerdings ist unklar, wie die Daten erhoben werden.[76]

Strategie

Euronews hat in den letzten Jahren eine umfassende digitale Transformation umgesetzt, um die Digitalisierung und datenbasiertes Arbeiten in den Mittelpunkt seines Nachrichtenangebots zu stellen. Im Zuge dieser Strategie wurden mehrere digitale *Storytelling*[77]-Formate wie *Online-Verticals*[78] eingeführt, darunter *Euronews Green*, das sich mit Umwelt- und Klimathemen befasst, *Euronews Next* mit einem Fokus auf Wirtschaft und neue Technologien sowie *Euronews Culture*, das kulturelle Inhalte aufbereitet. Zudem strebt Euronews eine verstärkte Berichterstattung über EU-Themen an, wobei der Fokus auf Osteuropa und dem Balkan liegen soll. Dahingehend wurden bereits neue Programme gestartet, um europäische Themen und politische Entwicklungen stärker zu kontextualisieren. Im Jahr 2024 eröffnete *Euronews* ein regionales Büro in der kasachischen Hauptstadt Astana, um seine Präsenz in Zentralasien zu stärken. Zudem wurde eine Partnerschaft mit der Sport-Live-TV-Streaming-Plattform *fuboTV* für Nordamerika und Spanien geschlossen, wodurch die englischsprachigen Ausgaben von *Euronews* und *Africanews* nun auf der *fuboTV*-Plattform in den USA verfügbar sind. Im März 2023 kündigte *Euronews* an, seinen Hauptsitz von Lyon nach Brüssel zu verlegen, um näher an den europäischen Institutionen zu sein. Die neue zentrale Nachrichtenredaktion in Brüssel wird durch sechs weitere Büros in Rom, Berlin, Lissabon, Madrid und London ergänzt. Die Umstrukturierung führte zur Streichung von 198 Stellen in Lyon, während gleichzeitig 100 neue Positionen in Brüssel geschaffen wurden.

Russischer Auslandsrundfunk

Angebot und Budget

Das internationale Medienangebot Russlands umfasst zwei zentrale staatlich finanzierte Akteure:

- *Russia Today (RT)* – ein multimediales Netzwerk mit TV- und Digitalangeboten in zehn Sprachen.[79]

- *Sputnik* – ein Nachrichtenportal mit Online- und Radioangeboten, das in über 32 Sprachen[80] operiert.

Zusammen senden *RT* und *Sputnik* in insgesamt 32 Sprachen und finanzieren sich primär aus staatlichen

72 Albanisch, Arabisch, Bosnisch, Bulgarisch, Deutsch, Englisch, Farsi, Französisch, Georgisch, Griechisch, Italienisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Serbisch, Spanisch, Türkisch Ungarisch.
73 Europäische Kommission 2024a.
74 RFE/RL 2021.
75 FAZ 2022a.
76 Euronews 2023a.
77 Siehe Glossar.
78 Siehe Glossar.
79 Englisch, Arabisch, Spanisch, Französisch, Deutsch, Serbisch, Chinesisch, Hindi, Portugiesisch und Russisch.
80 Abchasisch, Amharisch, Armenisch, Arabisch, Aserbaidschanisch, Belarussisch, Chinesisch, Czech, Dari, Deutsch, Englisch, Farsi, Französisch, Georgisch, Griechisch, Hindi, Indonesisch, Italienisch, Kasachisch, Kirgisisch, Krim-Tatarisch, Moldawisch, Ossetisch, Polnisch, Portugiesisch, Russisch, Serbisch, Spanisch, Tadschikisch, Türkisch, Usbekisch, Vietnamesisch.

Haushaltsmitteln sowie Werbeeinnahmen staatsnaher Unternehmen. Im Jahr 2020 erhielt *RT* eine staatliche Subvention in Höhe von 230 Millionen Euro.[81] Für den Zeitraum von 2022 bis 2024 soll *RT* insgesamt 820 Millionen Euro[82] erhalten haben, was das größte Budget aller staatlichen Medienunternehmen in Russland darstellen würde. Vollständige Transparenz über die tatsächlichen Finanzströme besteht jedoch nicht.

Nutzung

RT hat für das Jahr 2024 keine spezifischen Nutzungszahlen seiner internationalen Angebote veröffentlicht. Der Sender behauptet jedoch, 2024 weltweit über 900 Millionen TV-Zuschauerinnen und -Zuschauer in mehr als 100 Ländern zu erreichen und über 23 Milliarden Online-Aufrufe zu verfügen.[83] Obwohl *RT* regelmäßig seine weltweite Reichweite betont, lassen sich diese Angaben unabhängig kaum verifizieren. Die EU stufte *RT* und *Sputnik* als Instrumente russischer Desinformationskampagnen ein und hat ihre Verbreitung im europäischen Raum untersagt. Am 2. März 2022 verbot der Europarat die Ausstrahlung und Verbreitung von *RT* und *Sputnik* in der EU und ließ die *RT*-Webseite sperren.[84] Dadurch wurden die *RT*-Kanäle auf *YouTube*, *Facebook* und *Google News* blockiert, und *Apple*, *Google* und *Microsoft* entfernten die *RT*-App aus ihren europäischen *App Stores*.[85] Beide Medien agieren jedoch weiterhin über lokale Partner und nutzen alternative Plattformen, um prorussische Narrative sowohl innerhalb als auch außerhalb Europas zu verbreiten.[86] Auch in den USA ist die *RT*-Webseite nach wie vor zugänglich; viele Internetprovider und Plattformen begrenzen die Sichtbarkeit aber oder kennzeichnen Inhalte als staatlich kontrolliert.

Strategie

Russische Auslandsmedien, insbesondere *RT*, präsentieren das Weltgeschehen aus der Perspektive des Kremls. Sie inszenieren sich als kritische Alternative zu westlichen Medien, verbreiten jedoch gezielt Verschwörungstheorien und Desinformation. Studien, darunter eine Untersuchung der Universität Oxford, belegen die fehlende redaktionelle Unabhängigkeit des Senders und seine enge Anbindung an staatliche Interessen.[87] Nach den Einschränkungen in den USA und der Europäischen Union 2022 hat *RT* seinen Fokus auf den Globalen Süden verlagert. Besonders in Lateinamerika, der arabischen Welt und Afrika baut der Sender seine Präsenz aus. Hinzu kommen neue Angebote wie *RT DOC India* und *RT Balkan*, die sich an Regionen richten, die empfänglich für russische Narrative sind. Trotz EU-Sanktionen verbreitet *RT Balkan* weiterhin prorussische Positionen in Südosteuropa. Um Zugangsbeschränkungen zu umgehen, arbeitet *RT* mit lokalen Medienakteurinnen und -akteuren sowie Influencerinnen und Influencern zusammen. Laut US-Außenministerium nutzt der Sender *Proxy*-Server und rekrutiert internationale Journalistinnen und Journalisten, um prorussische Inhalte getarnt als unabhängige Berichterstattung zu verbreiten.[88] Ein neues Instrument zur internationalen Einflussnahme ist die 2023 gegründete *RT-Akademie*. Sie wirbt mit Schulungen für ausländische Medienschaffende, die direkten Zugang zu *RT*-Strukturen erhalten.

Chinesischer Auslandsrundfunk

Angebot und Budget

Der chinesische Auslandsrundfunk ist in der *China Media Group (CMG)* organisiert, die 2018 durch den Zusammenschluss von *China Central Television (CCTV), China National Radio* und *China Radio International* entstand. *CMG* untersteht direkt der Zentralen Propagandaabteilung der *Kommunistischen Partei Chinas (KPCh)* und betreibt ein umfangreiches Netzwerk von 47 Fernsehsendern. Dazu gehören sieben internationale Kanäle in sechs Sprachen sowie 17 Radiosender für das chinesische Publikum und Radioprogramme in 44 Sprachen[89] für ein globales Publikum. Zu den internationalen Angeboten gehören:

- *China Global Television Network (CGTN)* sendet Nachrichten in fünf Sprachen[90], unter anderem über Satelliten, Kabel und *IPTV*[91]. Darüber hinaus vertreibt der kommerzielle Anbieter *China Central Television (CCTV+)* Video-Nachrichteninhalte von *CGTN*.

81 State Media Monitor 2024a. 23 Milliarden Rubel umgerechnet am 24.03.2025.
82 State Media Monitor 2024a. 83 Milliarden Rubel umgerechnet am 24.03.2025.
83 Russia Today 2025.
84 EU 2022.
85 Politico 2022.
86 RoG 2024a.
87 Elswah & Howard 2020.
88 Politico 2024a.
89 Albanisch, Arabisch, Belarussisch, Bengalisch, Bulgarisch, Burmesisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Esperanto, Farsi, Französisch, Griechisch, Haussa, Hebräisch, Hindi, Indonesisch, Italienisch, Japanisch, Khmer, Koreanisch, Kroatisch, Laotisch, Malaysisch, Mongolisch, Nepali, Paschtu, Philippinisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Serbisch, Sinhala, Spanisch, Swahili, Tamil, Thailändisch, Tibetisch, Tschechisch, Türkisch, Ukrainisch, Ungarisch, Urdu, Vietnamesisch.
90 Englisch, Spanisch, Französisch, Arabisch, Russisch.
91 Siehe Glossar.

- *China Central Television Network (CCTV-4)* ist der chinesischsprachige TV-Auslandskanal mit 50 Kanälen in sechs Sprachen. Zielgruppe sind die im Ausland sowie in Hong Kong, Macao und Taiwan lebenden Chinesinnen und Chinesen. Hinzu kommen regionalisierte Inhalte für die Diaspora in anderen Teilen Asiens, in Europa und den USA.

- *China Xinhua News Network Corporation (CNC)*, umfasst ein TV-Angebot und digitale Angebote in zehn Sprachen.[92] Organisatorisch gehört *CNC* zur Nachrichten- und Presseagentur *Xinhua* der chinesischen Regierung.

- *China National Radio (CNR)* ist das nationale Radionetzwerk Chinas mit Sitz in Peking und Teil der staatlichen *China Media Group*. Als zentraler Radiodienst strahlt *CNR* ein breites Spektrum an Programmen aus und erreicht sowohl Zuhörerinnen und Zuhörer in China als auch weltweit.

- *China Radio International (CRI)* bietet Radio- und digitale Programme in 44 Sprachen an und verfügt mit zahlreichen UKW- und MW-Radiostationen im Ausland über ein sehr umfangreiches Distributionsnetz, vor allem in Afrika.

Das Budget der *CMG* wird zwar nicht offiziell veröffentlicht, Schätzungen zufolge beläuft es sich jedoch auf über zwei Milliarden Euro. Ein erheblicher Teil der Finanzierung stammt aus staatlichen Mitteln, ergänzt durch Werbeeinnahmen. Laut einer Analyse des *Media and Journalism Research Center (MJRC)* werden mehr als die Hälfte der Gesamtausgaben durch staatliche Subventionen finanziert. 2023 betrug allein das Budget von *CCTV* rund 270 Millionen Euro[93], wovon 225 Millionen[94] aus dem allgemeinen öffentlichen Haushalt stammten.[95]

Nutzung

Die chinesischen Auslandsdienste veröffentlichen keine Nutzungszahlen.

Strategie

Chinas staatliche Medien verfolgen die Agenda der *KPCh* und dienen als zentrale Instrumente der politischen Einflussnahme. Unter Xi Jinping hat Peking den globalen Einfluss von *CGTN*, der Nachrichtenagentur *Xinhua* und *CRI* massiv ausgebaut. Ziel ist es, chinesische Medien international als seriöse Nachrichtenquellen zu etablieren und kritische Berichterstattung zu unterdrücken. Die *CMG* verstärkt ihre Präsenz in Afrika und Lateinamerika durch regionale Partnerschaften und den Erwerb von UKW-Frequenzen. Zudem investiert China in technologische Innovationen wie KI für Nachrichtensendungen. Obwohl Chinas Einflusskampagne international auf Widerstand stößt, gewinnt das Land in Ländern des Globalen Südens zunehmend Kontrolle über Informationsstrukturen.

Katarischer Auslandsrundfunk

Angebot und Budget

Die katarische Medienorganisation *Al Jazeera* konzentriert sich vor allem auf internationale Ereignisse mit Fokus auf die arabische Welt. Themen aus Politik, Gesellschaft und sozialer Gerechtigkeit stehen dabei im Vordergrund. Vor allem das digitale Angebot ist auf ein junges, globales Publikum ausgerichtet. Das Sprachangebot umfasst sieben Sprachen.[96] Das *Al Jazeera Media Network* betreibt über 70 Büros weltweit und beschäftigt mehr als 3.000 Mitarbeitende in 95 Ländern.[97] Das Angebot umfasst lineare TV- und digitale Plattformen. Dazu gehören acht TV-Kanäle in Englisch und Arabisch sowie *Al Jazeera Balkans*, das Inhalte auf Bosnisch, Kroatisch, Montenegrinisch und Serbisch sendete. *Al Jazeera Balkans* stellte den Betrieb im Juli 2025 jedoch ein.

Insgesamt hat *Al Jazeera* seine digitale Präsenz weiter ausgebaut. Zusätzlich zu den bestehenden digitalen Angeboten in allen sieben Sprachen gibt es den Social-Media-Videodienst *AJ+* mit plattformspezifischen Inhalten auf Englisch, Spanisch und Arabisch, die Multimedia-Plattform für interaktive und immersive Inhalte *Al Jazeera Contrast*, die Plattform für Wirtschaftsthemen *AJ Impact* und das Podcast-Angebot *Jetty*. Im Oktober 2024 stellte *Al Jazeera English* den traditionellen Rundfunk im Vereinigten Königreich ein und konzentriert sich seitdem auf Streaming-Dienste über Plattformen wie *Freeview Play* und *Freely*.

Al Jazeera ist im Besitz des Emirs von Katar, der auch der wichtigste Finanzier des Netzwerks ist. Der Sender veröffentlicht keine offiziellen Angaben zu seinem Budget.

92 Chinesisch, Englisch, Deutsch, Spanisch, Französisch, Russisch, Portugiesisch, Arabisch, Koreanisch, Japanisch.
93 293 Millionen US-Dollar umgerechnet am 24.03.2025.
94 245 Millionen US-Dollar umgerechnet am 24.03.2025.
95 State Media Monitor 2024b.
96 Arabisch, Bosnisch, Englisch, Französisch, Kroatisch, Serbisch und Spanisch.
97 Al Jazeera o.D. a.

Nutzung

Nach eigenen Angaben erreichte *Al Jazeera* 2024 wöchentlich über 430 Millionen Menschen.[98] Allerdings ist unklar, wie die Daten erhoben wurden.

Strategie

Al Jazeera ist eines der größten und einflussreichsten internationalen Nachrichtenmedien und verfolgt das Ziel, einen fundierten und publikumsnahen Journalismus zu bieten. Mit dem Slogan „*The Opinion and the Other Opinion*“ hebt der Sender hervor, verschiedene Perspektiven in den Mittelpunkt seiner Berichterstattung zu stellen. *Al Jazeera* setzt auf Expansion und digitale Innovation, um sein globales Publikum besser zu erreichen. Bereits 2021 wurde *Rightly* ins Leben gerufen, eine Nachrichtenplattform für ein konservatives US-Publikum, die mit Formaten wie *Right Now* with Stephen Kent auf *YouTube* und als Podcast präsent ist. 2024 startete die digitale Plattform *Al Jazeera 360*, die eine umfangreiche Mediathek mit exklusiven Programmen, Dokumentationen und historischen Archivinhalten bietet. Inhaltlich konzentriert sich *Al Jazeera*, besonders in seinem englischsprachigen Angebot, auf internationale Themen mit Schwerpunkt auf die arabische Welt. *Al Jazeera* bleibt Vorreiter in der Entwicklung neuer Erzähltechniken für ein junges Zielpublikum und bietet ein innovatives Portfolio digitaler Produkte – insbesondere mit *AJ+*, das sich ebenfalls gezielt an ein junges, digitalaffines Publikum richtet. Gleichzeitig wird *Al Jazeera* von unterschiedlichen Seiten vorgeworfen, eine zu enge Nähe zur katarischen Regierung zu haben und dadurch nicht unabhängig zu sein.

Iranischer Auslandsrundfunk

Profil und Angebot

Die staatliche Rundfunkgesellschaft Irans, *Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB)*, verfügt über das Monopol für Radio- und Fernsehdienste im Land und unterliegt der Kontrolle des politischen Establishments. *IRIB* betreibt über 150 Fernseh- und Radiosender sowie digitale Angebote, die nationale und internationale Zielgruppen erreichen sollen. Nachrichten, Unterhaltung, Filme, Serien, Dokumentationen, Sport und Bildung gehören zum Programmspektrum. Die *Islamic Republic News Agency (IRNA)* ist die offizielle Nachrichtenagentur Irans, sie wird von der Regierung finanziert und gibt die Zeitung *Iran* heraus.

98 Al Jazeera o.D. a.

Das internationale Angebot von *IRIB* umfasst Programme in 31 Sprachen[99] und ist in mehrere Marken aufgeteilt:

- *PressTV* ist das Aushängeschild des internationalen Angebots von *IRIB* mit einem englischsprachigen linearen TV-Kanal und digitalen Angeboten in Englisch und Französisch. Der Schwerpunkt des Angebots liegt auf Nordamerika und Großbritannien.
- *HispanTV* ist der spanischsprachige lineare TV-Kanal, zu dem auch ein digitales Angebot gehört. Der Sender kooperiert mit lateinamerikanischen Anbietern.
- *Al Alam 24/7* ist ein arabischsprachiges digitales und TV-Angebot. Die Webseite ist zudem in Englisch und Farsi verfügbar.
- *Sahar Universal Networ*k ist ein TV-, Radio- und digitales Angebot in Bosnisch, Azeri, Kurdisch, Kurmanci und Urdu.
- *Al-Kawthar TV* ist ein TV-Angebot über Religions- und Kulturthemen auf Arabisch mit begleitender Web- und Social-Media-Präsenz, das hauptsächlich in der MENA-Region (Middle East and North Africa, Nahost/Nordafrika) ausgestrahlt wird.
- *Pars Today* bietet Radio- und digitale Angebote laut eigenen Angaben in 30 Sprachen. Die Radioinhalte sind über Kurzwelle, Satellit und online verfügbar.
- *Jaam-e-Jam* ist ein Angebot für die iranische Diaspora in Europa, Nordamerika sowie Asien und Australien.
- *Quran-TV* ist ein TV-Angebot in Farsi zu religiösen Themen und für ein ausländisches Publikum.

Alle Sender bieten Informationen und Nachrichten aus iranischer Perspektive und sollen ein positives Iran-Bild vermitteln. Das Budget von *IRIB* für 2024 beträgt laut Schätzungen 123,9 Millionen Euro, was einem Rückgang um 19,18 % im Vergleich zu den 153,3 Millionen Euro im Jahr 2023 entspricht. Allerdings sind die verfügbaren Budgetzahlen uneinheitlich und variieren je nach Quelle, was ihre Transparenz und Verlässlichkeit in Frage stellt. *IRIB* finanziert sich durch staatliche Subventionen sowie Werbeeinnahmen,

99 Albanisch, Arabisch, Armenisch, Aserbaidschanisch, Assyrisch, Bengalisch, Bosnisch, Chinesisch, Dari, Deutsch, Englisch, Farsi, Französisch, Haussa, Hebräisch, Hindi, Indonesisch, Italienisch, Japanisch, Kasachisch, Kurdisch, Paschtu, Russisch, Spanisch, Kisuaheli, Tadschikisch, Talisch, Türkisch, Turkmenisch, Urdu, Usbekisch.

die offiziell rund 50 % des Gesamtbudgets ausmachen. Ein erheblicher Teil dieser Werbeeinnahmen stammt jedoch von staatlichen Unternehmen, und alle Werbeeinnahmen müssen an staatliche Behörden abgeführt werden.[100]

Nutzung

Die iranischen Auslandsdienste veröffentlichen keine Nutzungszahlen.

Strategie

IRIB dient als staatliches Sprachrohr des politischen Regimes im Iran und unterliegt strenger Zensur. Journalistinnen und Journalisten erhalten detaillierte Vorgaben zur Berichterstattung, während kritische Debatten systematisch unterdrückt werden. Auch Unterhaltungsinhalte werden stark bearbeitet. Die offizielle Charta von *IRIB* nennt zwar das Prinzip der Kritikfähigkeit, jedoch steht die Berichterstattung unter der direkten Kontrolle des Obersten Führers und verfolgt die Vorgabe, die „Vorherrschaft des Islam" zu fördern. Eine unabhängige Überprüfung oder Kontrolle der redaktionellen Unabhängigkeit existiert nicht. Medienberichten zufolge plant die iranische Regierung für 2025 eine Verdreifachung des *IRIB*-Budgets – die größte Erhöhung in der Geschichte des Senders.[101] Diese Entscheidung wird auf den Einfluss der erzkonservativen *Paydari*-Partei im Parlament zurückgeführt und steht nicht im Zusammenhang mit den Einschaltquoten. Nach Angaben des Meinungsforschungsinstituts des Senders ist die Zahl der Zuschauenden in den letzten Jahren stark gesunken – um bis zu 57 % – da immer mehr auf soziale Medien oder ausländische Fernsehsender ausgewichen wird.[102]

Weitere Anbieter

Neben den bisher aufgeführten großen Anbietern betreiben viele weitere Länder internationale Informationsanbieter. Die nachfolgend aufgeführten sind lediglich eine Auswahl, basierend auf der Bedeutung als Mitbewerber der DW in bestimmten Regionen:

- Die *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT World)* ist der staatliche Rundfunk der Türkei und wurde 1964 gegründet. Dieser betreibt 14 Fernsehsender, darunter *TRT World* als internationalen englischsprachigen Nachrichtensender sowie 19 Radiosender. Das internationale Angebot umfasst Programme in elf Sprachen.[103] Inhaltlich vertritt *TRT World* die Positionen der türkischen Außenpolitik. Der TV-Kanal ist weltweit über Satelliten zu empfangen und wird vom türkischen Staat über die *TRT*-Dachorganisation finanziert. *TRT* finanziert sich dadurch vollständig aus staatlichen Mitteln, wobei die Hauptquelle Steuern sind. Das Budget belief sich 2021 auf ca. 165 Millionen Euro[104], genaue Zahlen für die letzten Jahre sind nicht verfügbar. *TRT* wird häufig für seine Nähe zur türkischen Regierung kritisiert und gilt laut Medienbeobachterinnen und -beobachtern als regierungsfreundlich.[105] Seit 2018 untersteht der Sender direkt der Präsidialkommunikationsbehörde, was die politische Kontrolle weiter verstärkt hat.

- *Australian Broadcasting Corporation (ABC)* bietet in vier Sprachen[106] hauptsächlich Radio- und digitale Angebote. Im Mittelpunkt steht die australische Perspektive auf Themen wie Bildung, Gesundheit und Wirtschaft in der Region.

- *NHK World Japan* ist der Auslandssender des japanischen Rundfunks *Nippon Hōsō Kyōkai (NHK)* und bietet in 20 Sprachen[107] TV-, Radio und digitale Angebote. *NHK* finanziert sich hauptsächlich durch Rundfunkgebühren. Angesichts globaler Herausforderungen will *NHK* seine internationale Präsenz weiter ausbauen und die japanische Perspektive gezielt in weltweite Medienmärkte einbringen.

- Die *Canadian Broadcasting Corporation (CBC)* ist Kanadas öffentlich-rechtlicher Rundfunk und bietet plattformübergreifende Inhalte in 15 Sprachen.[108] Gegründet 1936 als Radiosender, umfasst das Angebot heute TV, Radio, Streaming, Podcasts und digitale Plattformen mit Nachrichten, Unterhaltung und Sport. Der Auftrag zur Förderung der kanadischen Kultur und Demokratie ist gesetzlich verankert.

- *Al-Arabiya* ist ein panarabischer Informationsanbieter, der 2003 in den Vereinigten Arabischen Emiraten als

100 State Media Monitor 2025.
101 Ebd.
102 Ebd.

103 Albanisch, Arabisch, Bosnisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Haussa, Mazedonisch, Russisch, Spanisch, Kisuaheli.
104 State Media Monitor 2024c. 5,6 Milliarden türkische Lira umgerechnet am 24.03.2025.
105 State Media Monitor 2024c.
106 Chinesisch, Englisch, Indonesisch, Tok Pisin.
107 Arabisch, Bengalisch, Burmesisch, Chinesisch, Englisch, Farsi, Französisch, Hindi, Indonesisch, Japanisch, Koreanisch, Portugiesisch, Russisch, Spanisch, Thailändisch, Türkisch, Ukrainisch, Urdu, Vietnamesisch.
108 Arabisch, Chinesisch, Englisch, Französisch, Punjabi, Spanisch, Tagalog. Und die indigenen Sprachen: Cree, Dëne Sųłiné (Chipewyan), Dehcho Dene Yati, Gwich'in, Inuktitut, Inuvialuktun, Sahtu Got'ine Godi, Tłı̨chǫ (Tlicho).

Reaktion auf *Al Jazeeras* kritische Berichterstattung über die saudische Königsfamilie in den 1990er Jahren gegründet wurde. 2021 hat der Sender seinen Hauptsitz nach Riad, Saudi-Arabien, verlegt. *Al-Arabiya* ist Teil der *Middle East Broadcasting Center (MBC) Group*, die sich im Besitz saudischer Investoren befindet. Der Sender konzentriert sich hauptsächlich auf Themen aus der arabischen Welt sowie internationale Nachrichten.

- *Rádio e Televisão de Portugal (RTP)* ist der öffentlich-rechtliche Auslandsrundfunk Portugals. Er findet vor allem im lusophonen Afrika Verbreitung.

Neben internationalen Informationsanbietern, die in Gänze oder in Teilen staatlich finanziert werden, gibt es auch kommerzielle Anbieter, die international tätig sind:

- *Cable News Network (CNN)* ist ein privater US-amerikanischer Nachrichtensender mit TV- und Online-Angeboten in Englisch sowie regionalen Inhalten in neun weiteren Sprachen.[109] Mit 37 Büros weltweit, über 1000 angeschlossenen Lokalsendern und mehreren regionalen Netzwerken erreicht der Sender ein großes globales Publikum.[110] Zusätzlich lizenzieren *Franchise*-Partner Inhalte unter der Marke *CNN* in verschiedenen Sprachen.

DG8

Intensiv kooperiert die DW seit Jahren im Verbund der sogenannten *DG8*, den internationalen Informationsanbietern demokratischer Länder, deren Zusammenarbeit verschiedene thematische Ebenen wie Zensurumgehung umfasst. Dazu gehören *ABC Australia, CBC/Radio-Canada*, *France Médias Monde, NHK World Japan, SRG SSR, BBC* und *USAGM*.

Da immer mehr Länder auf der ganzen Welt unabhängige Medien zensieren und die Pressefreiheit verletzen, setzen sich die *DG8* dafür ein, die Informationsfreiheit und Medienfreiheit zu schützen, die für demokratische Gesellschaften und den Schutz der Menschenrechte unerlässlich sind.

109 Albanisch, Arabisch, Griechisch, Indonesisch, Portugiesisch, Rumänisch, Spanisch, Tschechisch, Türkisch.
110 CNN 2023.

DW AKADEMIE

Trends in der Medienentwicklungszusammenarbeit

Ohne freien Journalismus kann es kein demokratisches Zusammenleben und keine offene Gesellschaft geben. Angesichts von Desinformationskampagnen und grassierender Fehlinformation – insbesondere in digitalen Plattformmedien und teils KI-unterstützt – ist die Integrität des öffentlichen Informationsraumes zunehmend ins Zentrum der Aufmerksamkeit politischer Entscheiderinnen und Entscheider gerückt, national wie international.

So hat EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen die Verteidigung der Informationsintegrität in den Mittelpunkt der EU-Initiative eines „Schutzschildes für die Demokratie“ gestellt.[111] Damit setzt die EU-*Kommission* den Kurs fort, den sie in den vergangenen Jahren mit ihrem Aktionsplan für Demokratie verfolgt hat. Das Ziel: Die Mediensysteme der Mitgliedstaaten angesichts politischer und technologischer Veränderungen robust machen.

Die *Vereinten Nationen* haben zusammen mit dem 2024 verabschiedeten Zukunftspakt auch einen globalen Digitalpakt beschlossen und damit ein starkes **Signal für mehr Meinungs- und Medienfreiheit** gesendet.[112] Die UN-Mitgliedsstaaten haben sich darin verpflichtet, Journalistinnen und Journalisten vor Übergriffen zu schützen und allen Menschen Zugang zu unabhängigen öffentlichen Medien zu gewähren. UN-Zukunfts- und -Digitalpakt ergänzen die *Sustainable Development Goals (SDGs), die Nachhaltigen Entwicklungsziele,* die sich die Vereinten Nationen bis 2030 gesetzt haben. Die *SDGs* fordern, dass alle Menschen Zugang zu öffentlichen Informationen haben.[113] Organisationen wie das UN-*Entwicklungsprogramm (UNDP)* oder die UN-*Behörde für Bildung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO)* warnen seit längerem vor den Gefahren falscher, manipulierter oder irreführender Information.[114]

Mängel in Informations-Ökosystemen in Ländern in aller Welt hat nicht zuletzt die Corona-Pandemie offengelegt. In ihrem Verlauf hat absichtlich oder unwissentlich verbreitete Desinformation Gesundheit und Leben vieler Menschen in akute Gefahr gebracht. Die Weltgesundheitsorganisation sprach von einer „Infodemie“. Es ist klar geworden: Akkurate und vertrauenswürdige Information rettet Leben.[115]

Die Voraussetzungen für die Produktion verlässlicher Information in Partnerländern verbessern: Das ist auch Teil des Auftrags an die Entwicklungszusammenarbeit (EZ). Organisationen der Medien-EZ setzen sich für verschiedene Aspekte funktionierender Informations-Ökosysteme ein, darunter Meinungs- und Medienfreiheit, Zugang zu Informationen für alle Menschen, gute Bedingungen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Medienunternehmen, journalistische Ausbildung, digitale Rechte oder die Sicherheit von Medienschaffenden.

Die *Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)* setzt mittels ihres Komitees für Entwicklungszusammenarbeit Qualitätsstandards für weite Teile der staatlichen EZ. 2024 hat sie Prinzipien für relevante und effektive Programme zur Verbesserung von Informations-Ökosystemen veröffentlicht. Danach bindet gute Medien-EZ die Expertise der Menschen in den Partnerländern wesentlich ein, fördert Medien, die im öffentlichen Interesse berichten oder nimmt einen ganzheitlichen Blick auf das jeweilige Mediensystem ein.[116]

Vor dem Hintergrund eines wachsenden **internationalen Bewusstseins für die Herausforderungen**, die fehlender Zugang zu verlässlicher, qualitativ hochwertiger Information mit sich bringt, hat die Entscheidung der US-Regierung unter Donald Trump, die Entwicklungszusammenarbeit der USA weitestgehend zu stoppen, immensen Schaden

111 Europäische Kommission 2024b.
112 UN 2025a.
113 UN 2025b.
114 UNDP 2025.
115 DWA 2021.
116 OECD 2024.



Digitale Brücken in abgelegene Regionen: Mit Apps wie Colmena und Voice Deck unterstützt die DW Akademie lokalen Journalismus in Uganda – für Geschichten, die gehört werden.

verursacht. Praktisch über Nacht konnten Medien-EZ-Organisationen Anfang 2025 wichtige Projekte nicht mehr weiterführen. Betroffen waren Akteure rund um die Welt, wobei die Auswirkungen besonders heftig an Orten gewesen sein dürften, in denen Menschen für ihre Sicherheit akut auf verlässliche Informationen angewiesen sind, beispielsweise in der Ukraine, in Krisen- und Katastrophengebieten wie Myanmar oder in Geflüchtetenlagern, etwa in Kenia, Uganda oder Bangladesch.

Der internationale Medien-EZ-Verband *Global Forum on Migration and Development* schätzt unter Rückgriff auf Daten der *OECD*, dass die USA im Durchschnitt der vergangenen Jahre etwas mehr als ein Fünftel aller staatlichen Medien-EZ-Mittel aufgebracht haben, rund 130 Millionen von 620 Millionen US-Dollar im Zeitraum 2020 bis 2024.[117]

Auch andere wichtige Gebernationen haben zuletzt unter dem Eindruck internationaler Spannungen ihr Engagement in der Medien-EZ teils deutlich verringert, darunter das Vereinigte Königreich und die Niederlande. Dies ist eine problematische Entwicklung, da dadurch der autokratische Trend in Teilen der Welt, dem die Medien-EZ entgegenwirken kann, verstärkt wird – mit Sicherheitsrisiken für Europa und die Welt.

Bestandsaufnahme des Medien-EZ-Sektors, Stärken verdeutlichen und Verbesserungspotenzial identifizieren: Diese Ziele erfüllt der *State of Media Development*-Bericht, den *DW Freedom*, der Medien-EZ-Thinktank der DW Akademie, im Frühjahr 2025 vorgelegt hat. Als Grundlage der Untersuchung dienten die *OECD*-Prinzipien für effektive Medien-EZ.[118]

Der Bericht bildet den Sektor in einem Moment ab, in dem die Relevanz der Arbeit offenkundig und politisch anerkannt ist, gleichzeitig aber externe Schocks wie der US-Finanzierungsstopp für Anpassungsdruck sorgen. Die Ergebnisse können die Grundlage bilden für eine informierte Diskussion über die künftige Ausrichtung der Medien-EZ.

117 GFMD 2025.

118 DWA 2025a.

EXKURS 1

Zensur als wachsende Bedrohung für die globale Meinungsfreiheit

Zensur stärkt autoritäre Strukturen, verzerrt die öffentliche Wahrnehmung, untergräbt demokratische Prinzipien und stellt damit eines der zentralen Themen unserer Zeit dar. Zensur betrifft dabei nicht nur grundlegende Fragen der Informations- und Meinungsfreiheit, sondern geht weit über die rein technische Einschränkung hinaus. Sie baut auf gesellschaftlicher Kontrolle auf, führt zu einer zunehmenden Abhängigkeit von staatlich kontrollierten Informationsquellen und untergräbt dadurch auch die Grundlage für eine stabile Demokratie. **Als Macht- und Kontrollinstrument entwickelt sich Zensur auch zur zentralen Herausforderung für unabhängige Medienorganisationen**, denen es immer schwerer fällt, ihre Inhalte in den Zielregionen zu verbreiten. Zugleich sieht sich auch die Zivilgesellschaft mit immer größeren Hürden konfrontiert, wenn es darum geht, freien Zugang zu verlässlichen Informationen zu erhalten. Dies wiegt besonders schwer, da gerade in Kriegs- und Krisengebieten sowie in abgeschotteten Systemen unabhängige Medien eine essenzielle Grundlage für freie Meinungsbildung darstellen.

Zensur dient vor allem dazu, die eigene Wahrheit zur einzig gültigen zu erklären und kritische und alternative Stimmen zum Schweigen zu bringen. Um die öffentliche Meinung zu steuern, nutzen autokratische Regierungen neben Zensur häufig auch Desinformation und Überwachung als Mittel. In diesem Kontext rückt der digitale Raum zunehmend ins Zentrum der Auseinandersetzung – einerseits als Schauplatz von Wahrheit und Manipulation, andererseits als Werkzeug zur Kontrolle von Informationsflüssen. Im Jahr 2024 war die globale Internetfreiheit zum 14. Mal in Folge rückläufig.[119] Vielerorts durch gezielte Unterdrückung kritischer Stimmen durch staatliche Akteure sowie weitreichende Einschränkungen von Informationen bis hin zu Abschaltungen. Der zunehmenden digitalen Repression setzt die DW das entgegen, was sie seit über 70 Jahren auszeichnet: verlässliche, unabhängige Informationen aus vielfältigen Perspektiven. Gemeinsam mit internationalen Partnern entwickelt sie technische Lösungen zur Umgehung von Internetzensur kontinuierlich weiter und bringt diese direkt zu den Menschen, die von Informationskontrolle betroffen sind.

Gleichzeitig war die DW zeitweise in fünf Ländern offiziell gesperrt: **China, Iran, Belarus, Russland und Türkei**; die Aufhebung der Sperrung in der Türkei erfolgte offiziell am 31. Juli 2025. Doch auch in vielen anderen Regionen wird der Zugang zu unabhängigen Medien systematisch eingeschränkt. Regierungen nutzen gesetzgeberische Mittel wie *Fake-News*-Gesetze oder Vorschriften zur nationalen Sicherheit, um kritische Berichterstattung zu unterdrücken und den Zugang zum Internet zu kontrollieren. Dabei kommen unterschiedliche Methoden der Zensur zum Einsatz. In China beispielsweise durch die sogenannte *Great Firewall*, die den Zugang zu ausländischen Webseiten blockiert und soziale Medien zensiert, während staatlich kontrollierte Alternativen wie *WeChat* gezielt gefördert werden. Neben gezielter Propaganda setzt Russland vor allem auf gesetzliche Instrumente wie das sogenannte „Ausländische-Agenten"-Gesetz, das unabhängige und kritische Medien systematisch unterdrückt. Durch Stigmatisierung, bürokratische Hürden und direkte Repressionen wird ihre Arbeit vor Ort massiv eingeschränkt, sodass sie faktisch unmöglich wird.[120] Im Iran wird wiederum vor allem mit ideologischer Zensur gearbeitet und das Internet bei Protesten regional abgeschaltet. Saudi-Arabien kombiniert autoritäre Kontrolle mit Hightech-Überwachung, repressiven Gesetzen und Einschüchterung. In Mexiko und Kolumbien wird Zensur vor allem durch Gewalt und Einschüchterung ergänzt,

119 Freedom House 2024a.

120 DW 2022a, 2022b.



Director General Peter Limbourg mit Vertreterinnen und Vertretern der DG8, der internationalen Arbeitsgemeinschaft von acht öffentlich-rechtlichen Medienorganisationen.



Vereinte Skills und Wissen: Im Rahmen des Welttags gegen Zensur im Internet richtete die DW den Hackathon Hacking for freedom aus.

wodurch die Selbstzensur verstärkt wird. In extremen Fällen, wie beispielweise in Äthiopien, den Palästinensischen Gebieten oder dem Sudan, können politische Krisen auch zu landesweiten Internetabschaltungen führen.

Angesichts der zunehmenden Einschränkungen der Meinungsfreiheit setzt die DW auf eine Kombination aus technischen, strategischen und kooperativen Maßnahmen, um ihren Auftrag weiterhin erfüllen zu können. Ein zentraler Bestandteil ist der Einsatz von Zensur-Umgehungstechnologien. Hierzu gehört beispielsweise die Bewerbung von *Virtual Private Networks (VPNs)*[121], die den Standort der Nutzenden verschleiern und ihre Internetverbindung verschlüsseln. Dadurch wird es für Regierungen schwerer, Menschen aufgrund ihres geographischen Standorts oder ihrer Internetnutzung zu überwachen oder zu blockieren. Zusätzlich stellt die DW einen eigenen *Proxy*-Server[122] bereit, der Internetanfragen über Server in anderen Ländern weiterleitet und so den Zugriff auf blockierte Inhalte ermöglicht. Darüber hinaus wurden in die *DW News App* spezielle Zensurumgehungsfunktionen integriert, um auch dort den Zugang zu gesperrten Inhalten zu erleichtern. Auch die Verwendung dezentraler Netzwerke wie *Tor*[123], das durch mehrfache Verschlüsselung Anonymität gewährleistet, trägt dazu bei, den Zugang zu zensierten Inhalten zu ermöglichen.

Parallel dazu diversifiziert die DW ihre Verbreitungswege, um ihre Inhalte über verschiedene Plattformen zugänglich zu machen. Neben der eigenen Webseite setzt die DW auf soziale Netzwerke wie *YouTube*, *Facebook* und *Instagram*. Darüber hinaus werden Messenger-Dienste wie *Telegram* genutzt, um eine direkte und schnelle Kommunikation mit der Zielgruppe zu ermöglichen. Zusätzlich arbeitet die DW eng mit internationalen Partnern zusammen, um eine koordinierte Antwort auf Zensurmaßnahmen zu entwickeln. Im Rahmen der *DG8*[124], dem Netzwerk von international führenden, öffentlich-rechtlichen Medienorganisationen, werden regelmäßig gemeinsame Strategien gegen die wachsende Bedrohung durch Zensur entwickelt.[125]

Die Strategie der DW zeigt sich als äußerst resilient. Trotz **zunehmender Zensurmaßnahmen in zahlreichen Ländern gelingt es ihr, die Reichweite kontinuierlich auszubauen** – insbesondere in Krisenregionen. In Venezuela konnte der Rückgang der TV-Nutzung infolge der Sperrung der DW durch eine verstärkte Nutzung von Online-Videos, insbesondere über *Instagram*, kompensiert werden. Auch in Äthiopien verzeichnet die DW eine wachsende Reichweite – begünstigt durch die gezielte Diversifizierung der Plattformen sowie die Einführung neuer Inhaltstypen. In einer Welt, in der Meinungsfreiheit zunehmend unter Druck gerät und autoritäre Regime den Zugang zu unabhängigen Informationen immer stärker einschränken, gewinnt der Auftrag der DW mehr denn je an Bedeutung. Mit ihrer faktenbasierten, journalistisch hochwertigen Berichterstattung übernimmt sie eine unverzichtbare Rolle als verlässliche Informationsquelle für Millionen Menschen weltweit. Gerade angesichts wachsender Herausforderungen ist es von enormer Bedeutung, den freien Zugang zu den Angeboten der DW als Beitrag zur Stärkung demokratischer Werte und freier Meinungsbildung langfristig zu sichern.

121 Siehe Glossar.

122 Siehe Glossar.
123 Siehe Glossar.
124 Siehe Glossar.
125 Public Media Alliance 2024.

EXKURS 2

KI als Triebkraft des digitalen Wandels

KI gehört zu den zentralen Triebkräften des digitalen Wandels und bietet transformative Möglichkeiten für nahezu alle Bereiche der Lebens- und Arbeitswelt. So gewinnt in der Verwaltung im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung der Einsatz von KI für die Optimierung betrieblicher Abläufe zunehmend an Bedeutung. Neben den Bereichen der Standardisierung, Digitalisierung und Automatisierung stellt KI ein wirkungsvolles Instrument dar, um repetitive und regelbasierte Tätigkeiten effizienter zu gestalten. Dazu werden tiefgehende Analysen und Auswertungen bestehender Prozesse durchgeführt, um gezielt KI-basierte Anwendungspotenziale zu identifizieren. Im Journalismus eröffnet KI neue Perspektiven, indem Prozesse effizienter gestaltet, Inhalte zielgerichteter aufbereitet und der Zugang zu unabhängigen Informationen verbessert werden kann. Für die DW als öffentlich-rechtlicher Auslandsrundfunk ist KI nicht nur eine technische Innovation, sondern ein essenzielles Werkzeug, um ihren Auftrag zu erfüllen: Menschen weltweit mit verlässlichen Informationen zu versorgen und die Meinungsfreiheit zu fördern. Gleichzeitig stellt die **rasante Entwicklung von KI auch eine Herausforderung** dar, insbesondere in einem dynamischen Medienumfeld, das von Zensur, Desinformation und zunehmendem Wettbewerb geprägt ist. Deshalb verfolgt die DW eine verantwortungsvolle Nutzung von KI, die darauf abzielt, die vielfältigen Chancen der Technologie zu nutzen und gleichzeitig potenzielle Risiken gezielt zu minimieren.

Für die DW ist KI keine abstrakte Technologie, sondern ein praktisches Instrument, das zur Erfüllung ihres journalistischen Auftrags beiträgt. Dies gilt insbesondere auch für **sich verändernde Nutzungsbedürfnisse und Nutzungsverhalten** – denn die Möglichkeiten von KI verändern auch die Erstellung der Inhalte, ihre Präsentation und Auffindbarkeit. Unter KI versteht die DW Technologien und Anwendungen, die menschliche Fähigkeiten wie Verstehen, Lernen und Problemlösen nachahmen. Der Fokus der DW liegt bewusst auf der sogenannten „schwachen KI“, die konkrete Aufgaben effizienter und effektiver erledigt, beispielsweise durch Automatisierung oder Unterstützung kreativer Prozesse. Der Einsatz von schwacher KI ermöglicht es der DW, Prozesse zu beschleunigen, Inhalte qualitativ zu verbessern und zugleich redaktionelle Kontrolle und ethische Standards uneingeschränkt aufrechtzuerhalten. Dahingehend hat die DW sieben zentrale Einsatzfelder definiert, in denen KI einen bedeutenden Mehrwert für ihre Arbeit bietet: Recherche, Erstellung von Inhalten, Ausspielung von Inhalten, Dialog und Feedback, Analyse und Archiv, Verwaltung und Planung sowie IT-Systeme.

Als **öffentlich-rechtliche Medienorganisation orientiert sich die DW an klar definierten ethischen Standards**, die sicherstellen, dass zum einen die journalistische Sorgfaltspflicht erfüllt ist, und zum anderen der Mensch die Kontrolle über die Erstellung von Inhalten behält. Zunächst dienen KI-Systeme als unterstützende Werkzeuge, die jederzeit überstimmt oder deaktiviert werden können. Transparenz spielt hierbei ebenfalls eine zentrale Rolle: Die DW legt offen, wie und zu welchem Zweck KI-Technologien eingesetzt werden, und wahrt dabei konsequent hohe journalistische Qualitätsstandards. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Schutz von Daten und Privatsphäre. Die DW hält sich strikt an gesetzliche Vorgaben und informiert die Nutzerinnen und Nutzer über die in ihren Angeboten verwendeten KI-Anwendungen und deren Zweck. Die Datenbasis wird mit besonderer Sorgfalt ausgewählt, um Verzerrungen (*Data Bias*)[126] zu vermeiden und ausgewogene, vielfältige Datensätze zu nutzen. Darüber hinaus stärkt die DW das Verständnis von KI bei ihren Mitarbeitenden und befähigt sie damit, die Chancen der KI-Technologien kompetent wie auch kritisch zu testen und zu nutzen. Diese Programme werden kontinuierlich ausgebaut, um den technologischen Fortschritt optimal in die redaktionellen Prozesse zu integrieren.

Um den Einsatz von KI effektiv zu steuern und zielgerichtet einzusetzen, hat die DW **im Evaluationszeitraum ein spezialisiertes KI-Team etablier**t. Es spielt eine zentrale

126 Siehe Glossar.

Rolle bei der Entwicklung und Umsetzung von unternehmensweiten KI-Initiativen. Zu den Kernaufgaben des Teams gehört die Identifizierung von Einsatzmöglichkeiten, die einen signifikanten Mehrwert schaffen, sei es in der Automatisierung redaktioneller Prozesse, der Personalisierung von Inhalten oder der Stärkung der IT-Sicherheit. Gleichzeitig sorgt das Team für eine enge Vernetzung bestehender Projekte, um eine koordinierte und effiziente Nutzung der Technologie zu gewährleisten. Ein Schwerpunkt liegt auf der Beobachtung von Marktentwicklungen und der Erstellung einer umfassenden KI-Roadmap, die alle dezentral initiierten Vorhaben bündelt. Zusätzlich fördert das Team den internen Austausch durch Dialog- und Weiterbildungsangebote, um die Kompetenzen der Mitarbeitenden gezielt zu stärken. Darüber hinaus entwickelt das KI-Team die ethischen Richtlinien der DW kontinuierlich weiter, um den Einsatz von KI nicht nur technologisch, sondern auch ethisch auf dem neuesten Stand zu halten.

Um die Verlässlichkeit der Berichterstattung zu sichern, setzt die DW KI-gestützte Tools und Plattformen wie *Truly Media* ein, die dabei helfen, Inhalte zu verifizieren[127] und Desinformation entgegenzuwirken. Denn große Desinformationskampagnen mit tausenden KI-generierten Videos und Bildern haben Konjunktur und werden vielerorts zu Propaganda-Zwecken eingesetzt. Gleichzeitig entwickelt die DW innovative Anwendungen, wie mehrsprachige Audiospuren mit synthetischen Stimmen für Social-Media-Videos, die in mehrstufigen Pilotprojekten getestet werden, um Qualität und Richtigkeit der Angaben zu gewährleisten. Im Bereich Sprachtechnologie kommt die Eigenentwicklung *plain X* zum Einsatz. Diese Plattform ermöglicht präzise Transkriptionen, Übersetzungen und Untertitelungen von Inhalten.

Um den technologischen Anforderungen gerecht zu werden, investiert die DW kontinuierlich in den **Ausbau ihrer KI-Infrastruktur**. Eigene Server und lokale Modelle gewährleisten dabei hohe Standards in Datenschutz und IT-Sicherheit. Diese Infrastruktur bietet der DW Flexibilität, um auf volatile Angebote externer Anbieter zu reagieren. Ihre Mitgliedschaft in internationalen Initiativen wie dem *International Press Telecommunications Council (IPTC)*, einer globalen Organisation, die sich auf die Entwicklung technischer Standards für den Austausch von Nachrichten und Medieninhalten konzentriert, unterstreicht das Engagement der DW für Content-Authentifizierung und Transparenz zusätzlich. Ein weiterer wichtiger Bereich ist die Erschließung von Archivmaterial. KI erleichtert es, große Datenmengen schnell zugänglich zu machen und für neue Produktionen zu nutzen. Auch die Automatisierung spielt eine zentrale Rolle: Wiederkehrende Aufgaben wie die Befüllung von Metadaten werden durch KI vereinfacht, wodurch Redaktionen entlastet und Ressourcen für kreative Tätigkeiten freigesetzt werden. Gleichzeitig wird KI genutzt, um die IT-Sicherheit zu stärken und Cyberangriffe abzuwehren.

Auch für die **Medienentwicklungszusammenarbeit der DW Akademie** stellen sich im Zusammenhang mit KI neue Herausforderungen. Denn mit KI etabliert sich eine Technologie, die in den Mediensystemen des Globalen Südens zu neuen Ungleichheiten und Abhängigkeiten führen kann, aber auch neue Chancen eröffnet, bestehende Defizite zu beseitigen. Fragen der digitalen Teilhabe, des Dialogs, der Meinungsfreiheit und des freien Zugangs zu Informationen müssen neu gestellt und neue Konzepte zur Förderung des Mediensektors entwickelt werden. Die DW Akademie erarbeitet bedarfsgerechte, innovative Ansätze mit partizipativen Methoden, die eine selbstbestimmte Nutzung von KI in den Medien ermöglichen sollen. Dazu gehören künftig vor allem die Förderung von sprachlicher Vielfalt in KI-Modellen und der innovative Einsatz von KI in Redaktionen. Die Stärkung von *Media and Information Literacy* (Medienkompetenz) sowie die Abwehr von KI-gestützter Desinformation sind weitere Themen. Um die Potenziale von KI optimal nutzen zu können, erschließt die DW Akademie neue Netzwerke aus dem KI-Sektor und arbeitet mit lokalen Expertinnen und Experten zusammen. Der 2024 neu gegründete Think Tank[128] der DW Akademie *DW Freedom* untersucht unter anderem das Thema Meinungsfreiheit und KI, organisiert einen internationalen Fachdiskurs über Fachartikel und Veranstaltungen, sammelt Daten und Erkenntnisse und entwickelt Strategien für resiliente Informationsökosysteme und Meinungsfreiheit in Zeiten von KI. Dabei arbeitet der Think Tank mit den eigenen Regionalabteilungen und Partnerorganisationen weltweit zusammen.

Mit klaren ethischen Richtlinien, einer fortschrittlichen Infrastruktur und einem spezialisierten Team nutzt die DW die Potenziale von KI, um den digitalen Anforderungen gerecht zu werden. Gleichzeitig stärkt sie ihre Position als unabhängige und glaubwürdige Informationsquelle. In einer zunehmend digitalen und fragmentierten Medienlandschaft bleibt KI für die DW damit eine Schlüsseltechnologie, um Innovationen voranzutreiben und den Herausforderungen des modernen Journalismus erfolgreich zu begegnen.

127 Siehe Exkurs 5.

128 Siehe Glossar.



Reichweitenforschung: Eine DW-Studie untersuchte 2023 die Reichweite und Nutzung von Medien in ländlichen Regionen Ugandas.

2 Evaluation bei der DW: Methodik und Grundlagen

Die DW betrachtet die Evaluation ihrer Aktivitäten und Angebote als einen zentralen Aspekt der Entwicklung ihrer Programme. Seit über einem Jahrzehnt hat die DW eine robuste Methodik entwickelt, die sich an gängigen Standards orientiert, um die Qualität der Evaluation zu gewährleisten. Sie umfasst ein Wirkungsmodell, das beschreibt, wie die DW mit ihren Angeboten ihre Ziele erreichen will. Um die Wirkweisen ihrer Medienangebote zu verstehen und zu optimieren, stützt sich die DW bei der Evaluation auf eine breite Datenbasis und bezieht externen Sachverstand ein.

Zudem überprüft die DW ihre Angebote kontinuierlich und passt sie den sich verändernden Rahmenbedingungen an: Die Zielmärkte sind dynamisch, und die Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe[129] entwickeln sich laufend weiter. Die aus der Evaluation gewonnenen Erkenntnisse bilden damit auch eine wichtige Grundlage für die Aufgabenplanung und für die dort hinterlegten Wirkungsabsichten.

2.1 Rahmenbedingungen der Evaluation

Das Deutsche-Welle-Gesetz (DWG) verpflichtet die DW, ihre Angebote alle vier Jahre zu evaluieren und dem Deutschen Bundestag, der Bundesregierung und dem Bundesrechnungshof einen Bericht über die durchgeführte Evaluation vorzulegen:

> ***Die Deutsche Welle erstellt für den vierjährigen Planungszeitraum der Aufgabenplanung einen Bericht über die durchgeführte Bewertung ihrer Angebote und deren Wirkungen. Dabei bezieht sie den Sachverstand Dritter aus dem In- und Ausland ein.***
>
> **DWG, § 4c Absatz 2**

Die DW leitet ihre Aufgaben für den vierjährigen Planungszeitraum aus dem DWG ab und legt sie in der **Aufgabenplanung** dar. Die aktuelle Aufgabenplanung gilt für die Jahre 2022 bis 2025 und formuliert folgende Wirkabsicht:

> ***Die DW befähigt Menschen weltweit, sich auf Basis unabhängiger Informationen, verlässlicher Fakten und eines ungehinderten Austauschs eigene Überzeugungen zu bilden und diese in gesellschaftlichen Debatten zu vertreten.***
>
> **Aufgabenplanung der DW 2022–2025**

Die Evaluation liefert Erkenntnisse darüber, ob und wie die DW diese Wirkungsabsicht einlösen konnte. Sie bezieht sich auf den Zeitraum der Aufgabenplanung. Der vierjährige Planungszeitraum der aktuellen Aufgabenplanung beginnt 2022 und endet 2025, bezieht aber wesentliche Entwicklungen aus 2021 mit ein, falls diese nach Veröffentlichung des Evaluationsberichts von 2021 relevant geworden sein sollten. Um als Grundlage für die neue Aufgabenplanung 2026–2029 dienen zu können, wird die Evaluation im Jahr 2025 realisiert. Methodisch lehnt sich diese Evaluation an die vorangegangenen aus den Jahren 2010, 2013, 2017 und 2021 an. Dadurch können die Ergebnisse mit denen aus früheren Evaluationen verglichen und Entwicklungen nachvollzogen werden.

Die Evaluation der journalistischen Angebote der DW verfolgt vier Ziele: **Legitimation, Kontrolle, Lernen** und **Dialog**.[130] In erster Linie erfüllt sie eine *Legitimationsfunktion*: Mit der Evaluation legt die DW ihrem Mittelgeber dar, wofür und wie sie die Mittel eingesetzt und welche Ziele und Wirkungen sie damit erreicht hat. Dadurch

129 Die DW definiert ihre Zielgruppe als Akteurinnen und Akteure der öffentlichen Meinungsbildung. Zur Zielgruppe und den

130 Zu den Funktionen von Evaluationen Stockmann 2004.

ermöglicht die Evaluation aus Sicht des Mittelgebers *Kontrolle*, weil sie auf Basis klar definierter Indikatoren eine Bewertung aller Aktivitäten und Angebote der DW erlaubt. Die Veröffentlichung der Evaluationsergebnisse ermöglicht ferner einen *Dialog* über Ziele und Wirkungen des Medienangebots zwischen der DW, den Bürgerinnen und Bürgern sowie Politik und Fachöffentlichkeit.

Für die DW ist die Evaluation darüber hinaus ein zentraler Faktor ihrer strategischen Angebotsentwicklung: Hierfür bewertet sie in einem internen und partizipativen Prozess regelmäßig alle Angebote und passt diese auf Basis der Ergebnisse an (*Lernfunktion*). Denn nur durch kontinuierliche Verbesserung kann die DW ihre Ziele erreichen, insbesondere vor dem Hintergrund geopolitischer Herausforderungen, dynamischer Medienmärkte, steigenden Wettbewerbsdrucks und sich verändernder Nutzungsgewohnheiten. Aus methodischer Sicht stellt der vorliegende Bericht also eine **Evaluationssynthese** dar. Er fasst die Ergebnisse verschiedener Auswertungen der Sprachangebote zusammen.

Evaluationsgegenstand ist das gesamte DW-Medienangebot in 32 Sprachen. Es umfasst die journalistischen Fernseh-, Radio- und Digitalangebote. Die DW führt seit Einführung des Prozesses im Jahr 2008 regelmäßig Evaluationen ihrer Medienangebote durch. Um die Unabhängigkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, wird die Evaluation von einer Organisationseinheit vorgenommen, die unabhängig vom *Programming* sowie von den anderen Fachdirektionen ist. Die Evaluation liegt in der Zuständigkeit der Abteilung *Corporate Strategy*, die dem *Directorate General* angehört. Die Abteilung *Corporate Strategy* steuert zentral den Prozess der unternehmensweiten Strategieentwicklung für die DW[131]. Regelmäßige Erfolgsprüfungen ermöglichen eine kontinuierliche Anpassung der gewählten Strategien an sich verändernde interne und externe Einflussfaktoren.

Durch die strikte Trennung zwischen Programmgestaltung und Evaluation handelt es sich nicht um eine Selbstevaluation – bei einer solchen wäre die evaluierende Abteilung identisch mit derjenigen, die das Programm erstellt. Stattdessen ist der Bericht eine interne Evaluation.[132] Dies gewährleistet, dass die innerhalb der Organisation gewachsene Sachkenntnis in den Evaluations- und Lernprozess einfließt. Außerdem genügt die Evaluation dadurch den Grundsätzen von Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Effizienz. Denn eine angemessene externe Evaluation von Medienangeboten in 32 Sprachen für disparate Medienmärkte verschiedener Weltregionen und für alle unterschiedlichen Medien, etwa durch ein Konsortium externer Evaluierender, wäre ungleich teurer. Zudem werden im Rahmen der einzelnen Evaluationen länder- bzw. regionenspezifische Schwerpunkte gesetzt, die sich an aktuellen Fragestellungen orientieren und sich systematisch im Zeitverlauf über die Jahre ergänzen.

Die DW Akademie ist im Rahmen dieses Evaluationsberichts ein Sonderfall: Ihr Schwerpunkt ist die Medienentwicklungszusammenarbeit und diese grenzt sich in ihrer Wirkungsweise von den Medienangeboten der DW ab. Deshalb ist die DW Akademie auch nicht Teil des Wirkungsmodells (siehe Abschnitt 2.3), welches dieser Evaluation zugrunde liegt. Der Grund hierfür ist, dass die DW Akademie vor allem zeitlich begrenzte Projekte durchführt. Dadurch bieten sich *ex post*-Evaluationen an, die also direkt nach Projektabschluss durchgeführt werden. Zudem können die Projekte der DW Akademie eine Vielzahl unterschiedlicher Ziele mit zum Teil interdisziplinären Ansätzen haben. Deshalb greift die DW Akademie auf externe Evaluationen zurück, denn dadurch wird sie der Diversität der Wirkabsichten am besten gerecht. Demgegenüber haben die Medienangebote der DW keinen Abschluss, sondern werden kontinuierlich ausgewertet, was unmittelbar in die Angebotsentwicklung einfließt. Außerdem kann die DW ihre verschiedensprachigen Medienangebote standardisiert evaluieren, weil sie stets dieselben Wirkweisen von Medien annimmt. Bei der DW Akademie ist dies aufgrund der Vielfalt der Projekte nicht möglich. Trotz dieser Unterschiede gibt der Evaluationsbericht auch einen Überblick über die Projekte der DW Akademie. Eine exemplarische Zusammenfassung der Projektevaluationen findet sich in den Kapiteln 4 und 5.

Obwohl die Evaluation der DW-Medienangebote intern erfolgt, ist **externer Sachverstan**d unabdingbar. So erfolgt die Bewertung der Medienangebote durch Studien internationaler Forschungsinstitute. Sie befragen sowohl Medienexpertinnen und -experten als auch Mitglieder der DW-Zielgruppe. So kann die Evaluation die Angebote vor dem Hintergrund ihres jeweiligen regionalen Medienmarkts sowie der Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe adäquat beurteilen. Nicht nur Bundestag und Bundesrechnungshof, sondern auch das Fachpublikum begrüßten die Vorgehensweise der Evaluationen aus den Jahren 2010, 2017 und 2021. Die DW hat das der Evaluation zugrundeliegende Wirkungsmodell sowie das Evaluationskonzept

131 Die DW rekrutiert dabei Fachleute aus den folgenden Berufsfeldern: Journalismus, Wissenschaft und Forschung (Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus der Medienwissenschaft oder anderen Sozialwissenschaften) sowie Beratung oder Management von Medienunternehmen.

132 Stockmann 2007.

kontinuierlich weiterentwickelt. Über die Jahre haben es verschiedene Evaluationsexpertinnen und -experten begutachtet. Evaluationsmethodikerin Dr. Vera Hennefeld, *Centrum für Evaluation (CEval)* Saarbrücken, sowie Dr. Thomas Renz, Kultur- und Sozialwissenschaftler, *Institut für Kulturelle Teilhabeforschung*, haben das aktuelle Konzept überprüft.

> ***Insgesamt ist festzuhalten, dass der Evaluationsbericht 2025 auf einer sehr guten und ausgereiften Evaluationskonzeption basiert, die ein überzeugendes theoriebasiertes und multimethodisches Vorgehen integriert. Diese lässt qualitativ hochwertige und valide Evaluationsbefunde erwarten, die als Basis für die Aufgabenplanung 2026 bis 2029 dienen können und dazu geeignet sind, den im DW-Gesetz verankerten Evaluationsauftrag vollumfänglich zu erfüllen.***
>
> **Dr. Vera Hennefeld, Leiterin der Arbeitsbereiche Bildung und Kultur sowie Gesellschaft und Soziales der CEval GmbH**

> ***Die Arbeit der DW zu evaluieren ist inhaltlich komplex und methodisch herausfordernd. Das gilt vor allem für Impact-Ziele wie die Stärkung von Informationsfreiheit und unabhängiger Meinungsbildung. Der Evaluationsbericht 2025 nimmt mit seiner Methodik einen kritischen Blick auf die Herausforderungen der Erforschung von Wirkung journalistischer Arbeit auf die Gesellschaft ein. Die dargestellten theoretischen Modelle und empirischen Verfahren begegnen diesen angemessen und lassen einen wissenschaftlich anspruchsvollen und gleichzeitig praxistauglichen Evaluationsbericht erwarten.***
>
> **Dr. Thomas Renz, Institut für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) der Stiftung für Kulturelle Weiterbildung und Kulturberatung**

2.2 Qualitätssicherung der Evaluation

Wie bereits in den vorangegangenen Evaluationen orientiert sich die DW in diesem Bericht an den Evaluationsstandards der *Deutschen Gesellschaft für Evaluation (DeGEval)*. Diese sollen Evaluationen weiter professionalisieren, ihre Qualität sichern und perspektivisch erhöhen.[133] Die *DeGEval* unterscheidet vier Eigenschaften einer hochwertigen Evaluation: **Nützlichkeit, Durchführbarkeit, Fairness** und **Genauigkeit**. Jede dieser vier Eigenschaften ist durch insgesamt 25 Einzelstandards definiert.

Dabei haben die Standards „keinen zwingend verbindlichen Charakter“[134], vielmehr stellen sie „Maximalansprüche“ [135] dar. In welchem Umfang eine Evaluation sie tatsächlich berücksichtigen kann, ist im konkreten Einzelfall zu entscheiden. Zudem formulieren einige Standards gegensätzliche Forderungen, beispielsweise nach wissenschaftlicher Genauigkeit und Effizienz. Die *DeGEval* weist deshalb darauf hin, dass einzelne Standards bei bestimmten Evaluationen nicht oder nicht vollständig anwendbar sind. Deshalb wird hier dargestellt, inwiefern die DW den einzelnen Kriterien Rechnung getragen hat.

2.2.1 Nützlichkeit

Die Evaluation soll sich an einem abgestimmten Evaluationszweck und dem Informationsbedarf der Adressaten ausrichten. Voraussetzung hierfür ist zunächst die **Identifizierung der Beteiligten und Betroffenen** (Standard N1[136]). Im Fall der DW-Evaluation sind insbesondere die Politik und die an der Produktion und Distribution beteiligten Bereiche und Abteilungen der DW zu nennen. Der Informationsbedarf der politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger ergibt sich im Wesentlichen aus dem DWG und aus der Aufgabenplanung der DW. Den betroffenen Abteilungen innerhalb der DW sind die Ergebnisse der Evaluation bekannt: *Corporate Strategy* präsentiert sie den Beteiligten und stellt sie anschließend allen Kolleginnen und Kollegen zur Verfügung.

Die **Klärung der Evaluationszwecke** (N2) ergibt sich im Falle des Evaluationsberichts ebenfalls unmittelbar aus

133 Deutsche Gesellschaft für Evaluation e.V. 2017.
134 Stockmann 2016.
135 Widmer 2000.
136 Nummerierung übernommen aus DeGEval 2017.

dem DWG. Zudem dient die Evaluation der strategischen Angebotsentwicklung und dem organisationalen Lernen.

Die **Kompetenz und Glaubwürdigkeit der Evaluierenden** (N3) ist von diesen selbst nicht zu bewerten. Allerdings sei darauf hingewiesen, dass alle an der Evaluation beteiligten Personen über eine entsprechende akademische Ausbildung verfügen. Ein erfahrenes, interdisziplinäres Team mit Kompetenzen in Journalismus, Sozial-, Politik-, Wirtschafts- und Medienwissenschaften führte die Evaluation durch.

Auswahl und Umfang der Informationen (N4) sollen dem Erkenntnisgewinn dienen, also die zu untersuchende Fragestellung beantworten und dabei den Informationsstand und bedarf der Adressaten berücksichtigen. Der nächste Abschnitt begründet die hier getroffene Auswahl der verwendeten Informationen ausführlich.

Entsprechend dem Standard der **Transparenz von Werthaltungen** (N5) legt die Evaluation dar, auf welchen Perspektiven und Annahmen die Interpretation von Ergebnissen beruht. Dabei beschreiben die einzelnen Kapitel die Ergebnisinterpretation und nennen alle relevanten Kontextfaktoren.

Die Evaluation zielt auf **Vollständigkeit und Klarheit der Berichterstattung** (N6) ab. Allerdings haben die Adressaten unterschiedliche Kenntnisstände über die Medienangebote der DW, und diese sind mit 32 Sprachen sehr vielfältig. Die Evaluation muss zwischen Vollständigkeit und Verständlichkeit in der Darstellung abwägen. Aus diesem Grund kann sie nur bedingt dem Erkenntnisinteresse aller Adressaten gerecht werden.

Durch die **Rechtzeitigkeit der Evaluation** (N7) können ihre Ergebnisse in anstehende Entscheidungsprozesse einfließen. Dazu gehört zuvorderst die Aufgabenplanung der DW für die Jahre 2026–2029.

Um **Nutzung und Nutzen der Evaluation** (N8) zu optimieren, erhalten die Betroffenen bereits im Laufe einer Evaluation Rückmeldung über die Ergebnisse. Das soll sie dazu ermuntern, die Evaluation aufmerksam zur Kenntnis zu nehmen und als Entscheidungsgrundlage zu betrachten. Der Evaluationsbericht soll für eine Vielzahl von Adressaten mit unterschiedlichen Erwartungen und Anforderungen nützlich sein.

2.2.2 Durchführbarkeit

Die Evaluation muss realistisch und somit durchführbar sein. Hierzu beruht sie auf **angemessenen Verfahren** (D1): Der durch die Evaluation entstehende Aufwand muss in einem angemessenen Verhältnis zum erwarteten Nutzen stehen. Da die in diesem Evaluationsbericht dargestellten Ergebnisse auch auf die strategische Weiterentwicklung der DW-Angebote einzahlen, geht der Nutzen der angewandten Verfahren über den eigentlichen Evaluationsbericht hinaus.

Durch **diplomatisches Vorgehen** (D2) soll die Evaluation eine möglichst hohe Akzeptanz unter den Beteiligten und Betroffenen erfahren. Daher ist der Evaluationsprozess im Rahmen der strategischen Angebotsentwicklung partizipativ: Die Teilnehmenden an der Angebotsentwicklung kennen die Ergebnisse der Evaluation und lassen sie in ihre Entscheidungen einfließen.

Von der so erzielten Akzeptanz leitet sich schließlich die **Effizienz der Evaluation** (D3) ab. Der Nutzen des Evaluationsberichts selbst – über die alleinige Erfüllung der Anforderung des DWG hinaus – ergibt sich aus den Rückmeldungen zu vorangegangenen Evaluationen: Der Bericht schafft für die deutsche Öffentlichkeit und die Politik Transparenz über die Arbeit der DW, über den Einsatz der Steuergelder und das hierdurch erzielte Ergebnis.

2.2.3 Fairness

Formale Vereinbarungen (F1) halten die Pflichten der an der Evaluation beteiligten Abteilungen schriftlich fest. Dies erfolgte bei dieser Evaluation durch ein umfassendes Konzept, Zeitpläne und Anforderungen.

Sicherheit, Würde und Rechte der in die Evaluation einbezogenen Personen unterliegen dem **Schutz individueller Rechte** (F2). Dies wurde bei allen Evaluationsfragen und ihrer Auswertung sichergestellt. Aus diesem Grund veröffentlicht der Bericht beispielsweise nicht die Namen der befragten Medienexpertinnen und -experten.

Stärken und Schwächen des Evaluationsgegenstands werden einer möglichst **umfassenden und fairen Prüfung** (F3) unterzogen. Sie ist umfassend, weil die Evaluation den hohen Anforderungen zur Bewertung von weltweit distribuierten Medienangeboten entspricht. Dafür bewertet sie die Inhalte zum Beispiel anhand von vier unterschiedlichen Qualitätsaspekten (siehe Abschnitt 2.3). Sie ist außerdem fair, weil sie einheitliche Methoden und Kriterien

anwendet und dabei Ressourcen sowie regionale Kontexte für alle Angebote berücksichtigt.

Die DW stellt die **unparteiische Durchführung und Berichterstattung** (F4) sicher, indem sie alle empirischen Befragungen von unabhängigen Instituten durchführen und auswerten lässt. Auch ist die federführende Abteilung *Corporate Strategy* weder an der Produktion oder Distribution der Inhalte noch an der Durchführung der Marktforschungsstudien beteiligt.

Die Präsentation der Ergebnisse und ihre Veröffentlichung im Intranet stellt die **Offenlegung der Ergebnisse** (F5) vor allen Beteiligten und Betroffenen DW-intern sicher. In Form des vorliegenden Berichts ist die Evaluation für die externen Adressaten zugänglich. Die DW veröffentlicht ihn entsprechend den Vorgaben des DWG, unter anderem auf der Webseite der DW.

2.2.4 Genauigkeit

Die **Beschreibung des Evaluationsgegenstandes** (G1) erfordert eine klare und genaue Dokumentation. Kapitel 4 erläutert alle Medienangebote ausführlich.

Die **Kontextanalyse** (G2) beschreibt Faktoren, die mit dem Evaluationsgegenstand in unmittelbarem Zusammenhang stehen und deshalb berücksichtigt werden sollten. Dazu zählen Aktivitäten und Ressourcen der DW zur Produktion und Distribution der Medienangebote[137] sowie die Rahmenbedingungen in den einzelnen Medienmärkten.[138] Die DW kann solche Kontextfaktoren nur zum Teil beeinflussen. So verwendet sie Ressourcen entsprechend ihren strategischen Schwerpunkten, aber der Geldgeber entscheidet über den Umfang dieser Ressourcen. Darüber hinaus liegen viele Kontextfaktoren in den einzelnen Medienmärkten außerhalb des Einflussbereichs der DW. Dazu gehören Zensurmaßnahmen, ökonomische Entwicklungen sowie Änderungen des Algorithmus auf den jeweiligen Plattformen[139] und Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe. Die Evaluation nimmt solche Kontextfaktoren deshalb als gegeben an. Der Umfang der Beschreibung orientiert sich dabei an der Relevanz solcher Einflüsse für die Bewertung der Evaluationsergebnisse. Die Evaluation beschreibt deshalb nicht alle denkbaren Kontextfaktoren: Das stünde im Widerspruch zu anderen Standards wie N4 (Anzahl und Umfang der Informationen) und D3 (Effizienz der Evaluation). So geht die Evaluation nicht systematisch auf wirtschaftliche und demografische Entwicklungen ein, sondern nur dann, wenn das im Kontext des jeweiligen Medienmarkts relevant für die Angebote der DW ist.

Die **Beschreibung von Zweck und Vorgehen** (G3) erfolgt im vorliegenden Kapitel, in Kapitel 5 zur Wirkung der Angebote und im ausführlichen Studienverzeichnis im Anhang.

Ein Studien- und Quellenverzeichnis gewährleistet die **Angabe von Informationsquellen** (G4). Die empirischen Studien der DW orientieren sich an den Forschungsstandards der *Conference of International Broadcasters' Audience Research Services (CIBAR)* und der *European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR)*.[140] Deshalb liegen **valide und reliable Informationen** (G5) vor. So arbeitet die DW ausschließlich mit Instituten zusammen, die sich *ESOMAR*-Standards verschreiben, um eine hohe Qualität der Ergebnisse zu gewährleisten. Die Zusammenarbeit mit den Medienforscherinnen und -forschern anderer internationaler Anbieter im Rahmen der *CIBAR* stellt eine gemeinsame, valide Datenbasis sicher. Informationen zu den Standards der *ESOMAR* und *CIBAR* finden sich weiter unten in diesem Kapitel.

Die **systematische Fehlerprüfung** (G6) erfolgte sowohl während der Erhebung der Daten als auch bei der Erstellung des Evaluationsberichts in mehreren Qualitätssicherungsstufen. So galt für alle Texte das vier-Augen-Prinzip. Außerdem überprüfte die Abteilung *Market and Audience Insights* alle Daten der Kapitel 4 und 5 auf ihre Richtigkeit.

Die **Analyse qualitativer und quantitativer Informationen** (G7) soll fachlichen Maßstäben angemessen und systematisch erfolgen, um die Fragestellungen der Evaluation effektiv beantworten zu können. Abschnitt 2.4 beschreibt die verwendeten quantitativen und qualitativen Verfahren.

137 Siehe Kapitel 3.
138 Siehe Kapitel 4.
139 Siehe Kapitel 4.

140 ICC/ESOMAR 2016.

2.3 Wirkungsmodell und Evaluationskriterien

Das der Evaluation zugrundeliegende Wirkungsmodell beruht im Kern auf einem Modell nach McLaughlin sowie Bickman.[141] In der Evaluationsliteratur hat sich als Werkzeug zur Durchführung von Evaluationen die Argumentation eines solchen logischen Modells bzw. Pfadmodells etabliert, das die Stufen und Ebenen der Evaluation in einer logischen und aufeinander aufbauenden Abfolge darstellt. So weist die Evaluation für jede Stufe messbare Indikatoren aus und erhebt diese einheitlich. In vergangenen Evaluationsberichten wurden für dieses Modell beide Begriffe synonym verwendet. Der Verständlichkeit halber soll das Evaluationsmodell der DW im Folgenden als Wirkungsmodell bezeichnet werden. **Das Wirkungsmodell legt stufenweise den Zusammenhang zwischen Mitteleinsatz und Zielen dar.** Gemäß dem Modell ermöglichen eingesetzte Ressourcen (etwa Budget) die notwendigen Aktivitäten (etwa Produktion). Hieraus resultiert Output (das Produkt), mit dem die DW direkte und indirekte Wirkungen erzielt (etwa Nutzung und Lernen). Damit veranschaulicht das Wirkungsmodell, welche Wirkungshypothesen die Evaluation bei der DW annimmt, die im Rahmen der Evaluation überprüft werden sollen (Abbildung 6). Die Plausibilität dieser Annahmen sichert die DW mithilfe von Erkenntnissen aus qualitativen Befragungsmethoden, Experimenten und Korrelationsstudien ab, auf die in Folge näher eingegangen werden soll. Die Studien führt die DW auch in Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern durch.

Das Modell beinhaltet folgendes Wirkungsziel: Die Angebote der DW sollen Menschen weltweit befähigen, sich auf Basis unabhängiger Informationen, verlässlicher Fakten und eines ungehinderten Austauschs eigene Überzeugungen zu bilden und diese in gesellschaftlichen Debatten zu vertreten.

Daraus abgeleitet ergeben sich **drei Wirkungsarten**, die die DW erzielen möchte:

- **Die DW trägt zur weltweiten Informationsfreiheit bei.** So gibt sie in einem Umfeld von Propaganda und Desinformation eine verlässliche und glaubwürdige Orientierung durch faktenbasierte Informationen zur Aufklärung.
- **Die DW fördert Meinungsbildung und Dialog.** Durch freie und unabhängige Information ermöglicht die DW Nutzenden, sich eine eigene Meinung zu bilden. Auf dieser Grundlage können sie an gesellschaftlichen Debatten und Diskussionen teilnehmen.
- **Die DW vermittelt freiheitlich-demokratische Werte**, für die Deutschland steht. Die DW fördert das Verständnis, indem sie Foren für deutsche, europäische und andere Sichtweisen auf das Weltgeschehen bietet.

Die DW strebt dabei das übergeordnete Ziel an, einen Beitrag zur Förderung des Verständnisses und des Austausches der Kulturen und Völker zu leisten. Die Angebote der DW sollen Deutschland dabei als europäisch gewachsene Kulturnation und freiheitlich-demokratischen Rechtsstaat vermitteln. Sie sollen deutschen und anderen Sichtweisen zu wesentlichen Themen vor allem der Politik, Kultur und Wirtschaft sowohl in Europa wie auch anderen Kontinenten ein Forum geben.

Indikatoren für den Impact der DW-Angebote sind:

- Einschätzung des Informationsgehalts der Berichterstattung der DW durch Nutzerinnen und Nutzer (umfassende Berichterstattung, Glaubwürdigkeit, Reduktion von Informationslücken, Perspektiven auf Themen in Zielregionen).
- Steigerung der Medienkompetenz (Fähigkeit, Faktisches und glaubwürdige Berichterstattung zu identifizieren).
- Positive Einstellung zu demokratischem Grundkonsens (erfragtes Wissen über und Einstellungen zu Demokratie, Menschenrechten, Freiheit, Gleichberechtigung, Meinungs- und Versammlungsfreiheit).
- Gestiegene Dialogbereitschaft (Akzeptanz eines diversen Meinungsspektrums, Argumentation auf sachlicher Basis, Verständnis dialogorientierter Debattenkultur).

Das Wirkungsmodell macht also nachvollziehbar, wie die DW mit konkreten Medienprodukten abstrakte Ziele erreichen will. Gleichwohl ist der Zusammenhang zwischen Inhalten und deren Wirkung komplex. Deshalb berücksichtigt der Bericht auf allen Stufen des Modells sogenannte Kontextfaktoren. Beispielsweise hängt die Nutzung eines Angebots nicht nur von der Finanzausstattung der Redaktion ab, sondern auch von den Marktbedingungen in der Zielregion, also Faktoren wie Gewohnheiten der Mediennutzung, Medienregulierung oder Wettbewerb. Relevante Kontextfaktoren auf Impact-Ebene sind:

141 McLaughlin & Jordan 2015, Bickman 1987.

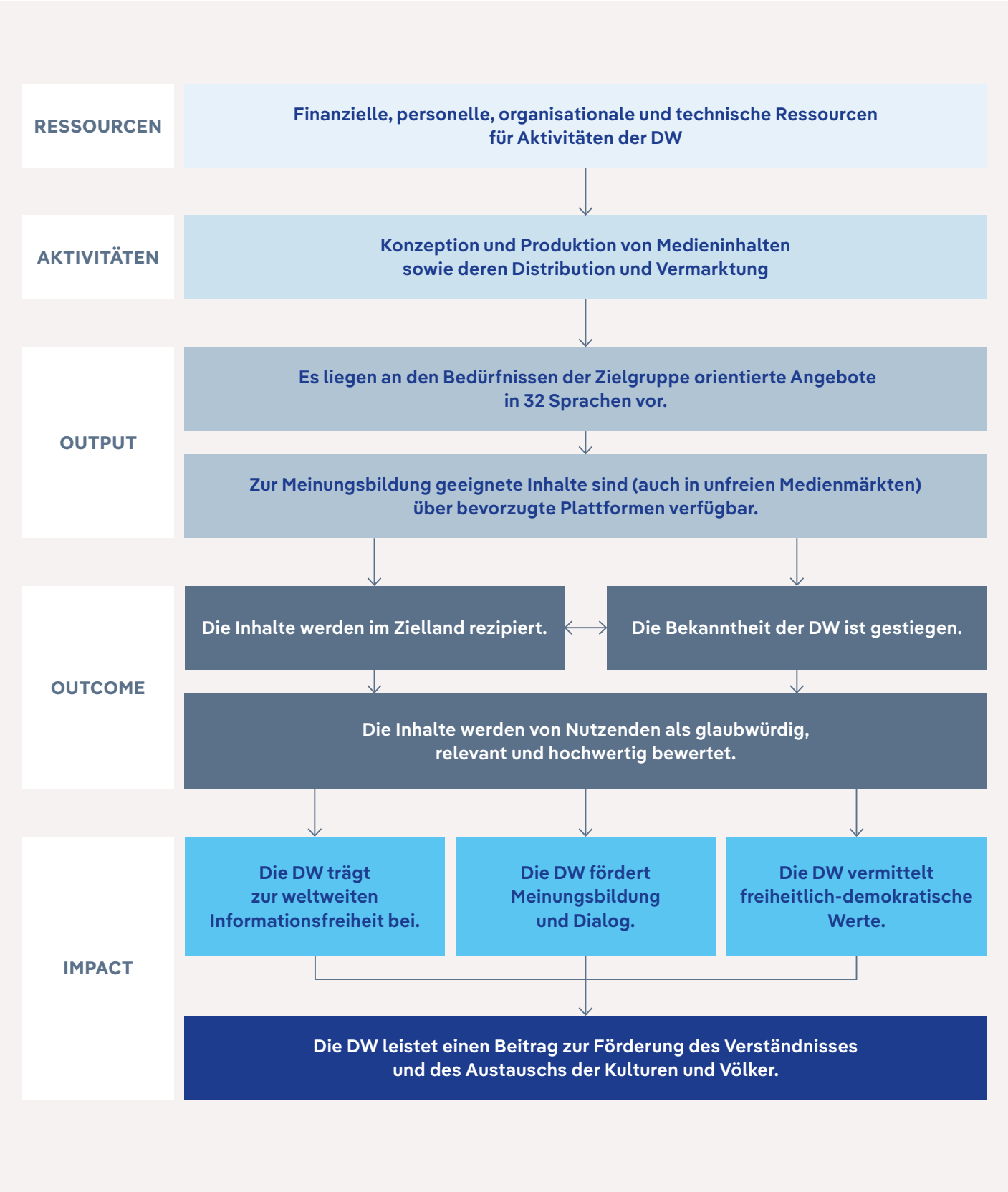


Abbildung 6: Das Wirkungsmodell der DW

- Politische und kulturelle Prägung der Zielgruppe (Staatsform der Heimat, Rollenverständnis).

- Gesetzliche Rahmenbedingungen (Meinungsfreiheit, Pressefreiheit).

- Weltoffenheit der Zielgruppe (Toleranz gegenüber anderen Kulturen, Minderheiten, Andersdenkenden).

Auch geht die DW davon aus, dass hochwertige zielgruppengerechte Inhalte zu höherer Nutzung durch die spezifische Zielgruppe führen. Das liegt an der Zielgruppendefinition der DW: Ein gebildetes, politisch-gesellschaftlich interessiertes Publikum nutzt tendenziell anspruchsvollere Inhalte. Deshalb setzt die DW auf relevante Themen, engen Bezug zur Lebenswirklichkeit der Zielgruppe und hochwertige Aufbereitung.

Das Wirkungsmodell ermöglicht es der DW, den Zusammenhang zwischen Mitteleinsatz, Angebotsqualität und Wirkung aufzuzeigen.[142] Gleichzeitig bleibt der Nachweis der Wirkung von journalistischen Angeboten anspruchsvoll. Einerseits muss die DW Nutzung und wahrgenommene Qualität in möglichst allen Zielländern beforschen, denn sowohl die DW-Angebote als auch die Marktbedingungen sind regional unterschiedlich. Andererseits kann es sich die DW finanziell nicht leisten, in allen Zielländern umfassend zu forschen. Deshalb führt sie so oft wie möglich gemeinsame Studien mit anderen internationalen Informationsanbietern durch. Neben erheblichen Kostenvorteilen erzielt sie so auch eine einheitliche Währung für die Reichweite. Ein weiterer wesentlicher Vorteil gemeinsamer Studien besteht darin, dass sie im Sinne eines *Benchmarkings* einen Vergleich mit dem Erfolg anderer Anbieter erlauben. Diese Kooperationsforschung hat aber auch Nachteile. Die Zielregionen der internationalen Informationsanbieter unterscheiden sich. Entsprechend muss die DW Forschung für spezifische Regionen daher auch oftmals allein finanzieren. Somit untersucht die DW nicht die Wirkung aller Sprachangebote, sondern die einer Auswahl repräsentativer Angebote aus allen Weltregionen. Ein Rückschluss auf das Gesamtangebot erlaubt sich durch die Evaluationssystematik, durch die im Zeitverlauf die systematische Beforschung vieler Länder möglich ist und damit auch Erkenntnisse über das Gesamtangebot generiert werden. Die DW versucht, **in jedem Evaluationszyklus Nutzung und Bewertung der Angebote in relevanten Zielländern** mindestens einmal zu erfassen.

Darüber hinaus steht die DW vor einer theoretischen Herausforderung, auf die auch schon in der Vergangenheit hingewiesen wurde.[143] Wie kann nachgewiesen werden, dass Medien auf Nutzende wirken, und wie sieht diese Wirkung aus? Um diese Fragen zu beantworten, greift die DW deshalb wie in der Vergangenheit auf korrelative Methoden zurück. Die empirische Datengrundlage des Evaluationsberichts 2025 besteht aus einer Vielzahl von Studien für den Zeitraum 2021 bis 2024, die auf Ebene der Reichweiten sowie der Akzeptanz- und Wirkungsforschung ansetzen. Da der Bericht 2025 erscheint, ist eine Laufzeit der Studien bis maximal Anfang 2025 möglich. Der dabei **realisierte Daten- und Methodenmix wird um qualitative Erhebungen auf Zielgruppenebene** erweitert, um einen vertieften Einblick in die Wirkmechanismen zu erhalten. Dabei gilt, dass die DW Menschen weltweit befähigen möchte, sich auf Basis unabhängiger Informationen, verlässlicher Fakten und eines ungehinderten Austauschs eigene Überzeugungen zu bilden und diese in gesellschaftlichen Debatten zu vertreten. Lediglich experimentelle Designs können Wirkungen von Medien auf Einstellungen und Verhaltensweisen aufzeigen. Solch aufwändige Forschung ist aber für die DW nicht vollumfänglich durchführbar, zumal sie 32 Sprachangebote beforschen müsste. Sie führt daher exemplarische Wirkungsstudien mit experimentellem Forschungsdesign durch. Diese Art der Wirkungsforschung ist mit vertretbarem Aufwand realisierbar. Dabei stützt sie sich auf eine Reihe von Annahmen zu Kausalitäten. Um die Angebote noch effektiver gestalten zu können, soll der Evaluationsbericht auch diese Kausalitäten näher erforschen. Dadurch erhofft sich die DW Rückschlüsse auf die Wirkmechanismen ihrer Inhalte.

In quantitativen Designs wird geprüft, wie sich die **Nutzung von DW-Angeboten auf Wissen, Einstellungen und Verhalten von Studienteilnehmenden** auswirkt. Dazu werden Nutzende von DW-Angeboten oder einem ausgewählten Stimulus mit einer Kontrollgruppe verglichen, deren Mitglieder keinen Kontakt zu DW-Angeboten hatten. Ein Vergleich ihrer Antworten erlaubt es, auf die Wirkung von DW-Angeboten zu schließen. So lässt zum Beispiel eine höhere Zustimmung zu demokratischen Grundwerten unter DW-Nutzenden auf positive Effekte der DW-Nutzung schließen.

142 Die Bewertung der Angebotsqualität obliegt dabei befragten Medienexpertinnen und -experten sowie Mitgliedern der Zielgruppe.

143 Siehe Evaluationsberichte 2021, 2017 und 2013 sowie die Aufgabenplanungen.

2.3.1 Operationalisierung aller Stufen des Wirkungsmodells durch Indikatoren

Die Evaluation der DW gibt über alle Stufen des Wirkungsmodells eingehend Auskunft. Dabei beruft sich sie sich auf eine Fülle interner und externer Indikatoren. Die wichtigsten seien im Folgenden genannt.

Ressourcen sind die Mittel, die die DW zur Produktion und Distribution des Evaluationsgegenstandes einsetzt. Die Ressourcen bestimmen in erheblichem Maße Art und Umfang von Aktivitäten und Output, letztlich also auch die Wirkung der DW-Angebote.

Indikatoren für Ressourcen sind unter anderem:

- Finanzkennzahlen (zum Beispiel Budget je Hauptabteilung sowie Distributionskosten pro Jahr; Auswertung durch die Abteilung *Finance*).

- Personalkennzahlen (Anzahl der Beschäftigten und der bewirtschafteten Planstellen, Anzahl freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Beschäftigungsumfang pro Jahr, Angaben zur Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter; Auswertung durch die Abteilung *People*).

- Technische Ausstattung (Studios sowie deren Ausstattung, Produktionsressourcen wie Anzahl der Schnittplätze; Auswertung auf Basis interner Statistiken).

Gleichzeitig findet die in jeder Zielregion unterschiedliche Ausgangssituation Berücksichtigung, beispielsweise ob DW-Mitarbeitende Arbeitserlaubnisse oder Akkreditierungen vor Ort erhalten. Das beeinflusst die Ressourcenlage vor Ort und bürokratische Aufwände für die DW. Solche Kontextfaktoren kann die DW nicht beeinflussen. Sie können jedoch erheblichen Einfluss auf das Ergebnis jeder Stufe haben. Relevante Kontextfaktoren auf der Ebene der Ressourcen sind:

- Entwicklung der finanziellen Ausstattung der DW (zum Beispiel durch den Deutschen Bundestag verabschiedeter Etat, bewilligte Projektförderungen).

- Bürokratische Abläufe (zum Beispiel durch leicht oder schwer verfügbare Arbeitsgenehmigungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter).

Aktivitäten sind die Maßnahmen, mit denen die DW die in der Aufgabenplanung 2022–2025 definierten Ziele erreichen will:

- Produktion von Inhalten (Konzeption, Recherche, Umsetzung und Gestaltung im Rahmen redaktioneller Schichten, Anzahl der Schichten pro Sprache; interne Statistiken von Redaktionen, Auswertung durch die Abteilungen *People* und *Finance*).

- Art und Umsetzung in der Aufgabenplanung genannter Maßnahmen (Anzahl der geplanten und umgesetzten Projekte wie Distributions-, Technik- und Strukturprojekte; Grundlage sind interne Statistiken).

- Umfang der Zusammenarbeit mit dem deutschen Inlandsrundfunk (Anzahl der übernommenen Inhalte von *ARD*-Landesrundfunkanstalten, *ZDF* und *Deutschlandfunk*; Grundlage sind interne Statistiken).

Relevante Kontextfaktoren auf der Ebene der Aktivitäten sind alle Aspekte, die intern oder extern die Produktion oder Distribution beeinflussen, zum Beispiel Zensurmaßnahmen in den Zielländern, denn daran muss die DW sich anpassen. Relevante Kontextfaktoren sind:

- Verfügbarkeit und Schwierigkeitsgrad der Beschaffung von technischem Equipment.

- DW-interne Strukturen, Arbeitsabläufe und Kapazitäten.

- Weltgeschehen wie politische Unruhen, Wahlen, Kriege und Terror.

- Medienregulierung und Medienpolitik in den Zielregionen, Zensurmaßnahmen.

- Wettbewerbsumfeld und -intensität in den Zielregionen.

Mit Ressourcen und Aktivitäten erstellt die DW ihre **journalistischen Produkte, den Output**. **Indikatoren auf der Output-Ebene** sind:

- Umfang der Inhalte nach Angebotsart, Region und Sprache (zum Beispiel Sendeminuten von Fernseh- und Radiosendungen, Anzahl veröffentlichter Artikel, Social-Media-Beiträge; Grundlage sind interne Statistiken); für die Deutschlernangebote: Beschreibung und Angaben zu Sprachniveau und verfügbaren Sprachversionen.

- Verfügbarkeit der Angebote nach Region und Sprache (Anzahl und Art der Distributionspartner je Zielregion, technische Reichweite[144] der TV-Angebote; interne Statistiken).

144 Siehe Glossar.

– Qualität der Inhalte nach Sprache, Einschätzungen anhand der Kriterien für wahrgenommene Qualität (siehe Abbildung 7). Grundlage sind Program Monitorings mit Interviews durch Expertinnen und Experten.[145]

Auf der Output-Ebene fließen Einschätzungen der Angebotsqualität durch Medienexpertin-nen und -experten ein. Sie sollen beurteilen, ob die DW ihre Inhalte so konzipiert, dass sie die gesetzten Wirkziele erreichen kann. Dadurch gewährleistet die Evaluation, dass neben der subjektiven Wahrnehmung der Angebotsqualität durch die Zielgruppe (siehe Outcome-Indikatoren) auch intersubjektive Daten Beachtung finden.

Relevante Kontextfaktoren auf der Output-Ebene sind beispielsweise:

– Funktionalität von Produktions- und Distributionsworkflows.

– Kooperationen mit lokalen Produktionsfirmen.

– Verfügbarkeit von Informationen aus der Region, zum Beispiel Agenturmaterial, *User-Generated Content*[146], Ausstrahlungsrechte, Zensur, *Jamming*.[147]

Mit **Outcome sind die Resultate der DW-Angebote** gemeint: Wie gut erreicht die DW ihre Zielgruppe? Wie nehmen Nutzende die Qualität der Angebote wahr? Inwiefern fördern DW-Inhalte die Meinungsbildung?

Indikatoren für den Outcome der Angebote sind:

– Reichweite der TV- und Radio-Angebote nach Region und Sprache (zum Beispiel wöchentlicher Anteil der Menschen, die die Medienangebote der DW in allen Sprachen nutzt; repräsentative Befragung durch internationale Forschungsinstitute).

– Reichweite anderer internationaler Informationsanbieter (zum Beispiel wöchentlicher Anteil der Nutzung in %; Befragung durch internationale Forschungsinstitute).

– TV-Ratings der DW-Fernsehkanäle oder einzelner Sendungen (zum Beispiel Anteil der wöchentlichen Nutzerinnen und Nutzer an der Gesamtbevölkerung;

145 Program Monitorings enthalten auch Befragungen von Nutzenden der DW-Angebote. Anders als die empirischen Studien zielen sie also nicht auf eine Befragung potenzieller Zielgruppen-Mitglieder, sondern auf die von tatsächlichen Nutzerinnen und Nutzern von DW-Angeboten, etwa auf digitalen Plattformen.

146 Siehe Glossar.
147 Siehe Glossar.

Dimension	Beschreibung
Relevanz für die Zielgruppen	Die Inhalte sind nah an Alltag und Lebenswirklichkeit der Zielgruppe – die angebotenen Themen tangieren ihre Werte, Interessen, Meinungen oder Bedürfnisse und sind angemessen aktuell, vielfältig und originell.
Journalistische Qualität	Alle bedeutenden Standpunkte und Aspekte eines Themas werden gleichberechtigt und unparteiisch berücksichtigt, eine eigene Urteilsbildung ist möglich. Der Sachverhalt wird über die aktuelle Meldung hinaus umfassend behandelt: Hintergründe werden ausgeleuchtet, Zusammenhänge verständlich gemacht und Auswirkungen erläutert. Die Inhalte der DW werden als sachlich richtig und vertrauenswürdig wahrgenommen.
Präsentation und Form der Inhalte	Die mediale Ausgestaltung der Inhalte ist professionell umgesetzt. Die Themen werden zielgruppengerecht, interessant und zeitgemäß medial aufbereitet sowie verständlich, lebendig und unterhaltsam vermittelt. Die Angebote sind technisch einwandfrei produziert (optisch und akustisch).
Orientierung an der Markenpositionierung der DW	Das Angebot ist als DW-Angebot (wieder-)erkennbar und transportiert den Markenkern über Markenthemen (Freiheit, Wissen, Dialog) und Markenwerte (weltoffen, fundiert, klar).

Abbildung 7: **Die vier Dimensionen der Angebotsqualität**

Ergebnisse technischer Messverfahren internationaler Forschungsinstitute).

- Anzahl der Besuche und Zugriffe auf Online-Angebote je Sprache (monatliche Anzahl Views; Anzahl von Audio-, Video- und Artikelabrufen, Nutzung der Social-Media-Angebote, Interaktionen pro Sprache und Plattform; Web- und Social-Media-Analyse).

- wöchentlich Nutzende pro Region nach Angebotsart (von DW erhobene Gesamtnutzung).[148]

- durch Zielgruppen wahrgenommene Qualität der Inhalte nach Sprache (Abbildung 7 und 8; diverse qualitative Forschungsmethoden wie Fokusgruppen und Tiefeninterviews).

Insbesondere für die **Bewertung der Programmqualität** orientiert sich die DW-Evaluation an den Kriterien von Schatz und Schulz[149] sowie dem Vorgehen anderer interna-tionaler Informationsanbieter wie der *BBC*. Damit entspricht sie der Forderung des DW-Gesetzes nach umfassenden, wahrheitsgetreuen und sachlichen Evaluationen.[150]

Einen Sonderfall bildet die Bekanntheit der DW in der Zielregion. Historisch ist die DW als internationale Informationsanbieterin meist nur einem eingeschränkten Kreis von Nutzenden bekannt. Groß angelegte Werbekampagnen sind wirtschaftlich nicht leistbar. In diesem Sinne kann die DW ihre Bekanntheit nur bedingt beeinflussen. Dennoch können Angebotsgestaltung und bestimmte Distributionsmaßnahmen zur Bekanntheit beitragen. Die DW setzt gezielt auf **Maßnahmen zur Steigerung der Markenbekanntheit in den Zielregionen**.[151] Dementsprechend integriert der Bericht Bekanntheitswerte dort, wo sie vorliegen, auf der Outcome-Ebene, kontextualisiert sie aber entsprechend der jeweiligen Marktsituation.

Relevante Kontextfaktoren auf Outcome-Ebene sind:

- Art und Umfang der Mediennutzung (zum Beispiel zielgruppenspezifische Nutzung verschiedener Medien zur Informationsbeschaffung, Nutzung unterschiedlicher Übertragungswege, Ausstattung der Zielgruppe mit Informationselektronik sowie Internetzugang; interne und externe Studien).

- Medienregulierung und Medienpolitik in den Zielregionen (zum Beispiel Pressefreiheitsindex nach dem Ranking von Reporter ohne Grenzen, Bewertung medienpolitischer Verhältnisse wie Zugang zum Markt für internationale Informationsanbieter; interne und externe Beurteilungen).

- Wettbewerbssituation (zum Beispiel Anzahl internationaler Informationsanbieter nach Angebotsart und Zielregion, Anzahl konkurrierender nationaler oder pan-nationaler Medienanbieter nach Angebotsart und Zielregion, Bewertung der Angebotsqualität anderer internationaler Informationsanbieter; externe und interne Studien und Statistiken).

- Zielgruppenpotential in den Zielregionen (zum Beispiel Anteil der potenziellen Nut-zenden).

Abbildung 8 fasst nach Zielregionen zusammen, welche **Studien die empirische Datengrundlage des Evaluationsberichts** darstellen (RM: Reichweitenstudien, AS: Akzeptanztests, WS: Wirkungsforschung, TV: TV-Ratings). Alle Studien wurden zwischen 2021 und 2025[152] durchgeführt. Für alle Zielregionen liegen zudem Daten zur digitalen Nutzung vor. Um möglichst große Vergleichbarkeit zu schaffen, weist die DW monatliche Durchschnitte für das zweite Halbjahr 2024 oder, wo sinnvoll, den Stand zum 31.12.2024 aus.

Auf der letzten Ebene leitet die DW den **Impact** ab, also inwiefern DW-Angebote Wirkungen in Bezug auf Haltungen und Meinungen ihres Publikums haben. Wie zuvor beschrieben ist der Nachweis von Wirkungen anspruchsvoll und für die DW nicht vollumfänglich leistbar. Das Wirkungsmodell (Abbildung 6) ermöglicht dennoch einen Wirkungsnachweis und macht deutlich, welche Kausalitäten die Evaluation annimmt.

148 Die Kennzahl der Followerinnen und Follower wird nicht mehr als Orientierungswert herangezogen, weil die die Zu- und Abnahme aktuell auf vielen Plattformen stark schwankt und immer nur eine Momentaufnahme ist.
149 Schatz & Schulz 1992.
150 Siehe DW-Gesetz § 5 Absatz 3.
151 So wurden im Jahr 2024 das Corporate Design und die Branding-Systematik der DW grundlegend überarbeitet, die Prägnanz des Markenauftritts der DW und ihrer Angebote gestärkt sowie die Markenbekanntheit (Brand Awareness) als Ziel verankert.
152 Siehe Anhang.

2.4 Informations- und Datengrundlage

Die Evaluation basiert auf einer Fülle von Daten zur Rezeption der Angebote in den Zielregionen. Insgesamt fußt sie auf den Ergebnissen von 77 Studien in 43 Ländern zu den Medienangeboten der DW. Diese beauftragt und betreut die DW-Abteilung *Market and Audience Insights*. Sie übernimmt Analyse und Qualitätssicherung der Forschung. Außerdem trägt sie dafür Sorge, dass die von den Instituten zugelieferten Erkenntnisse einen größtmöglichen Nutzen in der DW erzielen. Über die Jahre hat sich die Abteilung ein breites Leistungsspektrum erarbeitet. Auch erhebt *Market and Audience Insights* alle Online-Daten, die dieser Evaluation zugrunde liegen.

Grundlage von Erhebung und Analyse empirischer Daten sind die von der *Conference of International Broadcasters' Audience Research Services (CIBAR)* und der *European Society for Opinion and Market Research (ESOMAR)* festgelegten Forschungsstandards. Die DW ist Mitglied beider Organisationen und beauftragt nur Institute, die sich den *ESOMAR*-Standards verpflichten und verwendet die Ergebnisse gemäß den *CIBAR*-Standards. Das gewährleistet die hohe Qualität der Ergebnisse und ermöglicht den Vergleich mit anderen internationalen Informationsanbietern.

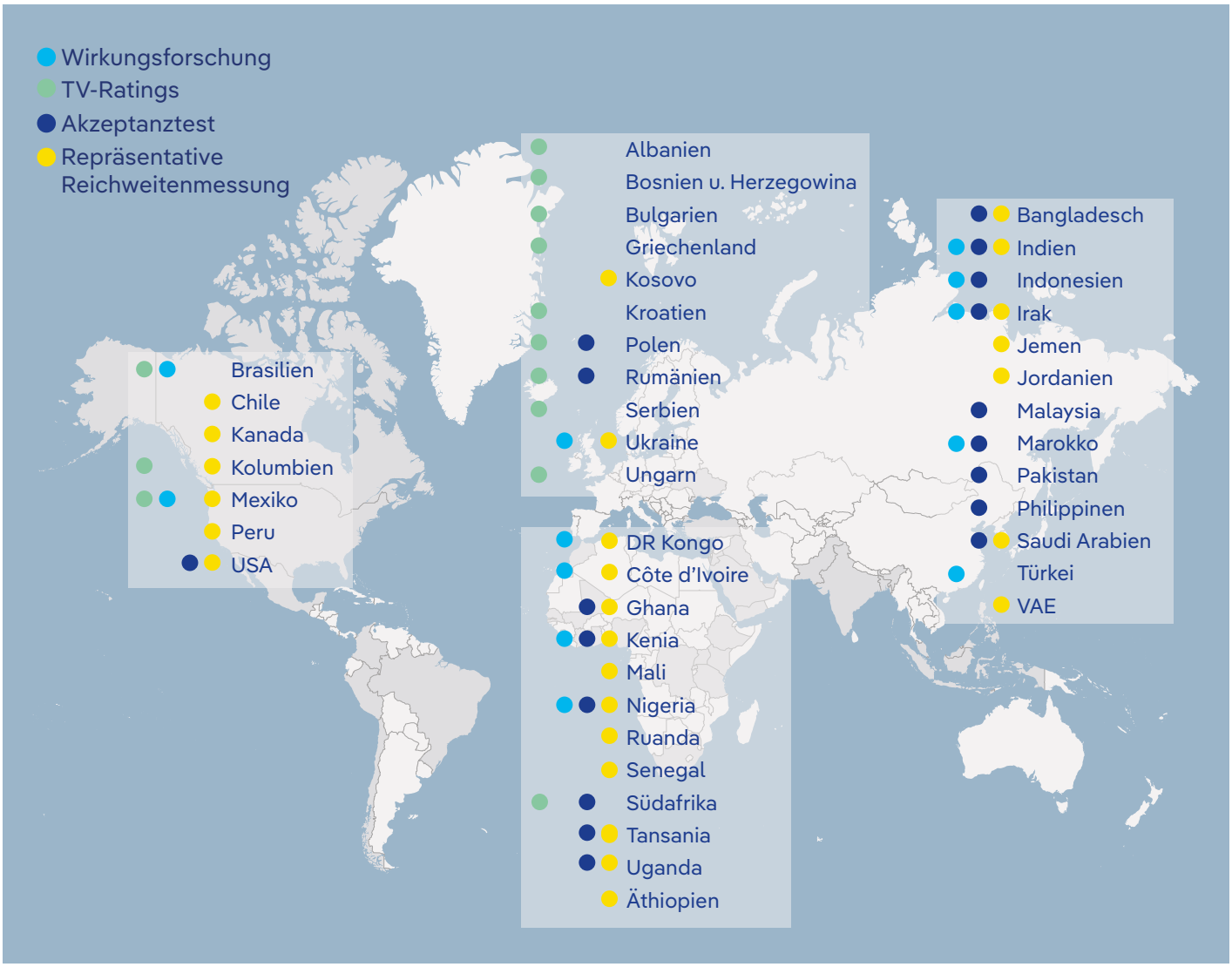


Abbildung 8: **Überblick über die empirische Datengrundlage des Evaluationsberichts**

Diese Form der Forschung ist äußerst aufwändig, entsprechend muss die DW ihre Ressourcen gezielt einsetzen. Für alle Sprachangebote steht eine umfangreiche Datenbasis zur digitalen Nutzung zur Verfügung. Deshalb führt die DW Feldforschung vorrangig in ihren Schwerpunktregionen durch, die in der Aufgabenplanung festgelegt sind. Für Sprachangebote, die mehrere Länder abdecken, hat die DW außerdem primäre Zielländer definiert. Dort werden vorrangig Studien zu Reichweiten und Angebotsqualität durchgeführt.

Die Evaluationen einzelner DW-Angebote sollen vergleichbar sein, damit sie als Grundlage für strategische Entscheidungen dienen können, beispielsweise bezüglich regionaler Schwerpunkte. Daher wendet die DW für alle Weltregionen und für alle Angebote **einheitliche Indikatoren und Methoden** an. Vollkommen einheitliche Einzelevaluationen sind jedoch nicht möglich. Zum einen sind die Angebote selbst nicht identisch, sondern ebenso wie die jeweiligen Marktbedingungen unterschiedlich. Zum anderen ist die Finanzausstattung der DW begrenzt. Die DW muss also ihre Forschungsarbeit sowohl regional als auch inhaltlich fokussieren. Andernfalls müsste sie dieselben Daten zu jedem Land, jedem Indikator und jedem Angebot erheben, bezogen auf 32 Sprachangebote in TV, Radio und Online. Deshalb wendet die DW dem jeweiligen Angebot angemessene Methoden an und gewichtet den Aufwand anhand der in der Aufgabenplanung veröffentlichen Priorisierung der 32 Sprachen und Länder.

Im Folgenden werden die Datenquellen sowie die verwendeten Forschungsmethoden beschrieben. Eine detaillierte Aufstellung aller empirischen Studien findet sich im Anhang des Berichts.

2.4.1 Repräsentative Befragungen

Repräsentative Befragungen liefern der DW systematische Informationen über Nutzung und Bekanntheit ihrer und der Wettbewerberangebote. Dies ist deshalb besonders sinnvoll, weil Nutzung nicht immer technisch messbar ist: In vielen Zielländern der DW gibt es kein System zur technischen Messung, vor allem für Radio wären solche Messungen auch nicht verlässlich.[153] Außerdem ermöglichen Befragungen, die Reichweite in der DW-Zielgruppe explizit auszuweisen. Gleichzeitig können repräsentative Befragungen auch weitere Erkenntnisse liefern. So kann die DW Meinungen, Verhaltensweisen und Interessen der Bevölkerungen in unterschiedlichen Ländern abfragen. Für die strategische Angebotsentwicklung besonders wertvoll sind zudem Erkenntnisse darüber, wie die Zielgruppe Medien nutzt.

Die Daten und Informationen lässt die DW durch unabhängige Forschungsinstitute direkt in den Zielregionen erheben. Hierbei arbeitet sie eng mit anderen internationalen Rundfunkanbietern wie etwa *BBC* zusammen.[154] Durch die einheitlichen Standards und Datengrundlagen ergibt sich eine gemeinsame **Reichweitenwährung** im Auslandsrundfunk: Die Daten der Wettbewerber sind damit vergleichbar. Außerdem sind mit vertretbarem finanziellem Aufwand umfangreiche Untersuchungen in einer Vielzahl von Ländern möglich. Die Ergebnisse sind für die erwachsene Gesamtbevölkerung des jeweiligen Landes repräsentativ[155] oder aber auch für die städtische Bevölkerung, denn die Zielgruppe[156] der DW ist überwiegend urban. Die Stichprobengröße variiert je nach Land zwischen 1.000 und 6.000 Befragten.[157] Die DW wählt sie so, dass sie pro Land auch Aussagen über einzelne Regionen, Angebote oder Teilgruppen treffen kann. Von besonderem Interesse ist dabei die Zielgruppe, denn deren Nutzungsverhalten und Bedürfnisse unterscheiden sich von Land zu Land. Auch die Befragungsmethoden variieren je nach Zielmarkt. Beispielsweise erfolgen Interviews persönlich (*face-to-face*[158]), wenn in einer Region Festnetz-Telefonanschlüsse nicht weit verbreitet sind. In den vorliegenden Bericht haben 27 repräsentative Befragungen aus 27 Ländern Eingang gefunden.

2.4.2 Akzeptanzstudien auf Basis von Tiefeninterviews und Gruppendiskussionen

Qualitative Methoden kommen zum Einsatz, um Angebot und Profil der DW zu bewerten. So ermöglichen Tiefeninterviews und Gruppendiskussionen tiefergehende Erkenntnisse zur Angebotsqualität, auch im Vergleich zu Wettbewerbern. Akzeptanzstudien sind somit ein wichtiges Hilfsmittel, um die Angebote für die Zielgruppe zu verbessern.

Auch Akzeptanzstudien lässt die DW primär nur von *ESOMAR*-zertifizierten Instituten durchführen. Die

153 Siehe 2.4.4 und 2.4.5.

154 Siehe Überblick über die Wettbewerber in Kapitel 1.

155 In Fußnoten und im Studienverzeichnis sind repräsentative Studien mit dem Kürzel RM gekennzeichnet.

156 Siehe Kapitel 1.

157 Dabei unterliegen die Ergebnisse den für repräsentative Studien üblichen Fehlertoleranzen. Diese sind im Studienverzeichnis dargestellt.

158 Siehe Glossar.

Institute rekrutieren die Teilnehmenden und leiten die anschließenden Interviews oder Gruppendiskussionen an. Konkrete Fragestellungen, Markt und Angebot bestimmen das Forschungsdesign: Die Studien sind so geplant, dass die Institute sie unter den Rahmenbedingungen des jeweiligen Marktes durchführen können.[159]

Gruppendiskussionen bieten sich bei Angebotsbewertungen besonders an. Durch die Interaktion mit anderen Teilnehmenden setzt sich die Gruppe intensiv mit den journalistischen Inhalten auseinander und unterschiedliche Perspektiven der Teilnehmenden werden direkt miteinander in Diskussion gebracht. Tiefeninterviews indes liefern genauere Erkenntnisse zu Motiven, Einstellungen und Meinungen. Sie erlauben auch ausführlichere Einschätzungen und kommen deshalb vor allem für Medienexpertinnen und -experten in Betracht. Tiefeninterviews eignen sich aber auch, wenn sich Probandinnen und Probanden nur ungern und weniger offen in einer Gruppendiskussion äußern, beispielsweise aufgrund eingeschränkter Meinungsfreiheit im jeweiligen Land oder bei sensiblen Themen. Tiefeninterviews haben außerdem den Vorteil, dass sich die Teilnehmenden nicht gegenseitig in ihren Antworten beeinflussen können.

Schließlich hat die DW positive Erfahrungen mit onlinebasierten Diskussionsforen gemacht, insbesondere um Online-Angebote zu bewerten. Bei dieser Methode folgt auf eine Phase intensiver Auseinandersetzung mit dem Angebot in der Regel eine mehrtägige Online-Diskussion, die speziell geschulte Forscherinnen und Forscher in der jeweiligen Landessprache moderieren.

Insgesamt wurden 28 Akzeptanzstudien aus 25 Ländern für diese Evaluation verwendet.

2.4.3 Spezielle Studiendesigns

Die oben genannten Forschungsmethoden erörtern Bekanntheit und Reichweite, Mediennutzung der Zielgruppe und Angebotsqualität. Andere Fragen erfordern hingegen spezielle Forschungsdesigns.

Dies gilt insbesondere für den **Nachweis der Wirkung** der DW-Angebote.[160] Für den Evaluationsbericht 2025 hat die DW ihre Wirkungsforschung deutlich überarbeitet. Wie zuvor kommt eine standardisierte, internationale Online-Befragung zum Einsatz. Sie analysiert Einstellungen, Wissen und Verhaltensweisen, die mit den Wirkungszielen der DW verbunden sind, also beispielsweise Dialogbereitschaft und Medienkompetenz. Die DW befragt dafür Nutzende ihrer Angebote, zum Beispiel von *dw.com* und Abonnentinnen und Abonnenten von verschiedenen Social-Media-Angeboten, aber auch Menschen, die per Zuschauerpost mit der DW in Kontakt treten. Zum Vergleich befragt sie Personen aus der Zielgruppe, die keine DW-Angebote nutzen. Diese nehmen an sogenannten Online-Panels teil und bilden eine Stichprobe für die Internetnutzenden eines Landes. Durch den Vergleich der Antworten von Nutzenden und Nicht-Nutzenden kann die DW Rückschlüsse auf mögliche Wirkungen der DW-Inhalte ziehen. Dieses Vorgehen wird ergänzt um eine Experimentalstudie, in der die Wirkung eines konkreten Medieninhalts gemessen wird. Dabei werden über eine quantitative Befragung die Einstellungen einer Experimentalgruppe, die den Stimulus konsumiert hat, mit den Einstellungen einer Kontrollgruppe verglichen. Schließlich fließen auch qualitative Befragungen der Zielgruppe ein. Dabei steht die Frage im Mittelpunkt, ob DW-Inhalte Lerneffekte und Veränderungen von Einstellungen und Verhaltensabsichten hervorgerufen haben oder ob sie dafür geeignet sind. Diese Daten fließen in die Wirkungsanalyse in Kapitel 5 ein. Grundlage für die Auswertung ist das Wirkungsmodell, das den Nachweis medialer Wirkung ermöglichen soll (Abbildung 6).

Mit diesem Methodenmix führt die DW eine sehr umfangreiche Wirkungsforschung durch. Die Erkenntnisse, die in der ressourcenintensiven Forschung gewonnen werden, tragen auch zur Weiterentwicklung der Angebotsgestaltung bei. Dabei kann die DW längst nicht alle ihre Angebote und Märkte in der Forschung berücksichtigen, die Auswahl deckt aber alle Regionen und Angebotsarten hinreichend ab. Analysiert wird die Wirkung exemplarisch in ausgewählten Märkten, wobei einzelne Methoden nur in einzelnen Märkten zum Einsatz kommen. Insgesamt ermöglicht diese strategische Vorgehensweise der DW valide Schlussfolgerungen auf das Gesamtangebot zu ziehen.

Die Evaluation der **Deutschlernangebote** benötigt ebenfalls eine besondere Herangehensweise. Das Forschungsdesign für die Deutschlernangebote besteht aus quantitativen Befragungen. Über eine Online-Umfrage unter Deutschlernenden und Deutschlehrenden erhält die DW Einblicke in das Nutzungsverhalten der Deutschlernenden mit den im Unterricht verwendeten DW-Materialien.

159 Die Qualität und Einheitlichkeit der Befragung von Expertinnen und Experten wird durch den Einsatz von Interviewleitfäden sichergestellt, während Diskussionsleitfäden für die Gruppendiskussionen der Nutzenden verwendet werden.

160 Siehe Kapitel 5.



Medienforschung vor Ort: In Bucaramanga wurden 2025 Interviews für eine DW-Reichweitenstudie in Kolumbien durchgeführt.

2.4.4 Technische Messung der Nutzung der TV-Angebote

In Deutschland übernimmt die *Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)* die Quotenmessung deutscher Fernsehangebote im Auftrag der *Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung*. Ähnliche Verfahren gibt es mittlerweile in vielen Zielregionen, wo unabhängige Forschungsinstitute kontinuierlich elektronische Messungen der Fernsehnutzung vor Ort durchführen. Sie berücksichtigen allerdings meistens nur die reichweitenstärksten Fernsehkanäle. Aus diesem Grund überprüft die *Abteilung Market and Audience Insights*, wo Ratings für TV-Kanäle der DW oder relevanter Partner vorliegen. Auf Basis dieser Recherche kauft die DW gezielt Daten zu TV-Ratings, beispielsweise über einzelne Zeiträume, Tageszeiten oder Sendungen. So ist es möglich, valide Aussagen über die Nutzung der DW-Fernsehangebote zu treffen.

Wo keine technische Messung möglich ist, greift die DW auf die Reichweite von TV-Inhalten zurück. Diese ist von der technischen Reichweite zu unterscheiden: Letztere gibt Aufschluss darüber, in wie vielen TV-Haushalten die DW prinzipiell technisch empfangbar ist, nicht aber über die Nutzung. Insgesamt fließen in diese Evaluation TV-Ratings aus 13 Ländern ein.

2.4.5 Technische Messung der Nutzung der Online-Angebote

Zu den Online-Angeboten der DW zählen 32 unterschiedliche Sprachangebote sowie die Lernplattform der Deutschlernkurse. Für ihre eigene Webseite *dw.com* erhebt die DW diverse Nutzungsdaten, zum Beispiel die Zahl der Zugriffe und Herkunftsregion der Nutzenden. Die Daten stammen aus einem pixelbasierten Zählverfahren.[161] Der Dienstleister *AT Internet* stellt dafür eine technische Lösung zur Verfügung, die sich an Vorgaben der

161 Siehe Glossar.



Formate wie The 77 Percent bilden verschiedene Perspektiven ab und laden zum Dialog ein. Fatou Ellika Muloshi im Austausch mit Schülerinnen an der Jacob Marengo Schule, Namibia.

© DW

Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) orientiert. Zum Beispiel zählt die Software Zugriffe aus der DW und automatisierte Zugriffe von Robots[162] nicht mit.

Abseits von *dw.com* kann die DW die Nutzung ihrer Inhalte nicht immer mittels *AT Internet* messen. So liefern manche große Partner Nutzungsdaten zu. Für Social Media greift *Market and Audience Insights* auf die Analytics-Tools der Plattformen zu. Daten wie Views und Interaktionen auf *Facebook* und *YouTube* erhebt sie mit deren eigenen Analytics-Lösungen. Darüber hinaus arbeitet die DW mit diversen externen Anbietern zusammen, um tiefergehende Daten zur Nutzung auf Drittplattformen zu erfassen. Die Investitionen in diese Form des Monitorings sind besonders sinnvoll, weil sie erheblich zur Angebotsoptimierung beitragen können. Auch verschickt die DW *Newsletter* in verschiedenen Sprachen. Die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten erfasst sie technisch.

2.4.6 DW-interne Quellen und Statistiken

Interne Statistiken der DW geben Auskunft über Ressourcen sowie Art und Umfang der Angebote. Hierzu gehören insbesondere der Wirtschaftsplan und Personalbericht der DW sowie Programmschemata, Programmbücher und Studiobelegungspläne. Auch berücksichtigt die Evaluation Informationen aus internen Prozessen wie der Angebotsentwicklung, um die Bewertungsgrundlage für einzelne DW-Angebote zu vervollständigen.

2.4.7 Einbeziehung von Sachverstand aus dem In- und Ausland

Um die Qualität des Datenmaterials zu sichern, bezieht die DW in ihre Evaluationen externen Sachverstand aus dem In- und Ausland ein: Zum einen tauscht sie sich mit internationalen Forscherinnen und Forschern sowie Medienexpertinnen und Medienexperten aus den Zielregionen zur Angebotsgestaltung aus. Die DW kooperiert mit den Arbeitsgruppen *CIBAR* oder *ESOMAR* und steht im regelmäßigen Austausch mit den Forschungsabteilungen anderer internationaler Rundfunkanbieter und *ARD*-Landesanstalten.

Sobald die Studiendesigns konzipiert sind, führen **externe Institute** die repräsentativen oder qualitativen Studien durch. Auch hier setzt die DW auf den Sachverstand interner und externer Expertinnen und Experten: Sie bespricht die Fragestellung und Methodik mit den jeweiligen Instituten, die dann die Studien eigenverantwortlich umsetzen. Berücksichtigung finden dabei die Gegebenheiten des

162 Siehe Glossar.

jeweiligen Marktes, beispielsweise, indem die Befragung in der Landessprache erfolgt und auf die ethnisch korrekte Ansprache einzelner Personengruppen achtet. Aus Tiefeninterviews mit **Medienexpertinnen und- experten aus den Regionen** gewinnt die DW zusätzlich externe Meinungen zur Ausrichtung, Positionierung und Gestaltung ihrer Angebote.

Der Evaluationsbericht verwendet darüber hinaus eine Vielzahl öffentlich zugänglicher Quellen und Analysen, zum Beispiel den *Reuters Digital News Report* und Branchenreports von spezialisierten Beratungsunternehmen. Diese sind im Text angegeben und im Literaturverzeichnis des Berichts gesammelt.

2.4.8 Struktur des Evaluationsberichts

Der Aufbau des Berichts folgt den Stufen des Wirkungsmodells. Zunächst erläutert Kapitel 3 für die Stufen Ressourcen und Aktivitäten die finanziellen und organisatorischen Grundlagen der DW. Außerdem legt es die Maßnahmen zur Erreichung der DW-Ziele dar. Da Ressourcen und Aktivitäten in engem Zusammenhang miteinander stehen, betrachtet der Evaluationsbericht sie gemeinsam. Kapitel 4 beschreibt die einzelnen Angebote sowie die Resultate, die diese erzielt haben. Hier wiederum besteht ein enger Zusammenhang zwischen der Situation des jeweiligen Medienmarkts, dem Umfang des DW-Angebots und der hiermit erzielten Nutzung und Bewertung. Deshalb fasst das Kapitel Marktbeschreibung, Output und Outcome zusammen. Kapitel 5 stellt dar, inwieweit die DW ihr Wirkungsziel erreicht hat. Den Abschluss bilden Fazit sowie Ausblick in Kapitel 6. Im Anhang finden sich Studienverzeichnisse, Bibliografie sowie Informationen zu den Indikatoren für journalistische Qualität.



DW-Moderatorinnen Teri Schultz (l.) und Michaela Küfner im Gespräch mit Jackson Janes vom German Marshall Fund of the United States für das YouTube-Format Berlin Briefing.

Ronka Oberhammer/DW

3 Ressourcen und Aktivitäten

Im Evaluationszeitraum von 2022 bis 2025 hat sich die weltpolitische Lage dramatisch zugespitzt. Autoritäre Regime gewinnen zunehmend an Einfluss, demokratische Strukturen geraten unter Druck, und die Meinungs- und Pressefreiheit befindet sich weltweit auf einem historischen Tiefpunkt. Geopolitische Konflikte, humanitäre Krisen und die strategische Nutzung von Desinformation durch autokratische Akteure prägen die internationale Ordnung. Vielerorts entsteht ein gefährliches Informationsvakuum, da unabhängige Medien unterdrückt und digitale Räume zensiert werden.

Vor diesem Hintergrund verfolgte die DW weiterhin den Kurs hin zu **regionalisierten Angeboten mit relevanten Inhalten für Menschen, die zunehmend digitale Medien** nutzen. Dabei kommt ihr als unabhängige, internationale Informationsanbieterin eine zentrale Rolle zu: Die DW steht für faktenbasierte Berichterstattung, freie Meinungsbildung und demokratische Werte – insbesondere in Ländern, in denen diese zunehmend unter Druck geraten. Mit ihren 32 Sprachangeboten bietet die DW verlässliche Informationen und ermöglicht Debatten, die vor Ort oft nicht mehr möglich sind. In einer Zeit, in der autoritäre Kräfte gezielt Narrative setzen und demokratische Gesellschaften destabilisieren, ist die DW ein unverzichtbares Gegengewicht im globalen Informationsraum.

Dementsprechend hat die DW in der Aufgabenplanung 2022–2025 ein klares übergreifendes Ziel definiert:

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

Zur Erreichung dieses Ziels und um die Inhalte sowie deren Produktion und Verbreitung entsprechend zu optimieren, führte die DW im Evaluationszeitraum zahlreiche Aktivitäten durch. Um **Relevanz, Reichweite und Dialog** und damit die Wirkung ihrer Angebote weiter zu stärken, legte sie im Evaluationszeitraum Schwerpunkte fest, die maßgeblich zur Erfüllung der strategischen Unternehmensziele beitrugen.

Um die Relevanz und Wirkung ihrer Angebote für die Nutzenden in den jeweiligen Regionen zu erhöhen, setzte die DW im Evaluationszeitraum intensiv auf die Produktion regionalisierter Inhalte. Da sich der Medienkonsum weltweit zunehmend in Richtung **zeitsouveräner Nutzung verschiebt, hat die DW auch die *On-Demand*-Produktion** gezielt ausgebaut.

Zudem wurde ein Schwerpunkt auf Effizienz und Nachhaltigkeit gesetzt, um wirksamer mit begrenzten Ressourcen umzugehen und zugleich **ökologische, soziale und wirtschaftliche Verantwortung** langfristig zu sichern.[163] Mit dem Ziel, Vielfalt zu fördern und Innovation zu ermöglichen, wurde darüber hinaus in eine inklusive und digitale Unternehmenskultur investiert und diese weiter vorangetrieben.[164]

3.1 Ressourcen: Strategische Fokussierung und flexiblere Organisation

Die angespannte internationale Situation sowie die hohe Bedeutung von freien Informationen und Medien in den vergangenen Jahren unterstrichen die Relevanz einer verlässlichen, weltweit präsenten medialen Stimme aus Deutschland. Anders als im vorherigen Evaluationszeitraum konnte die DW nur durch ein **umfangreiches Maßnahmenpaket mit einschneidenden Beschäftigungseffekten** die Aufgabenplanung umsetzen. Gelungen ist dies durch eine vorausschauende Finanzsteuerung und eine strategische Fokussierung auf **Relevanz, Regionalisierung und Digitalisierung**, insbesondere hinsichtlich der Informationsbedürfnisse und Nutzungsgewohnheiten hin zur digitalen, zeitsouveränen Nutzung. Darüber hinaus wurde dies durch die Einstellung des deutschen Kanals mit einer stärkeren Fokussierung auf die Zielgruppe im Ausland, digitale Ausspielung und mehr Hintergrund und Kontext zu Entwicklungen in Europa und Deutschland erreicht.

Die Grundlage für den Erfolg und die Relevanz der DW

163 Siehe Exkurs 3.
164 Siehe Exkurs 4.

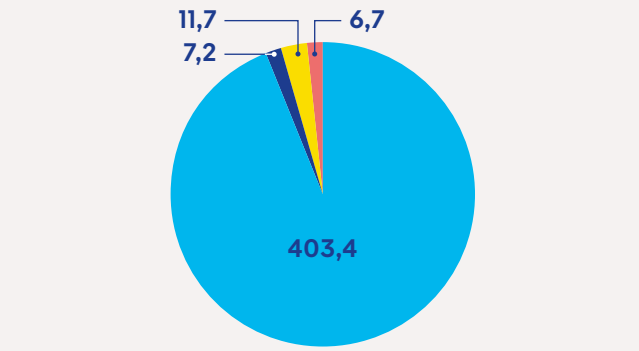


Abbildung 9: **Finanzausstattung der DW im Jahr 2024 (ohne DW Akademie)**

bilden motivierte, engagierte und fachlich versierte Mitarbeitende, eine Unternehmenskultur, die Innovation, Kreativität und Zufriedenheit fördert, sowie eine flexible Organisation, die anpassungsfähig ist und sowohl auf die Bedürfnisse der Nutzenden als auch auf Marktveränderungen reagieren kann. Dies ermöglicht die erfolgreiche Umsetzung der digitalen Transformation und sichert die Zukunftsfähigkeit der DW.

3.1.1 Finanzielle Ressourcen

Die mit Abstand wichtigste Finanzgrundlage der DW sind Bundeszuweisungen aus dem Etat der *Beauftragten* bzw. des *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)*. Außerdem fördern das *Auswärtiges Amt (AA)* und das *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)* ausgewählte Projekte der DW und der DW Akademie. Zwar vertreibt die DW einige Programminhalte kommerziell und erzielt über ihre eigenen Programmflächen auch Werbeeinnahmen. Allerdings sind die Einkünfte daraus beschränkt: Die DW erzielte im Evaluationszeitraum

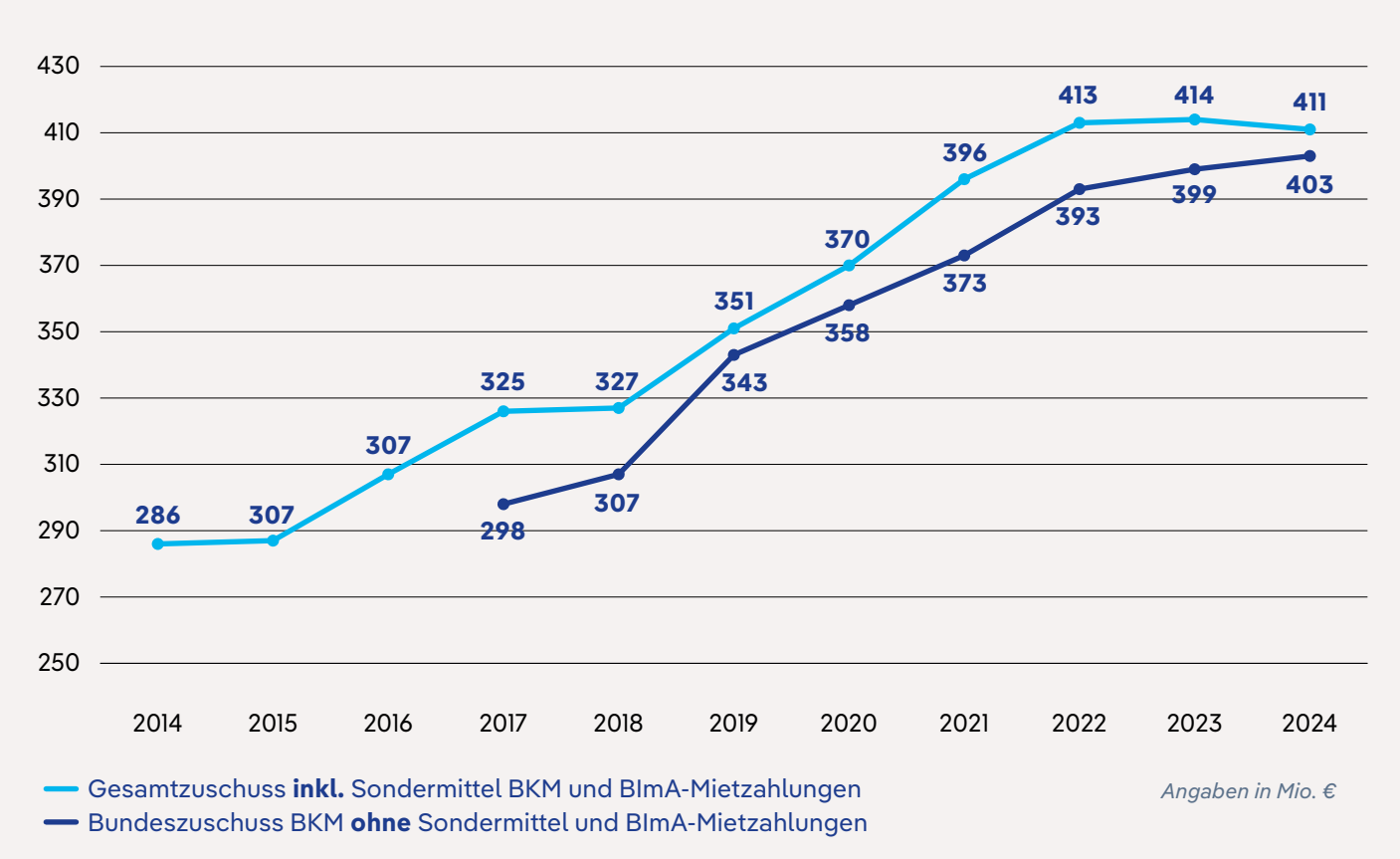


Abbildung 10: **Entwicklung der Finanzausstattung der DW 2014 bis 2024**

durchschnittlich rund fünf Millionen Euro eigene Erträge aus Werbeeinnahmen.[165] Aufgrund der schwierigen politischen Lage in vielen Märkten agiert die DW bei Werbezeitenvermarktung mit Bedacht, um sich vor Einflussnahme zu schützen. Umso wichtiger sind die Bundeszuweisungen, denn sie garantieren die Unabhängigkeit der DW.

Insgesamt waren die **finanziellen Rahmenbedingungen im Evaluationszeitraum herausforderndn**: Die Bundeszuweisungen stiegen von 2018–2022 kontinuierlich an. Zu Beginn der Aufgabenplanung im Jahr 2022 gab es gegenüber dem Vorjahr eine strukturelle Steigerung von 15 Millionen Euro. In den Jahren 2023 und 2024 kam es jedoch zu einer Stagnation der Gesamtmittel (Abbildung 10). Gleichzeitig stiegen die Herausforderungen durch die veränderte weltpolitische Lage, den Technologiewandel, regulatorische und gesetzliche Vorgaben, den Fachkräftemangel sowie durch die kostentreibenden Auswirkungen einer hohen Inflation. Dadurch wurde im Jahr **2024 ein umfangreiches Maßnahmenpaket mit einer weiteren programmlichen Fokussierung** notwendig. Hiermit verbunden waren neben der Vermeidung von Kosten insbesondere Beschäftigungseffekte und eine dauerhafte Absenkung der Investitionen. Mit der für den Bundeshaushalt **2025 in Aussicht gestellten Erhöhung auf 426 Millionen Euro** (ohne Projektförderungen) kann die DW weiter stabilisiert werden. Dies ermöglicht der DW, ohne erneutes Einsparpaket im Jahr 2025 trotz steigender Tarifkosten auszukommen und die Ziele der Aufgabenplanung umzusetzen.

3.1.2 Personelle Ressourcen

Die personellen Ressourcen bilden das Rückgrat der DW und stellen zugleich den größten Posten im Haushalt dar. Nur durch das Engagement und die Expertise ihrer rund **1.843 Arbeitnehmenden** (bzw. 1.726 Mitarbeitendenkapazitäten[166]) sowie 1.819 arbeitnehmerähnlichen[167] freien Mitarbeitenden (bzw. 1.253 Mitarbeitendenkapazitäten) aus über 96 Nationen kann die DW ihren Auftrag in 32 Sprachen erfüllen. Die strukturellen Budgetsteigerungen im Evaluationszeitraum haben dazu beigetragen, diese personellen Ressourcen gezielt zu stärken.

Planstellen: Ein hohes Gut

Gleichwohl besteht das bereits im Evaluationsbericht 2021 festgestellte Planstellendefizit weiterhin. Als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt unterliegt die DW dem Haushaltsrecht des Bundes. Unbefristete Festanstellungen sind daher ausschließlich über vom Bund zugewiesene Planstellen möglich. Zusätzlichen Personalbedarf muss die DW über die Beschäftigung von Arbeitnehmenden mit befristeten Arbeitsverträgen ohne Planstellen sowie durch Beschäftigung in freier Mitarbeit decken.

Das im Jahr 2018 ermittelte Planstellendefizit belief sich auf 356,1 Stellen. Durch zusätzliche Zuweisungen des Bundes konnte dieses Defizit sukzessive reduziert werden. Seit 2023 verfügt die **DW über insgesamt 1.568,1 Planstellen**.

In dieser Zeit ist das Budget der DW kontinuierlich gestiegen. Die zusätzlichen Mittel wurden entsprechend der Personalintensität der Angebotsstruktur und Organisation überwiegend zur Abdeckung von Personalkosten genutzt. Eine proportionale Erhöhung der Planstellenanzahl blieb jedoch aus.

Aufgrund des Planstellenmangels beschäftigt die DW 168 Mitarbeitende auf Basis befristeter Arbeitsverträge sowie zahlreiche freie Mitarbeitende (siehe unten). Diese Beschäftigtengruppen möchte die DW im Rahmen des Planstellenaufwuchses sukzessive reduzieren, sodass der Stellenaufwuchs kostenneutral erfolgt.

Für das Jahr 2025 ergibt sich daraus ein zusätzlicher Planstellenbedarf von insgesamt 375 Stellen.[168] Diese **Planstellen sind dringend notwendig**, denn immer wieder verlassen hochqualifizierte Mitarbeitende die DW, da diese ihnen keine langfristige Perspektive bieten kann.

Des Weiteren besteht in der DW Akademie ein Bedarf an ca. 35 zusätzlichen Planstellen, um auch dort qualifizierten Mitarbeitenden dauerhafte Beschäftigungsperspektiven zu bieten und die strategische Weiterentwicklung des Geschäftsfeldes sicherstellen zu können.

Freie Mitarbeit: Ein unverzichtbarer Beitrag

Wie bei anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist – vor allem für die programmliche Tätigkeit gängig – auch bei der DW der Anteil freier Mitarbeitenden traditionell eher hoch. Neben Arbeitnehmenden und Fremdfirmen

165 Die eigenen Erträge, die neben den Werbeerlösen auch durchlaufende Posten beispielsweise für Rentenauszahlungen enthalten, liegen im Plan 2024 bei rund zwölf Millionen Euro.

166 Arbeitnehmende sind Personen, die in einem Unternehmen angestellt sind – ohne Berücksichtigung der Arbeitszeit. Demgegenüber berücksichtigen Mitarbeitendenkapazitäten die individuellen Arbeitszeitanteile.

167 Auch bei arbeitnehmerähnlichen freien Mitarbeitenden gilt: Die Mitarbeitendenkapazitäten berücksichtigen den individuellen Arbeitszeitanteil.

168 Die DW hat das Bundesministerium für Kultur und Medien (BKM) über diesen Bedarf im Rahmen der Haushaltsanmeldung informiert.

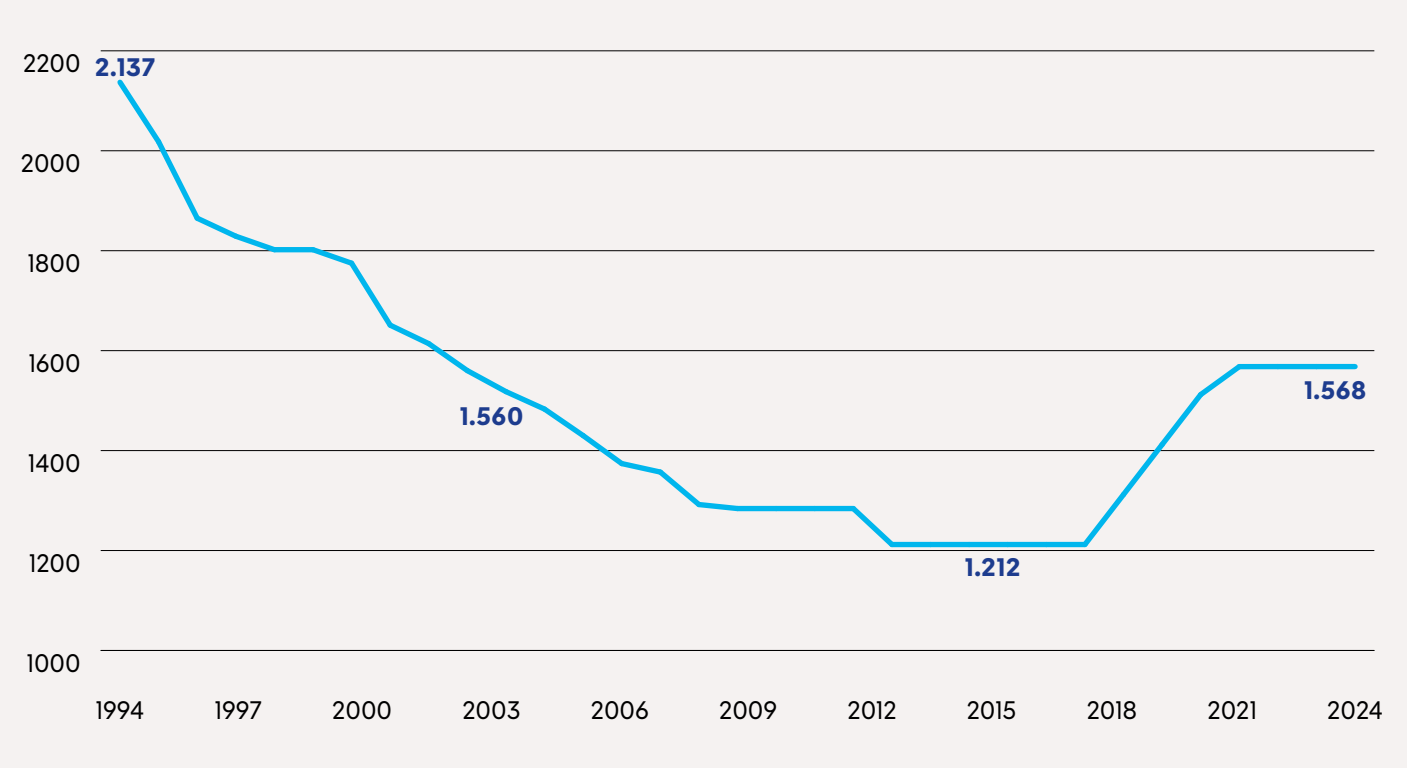


Abbildung 11: **Planstellenentwicklung der DW**

(einschließlich selbständiger Freiberuflerinnen und Freiberufler) setzt die DW zahlreiche freie Mitarbeitende ein, die nicht in einem festen Arbeitsverhältnis stehen und oftmals für mehrere Auftraggeber tätig sind. Die sich aus dieser Beschäftigungsart ergebende Flexibilität ermöglicht es der DW, die gebotene personelle Vielfalt in das Programm einzubringen und auf wechselnde inhaltliche Anforderungen schnell zu reagieren.

2024 hat die DW insgesamt 3.993 freie Mitarbeitende beschäftigt. Darunter fallen auch Mitarbeitende, die einmalig für die DW tätig waren, zum Beispiel nur für einzelne Projekte. Zum 01.01.2025 galten 1.819 Personen als arbeitnehmerähnliche freie Mitarbeitende.

Personalentwicklung: Ein Fundament für Wandel

Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Belegschaft ist ein zentraler Bestandteil der Personalstrategie der DW. Die Anforderungen an journalistische Qualität, technologische Kompetenz und Zusammenarbeit in diversen Teams steigen stetig, sowohl im redaktionellen Bereich als auch in den anderen Direktionen. Aus diesem Grund liegt ein besonderer Fokus auf einem **wertebasierten Recruiting** sowie der zielgerichteten Aus- und Fortbildung der festen und freien Mitarbeitenden. Im Jahr 2024 haben 2.461 Mitarbeitende an mindestens einer Weiterbildungsveranstaltung teilgenommen.

Befragung zur Mitarbeitendenzufriedenheit 2025: Jede Stimme zählt

Im Jahr 2025 nahmen über 63 % der Mitarbeitenden an einer internen Befragung teil, darunter auch viele freie Mitarbeitende. Ziel der anonymen, freiwilligen Befragung war es, ein repräsentatives Stimmungsbild zu erhalten und gezielt Ansatzpunkte für die Weiterentwicklung in Unternehmenskultur, Führung sowie Arbeits- und Rahmenbedingungen der DW zu identifizieren. Die Befragung deckte ein breites Themenspektrum ab – von Arbeits- und Rahmenbedingungen über Werteorientierung bis hin zur Zusammenarbeit im Team. Die Ergebnisse zeichnen ein differenziertes Bild: Besonders hohe Zustimmung erhielten Aussagen zu den DW-Werten, dem respektvollen Umgang von Führungskräften sowie zur Klarheit von Aufgaben und Regelungen zum mobilen Arbeiten. Ein sogenanntes „Erfolgsdreieck“ zeigt, worauf bei der DW Verlass ist: **Werteorientierung, Teamzusammenhalt und eine unterstützende Führungskultur**. Dies bestätigt den Erfolg der kontinuierlichen Investitionen in die Unternehmens- und

Feedbackkultur in der DW in den letzten Jahren. Ziel ist es nun, im Dialog mit der Belegschaft die Erkenntnisse einzuordnen und geeignete Maßnahmen zu entwickeln, die die Mitarbeitendenzufriedenheit steigern und Stärken fördern.

3.1.3 Organisation und Prozesse

Damit die DW ihren Auftrag und ihre Ziele erfüllen sowie eine durchgehende Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten sicherstellen kann, braucht sie eine effiziente und **möglichst flexible Organisationsstruktur als Handlungsrahmen** des Unternehmens. Diese muss auch Veränderungen in Medienmärkten und -nutzung spiegeln und in passgenaue Angebote übersetzen. Die DW gliedert sich in das *Directorate General* sowie vier *Business Units* mit unterschiedlichen *Main Departments*, *Departments* und *Units* (Abbildung 12). *Directorate General* und die *Business Units* haben im Einzelnen folgende Aufgaben:

- ***Directorate General*** ist direkt dem *Director General*, dem Intendanten, unterstellt und unterstützt ihn bei der Weiterentwicklung und Steuerung des Unternehmens, bei der internen und externen Kommunikation, bei der Vernetzung mit deutschen und internationalen Stakeholdern, Entscheiderinnen und Entscheidern sowie Organisationen und Institutionen weltweit. Teil des *Directorate General* sind die Organisationseinheiten *Directorate General Management, Corporate Strategy, Corporate Communications, Legal, Internal Audit, Diversity, Equity and Inclusion* und *Events*.

- ***Programming*** verantwortet das gesamte journalistische Angebot in 32 Sprachen. Die Redaktionen an den Standorten Bonn und Berlin produzieren Inhalte für alle digitalen und linearen Ausspielwege und Plattformen, auf denen die DW vertreten ist. Diese Aufgabe übernehmen sowohl sprachübergreifende Ressorts als auch Redaktionen in den Angebotssprachen. Die inhaltliche Koordination übernimmt der oder die *Editor-in-Chief*. Organisationseinheiten wie *Production and Requirements Management, Design, Visuals and Archives* und das *Program Management* übernehmen zentrale Aufgaben bei der Programmerstellung und unterstützen bei übergreifenden Projekten. Auch die DW-Studios in Riga (ehemals Moskau), Washington, Brüssel, Neu-Delhi und Taipeh sowie die Korrespondentinnen- und Korrespondentenbüros sind im *Programming* angesiedelt.

- ***Distribution, Marketing and Technology*** stellt die technische Infrastruktur für die Erstellung und Produktion der Angebote zur Verfügung und verantwortet ihre weltweite Verbreitung. *Production* sichert den Sendeablauf, den Studiobetrieb und produziert zusammen mit den Redaktionen Video- und Audio-Inhalte. *IT and Media Systems* verwaltet die gesamte digitale Infrastruktur und sichert sie gegen Angriffe ab. *Sales and Distribution* betreut auf allen Kontinenten diverse Distributionspartnerschaften zur Verbreitung der DW-Inhalte. Die Abteilung *Market and Audience Insights* ermöglicht mit ganzheitlichen Analysen das datenbasierte Arbeiten.

- ***Business Administration*** verantwortet in den Organisationseinheiten *Finance, People, Facility Management* und *Procurement and Travel* alle administrativen Geschäftsprozesse. Darüber hinaus sind zahlreiche übergreifende Aufgaben wie beispielsweise *Organizational Development, Nachhaltigkeitsmanagement* und *Conflict Management* in der *Business Administration* verortet.

- Die ***DW Akademie*** ergänzt die journalistischen Angebote, indem sie Projekte zur weltweiten Medienentwicklungszusammenarbeit durchführt, die Volontärinnen und Volontäre der DW ausbildet und Medientrainings für Fach- und Führungskräfte durchführt. Außerdem organisiert sie den Master-Studiengang *International Media Studies* und verantwortet das vielseitige Sprachlernangebot für Deutschlernende.

Der DW ist es ein besonderes Anliegen, ihre finanziellen und personellen Ressourcen möglichst **effizient** einzusetzen. Wo möglich, setzt die DW auf ressourcenschonende Arbeitsabläufe in der Produktion von Inhalten. In diesem Kontext ist es für die DW wichtig, für die **Nachhaltigkeit** von Strukturen und Prozessen zu sorgen. Dabei engagiert sie sich zum einen im sozialen, zum anderen im ökologischen Bereich.

Bei der **ökologischen Nachhaltigkeit** legt die DW den Fokus auf das Thema Klimaschutz. 2019 gründete sie die Organisationseinheit *Sustainability Management* und nahm das Thema in ihre Unternehmensziele auf. Auf der Grundlage entstand eine Klimaschutzstrategie mit dem Ziel, die Treibhausgasemissionen der DW bis 2030 um 30 % zu senken. Handlungsfelder umfassen Dienstreisen und Energiemanagement, aber auch *Green Production* und nachhaltige Beschaffung.

Die **Arbeitsbedingungen** gestaltet die DW im Sinne des Wohlergehens ihrer Mitarbeitenden. Insbesondere treibt sie das Thema *New Work* voran und schafft auf diese Weise die Grundlage für ein modernes und digitales

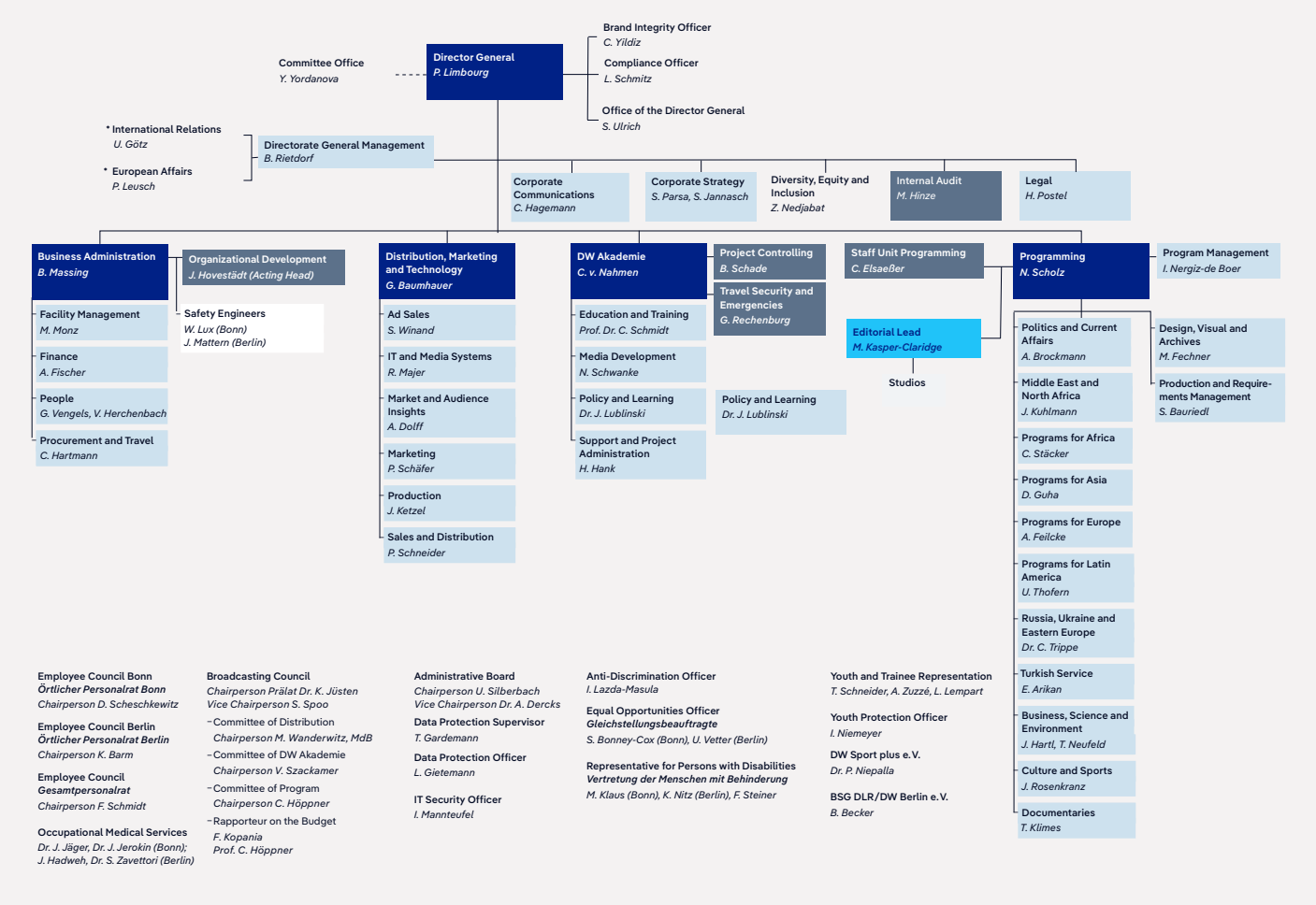


Abbildung 12: **Organisationsstruktur der DW**
Stand: 1. Juli 2025

Arbeitsumfeld. Im Evaluationszeitraum verstärkte sie zudem den Fokus auf das Thema *Diversity*. Zu den wesentlichen gesellschaftlichen Nachhaltigkeitsthemen neben dem Schutz der eigenen Mitarbeitenden gehören Arbeitnehmerinnen- und Arbeiternehmerrechte sowie Vielfalts- und Gleichstellungsförderung. Zur kontinuierlichen Verbesserung und Anpassung der Arbeitsbedingungen an eine zunehmend globalisierte und digitale Arbeitswelt werden **Projekte und Prozesse im Bereich *Diversity, Equity and Inclusion (DEI)* und *New Work*** durchgeführt.

Auch das *DW Lab*, in dem mit Erfolg innovative journalistische Produkte entwickelt werden, hat sich inzwischen zu einem Ort des Wissenstransfers entwickelt. Es steht durch seine besondere Struktur direktionsübergreifend für Projekte zur Verfügung und fördert dadurch den Austausch von Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Bereichen. Seit 2022 testet und evaluiert das *DW Lab* schwerpunktmäßig **neue KI-Einsatzmöglichkeiten** für die Redaktionen, zum Beispiel Chatbots und KI-Stimmen – immer in interdisziplinären Teams und unter Einbeziehung von Anwendenden und Betroffenen.

New Work: Die Transformation zur modernen Arbeitskultur

Die sich dynamisch wandelnde Medienlandschaft und die zunehmende Digitalisierung haben die Arbeitswelt in den letzten Jahren tiefgreifend verändert. Vor diesem Hintergrund hat die DW den Wandel hin zu einer modernen und flexiblen Arbeitskultur weiter vorangetrieben, um nicht nur auf aktuelle Herausforderungen zu reagieren, sondern auch die Grundlage für eine diverse und digitale Unternehmenskultur zu legen.

Ein zentraler Kernaspekt von *New Work* in der DW ist die **Veränderungsfähigkeit**: Sie wird als entscheidende Kernkompetenz vermittelt, um die Wettbewerbsfähigkeit des

Hauses langfristig zu sichern. Wandel ist dabei ein dauerhafter Begleiter – sowohl in der Welt als auch innerhalb der DW. Aus verschiedenen Ecken kommen neue Ideen, Methoden, Arbeitsweisen und Möglichkeiten. Diese Vielzahl an Informationen kann schnell zu Überforderung und Frust führen. Das *New-Work*-Team unterstützt dabei, den Mitarbeitenden Orientierung zu bieten und gemeinsam die Herausforderungen des Wandels zu meistern. Ein maßgebliches Ziel der Aktivitäten war es, das Thema *New Work* in den Bereichen und Abteilungen der DW zu verankern und Mitarbeitende aktiv in die Gestaltung des Wandels einzubinden. „Roadshows" spielten dabei eine zentrale Rolle: Sie dienten dazu, das Thema ***New Work* direkt in die Redaktionen und Abteilungen** zu tragen, Aufmerksamkeit zu schaffen und die Mitarbeitenden frühzeitig in die Transformation einzubinden.

Ergänzend wurden gezielte Beratungs- und Austauschformate etabliert, die neue Perspektiven auf agile Arbeitsmethoden und eine selbstorganisierte Arbeitsweise eröffneten. Diese Formate trugen dazu bei, nicht nur neue Ansätze zu vermitteln, sondern auch direktionsübergreifende Zusammenarbeit und Teamarbeit weiter zu fördern.

3.1.4 Strategische Partnerschaften und Wirtschaftlichkeit

Darüber hinaus nutzt die DW auch externe Netzwerke, um Potentiale möglichst gut auszuschöpfen. Dazu zählen einerseits die strategischen Partnerschaften, die die DW mit anderen Medienhäusern unterhält – insbesondere mit dem sogenannten *DG8*.[169] Im Evaluationszeitraum wurden dank dieser Kooperation mehrere **programmliche Projekte in strategischer Partnerschaft mit anderen Informationsanbietern** umgesetzt, etwa *+90*, *InfoMigrants* und *ENTR*.[170] Die DW kooperiert unter anderem eng mit dem französischen Auslandssender *France Médias Monde (FFM)*. Zudem intensivierte die DW die Zusammenarbeit mit den *ARD*-Landesrundfunkanstalten, dem *ZDF* und dem *Deutschlandradio*.

Der Programmaustausch zwischen den *Landesrundfunkanstalten* (LRA) der *ARD* und der DW fußt seit 2023 auf einer neuen Verwaltungsvereinbarung. Da mittlerweile in gleichem Umfang Programme übernommen, werden, erfolgt ein **kostenfreier Austausch** von Beiträgen, Klammerteilen, Dokumentationen und Reportagen, soweit die Nutzung den vorhandenen Nutzungsrechten entspricht. Auch mit dem *ZDF* wurde 2024 ein neuer Lizenzvertrag geschlossen.[171] Die Koproduktionen im Bereich Dokumentationen und Dokumentarfilm der DW mit *ARD* und *ZDF* sind signifikant gestiegen.

Die **Kooperation der DW mit den *LRA* der *ARD*** ist bei den Themen Metadateninfrastruktur, Datenbanken und Archivsysteme auch im Berichtszeitraum vielfältig und nachhaltig, etwa im Bereich neue Infrastruktur der Informationsarchitektur der *ARD* und der digitalen Erneuerung. Synergien ergeben sich hier insbesondere in der Digitalisierung der Verwaltung und gemeinsamen Beschaffungsprojekten, zum Beispiel von Produktionsequipment und *SAP*. Die DW beteiligt sich unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit aktiv an der *ARD*-Strukturreform. Bereits 2017 trug sie als Leiterin der *AG Koordinierte Beschaffung* von *ARD* und *ZDF* maßgeblich zur Einführung des sogenannten *„Lead-Buyer-Prinzips"* bei: Dabei beschaffen *ARD*-Anstalten, *ZDF* und *Deutschlandradio* federführend die Güter und Dienstleistungen für alle beteiligten Anstalten. Aktuell wirkt die DW an mehreren *ARD*-weiten Infrastrukturmaßnahmen mit. Besonders hervorzuheben ist die von der DW vorangetriebene **Harmonisierung der Beschaffungsordnungen** der Rundfunkanstalten von *ARD* und *ZDF* mit dem Ziel, die durch das *SAP*-Projekt vereinheitlichten Prozesse effizienter zu nutzen. Dies umfasste auch die größte Reform betriebswirtschaftlicher Prozesse bei der DW seit 30 Jahren durch die Einführung von *SAP S/4HANA* im Rahmen des *ARD*-Projekts *(D)ein SAP*.[172] 2024 wurden die Hauptmodule Beschaffung, Finanzen und Controlling erfolgreich implementiert.

Zur Sicherstellung der **Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit** führt die DW gemäß den Anforderungen des DWG zur Deckung ihrer Bedarfe formelle Ausschreibungsverfahren durch.[173] Somit erfolgt jegliche **Umsetzung strategischer**

169 Siehe Glossar.
170 Siehe Kapitel 4.
171 Weil sich die Übernahmen durch die Einstellung des deutschen TV-Kanals stark reduziert haben, wurde die Lizenzvergütung für Programmübernahmen an das ZDF stark reduziert.
172 S/4HANA ist eine Enterprise-Resource-Planning (ERP)-Software von SAP, die für verschiedene Branchen entwickelt wurde und auch Dienstreise-Workflow und das e-Procurement umfasst. Damit kann der gesamte End-to-End-Prozess Procure to Pay, also von dem ersten Anstoß zur Beschaffung bis zur Zahlungsabwicklung, effizienter gestaltet werden. Der Reise-Workflow der DW wurde damit vollständig umgestellt und digitalisiert. Dies ermöglicht einen vollständig automatisierten, elektronischen und damit effizienteren Bestellanforderungsprozess für die Mitarbeitenden.
173 Im sogenannten Oberschwellenbereich nutzt die DW die Regelungen von GWB (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen) und VgV (Vergabeverordnung), im Bereich darunter jene der UVgO (Unterschwellenvergabeordnung). Die Ausschreibungsverfahren erfolgen dabei vollständig digital, inklusive des Vertragsschlusses.

und operativer Maßnahmen der DW, bei denen externe Güter oder Leistungen beschafft werden müssen, durch wettbewerbliche Verfahren. Im Rahmen dieser Beschaffungen berücksichtigt die DW unter anderem die Aspekte Nachhaltigkeit, Datenschutz, IT-Sicherheit und Barrierefreiheit und bezieht diese in die Bewertung der Wirtschaftlichkeit mit ein.[174]

3.2 Aktivitäten I: Regionalisierung

Die DW verfolgt eine konsequente **Regionalisierungsstrategie**. Ziel ist es, durch vertiefte regionale Expertise passgenaue Inhalte für Zielgruppen in besonders sensiblen geopolitischen Kontexten bereitzustellen, um gezielt auf Informationslücken in ihren Zielmärkten zu reagieren und damit ihrem Auftrag – freie Informationen für freie Entscheidungen – gerecht zu werden. Im Zentrum steht ein vielfältiges Portfolio mit neuen erfolgreichen Formaten wie *Bae-Baak Isha* (Isha ohne Scheu) für die hindisprachige Zielgruppe, *Afrimaxx* für junge Menschen in Subsahara-Afrika und *Frau, wui kuda?* (Frau, was nun?) für Osteuropa. Daneben setzt die DW auf bereits etablierte und erfolgreiche Formate wie *+90* für die Türkei, *Fuerza Latina* für Lateinamerika und *JaafarTalk* für die arabischsprachige Welt, die kontinuierlich weitergeführt und -entwickelt werden. Zugleich wurden bestehende Angebote durch **enge Kooperationen mit regionalen Distributoren** inhaltlich vertieft und noch gezielter auf die jeweiligen lokalen Kontexte zugeschnitten. Zudem hat die DW ihr Sprachangebot 2021 um **Tamil** und **Ungarisch** erweitert, um neue Zielgruppen in den priorisierten Zielmärkten der DW direkt in ihrer Muttersprache zu erreichen.

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, hat die DW **stärker in die Erstellung relevanter und regionalisierter Angebote investiert**. Dies gelingt vor allem über die Stärkung der regionalen Kompetenz und Präsenz sowie der Produktion und Distribution von Inhalten, die eine große Nähe zu Alltag und Lebenswirklichkeit der Zielgruppe aufweisen und auch vor Ort in den Zielländern produziert werden. Ein weiterer wichtiger Baustein, um die Relevanz der Inhalte für die Zielgruppe zu steigern, ist die Ausweitung von Koproduktionen, Schalten mit vor Ort ansässigen Partnern sowie Kooperationen allgemein im Rahmen des starken Distributorennetzwerks der DW.

3.2.1 Regionenpriorisierung

2024 nahm die DW eine Re-Priorisierung der Zielländer vor (Abbildung 13). Zur Festlegung ihrer Zielländer bewertet die DW alle Länder der Welt nach einem umfassenden Set an Kriterien.[175] Priorisiert werden Gebiete, die gekennzeichnet sind durch eine Gefährdung von Demokratie und Freiheit, ein hohes Konfliktniveau und die von hoher Relevanz für Deutschland sind. In diesen Ländern ist die verlässliche und aufklärende Berichterstattung aus deutsch-europäischer Perspektive der DW besonders wichtig. Zugleich wird bei der Priorisierung berücksichtigt, wie groß das Potenzial für die DW ist, mit ihren Angeboten eine große Anzahl von Menschen zu erreichen, um eine effiziente Mittelverwendung sicherzustellen.

Die **Fokussierung auf eine definierte Anzahl priorisierter Zielländer** sowie deren Einordnung in die Prioritätskategorien dient der DW als strategische Orientierungshilfe, um Aktivitäten zielgerichtet und ihre Ressourcen nachhaltig einzusetzen, insbesondere für Sprachredaktionen mit länderübergreifender Ausrichtung sowie für die Allokation von Ressourcen in den Bereichen Programmgestaltung, Technik, Design und Marketing. Die Einordnung unterstützt auch den gezielten Aufbau von Distributionspartnerschaften in den relevanten Märkten. Die Regionenpriorisierung wird regelmäßig überprüft und bildet eine wesentliche Grundlage für eine wirkungsvolle, zukunftsorientierte Regionalisierung der journalistischen Angebote der DW. Sie bietet eine Antwort auf sich wandelnde geopolitische Bedingungen, die zunehmende Verbreitung von Desinformationen sowie Einschränkungen der Pressefreiheit, die sich ebenfalls verstärken.

174 Im Evaluationszeitraum hat die DW auf diesem Weg Ausschreibungen durchgeführt, beispielsweise für Material und Dienstleistungen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie, Um- und Ausbau der Räumlichkeiten Kantine und Foyer im Funkhaus Berlin, Ausstattung für New Work, Beratungsleistungen zur Klimastrategie, Soft- und Hardware für die Umsetzung der Anforderungen der IT-Strategie (Cloud und KI), Beschaffungen zur operativen Umsetzung der On-Demand-Strategie, der digitalen Personalakte, Leistungen zur Unterstützung von Mitarbeitenden in Krisengebieten.

175 Auf Basis einer fundierten, datenbasierten Analyse wurden aus weltweit 197 Staaten insgesamt 72 Zielländer identifiziert, die sowohl ein hohes Nutzungspotenzial als auch einen besonderen Bedarf an freien Informationen aufweisen und eine geopolitische Bedeutung für Deutschland haben. Die Auswahl erfolgte anhand von festgelegten Kriterien wie z. B. Marktattraktivität, Pressefreiheit, Konfliktniveau, Menschenrechte sowie Relevanz für Deutschland. In der neuen Priorisierung wurden mehrere Länder erstmals oder erneut stärker gewichtet, um aktuellen geopolitischen Entwicklungen und medialen Herausforderungen Rechnung zu tragen.

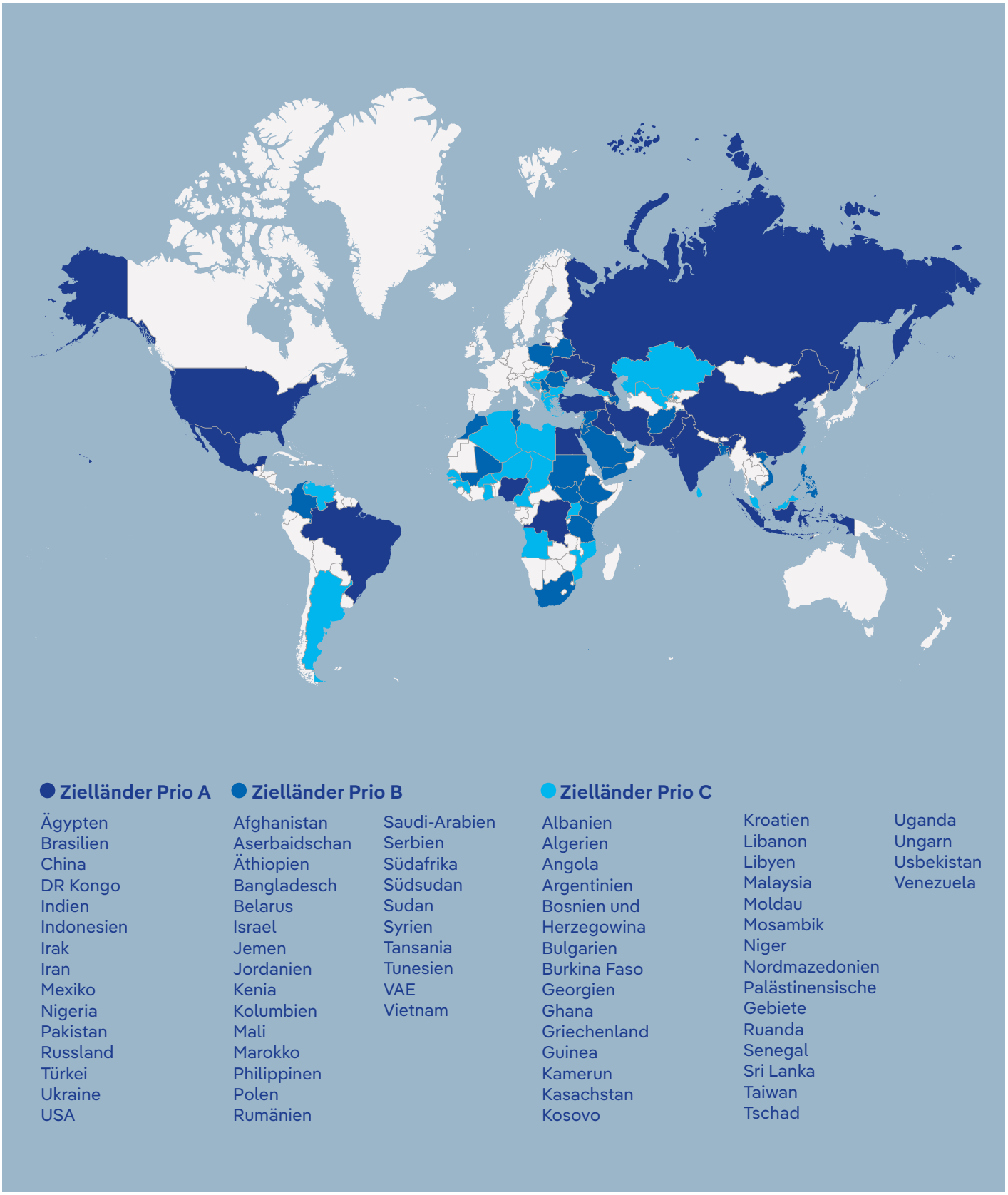


Abbildung 13: **Regionenpriorisierung der DW 2024**

3.2.2 Ausbau der Vor-Ort-Produktion

Einer der wichtigsten Schritte hin zu **regionalisierten, relevanten Inhalten** ist die Vor-Ort-Produktion. Sie erlaubt es, näher an die Zielgruppe heranzurücken und dadurch die Qualität und Authentizität regionalisierter Inhalte zu steigern. So können Nutzungsinteressen noch präziser und aktueller identifiziert und Inhalte besser distribuiert werden. Insgesamt hat die DW die Zahl exklusiver und regional produzierter Inhalte im Evaluationszeitraum signifikant erhöht. Gleichzeitig ermöglicht die verstärkte Präsenz der DW vor Ort einen direkteren und intensiveren Dialog mit der Zielgruppe als bisher.

Wo möglich, griff die DW im Evaluationszeitraum im Rahmen der Kooperation mit dem deutschen Inlandsrundfunk auf Vor-Ort-Ressourcen von *ARD*, *ZDF* und *Deutschlandradio* zurück. Allerdings ist das nicht immer möglich oder sinnvoll. Zum einen kann die DW auf **Korrespondentinnen und Korrespondenten** nur dann zurückgreifen, wenn diese neben ihrer Arbeit für den Inlandsrundfunk noch Kapazitäten frei haben. Zum anderen produziert der Inlandsrundfunk für ein deutsches Publikum, die DW hingegen für Publika in den Zielmärkten. Die unterschiedlichen Zielgruppen bringen sehr unterschiedliche Erwartungen an Konzeption, Gestaltung und Inhaltstiefe der Berichterstattung über die Region mit sich. Zudem ist es für die Fremdsprachenangebote der DW notwendig, dass Korrespondentinnen und Korrespondenten in Englisch oder in der jeweiligen Landessprache berichten können. Auch das ist beim Rückgriff auf die Vor-Ort-Kapazitäten des Inlandsrundfunks nicht immer realisierbar.

Der **Aufbau neuer Standorte sowie der Ausbau bestehender Büros** erfolgt nach festgelegten Kriterien gemäß den strategischen Leitlinien. Das Beispiel des Studios in Neu-Delhi zeigt, wie effektiv der Standort neben dem englischsprachigen Programm auch die regionalsprachlichen Redaktionen Hindi, Urdu, Bengalisch und Tamil beliefert.[176]

176 Die Aktivitäten der verschiedenen Standorte werden in Kapitel 4 skizziert.

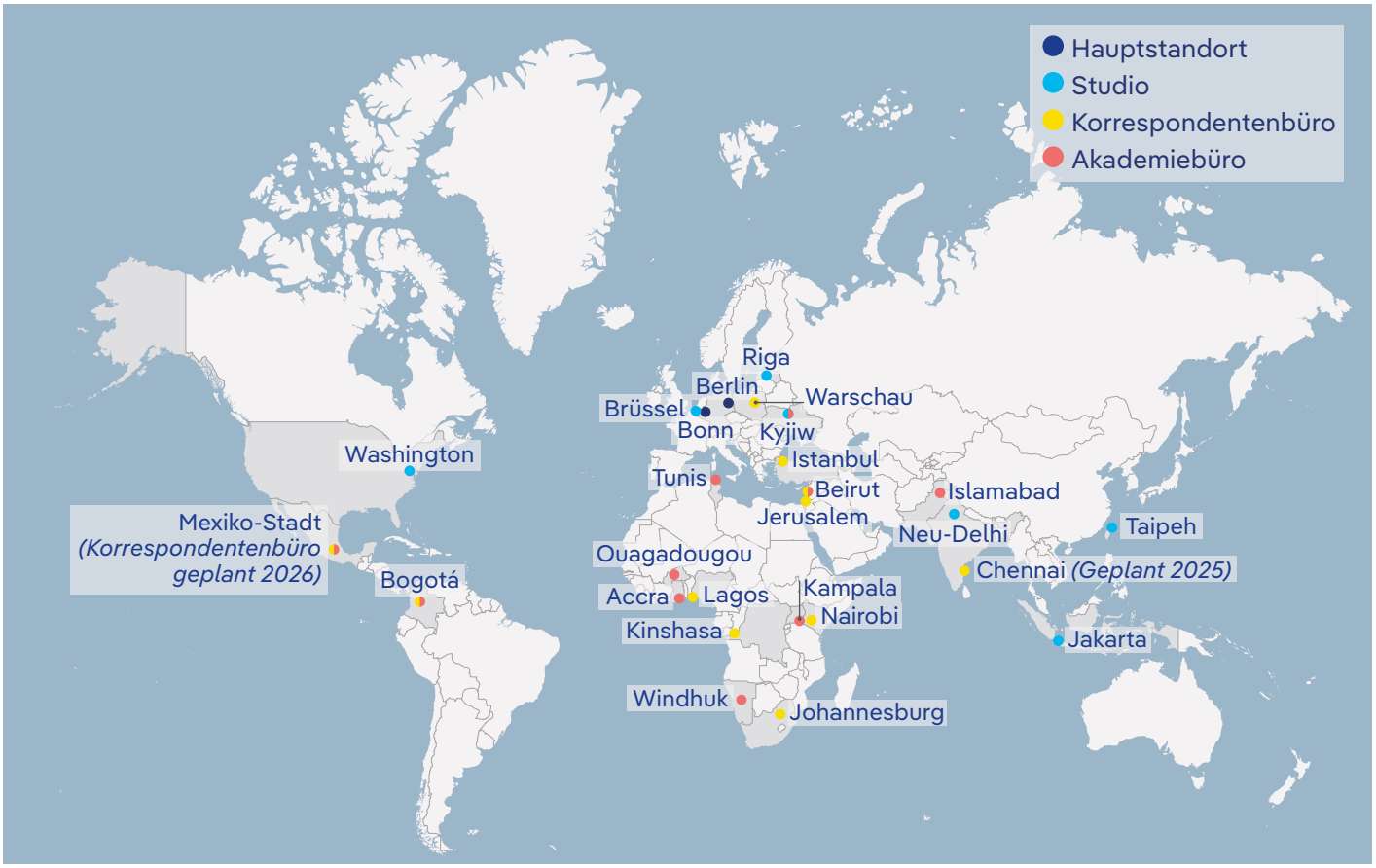


Abbildung 14: **Hauptstandorte, Studios, Korrespondentinnen- und Korrespondentenbüros und Akademiebüros der DW**

Inzwischen ist die DW weltweit mit 18 registrierten Standorten vertreten (Abbildung 14) – neben den großen Studios in Brüssel und Washington auch mit Studios in Jakarta, Neu-Delhi, Taipeh, Riga und Kyjiw. Außerdem verfügt die DW Akademie über Büros in Bogotá, Beirut, Tunis, Islamabad, Kyjiw, Windhuk, Kampala und Accra. Hinzu kommen Korrespondenteninnen- und Korrespondentenbüros, etwa in Istanbul, Nairobi, Lagos, Johannesburg, Jerusalem und Warschau. Die DW arbeitet in den Zielregionen zudem mit einem breiteren Netzwerk von Korrespondentinnen und Korrespondenten zusammen, um **regionalisierten Content vor Ort zu erstellen** – 2024 mit rund 1.111.[177]

Als internationales Medienunternehmen war auch die DW von den Auswirkungen geopolitischer Konflikte betroffen. Dazu gehörte auch die **Zwangsschließung des Studios und der Entzug der Presseakkreditierung der Mitarbeitenden durch die russische Regierung in Moskau** im Februar 2022. Seitdem arbeitet die DW aus dem Exil vom Studio Riga, das im gleichen Jahr eröffnet wurde. Trotz der durch den russischen Angriffskrieg erheblich erschwerten Bedingungen wurde die Arbeit in Kyjiw sichergestellt. In der Türkei wurde die Lizenz für das Verbindungsbüro 2023 nicht verlängert. Durch den Militärputsch in Myanmar 2022 konnte die DW Akademie ihre Aktivitäten in Myanmar nicht fortführen. Das registrierte Büro wurde geschlossen.

Trotz globaler Unsicherheiten stärkte die DW ihre regionale Präsenz mit der Eröffnung neuer Büros weiter. 2022 wurde ein neues Korrespondentinnen- und Korrespondentenbüro in Jerusalem eröffnet – ein bedeutender Schritt in einer sensiblen Region. Hinzu kam 2022 auch das neue DW-Studio Jakarta sowie die Eröffnung des Korrespondentinnen- und Korrespondentenbüros in Kinshasa 2024, um die Berichterstattung aus Zentralafrika ebenfalls zu stärken. Die neuen Standorte unterstreichen das Engagement der DW für unabhängigen Journalismus weltweit. Mit Blick auf die verfügbaren Ressourcen der DW ist eine **Vor-Ort-Präsenz jedoch nicht in allen priorisierten Zielregionen** immer möglich. Nicht zuletzt über die Produktion und Distribution regionalisierter und für die Zielgruppe relevanter Inhalte kann eine solche Abdeckung sichergestellt werden.

177 Feste und Ortskräfte sind hier nicht mit eingerechnet. Unter Berücksichtigung der besseren Datenlage bezieht sich der Evaluationsbericht 2025 auf folgende Berechnungsgrundlage: Die Einsatztage der freien Mitarbeitenden, die im Ausland für ein Sprachangebot Inhalte produzieren, werden zur Einschätzung eines Vollzeitäquivalents umgerechnet, welches auf 210 Einsätzen basiert (1 VZÄ = 210 Einsatztage). Dabei werden sämtliche Einsatztage, die im Jahr 2024 geleistet wurden, berücksichtigt. Zugerechnet wird für diejenigen Sprachredaktionen, für die die Person überwiegend tätig waren – unabhängig vom jeweiligen individuellen Beschäftigungsumfang.

3.3 Aktivitäten II: Digitale Produktion und Angebote im Wandel

Neben der deutlicheren Regionalisierung zählte auch weiterhin die Produktion digitaler *On-Demand*-Angebote in allen Sprachen zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren. Dazu zählt auch, ***On-Demand*-fähige und regionalisierte Inhalte gemäß den Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe** zur Verfügung zu stellen. Die Machart, Produktion und Verbreitung der journalistischen Inhalte wurde dabei für die Verwendung auf *On-Demand*-Plattformen optimiert. Beispielhaft für die Produktion hochwertiger *On-Demand*-ausgerichteter Formate sind etwa die digitalen Serien Choices und Megacities, die für den indischen Markt produziert werden und auf Streaming- und digitalen Plattformen wie *YouTube* abrufbar sind – unabhängig von festen Sendezeiten. Sie porträtieren junge Menschen auf dem Weg der Berufswahl, zeigen urbane Millionenmetropolen und nehmen dabei auch Themen rund um Kultur, Identität, soziale Gerechtigkeit, Mobilität und Umwelt in den Blick. Sie sind plattformgerecht produziert und weisen eine hohe thematische Relevanz für die junge digitale Zielgruppe auf.

Zuvor lag der Schwerpunkt häufig darauf, TV-Angebote zu erstellen, die auf digitalen Plattformen weiterverwertet werden. Nun werden **Inhalte primär für die *On-Demand*-Nutzung auf digitalen Plattformen produziert** und dann im TV zweitverwendet. In diesem Sinne werden TV-Angebote schrittweise umgebaut oder durch Angebote ersetzt, die für die Nutzung auf Abruf optimiert sind. Die TV-Kanäle wurden unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen Reichweite sukzessive im Aufwand reduziert, dies mit weniger TV-first-Produkten und höheren Wiederholungsraten. Die Produktion wurde stärker automatisiert und standardisiert.

Die DW richtet ihren Fokus auch auf **externe Plattformen und Kooperationen mit Distributoren**. Inhalte werden auch mit Blick auf die Weitergabefähigkeit und Verwendung auf externen Plattformen erstellt. Gleichzeitig stärkt die DW ihre eigenen Plattformen im Digitalen. Sie sind wichtig für die Nutzendenbindung und das Vertrauen in die Marke DW. Die eigenen Plattformen dienen als Heimathafen für Inhalte und können so auch über Suchmaschinen und Verlinkungen bei Distributoren gefunden werden.

3.3.1 Ausbau der digitalen Plattformen und digitalen Distribution

Die plattformgerechte Erstellung von Inhalten für den linearen und non-linearen Bereich wurde im Evaluationszeitraum DW-weit vereinheitlicht und standardisiert und die Ressourcennutzung optimiert. Entsprechend des strategischen Ziels, die digitalen und *On-Demand*-fähigen Angebote weiter auszubauen, wurden die digitalen Plattformen der DW erweitert und modernisiert.

Die Homepage *dw.com* wurde auf Basis eines technisch wie konzeptionell modernen und responsiven Designs[178] umgestellt und schrittweise mit neuer Technik gelauncht. Dazu gehört unter anderem eine stärker automatisierte und datenbasierte Ausspielung der Inhalte, was den Aufwand für die Gestaltung der Seite reduziert. Speziell für den Videobereich wurden die **Streamingangebote auf der Homepage *dw.com*** sukzessive ausgebaut. Außerdem wurden die Smart-TV-Apps der DW so erneuert, dass sie mit möglichst geringem Aufwand auf den verschiedensten Smart-TV-Plattformen der Herstellerinnen und Hersteller ausgerollt werden können.

Im Zuge des Relaunches der Homepage *dw.com* wurde die *DW Breaking News App* mit dem Ziel konsolidiert, die Nutzendenerfahrung auf allen Plattformen zu vereinheitlichen und technische Ressourcen effizient zu nutzen.

Im Bereich der Personalisierung sowie der Empfehlung weiterer Inhalte auf ihren eigenen Digitalplattformen setzt die DW mit dem Produkt *PEACH* (*„Personalization for each“*, im Deutschen etwa: „Personalisierung für alle“) der *European Broadcasting Union (EBU)* auf ein offenes, digitales System. Das Empfehlungssystem wird bereits für verschiedene Nutzungsszenarien auf *dw.com* eingesetzt, um die Nutzenden mit passenden Inhalten zu versorgen und sie auf der Webseite zu halten.

- Die DW erreicht viele ihrer digitalen Nutzenden auf Drittplattformen. Dabei nimmt die Anzahl der Plattformen zu. Die technische Infrastruktur, die diese Plattformen mit Inhalten versorgt, wurde rundum erneuert und zukunftsfähig gemacht. Durch die Anbindung an das Rechtemanagementsystem der DW können nun Content-Zusammenstellungen automatisch für unterschiedliche Zielregionen erzeugt werden. Auch die Erstellung partnerspezifischer Zulieferungen wurde erheblich vereinfacht.

- Daneben wurden im Bereich der digitalen Plattformen verschiedene redaktionelle Systeme beschafft, wie z. B. das Social-Media-Trendanalyse-Tool *Newswhip* zur Unterstützung der Themengenerierung in den Redaktionen. Zusätzlich wurde auch das Social-Video-Analytics-Tool *Tubular* Intelligence um *TikTok*-Analyse-Optionen erweitert. Der Einsatz von KI unterstützt die Redaktionen dabei, die Vielzahl an Kommentaren und Rückmeldungen auf den Social-Media-Kanälen der DW effizienter zu erfassen und zu analysieren.[179]

3.3.2 Digitale Redaktion und Produktion

Mit dem Videoproduktionssystem *NVPS* wurde das „Herzstück“ der digitalen Videoproduktion sowie die dafür notwendige **technische Infrastruktur** ausgetauscht und im Jahr 2023 in Betrieb genommen. Im Mittelpunkt steht das System *HIVE*, mit dem das bestehende System abgelöst werden konnte. *HIVE* hat sich inzwischen insbesondere bei der linearen (TV-)Videoproduktion etabliert. Darüber hinaus wurde der gesamte Speicher, der im Bereich der Videoproduktion genutzt wird, erneuert und erfolgreich in Betrieb genommen. Für die Erstellung von aufwändigen und plattformspezifischen Videos wurde das dafür erforderliche *Craft-Editing*-Produktionssystem erweitert.

- Das Grafiksystem wurde 2024 durch ein System der Firma Vizrt abgelöst. Damit steht an einer weiteren zentralen Stelle – bei der Erstellung und dem Ausspielen von Grafiken in der Videoproduktion – ein modernes System zur Verfügung; gleichzeitig wurden die bestehenden Risiken durch das Altsystem beseitigt.

- Gemeinsam mit ihren Kooperationspartnern aus *ARD*, der *Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG)* und dem *Österreichischen Rundfunk ORF* hat die DW eine KI-unterstützte, medien- und anstaltsübergreifende Suche für Archivinhalte in Betrieb genommen.

- Im Bereich der Produktion und Distribution von Inhalten in *Ultra High Definition (UHD)* geht die DW aufgrund der hohen notwendigen Investitionskosten schrittweise vor. So wurden bereits Möglichkeiten geschaffen, verschiedene Videoproduktionen und Magazine in *UHD* zu erstellen und zu distribuieren. Ein flächendeckender

178 Im Deutschen etwa „reaktionsfähiges” oder „anpassungsfähiges” Design, d. h. Inhalte und Layouts passen sich flexibel an verschiedene Displaygrößen an. Ziel ist eine optimale Nutzungserfahrung auf allen Geräten.

179 Gleichzeitig kann die zeitnahe Entfernung problematischer Inhalte nicht in allen Fällen gewährleistet werden.

Ausbau für den gesamten non-linearen Bereich, also nicht für die TV-Distribution vorgesehene Inhalte, wird bis 2030 angestrebt.

Im Bereich der **Studioproduktion** wurden an beiden Standorten weitere Möglichkeiten für digitale Videoformate geschaffen, die sich unter anderem durch den Einsatz moderner, „smarter" Produktionstechnik auszeichnen. Am Standort Berlin wurden dazu zwei sogenannte „Readysets"[180] geschaffen, in Bonn ein sogenannter *Social Media Hub* aufgebaut sowie ein Studio rundum erneuert.

- Erneuert wurde auch die Beleuchtung in den Studios durch moderne LED-Scheinwerfer. Hierdurch wird nicht nur der Stromverbrauch um rund 75 % reduziert, sondern auch die Wärmeentwicklung und somit der Kühlungsbedarf in den Studios verringert. Größere Reinvestitionen im Bereich Studio betrafen weiter die Kamerarobotik, Bildmischer und Kameras.

180 Kompakte Selbstfahrerstudios, die Möglichkeiten für flexible und schnelle Aufnahmen, besonders für kurze Social-Media-Produktionen wie Explainer-Videos eröffnen.

- Schließlich wurden auch zahlreiche technische Investitionen für den Ausbau der Auslandsstandorte getätigt, sowohl für die Ausstattung neuer Standorte als auch für die Erneuerung und Standardisierung veralteter Infrastruktur.

3.3.3 KI und IT Security

Die Einführung oder Erweiterung von Systemen zur Nutzung von KI betrifft viele technische Bereiche. Ein Fokus im Aufgabenplanungszeitraum hat die DW mit Blick auf die multilingualen Angebote auf sogenannte *Human Language Technologies*, also Sprachtechnologien, gelegt. Gemeinsam mit einem Kooperationspartner wurde das **System *plainX* entwickelt, mit dessen Hilfe Videos automatisch transkribiert, übersetzt, mit Untertiteln** versehen und bei Bedarf auch mit synthetischen Stimmen synchronisiert werden können. Das System erleichtert nicht nur die Arbeit bei der DW, sondern ist inzwischen auch bei vielen anderen Medienunternehmen im Einsatz.

- Aufgrund der großen Fortschritte im Bereich **generativer KI wurden bei der DW verschiedene Pilotprojekte**



Der russische Live-Vodcast Novosti Show nach dem Umbau des Bonner Studios.

zum redaktionellen Einsatz dieser Dienste durchgeführt. Nach deren Abschluss wird derzeit unter anderem mit einem *AI Center* eine technische Infrastruktur geschaffen, mit deren Hilfe verschiedene KI-Modelle bequem, flexibel, sicher und datenschutzkonform in der Breite eingesetzt werden können – sowohl durch eine eigene *Prompting*[181]-Oberfläche (wie z. B. bei *ChatGPT*) als auch durch eine Anbindung der Modelle in die Systemlandschaft der DW, z. B. in das zentrale Redaktionssystem. Zudem wird generative KI im Arbeitsalltag der Mitarbeitenden bereits umfassend getestet und genutzt.

– Im kontinuierlichen Aufbau befindet sich darüber hinaus eine KI-basierte, automatisierte **Content-Analyse**, mit deren Hilfe die Inhalte der DW automatisch erfasst und inhaltsanalytisch ausgewertet werden können. Im produktiven Einsatz befindet sich daraus resultierend bereits die automatisierte Erstellung von Metadaten zur Kategorienzuordnung der Inhalte.

Neue Technologien bringen auch Sicherheitsrisiken mit, auf die die DW bestmöglich vorbereitet ist. Die technischen Investitionen der DW im Bereich der **Sicherheitsarchitektur** haben sich bezahlt gemacht. So werden täglich rund ein schwerwiegender Angriff auf die DW sowie eine Vielzahl mittelschwerer Angriffe durch die „Sensorik"-Systeme erkannt und abgewehrt, ohne dass es zu größeren Ausfällen kommt. Zusammen mit einem Dienstleister wurde auch personell und prozessual die Möglichkeit geschaffen, schnell auf Angriffe reagieren zu können. Dabei bleibt das **Risiko für Cyberattacken** mit Blick auf die Bedrohungslage für die DW jedoch unverändert sehr hoch, wobei viele Angriffe „menschliche" Schwachstellen ausnutzen. Aus diesem Grund wurde neben technischen Investitionen auch stark in die Schulung der gesamten Mitarbeitendenschaft hinsichtlich der *IT Security Awareness* investiert, z. B. durch Online-Trainings.

Die digitale Transformation prägt die Weiterentwicklung der DW zunehmend – nicht nur als Reaktion auf technologische Trends, sondern auch als strategische Notwendigkeit. Im Zentrum stehen der **Ausbau digitaler Plattformen, die Modernisierung redaktioneller und technischer Systeme sowie der gezielte Einsatz von KI-Technologien**. Die DW hat im Evaluationszeitraum ihre digitalen Angebote umfassend überarbeitet, neue Produktions- und Distributionswege etabliert und ihre Infrastruktur an die Anforderungen eines plattformübergreifenden, datenbasierten Journalismus angepasst. Damit stärkt die DW ihre digitale Leistungsfähigkeit und schafft die Grundlage für zukunftsfähige Medienarbeit in einem zunehmend komplexen Umfeld.

181 Siehe Glossar.

EXKURS 3

Nachhaltigkeit bei der DW



Nachhaltiges Engagement in Südostbrasilien: Im Rahmen von Global Ideas zeigt die DW, wie lokale Initiativen wie Copaíba zur Wiederaufforstung und zum Schutz der Biodiversität beitragen.

Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern eine Notwendigkeit: Sie hilft, die natürlichen Ressourcen zu bewahren und eine lebenswerte Zukunft für alle zu ermöglichen. Dieser zentralen Bedeutung des Themas kommt die DW bereits seit Jahren nach: Sei es im Bereich Umwelt (dem Schutz des Klimas durch umweltbewusstes Handeln) und Soziales (Förderung gesellschaftlicher Ziele wie soziale Gerechtigkeit und Chancengleichheit) oder im Rahmen ihres journalistischen Angebots. Als internationale Medienorganisation mit Verantwortung auch gegenüber den **Menschen in ihren Zielregionen weltweit fühlt sich die DW den Zielen der Vereinten Nationen** für eine Nachhaltige Entwicklung, den UN *Sustainable Development Goals (SDG)*[182], in besonderer Weise verpflichtet.

Entsprechend behält die DW ihre Profilthemen Umwelt- und Klimaschutz sowie Themen rund um **ressourcenschonende Technologien im Fokus der Berichterstattung**. Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung in der Redaktionspraxis, von Themenplanung über

182 UN 2025b.

Umsetzung bis hin zu maximaler Programmverwertung. Dafür hat die DW ein neues Climate-Reporting-Team etabliert – als Expertinnen und Experten in der Berichterstattung, aber auch als zentrale Ansprechpersonen für alle Redaktionen. Dieses Team befasst sich ausschließlich mit Umwelt- und Klimathemen, bildet sich im Bereich Umweltjournalismus fortwährend fort und trägt das erworbene Wissen regelmäßig in die Umweltredaktion sowie in weitere Redaktionen der DW hinein.

Zu den **erfolgreichsten Umweltformaten**, die für TV und digitale Plattformen der DW produziert werden, gehören *Global Us*, *Global Ideas*, das *YouTube*-Format *Planet A*, die Videoserie *Unseen*, *HER – Women in Asia* und die *Eco*-Reihen. *Eco Africa* gibt es inzwischen in vier Sprachversionen: Englisch, Französisch, Portugiesisch und eine voll-adaptierte Version in Haussa. *Eco India* ist neben Englisch und Hindi jetzt um zwei weitere Versionen in Bengalisch und Tamil reicher. Im spanischsprachigen Angebot sind sechs neue Social-Media-Formate entstanden, damit wird das Umweltmagazin *Eco Latinoamérica* ausgeweitet. Alle Eco-Magazine der DW setzen ihre Schwerpunkte konsequent **auf ökologische Innovationen** und Themen, die für die jeweilige Zielregion von Relevanz sind.

2018 gehörte die DW zudem zu den ersten unterzeichnenden Medienorganisationen des UN *SDG Media Compact*, einem starken Treiber für einheitliche Ziele für nachhaltige Entwicklung. Seit 2022 ist sie zusätzlich Mitglied im *Covering Climate Now (CCNow)*, einem globalen Netzwerk von mehr als 500 Medien und Nachrichtenagenturen, sie sich einer fundierten Klimaberichterstattung verschrieben haben. Die DW will auch die Zusammenarbeit mit internationalen Nachrichtenredaktionen weiter ausbauen. In mehr als 70 Ländern stärkt die DW Akademie das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung und ungehinderten Zugang zu Informationen durch journalistische Ausbildung sowie Infrastrukturaufbau und sensibilisiert dabei auch für Nachhaltigkeitsthemen.

Die **Umsetzung der Klimaschutzstrategie wurde in den Schwerpunktvorhaben der Aufgabenplanung für die Jahre 2022–2025** verankert. Im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit liegt der Fokus der DW auf Klimaschutz. So sind die Treibhausgasemissionen der DW 2022 gegenüber 2019 um 60 % gesunken – auch als Konsequenz der veränderten Rahmenbedingungen durch die Corona-Pandemie. Die Dienstreisekilometer konnten um 70 % und die Inlandsflüge sogar um 91 % reduziert werden; gleichzeitig



Energieeffizient produzieren: Im Berliner Studio 2 setzt die DW auf moderne LED-Technik – ein Beitrag zu nachhaltiger Medienproduktion.

hat sich der Anteil der klimafreundlicheren Zugreisen an den Dienstreisen verdoppelt.

Der Reduktionspfad wurde im Jahr 2023 auf den sogenannten 1,5°C-Pfad verschärft und sieht bis zum Jahr 2030 eine dauerhafte Halbierung der Treibhausgasemissionen von 2019 vor. Auch der Energieverbrauch konnte signifikant abgesenkt werden. Der Papierverbrauch sank um rund 40 %. Diese starken Reduktionen lassen sich einerseits durch die Corona-Pandemie erklären. Diese schränkte Dienstreisen stark ein, beschleunigte die Digitalisierung und sorgte für mehr Homeoffice, was wiederum zu weniger Pendelwegen führte und weniger Heizenergie nötig machte. Daneben hat die DW auch steuernde Minderungsmaßnahmen wie neue Dienstreiseregeln und Freigabeprozesse umgesetzt, die maßgeblich zur Zielerreichung beigetragen haben. Seit dem Jahr 2022 wächst allerdings die Zahl der dienstlich notwendigen Dienstreisen wieder, wenn auch auf einem deutlich niedrigeren Niveau als vor der Pandemie. Gleichzeitig bedingen neue **wettbewerbliche Anforderungen wie etwa die Ausstrahlung in Ultra-HD sowie die Nutzung von KI** einen wachsenden Bedarf an Speicherplatz in Rechenzentren und lassen den Stromverbrauch ansteigen. Parallel dazu ist die DW nach dem **Energieeffizienzgesetz dazu verpflichtet, im Jahr 2025 ein Energiemanagementsystem**[183] einzuführen und 2 % Energie pro Jahr einzusparen. Hinzu kommt eine angespannte Lage des Bundeshaushalts. Dies stellt die DW vor die Herausforderung, die ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimensionen in ein ausgewogenes Verhältnis zueinander zu bringen. Nichtsdestotrotz hält die DW auch für die Zukunft an ihren Nachhaltigkeitszielen fest.

Die DW bekennt sich zu nachhaltigem Handeln als Unternehmen und meint damit die freiwillige, über Gesetzesanforderungen hinausgehende Übernahme von Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. Die Abteilung *Sustainability Management* in der Direktion *Business Administration* entwickelt das Nachhaltigkeitsmanagement in der DW systematisch weiter und koordiniert die Themenvielfalt in Zusammenarbeit mit den verantwortlichen Fachbereichen. Zur Darstellung der Fortschritte erstellt sie im Zwei-Jahres-Turnus gemeinsam mit *Directorate General Management* den Nachhaltigkeitsbericht der DW. Bei der Berichtserstellung legt die DW bislang den *Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)* zugrunde. Der DNK wurde vom *Rat für Nachhaltige Entwicklung* – einem Gremium der Bundesregierung – entwickelt und ist ein deutschlandweit akzeptierter Qualitätsstandard.

Nachdem das DW *Sustainability Management* in den ersten Jahren ein **systematisches Datenmanagementsystem für Nachhaltigkeitskennzahlen** etabliert und eine Klimaschutzstrategie erarbeitet hat, baut es nun die erforderlichen Strukturen und Prozesse für die Umsetzung weiter auf. Gemeinsames Nachhaltigkeitsengagement findet zudem mit den Landesrundfunkanstalten der *ARD* statt. Eine stetige hausweite und externe Kommunikation sorgt für eine Sensibilisierung hin zu mehr Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag. Zugleich sensibilisiert die DW ihre Führungskräfte und Mitarbeitenden für die Bedeutung einer nachhaltigen Unternehmensführung. So hat z. B. die Produktion Mitarbeitende zu nachhaltigeren Produktionsweisen als *Green Consultants* fortbilden lassen und mit Pilotprojekten zum Erstellen der ökologischen Standards für Film- und Fernsehproduktionen (*Green Motion*) beigetragen. Im Bereich Werte und Compliance wurde der *Code of Conduct* nachgeschärft und gilt nun verbindlich für alle Mitarbeitenden der DW. An externe Geschäftspartnerinnen- und partner werden die Werte der DW über eine neue *Declaration of Values* kommuniziert. Im Bereich Soziale Nachhaltigkeit hat die Abteilung *Diversity, Equality and Inclusion (DEI)* mit Schulungen, Projekten und Veranstaltungen für das Thema Vielfalt und Chancengleichheit sensibilisiert. Der Anteil der Frauen an den Mitarbeitenden liegt insgesamt bei 51 % und ist im Top-Management auf 55 % angestiegen.

Damit ist Nachhaltigkeit als Profilthema und im Kerngeschäft fest verankert und wird stetig weiterentwickelt, um sicherzustellen, dass die DW weiterhin zu den nachhaltigsten Medienorganisationen in Deutschland zählt.

183 Nach ISO 50001, einer international anerkannten Norm für Energiemanagementsysteme, die Unternehmen dabei unterstützt, ihre energiebezogene Leistung kontinuierlich zu verbessern.

EXKURS 4

Diversity, Equity and Inclusion bei der DW



Director General Peter Limbourg beim Diversity Day in Berlin.

In einer sich wandelnden Medienlandschaft trägt gelebte Vielfalt nicht nur zur Chancengleichheit und fairer Teilhabe bei, sondern stärkt auch die Glaubwürdigkeit, Relevanz und Innovationskraft der Berichterstattung. In Deutschland ist 2006 das *Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG)* in Kraft getreten, das darauf abzielt, Diskriminierung in bestimmten Bereichen zu verhindern und zu beseitigen.

Die DW hat sich daher zum Ziel gesetzt, aktiv eine **diverse und digitale Unternehmenskultur** zu gestalten. Kulturelle Vielfalt hat in der DW mit ihrem globalen Programmangebot seit jeher einen hohen Stellenwert. Kolleginnen und Kollege aus 96 Nationen arbeiten als feste und freie Mitarbeitende, prägen damit die DW sowie die DW Akademie und sind eine große Chance für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Diversität ist ebenfalls von großer Bedeutung für die passgenaue Angebotsentwicklung zur Erreichung vielfältiger Zielgruppen auf globaler Ebene. In Zeiten, in denen Meinungsfreiheit massiv beschnitten und die Stimmen marginalisierter Gruppen weiter eingeschränkt werden, ist es umso notwendiger, die Perspektivenvielfalt abzubilden, um einen konstruktiven Diskurs und Dialog zu fördern.

Das **Diversity-Management der DW trägt maßgeblich dazu bei, die vorhandene Vielfalt der Belegschaft** zum Nutzen aller Mitarbeitenden weiter zu stärken, mehr Repräsentanz und Inklusion zu schaffen und die Unternehmenskultur der DW nachhaltig zu verbessern. Der Fachbereich *Diversity, Equity and Inclusion (DEI)* leistet in dieser Hinsicht grundlegende Beiträge zur Erfüllung des gesetzlichen Auftrags der DW. In Zusammenarbeit mit der Personalabteilung *People*, der *Anti-Discrimination Officer* und weiteren mandatierten Schnittstellen wird *DEI* als Querschnittsthema verankert und die DW-weite *DEI*-Strategie vorangetrieben. Die DW hat im Jahr 2023 die Stelle der *AGG-Beauftragten* in die der *Anti-Discrimination Officer* umgewandelt und das Aufgabenspektrum gemäß den gesetzlichen Anforderungen erweitert, um dem *AGG* noch wirkungsvoller zu entsprechen.

Neben der Auswertung von Beschwerden nach dem *AGG* bietet die Stelle auch diskriminierungsbezogene Beratung für alle Mitarbeitenden im In- und Ausland an. Dazu kommen das Monitoring und die Analyse von Strukturen von Diskriminierung sowie die Entwicklung und Umsetzung präventiver Maßnahmen. **Gemäß dem *Code of Conduct* setzt sich die DW aktiv gegen jede Form von Diskriminierung ein.**

Die Abteilung *People* verfolgt einen ganzheitlichen Diversity-Management-Ansatz und entwickelt sowohl Personalprozesse als auch Angebote in Anlehnung an die *DEI*-Strategie weiter. Dazu gehören Leitfäden zum diversitätssensiblen Recruiting, zur effektiven Begleitung von diversen Teams für DW-Führungskräfte sowie zu Diversity-Skills für Führungskräfte und Mitarbeitende, um die vorhandenen Lernangebote bedarfsorientiert aufzustellen.

Im Jahr 2024 haben in der DW mehr als 100 bewusstseinsbildende Maßnahmen zu unterschiedlichen Dimensionen von Diversity stattgefunden. Von 2022 bis 2023 wurden insgesamt 173 Maßnahmen umgesetzt, im Fokus standen dabei Schulungen zum Thema Antisemitismus im Rahmen eines Maßnahmenplans. Darüber hinaus haben in diesem Zeitraum 80 % aller Führungskräfte ein *DEI*-Training absolviert. In Zusammenarbeit mit der Plattform *Employers for Equality* bietet die DW ein breites Angebot an Inhalten und Formaten zu *DEI* für ihre Mitarbeitenden an, um unterschiedliche Bedarfe und Wissensstände abzudecken. Um das Zugehörigkeitsgefühl der Mitarbeitenden zu stärken, unterstützt die DW aktiv Initiativen der Belegschaft zu verschiedenen *DEI*-Themen.

Gemeinsam mit dem **Kompetenzteam Antisemitismus, Jüdisches Leben, Israel und die Palästinensischen Gebiete** hat der *DEI*-Fachbereich in den letzten zwei Jahren verschiedene Sensibilisierungs- und Dialogveranstaltungen für DW-Mitarbeitende organisiert, um dem hohen Bedarf an Wissen, Dialog und Praxistransfer gerecht zu werden. Thematisch standen die Themen Nahost, Antisemitismus und antimuslimischer Rassismus im Fokus.

Mit der direktionsübergreifenden Fokusgruppe *Rassismen* wurde in den Jahren 2024 und 2025 der Grundstein für eine weitere Professionalisierung beim internen Umgang mit diesem Thema gelegt. Die Gruppe initiiert derzeit Projekte in den Bereichen Vernetzung, Bewusstseinsbildung und Beratung, die zur Sichtbarkeit und einem konstruktiven Umgang mit dem Themenkomplex Rassismus beitragen sollen.

Menschen mit Behinderung werden in der DW aktiv gefördert. Die Beschäftigungsquote für das Jahr 2024 liegt bei 6,26 %. Der Standort Berlin der DW wurde im Dezember 2024 in der Kategorie „Inklusive Beschäftigung – Großunternehmen" mit dem *Berliner Inklusionspreis* ausgezeichnet. Bereits 2022 wurde der Standort in der Kategorie „Inklusive Ausbildung" gewürdigt. Die DW veranstaltete 2023 in Berlin und 2024 in Bonn die Ausstellung *Dialog im Dunkeln*, bei der Menschen in vollkommen abgedunkelten Räumen den Alltag blinder Menschen nachvollziehen konnten. Über 600


Ronka Oberhammer/DW


Ronka Oberhammer/DW

Die DW setzt ein starkes Zeichen für Inklusion. Die interaktive Ausstellung „Dialog im Dunkeln" sensibilisiert Führungskräfte und Mitarbeitende in Bonn und Berlin für die Perspektiven von Menschen mit Behinderung.

DW-Mitarbeitende besuchten diese Ausstellung. Damit setzte die DW ein klares Zeichen für die Förderung der Belange von Menschen mit Behinderung.

Darüber hinaus setzt die DW auf digitale Barrierefreiheit sowohl für Mitarbeitende wie auch im Online-Auftritt. So richtet die DW auf ihrer Homepage einen „Barrierefrei"-Bereich ein, der Unternehmensinformationen in leichter Sprache (Deutsch und Englisch) sowie Gebärdensprachvideos enthält. Im Programmangebot hat die DW sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2025 mindestens 90 % der audiovisuellen Inhalte zu untertiteln. Aktuell sind 69 % bis 96 % der Videos auf externen Plattformen untertitelt, während der Anteil auf *dw.com* bei 43 % liegt. Zudem will die DW vermehrt gebärdensprachliche Formate anbieten; Programmangebote für Spanisch und Urdu liegen bereits vor.

Im Bereich der **technischen Neuerungen setzte die DW bei der Barrierefreiheit** auf zwei mitentwickelte KI-Tools: *plainX*, ein Tool zur Transkription und Untertitelung von Videos, sowie *Monitio*, ein Media Monitoring Tool für Diversität in der Berichterstattung. Den Austausch über Trends und neue Verfahren im Bereich Barrierefreiheit verfolgt die DW auch in zentralen Netzwerken und Arbeitsgruppen auf Ebene der *ARD* und der *European Broadcasting Union (EBU)*.

Um eine gleichberechtigte Repräsentation von Frauen in der Berichterstattung zu erreichen, nimmt die DW an dem von der *BBC* initiierten Gleichstellungsprojekt „50:50" teil. In diesem Zusammenhang steigert sie aktiv die Sichtbarkeit von Frauen in ihrem Programmangebot. Die Anzahl der Angebote in diesem Projekt hat sich im Jahr 2024 von 17 auf 58 Formate erhöht. Auch die Erweiterung auf weitere journalistischen Ausspielwege wie Video und Audio ist in Planung. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Stärkung einer alters- und generationengerechten Unternehmenskultur in der DW. Auf Basis dieser Ergebnisse und Lernerfahrungen aus den verschiedenen Bereichen wird die *DEI*-Strategie der DW kontinuierlich weiterentwickelt.



Mehr Sichtbarkeit für Frauen: Die DW beteiligt sich am BBC-Projekt 50:50 und stärkt die Repräsentation von Frauen in der Berichterstattung – etwa mit Formaten wie HER – Women in Asia und Frau, wy kuda? (Frau, was nun?).



DW AKADEMIE

Strategische Vorreiterrolle in Zeiten branchenweiter Konsolidierung

Die Umwälzungen im globalen Entwicklungssektor haben dazu geführt, dass die DW Akademie aktuell als *Primus inter pares* dasteht, **als weltweit größte Medienentwicklungsorganisation**. Mit dieser Neupositionierung geht eine große Verantwortung einher, die nicht nur die Anzahl der Projekte und das Gesamtbudget betreffen. Diese neue Verantwortung erstreckt sich auch auf eine Vorreiterrolle bei der Entwicklung neuer Ansätze und als Fürsprecherin für den Gesamtsektor. So lancierte die DW Akademie im Jahr 2024 den Think Tank *DW Freedom*, der aktuell zu drei Kernthemen des Sektors praxisnahe Empfehlungen erarbeitet: KI, Dialog gegen Polarisierung und Finanzierung von Journalismus. Im selben Jahr gelang es der DW Akademie, zahlreiche gleichgesinnte Organisationen für das *Media Viability Manifesto*[184] zu mobilisieren, einem globalen Rahmenwerk für gemeinsame Anstrengungen, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit unabhängiger Medien weltweit zu verbessern. Und 2025 fasste der von der DW Akademie initiierte *State of Media Development Report*[185] die Lage des Gesamtsektors zusammen und formulierte *Policy*-Empfehlungen für politische Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger. In dieser Weise setzt sich die DW Akademie gemeinsam mit gleichgesinnten Partnerorganisationen für die Stärkung des Menschenrechts auf freie Meinungsäußerung und den ungehinderten Zugang zu Information ein.

Die vergangenen Jahre nutzte die DW Akademie auch, um die eigenen konzeptionellen Grundlagen zu konsolidieren, die Regionalisierung ihrer Projekte und die Diversifizierung der eigenen Mitarbeitenden voranzutreiben. Dies erfolgt mit dem Ziel, **langfristig angelegte, relevante und wirkungsorientierte Projekte** zu realisieren, die Menschen und Organisationen im Globalen Süden befähigen, ihre Rechte in Anspruch zu nehmen und gute Entscheidungen auf der Grundlage von verlässlichen Fakten und konstruktivem Dialog zu treffen.

Ein wichtiges Mittel, die eigenen Kompetenzen zu bündeln und weiterzuentwickeln, sind die fünf Handlungsfelder der DW Akademie: *Media and Information Literacy* (Medienkompetenz), *Media Viability* (wirtschaftliche Tragfähigkeit von Medien), *Innovation for Dialogue* (Innovation für Dialog), *Media and Journalism Education* (Aus- und Fortbildung von Medienschaffenden) sowie *Media Safety* (Sicherheit). Die Handlungsfelder helfen, messbare Ergebnisse zu erzielen und langfristige Wirkungen zu generieren.



Abbildung 15: **Die fünf Handlungsfelder der DW Akademie**

184 DWA 2025b.
185 DWA 2025c.

Media and Information Literacy (*MIL*, Medienkompetenz): Durch innovative Ansätze stärkt die DW Akademie die Fähigkeit von Menschen, Medien zu nutzen, zu analysieren, selbst zu gestalten und mediale Inhalte kritisch zu reflektieren. Die Projekte der DW Akademie fördern zudem ein vertieftes Verständnis des Rechts auf Information und freie Meinungsäußerung. Dadurch befähigen sie Menschen, ihre Rechte zu verstehen und Medien verantwortungsvoll zu nutzen.

Media Viability (*MV*, Wirtschaftliche Tragfähigkeit von Medien): *Media Viability* bezeichnet die Fähigkeit von Medien und Mediensystemen, Qualitätsjournalismus wirtschaftlich tragfähig im öffentlichen Interesse zu produzieren. *Media Viability* ist entscheidend, um einen kontinuierlichen Zugang zu verlässlichen Informationen für die Bevölkerung zu gewährleisten. Die DW Akademie unterstützt Medienunternehmen dabei, ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit zu verbessern. So trägt sie dazu bei, dass diese beispielsweise ihr Publikum besser verstehen, ihre Organisationsstrukturen stärken oder ihre Geschäftsmodelle anpassen können.

Innovation for Dialogue (*I4D*, Innovation für Dialog): Die DW Akademie beschäftigt sich intensiv mit der digitalen Transformation des öffentlichen Dialogs und den damit verbundenen Chancen und Risiken: Neue Technologien eröffnen zahlreiche Möglichkeiten, Informationen zu teilen und sich an öffentlichen Debatten zu beteiligen. Die Kehrseite: ungerechte Zugangsmöglichkeiten, Sprachbarrieren, algorithmische Verzerrungen und Überwachung. Mit dem Handlungsfeld *I4D* fördert die DW Akademie Innovation für eine bessere Debattenkultur im digitalen Raum – ohne Beschränkungen und geschützt vor Eingriffen und Manipulation.

Media and Journalism Education (*MJE*, Journalistische Aus- und Fortbildung): Die DW Akademie ist von der hohen gesellschaftlichen Bedeutung von Qualitätsjournalismus überzeugt. Die journalistische Aus- und Fortbildung ist angesichts der langjährigen, weltweiten Erfahrung der DW Akademie in diesem Bereich ein fester Bestandteil der Identität der Organisation. Mit interaktiven und partizipativen Trainings fördert die DW Akademie journalistische Kompetenzen und regt gleichzeitig eine kritische Auseinandersetzung mit der Rolle des Journalismus in der Gesellschaft an.

Media Safety (Medien-Sicherheit): Die Sicherheit von Medienschaffenden und Medienorganisationen hat für die DW Akademie einen besonders hohen Stellenwert. Digitale Sicherheit wie auch Unterstützung für Exil-Journalistinnen und -Journalisten spielen dabei eine wichtige Rolle. In diesem Handlungsfeld ist auch die von der DW Akademie koordinierte *Hannah-Arendt-Initiative* zu verorten. Diese wurde 2022 vom *AA* und der *Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien* initiiert und finanziert.

Querschnittsthema Digital Rights[186]: Zensur im Netz, Online-Überwachung und Internet-Abschaltungen: überall auf der Welt nutzen Regierungen Technologien, um Grundrechte im digitalen Raum einzuschränken. Der Menschenrechtsschutz in der digitalen Welt bildet daher ein Querschnittsthema der Arbeit der DW Akademie. Durch vielfältige Programme stärkt die DW Akademie die digitale Sicherheit von Medienschaffenden, setzt sich gegen digitalen Autoritarismus ein und fördert die Teilhabe unterrepräsentierter Gruppen im Netz.

Langzeitprojekte der DW Akademie

Die DW Akademie war 2024 in 67 Ländern auf fünf Kontinenten aktiv (Abbildung 16). Nach wie vor ist das *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)* der wichtigste Auftraggeber. 29 langfristige so genannte VE-Projekte[187] wurden im Evaluationszeitraum vom *BMZ* finanziert. Neben den Projekten in Schwerpunktländern gehörten auch der englisch- und französischsprachige Studiengang *International Media Studies (IMS)*, das *Filmwirtschaft*-Programm und das strategische Programm *Meinungsfreiheit und Medienentwicklung* dazu. Zudem berät die DW Akademie das Ministerium als strategischer Partner in Fragen der Medien- und Meinungsfreiheit und beteiligt sich an ausgewählten Projekten von der *Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)* und der *Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW)*. Weitere wichtige Auftraggeber sind das *Auswärtige Amt (AA)* und die Europäische Union (EU).

Qualität und Wirkung

Die DW Akademie verbessert ihre Arbeit kontinuierlich, indem sie Projekte fortlaufend evaluiert und die Ergebnisse zur Verbesserung nutzt. Sie pflegt ihr Organisationswissen und lebt eine Kultur der Qualität, die sich in einem umfassenden Qualitätsmanagementsystem widerspiegelt.

Um die Qualität der Projekte zu gewährleisten, greift die DW Akademie für die Evaluationen auf **internationale Standards** zurück und evaluiert ihre Projekte nach den Standards des *Development Assistance Committee (DAC)* der *OECD*.[188] Jedes Projekt fußt auf einem strategischen Fundament, in

186 Das Handlungsfeld Media Safety wurde im Laufe der Erhebung durch das Handlungsfeld Digital Rights ersetzt.
187 Die Verpflichtungsermächtigung (VE) erlaubt dem Ministerium, Förderzusagen über mehrere Jahre hinweg zu machen.
188 Siehe Kapitel 4.

dem der jeweilige Ansatz hergeleitet und anhand einer Wirkungslogik transparent gemacht wird: Inputs definieren die Ressourcen und die Aktivitäten, Outputs beschreiben kurzfristige Leistungen, Outcomes definieren mittelfristige Projektziele, und die entwicklungspolitischen Wirkungen oder Impacts beschreiben langfristige Folgen von Projekten auf gesamtgesellschaftlicher Ebene. Mit Hilfe von Indikatoren, die nach international anerkannten *SMART*-Kriterien[189] formuliert werden, wird die Zielerreichung messbar gemacht. Regelmäßig werden Projekte der DW Akademie auch externen Audits unterzogen.

189 SMART: Ein englischsprachiges Akronym, das die Kriterien für gute Indikatoren zusammenfasst: Specific (spezifisch), measurable (messbar), achievable (erreichbar), relevant (relevant), time-based (zeitbezogen).



Abbildung 16: **Die Außenstruktur der DW Akademie**



Starke Stimmen, starke Begegnung: In GirlZOffMute trifft die paralympische Schwimmerin Husnah Kukundakwe die Jugend-Reporterin Abigail Mulungi in Kampala, Uganda.

4 Output und Outcome

Entlang der zur Verfügung gestellten Ressourcen entwickelt die DW Aktivitäten, die in einem **Output**[190] resultieren. Die Angebote der DW werden der Zielgruppe weltweit auf verschiedenen Plattformen zur Verfügung gestellt, wobei sich der inhaltliche Schwerpunkt sowie die Distribution der einzelnen Angebote je nach Markt unterscheiden und nach den Bedürfnissen der Zielgruppe richten. Je nach Markt gibt es verschiedene Herausforderungen, aus denen die DW spezifische Strategien ableitet, um ihre Ziele in der jeweiligen Region bestmöglich umsetzen zu können. Ob diese erreicht wurden, zeigt sich unter anderem am **Outcome**, also der Rezeption und Nutzung der Inhalte. Diese können nur dann Wirkung entfalten, wenn die Zielgruppe mit ihnen in Berührung kommt. Um ihre Wirkziele[191] zu erreichen, versucht die DW die Rezeption ihrer Inhalte zu maximieren. Dieses Kapitel stellt die Angebote in den verschiedenen Sprachen und Regionen vor. Bei den genannten Zahlen zum Umfang der veröffentlichten Inhalte handelt es sich um Orientierungswerte. Im Rahmen der Effizienzsteigerung werden Inhalte bewusst zur Mehrfachverwertung erstellt. Entsprechend ist aufgrund der mehrfachen Nutzung von Inhalten auf verschiedenen Plattformen und in unterschiedlichen Formaten sowie der vielschichtigen Zulieferungs- und Adaptionsprozesse zwischen den Sprachangeboten eine exakte Erfassung des Gesamtumfangs nicht immer eindeutig möglich. Gleichzeitig geben die Zahlen Ansatzpunkte über den Umfang der DW-Aktivitäten und damit des Outputs.

Hoher Output mit sprachlicher Vielfalt und diversifizierten Ausspielwegen

Die DW erstellt Inhalte in 32 Sprachen und erreicht damit ein beachtliches Produktionsvolumen. Dabei produziert die DW ein umfangreiches **TV-Angebot**, bestehend aus drei DW-eigenen linearen Kanälen in drei Sprachen:

- *DW English* weltweit.[192]
- *DW Español* in Lateinamerika.
- *DW Arabia* in Nordafrika und im Mittleren Osten.

Der deutsche TV-Kanal wurde im Zuge einer Neuausrichtung der Ressourcenprioritäten 2024 eingestellt und das Angebot stärker auf *On-Demand*-fähige Inhalte ausgerichtet. Die DW betreibt außerdem einen russischsprachigen Kanal. Dieser ist Teil des satellitengestützten Senderpakets *Svoboda* (Freiheit), das von *Reporter ohne Grenzen* am 5. März 2024 über Eutelsat gestartet wurde. Der Sender wird zudem live auf *dw.com* gestreamt. Nutzenden aus aller Welt stehen die TV-Kanäle über neun Satelliten (Abbildung 17) sowie 1.165 Infrastrukturbetreiber zur Verfügung. Zu den Infrastrukturbetreibern gehören zum Beispiel Kabelnetzbetreiber, Satellitenplattformen und *IPTV*[193]-Anbieter.

Mit Blick auf die technische Reichweite[194] waren die linearen Kanäle der DW in 483 Millionen TV-Haushalten empfangbar.[195] Allein auf den linearen TV-Kanälen strahlte die DW 2024 wöchentlich mehr als 7.400 Minuten neues Material aus.[196] Hinzu kommen TV-Inhalte in über 30 Sprachen, die von der DW oder über Partner ausgestrahlt werden.[197]

Im TV-Bereich zählen die sogenannten Teilprogrammpartner zu den wichtigsten Distributionskanälen der DW. Dabei handelt es sich um reichweitenstarke Sender in den Zielregionen, die gezielt einzelne Formate oder Programmblöcke übernehmen und über ihre eigenen Plattformen ausstrahlen. Die redaktionelle Verantwortung verbleibt dabei stets bei der DW, die als Urheberin der Inhalte klar erkennbar bleibt. Im Jahr 2024 arbeiteten insgesamt 831

190 Das Wirkungsmodell, auf das sich die Begriffe Output und Outcome beziehen, ist in Kapitel 2 näher beschrieben.
191 Siehe Kapitel 5.
192 Größte Verbreitung in Asien.
193 Siehe Glossar.
194 Siehe Glossar.
195 Ein belastbarer Vergleich mit 2020 ist nur unter Ausschluss des deutschen Kanals möglich. Dieser wurde eingestellt, da die geringe Reichweite nicht im Verhältnis zu den hohen Produktions- und Distributionskosten standen. Das kumulierte Ergebnis ohne den deutschen TV-Kanal betrug damals 471 Millionen TV-Haushalte.
196 Ein direkter Vergleich mit 2021 ist aufgrund der Einstellung von DW Deutsch 2024 nicht möglich. Die reduzierte Sendezeit spiegelt die strategische Neuausrichtung auf die On-Demand-Strategie wider.
197 Albanisch, Amharisch (neu), Arabisch, Aserbaidschanisch, Bengalisch, Bosnisch, Brasilianisch, Bulgarisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Georgisch, Griechisch, Haussa, Hebräisch, Hindi, Indonesisch, Kirgisisch, Kisuaheli, Kroatisch, Lettisch, Litauisch, Mazedonisch, Paschtu, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Serbisch, Spanisch, Türkisch (neu), Ukrainisch, Ungarisch, Vietnamesisch sind als TV-Angebote über Distributionspartner empfangbar.

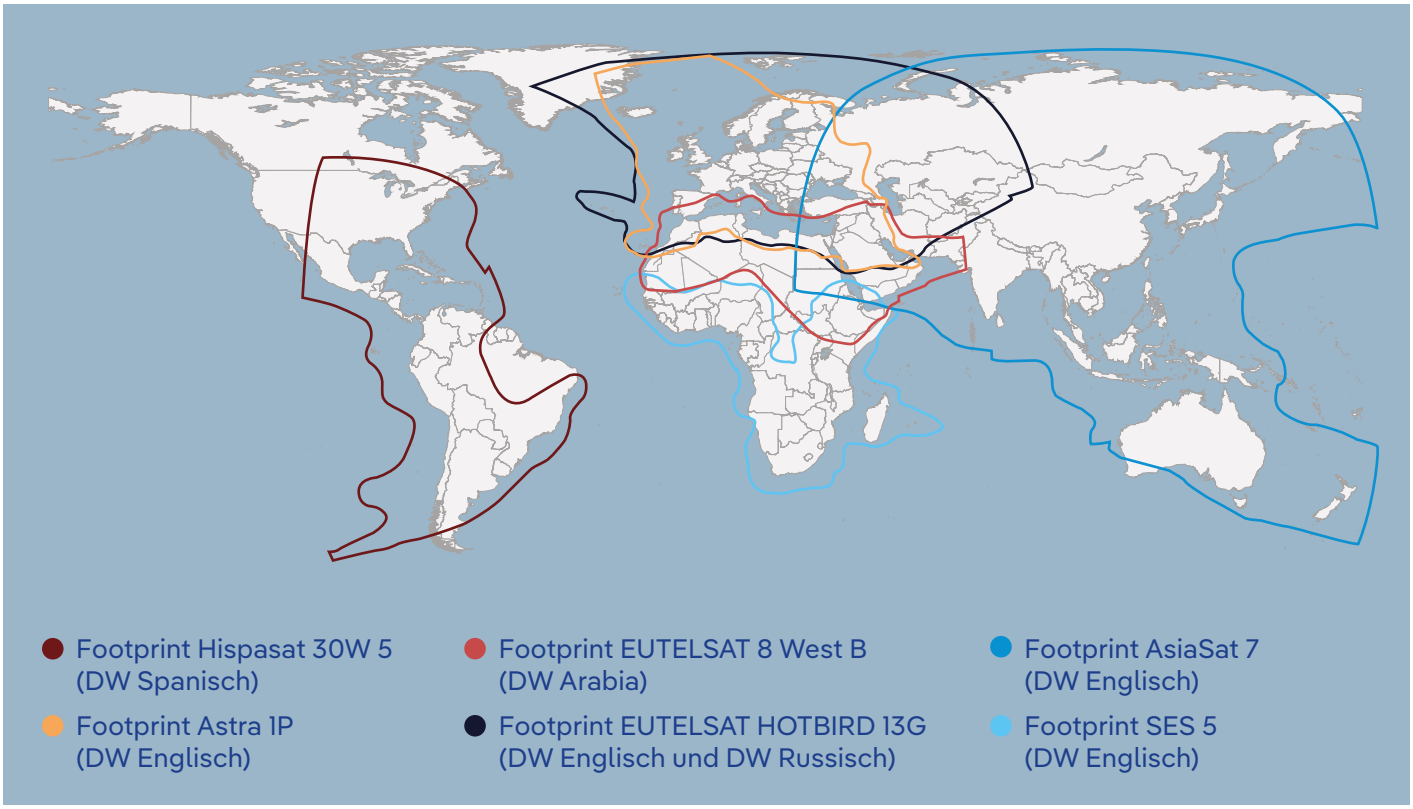


Abbildung 17: **Empfangbarkeit der linearen DW-Kanäle über Satellit weltweit**

Teilprogrammpartner mit der DW zusammen und verbreiteten deren Inhalte über ihre jeweiligen Kanäle. Zudem stellt die Vertriebsredaktion *DW Transtel* dem Vertrieb einen Programmkatalog, bestehend überwiegend aus Dokumentationen, zur internationalen Vermarktung zur Verfügung. Dieser Content umfasst DW-Produktionen sowie relevante Dokumentationen dritter Anbieter zu den inhaltlichen Schwerpunkten der DW.[198] *DW Transtel* hat über 100 Partner und Partnerinnen in rund 60 Ländern, auch in restriktiven Medienmärkten wie der Türkei, Ungarn, Venezuela oder China.

Darüber hinaus betreibt die DW weiterhin erfolgreich ***DW Premium***, eine Vertriebsstruktur, um besonders bedeutsamen und reichweitenstarken Partnern speziell konfektionierte Inhalte anbieten zu können. *DW Premium* besteht aus zwei Säulen:

- *DW Premium News* bietet Partnern aus aller Welt Schalten mit DW-Journalistinnen und Journalisten an. Diese treten regelmäßig in Sendungen der Partner als Expertinnen und Experten auf. Darüber hinaus stellt *DW Premium News* Partnern auch Videos zu aktuellen Themen zur Verfügung.

- *DW Premium Library* stellt insbesondere zu Profilthemen zeitlose digitale Videoreihen für Social-Media-, Online-, und *VoD*[199]*/OTT*[200]-Partner der DW zusammen.

Dadurch schöpft *DW Premium* das Programmvermögen der DW optimal aus. Die DW gewann darüber im Evaluationszeitraum zahlreiche neue Partner. Insgesamt übernehmen weltweit 145 Partner Inhalte über *DW Premium*, 86 Partner über *DW Premium News*, 89 über *DW Premium Library*.[201] Neben *DW Premium* kooperiert die DW mit **49 Schaltpartnern**[202] (43 TV-, drei Radio-, ein

198 Die Inhalte werden hauptsächlich in den Sprachen Arabisch, Englisch und Spanisch sowie weiteren Sprachen angeboten.

199 Siehe Glossar.

200 Siehe Glossar.

201 Da manche Partner sowohl Inhalte aus DW Premium News als auch aus DW Premium Library übernehmen, ist die Gesamtzahl kleiner als die Summe der Partnerschaften in den beiden Säulen.

202 Medienorganisationen, die DW-Inhalte übernehmen und verbreiten. Die DW liefert dabei Hintergrundinformationen, ordnet aktuelle Entwicklungen durch ihre Korrespondentinnen und Korrespondenten ein und vermittelt deutsche sowie europäische Perspektiven.

Online- und vier Social-Media-Partnern). Die Anzahl der durchgeführten Schalten stieg im Jahr 2024 auf 3.024 im Vergleich zu 2.418 im Jahr 2022.

Das **Radioangebot** stellt in einigen Regionen ebenfalls einen bedeutenden Distributionsweg dar. Die DW konsolidierte ihr Angebot und produziert nunmehr in acht Sprachen[203] Radioprogramme, größtenteils für Afrika. Für die Radioausstrahlung über Partner produziert sie wöchentlich mehr als 4.700 Minuten neues Material. Dieses distribuiert sie einerseits über angemietete Radiofrequenzen, vor allem aber über ihre 593 Partner, die Inhalte der DW in ihre eigenen Programme integrieren.[204]

In allen Sprachen stellt die DW ein **umfangreiches multimediales Digitalangebot** zur Verfügung. Täglich erscheinen auf der Webseite *dw.com* im Durchschnitt über 344 Artikel, 68 Videos und 49 Audios[205] – ergänzt durch die DW-App, die mobile Webseite und Smart-TV-Angebote. So können Nutzende weltweit auf ihren bevorzugten Geräten auf DW-Inhalte zugreifen. Um ihre Ressourcen effizienter zu nutzen, hat die DW ihr **digitales Portfolio im Zuge einer strategischen Neuausrichtung gestrafft**. Weniger erfolgreiche Social-Media-Accounts wurden eingestellt, um den Fokus auf reichweitenstarke Kanäle zu legen. Aktuell betreibt die DW insgesamt 256 Social-Media-Accounts, darunter 75 *YouTube*-Kanäle, 43 *Facebook*-Profile, 30 *X*-Accounts, 29 *Instagram*-Profile, 28 *TikTok*-Accounts, acht *Telegram*-Kanäle und sechs *WhatsApp*-Kanäle. Ergänzt wurde das Portfolio durch vier personalisierte Social-Media-Kanäle von den DW-Moderatorinnen und Moderatoren Pia Castro, Fanny Facsar, Jaafar Abdul Karim und Ghalia Daghstani. Neben den eigenen Kanälen spielen **digitale Partnerschaften** eine zentrale Rolle: 2024 arbeitete die DW mit 401 Online-Partnern und 164 Social-Media-Partnern zusammen, die DW-Inhalte auf ihren Plattformen verbreiteten.

Die DW erreicht ihre Nutzenden mit einem **vielfältigen Angebot auf verschiedenen Ausspielwegen und Plattformen**. Dafür sind vor allem die reibungslose Produktion und Distribution der Inhalte und die konsequente Umsetzung der *On-Demand*-Strategie zentral. Gleichzeitig muss die DW auch immer wieder veränderte Rahmenbedingungen der Zielländer, Märkte wie auch Plattformen in den Blick nehmen. Denn die Distributionssituation hat sich für die DW im Evaluationszeitraum verschärft. So war *dw.com* zeitweise in fünf Ländern gesperrt: China, Iran, Belarus, Russland und Türkei (hier erfolgte die Freischaltung offiziell am 31. Juli 2025). Auch in Ländern wie Afghanistan hat die DW ihre Partnerschaften durch die schwierige Lage vor Ort verloren und Partner haben sich in Ländern wie Ägypten, Äthiopien oder Ungarn aufgrund der politischen Lage vor Ort zurückhaltend gezeigt. Auch steigt die Anzahl an sogenannten „Ausländische-Agenten"-Gesetzen, die sich gegen kritische Medien richten. Neben Russland gibt es ähnliche Gesetze in Georgien, Belarus, Ungarn, Serbien, der Türkei und Venezuela.

Die digitale Medienlandschaft hat sich in den letzten Jahren stark verändert – neue Plattformen kamen hinzu, während etablierte Plattformen wie beispielsweise *Twitter* in *X*[206] überführt und neu ausgerichtet wurden. Gleichzeitig nehmen große Anbieter wie *Meta* immer wieder Umstellungen an den Algorithmen vor und priorisieren oder depriorisieren die Art der ausgespielten Inhalte. Seit 2022 hat *Facebook* seinen Fokus zunehmend von Nachrichten auf unterhaltungsorientierte Inhalte verlagert. 2023 wurde *Facebook News* in Europa eingestellt[207], ein Video-Tab eingeführt und politische Inhalte zurückgestuft. Eine Analyse der *Facebook*-Daten zeigt, dass die Interaktionen im Bereich Nachrichten und Politik insgesamt stark zurückgingen. Auch *Instagram* reduzierte die Sichtbarkeit politischer Inhalte.[208] Anfang 2025 beendete Meta zudem sein Drittanbieter-*Fact-Checking*-Programm.[209] Die DW reagierte flexibel auf diese Veränderungen, beispielsweise durch die konsequente Verlagerung auf **reichweitenstarke Plattformen wie *YouTube* und *TikTok***, wodurch sie Rückgänge auf *Facebook* kompensieren konnte. Gleichzeitig war jedoch auch auf diesen Plattformen zeitweise ein Rückgang der Reichweite politischer Inhalte zu beobachten – etwa zur Lage in Israel und Gaza.

Die DW stellt der Zielgruppe journalistische Inhalte über die bevorzugten Plattformen bereit – und das auch in sich ändernden Medienmärkten. Inhalte, die in vielen

203 Amharisch, Französisch, Haussa, Kisuaheli, Portugiesisch, Englisch, Arabisch, Griechisch.
204 Sprachen, in denen Radiopartner Inhalte der DW übernehmen: Deutsch (Deutschlernangebote), Englisch, Französisch für Afrika, Haussa, Kisuaheli, Portugiesisch für Afrika, Amharisch, Arabisch, Griechisch, Spanisch (von DW gestreamt: Online sowie über Google Assistant und Alexa; außerdem Sendungen über Radio-Partner), Russisch (kein auf Russisch produziertes Radioformat, sondern russisches Videomaterial/Tonspur).
205 Durchschnitte für das zweite Halbjahr 2024.
206 X gilt für jede weitere Nennung im Evaluationsberichts; folgend vereinfacht als „X" aufgeführt. Seit der Übernahme von X durch Elon Musk im Oktober 2022 hat die Plattform einen grundlegenden Wandel in Struktur, Organisation und inhaltlicher Ausrichtung vollzogen. Im Juli 2023 erfolgt die Änderung des ikonischen Logos hin zu einer graphischen Stilisierung des Buchstaben X sowie der Umbenennung der Plattform.
207 Netzwelt 2023.
208 The Guardian 2024a.
209 Universität Erfurt 2025.

Zielregionen aufgrund von Zensur, Desinformation, einseitiger Berichterstattung oder gesellschaftlichen Tabus sonst nicht zugänglich sind.

Relevanz durch zielgruppengerechte Inhalte

Zur Erreichung ihrer übergeordneten Ziele – Relevanz, Reichweite und Dialog – wendet die DW **fundierte Zielgruppenanalysen** an. Durch die systematische Erhebung von Interessen, Informationsbedürfnissen und Mediennutzungsverhalten stellt sie sicher, dass ihre Angebote passgenau auf die jeweiligen regionalen Kontexte zugeschnitten sind.

Dazu verfolgt die DW eine **konsequente Regionalisierung ihrer Angebote**. So werden passgenaue Inhalte für Zielgruppen in besonders sensiblen geopolitischen Kontexten entwickelt. Die DW nutzt dabei ihre journalistische, regionale und interkulturelle Kompetenz, um Inhalte zu konzipieren, die nicht nur informieren, sondern auch demokratische Werte und Freiheitsrechte transportieren. Durch die Produktion vor Ort entstehen zudem Formate, die **nah an der Lebenswirklichkeit** der Zielgruppen sind.

So behandelt die zehnteilige *VoD*-Serie *Healthy Me* sensible Gesundheitsthemen wie Fehlgeburten oder Drogenabhängigkeit – Themen, die auf dem afrikanischen Kontinent als Tabu gelten. Auch in Indien trägt *Sehat Talk* zur Aufklärung über Frauen- und Männergesundheit bei. Das Video-Format *Bae-Baak Isha* (Isha ohne Scheu) wurde gemeinsam mit dem Medienhaus *Indian Express* entwickelt, um den Generationendialog zu fördern. Das Audio-Format *Abu Namu* (Unsere Themen) für die haussasprachige Zielgruppe in Westafrika dreht sich rund um Rollenbilder und digitale Trends. Video-Formate wie *¿Cómo te afecta?* (Wie betrifft dich das?) in Lateinamerika thematisieren lebensnahe Herausforderungen wie Kriminalität oder Mobbing, während *JaafarTalk* im arabischen Raum jungen Menschen eine Plattform für offene Diskussionen bietet – oft zu kontroversen Themen, die in lokalen Medien kaum vorkommen – und damit gerade auf den sozialen Medien viele Nutzenden anspricht. Zusätzlich schärfte die DW ihr Profil durch eine noch stärkere **Ausrichtung auf ihre Profilthemen**[210] (Abbildung 18).

Darüber hinaus fördert die DW den **länderübergreifenden Dialog**. Das Projekt *#Generation99* brachte anlässlich des 25. Jahrestags des Kosovo-Kriegs junge Journalistinnen und Journalisten aus Serbien und dem Kosovo zusammen, um gemeinsam Inhalte zu bilateralen Themen für soziale Medien zu entwickeln. Das neue *On-Demand*-Format

210 Siehe Kapitel 3.2.



Abbildung 18: **Die Profilthemen der DW**

Amader Kotha Amra Boli (Unsere Themen in unseren Worten) wiederum nutzt die gemeinsame Sprache Bengalisch, um in einem binationalen Dialog zwischen Indien (Westbengalen) und Bangladesch gesellschaftliche Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten.

Zudem werden **gezielt Formate für Frauen** entwickelt. Das Video-Format *GirlZ Off Mute* in Englisch, Französisch, Kisuaheli, Portugiesisch, Haussa und Amharisch gibt afrikanischen Mädchen im Alter von 13 bis 18 Jahren eine journalistische Stimme, um über ihre Lebensrealitäten zu berichten. *HER: Women in Asia* porträtiert wiederum Frauen aus Asien, die sich in Bereichen wie Gesundheit, Wissenschaft und Politik behaupten. Mit dem Video-Format *Fuerza Latina* stellt die DW inspirierende Frauen aus Lateinamerika vor, die sich für soziale Gerechtigkeit und Gleichberechtigung engagieren. Der *Vodcast*[211] *Frau, wui kuda?* (Frau, was nun?) wendet sich vor allem an russischsprachige Frauen zwischen 25 und 40 Jahren und setzt dabei einen klaren Fokus auf Frauenrechte, Gleichstellung und gesellschaftliche Rollenbilder. Alle Formate sind auf die jeweilige Zielregion ausgerichtet und fördern die Sichtbarkeit sowie das Empowerment von Frauen weltweit.

Neben der Produktion regionalisierter Formate, die den gesellschaftlichen Dialog stärken, nimmt die DW auch **unabhängige Berichterstattung zur Bekämpfung von Desinformation** in den Fokus. Sie setzt dabei auf faktenbasierte Aufklärung, etwa im Umgang mit russischer Propaganda in Europa – insbesondere auf dem Westbalkan und in Südosteuropa, wo demokratische Werte unter Druck geraten. In Afrika begegnet die DW russlandnahen Desinformationskampagnen, die seit der *COVID-19*-Pandemie zugenommen haben[212], mit mehrsprachigen, faktenbasierten Formaten, wie beispielsweise *COVID-19 Special*[213] das verlässliche Gesundheitsinformationen vermittelte. Damit ist die DW erfolgreich und zählte im *Global Media Index for Africa* 2024 zu den Top zehn der bestbewerteten internationalen Medien auf dem Kontinent.[214] Darüber hinaus stärkt ein spezialisiertes *Fact-Checking*-Team[215] seit 2020 die Medienkompetenz, indem es weltweit Falschmeldungen, manipulierte Bilder und KI-generierte Inhalte enttarnt.

Dank der Qualität ihrer Inhalte gewann die DW im Evaluationszeitraum zahlreiche **journalistische Preise**.

Dazu gehören beispielsweise:

- **Laadli Media and Advertising Awards for Gender Sensitivity**
  Verliehen von: *United Nations Population Fund (UNFPA)* und der Norwegischen Botschaft in Neu-Delhi
  Ausgezeichnet: *DW Hindi Service* für *Is the Justice System Failing Low Caste Dalit Women*, 2022.

- **UN Correspondents Association Media Award (Bronze, Prince Albert II of Monaco and UNCA Global Prize for Coverage of Climate Change)**
  Verliehen von: *United Nations Correspondents Association (UNCA)*
  Ausgezeichnet: *DW Programs for Asia* für *Climate Change Imperils Kashmiri Apples*, 2022.

- **European Union Investigative Journalism Award**
  Verliehen von: *BIRN (Balkan Investigative Reporting Network)* und *Journalists' Association*
  Ausgezeichnet: *DW Turkish Service* für die Recherche zu den Pandora Papers, 2022.

- **One World Media Awards – Gold, Kategorie Popular Feature**
  Verliehen von: *One World Media*, unterstützt durch u. a. *BBC* und *Google News*
  Ausgezeichnet: DW für *Planet A: How Bangladesh Beat Europe at Fighting Floods*, 2022.

- **FIFA Montréal – Preis der Jury für Bestes Porträt**
  Verliehen von: *International Festival of Films on Art (FIFA)*, Montréal
  Ausgezeichnet: *DW Culture and Documentaries* für *Klassik unterm Hakenkreuz/Music under the Swastika*, 2023.

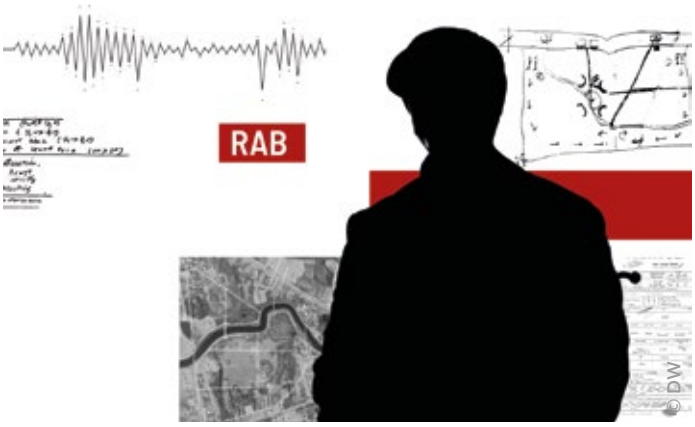
- **European Initiative Prize**
  Verliehen von: *Maison de l'Europe de Paris* und *European Press Club*, unterstützt vom Europäischen Parlament
  Ausgezeichnet: *ENTR*-Team (DW und *France Médias Monde*) für die Social-Media-Reihe *ENTR*, 2023.

- **ABU/UNESCO Together for Peace Media Award – Spezialpreis**
  Verliehen von: *Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU)* und *UNESCO*
  Ausgezeichnet: *DW Programs for Asia* (mit *PIK Film* und Omer Nafees) für die 4. Staffel von *HER – Women in Asia*, 2024.

211 Siehe Glossar.
212 Africa Center for Strategic Studies 2024.
213 Das COVID-19 Special war ein tagesaktuelles DW-Format mit über 500 Episoden seit März 2020.
214 Chuma et. al. 2024.
215 Siehe Exkurs 5.







Oben: Insgesamt acht Auszeichnungen gab es bei der Preisverleihung des Worldmedia Festivals 2025 in Berlin für die DW.

Mitte: Arafatul Islam, Naomi Conrad und Birgitta Schülke in Bangladesh für die Recherche zu Inside the Death Squad. Die Dokumentation deckt Menschenrechtsverletzungen auf (unten).

– **Human Rights Press Award**
Verliehen von: *Amnesty International* und Partnern
Ausgezeichnet: DW-Investigativ-Team *(DW Bengali)* für *Inside the Death Squad*, 2024.

Outcome: Zuwächse durch Plattformvielfalt und Regionalisierung

Das Erreichen der Zielgruppe war für internationale Medienorganisationen wie der DW in den letzten Jahren mit besonderen Herausforderungen verbunden: Wachsende Zensur und verschärfte Repression in vielen Zielgebieten, erhebliche Kostensteigerungen sowie eine fragmentierte und wettbewerbsintensive digitale Medienlandschaft prägten das Medienumfeld.

Vor diesem Hintergrund hat die DW das ursprünglich in der Aufgabenplanung 2022–2025 gesetzte Ziel von 400 Millionen wöchentlichen Nutzenden angepasst. Für das Jahr 2025 lag der Fokus darauf, die starke Position als glaubwürdige und verlässliche internationale Nachrichten- und Informationsanbieterin zu behaupten, die Bindung der Nutzenden weiter zu stärken und die Reichweite von 320 Millionen wöchentlichen Kontakten aus dem Jahr 2024 zu halten.

Tatsächlich konnte die DW 2025 ihre Reichweite im Vergleich zu 2021 auf **337 Millionen wöchentliche Nutzende** steigern – ein Zuwachs von 17 % bzw. 48 Millionen wöchentlichen Nutzenden und ein Plus von 5 % gegenüber 2024.

Dabei entfielen 85 % der Nutzung der DW unverändert auf acht zentrale Sprachen: Englisch (127 Millionen), Spanisch (49 Millionen), Arabisch (33 Millionen), Haussa (25 Millionen), Kisuaheli (23 Millionen), Französisch (zwölf Millionen), Hindi (elf Millionen) und Russisch (zehn Millionen). Zwischen 2021 und 2025 konnten alle dieser Sprachen – mit Ausnahme von Arabisch[216] – ihre Reichweite deutlich steigern. Besonders Englisch (+31 %) und Spanisch (+58 %) verzeichneten starke Zuwächse, während es den traditionell radiostarken Sprachen Haussa und Kisuaheli gelang, durch zielgruppenspezifische Videoformate neue Nutzende zu gewinnen. Auch in Konfliktregionen stieg die

216 Die DW-Nutzung sank im Evaluationszeitraum infolge der in der Region stark kritisierten deutschen Außenpolitik, was zeitweilig zu Lasten der DW-Glaubwürdigkeit fiel. Vor allem die Nutzung über TV-Partner sank, weil viele Stationen keine DW-Inhalte mehr ausstrahlten. Auch erfolgreiche Online-Angebote wurden zwischenzeitlich weniger genutzt, teils wegen Änderungen des Algorithmus auf Facebook. Erfreulicherweise gelang es 2025 auf TikTok wieder mehr Nutzung zu generieren.





Ausgezeichnete DW-Produktionen: Klassik unterm Hakenkreuz und HER – Women in Asia überzeugten international mit starken Geschichten und wurden bei renommierten Festivals in Hamburg, Montréal und Sofia prämiert.

Nutzung, insbesondere der russischen und ukrainischen Angebote. Zu den fünf Sprachen mit besonders dynamischem Wachstum zählten zudem Amharisch, Brasilianisch, Bengalisch, Indonesisch und Polnisch.

Subsahara-Afrika blieb 2025 mit **100 Millionen** wöchentlichen Nutzenden nach wie vor der größte Markt der DW – mit vier der acht reichweitenstärksten Sprachen. Jeder dritte DW-Nutzende lebt somit auf dem afrikanischen Kontinent. Die Videonutzung übertraf zudem erstmals die Audionutzung, was zeigt, wie erfolgreich die DW neue Zielgruppen über digitale und TV-Formate erreicht. **Lateinamerika** verzeichnete mit **56 Millionen** wöchentlichen Nutzenden seit 2021 das stärkste Wachstum (ein Plus von 71 %), vor allem durch Videoinhalte, und ist inzwischen der zweitgrößte Markt. In **Asien** konnte durch digitale Partnerschaften und regionalisierte TV-Inhalte die Nutzung um 67 % auf **58 Millionen** wöchentliche Nutzende gesteigert werden. In **Nordamerika** blieb die Reichweite trotz starker Konkurrenz stabil bei **37 Millionen**; mögliche Effekte der zweiten Trump-Administration werden erst in künftigen Messungen sichtbar. In Europa stieg die Nutzung ebenfalls um 34 % auf **47 Millionen** wöchentliche Nutzende, besonders gefragt waren auch Textinhalte. Im **Nahen Osten und Nordafrik**a hingegen war ein **Rückgang** um 57 % auf insgesamt **29 Millionen** wöchentliche Nutzende zu verzeichnen, bedingt durch politische Spannungen, Kritik an der deutschen Außenpolitik und Plattformveränderungen wie bei *Facebook*. Obwohl das arabische Angebot an Reichweite verlor, konnten Formate wie *JaafarTalk* auf *TikTok* 2025 neue Nutzende gewinnen. In **Osteuropa und Zentralasien** blieb die Nutzung trotz Zensur und einem deutlich erschwerten Zugang zu DW-Inhalten seit Kriegsbeginn **stabil bei rund elf Millionen**, auch wenn die Drosselung von *YouTube* in Russland zu Rückgängen führte. Video blieb hier der wichtigste Contenttyp – sowohl im TV (z. B. ukrainischsprachige Angebote) als auch auf Plattformen wie *YouTube* und *TikTok*.

Die Mehrheit des wöchentlichen DW-Publikums konsumierten vorwiegend **Videoinhalte: 276 Millionen von 337 Millionen** Nutzenden wurden über dieses Format angesprochen. Video machte zudem 82 % der gesamten wöchentlichen DW-Reichweite aus. Dennoch zeigten sich deutliche Verschiebungen in der Nutzung verschiedener Videoplattformen.

Die Zahl der Nutzenden, die über **Audioinhalte erreicht wurden, war stabil und lag 2025 bei 51 Millionen** wöchentlichen Nutzenden, was 15 % der gesamten wöchentlichen

Reichweite entsprach.[217] Diese Reichweite wurde vor allem über Radio in Afrika generiert. Die Nutzung über Audioinhalte auf Onlineplattformen wie *Google Assistant News* oder *Spotify* war weiterhin vergleichsweise gering.

Die Zahl der Nutzenden, die über **Textangebote erreicht wurden, ist im Evaluationszeitraum zurückgegangen**. Über diesen Ausspielweg konnten wöchentlich zehn Millionen Personen erreicht werden – was lediglich 3 % der gesamten wöchentlichen Reichweite entspricht. Im Vergleich zu 2022 bedeutet das zudem einen Rückgang um knapp fünf Millionen Nutzende. Der Trend eines rückläufigen Informations- und Nachrichtenkonsums über Textformate lässt sich jedoch weltweit beobachten.

Gleichzeitig waren ***YouTube* und *TikTok* die wichtigsten Wachstumstreiber**: 2025 verzeichnete *TikTok* erstmals die stärksten Zuwächse und wurde zur zweitwichtigsten Plattform nach *YouTube*. Über den gesamten Zeitraum blieb der Anteil der Nutzenden, die über externe Plattformen wie Social Media oder Partner erreicht wurden, unverändert hoch.

Fazit: Wichtiges Angebot mit hoher Reichweite

Im Evaluationszeitraum 2022–2025 konnte die DW ihre internationale Wirksamkeit unter herausfordernden Bedingungen deutlich ausbauen und ihre Rolle als unabhängige, globale Informationsanbieterin weiter festigen. Trotz wachsender Zensur, eingeschränkter Distributionswege und zunehmendem Wettbewerb auf digitalen Plattformen gelang es, Reichweite und Relevanz spürbar zu steigern. Grundlage dieses Erfolgs ist ein vielfältiges, zielgruppengerechtes Angebot in 32 Sprachen, das über digitale Kanäle und ein weltweites Partnernetzwerk verbreitet wird. Die Inhalte orientieren sich sowohl am gesetzlichen Auftrag als auch an den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer – unter Berücksichtigung regionaler Marktbedingungen und politischer Kontexte.

Innovative, lokal verankerte Formate stärken den gesellschaftlichen Dialog, insbesondere zu Themen wie Menschenrechten, Meinungsfreiheit, Gesundheit und gesellschaftlichen Tabus. Gleichzeitig trägt die DW mit faktenbasierter Berichterstattung zur Bekämpfung von Desinformation bei, fördert Medienkompetenz und setzt Impulse. Video ist der dominierende Inhaltstyp, wobei Plattformen wie *YouTube* und *TikTok* stark an Bedeutung gewonnen haben. Audio bleibt vor allem in Subsahara-Afrika relevant, während Textangebote – insbesondere auf der DW-Webseite – rückläufig sind. Die DW hat gezeigt, dass sie auch **unter schwierigen Bedingungen Vertrauen schaffen und relevante Inhalte** bereitstellen kann, die Wirkung entfalten.

Im Folgenden legt dieser Bericht dar, welchen Output und Outcome die DW in ihren einzelnen Sprachangeboten erzielte.

217 Ab 2022 wurde in der Aufschlüsselung zur Unterteilung in „Audio“, „Video“ und „Text“ gewechselt, deswegen beziehen sich die hier genannten Vergleiche auf den Zeitraum 2022–2025.

EXKURS 5

Fact-Checking: Wie die DW über Desinformation aufklärt

In den vergangenen Jahren ist der Bedarf an unabhängigen und frei zugänglichen Informationen stark gestiegen, denn Falschaussagen und KI-generierte Inhalte haben Konjunktur. Sie beeinflussen das Mediennutzungsverhalten, gefährden eine faktenbasierte öffentliche Meinungsbildung und erodieren das Vertrauen in demokratische Prozesse. Da Informationen jeglicher Art heutzutage in hoher Geschwindigkeit und häufig ungeprüft über digitale Plattformen und soziale Medien verbreitet werden, spielen Faktenchecks mittlerweile eine bedeutende Rolle: Sie helfen, irreführende Inhalte zu entlarven, faktenbasierte Diskussionen zu fördern und die Medienkompetenz von Gesellschaften zu stärken. Der **Bedarf an kritischer Berichterstattung und Prüfung von Fakten ist höher denn je und zentral, um Demokratien in der Welt zu stärken** und einer fortschreitenden Polarisierung der Gesellschaft entgegenzuwirken. Denn während Falschinformationen auch unbeabsichtigt verbreitet werden, zielt Desinformation bewusst darauf ab, Meinungen zu manipulieren.

Die DW reagierte rasch auf diese Entwicklung und stellte bereits 2020 ein interdisziplinäres Kompetenz-Team zusammen, das sich ausschließlich dem *Fact-Checking*[218] widmet, zunächst als Reaktion auf die massive Verbreitung von Desinformation während der *COVID-19*-Pandemie. Das *Fact-Checking*-Team hat sich auf die Überprüfung viraler Falschinformationen spezialisiert – etwa zu Themen wie Wahlen, Kriegen, Krisen, Katastrophen, Klimawandel, KI

218 Siehe Glossar.



Vor der Bundestagswahl: DW-Moderator Phil Gayle im Gespräch zum Thema Falschinformationen mit Joscha Weber, Leiter des Fact-Checking-Teams.

oder politischer Desinformation. Seit der Gründung wurden zahlreiche kursierende Falschinformationen aufgedeckt: aus dem Kontext gerissene Bilder, manipulierte Videosequenzen, KI-generiertes Bildmaterial sowie verzerrte Aussagen, die immer mehr im Umlauf sind. Mit Beginn des Angriffskriegs in der Ukraine, der mit einem regelrechten Informationskrieg[219] einherging, wurde immer deutlicher, dass ein umfangreiches *Fact-Checking* und Ausbau der Verifikationskapazitäten unerlässlich für einen internationalen Medienanbieter wie die DW ist. In diesem Zusammenhang sieht sich die DW in hohem Maße verpflichtet, durch unabhängige, glaubwürdige Berichterstattung die Resilienz der Menschen gegenüber Propaganda, Falsch- und Desinformation zu stärken und sie bei einer freien Meinungsbildung zu unterstützen. Sie ist in besonderem Maße gefragt, Wege zu finden, um der Zivilgesellschaft ihre Angebote bestmöglich zugänglich zu machen.

Mit dem Beginn der russischen Invasion in der Ukraine im Februar 2022 recherchierte das *Fact-Checking*-Team intensiv zu kursierenden Bildern, Videos und Behauptungen rund um den Krieg und seine politisch-gesellschaftlichen Folgen. Die **Faktenchecks konnten dabei zahllose Falschinformationen aufdecken und waren in zahlreichen DW-Sprachen stark nachgefragt**; viele Nutzende bewerteten sie in Kommentaren als hilfreich und wichtig. So erzielte der *Faktencheck fünf Fakes im Ukraine-Krieg* 2022 in den Sprachen Englisch und Deutsch insgesamt mehr als 2,7 Millionen Views.

Ein weiteres Thema, welches auf großes Interesse bei den Nutzenden stieß, waren die Proteste gegen die Regierung in Bangladesch im Sommer 2024 auf die hinduistische Minderheit des Landes. Die Arbeit des DW-*Fact-Checking*-Teams ergab, dass mit Bildern und Videos in den sozialen Medien Falschinformationen verbreitetet und durch den gezielten Einsatz von Halbwahrheiten die Spannungen vertieft wurden. Der entsprechende DW-Faktencheck auf den sozialen Medien erzielte grob eine Millionen Views. Seit Anfang 2023 hat das *Fact-Checking*-Team zudem zahllose KI-Fakes untersucht und enttarnt, darunter auch Manipulation durch KI-generierte Influencerinnen und Influencer. Andere Formate zeigten Video-Generierung mit der Software *Sora* und den Einsatz von KI im Nahostkonflikt. Der Faktencheck *Wie man KI-Fakes erkennt und wie sie die Desinformation verändern* erzielte auf Englisch, Deutsch und Spanisch beinahe eine halbe Millionen Views.



Das DW-Fact-Checking-Team gewinnt den Medienpreis für digitale Aufklärung.

Viele der Nutzenden aus unterschiedlichen Zielregionen bewerten die **Aufdeckung von Falschbehauptungen als sehr hilfreich**. Vor allem wird gelobt, dass die Faktenchecks so aufbereitet sind, dass sie unvoreingenommen beispielsweise beide Seiten eines Konflikts beleuchten, anstatt einseitig zu berichten. Da die Verbreitung von irreführendem Bild- und Textmaterial in allen Regionen zunimmt, sind Faktenchecks in vielen Sprachen gefragt. Durch die Adaption in mehrere Sprachen und in Kooperation mit den Sprachredaktionen konnten zahlreiche regionalisierte Faktenchecks und Verifikationen umgesetzt werden. Einige Faktenchecks zu zentralen Themen werden mitunter in über zehn DW-Sendesprachen übersetzt, etwa der Faktencheck zu deutschen Waffenlieferungen in Krisengebiete, zu Impfdurchbrüchen, zum Euro, über AIDS und HIV, zum Gaza-Krieg, zu staatlicher Propaganda sowie eine Tandemproduktion auf Französisch zum Einfluss russischer Akteure in Afrika.

Das DW-*Fact-Checking*-Team deckt aber nicht nur Desinformation auf, sondern zeigt auch die verschiedenen Methoden auf, mit denen diese generiert werden. So steht nicht allein die Überprüfung von Aussagen und die Aufdeckung von Falschaussagen im Mittelpunkt, sondern auch eine **Vermittlung und Stärkung von Medienkompetenz**. Die Bekämpfung von Desinformation beinhaltet demnach nicht nur die Entlarvung der Falschaussagen, sondern muss den Nutzenden vor allem zeigen, wie sie selbst aufmerksam auf KI-generierte Bilder und *Fake News* werden können. So wird auch ihr Blick geschärft, Behauptungen

219 Bundeswehr 2025.

und Bildinhalte auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen, der Ursprungsquelle auf den Grund zu gehen und Informationen wie Quellen kritisch zu hinterfragen. Dadurch wird auch Medienkompetenz der Nutzenden gestärkt.

Eine sorgfältige Verifikation ist essenziell, um die Glaubwürdigkeit der DW als verlässliche Quelle zu sichern. Gerade in Zeiten zunehmender Desinformation ist faktenbasierte Berichterstattung unerlässlich. Jede veröffentlichte Information muss daher vorab geprüft werden – nicht nur, um journalistische Standards zu wahren, sondern auch, um das Vertrauen der Nutzenden langfristig zu erhalten. *Fact-Checking* bildet das Fundament des Qualitätsjournalismus der DW. Es schützt vor der unbeabsichtigten Verbreitung falscher Informationen und stärkt gleichzeitig die journalistische Integrität. In vielen Ländern ist diese Form der Recherche jedoch mit erheblichen Herausforderungen verbunden: Der Zugang zu verlässlichen Datenquellen ist eingeschränkt, staatliche Einflussnahme auf Medien ist weit verbreitet, und nicht alle Redaktionen verfügen über die nötigen Ressourcen oder die Freiheit, unabhängig zu prüfen. Umso wichtiger ist es, dass internationale Medien wie die DW hier mit gut ausgebildeten Teams und transparenten Methoden Verantwortung übernehmen.

Um Desinformation aufzudecken und sie auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen, bedient sich das Team verschiedener Verifikations-Techniken. Es setzt auf professionelle digitale Recherchetechniken und moderne Methoden der Bild- und Videoverifikation, also Methoden, um die Echtheit von Bildmaterial zu überprüfen. Auch Techniken wie Geolokalisierung kommen zum Einsatz – hier wird mittels Kartendaten, Satellitendaten und Fotos ein genauer geografischer Aufnahmeort eines Bildes oder Videos ermittelt – wie auch die Bilderrückwärtssuche, eine Funktion von Suchmaschinen, die anhand eines Bildes oder Standbildes aus einem Video nach der Originalquelle bzw. Herkunft des Bildes oder Videos sucht. Schließlich sind die Accountverifikation, also der Prozess der Überprüfung der Echtheit und Glaubwürdigkeit von Online-Konten, um von dort stammende Informationen auf ihre Vertrauenswürdigkeit zu prüfen, wie auch Methoden aus der Digitalforensik, die sich mit der Analyse von Daten auf digitalen Geräten befassen, zentrale Werkzeuge.

Um die Qualität des *Fact-Checkings* zu optimieren, wurden im Evaluationszeitraum weitere Maßnahmen wie die Etablierung von Standards für *Fact-Checking* betreffend das Format, Transparenz und Quellennutzung etabliert. Das *Fact-Checking*-Team teilt sein Wissen auch in Workshops und Trainings, z. B. für Journalistinnen und Journalisten in Ländern wie Pakistan, Indonesien, Myanmar, Namibia, Äthiopien, Marokko oder Moldau. Mit deutlich mehr Faktencheck-Beiträgen als im letzten Evaluationszeitraum, einem zentralen Verifikationsservice für alle 32 Programmsprachen und Videoformate in Englisch, Arabisch, Spanisch und Deutsch versorgt **die DW das globale Publikum mit aktuellen Faktencheck-Inhalten**. Zudem investiert die DW in Wissenstransfer und vernetztes Arbeiten. Das DW-*Fact-Checking*-Team hat seine Expertise durch verschiedene Maßnahmen wie Weiterbildung, Wissenstransferformate, Tooltests oder die Integration von IT-Kompetenzen kontinuierlich erweitert. Ebenso wurde die Vernetzung zu weiteren nationalen und internationalen Faktencheck-Teams vertieft: Die DW ist Mitglied der 2025 gegründeten *Faktencheck Netzwerke* der *EBU* sowie der *ARD*. So kann sich das DW-*Fact-Checking*-Team auch in Zukunft mit anderen Anbietern austauschen, gemeinsam Tools testen, Recherchen teilen und Synergien schaffen.

Darüber hinaus wurde die DW für einen umfangreichen Faktencheck zum Ukraine-Krieg 2022 mit dem Medienpreis für digitale Aufklärung von *Deutschland – Land der Ideen* ausgezeichnet. Die erfolgreiche Zertifizierung durch das *International Fact-Checking Network (IFCN)* im Evaluationszeitraum unterstreicht, dass das *Fact-Checking*-Team der DW auf hohem Niveau arbeitet und alle erforderlichen Qualitätskriterien erfüllt. Die DW wird damit auch in Zukunft eine vertrauensvolle, glaubwürdige Quelle sein, die Orientierung und Einordnung bietet.

4.1 Englisch



© Ronka Oberhammer/DW

DW-Moderatorin Sarah Kelly führt durch das Panel Conflict Zone: Peace Through Strength – A Plan for Ukraine auf der Münchner Sicherheitskonferenz.

Englisch ist die weltweit bedeutendste Verkehrssprache.[220] Sie dient rund 380 Millionen Menschen als Muttersprache und wird gemeinsam mit Zweitsprechenden von mehr als einer Milliarde Menschen für internationale und interkulturelle Kommunikation genutzt.[221] Aufgrund dieser globalen Verbreitung bietet die englische Sprache der DW ein erhebliches Potenzial für Reichweite und Wirkung, insbesondere in den prioritären Zielländern Asiens, Subsahara-Afrikas und Nordamerikas. So ist Englisch die mit Abstand am häufigsten genutzte Sprache bei DW-Inhalten: Ein Drittel der Gesamtnutzung erfolgt durch englischsprachige Angebote.

Gleichzeitig steht die DW vor der Herausforderung, ihr englischsprachiges Angebot in sehr heterogenen Märkten zu positionieren: Die Informationsbedürfnisse der Zielgruppen in Indien unterscheiden sich beispielsweise grundlegend von denen in Nigeria oder den USA.

Digitale Plattformen entwickeln sich stetig weiter und setzen verstärkt auf durch Algorithmen personalisierte Inhalte. Um auf diesen Plattformen sichtbar zu bleiben, muss die DW Inhalte produzieren, die sowohl plattformspezifisch als auch zielgruppenrelevant sind. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, hat die DW die Anzahl der **regionalisierten Inhalte im englischsprachigen Angebot** erweitert. Regionalisierung bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Inhalte gezielt für bestimmte Zielregionen erstellt werden. Dabei werden Themen und Perspektiven aufgegriffen, die für die jeweilige Region besonders relevant sind.

Angesichts des hohen Aufwands regionalisierter Berichterstattung hat die DW ihre englischsprachigen Zielregionen priorisiert und konzentriert sich auf 19 Zielländer[222] in Asien, Afrika und Nordamerika. Besonders

220 Verkehrssprache ist eine Sprache, die auf einzelnen Fachgebieten Menschen verschiedener Sprachgemeinschaften die Kommunikation ermöglicht.

221 Eberhard et al. 2025.

222 Hohe Priorität: Indien, Nigeria, Pakistan, USA. Mittlere Priorität: Bangladesch, Hongkong, Indonesien, Kenia, Philippinen, Südafrika, Tansania, Vietnam. Geringere Priorität: Ghana, Kamerun, Malaysia, Ruanda, Sri Lanka, Südsudan, Uganda.

im Fokus stehen dabei Indien, Pakistan, Nigeria und die USA. Um die Qualität und Authentizität regionaler Inhalte zu erhöhen, hat die DW ihre Präsenz vor Ort ausgebaut. Dies umfasst den Ausbau des Korrespondentinnen- und Korrespondentennetzes sowie die Verlagerung von Produktionsstandorten in strategisch wichtige Länder. Diese Maßnahmen dienen dazu, den wachsenden Anforderungen des Wettbewerbs zu begegnen und die Zielgruppe besser zu erreichen.[223]

Ein weiterer zentraler Aspekt ist der **Wandel im Mediennutzungsverhalten** der Zielgruppen.[224] In den englischsprachigen Zielmärkten der DW ist weiterhin ein rückläufiger Konsum traditioneller Medien wie Fernsehen, Print und Radio zur Informationsbeschaffung zu beobachten. Besonders bei jüngeren Zielgruppen verlieren diese Formate zunehmend an Bedeutung. Der Nachrichtenkonsum erfolgt in erster Linie über digitale Kanäle, wobei das Smartphone das wichtigste Endgerät darstellt. Gleichzeitig bleiben Fernsehen und Radio insbesondere in afrikanischen Zielmärkten weiterhin wichtige Informationskanäle.

Um dieser Entwicklung Rechnung zu tragen, verfolgt die DW auch mit ihrem englischsprachigen Portfolio eine klare *On-Demand*[225]-Strategie. Inhalte werden vorrangig für die Nutzung auf digitalen Plattformen produziert und erst nachgelagert im Fernsehen verwendet. Bestehende TV-Angebote werden schrittweise angepasst oder durch Formate ersetzt, die für die Abrufnutzung optimiert sind. Damit stellt die DW sicher, dass sie ihre Zielgruppen weiterhin mit unabhängigen und verlässlichen Informationen erreicht.

Die DW sieht sich hierbei einem **zunehmend intensiven Wettbewerb im internationalen Medienumfeld** ausgesetzt (Abbildung 19). Unter den Auslandssendern ist insbesondere die *BBC* hervorzuheben, die aufgrund der gemeinsamen Sprache und historischer Verbindungen einen klaren Vorteil in vielen Märkten besitzt. Hinzu kommen US-amerikanische Anbieter[226] und *France 24*. Ebenfalls sind China mit *CGTN* und Russland mit *RT* mit ihren Auslandsrundfunkangeboten stark vertreten. Hinzu kommen hochqualitative nationale Medien wie die *New York Times* oder *The Guardian*, deren digitale Angebote weltweit abrufbar sind und ein internationales Publikum ansprechen.

Ein weiterer **Wettbewerbsfaktor ist die rasante Entwicklung von KI**. Inhalte, die früher umfassende Ressourcen wie Arbeitskraft, technisches Know-how und redaktionelle Expertise erforderten, können heute zunehmend automatisiert produziert und über digitale Plattformen mit großer Reichweite verbreitet werden. Dies erleichtert die Erstellung und Verbreitung von Inhalten erheblich, auch wenn deren journalistische Qualität und inhaltliche Verlässlichkeit fraglich ist. Zudem ermöglichen KI-gestützte Übersetzungen und Adaptionen professionell erstellter journalistischer Inhalte eine schnelle und kostengünstige Verbreitung in nahezu jeder Sprache. Dies verstärkt den Wettbewerb erheblich, da qualitativ hochwertige Inhalte global verfügbar sind und ohne großen Aufwand lokalisiert werden können. Zentrales Handlungsfeld ist zudem der **Umgang mit der Verbreitung von Desinformation**. Technologische Entwicklungen, insbesondere im Bereich KI, erleichtern die Erstellung und Verbreitung von manipuliertem Material. Die DW begegnet dieser Herausforderung mit einem klaren Fokus auf verifizierte und faktengeprüfte Inhalte.[227]

Das englischsprachige DW-Angebot: Breites Portfolio für heterogene Zielgruppen

Die DW hat ihre englischsprachige **Social-Media-Präsenz gemäß ihrer *On-Demand*-Strategie in den letzten Jahren gezielt ausgebaut**, diversifiziert und regionalisiert, um den unterschiedlichen Bedürfnissen ihrer heterogenen Zielgruppen gerecht zu werden.

Für *YouTube* wurden die Kanäle von elf auf 16 erweitert. Die Plattform bietet durch ihren Algorithmus, der hochwertige Inhalte mit längeren Verweildauern bevorzugt, ideale Bedingungen für tiefgehende Analysen und Dokumentationen. Seit der Einführung von *YouTube Shorts* im Jahr 2021 erreicht die DW zudem eine jüngere Zielgruppe mit Kurzvideos und kann so neue Nutzende auch für ausführlichere Inhalte gewinnen. Neu im *YouTube*-Portfolio ist unter anderem der Kanal *DW Africa* mit regionalen Inhalten zu Politik, Kultur und Gesundheit. Zudem hat die DW ihre Präsenz auf *TikTok* von einem auf acht Accounts ausgebaut. Der Algorithmus der Plattform ermöglicht eine hohe organische Reichweite, indem er Inhalte basierend auf Nutzendeninteressen ausspielt und auch weniger bekannte Accounts fördert. *TikTok* hilft dabei, ein junges, digital affines Publikum weltweit zu erreichen. Beispiele für neue Accounts sind

223 Siehe Kapitel 3.
224 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.
225 Siehe Glossar.
226 Mit einer Executive Order ordnete Präsident Trump im März 2025 an, USAGM personell und finanziell auf ein gesetzliches Minimum zu reduzieren. Davon betroffen sind auch die englischsprachigen Ausgaben von RFE/RL, RFA und VOA. USAGM 2025a. Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.
227 Siehe Exkurs 5.

DW Stories mit authentischen Geschichten von Menschen und relevanten Alltagsthemen sowie *Planet A*, der den Wandel zu einer umweltfreundlichen Welt untersucht und unser Verhalten im Umgang mit dem Klimawandel kritisch hinterfragt. Ein weiteres Beispiel ist der Account *Berlin Fresh*, der Nachrichten, Kultur und die Lebensrealitäten junger Berlinerinnen und Berliner abbildet. Auch auf *Instagram* wurde die Anzahl der Accounts von sieben auf zehn erweitert, um visuell ansprechende Nachrichtenformate für eine junge, mobile Zielgruppe bereitzustellen. So richtet sich zum Beispiel der Account *dw_the77percent* an Afrikas junge Generation und setzt sich mit Themen wie dem Einstieg in die Arbeitswelt, Gesundheit, Bildung, Politik, Umwelt und Lifestyle auseinander.

Auf *Facebook* hingegen wurde die Anzahl der Kanäle von 13 auf neun reduziert. Diese Entscheidung resultierte unter anderem aus algorithmischen Änderungen, die die organische Reichweite deutlich verringerten, sowie aus der Abwanderung jüngerer Zielgruppen zu wachstumsstärkeren Plattformen wie *Instagram*, *YouTube* und *TikTok*.[228] Auch die Präsenz auf *X* wurde von 13 auf acht Accounts reduziert. Obwohl die Plattform weiterhin eine wichtige Rolle bei Echtzeit-Nachrichten und politischen Debatten spielt, haben sich die Rahmenbedingungen und Ausrichtung seit der Übernahme durch Elon Musk drastisch verändert. Algorithmische Anpassungen und die Abwertung journalistischer Inhalte erschweren die Reichweite seriöser Berichterstattung. Zudem begünstigt die Plattform die Verbreitung von Desinformation und Hassrede.[229]

Die DW nutzt auch weitere Plattformen wie *Snapchat* und *WhatsApp*, um **junge, internationale Zielgruppen direkt**

228 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.
229 Hickey et al. 2025.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	×	×	×
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
	Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)	-	×	-
	Radio Free Asia (RFA)	-	×	-
Frankreich	**France 24**	×	×	-
	Radio France Internationale (RFI)	-	×	×
Paneuropäisch	**Euronews/Africanews**	×	×	-
Russland	**Russia Today (RT)**	×	×	-
	Sputnik	-	×	×
China	**China Global Television Network (CGTN)**	×	×	-
	China Radio International (CRI)	-	×	×
Katar	**Al Jazeera**	×	×	-
Japan	**NHK World Japan**	×	×	-
Türkei	**TRT World**	×	×	×
Vereinigte Arabische Emirate	**Al Arabiya**	-	×	-

Abbildung 19: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Englisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

auf den Plattformen zu erreichen, die sie täglich nutzen. So kann die DW ihre Reichweite erhöhen und aktuelle Nachrichten in einem für mobile Nutzende angepassten Format verbreiten, etwa durch kurze Videos auf *Snapchat* oder kompakte News-Updates per *WhatsApp-Newsletter*.

Das englischsprachige Angebot auf *dw.com* bleibt eine zentrale Informationsquelle mit monatlich rund 720 Artikeln und 640 Videos.[230] Im Vergleich zu 2021 wurde der Output – damals etwa 1.000 Artikel und 840 Videos pro Monat – bewusst reduziert. Statt einer breiten Nachrichtenberichterstattung setzt die DW verstärkt auf **hintergründige Analysen, die aktuelle Themen** umfassender einordnen. Dieser strategische Fokus soll die inhaltliche Wirkung steigern und den Nutzenden einen höheren Mehrwert bieten.

Im Rahmen ihrer *On-Demand*-Strategie hat die DW ihr Portfolio um eine Vielzahl **digitaler Audio-Formate erweitert**, die gezielt regionale und thematische Schwerpunkte setzen. Politik-Podcasts wie *Berlin Briefing* analysieren Deutschlands Umgang mit globalen geopolitischen Herausforderungen, während *Inside Europe* wöchentlich tiefgehende Einblicke in die politischen und kulturellen Entwicklungen Europas bietet. Mit Formaten wie *Love Matters*, das Themen rund um Liebe, Sex und Beziehungen in Indien erforscht, oder *Don't Drink The Milk*, das amerikanischen Zuhörenden historische Geschichten mit Alltagsbezug vermittelt, spricht die DW gezielt regionale und thematisch interessierte Zielgruppen an. Im Audio-Bereich bietet die DW zudem einen Nachrichtenüberblick für Sprachassistenten wie *Amazon Alexa*, *Google Assistant* und *Apple Siri*. Für die englischsprachige Zielgruppe in Subsahara-Afrika bietet die DW zusätzlich lineares Radio an.[231]

Das Bewegtbildangebot der DW: Zunehmend digital und regional

In den vergangenen Jahren hat die DW ihr Bewegtbildangebot schrittweise umgestaltet, um den Fokus stärker auf die *On-Demand*-Nutzung auf digitalen Plattformen zu legen. Inhalte werden vorrangig für digitale Ausspielwege produziert und anschließend im linearen Fernsehprogramm zweitverwertet. Im Zuge dieser Neuausrichtung wurden klassische TV-Formate angepasst oder durch neue Formate ersetzt, die speziell für die Nutzung auf Abruf optimiert sind.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/en	723 Artikel 638 Videos
YouTube	DW News	440 Videos
	DW Documentary English	40 Videos
	DW Shift	40 Videos
	plus 13 weitere Accounts	
Facebook	DW News	450 Posts
	DW Africa	210 Posts
	DW Travel	130 Posts
	plus fünf weitere Accounts	
Instagram	DW News	230 Posts
	The 77 Percent	50 Posts
	DW Euromaxx	40 Posts
	plus sieben weitere Accounts	
X	DW News	2.360 Posts
	DW Sports	500 Posts
	DW Politics	200 Posts
	plus fünf weitere Accounts	
TikTok	DW Africa	170 Posts
	DW Stories	50 Posts
	Planet A	40 Posts
	plus sieben weitere Accounts	
Weitere	Snapchat – Berlin Fresh – Just my vibe – Tech attack – Tech for you WhatsApp – DW News	k. A.

Abbildung 20: **Online-Angebote der DW in Englisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

230 Monatliche Durchschnittswerte für das zweite Halbjahr 2024.
231 Siehe Kapitel 4.4.4.



Jung, engagiert, meinungsstark: The 77 Percent gibt der afrikanischen Jugend eine Stimme.

Als Teil dieser Strategie wurde der englischsprachige TV-Kanal in seinem Umfang reduziert, wobei der Produktionsaufwand gesenkt und die Abläufe stärker automatisiert und standardisiert wurden. Dies führt zu weniger TV-exklusiven Inhalten und einer höheren Wiederholungsrate. Im Zuge der Umstrukturierung wurden mehrere TV-Produktionen eingestellt, darunter *World Stories*, *Kick Off! Highlights*, das Musikformat *Europe in Concert* sowie das werktägliche Kulturmagazin *Arts and Culture*. Stattdessen produzieren die Ressorts vermehrt Videos für Social Media, für die anderen Sprachredaktionen sowie für die Partnerkanäle der DW. Erfolgreiche TV-Formate wie *DW News, The Day, Euromaxx, Focus on Europe, Global Us, In Good Shape* und *Tomorrow Today* bleiben erhalten und wurden teilweise im Design angepasst, um sie besser für die digitale Verwertung nutzbar zu machen. Da mehrere hundert TV-Partner diese Formate regelmäßig ausstrahlen und damit eine große Reichweite für die DW generieren, werden sie weiterhin zur Verfügung gestellt.

Das **Nachrichtenangebot** bleibt ein zentraler Bestandteil des englischen Programms. Gleichzeitig wurden Strukturen und Abläufe schrittweise angepasst. So wurden 2023 zwei 30-minütige Nachrichtensendungen auf 15 Minuten verkürzt, und 2024 die Anzahl der täglichen 15-minütigen Sendungen von acht auf sechs reduziert. Zudem wurde das tägliche Format *DW News Asia* eingestellt, während *DW News Africa* von einer täglichen auf eine wöchentliche Ausstrahlung umgestellt wurde. Das etablierte Nachrichtenmagazin *The Day*, das fünfmal wöchentlich ausgestrahlt wird und mit ausführlichen Interviews sowie umfassenden Beiträgen vertiefende Berichterstattung bietet, bleibt in seiner bisherigen Form erhalten, wird jedoch stärker auf eine jüngere und weibliche Zielgruppe[232] ausgerichtet. Ergänzend wurden neue Nachrichtenformate für *YouTube* eingeführt: Mit *News Desk* streamt das digitale Nachrichtenteam live auf *YouTube*, um tagespolitische Themen tiefergehend zu diskutieren. Fokus ist dabei der Dialog mit dem Zielpublikum über Chats, Umfragen und Abstimmungen. *Ask DW* ist ein interaktives Live-Format, bei dem Zuschauende ihre Fragen zu aktuellen Nachrichten über den *YouTube-Livechat* stellen können. Bei besonderer thematischer Relevanz werden auf *YouTube* längere, thematisch fokussierte Videoformate produziert, die ein Thema ausführlicher und tiefergehend behandeln als normale kurze Nachrichtenclips.

In den Bereichen **Wirtschaft, Wissenschaft, Umwelt, Kultur und Sport wurden zahlreiche neue Formate entwickelt, die für die *On-Demand*-Nutzung konzipiert** und in TV-Magazinen zweitverwertet werden. Dazu gehört

232 Siehe Kapitel 1.

Planet A, das den Wandel zu einer umweltfreundlichen Welt beleuchtet. Transforming Business untersucht die Beziehung zwischen Wirtschaft und Klimaschutz. Mit *Explaining the human body* wird wissenschaftliches Wissen rund um den menschlichen Körper anschaulich erklärt. Neu eingeführt wurde auch das Format *Mapped Out*, das mithilfe von Karten globale Konflikte wie Grenzstreitigkeiten und Rohstoffkriege verständlich erklärt und deren historische Hintergründe beleuchtet.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf regionalen Formaten, die spezifische Perspektiven aus verschiedenen Teilen der Welt abbilden. *Afrimaxx* ist ein wöchentliches, pan-afrikanisches Lifestyle-Magazin, das kreative und kulturelle Entwicklungen in Subsahara-Afrika präsentiert. Mit *Eco India* und *Eco Africa* werden Umweltthemen aus regionaler Sicht beleuchtet. *The 77 Percent* widmet sich den Anliegen und Perspektiven junger Menschen in Afrika. Das Format *HER* erzählt eindrucksvolle Geschichten von Frauen aus ganz Asien, die bedeutende Hindernisse überwunden haben, und ihre Perspektiven auf drängende gesellschaftliche Fragen. Das wöchentliche Magazin *DW News Africa* konzentriert sich auf Nachrichten aus Afrika und bietet sowohl inhaltlich als auch durch die Auswahl der Gäste eine regionale Perspektive.



Seit über 20 Jahren begeistert Euromaxx als Kultur- und Lifestylemarke.

Mit *DW Documentary* bietet die DW auf *YouTube* und im linearen TV **Dokumentationen und Dokumentarfilme** an, die tiefergehende Einblicke in die Komplexität des Alltags gewähren und ein besseres Verständnis für aktuelle Themen und globale Ereignisse vermitteln. Die Bedeutung von Dokumentationen ist in den vergangenen Jahren für die DW aufgrund der hohen Nachfrage deutlich gestiegen. Als Reaktion darauf wurde das Dokumentationsportfolio erweitert, wodurch die Zahl der Eigen- und Koproduktionen von jährlich 13 (2020) auf 39 (2024) anstieg. Zu den herausragenden Projekten zählt der Dokumentarfilm *Music Under the Swastika: The Maestro and the Cellist of Auschwitz*, mit dem die DW erstmals für einen *International Emmy*, den Oscar der Fernsehwelt, nominiert wurde. Die 86-minütige Dokumentation *Angela Merkel: Navigating A World in Crisis* mit prominenten Gesprächspartnerinnen und -partnern wie George W. Bush und Jean-Claude Juncker erreichte auf dem *YouTube*-Kanal *DW Documentary* seit der Veröffentlichung 1,9 Millionen Aufrufe und wurde an rund 200 Partner-Sender in 16 Ländern weitergegeben. In der Dokumentarfilm-Reihe *Kampf um Wahrheit* entstanden zwischen 2021 und 2024 exklusive Filme über Exilantinnen und Exilanten wie Swjatlana Zichanouskaja, Anabel Hernández und Julian Assange. Diese wurden bei renommierten Veranstaltungen wie der Münchner Sicherheitskonferenz und dem *Human Rights Film Festival* in Berlin präsentiert.

Die DW hat im Evaluationszeitraum auch **ihre investigativen Inhalte** ausgebaut und internationale Kooperationen verstärkt. Die Investigationen decken Menschenrechtsverletzungen, Korruption und internationale kriminelle Netzwerke auf – besonders in Märkten mit eingeschränkter Pressefreiheit – und stoßen gesellschaftliche Debatten an. Ein Highlight ist die preisgekrönte Investigation *Inside the Death Squad*, die erstmals Whistleblower der Eliteeinheit *Rapid Action Batallion (RAB)* in Bangladesch öffentlich zu Wort kommen ließ. Die Recherche erreichte rund zehn Millionen Menschen und führte trotz Zensurversuchen zu einer breiten öffentlichen Debatte. Mit *Scam Factory* deckte die DW Menschenhandel und Zwangsarbeit in Südostasien auf und belegte erstmals eine Verbindung zwischen einer Betrugsfabrik in Myanmar und Hongkonger Triaden. Weitere erfolgreiche Recherchen, wie die *China Science Investigation*, in der die Kooperation europäischer Hochschulen mit dem chinesischen Militär beleuchtet wird, oder die Untersuchung zu Drohnenangriffen in der Ukraine, haben internationale Aufmerksamkeit erregt, juristische Ermittlungen angestoßen und die Reichweite der vom *DW-Investigations*-Team produzierten Inhalte deutlich erhöht. Durch diese Anpassungen kombiniert die DW ein vielfältiges TV-Angebot mit einer stärkeren Ausrichtung auf digitale Nutzung und regionalen Fokus, um aktuelle Themen global zugänglich zu machen.

Globale Verbreitung des englischsprachigen DW-Angebots durch Partner

Die Distributionssituation des englischsprachigen Angebots der DW zeichnet sich durch eine breite Präsenz bei Partnern auf Online-, Social-Media-, TV- und Radio-Plattformen aus. Im Online- und Social-Media-Bereich kooperiert die DW mit 200 Partnern weltweit, die englischsprachige Inhalte übernehmen. Besonders hervorzuheben ist **die Zusammenarbeit mit der indischen Kurzvideo-Plattform *Josh***, die seit Juni 2022 besteht. Nachdem *TikTok* von der indischen Regierung gesperrt wurde, hat sich *Josh* zur führenden Kurzvideo-Plattform in Indien entwickelt. Weitere bedeutende Online-Partner sind unter anderem *Media 24* in Südafrika und *African Youth Story* in Nigeria.

Das englischsprachige TV-Angebot der DW erreicht weltweit eine erhebliche technische Reichweite[233] von **392 Millionen TV-Haushalten**. Der lineare TV-Kanal wird in HD-Qualität über drei *Direct-to-Home*-Satelliten[234] ausgestrahlt und ist über 1.002 Infrastrukturbetreiber – darunter Kabelnetz- und Pay-TV-Anbieter – verfügbar. Zusätzlich strahlen weltweit 1446 TV-Partner englischsprachige Inhalte der DW aus. Davon übernehmen 526 Teilprogrammpartner regelmäßig gezielt einzelne Sendungen der DW. Zu den verbreiteten Formaten gehören unter anderem *Euromaxx, DW News, The Day, Focus on Europe, Global Us, In Good Shape* und *Tomorrow Today*. In Asien gibt es mit 597 die meisten Partner für Englisch, darunter *Doordarshan* aus Indien. In Nordamerika und der Karibik verfügt die DW über 353 Partner, darunter *World Channel (GBH), NYC Media* und *WETA*. In Afrika arbeiten 124 Partner mit der DW zusammen, unter anderem *Channels TV* (Nigeria), *Arena Group* (Südafrika) und *Joy TV* (Ghana).

Auch im Radiobereich ist das englischsprachige Angebot der DW global präsent. Von den insgesamt 185 Radiopartnern strahlen 52 in Nordamerika und 23 in Asien englische Programme aus. Der Schwerpunkt des Radioangebots liegt jedoch auf Subsahara-Afrika, eine detaillierte Darstellung dieser Region erfolgt in Abschnitt 4.4.4.

233 Siehe Glossar.
234 Astra 1M, Astra 4A und Eutelsat Hotbird 13 G. Darüber hinaus wird das Angebot auch über die Satelliten SES-5 und Asiasat-7 an Kabel- und Pay-TV-Anbieter übertragen. Siehe auch Glossar.

Resonanz: Wachstum über alle Plattformen

Dank der Bemühungen um regionalisierte und plattformgerechte Inhalte konnte die DW die Reichweite des englischsprachigen Angebots weiter ausbauen. Wie auch im vorherigen Evaluationszeitraum war es damit das erfolgreichste Angebot der DW: So verzeichneten englischsprachige DW-Angebote 2024 über alle Ausspielwege 127 Millionen Nutzende pro Woche. Im Vergleich zu 2020 ein Anstieg um 31 %. **Die höchste Reichweite auf Englisch erzielte die DW weiterhin mit ihrem TV-Angebot**, das 2024 wöchentlich 84 Millionen Menschen erreichte. Die Online-Angebote folgten mit 28 Millionen, die Radio-Angebote mit 16 Millionen Nutzenden. Ein Großteil der Nutzung stammte aus Subsahara-Afrika, Asien und den USA.

Die **digitalen englischsprachigen Inhalte für Drittplattformen** wie Social Media verzeichneten im Evaluationszeitraum das stärkste Wachstum. Im zweiten Halbjahr 2024 erreichten sie durchschnittlich 297 Millionen Zugriffe pro Monat – ein Anstieg von 60 % gegenüber dem zweiten Halbjahr 2021. Dieses Wachstum ist vor allem auf die gezielte Ausrichtung der DW auf reichweitenstarke Drittplattformen zurückzuführen. Der größte Anteil der Nutzung erfolgte über Partnerplattformen, die monatlich 146 Millionen Zugriffe generierten.

Eine ebenso zentrale Rolle spielten eigene Kanäle auf Social-Media-Plattformen: Im zweiten Halbjahr 2024 verzeichnete die DW über alle englischsprachigen Social-Media-Accounts hinweg durchschnittlich 136 Millionen Video Views pro Monat. Den größten Anteil hatte *YouTube* mit 63 Millionen, gefolgt von *TikTok* mit 25 Millionen sowie *Facebook* und *Instagram* mit jeweils 21 Millionen Video Views (Abbildung 21). Im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 sank die Social-Media-Reichweite um 3 %, was vor allem auf einen Nutzungsrückgang bei *Facebook* und *X* um jeweils über 50 % zurückzuführen ist, der wie oben erläutert vor allem auf Veränderungen des Algorithmus auf beiden Plattformen zurückzuführen ist.

Besonders erfolgreich war der *DW News*-Account mit durchschnittlich rund 34 Millionen Views auf *YouTube* und je zehn Millionen Views auf *TikTok* und *Instagram*. Erwähnenswert ist auch *DW Documentary* mit rund 13 Millionen Views auf *YouTube*.

Im Vergleich mit den Wettbewerbern blieb *BBC News* auf *YouTube* mit rund 68 Millionen Abrufen pro Monat führend. *DW News* lag mit rund 34 Millionen Abrufen vor *France 24* (18 Millionen) und *VOA* (zwei Millionen). Auf *Facebook*

führte *France 24* mit rund acht Millionen Abrufen pro Monat vor der DW (2,2 Millionen), die aber besser abschnitt als der *BBC*-Account (580.000 Views pro Monat). Auf *TikTok* dominierte *BBC* mit 367 Millionen Abrufen pro Monat, gefolgt von *DW News* (10,2 Millionen). *France 24* lag mit 367.000 Abrufen deutlich dahinter.

Im Gegensatz zu den wachsenden Zugriffen auf Drittplattformen verzeichneten die eigenen Plattformen der DW – darunter die Webseite *dw.com* und die mobilen Apps – einen Rückgang der Nutzung. Mit 16 Millionen Zugriffen pro Monat lag die Nutzung 24 % unter dem Niveau des zweiten Halbjahres 2021. Dieser Rückgang entsprach dem veränderten Mediennutzungsverhalten der Zielgruppen, die zunehmend über externe Plattformen auf Inhalte zugriffen, anstatt Webseiten direkt zu besuchen. Ein Großteil der Nutzung erfolgte aus den USA (26 %), gefolgt von Indien (5 %), Bangladesch und Kenia (je 2 %). Die strategische Fokussierung auf Drittplattformen, insbesondere die Zusammenarbeit mit wachstumsstarken Partnern wie *Josh* und die Präsenz auf Social-Media-Kanälen, erwies sich als wesentlicher Erfolgsfaktor für die Reichweitensteigerung der englischsprachigen DW-Inhalte.

Auch mit ihren **englischsprachigen TV-Angeboten** erzielt die DW beachtliche Reichweiten (Abbildung 21). Die höchste Nutzung erzielte die DW in Subsahara-Afrika. Dort wuchs der TV-Markt im Gegensatz zu vielen anderen Weltregionen. So erzielte die DW in Ghana, Uganda, Kenia und Nigeria in der Zielgruppe wöchentlich zweistellige Werte. In Ghana lag die DW mit 32 % Reichweite sogar vor Wettbewerbern wie *BBC World News*, *France 24* und *VOA* TV. Ein Großteil der Nutzung erfolgte über Partner wie *Joy News* und *Channel One TV*. Auch in Uganda erzielte die DW mit 31 % eine beachtliche Reichweite in der Zielgruppe. Damit lag sie zwar hinter *BBC World News* (47 %), aber deutlich vor anderen internationalen Sendern. Regionalisierte Formate wie *DW News Africa*, *Afrimaxx* und *Eco Africa* erfreuten sich hier besonderer Beliebtheit. Auch die *Premium-News*-Schalte bei *NBS-Updates*, einer Nachrichtensendung des ugandischen Senders *NBS*, erreichte mit 12 % wöchentlicher Reichweite in der Zielgruppe große Beliebtheit.

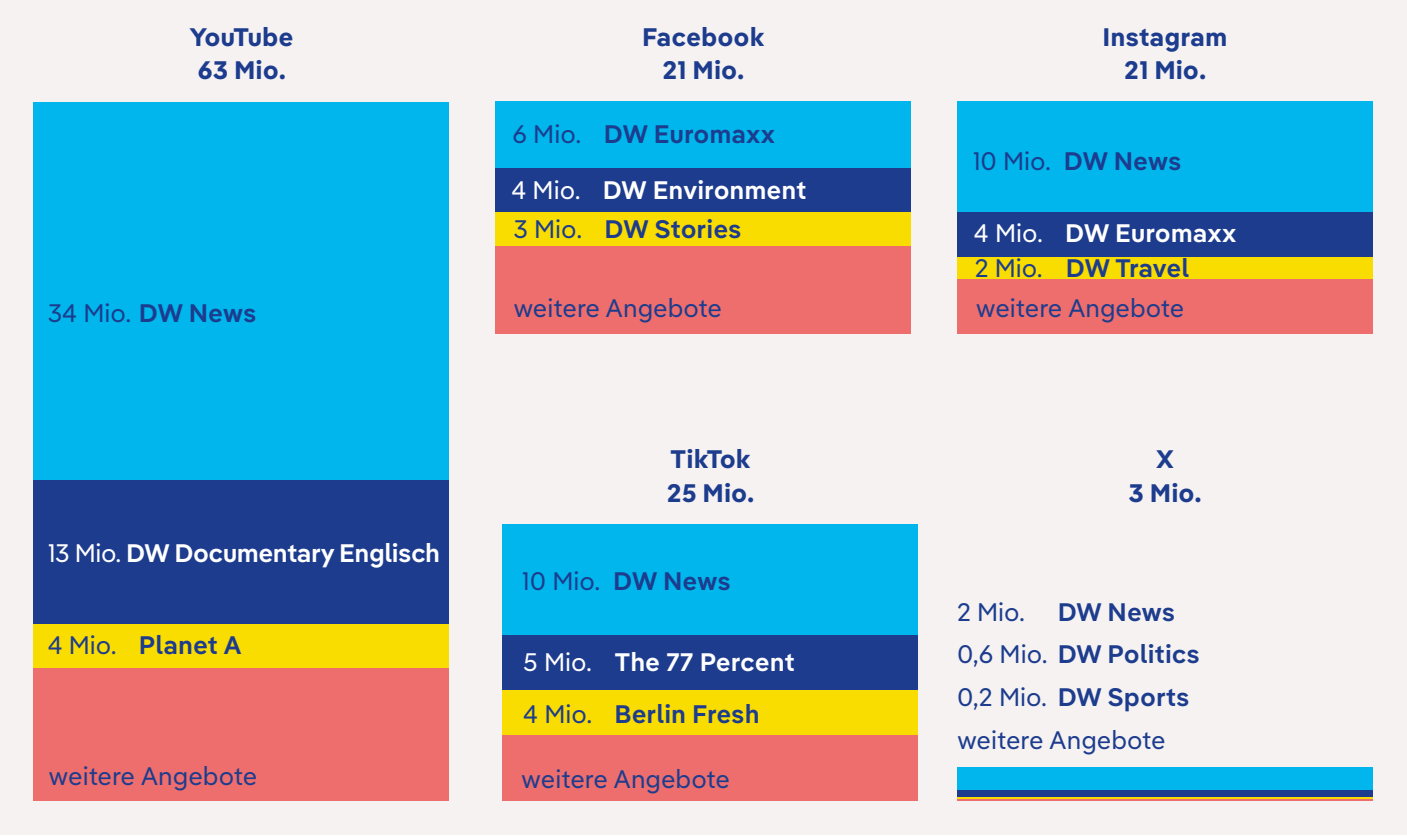


Abbildung 21: **Monatliche Video Views der englischsprachigen Angebote auf unterschiedlichen Plattformen**
Stand 2. Halbjahr 2024, Durchschnittswerte

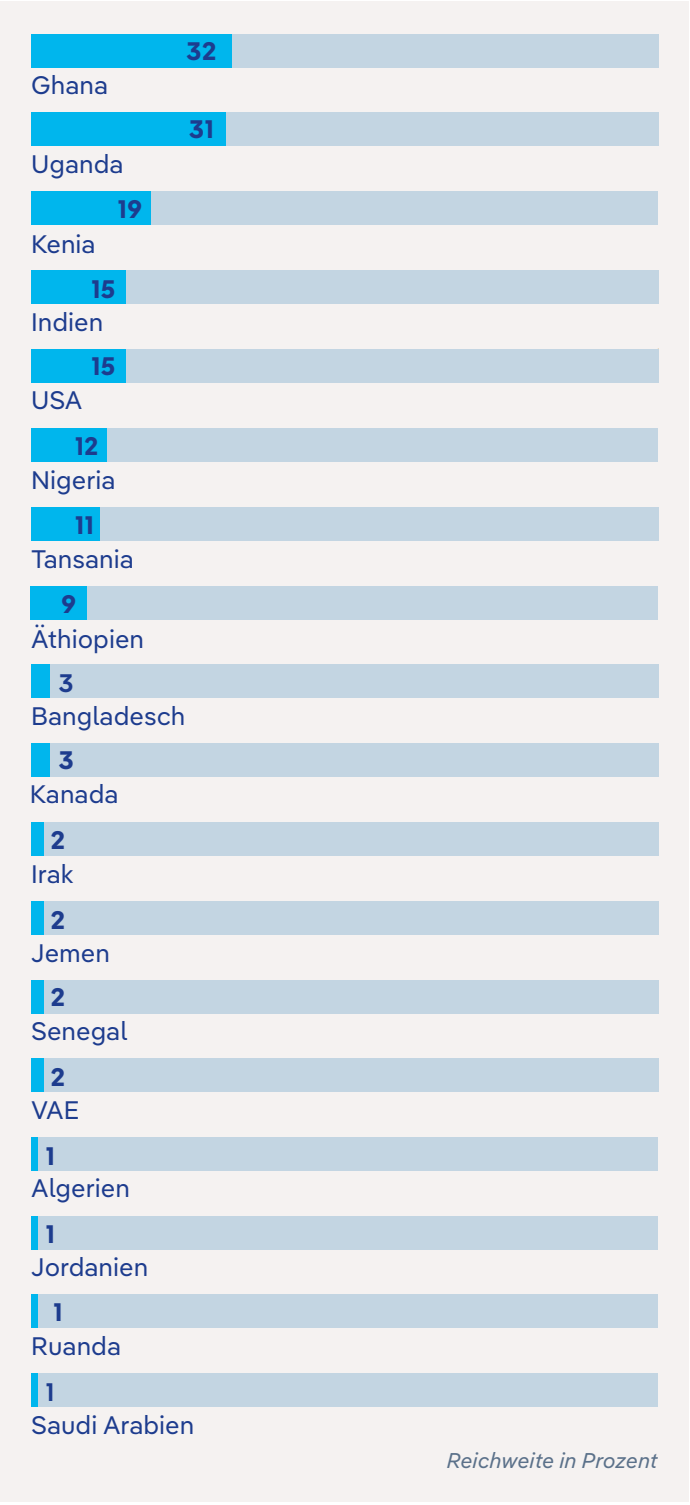


Abbildung 22: **Wöchentliche Reichweite des englischsprachigen TV-Angebots der DW in den Zielgruppen**
Quelle: RM_1, RM_2, RM_4, RM_5, RM_6, RM_7, RM_8, RM_10, RM_11, RM_12, RM_13, RM_15, RM_16, RM_17, RM_18, RM_20, RM_26, RM_27

In Indien und Bangladesch konnte die DW ihre Zuschauendenzahlen ebenfalls ausbauen. In Indien erreichte die DW mit ihrem englischsprachigen TV-Angebot 15 % der Zielgruppe, insbesondere durch Formate wie *DW News, Euromaxx, Shift, In Good Shape* und *Eco India*, die über Teilprogrammpartner wie *Doordashan* verbreitet wurden. Bei der letzten Messung im Jahr 2019 lag die Reichweite noch unter 0,5 %. Die erfolgreichsten Wettbewerber in Indien waren *BBC World News* (63 %), *CNN* (57 %), *Al Jazeera* (30 %) und *China Global Television Network* (30 %). In Bangladesch konnte die DW ihre Reichweite im Vergleich zu 2017 deutlich steigern und erzielte 3 % der Zielgruppe.

Auch in den USA erzielte die DW mit einer wöchentlichen Reichweite von 15 % in der Zielgruppe beachtliche Werte, in erster Linie aufgrund der Zusammenarbeit mit mehreren hundert *Public-Broadcasting*-Stationen. Damit positionierte sich die DW hinter der *BBC* (37 %), jedoch vor anderen internationalen Nachrichtenkanälen wie *Al Jazeera* (10 %), *RT* (10 %) und *France 24* (7 %). Auch in anderen Teilen der Welt, die nicht zur Zielregion für das englischsprachige TV-Angebot zählen, wurde der Kanal genutzt. So erzielte *DW Englisch* z. B. in der arabischsprachigen Welt Reichweiten bis zu 2 % in der Zielgruppe.

Mit ihren **Radio-Angeboten**, die sie in den USA über *NPR*-Sender[235] vertrieb, erzielte die DW eine Reichweite von 2 % in der Zielgruppe. Die Abrufe über den Sprachassistenten *Google Assistant News* waren rückläufig, erzielten jedoch weiterhin zwei Millionen Abrufe pro Monat.[236]

Akzeptanz des englischsprachigen Angebots der DW

Das englischsprachige Angebot der DW wurde im Rahmen mehrerer qualitativer Studien, Akzeptanztests und Expertinnen- und Expertenbefragungen umfassend analysiert. Die Ergebnisse zeigten, dass die DW mit ihren verschiedenen Angeboten gezielt unterschiedliche Nutzendenbedürfnisse ansprach und erfüllte. Besonders hervorgehoben wurden die hohe Qualität der Inhalte sowie die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit der Berichterstattung. Auch die Relevanz der Angebote wurde positiv bewertet, wenngleich einige Befragte den Wunsch nach noch mehr Inhalten aus ihren jeweiligen Zielregionen äußerten.

235 National Public Radio (NPR) ist ein unabhängiges, gemeinnütziges Netzwerk von öffentlich finanzierten Radiosendern in den USA.
236 Eine ausführlichere Beschreibung der Radioreichweite in Subsahara-Afrika erfolgt in Abschnitt 4.4.4.

Verschiedene Akzeptanztests[237] in den Zielregionen Afrikas und Asiens des Nachrichtenangebots auf TV, Social Media und der Webseite ergaben, dass die Angebote als vielfältig, präzise und faktenbasiert wahrgenommen wurden. Besonders gelobt wurden die ausgewogene Berichterstattung, die globale Themenvielfalt und die prägnante Darstellung der Nachrichten. Gleichzeitig gab es Kritik, dass regionale Themen aus Afrika und Asien nicht ausreichend abgedeckt werden.

> ***Eine Medaille hat zwei Seiten, und DW hat beide Seiten gezeigt.***[238]
>
> **Zielgruppenmitglied, Indien**

> ***Als ich mir DW ansah, erkannte ich die Vielfalt der Nachrichten, die tatsächlich angeboten werden… [bei der DW] habe ich Nachrichten gesehen, die es nicht in die Schlagzeilen geschafft haben.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Philippinen, weiblich**

> ***[Die Berichterstattung] ist präzise und aufschlussreich, weil man verschiedene Sichtweisen zu einem Thema erhält, was den Horizont erweitert.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Ghana, weiblich**

> ***Wenn es um Nachrichten geht, habe ich festgestellt, dass mir die Art der Berichterstattung von der DW gefällt. Die Geschichten sind kurz, auf den Punkt und sachlich.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Kenia, männlich**

Auch das interaktive *YouTube*-Nachrichtenformat *Ask DW* wurde in Akzeptanztests[239] in den USA und Indien überwiegend positiv wahrgenommen, da es reale Herausforderungen und globale Zusammenhänge verständlich und inspirierend vermittelte. Besonders geschätzt wurden die faktenbasierte Berichterstattung, die klare Darstellung komplexer Themen und die Möglichkeit, persönliche Parallelen zu ziehen. *Ask DW* fördere den direkten Dialog, sorge für Transparenz und könne gezielt Desinformation bekämpfen. Dies werde durch transparente Kommunikation mit den Nutzenden und die Präsentation von Fachmeinungen zu komplexen Themen gut erreicht.



> ***Die Fragen aus dem Publikum helfen mir, den Inhalt besser zu verstehen.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indien, weiblich**

> ***Sie haben die Rolle staatlicher Kontrolle hervorgehoben, etwas, das wir in verschiedenen globalen Kontexten beobachten konnten.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indien, männlich**

> ***Deutschland spielt eine große Rolle in der EU und politische Instabilität dort beeinflusst die globalen Märkte.***
>
> **Zielgruppenmitglied, USA, männlich**

> ***Wenn es um Nachrichten geht, habe ich festgestellt, dass mir die Art der Berichterstattung von der DW gefällt. Die Geschichten sind kurz, auf den Punkt und sachlich.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Kenia, männlich**

237 Siehe Studienverzeichnis: AS_24, AS_25, AS_28.
238 Geschlecht in diesem Fall nicht angegeben; in Folge immer dort gekennzeichnet, wo Daten vorliegen.
239 Siehe Studienverzeichnis AS_22, AS_23.

Ein Akzeptanztest[240] des TV-Magazins *Global Us*, das drängende globale Herausforderungen und innovative Lösungsansätze beleuchtete sowie Menschen porträtierte, die mit ihrem Handeln Wandel inspirierten, bekam ebenfalls positive Rückmeldungen: Die Befragten schätzten die informative Tiefe und die Art der Wissensvermittlung sowie die emotionale Dynamik des *Storytellings*[241].



Es vermittelt Wissen über Dinge, die man zuvor nicht kannte.

Zielgruppenmitglied, USA, weiblich

Dieses Video ist sehr informativ. Ich habe auf anderen Plattformen keine so informativen Inhalte gefunden.

Zielgruppenmitglied, Indien, weiblich

Global Us ist ein sehr treffender Titel, weil es um ein globales Thema geht. Außerdem bedeutet ‚us', dass das Thema uns alle betrifft, die wir Teil der globalen Gemeinschaft sind.

Zielgruppenmitglied, Indien, männlich

Der *YouTube*-Kanal *Planet A* wurde ebenfalls hinsichtlich der Resonanz bei Nutzerinnen und Nutzern, die das Format bereits kannten, untersucht.[242] Das Feedback fiel überwiegend positiv aus: Besonders hervorgehoben wurden die gezielte Themenauswahl und die ausgewogene Berichterstattung. *Planet A* habe sich als zuverlässige Quelle für umfassende Informationen zu erneuerbaren Energien und Umweltthemen etabliert und beleuchte regelmäßig neue, ungewöhnliche und interessante Perspektiven. Besonders gelobt wurde der konstruktive Ansatz in der Berichterstattung sowie die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte verständlich und zugänglich zu präsentieren. Verbesserungspotenzial bestehe jedoch bei der geografischen Vielfalt.



Die markantesten Merkmale der Planet A-Marke sind die Themenauswahl und der ausgewogene Ansatz bei deren Behandlung. Sie haben sich einen Ruf für umfassende Berichterstattung über erneuerbare Energien und Umweltthemen aufgebaut und beleuchten dabei stets interessante Perspektiven.

Medienexpertin, USA

Ich liebe es, dass der Kanal nicht pessimistisch ist. Er zeigt die Probleme, bietet aber auch Lösungen an.

Nutzerin, USA

Planet A hilft mir, die aktuellen globalen Probleme und die technologischen Entwicklungen zu verstehen, die zu ihrer Bewältigung beitragen.

Nutzer, Indonesien

Der Kanal ist gut, aber es sollte mehr Berichterstattung aus Südostasien und Zentralafrika geben.

Nutzer, Indien

240 Siehe Studienverzeichnis AS_7.
241 Siehe Glossar.
242 Program Monitoring Planet A 2024.

Eine Untersuchung[243] des Formats *Business Beyond – Exploring the global economy in depth*[244] ergab, dass sich das Format durch die verständliche und fundierte Erklärung komplexer wirtschaftlicher Zusammenhänge auszeichnete. Besonders positiv wahrgenommen wurde der multiperspektivische Ansatz, der verschiedene Blickwinkel einbezog. Die interessante Themenauswahl, die konstruktive Aufbereitung und die hohe Produktionsqualität steuerten zur Wettbewerbsfähigkeit des Formats bei. Verbesserungspotenzial lag in der stärkeren Einbindung von Stimmen und Perspektiven aus Asien und Afrika. Zudem wurde empfohlen, die Sichtbarkeit von Frauen weiter zu erhöhen.



Die Berichte sind ausgewogen und berücksichtigen die Perspektiven aller beteiligten Parteien. Sie basieren auf Fakten und Daten und vermitteln eine umfassende Darstellung der Geschichte.

Medienexperte, Indien

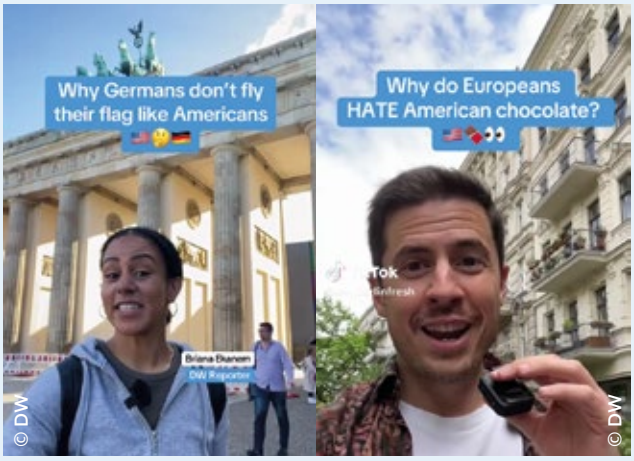
Die Qualität der Reporterinnen und Reporter sowie die Sachlichkeit und Bodenständigkeit der Präsentationen gefallen mir besonders. Auch die Grafiken finde ich ausgezeichnet.

Nutzer, USA

Mir gefällt die Kombination aus Breite und Tiefe. Es bietet genug Informationen, um neue Themen zu verstehen, und es liefert Anhaltspunkte, um bei Interesse weiter in die Materie einzutauchen.

Nutzer, China

Eine Analyse[245] des *TikTok*-Kanals *Berlin Fresh* zeigte, dass die DW erfolgreich eine junge Zielgruppe ansprach und Themen aus Deutschland auf zugängliche Weise vermittelte. Die meisten Beiträge erfüllten eine zentrale Voraussetzung für den Erfolg auf *TikTok*: Sie erregten die Aufmerksamkeit von sogenannten *Super Scrollers*, also Nutzenden, die innerhalb von zwei Sekunden entscheiden, ob sie weiterscrollen oder das Video ansehen. Die Beiträge wirkten authentisch und wurden von humorvollen, charismatischen Persönlichkeiten präsentiert. Bei den Nutzenden kam die Machart der Videos gut an. Die behandelten Themen entsprachen ihren Erwartungen. Allerdings wurde die Informationsvermittlung über Deutschland nicht durchweg positiv bewertet – einige Nutzende wünschten sich mehr Hintergrundinformationen und zusätzlichen Kontext.



Ich finde die Inhalte von Berlin Fresh in den meisten Fällen interessanter als vergleichbare Inhalte aus den USA, insbesondere im Medienbereich. Durch die engagierten Hosts bietet der Kanal vielfältige Perspektiven und Stimmen, die die meisten TikTok-Accounts nicht haben. Besonders bemerkenswert ist, dass es in diesem spezifischen Bereich – Inhalte über Deutschland für ein amerikanisches Publikum – kaum Konkurrenz gibt.

Medienexperte, USA

243 Program Monitoring Business Beyond, 2024.
244 Business Beyond ist ein Format, das auf dem YouTube-Kanal von DW News in einer eigenen Playlist erscheint und internationale
245 Program Monitoring Berlin Fresh 2023.

> ***Ich lerne die Feinheiten der deutschen Kultur kennen, die man sonst nur erlebt, wenn man in Deutschland gelebt hat.***
>
> **Nutzer, USA**
>
> ***Leicht verständliche Inhalte zu einem Thema, das mir wichtig ist: die deutsche Kultur!***
>
> **Nutzerin, USA**
>
> ***Unterhaltsame Aufbereitung von ansonsten ‚langweiligen' oder ‚trockenen' Themen.***
>
> **Nutzerin, USA**

Fazit

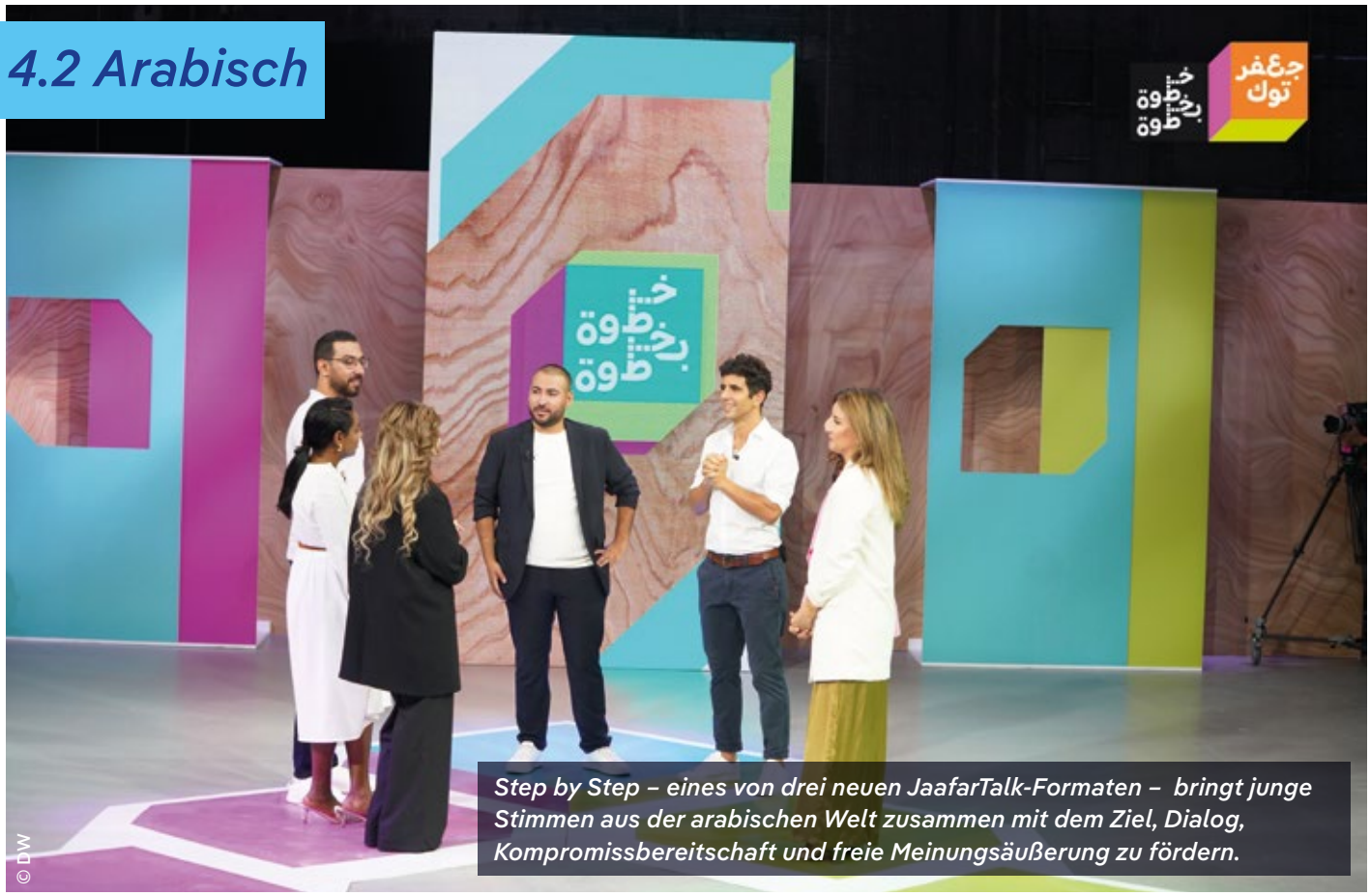
Aufgrund ihrer globalen Verbreitung bietet die englische Sprache der DW ein erhebliches Potenzial hinsichtlich Reichweite und Wirkung, insbesondere in den prioritären Zielländern Asiens, Subsahara-Afrikas und Nordamerikas. Gleichzeitig steht die DW vor der Herausforderung, ihr englischsprachiges Angebot in sehr heterogenen Märkten zu positionieren. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, hat die DW die Anzahl regionalisierter Inhalte im englischsprachigen Angebot erweitert und ihre Präsenz vor Ort in den Zielmärkten ausgebaut. Diesen Kurs gilt es weiter zu verfolgen, wenn sie im zunehmend auch von KI beeinflussten Wettbewerb zukunftsfähig bleiben möchte.

Ein weiterer zentraler Aspekt ist der Wandel im Mediennutzungsverhalten der Zielgruppen. Die DW hat darauf reagiert, indem sie ihr englischsprachiges Portfolio weiter auf die zeitsouveräne Nutzung auf digitalen Plattformen ausgerichtet hat und so ihre Reichweiten steigern konnte. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor sind auch die Partnerschaften mit Plattformen vor Ort, wie etwa der indischen Kurzvideo-Plattform *Josh*. Mit Blick auf anstehende technologische Entwicklungen, insbesondere in der KI, muss die DW ihren Transformationsweg konsequent weiterverfolgen. Eine weitere Fokussierung ihrer Angebote wird erforderlich sein, um auf den zunehmend fragmentierten und personalisierten Plattformen konkurrenzfähig zu bleiben.

Von Vorteil ist, dass die DW von ihrer Zielgruppe als vertrauenswürdige, ausgewogene und qualitativ hochwertige Quelle wahrgenommen wird. In Zeiten zunehmender Propaganda und Desinformation kann diese Glaubwürdigkeit zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil werden. Mit der Einführung des *Fact-Checking*-Teams[246] hat die DW bereits einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung unternommen.

246 Siehe Exkurs 5.

4.2 Arabisch



Step by Step – eines von drei neuen JaafarTalk-Formaten – bringt junge Stimmen aus der arabischen Welt zusammen mit dem Ziel, Dialog, Kompromissbereitschaft und freie Meinungsäußerung zu fördern.

Seit 2021 hat die arabischsprachige Welt bedeutende politische und wirtschaftliche Veränderungen erlebt, darunter Konflikte, Kriege und Reformen, teils aber auch die Normalisierung diplomatischer Beziehungen. Nach wie vor hat die Region mit wirtschaftlichen Herausforderungen zu kämpfen, einschließlich den Auswirkungen der *COVID-19*-Pandemie. So befindet sich beispielsweise der Libanon nach wie vor in einer schweren Wirtschaftskrise.[247] Der Bürgerkrieg im Sudan hat ebenfalls zu erheblichen Zerstörungen und einer der dramatischsten humanitären Krisen weltweit geführt.[248]

Politische Rechte und bürgerliche Freiheiten der Zivilgesellschaft sind weiterhin eingeschränkt. Viele Länder in der Region werden aufgrund autoritärer Regierungen, eingeschränkter Meinungsfreiheit und mangelnder politischer Partizipation als „nicht frei" eingestuft – darunter Syrien, Saudi-Arabien, Ägypten, die Vereinigten Arabischen Emirate und Bahrain.[249] Nur wenige Länder wie Tunesien oder Kuwait galten in der Vergangenheit als „teilweise frei", haben aber zuletzt ebenfalls Rückschritte gemacht. Dennoch vollzogen sich in der Region weitreichende politische Veränderungen. Der Sturz des Assad-Regimes in Syrien 2024 hat die **autoritären Strukturen aufgebrochen und Hoffnungen auf demokratische Erneuerungen** und eine Neuordnung regionaler Machtverhältnisse geweckt.

Eine der einschneidendsten geopolitischen Entwicklungen war der brutale Überfall der militant-islamistischen Gruppe *Hamas*[250] auf Israel am 7. Oktober 2023, bei dem zahlreiche israelische Zivilistinnen und Zivilisten entführt und ermordet

247 So hat das libanesische Pfund rund 95 % seines Wertes verloren, und etwa 80 % der Bevölkerung leben unter der Armutsgrenze.
248 Tagesschau 2024a.
249 Freedom House 2025a.
250 Deutschland, die EU, die USA und weitere Staaten stufen die Hamas als Terrororganisation ein, weil diese den Staat Israel nicht anerkennt und das Land nach eigenen Angaben vernichten will. Die politische Einstufung der Hamas als „Terrororganisation" wird von den Staaten nach ihrem nationalen Recht unterschiedlich vorgenommen. Am 26. Juli 2017 entschied der Europäische Gerichtshof (EuGH) zugunsten einer Neueinstufung der Hamas als terroristische Organisation. Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages 2021.

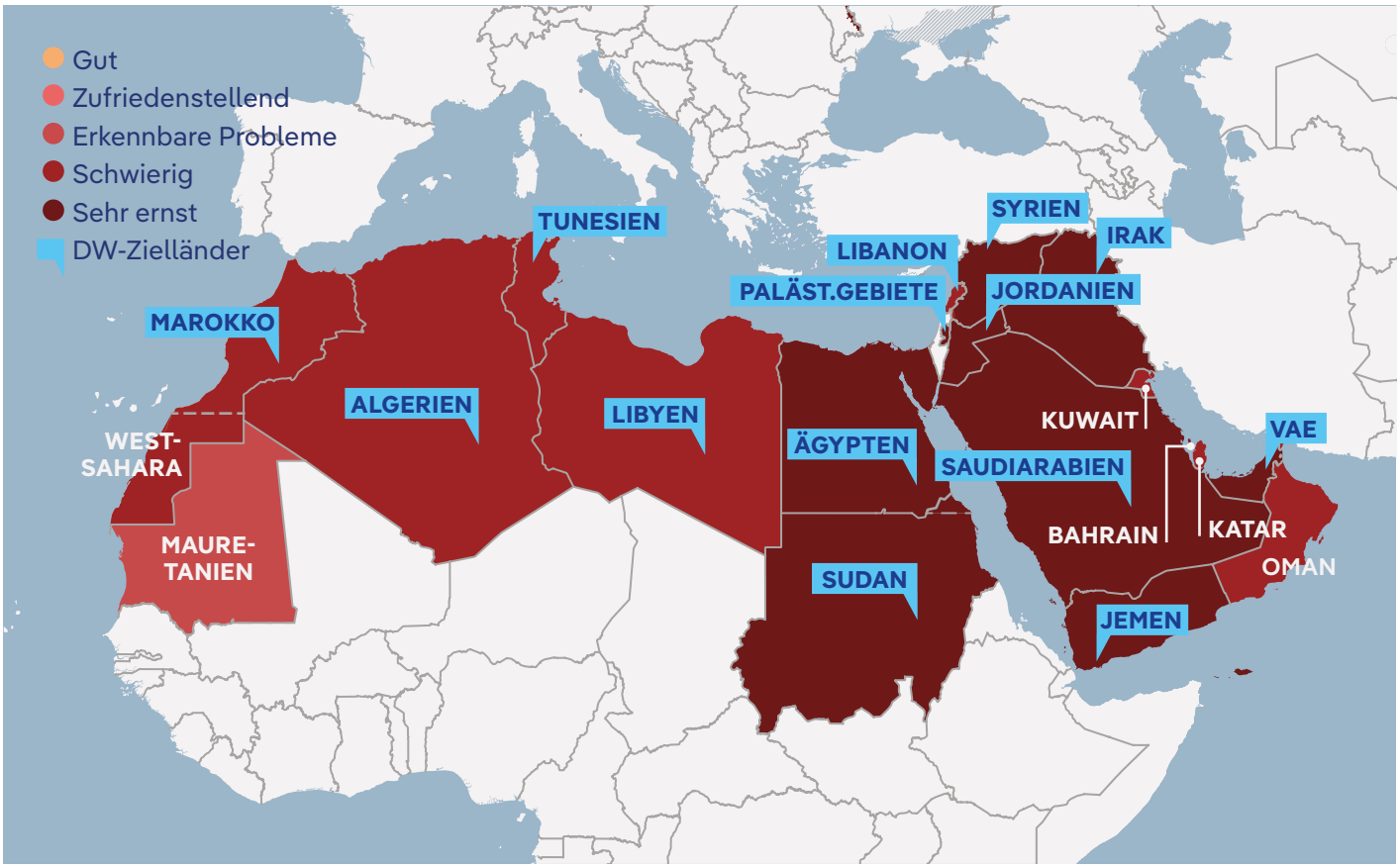


Abbildung 23: **Lage der Pressefreiheit in der arabischen Welt**
Stand 2025. Quelle: Eigene Darstellung und Farbgebung nach Reporter ohne Grenzen.

wurden. Dieser Angriff markierte den schwersten Übergriff auf die israelische Bevölkerung seit dem Holocaust. Der Überfall der *Hamas*, die Intensität der militärischen Reaktion Israels, der nachfolgende Gaza-Krieg, die dramatische humanitäre Lage im Gazastreifen sowie die alarmierende Zahl ziviler Opfer – insbesondere unter Frauen und Kindern – lösten weltweit Entsetzen und Empörung aus.

Da Israel und Ägypten internationalen Medien nach wie vor den Zugang zu Gaza verwehren, erweist sich die unabhängige Berichterstattung vor Ort weiterhin als nahezu unmöglich. Die DW unterzeichnete im September 2024 einen offenen Brief deutscher Medienhäuser, indem die Staatsoberhäupter Israels und Ägyptens aufgefordert wurden, Journalistinnen und Journalisten den Zugang für unabhängige Berichterstattung zu gewähren.[251]

Die Lage der Presse- und Meinungsfreiheit in der arabischen Welt ist **laut *Reporter ohne Grenzen (RoG)* in fast der Hälfte der Länder „sehr ernst“** und wird in keinem Land als zufriedenstellend eingestuft (Abbildung 23).[252] Die Region ist diejenige mit der insgesamt schwierigsten Situation der Pressefreiheit weltweit. In vielen Gebieten kommt es zu Gewalt und Festnahmen, wobei strenge Gesetze, strafrechtliche Verfolgung und soziokulturelle Zwänge die freie Berichterstattung erheblich einschränken.

Die Palästinensischen Gebiete zählen nach wie vor zu einem der gefährlichsten Orte für Journalistinnen und Journalisten weltweit – mit allein fast 200 getöteten Medienschaffenden im Gazastreifen.[253] Eine freie Berichterstattung ist aufgrund der Zugangsbeschränkungen durch Israel und Ägypten aktuell kaum möglich. In Ländern wie Jordanien, Ägypten und Jemen gibt es ebenfalls weiterhin massive Einschränkungen der Berichterstattung. In Syrien hat der Sturz des Assad-Regimes zu ersten Fortschritten geführt. Die neue Regierung hat sich zur

251 DW 2024a.

252 RoG 2025a.
253 RoG 2025c.

Pressefreiheit bekannt. Viele Medienorganisationen, darunter auch die DW, konnten erstmals wieder über die Lage vor Ort berichten. Dennoch steht das Land vor der Herausforderung, eine weitgehend zerstörte Medieninfrastruktur neu aufzubauen.

Analysen haben gezeigt, dass die Demokratisierung in einigen Ländern trotz staatlicher Kontrolle Räume für Selbstregulierung eröffnet.[254] Die Rolle der Medien in der arabischen Welt hat sich weiterentwickelt, wobei soziale Medien eine immer größere Bedeutung erlangen. Traditionsreiche Sender wie *Al Jazeera* und *Al-Arabiya* haben weiterhin großen Einfluss auf die öffentliche Meinung und treiben den täglichen Nachrichtenkonsum an, insbesondere bei zentralen Nachrichten über Live-TV. Diese Vormachtstellung und Markenwahrnehmung wird über Social Media derzeit stark erweitert; so haben ***Facebook, YouTube, Instagram, TikTok*** **und** ***Snapchat*** enorm an Bedeutung gewonnen. Sie spielen eine zentrale Rolle bei der Verbreitung von Informationen und Meinungen, da der Konsum und die Nachfrage an Nachrichten in der Region steigen. Die Bedeutung dieser Plattformen als Mobilisierungsinstrumente und Informationsquelle, aber auch für die alltägliche Kommunikation und Unterhaltung ist hoch – gerade in Ländern mit eingeschränkter Pressefreiheit. Hier zeigt sich sehr deutlich, dass insbesondere der Bedarf an vertrauenswürdiger, tiefgehender und spezialisierter Berichterstattung zunimmt. Dieses Wachstum wird durch die weit verbreitete mobile Konnektivität, hohe Internetdurchdringung und die Nutzung sozialer Medien verstärkt, insbesondere durch junge Nutzende. Um diese technikaffine Zielgruppe zu erreichen, müssen Informationsanbieter die Produktion und Bereitstellung von Inhalten neu ausrichten.

Aufgrund des hohen Reichweitenpotentials, der geopolitischen Bedeutung, aber auch der Situation der Pressefreiheit in der Region, ist der arabische Markt weiterhin attraktiv für internationale Anbieter. Im Bereich des Satellitenrundfunks konkurriert die DW neben westlichen Wettbewerbern wie der *BBC* und kommerziellen internationalen Sendern wie dem amerikanischen *Cable News Network (CNN)* sowie *Sky News Arabiya*[255] in erster Linie mit führenden lokalen Medienunternehmen wie *Al Jazeera* und *Al-Arabiya*, die mit Abstand am weitesten verbreitet sind.

Die *BBC* unterhält weiterhin Büros in verschiedenen Ländern der arabischen Welt, darunter in Ägypten, im Libanon und in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Dabei setzt die *BBC* ihre Ressourcen vermehrt für die Produktion digitaler Inhalte ein; in diesem Zuge wurde *BBC Radio Arabic* im Januar 2023 eingestellt. Durch die De-facto-Einstellung von *USAGM* ist auch das *Middle East Broadcasting Networks (MBN),* eine arabischsprachige Multimedia-Organisation, die wöchentlich 33,5 Millionen Menschen erreichte, direkt betroffen. *MBN* vereinte einen 24/7-Fernsehsender (*Alhurra*), Radio und digitale Plattformen wie *Radio Sawa* unter sich.[256]

Andere internationale Nachrichtenorganisationen intensivieren ihre Vor-Ort-Aktivitäten überall dort, wo die Berichterstattung möglich ist, um die Reichweite und Relevanz ihrer Angebote zu steigern. So eröffnet *France Médias Monde (FMM)* 2025 im Rahmen einer *Proximity-based strategy*[257] einen regionalen *Hub*[258] mit digitalisiertem Newsroom im Libanon, um die digitalen Produktionskapazitäten des arabischen Redaktionsteams von *France 24* und *Monte Carlo Doualiya* zu verbessern und zielgruppengerecht von 15 arabischsprachigen Journalistinnen und Journalisten vor Ort produzieren zu lassen.[259] *CNN* hat nach wir vor eine bedeutende Präsenz bei der Nachrichtenberichterstattung in der Region, wenngleich der Einfluss auf die öffentliche Meinung abnimmt. Der Sender betreibt mehrere regionale Büros, darunter das Flaggschiff-Regionalbüro in Abu Dhabi und einen Newsroom in Dubai. Geplant ist außerdem der Ausbau neuer Örtlichkeiten in Katar.[260] Auch Russland, die Türkei und China intensivieren ihre Aktivitäten in der Region. Die türkische öffentlich-rechtliche Rundfunkgesellschaft *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurum (TRT)* ist seit 2010 mit dem arabischsprachigen Fernsehsender *TRT Arabi* präsent, der 24 Stunden pro Tag ausstrahlt. *Russia Today Arabic* ist in der Region insbesondere auf den sozialen Medien aktiv. Der Einfluss von *Russia Today Arabic* ist auch im Zuge der Vertrauenskrise gegenüber westlichen Medien in der Region gewachsen.

Nicht zuletzt hat der Gaza-Krieg zu einer Skepsis gegenüber der Berichterstattung internationaler Medien geführt, mitunter auch auf großen Märkten wie Ägypten, Marokko, Algerien und Saudi-Arabien. Der Bedarf an unabhängigen

254 Fengler et al. 2022.
255 Bei Sky News Arabiya handelt es sich um den arabischsprachigen Ableger von Rupert Murdochs TV-Nachrichtensender Sky News.
256 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.
257 Im Deutschen etwa: Nähe-basierte Strategie; also eine Strategie, die auf regionale Präsenz und inhaltliche Nähe setzt.
258 Siehe Glossar.
259 FFM 2025b.
260 CNN 2025.

Informationen bleibt angesichts gezielter Falschmeldungen groß. So kursieren mithilfe von KI generierte und manipulierte, angebliche DW-Videos, beispielsweise zur aktuellen Entwicklung in Syrien. Auch prorussische Propaganda in arabischer Sprache wird auf einer Vielzahl von Kanälen gestreut.[261] Dies zeigt, wie wichtig die Rolle der DW in der arabischen Welt bleibt.

Um ihre regionale Expertise zu stärken, beschäftigte die DW im Jahr 2024 zwölf freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Arabisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund zwei Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Hinzu kam eine lokalbeschäftigte Person im Libanon und eine entsendete fest angestellte Person. Darüber hinaus arbeitet die DW mit einem Netzwerk aus Journalistinnen und Journalisten sowie Produktionsfirmen vor Ort zusammen, etwa in Ägypten, Marokko, und Tunesien. Hinzu kommen Büros der DW Akademie in Tunis und Beirut. Dennoch bleibt die DW weit hinter den eingesetzten Ressourcen der Wettbewerber in der Region zurück.

261 DW 2022c.

Herausforderungen für die DW: Antisemitismusvorwürfe und Diskussionen über die Berichterstattung

Anfang Dezember 2021 veröffentlichten die *Süddeutsche Zeitung* und andere Medien Berichte über antisemitische und antiisraelische Äußerungen einzelner Mitarbeitender beziehungsweise Distributoren der DW. Dies war der Auftakt einer öffentlichen Debatte, der sich die DW mit großer Ernsthaftigkeit stellte. Die Vorwürfe wurden rückhaltlos

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	×	×	×
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
	Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)	-	×	-
	Radio Free Asia (RFA)	-	×	-
Frankreich	**France 24**	×	×	-
	Radio France Internationale (RFI)	-	×	×
Paneuropäisch	**Euronews/Africanews**	×	×	-
Russland	**Russia Today (RT)**	×	×	-
	Sputnik	-	×	×
China	**China Global Television Network (CGTN)**	×	×	-
	China Radio International (CRI)	-	×	×
Katar	**Al Jazeera**	×	×	-
Japan	**NHK World Japan**	×	×	-
Türkei	**TRT World**	×	×	×
Vereinigte Arabische Emirate	**Al Arabiya**	-	×	-

Abbildung 24: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Arabisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

aufgeklärt[262] und umfassende Maßnahmen eingeleitet, um ähnliche Vorkommnisse in der Zukunft nach Möglichkeit zu vermeiden. Dies erfolgte durch die Umsetzung eines „10-Punkte-Maßnahmenplans zur Prävention von Antisemitismus", der die Festlegung auf eine Antisemitismus-Definition enthält und diese intern verpflichtend vermittelt. Diese Definition schließt die Anerkennung des Existenzrechts Israels und die Ablehnung von Leugnung und Verharmlosung des Holocausts ein. Eine weitere Maßnahme bestand in der Verschärfung des bereits 2019 verabschiedeten *Code of Conduct*. Der *Code of Conduct* hält fest, dass Antisemitismus, Leugnung und Relativierung des Holocausts und Infragestellung des Existenzrechts Israels keinen Platz in der DW haben. Zudem soll ein *Third-Party-Risk-Management (TPRM)* die DW vor Risiken aus Geschäftsbeziehungen schützen. Diese können insbesondere dann entstehen, wenn Geschäftspartner von den Werten abweichen, für die die DW steht.[263]

Politische Akteure ebenso wie Aufsichtsgremien bekräftigten in der Debatte, wie wichtig eine unabhängige mediale Stimme wie die DW in einer politisch, gesellschaftlich und religiös fragilen Region wie dem Nahen Osten ist: Die Aufgabe der DW ist es, dort hinzugehen, wo Informationsfreiheit unter Druck steht, mit ihrem Angebot die Meinungsbildung zu vermitteln, auf Grundlage deutscher und europäischer Sichtweisen mit relevanten Informationen einen Dialog zu initiieren und ein möglichst großes Publikum zu erreichen. Zugleich bleibt die Prävention von Antisemitismus für die DW eine fortwährende Aufgabe – so wie für die gesamte deutsche Gesellschaft.

Das arabischsprachige Angebot: Digital und On-Demand-First

Regional produzierte Inhalte von internationalen Informationsanbietern sind in der arabischen Welt von großer Bedeutung. Um sich in diesem herausfordernden Wettbewerbsumfeld zu behaupten, setzt die DW auf einen vielfältigen **Angebotsmix aus regional relevanten Inhalten**, der sowohl linear als auch digital verbreitet wird. Angesichts der Mediennutzung in der arabischen Welt stehen digitale Plattformen verstärkt im Fokus. Das DW-Angebot deckt ein breites Spektrum an Themen von Wissenschaft bis Kultur ab, um Schwerpunkte und Profilthemen auch abseits der aktuellen Nachrichten zu vermitteln. Die Berichterstattung über politische und gesellschaftliche Entwicklungen ist konfliktsensibel konzipiert. Für den Dialog mit Nutzenden in der Region sind *Instagram, TikTok* und *YouTube* (Abbildung 25) für die DW wichtige Plattformen geworden. So werden allein auf *YouTube* im Durchschnitt 340 Videos pro Monat publiziert.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/ar	478 Artikel 295 Videos
YouTube	DW Arabic	154 Videos
	DW Documentary Arabic	27 Videos
	DW JaafarTalk	128 Videos
	Albasheer Show	31 Videos
Facebook	DW Arabic	407 Posts
	DW JaafarTalk	189 Posts
	Albasheer Show	36 Posts
	InfoMigrants Arabic	20 Posts
Instagram	DW Arabic	208 Posts
	DW JaafarTalk	233 Posts
	InfoMigrants Arabic	40 Posts
	Albasheer Show	3 Posts
X	DW Arabic	1062 Posts
	DW JaafarTalk	203 Posts
	InfoMigrants Arabic	128 Posts
TikTok	DW Arabic	48 Posts
	DW JaafarTalk	142 Posts
	Albasheer Show	48 Posts

Abbildung 25: **Online-Angebote der DW in Arabisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

262 Die frühere Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Antisemitismusbeauftragte des Landes NRW, und der Nahost-Experte Ahmad Mansour unterstützten die DW als unabhängige Untersuchungskommission. DW 2022c.

263 Alle Distributoren werden entsprechend der Nähe der Geschäftsbeziehungen in vier Kategorien eingeteilt. Distributoren der Kategorien 2, 3 und 4 werden einer näheren Prüfung unterzogen. Dabei wird die Berichterstattung dahingehend geprüft, ob sie als problematisch wahrgenommen werden könnte, zum Beispiel diskriminierend oder gewaltverherrlichend. Auch Geschäftsgebaren und Unabhängigkeit werden einer genaueren Prüfung unterzogen.

Online berichtet *DW Arabic (DW Arabia)* auf *dw.com*, *Facebook, YouTube, Instagram* und *TikTok* schwerpunktmäßig über aktuelle Nachrichten. Zudem werden zentrale Themen im Rahmen von Hintergrundberichten beleuchtet, um komplexe Zusammenhänge auch aus europäischer Perspektive für die Zielgruppe zu vermitteln, etwa die Beziehung zu Israel, Demokratie und Menschenrechte. Das arabischsprachige Angebot wurde in den letzten Jahren im Sinne des digitale Nutzungsverhaltens entlang der I**nteressen der jungen Zielgruppe systematisch umgebaut, mit Fokus auf regionalisierte Inhalte**.

Zudem wurde die Zahl der Social-Media-Accounts reduziert.[264] Speziell für *YouTube* wurde der *News-Explainer*[265] *BiBassata* (Ganz einfach) konzipiert, der sich auf dem Kanal als wichtiger Baustein profiliert hat und sich insbesondere an die junge Zielgruppe richtet. Einmal in der Woche greift das Format ein wichtiges Thema aus den Schlagzeilen auf, das verständlich aufbereitet wird. Seit Ende 2024 ist auf dem *YouTube*-Kanal *DW Arabic* einmal monatlich ein Faktencheck-Format hinzugekommen, das über Falschinformationen berichtet und diese korrigiert.[266] Der Fokus des *YouTube*-Kanals *DW Documentary Arabic* liegt auf erklärenden Inhalten mit zum Teil eigenproduzierten Beiträgen; teilweise werden für den Kanal auch Beiträge von anderen Medienproduzentinnen und Medienproduzenten[267] übernommen. Im Bereich Magazine und Features wird einmal wöchentlich eine spezielle *YouTube*-Folge des erfolgreichen TV-Magazins *Fokus Europa* produziert; für *Facebook* und *Instagram* kommen wöchentlich Serien von *Reels*[268] hinzu. So widmet sich *Healthy Reels* Gesundheitsthemen, *TrendingTech* greift neue Entwicklungen aus der digitalen Welt auf und *Spotlight* beleuchtet aktuelle internationale Themen. Das arabischsprachige Angebot wird von 45 Online-Partnern und 19 Social-Media-Partnern übernommen, darunter *Akhbarona* in Marokko, Amman TV in Jordanien und *Tanmiya Bachariya* in Ägypten. *Tanmiya Bachariya* und *Thaqaf Nafsak* sind als Premium-Partner auf Social-Media-Plattformen wie *Facebook* und *Instagram* sehr präsent. Sie erreichen eine junge Zielgruppe und gehören zu den reichweitenstärksten Anbietern auf diesen Plattformen in der Region.

Das arabische TV-Angebot der DW erreicht global eine technische Reichweite[269] **von 78 Millionen Haushalten.** Weltweit übernehmen 18 TV-Partner arabischsprachige Inhalte der DW. *DW Arabic* wird über *IPTV*[270]-Plattformen bei sieben Vollprogramm-Partnern ausgestrahlt, etwa in den Vereinigten Arabischen Emiraten und in Katar. Dazu übernehmen elf Teilprogrammpartner regelmäßig gezielt einzelne Sendungen der DW, darunter *Arts Unveiled, Euromaxx, Focus on Europe, Global Us, In Good Shape, Made in Germany, REV, Shift* und *Tomorrow Today*. Zu den Partnern gehören *Alrasheed TV* im Irak, *Al Saeedah TV* im Jemen sowie *Aljadeed TV* im Libanon. Der private Sender *Alaan* in den Vereinigten Arabischen Emiraten ist als Premium-Partner vertreten und gilt als einer der führenden frei empfangbaren Satellitenkanäle in der Region.

Auf *DW Arabic* wird zweimal täglich die halbstündige TV-Hauptnachrichtensendung ausgestrahlt, die sich auf die Top-Themen des Tages konzentriert und diese mit Hintergrundberichten, Interviews und weiteren Informationen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Hinzu kommen wöchentlich rund fünf Dokumentationen und zehn Magazine auf Arabisch. Im Talk-Bereich wird die Sendung *Massaiya* wochentags täglich ausgestrahlt, ein politisch-analytisches Format, das wichtige arabische, deutsche und internationale Themen behandelt, indem Expertinnen und Experten sowie Medienschaffende in einstündigen Sendungen diskutieren und Berichte und Reportagen die Diskussion ergänzen. Zudem wird *BiTauqit* (Auf den Punkt) einmal wöchentlich ausgestrahlt und bietet Diskussionen sowie fundierte Analysen zu politischen Konflikten und internationalen Beziehungen.[271]

Die bestehenden erfolgreichen TV-Programme werden derzeit im Sinne der *On-Demand*[272]-Strategie für die zeitunabhängige Nutzung weiterentwickelt. Die gesamte **Nachrichtenproduktion wird dabei ebenfalls zunehmend auf *On-Demand*** umgestellt.

Über *DW Arabic* wird außerdem die besonders unter Irakerinnen und Irakern populäre Satiresendung *Albasheer Show* ausgestrahlt. Insgesamt werden 13 Folgen im Jahr produziert, für welche die DW Exklusivrechte über den

264 Die Konsolidierung betraf u. a. Sulta (Misch Dich ein) des ägyptischen Journalisten Yosri Fouda, ein Talk-Format.
265 Siehe Glossar.
266 Siehe Exkurs 5.
267 Hierbei handelt es sich um Dokumentationen, die zentral von der Abteilung Documentary angekauft oder erworben werden – größtenteils von Sendern wie ARD und ZDF. Die Sprachfassungen werden in Arabisch und Spanisch erstellt, damit die Inhalte in der TV-Dokumentarschiene ausgestrahlt werden können. Sofern die entsprechenden Rechte vorliegen, ist auch eine Ausstrahlung auf den Documentary-Kanälen auf YouTube vorgesehen.
268 Siehe Glossar.
269 Siehe Glossar.
270 Siehe Glossar.
271 Das Format existiert in mehreren Sprachversionen, darunter Deutsch: Auf den Punkt, Englisch: To the Point, Arabisch: BiTauqit.
272 Siehe Glossar.



© DW

It's My Secret – das JaafarTalk-Format bietet einen anonymen Raum für persönliche Geschichten und macht stigmatisierte Erfahrungen sichtbar.

Programmerwerb[273] für den Kanal erhält. Die Ausstrahlung über TV-Partner ist nach den Antisemitismusvorwürfen allerdings noch im Wiederaufbau. Die *Albasheer Show* wird mit der wöchentlichen Verbreitung im TV sowie auf den Social-Media-Kanälen *YouTube, Facebook, Instagram* und *TikTok* fortgesetzt. Allerdings handelt es sich hierbei um eine Kooperation; die redaktionelle Hoheit des Accounts liegt also nicht bei der DW.

Eines der erfolgreichsten Formate ist nach wie vor ***JaafarTalk,* ein preisgekröntes Multimedia-Format der DW zu relevanten, gesellschaftskritischen Themen** für den arabischen Sprachraum mit wöchentlicher Ausgabe, das sich gezielt an eine junge und diverse Zielgruppe wendet. Mit der Präsenz auf *YouTube, Facebook, Instagram* und *TikTok* steht *JaafarTalk* für innovative, multimediale, dialogorientierte und konstruktive Formate, die die Realitäten der modernen Gesellschaft in der Region abbilden. Unter dem Motto „Diversity Sparks Dialogue" bringt das Format unterschiedliche Meinungen in einem fruchtbaren Dialog zusammen und fördert einen unabhängigen und freien Diskurs zu den Themen Menschenrechte, Gleichberechtigung, Schutz von Minderheiten und Frauen sowie LGBTQIA+. Eine Sonderreihe innerhalb des Formats ist seit 2015 die Reihe *JaafarTalk on the Road*, die Diskussionsrunden vor Ort in der MENA-Region (Middle East and North Africa, Nahost/Nordafrika) beinhaltet und so den Dialog mit der Zielgruppe zu spezifischen Themen fördern soll. Adressiert ist das Format an die engagierte und interessierte junge Generation, wobei sowohl die Inhalte als auch die Gäste panarabisch ausgerichtet sind. Die Reihe bettet die Themen Menschenrechte, Umwelt und Klimawandel in Debatten und Ereignisse vor Ort ein, etwa im Rahmen der Fußball-WM in Katar oder der Klimakonferenz *COP28* in Dubai. 2025 erweiterte *JaafarTalk* im Zuge eines umfassenden Relaunches sein Angebot um drei neue Formate. So soll *Step by Step* freie, unabhängige Meinungsäußerung unterstützen. Das neue Format bringt in seiner ersten Staffel 36 junge Personen aus der gesamten arabischen Welt mit dem Ziel zusammen, eine konstruktive Dialogkultur, Kompromissbereitschaft und eine lösungsorientierte Denkweise zu fördern. Auf einem großen Spielfeld setzen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit sozialen Themen auseinander, die ihr tägliches Leben beeinflussen. Mit jedem Schritt kommen sie der Suche nach Lösungen und Gemeinsamkeiten näher. Durch die Gamifizierung fordert die Show die Teilnehmerinnen und Teilnehmer heraus, sich in realen Problemfeldern zurechtzufinden, und macht

273 Die DW behält hier die redaktionelle Hoheit, eine Folge ganz oder teils abzulehnen. Das Format darf auf keinem anderen TV-Kanal ausgestrahlt werden.



Die Albasheer Show ist eine satirische Nachrichtensendung. Die Show nutzt Humor und Sarkasmus, um politische und gesellschaftliche Missstände im Irak zu kritisieren.

so komplexe gesellschaftliche Themen interessanter. *It's my secret* bietet den Protagonistinnen und Protagonisten einen sicheren, anonymen Raum und ermöglicht es den Menschen, über stigmatisierte Erfahrungen zu sprechen. Die fünfteilige *On-Demand*-Serie *Open up your heart* bringt Familienmitglieder, Freunde und Paare mit unterschiedlichen Ansichten und Wertvorstellungen zusammen. In einem geschützten Rahmen führen sie ehrliche, offene Gespräche, um Gemeinsamkeiten zu finden, die ihre Verbundenheit über alle Differenzen hinweg bekräftigt.

Schließlich bietet die DW in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern **Radioangebote** für ihre Zielgruppe an. Gemeinsam mit lokalen Partnern wird die Radiosendung *Irak heute* und *Studio Al-Hadath* im Libanon produziert. Partnerschaften bestehen zudem zu *UR FM* im Irak, *Radio Mars* in Marokko, *Mazaj FM* in Jordanien, *IFM* in Tunesien und *Voice of Lebanon* im Libanon. Auf den Bürgerkrieg im Sudan hat die DW mit dem Radioprogramm *Sudan Now* reagiert, das über Kurzwelle sowie als *Vodcast*[274] über *YouTube* verbreitet wird.

274 Siehe Glossar.

Nutzung: Rückgänge aufgrund der herausfordernden Marksituation, Zuwächse bei bekannten Formaten

Für die DW war das Erreichen der Zielgruppe in MENA in den letzten Jahren von besonderen Herausforderungen geprägt. Die Nachwirkungen der Antisemitismusvorwürfe, die in Teilen der Region wahrgenommene pro-israelische Berichterstattung sowie die politische Haltung Deutschlands zum Nahost-Konflikt führten zu einem Verlust von Partnerschaften – insbesondere Online- und Social-Media-Kooperationen – in der Region und in der Konsequenz zu einem Rückgang der Nutzung von DW-Inhalten. **Die DW erreicht die meisten Nutzenden in der arabischen Welt durch ihre Videoinhalte**, hauptsächlich im Fernsehen und auf sozialen Medien.

Im zweiten Halbjahr 2024 verzeichnete die DW mit ihren arabischsprachigen Angeboten über alle Online-Plattformen inklusive der Nutzung über Distributionspartner hinweg durchschnittlich rund 142 Millionen Zugriffe pro Monat – ein Rückgang von 65 % gegenüber 2021. Ein Großteil der Abrufe erfolgte über soziale Medien. So generierten arabischsprachige DW-Inhalte im zweiten Halbjahr 2024 auf *Facebook* monatlich mehr als 65,5 Millionen Views;

auf *YouTube* 30,7 Millionen Views, wobei *DW JaafarTalk* und *DW Arabic* Zuwächse von 201 % und 86 % im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 erzielen konnten. Die Online-Nutzung konzentrierte sich auf spezifische Formate und Plattformen, die hohe Abrufzahlen generieren konnten. Besonders *DW Arabic* und *DW JaafarTalk* erwiesen sich dabei als erfolgreichste Formate auf allen Ausspielwegen. Obwohl *Facebook* weiterhin die dominierende Plattform ist, konnten auch über *YouTube* hohe Abrufe erzeugt werden, gefolgt von *Instagram* und *TikTok*. Im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 konnte insbesondere auf *Instagram* und *TikTok* ein starker Zuwachs von 36 % und 478 % beobachtet werden. Auf *Instagram* konnten *DW Arabic* und *DW JaafarTalk* die monatlichen Views im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 vervierfachen. Auch auf *YouTube* setzte sich dieser Erfolg fort: Mit 7,7 Millionen Views erzielte *DW Arabic* beinahe doppelt so viele Views wie 2021; *DW JaafarTalk* mit 4,8 Millionen Views gar dreimal so viele Views wie 2021.

Gleichzeitig durchläuft die Nutzung aufgrund sich ändernder Rahmenbedingungen auch Schwankungen: So gab es 2024 auf *TikTok* Einschränkungen, insbesondere für *DW JaafarTalk*, sowie Änderungen im *Facebook*-Algorithmus. 2024 ging das Wachstum auf den *Facebook*-Partnerprofilen ebenfalls wieder zurück. Die Wiederaufnahme von Übernahmen ab Juli 2023 hingegen führte zu leichten Zuwächsen auf *Facebook* und *Instagram*. Auch politische Ereignisse wie der Fall des Assad-Regimes im Dezember 2024 führten zu einem erneuten Anstieg der Nutzung, insbesondere auf *TikTok*.

Mit ihrem **arabischen TV-Angebot** erreichte die DW 2024 insgesamt neun Millionen Nutzende pro Woche, davon sieben Millionen über den arabischen TV-Kanal. Im Vergleich zum Vorjahr blieb die Nutzung des TV-Kanals stabil. Das arabischsprachige Fernsehen ist das einzige Sprachangebot der DW, bei dem mehr Menschen über den eigenen Kanal als über TV-Partner erreicht werden. Zugleich erreichte die DW aufgrund des Verlusts von Partnerschaften nur noch halb so viele Menschen über TV-Partner. Eine genaue Erhebung der TV-Nutzung erweist sich – nicht zuletzt auch durch den Wegfall einer großen Zahl an TV-Partnern – als äußerst schwierig. Es ist allerdings davon auszugehen, dass der Wegfall von Partnerschaften mit deutlichen Reichweitenverlusten einherging.[275]

Im Zuge der Forschung in der Zielregion musste die DW flexibel auf veränderte Rahmenbedingungen reagieren. Einzelne Ergebnisse liefern dennoch wertvolle Anhaltspunkte für die weitere strategische Ausrichtung. So konnten im Irak 2023[276] über die TV-Ausstrahlung wöchentlich 17 % der irakischen Bevölkerung erreicht werden; das entspricht etwa 4,6 Millionen Menschen. In der Zielgruppe erreichte die DW 29 %. Insgesamt erreichte die DW im Irak mit ihren Angeboten im TV und Radio 21 % der Bevölkerung, das entspricht etwa 5,7 Millionen Menschen. Etwa die Hälfte der Bevölkerung kannte die DW – nicht zuletzt dank der *Albasheer Show*. Eine Studie aus dem Jahr 2022[277] für den Jemen ergab, dass die DW über Schalten beim Partnersender *Al Saeedah* wöchentlich 12 % der Bevölkerung und 20 % in der Zielgruppe erreichte und damit ähnlich hohe Reichweiten wie andere europäische Anbieter, etwa *France 24* und *TRT* erzielte.[278]

Studien aus dem Jahr 2021[279] ergaben, dass die DW zum damaligen Zeitpunkt in den Vereinigten Arabischen Emiraten 6 %, in Saudi-Arabien 2 % und in Jordanien 7 % der Gesamtbevölkerung erreichte.

Akzeptanz: DW schafft wichtigen Raum für gesellschaftlich-soziale Themen

Im Evaluationszeitraum führte die DW mehrere qualitative Studien zu verschiedenen Formaten des arabischen Programms durch. Dazu gehört auch eine qualitative Forschung in Form einer Formattestung von *JaafarTalk* mit Frauen- und Männergruppen im Irak, Marokko und Saudi-Arabien im Dezember 2024.[280] *JaafarTalk* wurde von den Teilnehmenden der Fokusgruppen insgesamt positiv bewertet. Die Sendung schaffte es, emotionale Themen wie Frauenrechte und soziale Ungleichheit authentisch darzustellen und regte besonders in weiblichen Zielgruppen zu Diskussionen und Reflexion an. Persönliche Geschichten und individuelle Perspektiven erzeugten Nähe und Identifikation, was das Format für viele Zuschauerinnen und Zuschauer besonders zugänglich machte. Die Vielfalt der Gäste wurde ebenfalls geschätzt, da sie unterschiedliche Realitäten sichtbar machte und den Horizont erweiterte.

275 Über Infrastrukturpartner wie IPTV-Plattformen lässt sich die technische Reichweite in der Regel gut erfassen. Die tatsächliche Nutzung hingegen ist kaum messbar. Der arabische TV-Kanal der DW ist nicht in den Ratingsystemen zur technischen TV-Nutzungsmessung enthalten. Daher ist ein Nachweis der Nutzung nur über ressourcenintensive Reichweitenstudien realisierbar, die nur in einzelnen Zielmärkten, nicht aber flächendeckend durchgeführt werden können.

276 Siehe Studienverzeichnis: RM_7.

277 Siehe Studienverzeichnis: RM_8.

278 Durch den Wegfall des Partners sind diese Zahlen möglicherweise nicht mehr gänzlich repräsentativ für die Lage im Jahr 2025.

279 Siehe Studienverzeichnis RM_4, RM_5, RM_6. Diese Studien fanden nach der Analyse und Datenerhebung für den Evaluationsbericht 2021 statt.

280 Siehe Studienverzeichnis: AS_19, AS_20, AS_21.



Als ich die Irakerin über ihre Probleme sprechen hörte, musste ich über meine eigenen Herausforderungen nachdenken.

Nutzerin, Marokko

Mir gefiel, dass jede Frau aus einem anderen Land kam. So konnten wir uns ein umfassenderes Bild von dem Thema machen.

Nutzerin, Saudi-Arabien

Die Erfahrungsberichte zu Frauenrechten berühren mich in meinem Alltag.

Nutzerin, Marokko

Ich finde es sehr wichtig, Themen zu diskutieren, die gesellschaftliche Probleme ansprechen, insbesondere Themen im Zusammenhang mit Menschenrechten.

Nutzerin, Saudi-Arabien

Die Erfahrungsberichte zu Frauenrechten berühren mich in meinem Alltag.

Nutzerin, Marokko

Auch die Aufarbeitung gesellschaftlich tabuisierter Themen wurde positiv hervorgehoben. Zuschauerinnen und Zuschauer empfanden die Sendung als mutig und lobten, dass sie Stimmen Raum gibt, die in der Öffentlichkeit oft überhört werden.

Jaafar kann die Themen gut diskutieren und sie verständlich darstellen.

Nutzer, Saudi-Arabien

Zusätzlich wurde ein Program Monitoring zu *JaafarTalk* auf *TikTok* durchgeführt. Dafür wurde das Format anhand einer qualitativen Studie, einer Reichweitenanalyse sowie durch die Einschätzung einer Medienexpertin für den Irak und eines Medienexperten für Ägypten untersucht.[281] Das Format überzeugte durch die professionelle Umsetzung, das klare Design und den relevanten Themen für junge Zielgruppen in der Region, insbesondere im Irak. Die Beiträge behandelten soziale und politische Fragen verständlich und emotional – Inhalte zu Menschenrechten, Inklusion und Migration wurden positiv bewertet.

JaafarTalk vermittelt deutsche und europäische Perspektiven auf globale Themen auf eine Weise, die für das Publikum in der Region zugänglich ist. Besonders die Beiträge zu den Konflikten in Gaza, Sudan und der Ukraine ermöglichen es den Menschen, ihre Sichtweisen einzubringen und rücken die menschliche Dimension der Ereignisse in den Mittelpunkt.

Medienexperte, Ägypten

Das Programm konzentriert sich in hohem Maße auf wichtige Themen, insbesondere auf die humanitären Probleme, die durch Kriege entstehen.

Medienexpertin, Irak

281 Program Monitoring DW JaafarTalk TikTok 2025.

Die Zielgruppe der 14- bis 24-Jährigen wurde gut erreicht, ältere Nutzende wurden eher über andere Plattformen erreicht. Frauen waren in den Videos stark vertreten.

> ***Es gibt Themen, die das Publikum nicht akzeptiert, wie zum Beispiel Diskussionen über Homosexualität. Themen, die religiösen Überzeugungen widersprechen, gelten für die Menschen im Irak als nicht verhandelbar.***
>
> **Medienexpertin, Irak**

Zudem hat im Evaluationszeitraum ein Program Monitoring zu *DW Documentary Arabic* auf *YouTube* stattgefunden. *DW Documentary Arabic* wurde anhand einer qualitativen Studie, einer Reichweitenanalyse sowie durch die Einschätzung eines Medienexperten für Marokko untersucht.[282] Der *YouTube*-Kanal überzeugte mit hochwertiger filmischer Qualität, starkem *Storytelling*[283] und professioneller Aufbereitung.

> ***Auch wenn ich nicht mit allen westlichen Ansichten übereinstimme, finde ich es wichtig, der anderen Seite objektiv zuzuhören – nur so kann man verstehen, warum Menschen bestimmte Überzeugungen haben.***
>
> **Nutzer, Marokko**

> ***Es gibt in der Regel eine dynamische Inszenierung, die den behandelten Themen angemessen ist.***
>
> **Medienexperte, Marokko**

Die Themen – etwa Menschenrechte, Politik oder Gesellschaft – wurden von dem arabischen Publikum als relevant empfunden. Sie sprechen vor allem die Altersgruppe zwischen 25 und 40 Jahren an. Besonders geschätzt wurden persönliche Geschichten und die klare deutsche Herkunft des Angebots.

> ***Der Kanal hält mich über politische Debatten in Europa und den USA auf dem Laufenden, und hilft mir, verschiedene Religionen und Lebensweisen kennenzulernen und informiert über weltweite politische und wirtschaftliche Entwicklungen.***
>
> **Nutzer, Syrien**

Bei sensiblen Themen wie Religion oder LGBTQIA+ wünschten sich Nutzerinnen und Nutzer mehr Neutralität und Rücksicht auf kulturelle Kontexte. Frauen kamen ebenfalls zu selten vor – hier besteht Nachholbedarf.

> ***Themen aus dem Nahen Osten und der arabischen Welt sollten ohne Einseitigkeit behandelt werden – sachlich, ohne Manipulation oder Einflussnahme auf die öffentliche Meinung.***
>
> **Nutzer, Ägypten**

> ***Es besteht ein Mangel an Ausgewogenheit oder ein ‚künstliches Gleichgewicht'. Dieser professionelle und ethische Mangel zeigt sich insbesondere bei sensiblen Themen, die die arabische Welt betreffen.***
>
> **Medienexperte, Marokko**

Zudem hat im Evaluationszeitraum ein Program Monitoring zu *DW Arabic* auf *YouTube* stattgefunden.[284] Das Format wurde von Nutzenden und der Fachmeinung gleichermaßen überwiegend positiv wahrgenommen. Gelobt wurden vor allem die Professionalität, die journalistische Qualität sowie die Tiefe der politischen Berichterstattung. Auch die Auswahl der Gäste und Moderatorinnen und Moderatoren fand Anerkennung.

282 Program Monitoring DW Documentary Arabic YouTube 2025.
283 Siehe Glossar.
284 Program Monitoring DW Arabia YouTube 2024.

Die Berichterstattung über deutsche Angelegenheiten und die Erklärung der deutschen Politik und Entscheidungen in internationalen Angelegenheiten ist von höherer Qualität im Vergleich zu internationalen und regionalen Wettbewerbern.

Medienexperte, Ägypten

Es gibt hervorragende Journalistinnen und Journalisten beim Sender, die durch ihre Persönlichkeit und Leistung überzeugen, besonders bei den Nachrichtensendungen und Talkshows.

Medienexperte, Marokko

Das Team, die klugen Kommentatorinnen und Kommentatoren und Moderatorinnen und Moderatoren, die Inhalte und die passende Auswahl der Gäste – all das überzeugt.

Nutzer, Marokko

Euer Kanal spricht sensible Themen an, über die andere Sender im Nahen Osten nicht berichten können.

Nutzer, Marokko

Im Allgemeinen ist der Inhalt hervorragend und vielfältig in Bezug auf Präsentationsweisen, Themen, journalistische Genres und Formate sowie Soundeffekte.

Medienexperte, Marokko

Die Themen sind gut und wecken Interesse.

Medienexperte, Marokko

Fazit

Der arabische Markt bleibt für die DW herausfordernd. Dennoch bleibt sie weiterhin als wichtige Stimme in der arabischen Welt erhalten und kann sich mit wesentlich geringeren Mitteln als viele konkurrierende internationale Informationsanbieter im Wettbewerb behaupten.

Die DW-Nutzung in der Region sank in den letzten Jahren, vor allem die Nutzung über TV-Partner, weil viele Stationen keine DW-Inhalte mehr ausstrahlten. Erfreulicherweise ist es 2025 gelungen, durch eine gezielte Ausrichtung auf die Präferenzen der Zielgruppen sowie durch die verstärkte Präsenz auf sozialen Medien wie *TikTok* eine signifikante Steigerung der Nutzung zu generieren.

Dabei ist insbesondere die Umsetzung der *On-Demand*-Strategie zentral, um mit dialogischen und relevanten digitalen Inhalten eine jüngere Zielgruppe auf verschiedenen digitalen Plattformen anzusprechen. Es bleibt eine wichtige Aufgabe, die Inhalte zu regionalisieren und auf die Bedürfnisse der Nutzenden vor Ort auszurichten. Diese regionalisierten Inhalte weiterhin selbst – unter teils schwierigen Bedingungen – in der Region zu produzieren, wird entscheidend sein, um auf diesem so wichtigen und zentralen Markt weiterhin relevant zu bleiben.

4.3 Lateinamerika



Fuerza Latina zeigt starke Persönlichkeiten aus Lateinamerika – wie Yarita Lizeth, deren Musik Millionen bewegt und marginalisierte Stimmen zu Wort kommen lässt.

© DW

In den letzten Jahren hat Lateinamerika tiefgreifende politische und gesellschaftliche Veränderungen durchlaufen, die die Machtverhältnisse in der Region nachhaltig verschoben haben. In Brasilien, Kolumbien und Chile konnten Themen wie soziale Ungleichheit, Umweltfragen und wirtschaftliche Reformen mit dem Aufstieg von Regierungen aus dem linken und Mitte-linken Spektrum zunehmend an Bedeutung gewinnen.[285] Ein wichtiger Wendepunkt war die Wahl von Gabriel Boric zum Präsidenten Chiles im Dezember 2021 sowie der Sieg des ehemaligen Guerilla-Kämpfers[286] Gustavo Petro in Kolumbien im Jahr 2022.[287] Beide Wahlergebnisse verdeutlichen den Wunsch nach Veränderung, stießen jedoch auf erheblichen Widerstand etablierter Eliten. Ein weiteres entscheidendes Ereignis war der Wahlsieg von Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) in Brasilien im Oktober 2022. Nach vier Regierungsjahren des Rechtspopulisten Jair Bolsonaro trat Lula mit einer eher sozialdemokratischen Agenda an. Sein Amtsantritt wurde von gewaltsamen Protesten von Bolsonaro-Anhängerinnen und -Anhängern begleitet,[288] was die gesellschaftliche Spaltung verschärfte und eine breite Debatte über die Stabilität demokratischer Institutionen auslöste. In Mexiko trat im Oktober 2024 mit Claudia Sheinbaum erstmals eine Frau das höchste Staatsamt an. Als langjährige Weggefährtin und Schützling ihres Amtsvorgängers Andrés Manuel López Obrador führt sie dessen eher linkspopulistische Politik bisher weitgehend fort.[289]

Parallel dazu vollzog sich in anderen Ländern Lateinamerikas ein deutlicher Rechtsruck. In Argentinien gewann der radikal-libertäre Javier Milei mit einem radikalen Reformprogramm, das auf wirtschaftliche Liberalisierung und Sozialabbau abzielte. Sein Wahlsieg markierte eine politische Zäsur und führte zu gesellschaftlichen Spannungen.[290] Auch in Peru vollzog sich eine Verschiebung

285 DW 2022d.
286 BMZ 2024a.
287 FAZ 2022b.
288 Deutschlandfunk 2022.
289 Reuters 2024b.
290 Tagesschau 2023.

nach rechts, als die Absetzung von Präsident Pedro Castillo landesweite Proteste auslöste. Ähnliche Tendenzen waren in Ecuador zu beobachten, wo konservative Kräfte bei Wahlen bedeutende Erfolge erzielten. Diese Entwicklungen sind Indiz für eine **zunehmende gesellschaftliche Polarisierung und eine wechselhafte politische Dynamik** in der Region.[291]

Umweltfragen gewinnen in Lateinamerika zunehmend an gesellschaftlicher und politischer Bedeutung. Eine aktuelle Klimaumfrage der *Europäischen Investitionsbank (EIB)* zeigt, dass das Bewusstsein für die Gefahren des Klimawandels sowie die Sorge um dessen Folgen in Lateinamerika und der Karibik deutlich gestiegen sind.[292] Während Länder wie Costa Rica gezielt auf erneuerbare Energien setzen und als Vorreiter im Klimaschutz gelten, stehen viele andere Staaten erheblichen Herausforderungen gegenüber: Politische Instabilität und eine eingeschränkte staatliche Handlungsfähigkeit erschweren oft die Umsetzung wirksamer Umweltpolitik.[293] Besonders die fortschreitende **Abholzung des Amazonas-Regenwaldes** steht im Zentrum globaler Besorgnis, da sie weitreichende Auswirkungen auf das Weltklima hat.[294] Trotz eines wachsenden öffentlichen Interesses an Umweltfragen gestalten sich nachhaltige Veränderungen in Lateinamerika weiterhin schwierig – insbesondere aufgrund der engen Verflechtung politischer, sozialer und wirtschaftlicher Faktoren. Hinzu kommt, dass sich viele Umweltschützerinnen und Umweltschützer durch ihren Einsatz zunehmend Bedrohungen ausgesetzt sehen: Sie geraten immer häufiger ins Visier krimineller Netzwerke oder wirtschaftlicher Interessengruppen, was nicht nur die Umweltarbeit behindert, sondern auch die ohnehin prekäre Menschenrechtslage verschärft.[295]

Die Entwicklungen in Lateinamerika zeigen damit insgesamt ein **komplexes Bild aus Fortschritt und Rückschritt, Reformen und Widerständen**, was sowohl die politische als auch die gesellschaftliche Landschaft des Kontinents nachhaltig prägt.[296] Die Veränderungen haben zudem erheblichen Einfluss auf die Mediennutzung und die Bedingungen der Pressefreiheit. Während sich in einigen Ländern neue Räume für unabhängige Berichterstattung eröffnen, wird die journalistische Freiheit in anderen Staaten – etwa in Nicaragua – durch verstärkte Zensurmaßnahmen, politischen Druck und brutale Repression massiv eingeschränkt.[297]

Lateinamerika bleibt weltweit eine der **gefährlichsten Regionen für Journalistinnen und Journalisten** (Abbildung 26). Unabhängige Medien stehen unter massivem Druck von

291 Weiss 2023a.
292 Europäische Investitionsbank 2023.
293 Smithsonian Magazine 2024.
294 WWF 2024a, WWF 2024b.
295 WELT 2022.
296 Stefanoni 2022.
297 Amnesty International 2023a, 2024a.



Der Journalist Óscar Martínez aus El Salvador erhielt 2023 den DW Freedom of Speech Award – in Anerkennung seines mutigen Engagements gegen Korruption und für die Pressefreiheit.



Kampf um Wahrheit - Can Dündar trifft Anabel Hernández: Der im Exil lebende türkische Journalist Can Dündar spricht mit einer Frau, die sich mit den Mächtigen in ihrer Heimat Mexiko angelegt hat.



Abbildung 26: **Lage der Pressefreiheit in Lateinamerika**

Stand 2025. Quelle: Eigene Darstellung und Farbgebung nach Reporter ohne Grenzen.

Regierungen, Korruption und kriminellen Organisationen. Mit einer alarmierend hohen Zahl an Angriffen und Morden gilt Mexiko als eines der gefährlichsten Länder für Medienschaffende.[298] Hinzu kommt, dass die meisten Verbrechen unaufgeklärt bleiben, was ein Klima der Straflosigkeit schafft. In Ländern wie Venezuela und Nicaragua wird ebenfalls massiv gegen die Pressefreiheit vorgegangen. Dabei zählt die Schließung von Medienhäusern sowie die Einschüchterung von Journalistinnen und Journalisten zum Alltag. Die Berichterstattung über Korruption **in Venezuela führte im März 2024 beispielsweise zur Entfernung des TV-Angebots der DW aus dem Kabelnetz**.[299]

Obwohl die Regierung unter Präsident Lula da Silva gesetzliche Reformen zur Stärkung der Meinungsfreiheit eingeleitet hat, bleibt die Lage für Journalistinnen und Journalisten auch in Brasilien herausfordernd. Drohungen, Einschüchterungen und Gewalt, häufig im Zusammenhang mit kriminellen Netzwerken oder wirtschaftlich einflussreichen Akteuren, stellen weiterhin erhebliche Risiken dar.[300] Besonders gefährdet sind Medienschaffende, die **über Korruption, Umweltverbrechen oder die Rechte indigener Gemeinschaften berichten**. Die Lage in den letzten Jahren führt zunehmend zur Selbstzensur, was die Pressefreiheit weiter einschränkt.[301]

Die Sicherstellung freier und unabhängiger Berichterstattung bleibt eine zentrale und dringliche Herausforderung. Vor diesem Hintergrund kommt demokratischen internationalen Medienanbietern (Abbildung 27), die sich

298 RoG 2025d.
299 DWDL 2024.

300 Freedom House 2024b.
301 RoG 2025a.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	–	×	–
Frankreich	**France 24**	×	×	–
	Radio France Internationale (RFI)	–	×	×
	TV5 Monde Amérique Latine	×	×	–
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
	Cable News Network (CNN)	×	×	×
Paneuropäisch	**Euronews**	×	×	×
Russland	**Russia Today (RT)**	×	×	–
	Sputnik	–	×	×
Kanada	**Radio Canada International**	–	×	–
Türkei	**TRT World**	–	×	–
Katar	**Al Jazeera – AJ+**	–	×	–
Japan	**NHK World Japan**	×	×	–
Schweiz	**Swissinfo**	–	×	–
China	**China Global Television Network (CGTN)**	×	×	–
Spanien	**TVE Internacional**	×	×	–

Abbildung 27: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Spanisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

einer objektiven und faktenbasierten Informationsvermittlung verpflichten, eine entscheidende Rolle zu. Sie bieten nicht nur eine alternative und glaubwürdige Informationsquelle, sondern leisten auch einen aktiven Beitrag zum Schutz und zur Stärkung der Meinungs- und Pressefreiheit in der Region.

Ein bedeutender internationaler Wettbewerber ist in Lateinamerika der 24-Stunden-Nachrichtensender *CNN en Español*. Der Sender liefert rund um die Uhr aktuelle Nachrichten, Live-Berichterstattung, Interviews und Hintergrundinformationen zu internationalen sowie regionalen Themen. Ergänzend dazu startete *CNN* im Jahr 2020 *CNN Brasil*, das speziell auf das brasilianische Publikum zugeschnittene Nachrichten und Reportagen in portugiesischer Sprache anbietet. Daneben gibt es einen auf Chile fokussierten *CNN*-Ableger *CNN Chile*. *VOA* bot TV-, Radio- und umfangreiche digitale Inhalte in spanischer Sprache an, während in Portugiesisch für Brasilien eine Webseite mit digitalen Inhalten zur Verfügung stand. **Die von *USAGM* finanzierten Angebote** mussten ihre Tätigkeit jedoch im Jahr 2025 weitgehend einstellen.[302]

Der französische Auslandsrundfunk *FMM* erweiterte 2017 ebenfalls seine Medienmarke und stellte den spanischsprachigen Sender ab 2021 vollständig auf einen 24-Stunden-Betrieb um. Neben der TV-Ausstrahlung stellt *France 24* über seine Webseite sowohl Live-Streaming als auch *On-Demand*-Inhalte zur Verfügung. Zusätzlich bietet *RFI* sein Programm über die eigene Webseite, mobile Apps und Partnersender in Lateinamerika an.

Auch die *BBC* setzt verstärkt auf digitale Informationsangebote und zählt zu den führenden Nachrichtenquellen in der spanischsprachigen Welt. Mit *BBC News Mundo* bietet das britische Medienhaus eine breite Palette an digitalen Inhalten und ist auf verschiedenen Medienplattformen präsent. Neben der Hauptredaktion in London unterhält *BBC News Mundo* Regionalbüros in Miami, Mexiko-Stadt und Buenos Aires sowie ein weitreichendes Korrespondentinnen- und Korrespondentennetz in Havanna, Caracas, Bogotá, Santiago de Chile und Lima. Darüber hinaus bietet die *BBC* mit *BBC Brasil* einen digitalen Nachrichtendienst an, der speziell auf das brasilianische Publikum ausgerichtet ist. Die Inhalte – darunter Nachrichten, Reportagen und Analysen in portugiesischer Sprache – werden über die Webseite und auf sozialen Medien veröffentlicht.



Die Berichte vom Umweltmagazin Eco Latinoamérica stellen innovative Konzepte und Projekte vor, die auf den Umweltschutz und die Bekämpfung des Klimawandels in der Region abzielen.

Russia Today ist im TV und in den sozialen Netzwerken aktiv, insbesondere bei *X*, sowohl mit dem regulären Nachrichten- und Informationsprogramm als auch mit dem *YouTube*-Jugendformat *Ahí les va* (Hier kommt's).

Insgesamt lassen sich im lateinamerikanischen Markt **Veränderungen der Mediennutzung** beobachten, wie sie mit den globalen Trends übereinstimmen. Dies gilt vor allem für den wachsenden **Konsum digitaler Medien**. **Soziale Netzwerke** wie *WhatsApp* und *Instagram* verdrängen zunehmend traditionelle Medien wie Fernsehen, Radio und Printpublikationen, da immer mehr Menschen Nachrichten und Unterhaltung direkt über ihre Smartphones konsumieren.[303] Gleichzeitig gewinnen Streaming-Dienste wie *Netflix* weiter an Bedeutung. Der Zugang zu digitalen Medien ist jedoch nicht gleich verteilt und wird stark von sozioökonomischen Faktoren beeinflusst. Insbesondere zwischen urbanen und ländlichen Regionen zeigt sich eine digitale Kluft, die den Zugang zu Informationen und digitalen Angeboten maßgeblich prägt.[304]

302 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.

303 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.

304 UNDP 2023a.

4.3.1 Spanisch

Angesichts der großen Herausforderungen in der Region spielt die DW eine wichtige Rolle als einer der wenigen großen internationalen Nachrichten- und Informationsanbieter, die in den Ländern Lateinamerikas weiterhin unabhängig und objektiv berichten.[305] Neben den etablierten DW-Profilthemen wie Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, sozialer Ungleichheit, Migration, Umwelt und Wissenschaft spielt auch die Vermittlung einer **deutschen und europäischen Perspektive** auf das internationale Weltgeschehen eine zentrale Rolle im Angebot. Die DW trägt durch ihre faktenbasierte Berichterstattung maßgeblich dazu bei, **Desinformation** entgegenzuwirken und fundierte öffentliche Debatten zu ermöglichen – eine Aufgabe, die in den aktuell angespannten politischen und gesellschaftlichen Verhältnissen Lateinamerikas von entscheidender Bedeutung ist. Sie erreicht dies durch Nachrichten, Analysen, Hintergrundberichte und Dokumentationen, die sowohl linear als auch digital und über zahlreiche Distributionspartner verbreitet werden.

Um den spezifischen Bedürfnissen der Zielgruppen gerecht zu werden und Ressourcen effizient einzusetzen, konzentriert sich die DW auf **die für Deutschland geopolitisch relevanten Länder** wie Mexiko, Kolumbien, Venezuela und Argentinien, in denen Medien nicht frei von Zensur und Einschüchterung arbeiten können.[306] Auch die USA bleiben aufgrund der großen **spanischsprachigen Bevölkerung** ein zentraler Zielmarkt für das spanischsprachige Angebot der DW. In den vergangenen Jahren hat die DW ihre Präsenz in Lateinamerika kontinuierlich ausgebaut und regionalisierte Inhalte entwickelt, die gezielt auf die Informationsbedürfnisse der lokalen Bevölkerung zugeschnitten sind. Für die Berichterstattung aus der Region dient das **Studio Bogotá als Knotenpunkt** und der ***Hub***[307] **in Mexiko für den Online Newsdesk**. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 102 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Spanisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund 24 Vollzeitäquivalenten eingesetzt.

Trotz des zunehmenden Konsums digitaler Medien bleibt **Fernsehen in Lateinamerika** ein wichtiger Informationskanal.[308] Besonders in Regionen mit eingeschränktem Internetzugang bietet TV einen verlässlichen Zugang zu

305 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.

306 Freedom House 2024c.
307 Siehe Glossar.
308 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.



Im DW-Podcast Dime cómo lo lograste spricht Host Diego Sáenz monatlich mit kolumbianischen Persönlichkeiten über ihre Erfahrungen und die Angst vorm Scheitern – offen, ehrlich und ermutigend.

aktuellen Nachrichten, Unterhaltung und Bildung.[309] Um dem Nutzungsverhalten in der Region gerecht zu werden, wird mit *DW Español* ein **24-Stunden-Programm** bereitgestellt, das täglich hochwertige Inhalte liefert. Das Angebot umfasst Nachrichten, Wirtschaftsberichterstattung, gesellschaftliche Themen und Dokumentationen und vermittelt dabei sowohl regionale als auch globale Perspektiven.

Die Nachrichtensendung *DW Noticias* (DW Nachrichten) informiert Zuschauerinnen und Zuschauer umfassend über internationale und regional relevante Ereignisse in Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur. Die Sendung wird sechsmal täglich mit jeweils 30-minütigen Ausgaben zur Primetime für die verschiedenen Zeitzonen und am Wochenende in einer Länge von 15 Minuten ausgestrahlt. Für kurze Updates sorgen die Kurznachrichten *KuNa*, die 13-mal täglich gesendet werden und die wichtigsten Ereignisse kompakt zusammenfassen. Das Nachrichtenprogramm wird durch weitere nachrichtliche Formate ergänzt, wie *Economía* (Wirtschaft), das einen europäischen Blick auf Unternehmen und Wirtschaft in aller Welt liefert sowie *La Entrevista* (Das Interview) mit dynamischen Interviews und tiefgreifenden Gesprächen mit Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Religion und Kultur zu kontroversen Themen und globalen Herausforderungen. Mit *El Reportero* (Der Reporter) werden Geschichten aus der **Perspektive von Reporterinnen und Reportern** erzählt.

Das spanischsprachige Programm verfolgt nicht nur das Ziel, zu informieren, sondern fördert auch den Dialog durch verschiedene Talkformate. So kommt in der Sendung *Aquí estoy* (Hier bin ich) die Journalistin und Moderatorin Pia Castro mit der in Europa und Deutschland lebenden lateinamerikanischen Diaspora ins Gespräch und thematisiert die Verbindung zwischen beiden Regionen. Die Inhalte werden auf *YouTube* und *Facebook* gepostet. Auch in der regionalisierten politischen Talksendung *A fondo* (gründlich) diskutieren die Moderatorinnen und Moderatoren sachlich, unparteiisch und fundiert mit Expertinnen und Experten über aktuelle und brisante internationale Themen. Die Sendung, die auch bei *YouTube* ausgespielt wird, führt zu regen Diskussionen zwischen und mit den Nutzenden.

In den vergangenen Jahren hat das spanischsprachige Programm verstärkt darauf gesetzt, **regionalisierte Sendungen** zu produzieren, die gezielt spezifische DW Zielgruppen mit relevanten und kontextbezogenen Themen ansprechen. Beispiele dafür sind:

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/es	1.121 Artikel 162 Videos 5 Audios
YouTube	DW Español	434 Videos
	DW Documentary Spanish	24 Videos
	DW Pia Castro	6 Videos
	DW Cómo te afecta	27 Videos (inkl. Shorts)
Facebook	DW Español	495 Posts
	DW Documentary Spanish	31 Posts
	DW Pia Castro	k. A.
Instagram	DW Español	259 Posts
X	DW Español	2.296 Posts
TikTok	DW Español	263 Posts
Weitere	Threads: DW Español	k. A.

Abbildung 28: **Online-Angebote der DW in Spanisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

- *Fuerza Latina* (Latina Stärke): Eine wöchentliche 30-minütige Sendung, die Frauen in Lateinamerika porträtiert, die sich für eine gerechtere Welt einsetzen, indem sie auf Missstände aufmerksam machen, für ihre Rechte kämpfen und sich für gesellschaftliche Teilhabe einsetzen. Die Sendung wird im TV und auf *YouTube* ausgestrahlt und durch kurze Reels[310] auf *Instagram* ergänzt.

- *Eco Latinoamérica*: Die 30-minütige Sendung zeigt detailliert recherchierte Berichte über innovative Konzepte und Projekte zum Umweltschutz und zur Bekämpfung des Klimawandels in der Region. Sie wird wöchentlich für TV produziert und auf *YouTube* sowie *Facebook* veröffentlicht.

Ein fester Bestandteil des TV-Angebots sind zudem **spanisch adaptierte Versionen etablierter DW-Formate** wie *Made in Germany, In Good Shape, Shift, Fokus Europa, Tomorrow Today, Euromaxx* und *Arts Unveiled*,

309 GSMA 2023.

310 Siehe Glossar.

die wöchentlich sowohl linear als auch *On-Demand*[311] bereitgestellt werden. Zahlreiche Distributionspartner der DW übernehmen diese Formate und strahlen sie über ihre eigenen Plattformen aus. Die Programme beleuchten Europas Kultur, Lebensstile und Wirtschaftsentwicklungen, liefern fundierte Analysen politischer und aktueller Themen und erforschen wissenschaftliche Innovationen. Zudem thematisieren sie globale Herausforderungen in einer zunehmend vernetzten Welt.

DW Español ist auf verschiedenen digitalen Plattformen aktiv, um gezielt unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen, darunter *YouTube, Facebook, X, Instagram* und *TikTok* (Abbildung 28). Im Rahmen der *On-Demand*-Strategie der DW werden zahlreiche Formate **primär für digitale Plattformen entwickelt und als Zweitverwertung im TV** ausgestrahlt. In *DW Analiza* (DW analysiert) werden wöchentlich internationale Nachrichten eingeordnet und die Hintergründe aktueller Ereignisse analysiert. Die 30-minütige *¿Cómo te afecta?* (Wie betrifft dich das?) richtet sich wiederum an eine junge lateinamerikanische Zielgruppe und beleuchtet Themen, die direkten Einfluss auf sie haben, wie soziale Gerechtigkeit, Umweltschutz, psychische Gesundheit, digitale Sicherheit und Bildungschancen. Darüber hinaus bieten Formate wie *Engánchate a la economía* (Wirtschaft – spannend erklärt), *Plaza Francfort* (Frankfurter Platz) und *Transformar la economía* (Wirtschaftstransformation) verschiedene Perspektiven und thematische Schwerpunkte zu wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fragen, die insbesondere für die Zielgruppe in Lateinamerika relevant sind. Zusätzlich werden globale Zusammenhänge anschaulich erklärt, um ein breites Publikum anzusprechen.

311 Siehe Glossar.



Im Format Aquí Estoy spricht Pía Castro mit Menschen, die Brücken zwischen Europa und Lateinamerika bauen.

Um den sich wandelnden Mediengewohnheiten und der wachsenden Nachfrage nach flexiblen, plattformgerechten Inhalten gerecht zu werden, hat die spanische Redaktion zusätzlich mehrere exklusive *YouTube*-Formate entwickelt. Ziel ist es, die Reichweite in den sozialen Netzwerken weiter zu steigern und gezielt auf die **Bedürfnisse der Nutzenden** einzugehen. Zu den Formaten gehören:

- *La Actualidad en Análisis* (Aktuelles im Überblick): Das aktuell wichtigste internationale oder regionale Nachrichtenthema des Tages wird von Expertinnen und Experten analysiert und eingeordnet. Das Format wird seit Sommer 2024 werktäglich produziert und gepostet.

- *DW Geopolítica* (DW Geopolitik): Ausführliche, mit hochwertigen Karten und Grafiken produzierte *Explainer*[312] zu internationalen Entwicklungen. Das Format wird anlassbezogen produziert.

- *DW Verifica* (DW Faktencheck): Anlassbezogen prüft das lateinamerikanische *Verifica Team* virale Falschmeldungen auf ihren Wahrheitsgehalt. Die einmal im Monat produzierten und ausschließlich digital veröffentlichten *Explainer* haben das Ziel, gezielt Desinformationsmeldungen entgegenzuwirken und so die Relevanz für die Nutzenden zu steigern.

Das spanischsprachige Angebot auf *dw.com* bietet Analysen und Einordnungen von DW- und Gast-Autorinnen und -Autoren zu den **wichtigsten internationalen und regionalen Ereignissen, auch in Kurzform als 24/7-Nachrichtenservice**. Weitere Schwerpunktthemen sind Wissenschaft, Umwelt sowie Kultur aus Deutschland und Europa. Zudem schreiben renommierte Kolumnistinnen und Kolumnisten für *DW Español*, darunter Anabel Hernández und Óscar Martínez, beide mit dem Preis des *Freedom of Speech Award*[313] ausgezeichnet.

312 Siehe Glossar.

313 Mit dem Freedom of Speech Award zeichnet die DW seit 2015 jährlich eine Person oder Initiative aus, die sich in herausragender Weise für Freiheitsrechte, insbesondere Presse- und Meinungsfreiheit, einsetzt.

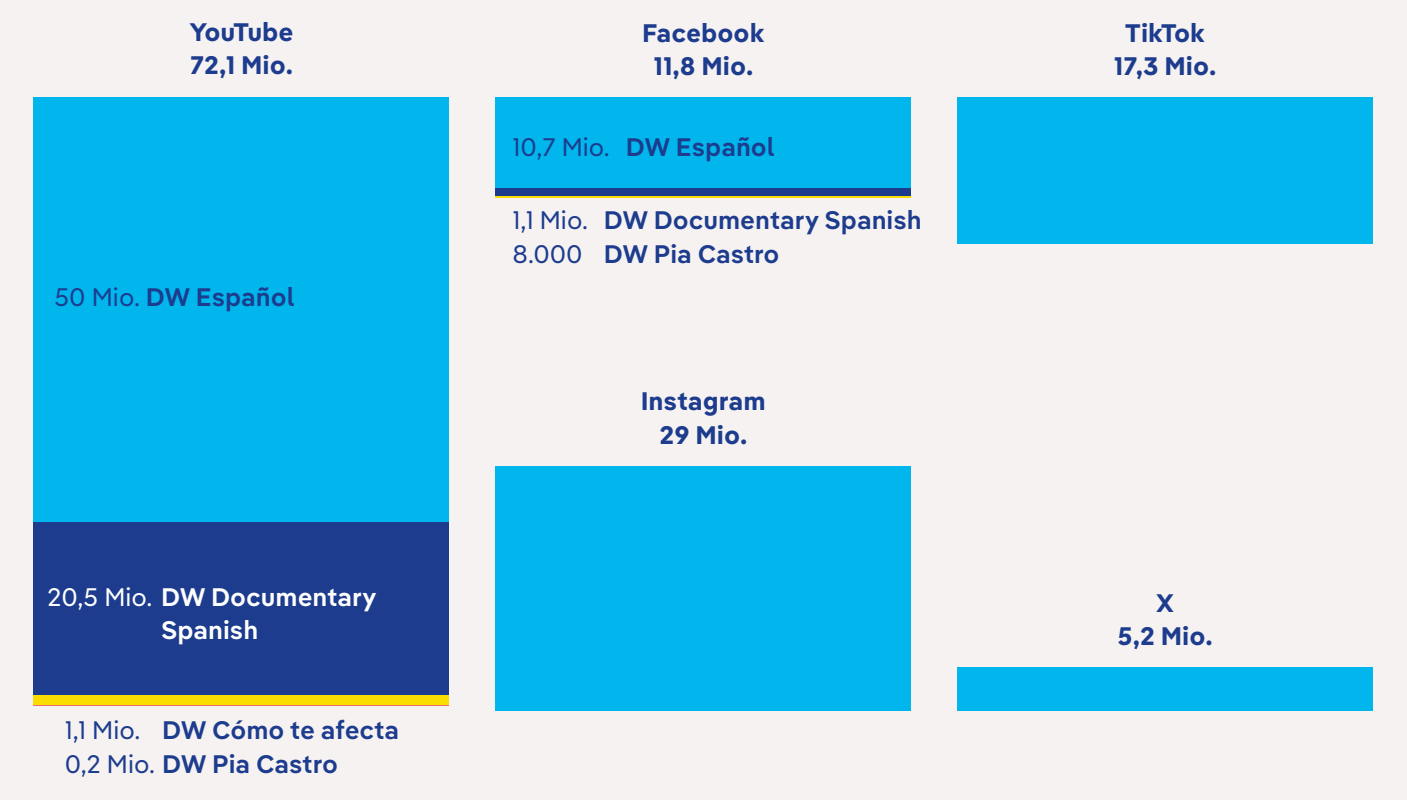


Abbildung 29: **Monatliche Video Views der spanischsprachigen Angebote auf unterschiedlichen Plattformen**
Stand 2. Halbjahr 2024, Durchschnittswerte

Durch die gezielte **Entwicklung digitaler Formate, die speziell für Social-Media-Plattformen optimiert** sind, sowie dem verstärkten Fokus auf regionalisierte Inhalte konnte die DW ihre Reichweite in Lateinamerika erheblich ausbauen und neue Partnerschaften in mehreren Ländern etablieren. Aktuell übernehmen 369 TV-, 20 Online- und 50 Social-Media-Partner Inhalte aus dem spanischsprachigen Programm der DW. Zu den Partnern zählen *Grupo Fórmula*, eines der führenden Nachrichten- und Informationsportale in Mexiko, das hauptsächlich *Premium-News*-Inhalte der DW auf *YouTube* veröffentlicht, sowie das renommierte Nachrichtenportal *T13* aus Chile. Darüber hinaus arbeiten mit *DirecTV Latam*, *Claro TV* und *Tigo* gleich drei reichweitenstarke, panlateinamerikanische TV-Anbieter mit der DW zusammen. In Mexiko kooperiert die DW zudem mit dem Partnerverbund *La Red*, was ihre Präsenz und den Zugang zu einem breiten Publikum weiter festigt.

Ein weiteres zentrales Element sind die wöchentlichen *Premium*-Schalten mit reichweitenstarken TV-Partnern in mehreren lateinamerikanischen Ländern. Diese Live-Schalten werden während der Primetime in spanischsprachigen Nachrichtensendungen ausgestrahlt und beleuchten aktuelle, für Europa und Lateinamerika relevante Themen. Die Berichterstattung verbindet dadurch deutsche, **europäische und lateinamerikanische Perspektiven** und ordnet diese analytisch ein.

- Der öffentlich-rechtliche Bildungs- und Kultursender *Canal 11* aus Mexiko überträgt wöchentlich eine Schalte zu Wirtschaftsthemen sowie zwei zu politischen Inhalten.

- Der mexikanische Nachrichten- und Informationssender *ADN 40* sendet wöchentlich drei TV-Schalten mit politischem Schwerpunkt.

- Der argentinische Sender *DNews*, ein Nachrichtenkanal von *DirecTV* mit kontinentaler Reichweite, produziert und strahlt wöchentlich drei Schalten mit politischem Fokus aus.

Nutzung: Deutlicher Zuwachs vor allem digital

Im Jahr 2024 stieg die Gesamtzahl der wöchentlichen Nutzenden in Lateinamerika um acht Millionen auf insgesamt 59 Millionen. Damit verzeichnete die Region nicht nur das stärkste Wachstum, sondern erreichte erstmals auch **Platz zwei der reichweitenstärksten Sprachangebote der DW**.

Dank Zuwächsen auf verschiedenen Online-Plattformen lag das Verhältnis zwischen TV- und Online-Video-Nutzenden nahezu bei 50/50: 30 Millionen Nutzende erreichte die DW über Online-Videos, 27 Millionen über TV-Partner und den spanischsprachigen TV-Sender. Fernsehen verlor rund zwei Millionen Nutzende im Vergleich zum Vorjahr, was insbesondere auf die **Abschaltung des TV-Angebots in den venezolanischen Landeskabelnetzen** zurückzuführen ist.

In Mexiko gingen die TV-Reichweiten der spanischsprachigen Angebote der DW im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2021 leicht zurück. Nutzten 2021 noch 18 % der Bevölkerung die Programme regelmäßig, waren es 2025 nur noch 14 %.[314] Ein zentraler Nutzungstreiber blieben Live-Schalten mit DW-Journalistinnen und -Journalisten auf populären lokalen Sendern. Diese verzeichneten 2025 einen deutlichen Reichweitenzuwachs und wurden von 9 % der Bevölkerung verfolgt – ein Anstieg gegenüber 5 % im Jahr 2021.[315] Die wöchentliche Reichweite über Teilprogrammübernahmen sank hingegen deutlich – von 17 % im Jahr 2021 auf 11 % im Jahr 2023. Grund hierfür war vor allem die Reduzierung des spanischsprachigen TV-Angebots. Mit der Einstellung mehrerer DW-Formate im Jahr 2023 standen weniger Inhalte zur Verfügung, die von lokalen Partnern übernommen werden konnten. Dies führte zu einem Rückgang der Reichweite über diesen Distributionsweg.

In Kolumbien blieb die wöchentliche TV-Reichweite der DW im gleichen Zeitraum weitgehend stabil.[316] Wie in Mexiko war auch hier die Zusammenarbeit mit lokalen TV-Partnern ein zentraler Erfolgsfaktor. Die Nutzung über Teilprogrammpartner blieb konstant bei 12 %, obwohl das verfügbare Programmangebot reduziert wurde. Entscheidenden Anteil daran hatte der deutliche Anstieg bei den Live-Schalten: Ihre wöchentliche Reichweite stieg von 2 % (2021) auf 8 % (2025).[317]

Der Rückgang der TV-Reichweite konnte jedoch durch das starke Wachstum der digitalen Angebote ausgeglichen werden, sodass das spanischsprachige Programm insgesamt an Reichweite gewann. Besonders maßgeblich für diese Entwicklung waren die **Kooperationen der DW mit lateinamerikanischen Partnern**, deren Videoabrufe im zweiten Halbjahr 2024 auf 37,5 Millionen stiegen – ein deutlicher Zuwachs im Vergleich zu 11,8 Millionen im selben Zeitraum 2021. Zudem trugen die steigenden Abrufzahlen der DW-Kanäle auf Social Media erheblich zur Reichweitensteigerung bei (Abbildung 29). Insgesamt erzielten digitale spanischsprachige Inhalte der DW in der zweiten Jahreshälfte 2024 über alle digitalen Plattformen hinweg durchschnittlich mehr als 181 Millionen monatliche Views – ein Anstieg von fast 50 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2021.

Als wichtigster Wachstumstreiber etablierte sich das *YouTube*-Angebot mit durchschnittlich 72,1 Millionen Video Views pro Monat. Innerhalb dieses Kanals erzielt *DW Español* mit 50,3 Millionen monatlichen Views die höchste Nutzung, gefolgt von *DW Documentary Spanish* mit 20,5 Millionen Views. Auch auf *TikTok* verzeichnete *DW Español* einen hohen Zuwachs. Der im Jahr 2023 gestartete Kanal erzielte durchschnittlich 17,3 Millionen Video Views pro Monat und erreichte damit gezielt eine jüngere, digitalaffine Zielgruppe. *Instagram* verzeichnete mit 29 Millionen Video Views pro Monat ebenfalls einen beachtlichen Zuwachs und bestätigte sich als wichtiger Kanal für visuelle Inhalte. Darüber hinaus trugen *Facebook* und *X* mit durchschnittlich 11,8 Millionen beziehungsweise 5,2 Millionen Video Views pro Monat zur Gesamtreichweite bei. Insgesamt lässt sich die deutliche Steigerung der Reichweite des spanischsprachigen Angebots der DW als klarer Indikator für die wachsende Relevanz innerhalb der Zielgruppe interpretieren.

Akzeptanz: Vertrauenswürdig und geschätzt

Im Evaluationszeitraum führte die DW qualitative Forschung in Mexiko zu den Formaten *Fuerza Latina*[318] und *¿Cómo te afecta?*[319] durch. Die Inhalte von *Fuerza Latina* wurden dabei als motivierend, aufklärend und alltagsnah empfunden. Die Befragten schätzten, dass die Formate über die bloße Information hinausgingen und zum **Nachdenken und Handeln** anregten. Bei *¿Cómo te afecta?*[320] wurde von den Nutzenden vor allem der Bezug zu alltagsrelevanten Themen gelobt.

314 Siehe RM_21.
315 Besonders erfolgreich waren die Schalten auf ADN40 (6 % wöchentliche Nutzung) und Canal 11 (5 %).
316 14 % im Jahr 2025 gegenüber 15 % im Jahr 2021. Siehe RM_22.
317 Dabei erzielten die Live-Schalten auf WinSports (6 %) und NTN24 (4 %) ähnlich hohe Reichweiten.
318 Siehe Studienverzeichnis: AS_17.
319 Siehe Studienverzeichnis: AS_18.
320 Siehe Studienverzeichnis: AS_18.



Wenn man solche Dokumentationen schaut, motiviert einen das.

Nutzerin, Mexiko

Ihr erklärt Probleme, mit denen wir alle konfrontiert sind, die wir aber nicht immer vollständig verstehen.

Nutzerin, Mexiko

Es ist wichtig, diese Themen zu verstehen – aber auch zu sehen, wie sie unseren Alltag beeinflussen.

Nutzerin, Mexiko

Auch die Analyse der *DW Español* Beiträge auf *YouTube*[321] und *Instagram*[322] sowie die Untersuchung zur Nachrichtensendung *DW Noticias* auf *YouTube*[323] zeigten, dass sich das Angebot durch die präzise Vermittlung komplexer Themen sowie eine fundierte Berichterstattung auszeichnete.

Laut den Nutzenden sowie der Fachmeinung schaffte es *DW Español* auf *YouTube* Nachrichten klar, verständlich und effizient aufzubereiten. Die Inhalte wurden als kompakt wahrgenommen, sie fokussierten sich auf das Wesentliche, ohne dabei an Tiefe oder Relevanz zu verlieren.

Klare und präzise Informationen, die in kurzer Zeit vermittelt werden.

Nutzerin, Mexiko

DW Español gelang es, sowohl aktuelle Ereignisse als auch Hintergrundinformationen verständlich und sachlich aufzubereiten. Das Angebot sprach dabei eine breite Zielgruppe an und bot laut den Nutzenden auch Lösungen für Probleme an, wodurch das Vertrauen in die Berichterstattung stieg.



Ich glaube, dass diese Videos einen enormen narrativen und visuellen Wert haben. Sie zeigen klare Ziele, die nicht nur unterhalten, sondern auch konkrete Lösungen für Probleme anbieten.

Medienexperte, Mexiko

Die DW hat ein sehr umfangreiches Angebot [...], das für alle Zielgruppen attraktiv ist.

Medienexperte, Mexiko

Auch der *Instagram*-Kanal von *DW Español* wurde von einem Großteil der Befragten für seine Objektivität, Vertrauenswürdigkeit und die klare Darstellung der Inhalte gelobt. Besonders positiv hervorgehoben wurde an der Berichterstattung, dass sie verschiedene Perspektiven berücksichtigte.

321 Program Monitoring DW Español YouTube-Kanal 2024.
322 Program Monitoring DW Español Instagram-Kanal 2022-2023.
323 Program Monitoring DW Noticias YouTube-Kanal 2025.

> ***Die DW bietet eine objektive, klare und verlässliche Darstellung.***
>
> **Nutzer, Venezuela**

Auch die Qualität der Nachrichten wurde von den Nutzerinnen und Nutzern geschätzt. Viele empfanden das Angebot als zuverlässig und vertrauenswürdig, was im aktuellen Medienumfeld als entscheidender Vorteil wahrgenommen wurde.



> ***Den Nachrichten vertraue ich – sie sind objektiv und klar.***
>
> **Nutzerin, Costa Rica**

Die konsequente Fokussierung auf Menschenrechte, Freiheit und Demokratie spiegelte sich laut Fachexpertise in vielen Beiträgen wider und machte das Angebot dadurch für das Publikum in der Region besonders wertvoll.

> ***Es ist offensichtlich, dass ihr euch für Menschenrechte, Freiheit und Demokratie engagiert.***
>
> **Medienexperte, Mexiko**

Neben der allgemeinen Berichterstattung überzeugte auch *DW Noticias* auf *YouTube* mit fundierten Analysen globaler Ereignisse. Die Befragten hoben hervor, dass die Inhalte nicht nur kompakt und verständlich waren, sondern auch durch eine differenzierte Einordnung überzeugten.

> ***Sie präsentieren die Fakten klar, kurz und prägnant. Sie bieten einen ausgewogenen Ansatz zu den Fakten, dem Kontext und den Hintergründen.***
>
> **Nutzer, Nicaragua**

Neben den Nachrichtenformaten erfreuten sich auch die Dokumentationen großer Beliebtheit. Besonders geschätzt wurde die thematische Vielfalt, die dazu anregte, sich intensiver mit globalen Entwicklungen auseinanderzusetzen. Die Inhalte waren für die Nutzenden nicht nur informativ, sondern auch inspirierend.

> ***Die Dokumentationen sind meine Favoriten.***
>
> **Nutzerin, Costa Rica**

> ***Die Dokumentationen sind sehr aktuell und behandeln eine große Bandbreite an Themen. Sie laden immer zum Nachdenken ein und wecken meine Neugier.***
>
> **Nutzer, Mexiko**

> ***Die Einbindung verschiedener Perspektiven, Reporterinnen und Reporter vor Ort und Expertinnen und Experten tragen zu einem vielfältigen und so neutral wie möglich gehaltenen Diskurs bei.***
>
> **Medienexpertin, Mexiko**

4.3.2 Portugiesisch für Brasilien

Brasilien steht unter Präsident Lula da Silva, der im Oktober 2022 wiedergewählt wurde und den rechtsgerichteten Präsidenten Jair Bolsonaro ablöste, vor großen Herausforderungen. Vorrangig geht es darum, die Demokratie zu festigen und die tiefe politische Spaltung des Landes zu überwinden. Zu den dringendsten Aufgaben zählen der Kampf gegen **Hunger, Armut und soziale Ungleichheit sowie die Bekämpfung von weit verbreiteter Kriminalität und Korruption**.[324] Zugleich sind umfassende Reformen im Bereich Umwelt- und Klimaschutz notwendig. Trotz politischer Ankündigungen zum Schutz des Amazonas nehmen illegale Abholzung, Brandrodung und Landraub weiterhin zu.[325] Umwelt- und Menschenrechtsaktivistinnen und -aktivisten, die sich diesen Entwicklungen widersetzen, geraten zunehmend ins Visier krimineller Netzwerke und gewalttätiger Akteure, was die ohnehin prekäre Menschenrechts- und Sicherheitslage weiter verschärft.[326]

Im Pressefreiheitsindex 2025 von *Reporter ohne Grenzen* hat sich Brasilien um 19 Plätze verbessert und belegt nun Rang 63 von 180 Ländern (zuvor Platz 82 im Jahr 2024). Diese **positive** Entwicklung ist bemerkenswert, spiegelt jedoch nur teilweise die tatsächliche Lage der Pressefreiheit im Land wider.[327] Denn diese bleibt trotz einer demokratischen Verfassung erheblich eingeschränkt. Die Verbesserung im Ranking ist vor allem auf Fortschritte bei der rechtlichen Einordnung und vereinzelte Schutzmechanismen für Journalistinnen und Journalisten zurückzuführen. Gravierende strukturelle Probleme bestehen jedoch weiterhin.[328]

Die tiefe **gesellschaftliche Polarisierung**, kombiniert mit dem Einfluss mächtiger wirtschaftlicher und politischer Akteure, erschwert die Arbeit unabhängiger Medien erheblich. Besonders gefährdet sind Medienschaffende, die Desinformationen entlarven, zu Korruption, Umweltvergehen oder organisierter Kriminalität recherchieren. Angriffe, Einschüchterungen und juristische Schikanen gehören weiterhin zum Alltag vieler Journalistinnen und Journalisten[329] und Brasilien zählt nach wie vor zu den **gefährlichsten Ländern Lateinamerikas** für Medienvertretende.[330]

324 Euronews 2023b, BMZ 2024b.
325 WWF 2024a.
326 Amnesty International 2023b, Weiß 2023b.
327 RoG 2025a.
328 RoG 2024b.
329 Ebd.
330 Amnesty International 2023c.



Mit ihrem portugiesischsprachigen Angebot für Brasilien macht die DW gesellschaftliche Herausforderungen sichtbar und stärkt die Stimmen marginalisierter Gruppen.

Die rasante digitale Entwicklung in Brasilien und die Verbreitung sozialer Netzwerke wie *YouTube, WhatsApp, Instagram* und *TikTok* haben die Informationslandschaft grundlegend verändert.[331] Dennoch kontrollieren große Unternehmen wie *Globo, SBT, Record* und *Band* den Großteil des Marktes. Für viele Brasilianerinnen und Brasilianer – besonders jüngere und internetaffine Gruppen – sind **soziale Medien heute die wichtigste Informationsquelle**.[332] Gleichzeitig nehmen Bedrohungen und Angriffe auf Journalistinnen und Journalisten zu, was oft zu Selbstzensur führt, insbesondere bei sensiblen Themen wie Korruption.[333]

Um in diesem herausfordernden Umfeld den Bedürfnissen der Zielgruppe bestmöglich zu entsprechen, hat die DW ihr Angebot für Brasilien um **regionalisierte Inhalte** erweitert. Um diese bereitzustellen beschäftigte sie im Jahr 2024 elf freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Portugiesisch für Brasilien tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund drei Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Zu den regionalisierten Inhalten gehören unter anderem die beiden wöchentlich erscheinenden Formate *Perspectiva* (Perspektive) und *Entenda* (verständlich erklärt), die sich in Zielsetzung und journalistischer Ausrichtung deutlich unterscheiden: *Perspectiva* widmet sich ausführlichen Reportagen und Hintergrundberichten mit einem besonderen Fokus auf gesellschaftliche, wissenschaftliche und umweltbezogene Entwicklungen in der Region. Das Format wird vor allem über *YouTube* und *Facebook* ausgespielt, wo es durch visuell starke Beiträge und längere Laufzeiten ein breiteres, tiefeninteressiertes Publikum erreicht. *Entenda* hingegen ist ein kompaktes, dialogorientiertes Analyseformat, das aktuelle nationale und internationale Nachrichten verständlich erklärt und in den lokalen Kontext einordnet. Es richtet sich insbesondere an mobile Nutzerinnen und Nutzer und wird bevorzugt über *Instagram* und *WhatsApp*-Kanäle verbreitet, um schnelle, niedrigschwellige Zugänge zur Informationsvermittlung zu ermöglichen.

Die DW setzt bei der Verbreitung der Inhalte gezielt auf soziale Netzwerke (Abbildung 30) und arbeitet hierbei eng mit lokalen Mediapartnern zusammen.

Ergänzend zum multimedialen Angebot veröffentlicht die DW **wöchentliche Kolumnen** renommierter brasilianischer und internationaler Autorinnen und Autoren, die vielfältige Perspektiven auf globale und lokale

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/pt-br	317 Artikel 24 Videos 5 Audios
YouTube	DW Brasil	54 Videos
Facebook	DW Brasil	143 Posts
Instagram	DW Brasil	117 Posts
X	DW Brasil	577 Posts
TikTok	DW Brasil	72 Posts

Abbildung 30: **Online-Angebote der DW in Portugiesisch für Brasilien mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Entwicklungen eröffnen. Besonders Podcasts erfreuen sich in Brasilien großer Beliebtheit: 2023 gaben rund 50 % der Internetnutzenden im Alter von 16 bis 24 Jahren an, regelmäßig Podcasts zu hören – insgesamt verzeichnete das Land mit 51,8 Millionen Hörerinnen und Hörern die höchste Podcast-Nutzung in ganz Lateinamerika.[334] Die DW reagiert auf diesen Trend mit einem **zielgerechteten Podcast-Angebot**. *DW Revista* (DW Magazin) ergänzt das multimediale Angebot, bietet wöchentliche Analysen und Hintergrundberichte zu aktuellen Themen und ist auf den Plattformen *Spotify, Amazon Podcasts, Apple Podcasts* und *YouTube* verfügbar.

Hinzu kommen starke Distributionspartner, die maßgeblich zur erfolgreichen Verbreitung der DW-Inhalte beitragen. Dazu zählen elf Online- und neun Social-Media-Partner, unter ihnen *Metropoles* – eine der größten Social-Media-Plattformen Brasiliens –, die führende Nachrichtenseite *Folha* sowie das landesweit reichweitenstarke Nachrichtenportal *G1* des Medienunternehmens *Globo*.

Darüber hinaus bietet die DW mit *Futurando* (Projekt Zukunft) ein TV-Format mit wissenschaftlichem Schwerpunkt an. Die halbstündige, regionalisierte Sendung stellt wöchentlich innovative Projekte und Entwicklungen aus den Bereichen **Wissenschaft, Umwelt und Technologie** vor und wird sowohl über *YouTube* als auch Partnersender verbreitet. Auch hier setzen neun reichweitenstarke Distributionspartner auf Inhalte der DW. Dazu zählen *Band TV* – einer der größten Fernsehsender Brasiliens

331 Datareportal 2023a, Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.
332 RoG 2024b.
333 Amnesty International 2023b.
334 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a, González 2024.

– sowie *TV Cultura* (TV Kultur). Über beide Sender werden regelmäßig TV-Schaltgespräche mit DW-Journalistinnen und Journalisten zu europäischen und globalen Themen ausgestrahlt. Weitere Partnersender sind *TV Brasil* und *Canal Futura*.

Nutzung: Erfolgreich durch regionale Ausrichtung und neue Ausspielwege

Die DW konnte im zweiten Halbjahr 2024 die Reichweite ihrer digitalen Inhalte von durchschnittlich 11,9 Millionen monatlichen Zugriffe im Jahr 2021 auf 39,5 Millionen im gleichen Zeitraum 2024 deutlich steigern. Damit zeigt sich, dass die strategische Erweiterung **regionalisierter und plattformgerechter Formate** nachhaltige Erfolge erzielt hat und die digitale Präsenz der DW erheblich gestärkt wurde. Besonders hervorzuheben ist die Entwicklung der Social-Media-Accounts, die eine Steigerung um 130 % verzeichneten und sich damit als zentraler Wachstumstreiber etablierten.

Vor allem *Instagram* zeigt ein starkes Wachstum: Durchschnittlich 3,8 Millionen monatliche Zugriffe im zweiten Halbjahr 2024 – ein Anstieg um 221 % gegenüber 2021. Auch *YouTube* legte deutlich zu, mit 5,9 Millionen Zugriffen im zweiten Halbjahr 2024 und einem Wachstum von 114 % gegenüber 2021. *TikTok*, erst 2023 gestartet, erzielte 1,8 Millionen monatliche Zugriffe und zeigt großes Potenzial bei jüngeren Zielgruppen. Dagegen verzeichneten *Facebook* und *X* rückläufige Nutzungszahlen: Auf *Facebook* sanken die durchschnittlichen monatlichen Zugriffe in der zweiten Jahreshälfte 2024 im Vergleich zum selben Zeitraum 2021 um 9 %, während *X*, auf dem deutlich weniger Nachrichten veröffentlicht wurden, einen noch deutlicheren Rückgang um 92 % zeigte.

Im **Bereich Kooperationen** verzeichnete die DW 2024 ein starkes Wachstum im Vergleich zu 2021, beides jeweils bezogen auf die zweite Jahreshälfte. Besonders digitale Partnerschaften trugen maßgeblich zur gestiegenen Reichweite und Sichtbarkeit der Inhalte auf internationalen Plattformen bei. Die wichtigste Partnerschaft bestand mit der Plattform *Glance*, die im Jahr 2024 durchschnittlich etwa 6,3 Millionen Zugriffe generierte.

Auch die **TV-Angebote**, die über lokale Partner ausgestrahlt wurden, erzielten starke Reichweiten. Im Jahr 2023 erreichte die DW in den brasilianischen Metropolregionen wöchentlich rund 2,1 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer – nahezu doppelt so viele wie 2021. Ein wesentlicher Treiber dieses Erfolgs war die Integration der DW-Premiuminhalte in das Hauptabendprogramm des Free-TV-Senders *BAND TV* und erreichten wöchentlich rund 1,5 Millionen Menschen. Insgesamt kamen die Premiumformate auf 1,8 Millionen wöchentliche Zuschauende und stellten damit das reichweitenstärkste Angebot der DW in Brasilien dar. Auch die Übernahme einzelner Programmformate zeigte eine erfreuliche Entwicklung. Die Wissenschaftssendung *Futurando* (Projekt Zukunft) erzielte mit wöchentlich **127.000 Zuschauerinnen und Zuschauern** weiterhin eine stabile Reichweite und bestätigte damit das anhaltende Interesse an hochwertigen, wissenschaftsjournalistischen Inhalten. Auch über den wichtigen brasilianischen Partner *TV Cultura* blieb die DW mit **311.000 wöchentlichen Zuschauenden** sichtbar präsent, wenngleich die Reichweite seit 2021 (700.000) zurückging. Insgesamt zeigte sich, dass DW-Angebote in Brasilien nach wie vor ein beachtliches Publikum erreichen, insbesondere dann, wenn Inhalte klar positioniert und zielgruppengerecht aufbereitet sind.

DW Brasil: Eine geschätzte und vertrauenswürdige Informationsquelle

DW Brasil genoß im Evaluationszeitraum eine hohe Anerkennung bei DW-Nutzenden und wurde als verlässliche und fundierte Nachrichtenquelle wahrgenommen. Besonders überzeugend war die verständliche und tiefgehende Aufbereitung komplexer Themen. Zusätzlich trug die konsequente Ausrichtung auf Demokratie, Menschenrechte und Rechtsstaatlichkeit zur Glaubwürdigkeit des Angebots bei. Die Analyse von *DW Brasil* basierte auf der Auswertung des Program Monitorings für den *YouTube*-Kanal aus dem Jahr 2022[335] sowie der Untersuchung des *Instagram*-Kanals aus dem Jahr 2024[336]. Befragungen von Nutzenden sowie Expertinnen und Experten zeichneten bei beiden Plattformen ein insgesamt positives Bild. Der *YouTube*-Kanal von *DW Brasil* überzeugte durch seine fundierte journalistische Arbeit, die ein breites Themenspektrum abdeckte. *DW Brasil* wurde zudem ein herausragendes Gespür für die Auswahl relevanter Themen bescheinigt:

> ***Es ist bemerkenswert, wie die DW es schafft, Licht auf Themen zu werfen, die sonst kaum jemand beachtet.***
>
> **Medienexperte, Brasilien**

335 Program Monitoring DW Brasil YouTube-Kanal 2022.
336 Program Monitoring DW Brasil Instagram-Kanal 2024.



Die DW erzählt Geschichten, die bewegen: Fernando Menoncello kämpfte sich von der Straße in den Ring – und hilft heute Jugendlichen dabei, ihren Weg zu finden.

Neben der Themenvielfalt wurde auch die Art der Berichterstattung gelobt:

> ***DW Brasil ist besonders effizient darin, internationale und weltweite Themen mit der brasilianischen Realität zu verknüpfen und die lokalen Auswirkungen globaler Entwicklungen aufzuzeigen.***
>
> **Medienexperte, Brasilien**

Ein weiteres zentrales Merkmal war die unaufdringliche, aber wirkungsvolle Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Themen:

> ***Es ist bemerkenswert, wie DW Themen wie Menschenrechte, Freiheit und Demokratie auf subtile Weise anspricht – ohne zu missionieren oder die Zuschauenden zu unterschätzen – und dabei stets relevante Themen aufgreift.***
>
> **Medienexperte, Brasilien**

Gelobt wurde, dass *DW Brasil* seine Inhalte gezielt für das brasilianische Publikum anpasst und dadurch eine starke Identifikation schafft:

> ***Die für Brasilien verfügbaren Inhalte sind sehr individuell zugeschnitten; sie haben eindeutig eine ‚brasilianische Note' […] Dadurch entsteht eine Nähe zwischen der DW und den Zuschauenden, was für das brasilianische Publikum von großer Bedeutung ist.***
>
> **Medienexperte, Brasilien**

Auch der *Instagram*-Kanal von *DW Brasil* wurde von den Nutzenden als hochwertig und informativ bewertet:

> ***Klare Nachrichten, klare Sprache und vielfältige Themen.***
>
> **Nutzer, Brasilien**



Gute Einblicke in die Gesellschaft und Wirtschaft in Europa.

Nutzer, Brasilien

Die Inhalte wurden laut Fachmeinung als qualitativ hochwertig eingestuft und insbesondere die fundierten Analysen globaler und politischer Themen sowie die professionelle Produktion hervorgehoben.

Die journalistische Qualität der Inhalte von DW-Brasil ist gut und bietet eine wertvolle internationale Perspektive durch solide Analysen und hintergründige Berichterstattung.

Medienexpertin, Brasilien

Die Videoproduktion ist qualitativ hochwertig, gut produziert und speziell für digitale Plattformen optimiert.

Medienexpertin, Brasilien

Besonders stark war das Angebot bei Berichten über globale Themen, Menschenrechte sowie Kultur und Leben in Deutschland und Europa.

Der interkulturelle Dialog ist definitiv eine Stärke der Inhalte von DW Brasil. Die umfassende Berichterstattung über globale Themen zielt darauf ab, verschiedene Perspektiven und Realitäten miteinander zu verbinden.

Medienexpertin, Brasilien

Menschenrechte, Freiheit und Demokratie, Innovation und Technologie, Umwelt und Gesundheit – diese Themen werden in den Inhalten von DW Brasil gut abgedeckt und bieten eine fundierte und informative Berichterstattung.

Medienexpertin, Brasilien

Fazit

Lateinamerika befindet sich in einer Phase **tiefgreifender politischer, gesellschaftlicher und ökologischer Umbrüche**. Die Region ist von einer zunehmenden politischen Polarisierung geprägt, die einerseits zu progressiven Reformen andererseits aber auch einem erstarkenden Rechtspopulismus geführt hat. Umwelt- und Klimafragen rücken verstärkt in den Fokus, bleiben jedoch aufgrund wirtschaftlicher Interessen und politischer Instabilität oft ungelöst. Die Pressefreiheit ist weiterhin erheblich eingeschränkt – Journalistinnen und Journalisten arbeiten vielerorts unter schwierigen und gefährlichen Bedingungen.

In diesem herausfordernden Umfeld stärkt die DW ihre Rolle als verlässliche, unabhängige Informationsquelle. Durch gezielte Regionalisierung, eine differenzierte Plattformstrategie und die Fokussierung auf DW-Profilthemen wie Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und Menschenrechte haben sowohl *DW Español* als auch das brasilianische Angebot ihre Relevanz und Reichweite in der Region deutlich gesteigert. Insbesondere *YouTube*, *Instagram* und *TikTok* fungieren dabei als zentrale Wachstumstreiber.

Die DW trägt damit maßgeblich zur **Förderung von Meinungsvielfalt und Pressefreiheit** in Lateinamerika bei und festigt ihre Position als wichtiger Akteur im internationalen Medienwettbewerb.

4.4 Subsahara-Afrika



© DW

The 77 Percent zeigt, wie die Generation unter 35 den Kontinent verändert.

Subsahara-Afrika ist nicht nur geografisch und kulturell äußerst vielfältig, sondern beherbergt auch eine Vielzahl souveräner Staaten. Dies eröffnet große Chancen für wirtschaftliche Entwicklung und gesellschaftlichen Fortschritt, bringt jedoch gleichzeitig komplexe politische und soziale Herausforderungen mit sich.[337] **In einigen Ländern Afrikas sind demokratische Fortschritte zu beobachten, dennoch dominieren vielerorts auch autoritäre Tendenzen**, bewaffnete Konflikte, fragile Regierungsstrukturen und wiederkehrende Epidemien.[338]

Kenia vermittelte und engagierte sich in mehreren Konflikten in der Region, etwa durch die Ausrichtung von Friedensverhandlungen zwischen den sudanesischen Konfliktparteien in Nairobi im März 2025.[339] Gleichzeitig stand das Land wegen seiner Unterstützung für die sudanesische paramilitärische Organisation *Rapid Support Forces (RSF)* unter Druck – Khartum reagierte mit dem Abbruch diplomatischer Beziehungen und einem Importverbot.[340] In Tansania hingegen zeigte sich die politische Entwicklung aufgrund verschiedener Faktoren als widersprüchlich. Die Einleitung wichtiger Reformen zur Stärkung der Pressefreiheit und politischer Öffnung ließen auf Reformwillen hoffen. Doch mit Blick auf die für Oktober 2025 geplanten Wahlen ist ein Rückschritt beobachtbar; Repressionen gegen Opposition und Medien nehmen wieder deutlich zu – zuletzt gipfelnd im Ausschluss der größten Oppositionspartei von der Wahl.[341]

Währenddessen sahen sich andere Staaten am Horn von Afrika mit tiefgreifenden politischen und sicherheitspolitischen Krisen konfrontiert. In Somalia kontrolliert die islamistische Miliz *Al-Shabaab* weite Landesteile und verübt regelmäßig schwere Anschläge.[342] In Äthiopien dauern die Konflikte in den Regionen Amhara und Oromia trotz des Friedensabkommens von 2022 an;

337 African Development Bank 2023.
338 Freedom House 2025b.
339 International Crisis Group 2024a.
340 Mwangi 2025.
341 DW 2025b.
342 Freedom House 2025c.

während sich gleichzeitig die Spannungen mit Eritrea verschärften.[343]

In Westafrika haben Militärputsche in Mali, Niger und Burkina Faso zur Etablierung autoritärer Regime geführt. Parallel dazu breitet sich islamistischer Terrorismus aus: Der sogenannte *Islamische Staat in der Großsahara (ISGS)* und *Al-Qaida*-nahe Gruppen destabilisieren die Region.[344] In Nigeria führte die umstrittene Präsidentschaftswahl im Jahr 2023 zu landesweiten Protesten und tiefen gesellschaftlichen Spannungen.[345] Diese wurden zusätzlich durch wirtschaftspolitische Reformen verschärft, die international zwar Anerkennung fanden, im Inland jedoch zu rasant steigender Inflation und wachsender Armut führten.[346] Zugleich wird das Land durch die Aktivitäten der Terrororganisation *Boko Haram* destabilisiert, deren Angriffe gravierende Folgen für die Sicherheit der Bevölkerung haben.[347]

Die Lage in der Demokratischen Republik Kongo (DR Kongo) bleibt fragil, insbesondere im Osten des Landes, wo es immer wieder zu gewaltsamen Auseinandersetzungen und großflächigen Vertreibungen kommt.[348] Regionale Dynamiken und grenzüberschreitende Einflüsse tragen zur Komplexität der Situation bei, während diplomatische Bemühungen auf eine Stabilisierung hinarbeiten.[349]

Zudem **verschärfen soziale Probleme und Ungleichheiten die Lage in vielen Ländern**: Hohe Armutsraten, geringe Bildungs- und Gesundheitsversorgung sowie wachsende Jugendarbeitslosigkeit sind weit verbreitet.[350] Die Abschaffung von *USAID* unter US-Präsident Trump hat die Probleme in zahlreichen afrikanischen Ländern erheblich verschärft.[351] Epidemien wie Malaria, HIV/AIDS und Ebola belasten die schwachen Gesundheitssysteme zusätzlich[352] und der Klimawandel führt zu Dürren und Naturkatastrophen, die neue Ressourcenkonflikte verursachen.[353]

In Südafrika untergraben anhaltende Stromausfälle und weit verbreitete Korruption zunehmend das Vertrauen in staatliche Institutionen und verstärken die politische Unsicherheit im Land.[354] In Mosambik haben die umstrittenen Wahlen 2024 das Land in eine tiefe politische Krise gestürzt.[355] Außerdem beeinträchtigt der bewaffnete Konflikt mit islamistischen Gruppen in der nördlichen Provinz die Sicherheitslage und erschwert zugleich die Bemühungen der Regierung, durch internationale Gasprojekte wirtschaftliches Wachstum zu fördern und Stabilität zu erreichen.[356]

Auch in der Sahelzone verschieben sich geopolitische Allianzen spürbar: In Ländern wie Mali, Burkina Faso und Niger, die in den vergangenen Jahren durch Militärputsche geprägt waren, verlagert sich die außenpolitische Orientierung weg von westlichen Partnern zunehmend in Richtung Russland. Moskau bietet den neuen Regimen sicherheitspolitische Unterstützung – etwa durch militärische Ausbilderinnen und Ausbilder sowie Sicherheitsverträge – ohne demokratische Bedingungen zu stellen.[357] Parallel dazu festigt China seinen Einfluss durch groß angelegte Infrastrukturprojekte und umfangreiche Kreditvergaben. Das Land gilt inzwischen als wichtigster Handelspartner des afrikanischen Kontinents, was vielerorts zu einer wachsenden finanziellen Abhängigkeit führt.[358] Während auf europäischer Seite Frankreich weiterhin auf diplomatische und wirtschaftliche Kooperation setzt, verfolgt Deutschland einen partnerschaftlichen Ansatz mit Fokus auf nachhaltige Entwicklung, gute Regierungsführung und Stärkung der Zivilgesellschaft.[359]

Die aktuelle Lage der Pressefreiheit ist im Jahr 2025 in vielen afrikanischen Ländern auch laut *Reporter ohne Grenzen* überwiegend besorgniserregend (Abbildung 31). **Viele Staaten verzeichnen erhebliche Einschränkungen der Medienfreiheit, die sich in Repressionen, Zensur und Bedrohungen gegenüber Journalistinnen und Journalisten** manifestieren. Insbesondere Länder wie Eritrea, Äthiopien, Äquatorialguinea, Somalia und Simbabwe zählen zu den repressivsten weltweit in Bezug auf Pressefreiheit. In diesen Staaten sind unabhängige Medien kaum existent, und Journalistinnen und Journalisten sehen sich häufig Verhaftungen, Gewalt und anderen Formen der Unterdrückung ausgesetzt.[360] Menschenrechtsorganisationen wie Amnesty International dokumentieren eine wachsende Zahl von Verstößen gegen grundlegende Rechte, darunter Folter, willkürliche Verhaftungen und Unterdrückung politischer Opposition.[361]

343 HRW 2024a.
344 Ebd.
345 Al Jazeera 2023.
346 World Bank 2023.
347 UNDP 2024.
348 UNHCR 2024a.
349 DW 2025a.
350 UNDP 2023b.
351 DW 2025c.
352 WHO 2023.
353 WMO 2024.
354 SZ 2023.
355 DW 2024b.
356 International Crisis Group 2024b.
357 Reuters 2025a.
358 World Economic Forum 2024.
359 BMZ 2023b.
360 RoG 2025a.
361 Amnesty International 2025a.

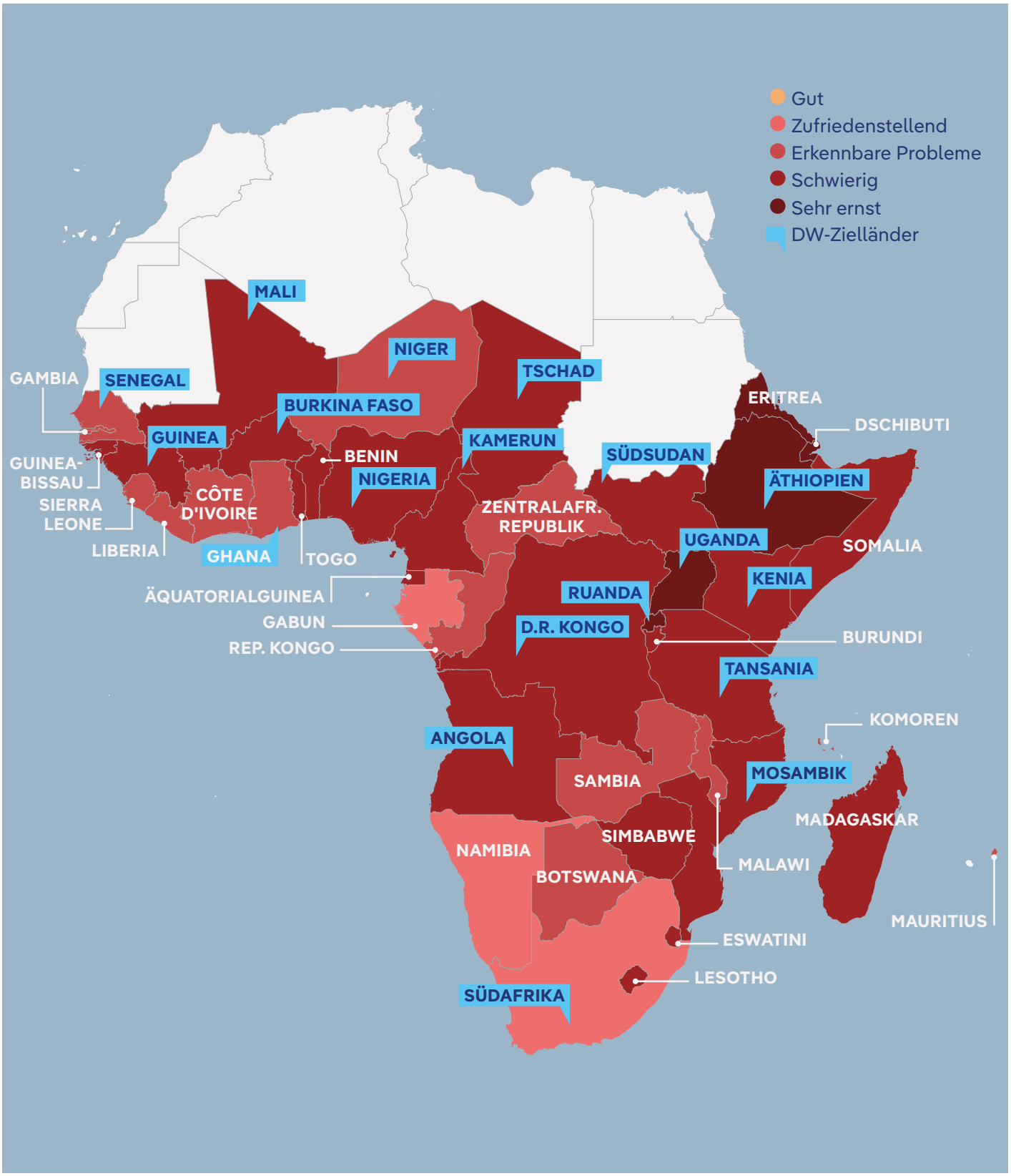


Abbildung 31: **Lage der Pressefreiheit in Subsahara-Afrika**

Stand 2025. Quelle: Eigene Darstellung und Farbgebung nach Reporter ohne Grenzen.

Auch in der Sahelregion, insbesondere in Mali, Burkina Faso und Niger, hat sich die Lage der Pressefreiheit in den letzten vier Jahren drastisch verschlechtert. Unabhängige Medienhäuser wurden geschlossen, und kritische Berichterstattung – insbesondere über sicherheitsrelevante Themen wie Terrorismus oder das Vorgehen der Streitkräfte – ist mit hohen Risiken verbunden. Ein markantes Beispiel stellen die Entwicklungen in Burkina Faso im Jahr 2023 dar. Nachdem die Behörden *Radio France Internationale (RFI)* und *France 24* vorgeworfen hatten, falsche Informationen zu verbreiten und damit die Sicherheit des Staates zu gefährden, wurden sie verboten.[362] Auch die DW und ihre lokalen Korrespondentinnen und Korrespondenten gerieten zunehmend unter Druck. Im April 2023 wurde **einem burkinischen DW-Korrespondenten die Akkreditierung entzogen**. Die Ermordung prominenter Journalistinnen und Journalisten, wie zum Beispiel Martinez Zogo in Kamerun oder John Williams Ntwali in Ruanda im Jahr 2023, verdeutlichen die Gefahr, der sich Medienschaffende in der Region aussetzen.[363] In **Kenia** bleibt wiederum die politische Einflussnahme auf Medien eine zentrale Herausforderung, etwa durch Einschüchterung kritischer Journalistinnen und Journalisten. In **Tansania** schränkt der *Media Services Act*[364] die Pressefreiheit ein und ermöglicht staatliche Kontrolle über redaktionelle Inhalte.[365]

Trotz der besorgniserregenden Lage der Pressefreiheit in vielen afrikanischen Ländern zeigt der *World Press Freedom Index* 2025 von *Reporter ohne Grenzen*, dass einige Staaten bemerkenswerte Fortschritte erzielt haben. Diese positiven Entwicklungen spiegeln sich in einer gestärkten Unabhängigkeit der Medien, einem verbesserten rechtlichen Schutz für Journalistinnen und Journalisten sowie in einer engagierten Zivilgesellschaft wider, die sich aktiv für die Verteidigung der Pressefreiheit einsetzt. **Südafrika** nimmt mit Platz 27 die führende Position auf dem afrikanischen Kontinent ein. Auch **Senegal** verzeichnet deutliche Fortschritte und verbessert sich um 20 Plätze auf Rang 34. **Botswana** bleibt im regionalen Vergleich ein Land mit relativ stabiler Pressefreiheit.[366]

Die Mediennutzung in **Subsahara-Afrika ist weiterhin von einer starken traditionellen Radionutzung** geprägt, vor allem in ländlichen Gebieten, wo die Alphabetisierungsraten niedrig sind und der Zugang zu Elektrizität und Internet eingeschränkt bleibt.[367] Fernsehen ist vor allem in urbanen Regionen verbreitet. Durch die zunehmende Verfügbarkeit von Mobilfunk- und Internetdiensten verändert sich das Mediennutzungsverhalten. In urbanen Gebieten Subsahara-Afrikas nutzen 77 % der Erwachsenen **mobile Internetdienste**, während es in ländlichen Regionen nur 56 % sind. In Kenia beispielsweise geben 73 % der Befragten an, Videos über ihr Smartphone zu konsumieren.[368]

Vor diesem Hintergrund haben **soziale Medien** in den vergangenen Jahren rasant an Bedeutung gewonnen, vor allem bei der jungen, urbanen Bevölkerung. *Facebook* bleibt die führende Plattform für soziale Vernetzung, Nachrichtenkonsum und politische Mobilisierung. *YouTube* wird verstärkt für Musik, Nachrichten und Bildungsinhalte genutzt. Besonders dynamisch wächst *TikTok*, das vor allem bei Jugendlichen beliebt ist und zunehmend auch für politische Inhalte und Aktivismus eingesetzt wird. Auch *Instagram* findet vor allem bei jungen Menschen in urbanen Zentren Anklang – insbesondere in den Bereichen Lifestyle, Mode und Influencerinnen und Influencer-Marketing. Die Nutzung sozialer Medien erfolgt nahezu ausschließlich über Smartphones; rund 70 % des gesamten Internetverkehrs in der Region werden mobil abgewickelt.[369]

Eine Herausforderung für eine freie, unabhängige und sachliche Berichterstattung bleibt der anhaltende politische Druck. In vielen Ländern dominieren **staatliche oder regierungsnahe Medien** die Informationslandschaft, während unabhängige journalistische Stimmen systematisch unterdrückt werden. Hinzu kommt das gezielte **Abschalten des Internetzugangs** durch autoritäre Regime – wie etwa regelmäßig in Äthiopien oder zuletzt im Juli 2024 während der Unruhen in Nairobi.[370]

Aufgrund dieser Herausforderungen hat die DW ihr **Medienangebot für Afrika** in den vergangenen Jahren konsequent verstärkt, regionalisiert und gezielt an die Bedürfnisse und Interessen ihrer Zielgruppen angepasst. Dafür hat sie **19 Zielländer in Subsahara-Afrika priorisiert**[371] und produziert dort maßgeschneiderte Programme für Social Media, TV, Radio und Online in sechs Sprachen: Amharisch, Englisch, Französisch, Haussa, Kisuaheli und Portugiesisch. Diese Strategie zeigt Wirkung: 2024 war Subsahara-Afrika erneut das **nutzungsstärkste Zielgebiet der DW**, mit durchschnittlich 99 Millionen Nutzenden pro Woche – ein Zuwachs von

362 Reuters 2023a.
363 HRW 2023a, 2023b.
364 Ein 2016 verabschiedetes Gesetz zur Regulierung des Mediensektors, das unter anderem dem Informationsministerium weitreichende Befugnisse zur Einschränkung von Medieninhalten einräumt.
365 Ebd.
366 RoG 2025a.
367 DWA 2023.
368 TechAfrica News 2024.
369 Datareportal 2023b.
370 Freedom House 2024d und 2025d, Access Now 2025b.
371 Siehe Liste der DW-priorisierten Länder in Kapitel 4.



Im DW-Podcast Don't Hold Back spricht Nozibele Qamngana-Mayaba mit ihren Gästen über Tabuthemen, inspirierende Geschichten und Karriere. Hier mit Maphuti Hlako – eine der wenigen Frauen in der Sport-PR-Branche.

© DW

acht Millionen im Vergleich zum Vorjahr. Dabei übertraf die Nutzung von Video-Angeboten erstmals die von Audio-Angeboten. Das Potenzial bei digitalen und sozialen Medien, insbesondere bei Frauen und jungen Zielgruppen bleibt weiterhin groß. Im *Global Media Index for Africa 2024* zählt die DW zu den sieben **bestbewerteten internationalen Medienmarken auf dem afrikanischen Kontinent**.[372] **Ein wesentlicher Erfolgsfaktor sind die vielfältigen, crossmedial entwickelten Formate**, wie zum Beispiel:

- *Eco Africa* – ein wöchentliches Umweltmagazin der DW, das innovative ökologische Projekte und nachhaltige Lösungen aus Afrika und Europa vorstellt. Das Magazin entsteht in Zusammenarbeit mit afrikanischen Partnersendern und wird in mehreren Sprachen ausgestrahlt, darunter Englisch und Haussa.

- Das Jugendformat *The 77 Percent*[373] – die DW-Plattform für Afrikas junge Generation. Im Mittelpunkt stehen die *Street Debates*, in denen wöchentlich und vor Ort mit jungen Menschen aus verschiedenen Ländern Afrikas über gesellschaftlich relevante Themen gesprochen wird. Ergänzt wird das Format durch das wöchentliche *77 Percent Magazine*, das Reportagen, persönliche Geschichten und Debatten vom Kontinent liefert. Alle zwei Monate entsteht außerdem eine Studioproduktion in Bonn.

- Die vom *AA* geförderte Serie *Shadows of German Colonialism* beleuchtet in mehreren Reels[374] und Podcasts sowie einer speziellen *Street Debate*, wie sich der koloniale Einfluss Deutschlands in Afrika bis heute auswirkt und wie die Erinnerung daran die Betroffenen prägt. Das Format wird in mehreren afrikanischen Sprachen angeboten.

- Die Serie *KAZ Sex ABCs: Africa edition* informiert wöchentlich auf unterhaltsame Weise über Themen rund um Sexualität und Beziehungen – aus authentischem afrikanischem Blickwinkel.

- *ClickITEasy* liefert Expertise zu digitaler Kompetenz. In informativen und unterhaltsamen Videos präsentieren afrikanische *Content Creators* Themen wie KI, Desinformation, Datensicherheit oder gesunden Umgang mit Medien und machen sowohl auf mögliche Chancen als auch auf potenzielle Risiken aufmerksam.

- *GirlZOffMute* gibt jungen Mädchen in Afrika eine Stimme. In persönlichen Videoreportagen hinterfragen sie die gesellschaftlichen Realitäten von Mädchen und jungen Frauen, stellen Vorbilder vor und interviewen Prominente – ungeschönt und selbstbewusst.

Das Netzwerk von Korrespondentinnen und Korrespondenten wurde in den vergangenen Jahren gezielt gestärkt. Es spielt eine zentrale Rolle bei der Umsetzung der Regionalisierung und trägt entscheidend zum Erfolg bei. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 301 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für die afrikanischen Sprachredaktionen tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund 54 Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Hinzu kam eine entsendete Feste Person in Kenia.

372 Africa No Filter & The Africa Center 2024.
373 Das Format The 77 Percent wurde bis Ende 2023 vom AA gefördert.
374 Siehe Glossar.

4.4.1 Kisuaheli

Ostafrika gilt als geopolitisch bedeutende Region – rohstoffreich, strategisch gelegen und im Fokus globaler Interessen. In **Tansania und Kenia**, den Kernstaaten des kisuahelisprachigen Angebots, stehen Regierungen seit 2022 unter wachsendem innen- und außenpolitischem Druck.

In Kenia trat Präsident William Ruto mit dem Versprechen wirtschaftlicher Erneuerung an. Doch Steuererhöhungen, eine hohe Staatsverschuldung und Korruptionsvorwürfe führten zu Protesten, die gewaltsam niedergeschlagen wurden.[375] Außenpolitisch sucht Ruto eine stärkere Rolle im regionalen **Anti-Terror-Kampf** und eine Distanzierung von der wirtschaftlichen Abhängigkeit zu China.[376] **Ein Migrationsabkommen mit Deutschland** soll der Jugendarbeitslosigkeit begegnen.[377]

In Tansania gab sich Präsidentin Samia Suluhu Hassan zunächst reformorientiert, doch politische Repression und **Gewalt gegen Oppositionelle** werfen Zweifel an ihrem Kurs auf, insbesondere der Ausschluss der größten Oppositionspartei von der anstehenden Wahl im Oktober 2025. Tansania bemüht sich um neue wirtschaftliche Partnerschaften, bleibt jedoch stark an China gebunden. Strukturelle Korruption und schwache Institutionen bremsen die wirtschaftliche Entwicklung des Landes.[378]

Das Mediensystem Kenias zählt zu den vergleichsweise freiesten in der Region und umfasst 159 Radiosender und 121 Fernsehsender. Diese Vielfalt spiegelt die dynamische Entwicklung des kenianischen Mediensektors wider, der trotz wachsender Digitalisierung weiterhin stark auf traditionelle Medien setzt.[379] Die mediale Landschaft wird maßgeblich von **privaten Medienhäusern** wie der *Nation Media Group* und der *Standard Group* geprägt, die trotz bestehender Einschränkungen einen bedeutenden Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung leisten.[380] Dennoch bleibt der staatliche Einfluss spürbar. Ein besonders prägnantes Beispiel ist die Drohung gegen den Fernsehsender *KTN* im Juni 2024: Nach kritischer Berichterstattung über Proteste gegen das Finanzgesetz – einschließlich der Erstürmung des Parlaments – drohten Regierungsstellen mit der Schließung des Senders.[381]

375 HRW 2024b.
376 BMZ 2023c.
377 BMI 2025.
378 BMZ 2023d.
379 Communications Authority of Kenya 2023a.
380 Communications Authority of Kenya 2023b.
381 Modern Ghana 2024.



Die DW begleitet junge Stimmen in Tansania: An der St. Augustine University diskutieren Studierende über die Macht sozialer Medien bei Wahlen.

Auch Tansania verfügt über eine lebendige Medienlandschaft. Nach dem plötzlichen Tod des autoritären Präsidenten John Magufuli im März 2021, der unabhängige Medien stark einschränkte und kritische Stimmen unterdrückte, brachte Samia Suluhu Hassans Machtübernahme erste hoffnungsvolle Zeichen mit sich, etwa in Form von Ankündigungen zur Pressefreiheit und Dialogbereitschaft. Diese haben sich bislang jedoch nicht in nachhaltigen Reformen niedergeschlagen.[382] In Tansania dominieren **staatlich kontrollierte Medien**, etwa die *Tanzania Broadcasting Corporation (TBC)* oder die Tageszeitung *Daily News*. Ergänzt wird die Medienlandschaft durch private Anbieter wie *IPP Media (u. a. ITV)* und *Clouds Media Group*.[383]

Die **Lage der Pressefreiheit und der Menschenrechte** bleibt in beiden Ländern fragil. Im Pressefreiheitsindex 2025 von *Reporter ohne Grenzen* belegt Tansania Platz 95, Kenia folgt auf Rang 117 von insgesamt 180 Ländern. In beiden Fällen wird die Pressefreiheit als „schwierig" eingestuft.[384] Insbesondere bei regierungskritischen Themen ist die redaktionelle Unabhängigkeit deutlich eingeschränkt und unabhängige Medien stehen unter erheblichem politischem und wirtschaftlichem Druck. Kritische Journalistinnen und Journalisten sind häufig Einschüchterung, Überwachung oder strafrechtlicher Verfolgung ausgesetzt – was die Qualität, Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit der Berichterstattung erheblich beeinträchtigt.[385]

Vor diesem Hintergrund gewinnen **soziale Medien** wie *YouTube, Facebook, TikTok* sowie der Messengerdienst *WhatsApp* zunehmend an Bedeutung.[386] Zudem wenden sich viele Nutzende internationalen Medienanbietern wie der DW oder der *BBC* zu – was diese veranlasst, ihre digitale Präsenz und ihr Programmangebot vor allem online weiter auszubauen (Abbildung 32). *Voice of America (VOA)* bietet TV-, Radio- und umfangreiche digitale Inhalte auf Kisuaheli an. Allerdings mussten die von der *USAGM* finanzierten Angebote im Jahr 2025 ihre Arbeit weitgehend einstellen.[387] Mit den beiden Büros in Nairobi und Dar es Salaam deckt beispielsweise das Kisuaheli-Angebot der *BBC* die Region umfassend ab. Im Kenia-Büro, wo über 300 Mitarbeitende beschäftigt sind, produziert die *BBC* u. a. Inhalte für ihre *BBC Africa*-Plattform.

Das kisuahelisprachige Angebot der DW: Multimedial und dialogorientiert

Durch verstärkte Regionalisierung und den gezielten Ausbau von *On-Demand*-Angeboten[388] stärkt die DW mit ihrem Kisuaheli-Programm seine Präsenz in Ostafrika und richtet sich gezielt an eine digitalaffine Zielgruppe. Die DW verfolgt einen **crossmedialen Ansatz über Radio, TV, Online und Social Media**, um Menschen in der Region mit einem vielfältigen, regional ausgerichteten Informationsangebot zu erreichen. Im Fokus stehen aktuelle Nachrichten, gesellschaftliche Themen und Aufklärung zu Tabus, die vor Ort selten offen diskutiert werden.

382 DW 2025b.
383 Media Ownership Monitor Tanzania 2022.
384 RoG 2025a.
385 RoG 2025e, RoG 2025f.
386 Datareportal 2023c, Datareportal 2024a.
387 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.
388 Siehe Glossar.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	×	×	×
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	-	×	×
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
China	**China Radio International (CRI)**	-	×	×
Türkei	**TRT**	-	×	-

Abbildung 32: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Kisuaheli**
Stand 2. Halbjahr 2024

Im Radiobereich werden täglich – morgens, mittags und abends insgesamt zweieinhalbstündige Livesendungen ausgestrahlt, mit aktuellen Nachrichten und thematischen Beiträgen zu Demokratie, Gesundheit, Menschenrechten und gesellschaftlichen Tabus. Formate wie *Jukwaa la Manufaa* (Stimmen aus der Zivilgesellschaft), *Afya Yako* (Gesundheit) oder *Habari* (Nachrichten) veranschaulichen die thematische Vielfalt. Die Sendungen werden parallel auf *YouTube* und *Facebook* gestreamt und stehen im Anschluss als Audio-*On-Demand* zur Verfügung. Insgesamt hat die **DW 88 Radiopartner**, darunter *Radio Maisha* in Kenia sowie *Capital Radio* und *Radio Free Africa* in Tansania.

Das Fernsehangebot umfasst mehrere **regionalisierte und zielgruppengerecht aufbereitete Videoformate**, darunter einige aus der Sendung *The 77 Percent*. Gemeinsam mit *Star TV* (Tansania) und *Citizen TV* (Kenia) bietet die DW eine wöchentliche **Bundesliga-Schalte** an. Ergänzt wird das Programm durch das interaktive *Radio Filmée*-Format, welches mit *Mjadala wa Siku* (Tagesthema) wochentäglich eine zwölf-minütige monothematische[389] Diskussion zu einem aktuellen Thema beinhaltet. Hinzu kommen die wöchentliche ausführliche Diskussionsrunde *Maoni Mbele ya Meza Duara* (Runder Tisch) und *Kurunzi Live* (Live unter der Lupe).

Für ein jüngeres Publikum bietet die DW auf *TikTok* täglich kurze **Infotainment-Clips** zu trendigen Themen, vor allem zu lokalem und internationalem politischem Geschehen, gesellschaftsrelevanten Themen, Sport und Kulturvergleichen (Abbildung 33).

389 Siehe Glossar.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/sw	698 Artikel 30 Videos 173 Audios
YouTube	DW Kiswahili	137 Videos
Facebook	DW Kiswahili	375 Posts
Instagram	DW Kiswahili	305 Posts
TikTok	DW Kiswahili	31 Posts

Abbildung 33: **Online-Angebote der DW in Kisuaheli mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 71 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Kisuaheli tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund elf Vollzeitäquivalenten eingesetzt.

Nutzung: Stabile Radiopräsenz und differenzierte digitale Nutzung

Die DW bleibt mit ihren Kisuaheli-Programmen eine relevante Kraft in der ostafrikanischen Medienlandschaft. **In Kenia erreichten die Kisuaheli-Radiosendungen** der DW jede Woche 7 % der Gesamtbevölkerung – allerdings mit starken regionalen Unterschieden. In den Regionen Coast, Nyanza und Western Kenia lag die Reichweite zwischen 35 und 30 % der Bevölkerung. Im Fernsehbereich erzielten die wöchentlichen DW-Programme – vor allem die Bundesliga-Übertragungen in Kisuaheli über den Partnersender *Citizen TV* – eine Reichweite von 10 %.

Auch **in Tansania ist die DW fest etabliert: 65 % der Bevölkerung kennen die Marke** – ein seit Jahren stabiler Wert. Wöchentlich nutzten 34 % der Bevölkerung die DW-Angebote über Radio und Fernsehen. Im Radiobereich erreichten die Kisuaheli-Sendungen wöchentlich 30 % der Gesamtbevölkerung und lagen damit knapp hinter der *BBC* mit 34 %. Nachrichteninhalte erzielten die höchste Nutzung. Das Mobiltelefon etablierte sich als wichtigstes Empfangsgerät für den Radiokonsum. Zu den stärksten Partnern zählten *Radio Free Africa, Triple A FM* und *U FM*.[390]

Im Digitalen verzeichnete *DW Kisuaheli* eine gemischte, insgesamt aber dynamische Entwicklung. *YouTube* verzeichnete in der zweiten Jahreshälfte 2024 einen starken Zuwachs im Vergleich zum selben Zeitraum 2021, was das Potenzial für eine jüngere, visuell orientierte Zielgruppe unterstreicht. *TikTok* wurde 2024 neu eingeführt und erreichte bereits über 193.000 Views pro Monat – ein wichtiger Schritt zur Ansprache der jungen Zielgruppe. *Instagram* verzeichnete in der zweiten Jahreshälfte 2024 zwar einen leichten Rückgang der durchschnittlichen Reichweite um 4 % gegenüber 2021 – von 449.000 auf 438.000 Views –, blieb jedoch ein **zentraler Kanal mit stabiler Community** und **hoher Relevanz** für die Zielgruppe.

390 Siehe Studienverzeichnis: RM_13 und RM_11.

Die Entwicklung auf *Facebook* wies einen deutlichen Abwärtstrend auf: Im Vergleich zur zweiten Jahreshälfte 2021 ging die durchschnittliche monatliche Nutzung von Videoinhalten bis zur zweiten Jahreshälfte 2024 um 79 % zurück – von 3,2 Millionen auf 679.000 Views. Dieser drastische Rückgang ist im Wesentlichen auf die Beendigung der Zusammenarbeit mit zentralen Distributionspartnern und Influencerinnen und Influencern zurückzuführen, die zuvor maßgeblich zur Reichweite beigetragen hatten. Die Kooperationen wurden aufgrund auslaufender Fördermittel sowie aus wirtschaftlichen Gründen seit 2024 vorerst pausiert.

Akzeptanz: Gesundheitssendung trifft auf starkes Interesse

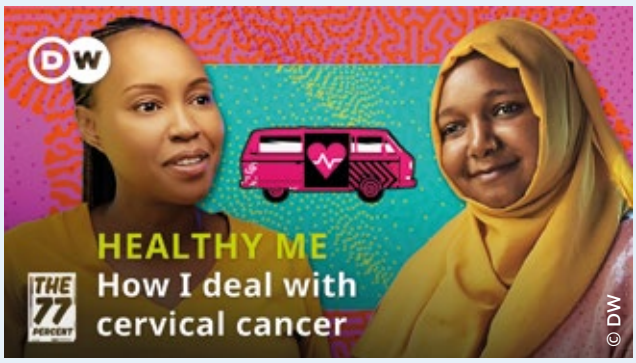
Im Evaluationszeitraum führte die DW in Tansania qualitative Forschung zum Piloten der Gesundheitssendung *Healthy Me! No Cap* durch.[391] Die Ergebnisse zeichneten ein insgesamt **sehr positives Bild**: Die Sendung wurde als gelungene Kombination aus verlässlichen Informationen und unterhaltsamer motivierender Aufbereitung und wahrgenommen. Auch der aus Nigeria stammende Host der Sendung wurde von der Zielgruppe in Tansania gut angenommen.



Er erklärt die Dinge sehr gut und er fasst sehr gut zusammen.

Zielgruppenmitglied, Tansania, weiblich

Gleichzeitig wurden Verbesserungsvorschläge geäußert. Insbesondere das *Voice-over*[392] auf Kisuaheli wurde vereinzelt als störend empfunden, da es die Konzentration auf die Inhalte erschwerte. Viele Befragte bevorzugten stattdessen gut lesbare Untertitel.



Was mich etwas gestört hat, ist der Übersetzer (...) man weiß nicht wirklich, wem man zuhören soll und wem nicht.

Zielgruppenmitglied, Tansania, männlich

Das Angebot schnitt insgesamt aufgrund des großen Interesses an Themen der körperlichen und mentalen Gesundheit in der Zielgruppe gut ab. Die digitale Form des Formats, die Zusammenarbeit mit lokalen Protagonistinnen und Protagonisten sowie das Erzählen von authentischen Geschichten stießen auf breite Zustimmung.

391 Siehe Studienverzeichnis: AS_6.

392 Siehe Glossar.

4.4.2 Haussa

Der Haussa-Sprachraum erstreckt sich über weite Teile West- und Zentralafrikas und umfasst Regionen in Nigeria, Niger, Mali, Nordghana sowie punktuell in der DR Kongo. **Die DW konzentriert sich in ihrer Berichterstattung und Programmarbeit vorrangig auf Nigeria und Niger**, da über 85 % der haussasprachigen Community in diesen beiden Ländern beheimatet ist.[393] Die Gesellschaften in der Region sind geprägt von traditionellen Strukturen, einem starken islamischen Einfluss sowie einer dynamisch wachsenden jungen Bevölkerung. Politisch kennzeichnet den Raum eine Mischung aus Instabilität, gewaltsamen Konflikten und schwachen staatlichen Institutionen, was die mediale Arbeit vor Ort zugleich herausfordernd und bedeutend macht.

In Nigeria steht das politische System vor Herausforderungen wie Korruption, Gewalt und einer insgesamt schwachen Rechtsstaatlichkeit. Obwohl das Land formal eine Demokratie mit regelmäßigen Wahlen ist, werden diese oft von Manipulationsvorwürfen, politischer Gewalt und regionalen Machtkämpfen begleitet. Vor allem im Norden verliert der Staat zunehmend an Kontrolle – dort prägen Unsicherheit, religiöse Spannungen und der Kampf gegen die Terrorgruppe *Boko Haram*[394] das gesellschaftliche Klima.[395] Auch in Niger hat sich die Lage seit dem Militärputsch 2023 grundlegend gewandelt:[396] Eine militärische Übergangsregierung ersetzte die demokratisch gewählte Führung und leitete einen politischen Kurswechsel ein. Außenpolitisch distanzierte sich das Land zunehmend von seinen westlichen Partnern – allen voran von Frankreich. Dagegen gewinnt Russland zunehmend sicherheitspolitischen Einfluss durch das sogenannte *Africa Corps*, Nachfolger der Söldnergruppe *Wagner*.[397] Gleichzeitig steigt die wirtschaftliche Abhängigkeit von China.[398]

Im Evaluationszeitraum haben sich die Lage der Menschenrechte und der Pressefreiheit in Nigeria und

393 WorldData.Info 2025.

394 *Boko Haram* ist eine islamistische Terrorgruppe aus Nigeria, die seit 2009 durch Gewalt und Anschläge für einen islamischen Staat kämpft. Ihr Name bedeutet sinngemäß „westliche Bildung ist Sünde“.

395 Freedom House 2024e.

396 Freedom House 2024f.

397 Die Africa Corps, die offizielle Nachfolgeorganisation der Söldnergruppe Wagner, ist eine russische paramilitärische Söldnerorganisation, die im Auftrag des Kremls militärische Operationen unter anderem in Afrika durchführt und dabei internationale Menschenrechtsstandards häufig missachtet. Lechner et al. 2024.

398 Chatham House 2023.



DW Hausa – seit über 60 Jahren verlässliche Stimme in Nordnigeria und Niger. Das Programm überzeugt mit Rekordreichweiten im Radio und bei innovativen Social-Media-Formaten.

Niger deutlich verschlechtert. Auf der Rangliste der Pressefreiheit 2025 von *Reporter ohne Grenzen* liegt Nigeria auf Rang 122 und Niger auf Rang 83 von insgesamt 180 Staaten.[399] Journalistinnen und Journalisten werden zunehmend eingeschüchtert, überwacht oder willkürlich festgenommen, insbesondere bei regierungskritischer Berichterstattung. Auch die **Rechte von Frauen und zivilgesellschaftlichen Organisationen** sind in beiden Ländern nur unzureichend gewährleistet. Nach dem Militärputsch im Juli 2023 hat die Übergangsregierung in Niger die Repressionen gegen unabhängige Medien verschärft – so wurde beispielsweise dem Sender *Radio France Internationale (RFI)* die Sendelizenz entzogen.[400]

Im haussasprachigen Teil Nigerias und in Niger stellt das Radio nach wie vor das wichtigste Medium für die Informationsvermittlung dar, insbesondere in ländlichen Regionen, in denen Alphabetisierungsraten niedrig und digitale Zugänge begrenzt sind. In beiden Ländern empfangen Millionen Menschen täglich Programme auf Haussa, die von lokalen Sendern aber auch von internationalen Akteuren wie *BBC Hausa, VOA Hausa* und *Radio RFI* produziert werden (Abbildung 34).[401] *BBC* bietet Fernsehdienste auf Haussa an, wobei die Ausstrahlung vor allem in urbanen Regionen präsent ist. *VOA* bietet TV-, Radio- und umfangreiche digitale Inhalte auf Haussa an. Laut einer Reichweitenstudie von 2022 erreichte die *BBC* in Nigeria 44,9 % der Zielgruppe über TV und 28,5 % über Radio. *VOA* erzielte über TV und Radio zusammen 19 %, während *RFI* über Radio 6,6 % erreichte.[402] Allerdings mussten ***USAGM*** finanzierten Angebote im Jahr 2025 ihre Arbeit weitgehend einstellen.[403]

In Nigeria dominiert der staatliche Anbieter *Nigerian Television Authority (NTA)*, ergänzt durch private Sender wie *Africa Independent Television (AIT)*. In Niger ist das öffentlich-rechtliche *Télé Sahel* der Hauptanbieter.[404] Die Internetnutzung hat in Nigeria in den letzten Jahren deutlich zugenommen, insbesondere im südlichen Teil des Landes. Über 40 % der haussasprachigen Zielgruppe in Nigeria sind täglich online.[405] In Niger hingegen liegt die Quote mit 23 % der Zielgruppe deutlich niedriger. In beiden Ländern zählen ***WhatsApp, Facebook, YouTube, TikTok* und *X* zu den meistgenutzten Plattformen**, nicht nur für private Kommunikation, sondern zunehmend auch für politischen Austausch und Nachrichtenkonsum.[406]

Das haussasprachige Angebot: Zunehmend digitalisiert

Das haussasprachige Programm der DW verfolgt das Ziel, verlässliche Informationen, gesellschaftliche Debatten und vielfältige Perspektiven insbesondere für junge Zielgruppen in der Region bereitzustellen. Inhaltlich stehen dabei **politische Bildung, gesellschaftlicher Dialog, Frauen- und Jugendthemen sowie Sport** im Mittelpunkt. Um diesen Anspruch zukunftsorientiert umzusetzen und eine nachhaltige Relevanz im digitalen Mediennutzungsverhalten – insbesondere bei jungen Menschen – zu

399 RoG 2025a.
400 RoG 2025g.
401 Afolabi 2023.
402 Siehe Studienverzeichnis: RM_10.
403 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.
404 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024b.
405 Datareportal 2024b.
406 Datareportal 2024c.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	×	×	×
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	-	×	×
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
China	**China Radio International (CRI)**	-	×	×
Türkei	**TRT**	-	×	-

Abbildung 34: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Haussa**
Stand 2. Halbjahr 2024

sichern, hat die DW ihr Angebot weiterentwickelt und **regional differenziert** ausgebaut.

Um die deutlich zunehmende Nutzung digitaler Plattformen aufzugreifen und mediale Angebote dort verfügbar zu machen, wo sie konsumiert werden, wurde die **Ausspielung über Kurzwelle** Anfang 2024 eingestellt – nicht als Rückzug aus dem Audiobereich, sondern als konsequente Umstellung auf digitale Verbreitungswege. Die DW sendet weiterhin von Montag bis Freitag live zweieinhalb Stunden täglich unterschiedliche Formate, die von 82 UKW-Partnerstationen in Nigeria und Niger wiederausgestrahlt werden.

Zu den meistgehörten Informationssendungen im Haussa-Sprachraum gehören die Formate *Harkokin yau* (Tagesgeschehen) sowie *Ra'ayin Malamai* (Fachmeinungen). Besonders beliebt bei jungen Hörerinnen und Hörern sind Angebote wie das Frauenmagazin *Abu Namu* (Unsere Themen), die bildende Hörspielreihe *Ji ka karu* (Learning by Ear) sowie die wöchentlichen Bundesliga-Live-Audiokommentare.

Parallel dazu hat die DW ihr digitales Portfolio gezielt erweitert (Abbildung 35). *On-Demand*-Inhalte[407] und regionale Formate spielen eine zentrale Rolle in der strategischen Neuausrichtung. So spricht das wöchentliche Videoformat *Kallabi* (Fokus auf), produziert mit dem nigerianischen Partner *Freedom Radio*, gezielt junge Frauen an – über *Instagram, TikTo*k und *Facebook*. Themen wie weibliche Vorbilder, Gesundheit und Unterhaltung stehen dabei im Fokus. Weitere Formate wie *Duniyarmu a mako* (Wochengeschehen) oder *Gaskiyar Magana* (Ehrliches Gespräch) bieten wöchentliche Nachrichtenrückblicke und Plattformen für gesellschaftspolitische Diskussionen. Auch über die Webseite der DW können Nutzende das Radioprogramm per Livestream (z. B. *Labaran sauti* – Audionachrichten) und vertiefende Beiträge wie *Rahotanni* (Reportagen) abrufen.

Im Bereich TV wurde das Haussa-Angebot ebenfalls modernisiert. Gemeinsam mit dem Partnersender *Arewa24* wird das Jugendformat *The 77 Percent* wöchentlich adaptiert und ausgestrahlt. Weitere Bewegtbildformate wie *Keke da Keke*, eine Mini-Serie zu Straßen-Debatten, oder das Projekt *Shadows of German Colonialism* stärken die Sichtbarkeit der DW im haussasprachigen Raum.

Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 42 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Haussa tätig waren.

407 Siehe Glossar.



Die wöchentlichen Bundesliga-Live-Audiokommentare sind besonders beliebt bei jungen Hörerinnen und Hörern.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/ha	212 Artikel 17 Videos 199 Audios
YouTube	DW Hausa	62 Videos
Facebook	DW Hausa	429 Posts
Instagram	DW Hausa	143 Posts
TikTok	DW Hausa	18 Posts

Abbildung 35: **Online-Angebote der DW in Haussa mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund 14 Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Darüber hinaus kooperiert die DW mit über 80 Radiopartnern, darunter *Freedom Radio* (Nigeria) und *Radio Prive Nagarta FM* (Niger). Im TV-Bereich bestehen Kooperationen mit neun Partnern, u. a. mit *Trust TV* aus Nigeria. Hinzu kommen sechs Online- und Social-Media-Partnerschaften, etwa mit *Exclusively News Hausa* und *DCL* (Nigeria). Diese enge Zusammenarbeit sichert nicht nur **regionale Relevanz**, sondern stärkt auch die **Glaubwürdigkeit und Reichweite** der Inhalte im lokalen Medienumfeld.

Nutzung: Stabile Radionutzung und dynamisches digitales Wachstum

Dank einer konsequent weiterentwickelten Radiostrategie mit regionalisierten, marktorientierten Formaten und der engen Zusammenarbeit mit reichweitenstarken UKW-Partnern erreichte die DW mit ihrem Haussa-Radioangebot eine wöchentliche Nutzung von 10 %. Damit lag sie hinter der *BBC* (17 %), gleichauf mit VOA und deutlich vor Mitbewerbern wie *Radio France Internationale (RFI)* oder *China Radio International (CRI)*.

Formate wie *Abu Namu* (Unsere Sache), *Ji Ka Karu* (Learning by Ear) oder *Dandalin Matasa* (Jugendforum) erreichten wöchentlich 5 bis 7 % der Bevölkerung – ein klarer Indikator für die **Relevanz zielgruppenspezifischer, regionalisierter Inhalte**.

Dass das Angebot geschätzt wurde, zeigte auch die Nutzendenbewertung: 88 % der Haussa-Nutzenden stuften die DW als „sehr relevant" ein. Besonders starke Reichweiten verzeichnete die DW über ihre lokalen FM-Partner – unter anderem *Dandal Kura International* mit 12 % und *Freedom Radio* mit 7 %, mit dem die DW das Format *Kallabi* (Fokus auf ...) gemeinsam produzierte. Auch im TV-Bereich erzielte das Haussa-Angebot eine wöchentliche Nutzung von bis zu 5 % – vor allem durch das Format *The 77 Percent*, das über den privaten TV Sender *Arewa24* wöchentlich auf Haussa adaptiert und ausgestrahlt wurde.[408]

Im zweiten Halbjahr 2024 verzeichnete die DW im Bereich der digitalen Nutzung einen Anstieg der durchschnittlichen monatlichen Videoabrufe von 5,3 Millionen auf 7,0 Millionen – ein Wachstum von fast 30 % im Vergleich zum selben Zeitraum im Jahr 2021. Haupttreiber dieser Entwicklung waren die **sozialen Medien**: Mit einem Zuwachs von 42 % – von durchschnittlich 3,9 auf 5,5 Millionen monatliche Views – stellte dieser Bereich die zentrale Kraft im digitalen Wachstum dar. *YouTube* entwickelte sich dabei besonders dynamisch: Die durchschnittlichen monatlichen Abrufe stiegen von 25.000 auf 357.000 Views – ein bemerkenswerter Anstieg um 1.328 %. Auch *Instagram* verzeichnete ein deutliches Wachstum: Die durchschnittliche monatliche Nutzung stieg von 42.000 im Jahr 2021 auf über 318.000 Views in 2024 – ein Plus von 657 %. Der Zuwachs ging vor allem auf ein junges, urbanes Publikum zurück. *TikTok*, erst seit 2024 Teil des Haussa-Portfolios, erreichte im zweiten Halbjahr 2024 bereits durchschnittlich 1,46 Millionen monatliche Views – ein eindrucksvoller Beleg für das hohe Potenzial dieser Plattform in der Haussa-Zielgruppe. Im Gegensatz dazu zeigte *Facebook* – nach einem Höchststand im Jahr 2023 – einen Rückgang um 11 % gegenüber dem Vergleichsjahr 2021. Mit durchschnittlich 3,41 Millionen monatlichen Views blieb *Facebook* dennoch der reichweitenstärkste Kanal im Haussa-Angebot der DW.

Akzeptanz: Inhalte mit starker Wirkung

Im Evaluationszeitraum führte die DW in Nigeria qualitative Forschung zum jugendorientierten Multimedia-Format *The 77 Percent*[409] und dem Social-Media-Videoformat *Kallabi*[410] durch. Die Ergebnisse zu *The 77 Percent* zeigten ein insgesamt sehr positives Bild: Das Format wurde von der Zielgruppe in Nigeria als **innovativ, unterhaltsam und informativ** beschrieben. Besonders geschätzt wurde die konstruktive Berichterstattung, die relevante gesellschaftliche Themen anspricht, lösungsorientiert argumentiert und sowohl männliche als auch weibliche Vorbilder präsentiert.

> ***Es ist unterhaltsam und vermittelt gleichzeitig eine Botschaft, der man aufmerksam folgen möchte.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Nigeria, männlich**

408 Siehe Studienverzeichnis: RM_10.

409 Siehe Studienverzeichnis: AS_2.

410 Siehe Studienverzeichnis: AS_11.



Für mich spiegelt das Programm die Vielfalt Afrikas wider – seine Kultur, Menschen, Traditionen und wie andere Kulturen gewisse Dinge wahrnehmen.

Zielgruppenmitglied, Nigeria, weiblich

Einige Themen stießen jedoch in bestimmten Regionen auf kulturelle Barrieren. Besonders im konservativen Norden Nigerias gab es Ablehnung gegenüber Inhalten zu Homosexualität und Transidentität. Moderne weibliche Rollenbilder wurden teilweise ebenfalls abgelehnt. Gleichzeitig gab es ein großes Interesse an gesellschaftlich-relevanten Themen wie Beschneidung, Abtreibung oder Frühverheiratung – vor allem bei weiblichen Zielgruppenmitgliedern.

Das Thema Abtreibung und weibliche Genitalverstümmelung hat mich am meisten interessiert. Alles, was mit Frauen zu tun hat, möchte ich sehen.

Zielgruppenmitglied, Nigeria, männlich

Das Format *Kallabi* fand bei Zuschauerinnen und Zuschauern ebenfalls große Zustimmung. Besonders geschätzt wurden Authentizität sowie praxisnahe Themen wie Familiengesundheit, Bildung und wirtschaftliche Selbstständigkeit. Persönliche Geschichten über Resilienz und Selbstbestimmung ermöglichten eine tiefe Identifikation, insbesondere für weibliche Zuschauerinnen.

Die Qualität der Produktion und die Informationen, die ich gerade erhalten habe, sind sehr interessant.

Zielgruppenmitglied[411], Nigeria



Die Videos klären auf und tragen dazu bei, mein Verständnis von Frauen zu fördern.

Zielgruppenmitglied, Nigeria, weiblich

Auch männliche Zuschauer erkannten die Relevanz der Inhalte an. Neben der positiven Resonanz wurde vereinzelt Verbesserungspotenzial geäußert: Teilnehmerinnen und Teilnehmer schlugen vor, persönliche Erzählungen stärker mit Expertinnen- und Expertenwissen und Community-Stimmen zu ergänzen. Auch die Verwendung von Haussa-Untertiteln statt Voiceover wurde empfohlen, um *Kallabi* noch inklusiver zu machen.

411 Geschlecht in diesem Fall nicht angegeben; in Folge immer dort gekennzeichnet, wo Daten vorliegen.

4.4.3 Amharisch

Seit dem Amtsantritt von Premierminister Abiy Ahmed im Jahr 2018 hat Äthiopien tiefgreifende politische Veränderungen erlebt. Zwar leitete die Regierung zunächst Reformen ein, wie die Freilassung politischer Gefangener und ein Bekenntnis **zu mehr Pressefreiheit, allerdings erschwerten ethnische Spannungen und regionale Konflikte nachhaltige Fortschritte**. Der Krieg gegen die *Volksbefreiungsfront von Tigray (TPLF)* in der Region Tigray (2020 bis 2022), der erst mit einem Friedensabkommen in Pretoria endete, forderte 600.000 Menschenleben und erschütterte das Land.[412] Auch danach blieben die Spannungen in Regionen wie Oromia und Amhara bestehen. 2024 verschärften sich die Konflikte erneut, etwa durch Kämpfe mit *Fano*[413]-Milizen in Amhara und einem anhaltenden Ausnahmezustand. Gleichzeitig führten politische Entscheidungen, wie das umstrittene Abkommen mit Somaliland über Zugang zum Roten Meer zu diplomatischen Spannungen mit Somalia, das darin eine Verletzung seiner Souveränität sah.[414] Zudem sorgt der Streit mit Ägypten und Sudan über den Nil-Staudamm seit 2011 für politische Spannungen in der Region.[415] Neben der angespannten politischen Lage bleibt auch die wirtschaftliche Situation kritisch. Trotz eines neuen Gesetzes zur Übergangsjustiz und eingeleiteter Reformbemühungen sieht sich Äthiopien weiterhin mit hoher Inflation, wachsender Staatsverschuldung und zunehmender Unzufriedenheit in der Bevölkerung konfrontiert.[416]

Seit dem Ausbruch des Bürgerkriegs hat sich **die Lage der Pressefreiheit in Äthiopien deutlich verschlechtert**. Das Land zählt inzwischen zu den stark zensierten Medienmärkten und belegt in der 2025 von *Reporter ohne Grenzen (RoG)* veröffentlichten Rangliste der Pressefreiheit Platz 145 von 180.[417] Zwar ist die Medienlandschaft unter Premierminister Abiy Ahmed pluralistischer als unter dem Vorgängerregime, doch bleibt sie stark polarisiert und von Meinungsjournalismus geprägt.[418] Regierung und *TPLF* nutzen gezielt Propaganda

412 Amnesty International 2025b.
413 Fano ist eine lose organisierte, amhara-nationalistische Miliz in Äthiopien, die ursprünglich als Jugendbewegung entstand und seit 2018 zunehmend durch bewaffnete Aktivitäten und Konflikte mit Regierungstruppen sowie anderen ethnischen Gruppen auffällt.
414 Reuters 2024c.
415 Reuters 2023b.
416 Haylemariam 2024.
417 RoG 2025h.
418 Ebd.



Seit dem Ausbruch des Bürgerkriegs hat sich die Lage der Pressefreiheit in Äthiopien deutlich verschlechtert. Die DW hält dagegen und baut ihre Berichterstattung aus, um freie Informationen zu sichern.

Solomon Muche/DW

und Desinformation, die auch über soziale Medien und regierungsnahe Plattformen verbreitet werden.[419] Ein neues Mediengesetz von 2021 versprach mehr Schutz für Journalistinnen und Journalisten, wird in der Praxis jedoch häufig unterlaufen. Vage Anti-Terror- und Hassredegesetze ermöglichen harte Strafen und führen immer wieder zu willkürlichen Verhaftungen. Der Ausnahmezustand in Amhara hebelt zudem journalistische Schutzrechte weitgehend aus. Selbstzensur ist weit verbreitet, Übergriffe auf Reporterinnen und Reporter nehmen zu – insbesondere bei kritischer Berichterstattung über die Konflikte in Tigray und Amhara.[420]

Die Lage für Journalistinnen und Journalisten in Äthiopien hat sich in den vergangenen Jahren dramatisch verschärft. Allein im Jahr 2024 wurden mindestens 43 Journalistinnen und Journalisten verhaftet oder entführt – ein besorgniserregender Trend, der die ohnehin angespannte Pressefreiheit im Land weiter untergräbt.[421]

Auch internationale Medien sind zunehmend von staatlichen Repressionen betroffen. Anfang 2023 wurden rund 15 ausländische Sender[422] von den äthiopischen Behörden suspendiert, zudem kommt es vermehrt zu Ausweisungen internationaler Korrespondentinnen und Korrespondenten. Betroffen ist auch die DW: Ihre lokalen Mitarbeitenden erhalten lediglich befristete Akkreditierungen, die jährlich und nur nach Prüfung der Berichterstattung verlängert werden. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 21 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Amharisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund sieben Vollzeitäquivalenten eingesetzt.

Die ohnehin schwierige Sicherheitslage für Journalistinnen und Journalisten verschärft sich weiter und variiert stark je nach Region. So musste 2024 ein DW-Regionalreporter aus Amhara aufgrund ethnopolitischer Gewalt in die Hauptstadt Addis Abeba versetzt werden. Auch für andere Anbieter wie *Voice of America (VOA)* und *BBC* war die Lage vor Ort schwierig. Die *BBC* operiert von ihrem Büro in Nairobi aus, hat jedoch ein Büro von *BBC Media Action* in Addis Abeba. Zudem sah sich die *BBC* gezwungen, Teile ihres Teams aus Sicherheitsgründen abzuziehen.[423] *VOA* blieb zunächst, obwohl sie kein Büro in Äthiopien hatten, mit Sendungen in Amharisch, Oromo und Tigrinya führend unter den internationalen Anbietern.[424] Durch die Sparmaßnahmen unter Trump wurden auch alle drei äthiopischen Sprachdienste von *VOA* – Amharisch, Oromo und Tigrinya – eingestellt.[425]

Die nationale Medienaufsichtsbehörde hat die Übernahme von Inhalten internationaler Medienhäuser wie der DW inzwischen offiziell untersagt, woraufhin viele der Wettbewerber ihr TV-Angebot eingestellt haben. Der digitale Zugang zu Internetseiten, wie der DW Webseite bleibt in vielen Teilen des Landes eingeschränkt. Das *Jamming*[426] der Kurzwelle wurde allerdings bereits 2018 eingestellt. Gleichzeitig versucht die Regionalverwaltung in Amhara seit 2024, durch ein Verbot von Satellitenübertragungen den Zugriff auf ausländische, regierungskritische Medien gezielt zu unterbinden.[427] Insbesondere in den Konfliktregionen Tigray (seit 2020) und Amhara (seit 2023) kommt

419 Ebd.
420 Ebd.
421 Tadesse 2024.
422 Zu diesen Sendern, die alle in somalischer Sprache senden und ihren Hauptsitz außerhalb Äthiopiens haben, gehören BBC Somali, Kalsan TV, Universal TV, Horyaal TV, Eryal TV, CBA TV, Horn Cable TV, Star TV, RTN Somali TV, STN TV, Goobjoog TV, Saab TV, Sahan TV, MM TV und Five Somali TV.
423 AEJ 2024, BBC 2024d.
424 VOA 2017.
425 Birr Metrics 2025. Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.
426 Siehe Glossar.
427 BBC 2024d.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	×	-
USA	**Voice of America (VOA)**	-	×	×

Abbildung 36: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Amharisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

es zudem regelmäßig zu gezielten Netzsperren und regionalen Abschaltungen des mobilen Internets – trotz anderslautender Erklärungen der Regierung.[428]

In Äthiopien zählt das Fernsehen zu den wichtigsten Nachrichtenquellen. Besonders auffällig ist der Anstieg der TV-Verbreitung: Seit 2018 hat sich der Anteil der Menschen mit einem Fernseher im Haushalt von 17 % auf 39 % mehr als verdoppelt.[429] Neben dem Fernsehen bleibt auch das Radio ein zentraler Informationskanal, aber auch soziale Medien schließen auf. Insbesondere bei der jüngeren Bevölkerung zeigt sich ein klarer Trend zur digitalen Mediennutzung: Soziale Netzwerke haben das Radio in dieser Zielgruppe inzwischen überholt. Am beliebtesten sind die Plattformen *Facebook, Telegram, TikTo*k und *YouTube*.[430] Trotz des digitalen Wachstums bleibt der Zugang zum Internet stark eingeschränkt. Mit einer Internetverbreitung von lediglich 19,4 % im Jahr 2024 liegt Äthiopien weiterhin deutlich unter dem regionalen Durchschnitt und gehört zu den am schwächsten vernetzten Ländern Afrikas.[431]

Das amharischsprachige DW-Angebot: Regionalisierte Inhalte auf allen Plattformen

Angesichts der tiefgreifenden politischen Umbrüche in Äthiopien und des rückläufigen Liberalisierungskurses im Mediensektor hat die DW ihre Aktivitäten in Äthiopien deutlich ausgebaut. Der Fokus auf nachrichtliche Inhalte wurde beibehalten, gleichzeitig der Anteil regionalisierter Inhalte gezielt erhöht. Auch die Produktion digitaler Formate konnte durch die inzwischen acht Korrespondentinnen und Korrespondentinnen deutlich gesteigert werden.

Die DW sendet täglich eine einstündige Live-Sendung Hörfunk in Amharisch von 16 bis 17 Uhr. Vor dem Hintergrund eines erneut stark zensierten Medienumfelds und der wachsenden Nachfrage nach verlässlichen Informationen und fundierten Analysen bleibt die Ausrichtung klar nachrichtenorientiert. Die nachrichtliche Live-Sendung wird über Kurzwelle über zwei Frequenzen aus Frankreich, über Satellit *Ethiosat/NSS12* sowie über die Social-Media-Kanäle auf *Facebook, YouTube, Telegram* sowie *WhatsApp* verbreitet. Ergänzt wird das amharischsprachige Programm durch Korrespondentinnen- und Korrespondentenberichte aus sechs Regionen des Landes sowie durch Informationsmagazine zu Jugend-, Gesundheits- und Umweltthemen und Berichte über Deutschland und Europa – stets mit Einordnung und Relevanz für die Zielgruppe.

Neben der Livesendung **bietet *DW Amharisch* vier Podcast-Formate** an:

- *Nachrichten:* ein zehnminütiges kompaktes Nachrichten-Magazin zu Themen aus Äthiopien, Afrika, Deutschland und dem Rest der Welt.
- *Zeitfunk:* Ein tagesaktuelles Magazin von 25 Minuten mit Beiträgen aus Äthiopien, Europa und der Welt.
- *Diskussionsforum:* Ein sonntägliches 40-minütiges Talk-Format zu brisanten Themen aus Äthiopien mit vier Gästen.
- *Feature der Woche:* eine 13-minütige Sendung, die jeden Montag das globale Topthema der Woche behandelt.

Über die Online-Plattform *dw.com/amharic* findet sich zusätzlich ein Audio-Archiv der täglichen Live-Sendungen. Zudem ist *DW Amharisch* auf den Social-Media-Plattformen *Facebook, Telegram, WhatsApp, TikTok*[432] und *YouTube* vertreten.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/am	164 Artikel 5 Videos 292 Audios
YouTube	DW Amharic	69 Videos
Facebook	DW Amharic	345 Posts
X	DW Amharic	21 Posts
Weitere	Telegram: DW Amharic WhatsApp: DW Amharic TikTok: DW Amharic	

Abbildung 37: **Online-Angebote der DW in Amharisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

428 Access Now 2025b.
429 Siehe Studienverzeichnis: RM_17.
430 Ebd.
431 Datareportal 2024d.
432 Im Januar 2025 wurde der TikTok-Kanal gelauncht.

Besonders beliebt sind die jungen, plattformübergreifenden Formate *GirlzOffMute, Eco Africa* und das Jugendmagazin *The 77 Percent*, das auch für den TV-Bereich adaptiert wurde. Seit November 2022 ergänzt zudem das Format *Changemaker* das Videoangebot. In der Sprache Amharisch verbreitet die DW unter anderem beliebte Formate wie *African Roots, Crime Fighters* und eine wöchentliche fünf- bis zehn-minütige Radioschalte zur Bundesliga.

Trotz des offiziellen Verbots der Übernahme internationaler Medieninhalte durch die nationale Aufsichtsbehörde *EMA* bleibt eine begrenzte Kooperation mit lokalen Sendern möglich. Politische Inhalte, wie das amharische Vollprogramm, dürfen nicht verbreitet werden – was zu erheblichen Reichweiteneinbußen führte. Nichtpolitische Formate, etwa eine wöchentliche Sportschalte mit *Sheger FM* oder einzelne Beiträge bei Community- und Universitätsradios außerhalb von Addis Abeba, werden hingegen stillschweigend geduldet und dienen als niedrigschwellige Zugangsangebote. Im Radiobereich arbeitet die DW mit den drei Sendern *Sheger FM, Sher FM* und *Bahir Dar University FM*. Die erfolgreiche Partnerschaft mit dem Partnersender *EthioFM* in Addis Abeba musste aufgrund politischen Drucks eingestellt werden und ist nach wie vor inaktiv. Im Onlinebereich bestehen vier Partnerschaften, wobei *Seifu YouTube* eine der wichtigsten Plattformen ist. Im Social-Media-Bereich gibt es Partnerschaften, u.a. mit den Top-TV-Partnern *Nahoo TV, Arts TV* und *Ahadu TV* – alle mit Sitz in Äthiopien.

Nutzung: Hohe Reichweite im Radio, spürbarer Rückgang im Digitalbereich

Mit ihren Radio- und TV-Angeboten erreichte die DW in Äthiopien – dem zweitbevölkerungsreichsten Land Afrikas mit rund 129 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern – jede zehnte Person ab 14 Jahren.[433] Besonders stark war die DW im Radiobereich aufgestellt: Mit einer wöchentlichen Reichweite von 7 % war das amharischsprachige Radioprogramm das meistgehörte unter den internationalen Anbietern – noch vor *VOA* (5 %) und *BBC* (4 %).[434] Ein zentraler Erfolgsfaktor für die Nutzung waren starke lokale Partnerschaften. *Sheger FM* allein erzielte in der Zielgruppe 15 %, in Addis Abeba sogar bis zu 33 %. Beliebte Formate wie *African Roots, Crime Fighters* und die Radioschalte zur Bundesliga trugen zur hohen Hörerinnen- und Hörerschaft bei. Auch über Kurzwelle blieb die Reichweite mit 3 % stabil.

433 Siehe Studienverzeichnis: RM_17.
434 Ebd.



Der Podcast African Roots porträtiert Frauen und Männer, die Afrikas Geschichte mitgestaltet haben – von prominenten Persönlichkeiten bis hin zu prägenden Figuren abseits des Rampenlichts.



Die Reporterin Lishan Dagne aus Äthiopien macht sich mit GirlZ Off Mute stark dafür, jungen Mädchen eine Stimme zu geben.

Die äußerst restriktive Distributionslage in Äthiopien – insbesondere das Ausbleiben einer Übernahme politischer (Online-)Inhalte – erschwerte allerdings die Partnerstrategie nahezu vollständig. Insgesamt war seit 2021 ein deutlicher Rückgang der Reichweite im amharischsprachigen Angebot der DW zu verzeichnen. Im zweiten Halbjahr 2024 erreichten die entsprechenden Inhalte rund 1,5 Millionen Aufrufe – das entsprach einem Minus von 45 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Jahres 2021. Auch im Bereich digitaler Kooperationen setzte sich dieser Abwärtstrend fort: Die Reichweite sank in der zweiten Jahreshälfte 2024 im Vergleich zu 2021 um 54 %.

Wiederum 81 % der Gesamtaufrufe entfielen auf die sozialen Medien. *Facebook* blieb mit durchschnittlich 970.000 Video Views im zweiten Halbjahr 2024 zwar die reichweitenstärkste Plattform, hat in einem Land mit weiterhin sehr geringer Internetpenetration jedoch ein natürliches Wachstumslimit erreicht. Seit dem Ende des politischen Aufbruchs 2020 kam es zudem immer wieder zu großflächigen Internetsperren – etwa von 2020 bis 2022 in Nordäthiopien und über Monate in der Region Amhara. Der *X*-Account wurde Anfang April 2025 vorerst auf privat gestellt. Der *YouTube*-Kanal *DW Amharisch* wurde Ende 2024 eingeführt und konnte zum Jahresende mit rund 229.000 Videoabrufen eine beachtliche Reichweite verzeichnen. Neben *YouTube* wurde auch ein neuer Kanal auf *TikTok* – beide erst ab 2025 systematisch bespielt – gelauncht.

Akzeptanz: Vielfältig und informativ mit Raum für Zuschnitt für jüngere Zielgruppen

Das amharischsprachige Angebot der DW wurde im Rahmen eines qualitativen Program Monitorings mit Fokus auf den *Facebook*-Kanal *DW Amharisch* untersucht. Sowohl die befragten Nutzerinnen und Nutzer als auch die eingebundenen Expertinnen und Experten bewerteten das Angebot überwiegend positiv. Besonders hervorgehoben wurden die klare und präzise Sprache sowie die Vielfalt und hohe Qualität der journalistischen Inhalte.

> ***Die Einbindung vielfältiger Quellen, der ausgewogene Umgang mit kontroversen Themen, die Berichterstattung aus Krisengebieten durch Korrespondentinnen und Korrespondenten und Betroffenen sowie die kritische Moderation kontroverser Diskussionen zählen zu den Stärken, die die DW zu einem der bevorzugten Medienangebote machen.***
>
> **Medienexperte, Äthiopien**

Zudem wurde das Audio-Angebot positiv hervorgehoben. Die sonntägliche Sendung *Eneweyay* (Die Schöne) wurde als besonders relevant bezeichnet, auch wenn die Länge des Formats noch nicht optimal auf die Nutzungsgewohnheiten auf *Facebook* abgestimmt sei. Einigen Nutzenden fehlte zudem der Bezug zum eigenen Leben. Der Medienexperte ergänzte hingegen, dass LGBTQIA+-Themen in Äthiopien nach wie vor ein Tabu seien und deren Einordnung unter dem Stichwort Gleichberechtigung und Geschlechtergerechtigkeit daher oft nicht akzeptiert werde.

> ***LGBTQIA+ bleibt in Äthiopien ein gesellschaftliches Tabu – das Thema offen anzusprechen, ist nach wie vor sehr schwierig.***
>
> **Medienexperte, Äthiopien**

4.4.4 Englisch für Afrika

In über zwanzig Ländern südlich der Sahara ist Englisch entweder Amtssprache oder weit verbreitete Verkehrssprache. **Diese sprachliche Gemeinsamkeit macht die Region besonders attraktiv für internationale Medienanbieter**, die ihre Inhalte über Fernsehen, Radio und digitale Plattformen zielgerichtet verbreiten. Auch zahlreiche lokale afrikanische Medienunternehmen nutzen Englisch, um ein breiteres Publikum zu erreichen. Für die Menschen in der Region bedeutet das ein vielfältiges, gut zugängliches und qualitativ hochwertiges Medienangebot. Gleichzeitig führt dieses breite Angebot zu einem wachsenden Wettbewerbsdruck auf dem Medienmarkt – sowohl für internationale als auch für lokale Anbieter. Die DW hat innerhalb der zahlreichen afrikanischen Länder eine Auswahl für ihr **englischsprachiges Programm priorisiert**[435], unter anderem Nigeria, Ghana, Uganda, Tansania und Südafrika.

Die Lage der Pressefreiheit unterscheidet sich in den betrachteten Ländern deutlich. Südafrika nimmt auf der Rangliste von *Reporter ohne Grenzen (RoG)* 2025 den 27. Platz ein und verfügt über eine vergleichsweise hohe Medienfreiheit. Ghana folgt auf Rang 52 und zeigt trotz kleiner Rückschritte ein insgesamt stabiles, wenn auch nicht vollkommen freies Mediensystem. In Tansania (Rang 95) bleibt die Pressefreiheit eingeschränkt – **Zensur und politische Einflussnahme** sind weiterhin spürbar. Nigeria liegt mit Rang 122 bereits deutlich im unteren Drittel; Journalistinnen und Journalisten sehen sich hier vermehrt Bedrohungen und staatlicher Verfolgung ausgesetzt. Besonders kritisch ist die Situation in Uganda: Mit Rang 143 gehört das Land zu jenen Staaten, in denen die **Pressefreiheit stark unterdrückt wird**.[436]

Innerhalb der englischsprachigen Länder Afrikas finden sich mitunter einige der modernsten Medienmärkte des Kontinents. Zwar bleibt das Radio in den meisten dieser Länder – insbesondere in ländlichen Regionen – das wichtigste Massenmedium, doch trifft dies nicht uneingeschränkt zu. In Südafrika sowie – mit Einschränkungen – im Süden Nigerias und in Kenia spielt das Fernsehen eine deutlich stärkere Rolle. Gleichzeitig gewinnen digitale Medien, insbesondere soziale Netzwerke und Nachrichtenportale, in urbanen Räumen und bei der jungen Bevölkerung zunehmend an Bedeutung und prägen dort das Mediennutzungsverhalten wesentlich mit.[437]

435 Siehe Abschnitt Regionenpriorisierung, Kapitel 3.

436 RoG 2025a.

437 Conroy-Krutz, et al. 2024.



Eco Lab in Lagos: Junge Medienschaffende entwickeln Ideen für nachhaltige Inhalte und wie diese für eine junge Zielgruppe interessant gestaltet werden können – gemeinsam mit dem langjährigen Partner Channels TV.

Diese attraktive Medienlandschaft nutzen Internationale Medienanbieter (Abbildung 38) gezielt für den Ausbau ihrer Präsenz. *VOA* betreibt sein Afrika-Büro in Nairobi und sendet in über 15 Sprachen. Allerdings mussten ***USAGM-finanzierte Angebote*** ihre Arbeit 2025 größtenteils einstellen.[438] Die *BBC* ist mit Büros in Lagos und Nairobi stark vertreten; *RFI* unterhält Büros in Dakar, Lagos und Nairobi, während *France 24* aus Paris sendet, aber am Dakar-Hub beteiligt ist. *Africanews* hat seinen Sitz in Brazzaville in der Republik Kongo.

Das englischsprachige Angebot für Afrika: vielfältig und regionalisiert

Die DW bietet ein vielfältiges, regionalisiertes und zielgruppengerechtes englischsprachiges Medienangebot für Afrika, das sich gezielt an junge, urbane Zielgruppen richtet. Es erreicht sein Publikum über ein breites Spektrum an Ausspielwegen – über **Podcasts bis hin zu innovativen Social-Media-Formaten**. Thematisch reicht das Angebot von aktueller Berichterstattung über Gesundheitsaufklärung und digitaler Bildung bis hin zu Empowerment-Formaten und gesellschaftlichen Debatten, die Raum für **Dialog, Aufklärung und Meinungsbildung** schaffen.

Über ein weit verzweigtes Netzwerk afrikanischer **UKW-Partnerstationen** verbreitet die DW ihr Programm in enger Zusammenarbeit mit lokalen Sendern. Ein herausragendes Beispiel ist das Format *AfricaLink* – ein täglich erscheinender Nachrichtenpodcast, der aktuelle Ereignisse auf dem afrikanischen Kontinent analysiert, einordnet und dabei starke Stimmen aus ganz Afrika zu Wort kommen lässt. *AfricaLink* wird über *dw.com*, *YouTube* sowie gängige Podcast-Plattformen verbreitet. Darüber hinaus nutzt die DW die Reichweite ihrer Partnerstationen auch für weitere Formate. So ermöglicht das Format *Crossing* wöchentliche, zehnminütige Live-Schalten mit *Kapitol Afrika Radio* (Südafrika) und *Raypower FM* (Nigeria), in denen **gesellschaftliche und politische Themen aus europäischer Perspektive** sowie Inhalte zur Bundesliga aufgegriffen

438 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	× 24 Stunden TV-Programm mit speziellen Sendungen für Afrika	×	×
Frankreich	**France 24**	× 24 Stunden TV-Programm mit starkem Afrika-Schwerpunkt	×	-
	Radio France Internationale (RFI)	×	×	-
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
Panafrikanischer Ableger von Euronews	**Africanews**	× 24 Stunden TV-Programm	×	-
China	**China Radio International (CRI)**	-	×	×
	China Global Television Network (GGTN)	×	×	-

Abbildung 38: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Englisch speziell für die Zielregion Subsahara-Afrika**
Stand 2. Halbjahr 2024

werden. Weitere Programme profitieren durch begleitende Audioversionen und gezielte Cross-Promotion von der engen Zusammenarbeit mit regionalen Radiosendern.

Ein zentrales multimediales Format ist *The 77 Percent*, das sich an die junge Generation Afrikas richtet. Im Rahmen dieses Formats entstehen unterschiedliche Angebote, darunter *The Street Debate* – ein mehrmals jährlich auf dem Kontinent produziertes Diskussionsformat – sowie das wöchentliche *77 Percent Magazine* mit Reportagen, persönlichen Geschichten und Studiointerviews. Ergänzt wird das Format durch Radiosendungen, Podcasts und regelmäßig vor Ort produzierten Beiträgen.

Im Podcast-Bereich setzt die DW zudem auf **regionalisierte, dialogorientierte** Inhalte, etwa mit dem monatlichen Video-Podcast-Format *Don't Hold Back: Say it Loud!*, das in Südafrika in Kooperation mit *Jacaranda FM* produziert wird. Das Format erscheint auf den Social-Media-Kanälen der DW sowie auf den Kanälen von *Jacaranda FM* und *East Coast Radio* und wurde mehrfach ausgezeichnet, unter anderem bei den *African Podcast and Voice Awards* sowie den *Anthem Awards*.[439] Auch das wöchentliche Magazin *Eco Africa*, das ökologische Innovationen und nachhaltige Lösungsansätze aus Afrika und Europa vorstellt, wird in Zusammenarbeit mit afrikanischen Partnersendern produziert und in mehreren Sprachen – darunter Englisch und Haussa – ausgestrahlt. Ein weiteres Beispiel für ein kooperatives Medienformat ist *Afrimaxx*, ein seit 2022 gemeinsam mit *Arena Broadcast* in Südafrika produziertes Lifestyle- und Kulturmagazin, das Trends aus Mode, Design, Musik und Architektur präsentiert.

Im Bereich Social Media verfolgt die DW eine konsequente **Mobile-First-Strategie**[440] und erreicht damit ein junges, digital-affines Publikum auf Plattformen wie *Facebook, YouTube, Instagram* und *TikTok*. Die mobile Nutzung steht im Mittelpunkt der Produktion – Inhalte werden gezielt für Smartphones optimiert, etwa durch vertikale Videoformate, kurze Laufzeiten und plattformspezifisches *Storytelling*[441]. Das wöchentliche Videoformat *The Flipside* liefert neue Perspektiven auf gesellschaftliche Themen, während *Healthy Me: No Cap!* in zehn jährlich erscheinenden Episoden **gesundheitliche Tabus junger Menschen in Subsahara-Afrika thematisiert**. Tägliche Nachrichten-Clips auf *TikTok* erweitern das Angebot um kurze, prägnante Videoformate, die aktuelle afrikanische Themen verständlich und pointiert aufbereiten. Ergänzt wird das Angebot durch



Im wöchentlichen DW-Vodcast Under the Baobab treffen Afrikas drängendste Themen auf kluge Köpfe, offene Gespräche und mutige Lösungen – mit Mimi Mefo Newuh und George Okachi.

Formate wie *GirlZOffMute*, das Mädchen und junge Frauen in den Mittelpunkt stellt, sowie die *DIY Series*, die alltagsnahe Tipps und praktische Fähigkeiten vermittelt. Beide Formate werden direkt in afrikanischen Ländern produziert und über Social Media verbreitet.

Mit *KAZ Sex ABCs: Africa Edition* wird sexualpädagogische Aufklärung unterhaltsam und direkt in kurzen Clips wöchentlich auf *TikTok, Instagram* und *YouTube* aufbereitet. Ebenfalls im Wochenrhythmus erscheint *ClickITEasy*, ein digitales Bildungsformat, in dem afrikanische Content Creatorinnen und Creator[442] über Themen wie **KI, Kryptowährungen, Desinformation oder Online-Betrug aufklären**.

Die Besonderheit des DW-Angebots für Afrika liegt in der **engen Verzahnung von regionalisierten Inhalten**, die gemeinsam mit lokalen Partnern in afrikanischen Ländern entstehen. Durch die enge Zusammenarbeit mit afrikanischen Produzentinnen und Produzenten, Redaktionen

439 Siehe Kapitel 4.
440 Siehe Glossar.
441 Siehe Glossar.
442 Siehe Glossar.

sowie Influencerinnen und Influencern gelingt es der DW, Inhalte zu schaffen, die nicht nur informieren, sondern auch Identifikation ermöglichen und zur aktiven Teilhabe einladen. So positioniert sich die DW als glaubwürdiger, innovativer und dialogorientierter Medienpartner für ein junges, dynamisches Afrika. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 60 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Englisch für Afrika tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund sieben Vollzeitäquivalenten eingesetzt.

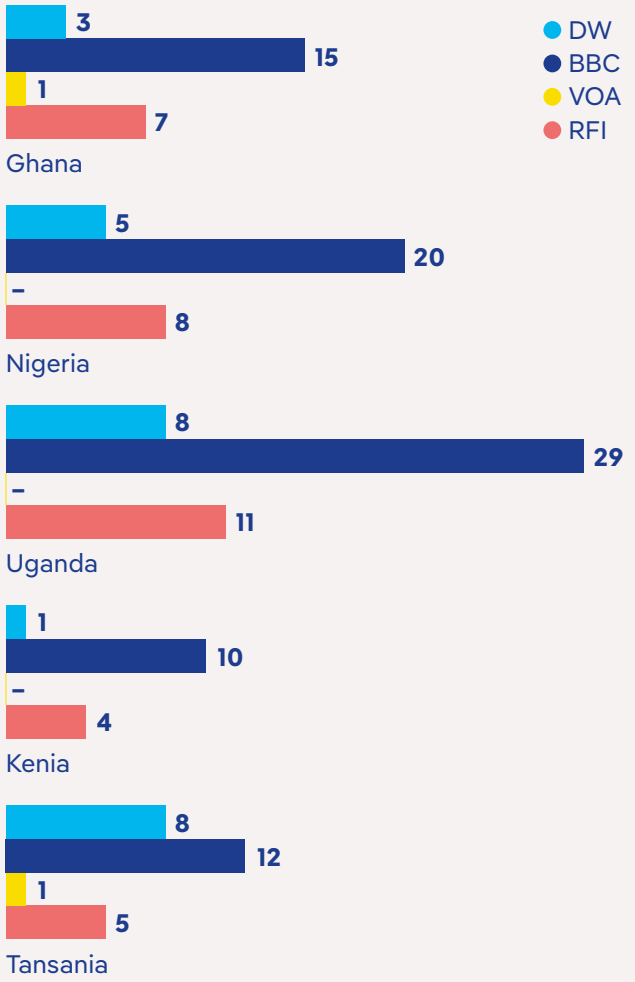


Abbildung 39: **Wöchentliche Reichweite der englischsprachigen Radioangebote der DW und ihrer Wettbewerber in der Zielgruppe**
Quellen siehe Studienverzeichnis: RM_10, RM_11, RM_13, RM_16, RN_18.

Nutzung: Fortschritte durch Partnerschaften

Das englischsprachige Radioprogramm der DW ist in mehreren west- und ostafrikanischen Ländern vertreten und wird überwiegend über lokale Partnersender verbreitet. Die Reichweite variiert je nach Markt, zeigt jedoch besonders dort positive Ergebnisse, wo verlässliche Kooperationen bestehen und die Inhalte gezielt auf die Bedürfnisse der Zielgruppen abgestimmt sind. Erfolgreiche Formate wie *Learning by Ear* oder *Bundesliga Radio* leisten dabei einen wichtigen Beitrag. Länder wie Ghana, Nigeria und Uganda verdeutlichen, dass lokale Verankerung, kulturelle Relevanz und thematische Fokussierung – insbesondere auf Bildung, Jugend und Sport – zentrale Erfolgsfaktoren im Wettbewerb mit internationalen Anbietern wie *BBC, VOA* und *RFI* sind (Abbildung 39). Allerdings mussten die von der *USAGM* finanzierten Angebote im Jahr 2025 ihre Arbeit weitgehend einstellen.[443]

Die Reichweite von ***DW Africa* auf den Social-Media-Plattformen** entwickelte sich im Evaluationszeitraum insgesamt positiv, allerdings mit deutlichen Unterschieden je nach Kanal. Auf *Facebook* stiegen die durchschnittlichen monatlichen Aufrufe um 56 % auf rund 1,65 Millionen, was den Erfolg regionalisierter Inhalte unterstreicht. Noch dynamischer zeigte sich die Entwicklung des Kanals *DW Africa* auf *TikTok*, der 2024 startete und im zweiten Halbjahr 2024 bereits durchschnittlich 3,2 Millionen monatliche Aufrufe erzielte. Auch *YouTube DW Africa* verzeichnete bereits im ersten Monat nach dem Start im Dezember 2024 rund 247.000 Aufrufe – ein vielversprechender Einstieg. Mit aktuell durchschnittlich 41.000 monatlichen Aufrufen zeigt der Kanal Potenzial für weiteres Wachstum.

Akzeptanz: Hochwertiges und vielseitiges Angebot

Die Auswirkungen der kontinuierlichen Optimierungen der englischsprachigen Angebote für afrikanische Zielgruppen überprüfte die DW in einer Reihe von **Akzeptanzstudien** und Befragungen von Expertinnen und Experten.[444] Die Ergebnisse zeigten: Die Inhalte gewannen insgesamt deutlich an **Relevanz in den Zielregionen**. Generell setzte die DW auf die richtigen Themen, denn diese knüpften an konkrete Herausforderungen im Alltag junger Menschen

443 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.
444 Siehe Studienverzeichnis: AS_2, AS_6, AS_10, AS_11, AS_25, AS_26, AS_28, AS_29.

an. Gleichzeitig gelang es, **neue Perspektiven zu eröffnen**, etwa durch die Darstellung positiver Rollenvorbilder und konstruktiver Lösungsansätze.

> ***Die Themen sind praxisnah, informativ und lehrreich.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Kenia, weiblich**

Besonders hervorgehoben wurde die Vielfalt und Offenheit in den Formaten. Der partizipative Ansatz traf auf Zustimmung, ebenso dass unterschiedliche Perspektiven und Stimmen aus der Zielgruppe zu Wort kamen.



> ***Ich finde es gut, dass verschiedene Menschen ihre Meinung sagen können.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Nigeria, männlich**

> ***Mir gefällt, dass es eine Diskussion ist und keine Belehrung.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Nigeria, männlich**

Ein weiterer wichtiger Aspekt war die Relevanz der Gesundheitsberichterstattung. Inhalte zu physischer und mentaler Gesundheit stießen auf ein hohes Interesse. Die Zielgruppe fand in diesen Angeboten einen wichtigen Zugang zu Themen, über die sonst selten gesprochen wird – verständlich und passend für sie aufbereitet. Besonders die Moderatorinnen und Moderatoren kamen dabei gut an.



> ***Ich mag, wie die Fakten präsentiert werden – kurz, direkt und auf den Punkt.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Nigeria, männlich**

> ***Der Moderator ist verständnisvoll, hat immer ein offenes Ohr und urteilt nicht.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Kenia, männlich**

Das *Storytelling*[445] fand ebenfalls großen Anklang, weil gezeigt wurde, wie sich Veränderungen in der Gesellschaft auf einzelne Menschen auswirkten. Die Inhalte zeigten echte Probleme und machten jungen Leuten mit positiven Geschichten von Gleichaltrigen über Selbstbestimmung und Stärke Mut für ihr eigenes Leben.



> ***Wenn wir sehen, wie junge Mädchen ihre Stimme erheben, gibt uns das Mut, es auch zu tun.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Kenia, weiblich**

445 Siehe Glossar.

> ***Mir gefällt, dass Teenagerinnen und Teenagern das Privileg eingeräumt wird, zu berichten, denn nicht nur Erwachsene können das.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Nigeria, männlich**

Auch *DW News Africa* wurde als attraktives und relevantes Format wahrgenommen. Die Zuschauerinnen und Zuschauer lobten den konstruktiven Ansatz, die Verständlichkeit der Berichterstattung sowie den Einbezug lokaler Stimmen und Expertinnen und Experten.



> ***Es ist informativ und sehr lehrreich. Ich habe wirklich viel gelernt.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Ghana, weiblich**

> ***Man hört Informationen aus allererster Hand und direkt von den Betroffenen selbst.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Ghana, weiblich**

Ein weiterer wesentlicher Faktor für die positive Resonanz auf das Angebot war die Regionalisierung. Die stärkere Sichtbarkeit afrikanischer Stimmen und Perspektiven wurde positiv bewertet – vor allem, wenn dabei keine stereotypen Bilder gezeigt wurden.



> ***Ich fand es toll, dass das Format Afrika mehr Raum gibt, sich der Welt zu zeigen.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Ghana, weiblich**

Gleichzeitig äußerten einige Befragte klare Erwartungen an die Weiterentwicklung der Formate. Dazu gehörten eine stärkere Einbindung kleinerer Länder sowie konkrete Lösungen für alltägliche Herausforderungen der Zielgruppe. Zudem wurde der Wunsch nach mehr Moderatorinnen und Moderatoren aus dem jeweils eigenen Land geäußert, um ein stärkeres Gefühl der Verbundenheit zu schaffen.

> ***Man sieht nur Nachrichten aus Nigeria, Südafrika und Kenia … Kleinere Länder wie beispielsweise Benin fehlen komplett.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Kenia, weiblich**

Formate, in denen Personen aus dem eigenen Land oder dem eigenen sozialen Milieu zu sehen waren, wurden als deutlich glaubwürdiger und verbindender wahrgenommen. Hinzu kam der Wunsch von Teilen der Zielgruppe, dass mit kultursensiblen Themen noch rücksichtsvoller umgegangen wird.

> ***Ich würde mich stärker verbunden fühlen, wenn die Protagonisten und Protagonistinnen aus meinem Land kämen.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Kenia, weiblich**

4.4.5 Französisch für Afrika

Im aktuellen Evaluationszeitraum zeigt sich die frankophone Region Afrikas von tiefgreifenden politischen Umbrüchen, sicherheitspolitischen Herausforderungen und gesellschaftlichen Spannungen geprägt. Besonders deutlich werden diese Entwicklungen im **Osten der DR Kongo**, wo sich die humanitäre und sicherheitspolitische Lage dramatisch verschärft hat. Die Aktivitäten bewaffneter Gruppen destabilisieren die Region massiv. Anfang 2025 wurden mit Goma und Bukavu zwei Millionenstädte im Osten des Landes von der **Rebellengruppe *M23*** eingenommen.[446] Regionale Dynamiken und grenzüberschreitende Einflüsse tragen zur Komplexität der Situation bei, während diplomatische Bemühungen auf eine Stabilisierung hinarbeiten.[447]

In der **Sahelzone** verschieben sich **geopolitische Allianzen** spürbar: In Ländern wie Mali, Burkina Faso und Niger, die in den vergangenen Jahren durch Militärputsche geprägt waren, verschiebt sich **die außenpolitische Orientierung** weg von westlichen Partnern zunehmend in Richtung Russland. Moskau unterstützt die neuen Regime militärisch, **ohne demokratische Bedingungen** zu stellen – ein Vorteil für autoritäre Regierungen.[448] Auch China stärkt seinen Einfluss in Afrika durch Infrastruktur, Kredite und Medienkooperationen.[449]

In mehreren Ländern des frankophonen Afrikas zeigt sich zudem ein beunruhigendes Muster: Wahlen werden verschoben oder manipuliert, Proteste der Bevölkerung unterdrückt. Gleichzeitig beklagen Beobachterinnen und Beobachter eine wachsende **Einschränkung der Meinungs- und Pressefreiheit** sowie eine gezielte Schwächung zivilgesellschaftlicher Strukturen und der politischen Opposition. Journalistinnen und Journalisten sehen sich häufig mit Zensur, Einschüchterung, willkürlichen Verhaftungen und dem **Verbot kritischer Berichterstattung** konfrontiert.[450] Besonders in den Sahelländern, in Kamerun, Tschad, Guinea oder der DR Kongo verschärfen autoritäre Regierungen ihre Kontrolle über Medien und soziale Netzwerke.[451]

446 DW 2025d.
447 Caritas international 2025.
448 DW 2024c.
449 BpB 2024a.
450 RoG 2025a.
451 Freedom House 2024g.



George Okachi/DW

Die DW spricht mit Kongos Außenministerin Thérèse Kayikwamba Wagner über das Gipfeltreffen in Luanda zwischen den Präsidenten Tshisekedi und Kagame mit Angolas Präsident Lourenço zum Konflikt im Osten Kongos.

Die Einschränkung der Pressefreiheit hat dazu geführt, dass sich zunehmend mehr Menschen **internationalen Medienanbietern** zuwenden, da diese als glaubwürdiger und unabhängiger gelten. Viele dieser Anbieter senden über Fernsehen und Radio und sind zugleich mit starker Präsenz in den sozialen Medien vertreten (Abbildung 40). ***USAGM*-finanzierte Angebote** mussten ihre Arbeit 2025 in Folge von Trumps Kürzungen größtenteils einstellen.[452]

Dass internationale Medienanbieter in der Region aktiv sind, ist vielen Regierungen – insbesondere autoritär geführten Militärregimen – ein Dorn im Auge. In Burkina Faso reagierten die Behörden Ende April 2024 mit der **Suspendierung mehrerer internationaler Medien** wie der *BBC, TV5 Monde, Le Monde* und *The Guardian*.[453] Die DW wurde teilweise suspendiert; Radiosendungen werden aber weiterhin von Partnern übernommen. Auch die App sowie die Internetseite waren zeitweise nicht erreichbar.

In den frankophonen Ländern Afrikas ist das Radio aufgrund der unzureichenden Infrastruktur nach wie vor das wichtigste Informationsmedium, insbesondere in ländlichen Regionen. Im urbanen Raum hingegen gewinnen Fernsehen und soziale Medien – vor allem *Facebook, TikTok* und *WhatsApp* – zunehmend an Bedeutung, besonders bei jungen Menschen. Der Zugang zu digitalen Medien bleibt jedoch durch Infrastrukturprobleme und hohe Kosten begrenzt. Viele nationale Medien stehen unter staatlicher Kontrolle oder unterliegen Zensur.[454]

452 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.

453 Der Spiegel 2024.

454 Conroy-Krutz et al. 2024.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	× 24 Stunden TV-Programm mit speziellen Sendungen für Afrika	×	×
Frankreich	**France 24**	× 24 Stunden TV-Programm mit starkem Afrika-Schwerpunkt	×	-
	TV5 Monde	× 24 Stunden TV-Programm	×	-
	Radio France Internationale (RFI)	-	×	×
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
Panafrikanischer Ableger von Euronews	**Africanews**	× 24 Stunden TV-Programm	×	-
China	**China Radio International (CRI)**	-	×	-
	China Global Television Network (GGTN)	24 Stunden TV-Programm	×	×
	Xinhua	-	×	-

Abbildung 40: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Französisch für Afrika**
Stand 2. Halbjahr 2024

Das französischsprachige Angebot der DW: Vielfältig und stark im Dialog

Das französischsprachige Angebot der DW richtet sich an das frankophone Afrika. Besonderen Wert legt die DW dabei auf regionalisierte Inhalte, die sich gezielt mit den Lebensrealitäten, Herausforderungen und Perspektiven der Menschen in verschiedenen Teilen des Kontinents auseinandersetzen, insbesondere in den für die DW besonders priorisierten Ländern.[455]

Im Mittelpunkt stehen zwei tägliche Radiosendungen mit aktuellen Nachrichten aus Afrika, Deutschland und der Welt – jeweils 30 Minuten am Morgen und am Abend. Die Abendausgabe wird zusätzlich als Livestream auf *Facebook* übertragen, was eine direkte Interaktion mit dem Publikum ermöglicht und die Reichweite des Angebots erhöht. Mit dem Debattenformat *Arbre à palabre* bietet die DW eine Plattform für offene, grenzüberschreitende Diskussionen. Gäste aus verschiedenen frankophonen Ländern Afrikas werden telefonisch zugeschaltet, um gemeinsam aktuelle gesellschaftliche und politische Themen zu erörtern. Das Format fördert den Austausch über nationale Kontexte hinweg und macht vielfältige afrikanische Perspektiven hörbar. Darüber hinaus bietet die DW ein **hochwertiges Podcast-Angebot im Audio-*On-Demand*-Format**:

- *Capsule Santé* informiert wöchentlich über Gesundheitsthemen und vermittelt praktisches Wissen rund um Prävention, Aufklärung und Wohlbefinden.

- *Droits et Libertés* beleuchtet wöchentlich Menschenrechtsthemen in Afrika und weltweit.

- *Vu d'Allemagne* wirft einen wöchentlichen Blick auf politische, gesellschaftliche und kulturelle Entwicklungen in Deutschland und in der Welt.

Auch auf Social Media ist die DW aktiv und setzt auf innovative, **regionalisierte Videoformate**, um junge Zielgruppen zu erreichen und gesellschaftliche Debatten anzustoßen (Abbildung 41). Mit der Videoreihe *Côté intime* werden alle drei Wochen Tabus rund um **Sexualität, Beziehungen und den menschlichen Körper** offen, sensibel und aufklärend thematisiert und diskutiert. Ergänzt wird das Angebot durch Formate wie *PasSansElles (GirlzOffMute)*, das Mädchen und junge Frauen in den Mittelpunkt stellt und ihnen eine Stimme gibt. Im Video-*On-Demand*-Format *Escales* (Stationen) geben DW-Korrespondentinnen und -Korrespondenten alle zwei bis drei Wochen persönliche Einblicke in das Leben und aktuelle Geschehen in ihren jeweiligen Ländern. Die Video-Clips greifen relevante Fragestellungen auf, die die Menschen vor Ort unmittelbar betreffen, und werden zielgruppengerecht über die Social-Media-Kanäle *Facebook* und *YouTube* veröffentlicht.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/fr	151 Artikel 31 Videos 172 Audios
YouTube	DW 77 pour cent	27 Videos
Facebook	DW Afrique	191 Posts
	InfoMigrants French	20 Posts
Instagram	InfoMigrants French	19 Posts
X	DW French for Africa	86 Posts
	InfoMigrants French	20 Posts
TikTok	DW Afrique	52 Posts

Abbildung 41: **Online-Angebote der DW in Französisch für Afrika mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Ein weiteres Format, *Qui est…?* (Wer ist eigentlich…?), porträtiert auf *TikTok* anlassbezogen Persönlichkeiten aus der afrikanischen Gesellschaft. Ergänzt wird das Social-Media-Angebot durch *Controverse* – ein Videoprojekt, das mit Straßenumfragen und Expertinnen- und Experteninterviews auf **aktuelle, kontrovers diskutierte Themen** eingeht. So trägt die DW dazu bei, Debatten anzustoßen und einen konstruktiven gesellschaftlichen Diskurs im digitalen Raum zu fördern. Beiträge aus Formaten wie *The 77 Percent* und *Eco Africa* werden für das frankophone Publikum adaptiert und über DW-Kanäle sowie Partnersender in Afrika ausgestrahlt. So erreichen die Inhalte neue Zielgruppen und entfalten eine nachhaltige Wirkung im regionalen Medienmarkt.

Insgesamt kooperiert die DW mit rund **20 TV-Partnersendern**, darunter *Canal 2* aus Kamerun, *B One* aus der DR Kongo und *Excaf* aus dem Senegal. Zusätzlich strahlen **196 Radiopartner** regelmäßig französischsprachige Inhalte

455 Siehe Abschnitt zu Regionenpriorisierung, Kapitel 3.

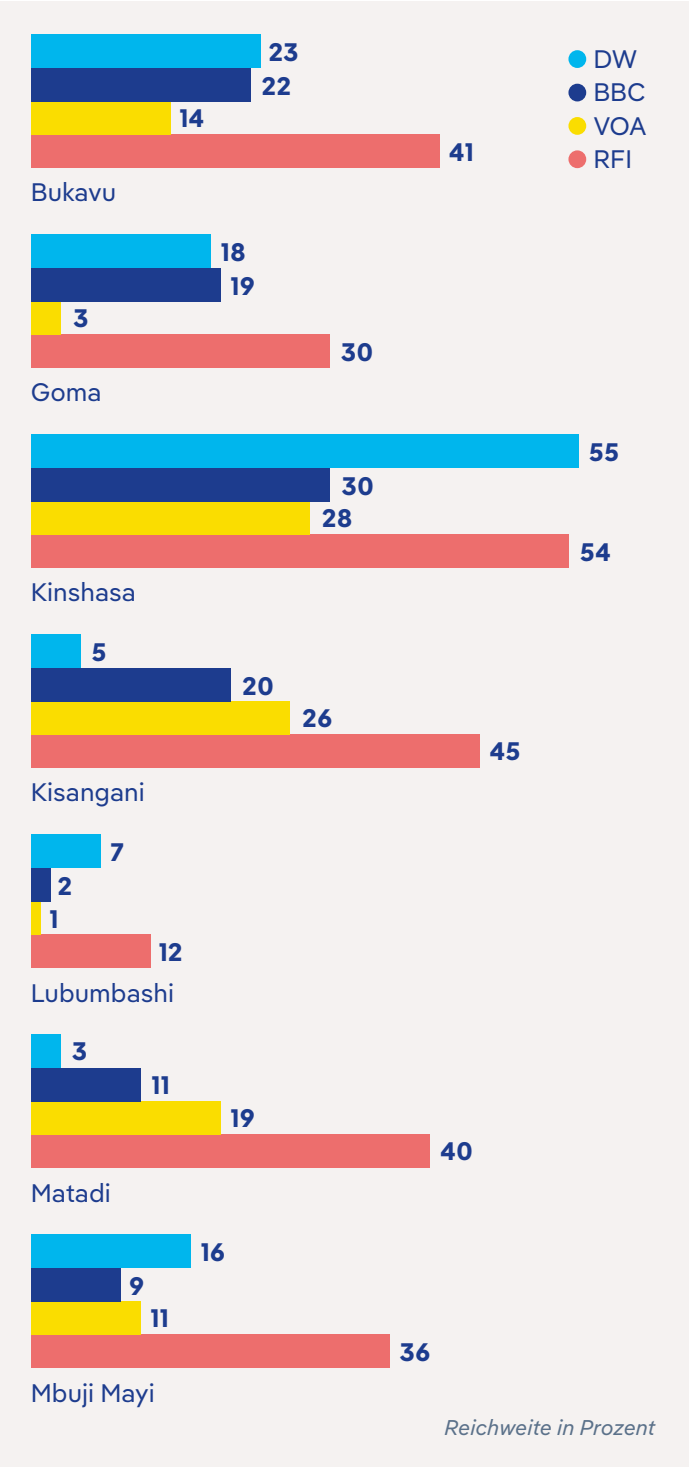


Abbildung 42: **Wöchentliche Reichweite der französischsprachigen Radioangebote der DW und ihrer Wettbewerber in der DR Kongo**
Quelle: Studienverzeichnis: RM_9.

der DW aus – darunter *Horizon FM* (Burkina Faso), *Radio Kledu* (Mali) und *Top Congo* 88,4 (DR Kongo). Auch im digitalen Bereich ist die DW stark vernetzt: **32 Online- und elf Social-Media-Partner** verbreiten DW-Inhalte auf ihren Kanälen. Beispiele hierfür sind *Mediatude* aus Kamerun und *Bolivar FM* aus Guinea.

Zur Stärkung der regionalen Berichterstattung eröffnete die DW im März 2024 ein **Büro in der DR Kongo**. Im Jahr 2024 beschäftigte sie zusätzlich 74 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Französisch für Afrika tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund acht Vollzeitäquivalenten eingesetzt.

Nutzung: Beachtliche Reichweite über Radio

Das französischsprachige Angebot der DW erzielte in weiten Teilen des frankophonen Afrikas nicht nur beachtliche Reichweiten, sondern genoss auch eine **hohe Anerkennung bei Publikum und Medienpartnern**. Besonders deutlich wurde dies im wichtigsten Zielland DR Kongo, wo Radio selbst in urbanen Regionen das dominierende Medium bleibt. Bezogen auf die Gesamtreichweite in der DR Kongo erreichte die DW 52 % der Bevölkerung und wurde nur von *FMM* mit 70 % übertroffen.

Mit einer wöchentlichen Reichweite von 55,1 % erzielte die DW in der Hauptstadt Kinshasa einen Spitzenwert und **lag damit vor allen anderen internationalen Mitbewerbern**. Auch in Städten wie Goma und Bukavu im Ostkongo erzielte die DW rund 20 % Reichweite und positionierte sich auf Augenhöhe mit internationalen Wettbewerbern wie der *BBC* (19 %) und *VOA* (21 %). In Städten wie Mbuji Mayi oder Kisangani zählte die DW ebenfalls zu den meistgenutzten internationalen Informationsquellen (Abbildung 42).[456]

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die enge Zusammenarbeit mit lokalen Radiostationen wie *Top Congo Radio, Digital Congo FM* oder *Radio Communautaire de Tayna*. Besonders gefragt sind dabei Formate wie *Le Journal* (Die Abendsendung), das Debattenformat *Arbre à palabre* sowie die französischsprachige Version von The 77 Percent *(77 pour cent – nous, les jeunes d'Afrique)*.

Auch in anderen frankophonen Ländern Afrikas ist die DW präsent – wenn auch unter anderen medialen Vorzeichen. In **Mali** etwa befindet sich der Medienmarkt im Wandel: Während das Radio nach wie vor eine zentrale Rolle spielt, nimmt insbesondere bei jungen Zielgruppen die Nutzung

456 Siehe Studienverzeichnis: RM_9.

von Fernsehen und digitalen Angeboten deutlich zu. Die DW erreichte dort wöchentlich rund 7 % der Gesamtbevölkerung – etwa gleich verteilt auf TV und Radio. Ein Großteil der Radioreichweite entfiel auf die Zusammenarbeit mit den Partnersendern *Radio Klédu* in Bamako sowie *Radio Foko Jamana* in Ségou. Zu den erfolgreichsten TV-Formaten zählten *Racines d'Afrique, Eco Afrique* und *Afrique en Mouvement* – eine Videoreihe mit positiven Themen aus Afrika – die jeweils rund 3 % Reichweite pro Woche erzielten.

Auch im internationalen Vergleich konnte sich die DW in **Mali** behaupten: So lag die Reichweite der internationalen Wettbewerber *BBC, VOA* und *RFI* knapp unter der DW.[457] Im **Senegal**[458] erreichte die DW mit ihrem französischsprachigen Radioprogramm wöchentlich 4 % der städtischen Bevölkerung – vor allem über *Radio Dunyaa*. Zum Vergleich: *RFI* dominierte mit einer Reichweite von 21 %, während die *BBC* ebenfalls 4 % und *VOA* 2 % erreichten.[459]

Die **digitalen Angebote** des französischsprachigen Angebotes verzeichneten zwischen dem zweiten Halbjahr 2021 und dem gleichen Zeitraum 2024 eine deutliche Steigerung, mit starken Verschiebungen innerhalb der Plattformen. Besonders bemerkenswert waren die Zahlen bei *TikTok*, wo ein DW-Kanal erst Ende 2023 gestartet wurde und in der zweiten Jahreshälfte 2024 bereits monatlich durchschnittlich 1,7 Millionen Views erzielte. Damit wurde *TikTok* zur wichtigsten Einzelplattform des französischsprachigen DW-Angebots und spiegelt gleichzeitig das veränderte Mediennutzungsverhalten der jungen Zielgruppe wider. Auch *YouTube* verzeichnete, vor allem durch Magazine des französischsprachigen Formats von *The 77 Percent* einen Anstieg. Die 1.200 durchschnittlichen Video Views im zweiten Halbjahr 2021 stiegen auf 145.000 durchschnittliche Video Views im zweiten Halbjahr 2024 an. Während der *Facebook*-Kanal *DW Afrique* in der zweiten Jahreshälfte 2021 noch durchschnittlich 1,4 Millionen monatliche Views erzielte, ging die Zahl in der zweiten Jahreshälfte 2024 um 82 % auf rund 263.000 zurück.



Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die enge Zusammenarbeit mit lokalen Radiostationen. Besonders gefragt ist dabei das Debattenformat Arbre à palabre.

Akzeptanz: Vertrauenswürdige Quelle mit gesellschaftlichem Mehrwert

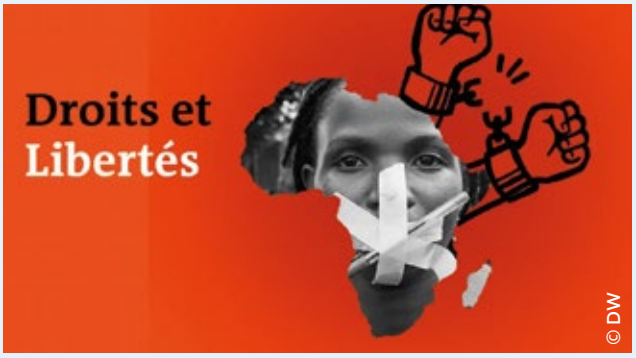
Das französischsprachige Angebot der DW für Afrika wurde im Rahmen eines Program Monitorings untersucht. Im Fokus stand der *Facebook*-Kanal von *DW Afrique*[460], der anhand einer **qualitativen Befragung von Nutzenden und Fachmeinung** sowie durch eine **Reichweitenanalyse** aus der DR Kongo und Guinea bewertet wurde. Ergänzend flossen **Erkenntnisse aus der Wirkungsforschung**[461] zu *77 pour cent – nous, les jeunes d'Afrique* in der DR Kongo sowie zu *Learning by Ear* in der DR Kongo und der Côte d'Ivoire ein.

Die Analyse der Ergebnisse bestätigte, dass *DW Afrique* als vertrauenswürdige Quelle mit hohen journalistischen

457 Siehe Studienverzeichnis: RM_14.
458 Siehe Studienverzeichnis: RM_15.
459 In der Côte d'Ivoire lag die Reichweite des französischsprachigen Programms der DW hingegen lediglich bei 1 %. Auch dort führt RFI mit einem Anteil von 34 % klar vor allen anderen internationalen Sendern. Siehe Studienverzeichnis: RM_14.

460 Program Monitoring Facebook-Kanal von DW Afrique 2023.
461 Siehe Studienverzeichnis: WS_6.

Standards wahrgenommen wurde. *DW Afrique* besetzte laut Fachmeinung zusätzlich eine wichtige Nische auf den afrikanischen Märkten, indem es Themen wie **Demokratie, Menschenrechte und Umweltschutz** behandelte.



Das Publikum ist zunehmend an Fragen der Demokratie, guter Regierungsführung, Förderung und Schutz der Menschenrechte sowie der Umwelt interessiert. Die Journalistinnen und Journalisten von DW Afrique behandeln diese Themen täglich auf sehr professionelle Weise und entsprechen dabei den internationalen journalistischen Standards.

Medienexperte, Guinea

Ebenfalls positiv hervorgehoben wurde von den Nutzenden die Aktualität, Originalität und Glaubwürdigkeit der Informationen.



Die DW berichtet in bester Form über Nachrichten aus allen afrikanischen Ländern.

Nutzer, Burkina Faso

Klarheit, Präzision und Prägnanz der Informationen!

Nutzer, Burkina Faso

Besonders gelobt wurde, dass der Kanal Menschen mit Behinderungen und Frauen eine Stimme gab, da beide Gruppen in anderen afrikanischen Medien teilweise unterrepräsentiert waren. Auch die hohe Vertrauenswürdigkeit und die Fähigkeit, *Fake News* zu erkennen, wurden von den Nutzerinnen und Nutzern sehr geschätzt.



Die DW-Seite bietet zuverlässige und glaubwürdige Informationen.

Nutzer, Côte d'Ivoire

Allerdings gab es auch Wünsche nach Verbesserungspotenzial. Einige Nutzende wünschten sich mehr Live-Berichterstattung und eine regelmäßigere Beantwortung von Kommentaren. Andere forderten noch mehr Berichterstattung über die Lebenswelt von Frauen und Mädchen sowie über Themen wie Armut, Klimawandel und Umweltschutz.

Stärkerer Fokus auf afrikanische Tradition: unsere Bräuche, die Förderung der großen afrikanischen Sprachen und Betrachtung der Lebenswelt von Landfrauen.

Nutzer, Burkina Faso



Tägliche Informationen über Umweltschutz und Klimawandel. Das würde der Welt helfen, den Ernst der Situation zu verstehen.

Nutzer, Zentralafrikanische Republik

Seitens Fachexpertise wurde darauf hingewiesen, dass Veröffentlichungen zum Thema LGBTQIA+ eher auf gesellschaftliche Ablehnung stoße. Es wurde empfohlen auch kritische Stimmen einzubeziehen, um den Zuschauenden nicht das Gefühl von Bevormundung zu vermitteln.

Die Vielfalt in Bezug auf sexuelle Orientierung wird beispielsweise überhaupt nicht akzeptiert. Die LGBTQIA+-Community wird sehr negativ gesehen. Das Problem liegt oft in religiösen oder kulturellen Überzeugungen.

Medienexperte, DR Kongo

In den Studien in der DR Kongo und der Côte d'Ivoire wurde das edukative Format *Learning by Ear* als informativ und lehrreich bewertet. Die Teilnehmenden lobten den Infotainment-Ansatz, bei dem Tipps zur Datensicherheit in eine spannende Storyline eingebettet waren. Besonders in Kinshasa zeigte sich, dass viele durch das Programm dazulernten. Auch das Radio-Magazin *77 pour cent – nous, les jeunes d'Afrique* wurde in der DR Kongo, als relevant, ermutigend und ebenfalls lehrreich empfunden.

4.4.6 Portugiesisch für Afrika

Der Sprachraum **Portugiesisch für Afrika umfasst die Länder Mosambik und Angola**, in denen Portugiesisch nicht nur Amtssprache ist, sondern auch eine zentrale Rolle als Verkehrs- und Bildungssprache spielt. Trotz der gemeinsamen kolonialen Vergangenheit und der verbindenden Sprache unterscheiden sich beide Länder hinsichtlich ihrer politischen Strukturen, wirtschaftlichen Entwicklungspfade und gesellschaftlichen Herausforderungen deutlich.[462]

Mosambik war in den vergangenen vier Jahren von erheblichen politischen und sicherheitspolitischen Entwicklungen geprägt. Besonders im Fokus standen die Präsidentschafts- und Parlamentswahlen im Oktober 2024, bei denen Daniel Chapo zum Präsidenten gewählt wurde. Vorwürfe des Wahlbetrugs und staatlicher Manipulation führten landesweit zu Protesten und gewaltsamen Auseinandersetzungen.[463] Gleichzeitig verschärfte sich die Sicherheitslage in der nördlichen Provinz Cabo Delgado, wo islamistische Gruppen wiederholt Angriffe verübten und tausende Menschen in die Flucht trieben.[464] Auch wirtschaftlich steht das Land unter Druck: Die *COVID-19*-Pandemie, anhaltende Konflikte und Naturkatastrophen belasteten die Entwicklung erheblich. Ein Großteil der mosambikanischen Bevölkerung lebt in anhaltender Armut, insbesondere in ländlichen Regionen, wo der Zugang zu Bildung und Gesundheitsversorgung stark eingeschränkt ist.[465]

Angola erlebte im Evaluationszeitraum ebenfalls bedeutende politische und gesellschaftliche Entwicklungen. Die Wahlen 2022 bestätigten Präsident João Lourenço im Amt, während die Oppositionspartei *UNITA* mit einem historischen Ergebnis zur stärksten Oppositionskraft seit der Unabhängigkeit wurde. Trotz Reformbestrebungen bleibt das Land wirtschaftlich stark vom Öl abhängig und kämpft mit hoher Armut und sozialen Ungleichheiten. Besonders betroffen sind ländliche Gebiete, in denen der Zugang zu Bildung, Gesundheitsversorgung und stabilen Einkommensquellen stark eingeschränkt ist.[466] **China zählt**

462 BMZ 2023a, World Bank 2025.
463 SWP 2024.
464 HRW 2025b.
465 World Bank 2025.
466 Der Spiegel 2022.



Braima Darame/DW

Osvaldo Kaholo, Aktivist aus Luanda, setzt sich für soziale Gerechtigkeit und die Rechte von jungen Menschen in Angola ein. Die DW bietet engagierten Stimmen wie seiner eine Plattform für Dialog und Veränderung.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	–	×	×
Portugal	**Rádio e Televisão de Portugal (RTP)**	× 24 Stunden TV-Programm	×	× 24 Stunden Radio-Programm
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
China	**China Radio International (CRI)**	–	×	×

Abbildung 43: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Portugiesisch für Afrika**
Stand 2. Halbjahr 2024

zu den einflussreichsten Akteuren in Angola und Mosambik – durch massive Investitionen in Infrastruktur, Energieprojekten und Kreditvergabe. In Angola dominiert China mit Öl-gegen-Kredite-Modellen, in Mosambik mit Straßenbau- und Agrarprojekten.[467]

Die Lage der Pressefreiheit entwickelte sich in Angola und Mosambik im Jahr 2025 ähnlich. Beide Länder konnten sich in der Rangliste der Pressefreiheit 2025 von Reporter ohne Grenzen leicht verbessern. Angola stieg um vier Plätze auf Rang 100 von 180 Staaten, Mosambik ebenfalls um vier Plätze auf Rang 101.[468] Diese leichten Fortschritte im Ranking deuten jedoch nicht auf substanzielle Verbesserungen hin.

In Angola bleibt die Medienlandschaft durch regulatorische Eingriffe, rechtliche Einschränkungen und mangelnde Medienvielfalt unter starkem Druck. Der angolanische Staat nutzt insbesondere **Strafgesetze im Bereich der nationalen Sicherheit** und der Verleumdung, um kritische Stimmen einzuschüchtern oder strafrechtlich zu verfolgen.[469]

Auch in Mosambik zeigen sich anhaltende strukturelle Defizite. Während die Pressefreiheit formell in der Verfassung verankert ist, stehen ihr in der Praxis restriktive **Mediengesetze, gezielte Repression und mangelnder Schutz für Journalistinnen und Journalisten entgegen**. Besonders auffällig war die Situation rund um die Kommunalwahlen im Oktober 2024: Journalistinnen und Journalisten wurden während der Berichterstattung von Sicherheitskräften angegriffen, einige wurden sogar vorübergehend festgenommen.[470]

In Mosambik ist Radio nach wie vor das meistgenutzte Medium: 53 % der Bevölkerung hören regelmäßig Radio, während Fernsehen von etwa 44 % genutzt wird.[471] Diese beiden klassischen Medien dominieren weiterhin die Informationslandschaft, insbesondere in ländlichen Regionen mit begrenztem Internetzugang.[472] Anfang 2025 nutzten rund 6,96 Millionen Menschen (19,8 % der Bevölkerung) das Internet. Die Zahl aktiver Social-Media-Nutzer lag bei 3,7 Millionen (10,5 %). *Facebook* war mit 3,2 Millionen Nutzenden die führende Plattform, gefolgt von *TikTok* (2,84 Millionen) und *Instagram* (595.000).[473]

In Angola zeigt sich ein ähnliches Bild: 95 % der Bevölkerung nutzen täglich Fernsehen.[474] Auch das Radio bleibt ein weit verbreitetes Medium. Rund 82 % der Bevölkerung hören es regelmäßig.[475] Etwa fünf Millionen Angolanerinnen und Angolaner (13,4 %) sind in sozialen Netzwerken aktiv. *Facebook* ist mit einem Marktanteil von über 76 % die dominierende Plattform, gefolgt von *Instagram* mit 6,87 %.[476]

Angesichts der Einschränkungen im nationalen Mediensystem orientieren sich viele Menschen zunehmend an

467 Mpako et al. 2025.
468 RoG 2025a.
469 Freedom House 2024h.
470 RoG 2025i.
471 Datareportal 2025a.
472 Mpako et al. 2024.
473 Datareportal 2025a.
474 Global Media Kit 2024.
475 Freedom House 2024h.
476 Datareportal 2024e.

alternativen Informationsquellen jenseits der staatlich dominierten Angebote (Abbildung 43). Der Rückgriff auf internationale Medienanbieter könnte insbesondere in Ländern wie Mosambik und Angola dazu beitragen, den Zugang zu unabhängigen, vielfältigen und kritischen Informationen zu erweitern. Dies eröffnet internationalen Anbietern wie der DW, *RTP, RFI* und *VOA* die Möglichkeit, sich langfristig als vertrauenswürdige und relevante Informationsquellen zu etablieren. Obwohl *VOA* bis 2025 ein umfangreiches TV-, Radio- und umfangreiches Digitalangebot auf Portugiesisch angeboten hat, mussten die von *USAGM* finanzierten Angebote 2025 ihre Arbeit weitgehend einstellen.[477]

Das portugiesischsprachige Angebot für Afrika: Stärkung des Informationszugangs

Für Nutzende in Angola und Mosambik bietet die DW ein **vielseitiges multimediales Angebot.** Im Hörfunkbereich sendet die DW am Morgen und am Abend von Montag bis Freitag täglich zwei 20-minütige Live-Radiosendungen. Diese bestehen aus einem Nachrichtenblock und mehreren Beiträgen, darunter regelmäßig ein Korrespondentinnen- und Korrespondentenbericht sowie aktuelle Audioclips aus Videostatements.

Die DW produziert für das Jugendmagazin *The 77 Percent* wöchentliche Videobeiträge, die samstags auf dem angolanischen Sender *TV Zimbo* ausgestrahlt werden. Darüber hinaus ist die DW jeden Donnerstag in Kooperation mit *TV Zimbo* (Angola) und *TV Soico* (Mosambik) mit **Liveschalten zu aktuellen internationalen Themen** auf Sendung. Die Umweltmagazinsendung *Eco Africa* wird gemeinsam mit dem Partner *Soico TV* koproduziert und in Mosambik ausgestrahlt.

An Bedeutung gewinnen zunehmend **digitale Formate** die über Plattformen wie *YouTube, Facebook, TikTok* und *WhatsApp* verbreitet werden (Abbildung 44). Dazu zählen unter anderem das interaktive Format *Radar DW* mit Live-Debatten und Interviews sowie das Erklärvideo-Format *À Lupa* (unter der Lupe), das gesellschaftliche und politische Themen kompakt und verständlich aufbereitet. Mit *Janela DW Africa* (Fenster auf DW Afrika) liefert die Redaktion aktuelle Videostatements, Reportagen und Liveschalten direkt von vor Ort. Ergänzt wird das digitale Angebot durch bildende Formate wie *Fala, Moça!* (Hallo, junge Frau!), *Clica no Link* (Klick auf den Link) sowie die adaptierten Formate *Healthy Me! No cap* und *Learning by Ear – Digital Literacy*, die sich insbesondere an junge Zielgruppen richten. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 33 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Portugiesisch für Afrika tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund sieben Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Auf diese Weise positioniert sich die DW als verlässliche und unabhängige Informationsquelle im portugiesischsprachigen Afrika – mit stetig wachsender Relevanz im digitalen Raum.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/pt-002	215 Artikel 52 Videos 52 Audios
YouTube	DW Português para África	74 Videos
Facebook	DW Português para África	562 Posts
TikTok	DW Português para África	Der Kanal existiert seit Dezember 2024, daher noch keine Angaben zu der Zahl der Posts.

Abbildung 44: **Online-Angebote der DW in Portugiesisch für Afrika mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Zur Verbreitung ihrer Inhalte und zur Steigerung der Reichweite kooperiert die DW mit einem Netzwerk regionaler Partnersender – darunter *TV Zimbo* in Angola sowie *Soico TV, Rádio Encontro* und *Rádio Capital* in Mosambik. Durch diese Partnerschaften erreichte die DW insbesondere junge Zielgruppen in urbanen Räumen.

Nutzung – Steigerung durch Ausbau sozialer Medien

Zwischen der zweiten Jahreshälfte 2021 und 2024 zeigte sich eine deutliche Veränderung in der **Nutzung digitaler DW-Inhalte**. Die monatliche Durchschnittsreichweite über die eigenen Kanäle stieg in diesem Zeitraum von rund 1,58 Millionen auf 4,13 Millionen. Diese deutlich erhöhte Nutzung deutet auf eine veränderte Mediennutzung des Publikums hin, die durch strategische Anpassungen auf Seiten der DW – insbesondere den **Ausbau sozialer Medien** – begünstigt wurde.

477 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.

Besonders stark war das Wachstum bei den Social-Media-Accounts der DW. Den größten Zuwachs verzeichnete *YouTube*: Von durchschnittlich 28.187 monatlichen Video Views im Jahr 2021 stieg die Reichweite bis 2024 auf 2,3 Millionen Views. Diese Entwicklung unterstreicht die wachsende Bedeutung audiovisueller Formate für die Zielgruppe in den portugiesischsprachigen Ländern Afrikas.

Auch *Facebook* verzeichnete beim Vergleich der zweiten Jahreshälfte 2021 mit demselben Zeitraum 2024 ein Wachstum um 119 %. Neu hinzu kam im Dezember 2024 ein Kanal auf der Plattform *TikTok*, der im ersten Monat mit ca. 46.000 Video Views ausgewiesen wurde. Auch wenn die absoluten Zahlen aktuell noch vergleichsweise gering ausfallen, signalisiert die Präsenz auf dieser Plattform **eine klare Ausrichtung der DW** auf junge Zielgruppen und trendaffine Formate. Der *WhatsApp*-Kanal der Redaktion erreichte Mitte April 2025 etwa 133.000 Abonnentinnen und Abonnenten.

Während die Social-Media-Kanäle für *DW Português para África* ein starkes Wachstum verzeichnen konnten, zeigte sich auf anderen Verbreitungswegen eine gegenläufige Entwicklung. Die durchschnittliche monatliche Nutzung der eigenen Webseiten ging im Evaluationszeitraum ab der zweiten Jahreshälfte 2021 um 44 % zurück, was jedoch die allgemeine **Verschiebung der Nutzendenpräferenzen** zugunsten mobiler und interaktiver Plattformen widerspiegelt.

Auch im Bereich der Kooperationen ist ein deutlicher Rückgang festzustellen. Während die durchschnittliche monatliche Reichweite über Partnerplattformen und -kanäle in der zweiten Jahreshälfte 2021 noch bei rund 11,7 Millionen lag, sank sie im Vergleichszeitraum 2024 auf etwa 700.000. Das portugiesischsprachige Angebot reduzierte sich im Evaluationszeitraum um rund 64 %, was jedoch vor allem auf *Third Party Risk Management* und eine damit einhergehende temporäre Aussetzung von Influencerinnen- und Influencer-Kooperationen zurückzuführen ist.[478]

Akzeptanz: Aktuell, verlässlich und informativ

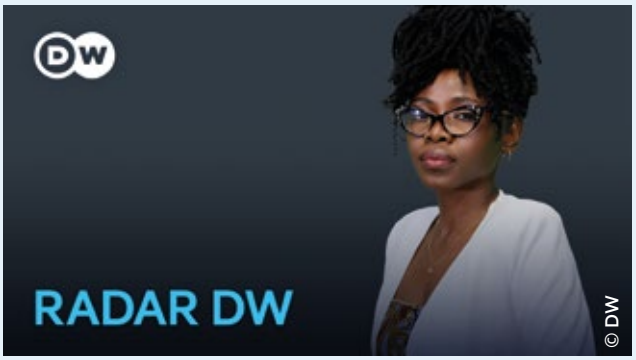
Das portugiesischsprachige Angebot der DW für Afrika wurde im Rahmen eines **Program Monitorings** untersucht. Im Mittelpunkt stand dabei der *Facebook*-Kanal *DW Português para África*.[479] Die Analyse basierte auf einer Kombination **quantitativer und qualitativer Methoden**. Sowohl die Fachmeinung als auch die Ergebnisse der Nutzendenbefragung bestätigten, dass *DW Português para África* in den untersuchten Zielmärkten Mosambik und Angola **für qualitativ hochwertigen Journalismus und**

478 Siehe zu Third Party Risk Management auch Kapitel 4.2 Arabisch.
479 Program Monitoring DW Afrique Facebook-Kanal 2023.



Learning by Ear vermittelt Bildung spannend und alltagsnah – mit Hörspielen, produziert vor Ort, wie hier in Mosambik.

umfassende Berichterstattung steht. Das galt auch für kritische und kontroverse Themen, die von lokalen Medien eher gemieden werden.



Während des Krieges in Angola hat uns nur die DW die Wahrheit berichtet.

Nutzer, Angola



Man könnte mehr Aufmerksamkeit auf das weibliche Publikum richten, indem Themen im Zusammenhang mit Geschlechterfragen behandelt werden.

Medienexperte, Angola

Auch die Medienexperten betonten, dass die Themenvielfalt eine der größten Stärken des Angebots ist. Obwohl Frauen durch eine Vielzahl von Themen angesprochen werden, wurde ihre Einbindung unterschiedlich bewertet:Während der Experte aus Mosambik das Angebot für Frauen als ausreichend ansah, forderte der Experte aus Angola mehr Beiträge für Frauen.

Die DW bietet eine Vielfalt an Inhalten, von Politik über Kultur bis hin zu Unterhaltung und anderen relevanten Informationen. Dadurch wird ein breiteres Publikum auf den Kanal aufmerksam.

Medienexperte, Angola

Der Inhalt der DW folgt einem journalistischen und informativen Standard, der im Gegensatz zu dem steht, was in Angola üblich ist. Es handelt sich um Inhalte mit einem sehr hohen Maß an Wahrheit und Transparenz.

Medienexperte, Angola

Kritisch gesehen wurde, dass es noch mehr regionale Nachrichten aus Afrika sowie Perspektiven von jungen Menschen und Expertinnen und Experten geben könnte.

Ich wünsche mir mehr Berichterstattung zu Politik, Wirtschaft, Verteidigung, digitalem Wandel und investigativem Journalismus.

Nutzer, Kap Verde

Mehr Inhalte, die die Vielfalt der afrikanischen Regionen abbilden – mit Fokus auf Kultur, Bildungsinitiativen, lokale Projekte und die Jugend.

Nutzer, Mosambik

Die Berichterstattung sollte stärker das alltägliche Leben der Menschen widerspiegeln – und weiterhin den Rechtsstaat sowie die Demokratie in den portugiesischsprachigen Ländern Afrikas verteidigen.

Nutzer, Guinea-Bissau

Berichte über LGBTQIA+ wurden unterschiedlich wahrgenommen. Der Experte aus Mosambik betonte, dass bei kontroversen Themen auf weiterführende Quellen verwiesen werden sollte, um einen Meinungswandel zu fördern und Raum für Dialog zu schaffen. Potential zur Verbesserung wurde auch in den Interaktionen mit dem Publikum gesehen.

Insgesamt zeigt die Analyse, dass *DW Português para África* als verlässliche Informationsquelle geschätzt wurde und mit gezielten Anpassungen, etwa in der Ansprache junger Zielgruppen, regionaler Vielfalt und genderbezogener Themen, ihr Potenzial zur Wirkung und Reichweite weiter ausbauen konnte.

Fazit

Subsahara-Afrika stellt eine Region von enormer geopolitischer, gesellschaftlicher und kultureller Vielfalt dar, mit entsprechend komplexen politischen Rahmenbedingungen, die journalistische Arbeit sowie mediale Kooperationen erheblich beeinflussen. Die zunehmende **Etablierung autoritärer Regime**, insbesondere infolge von Militärputschen in Ländern wie Mali, Burkina Faso oder Niger, erschwert internationale Partnerschaften und schafft ein repressives Klima für unabhängige Medien. Politische Einflussnahme und gezielte Repressionen gegenüber Journalistinnen und Journalisten sind in vielen Staaten an der Tagesordnung.

Darüber hinaus wirken sich **bewaffnete Konflikte** direkt auf die Sicherheit von Medienschaffenden vor Ort aus und führen häufig zu eingeschränktem Zugang zu Informationen. Erschwerend kommt hinzu, dass **gesellschaftliche Tabuthemen wie LGBTQIA+ oder religiöser Extremismus** nur unter großem persönlichem Risiko journalistisch behandelt werden können. Ziel der DW bleibt es trotz der schwierigen Bedingungen durch sensible und kontextgerechte Informationsangebote zur freien Meinungsbildung und zur gleichberechtigten Entfaltung aller Menschen beizutragen – unabhängig von Geschlecht oder sexueller Orientierung.

Ein weiterer struktureller Aspekt betrifft die Notwendigkeit der **Regionalisierung von Inhalten**: Trotz sprachlicher Gemeinsamkeiten – etwa durch weit verbreitete Verkehrssprachen wie Englisch, Französisch oder Haussa – erwarten die Nutzerinnen und Nutzer, dass ihre eigene Lebensrealität abgebildet wird. Die Diversität innerhalb einzelner Länder und Regionen verlangt daher nach einer gezielten, lokal verankerten Ansprache und **differenzierter Berichterstattung.**

Gleichzeitig bieten die **wachsende mobile Internetnutzung** und die zunehmende Bedeutung sozialer Medien insbesondere in urbanen Zentren Chancen, junge und bislang unterrepräsentierte Zielgruppen zu erreichen. Programme wie *The 77 Percent, GirlZOffMute* oder *ClickITEasy* zeigen, dass crossmediale und partizipative Formate besonders effektiv sein können, um gesellschaftlich relevante Themen zu adressieren und gleichzeitig den lokalen Bedürfnissen gerecht zu werden.

Insgesamt zeigt sich: Erfolgreiche Medienarbeit in Subsahara-Afrika muss sich kontinuierlich an wandelnde politische Realitäten, gesellschaftliche Sensibilitäten und technische Entwicklungen anpassen. Sie erfordert Mut zur Thematisierung sensibler Inhalte, enge Kooperation mit lokalen Akteurinnen und Akteuren und eine tiefgreifende Regionalisierung redaktioneller Angebote. Gerade mit Blick auf das enorme, schon existierende wie prognostizierte Marktpotenzial sowie die Aufstellung und Präsenz der Wettbewerber muss die DW ihre Möglichkeiten weiter ausschöpfen und den Kurs hin zu hochqualitativen, regionalisierten Angeboten für die Zielgruppe fortsetzen.

4.5 Asien



© DW

Das Video-Format Bae-Baak Isha (Isha ohne Scheu) wurde gemeinsam mit dem Medienhaus Indian Express entwickelt, um den Generationendialog zu fördern und gesellschaftliche relevante Themen aus der Perspektive von jungen Menschen zu beleuchten.

Die Zielländer der DW in Asien sind wie schon in den vergangenen Jahren von Spannungen und verschiedenen innenpolitischen Herausforderungen betroffen. **Afghanistan** gilt seit der Machtübernahme der Taliban im August 2021 als politisch instabil und unsicher. China bleibt weiterhin eine zentrale Macht, die eine expansive Außenpolitik betreibt. Der Konflikt zwischen **China** und Taiwan hat sich im vergangenen Jahr weiter verschärft und entwickelt sich zunehmend zu einem sicherheitspolitischen Brennpunkt mit erheblichem Eskalationspotenzial – nicht nur für beide Seiten, sondern für die gesamte indo-pazifische Region und darüber hinaus. Ebenso ist im andauernden Bürgerkrieg in **Myanmar** keine Lösung in Sicht. Die in **Indien** stattgefundenen Wahlen im Juli 2024 wurden von staatlichen und regierungsnahen Institutionen stark beeinflusst. Friedliche Proteste der Zivilgesellschaft wurden unterbunden und religiöse Minderheiten diskriminiert.[480] Die Spannungen zwischen Israel und dem Iran haben sich dramatisch zugespitzt, sodass es zwischen beiden Ländern jüngst zu militärischen Angriffen kam.[481] Das Nuklearprogramm des **Iran** sorgt weiterhin für heftige Spannungen auch mit den USA. Ebenso wie die Unterstützung von Bürgerkriegsparteien in Syrien und dem Libanon.

Die politische Situation in **Pakistan** ist instabil und ebenfalls von Spannungen gekennzeichnet, wie die Inhaftierung des ehemaligen Premierministers Imran Khan im Mai 2023 verdeutlicht.[482] Das Militär hat großen Einfluss im Land, auch auf die zuletzt im Februar 2024 ausgeführten Wahlen und die anschließende Regierungsbildung. Jüngst ist der Konflikt um die umstrittene Region Kaschmir zum wiederholten Mal ausgebrochen. Die Atommächte Indien und Pakistan beanspruchen das Gebiet für sich, was die Spannungen in der Region enorm erhöht. Auch nach dem gewaltsamen Umsturz der Regierung in **Bangladesch** im Jahr 2024 bleiben die Regierungsbildung sowie die politische Zukunft des Landes weiterhin unklar. In **Indonesien** wurde 2024 ebenfalls gewählt: Beobachterinnen und

480 Amnesty International 2024b.

481 Deutschlandfunk 2025.
482 The Guardian 2023.

Beobachter befürchten, dass Präsident Prabowo Subianto, der bereits unter der Regierung des ehemaligen Diktators Suharto im Militär aktiv war, sukzessiv demokratische Prozesse und die freie Meinungsbildung einschränken wird. Die gesamte Region ist demnach von zahlreichen ethnischen, politischen und militärischen Konflikten betroffen. Zudem sind die asiatischen Länder die bevölkerungsreichsten Zielmärkte der DW. Sie sind teilweise von einer hohen technologischen Innovationskraft geprägt, zugleich verharren viele Gesellschaften häufig in traditionellen Gesellschafts- und Machtstrukturen.

Seit 2021 hat sich die **Lage der Pressefreiheit im asiatischen Raum** verschlechtert. Insgesamt variiert die

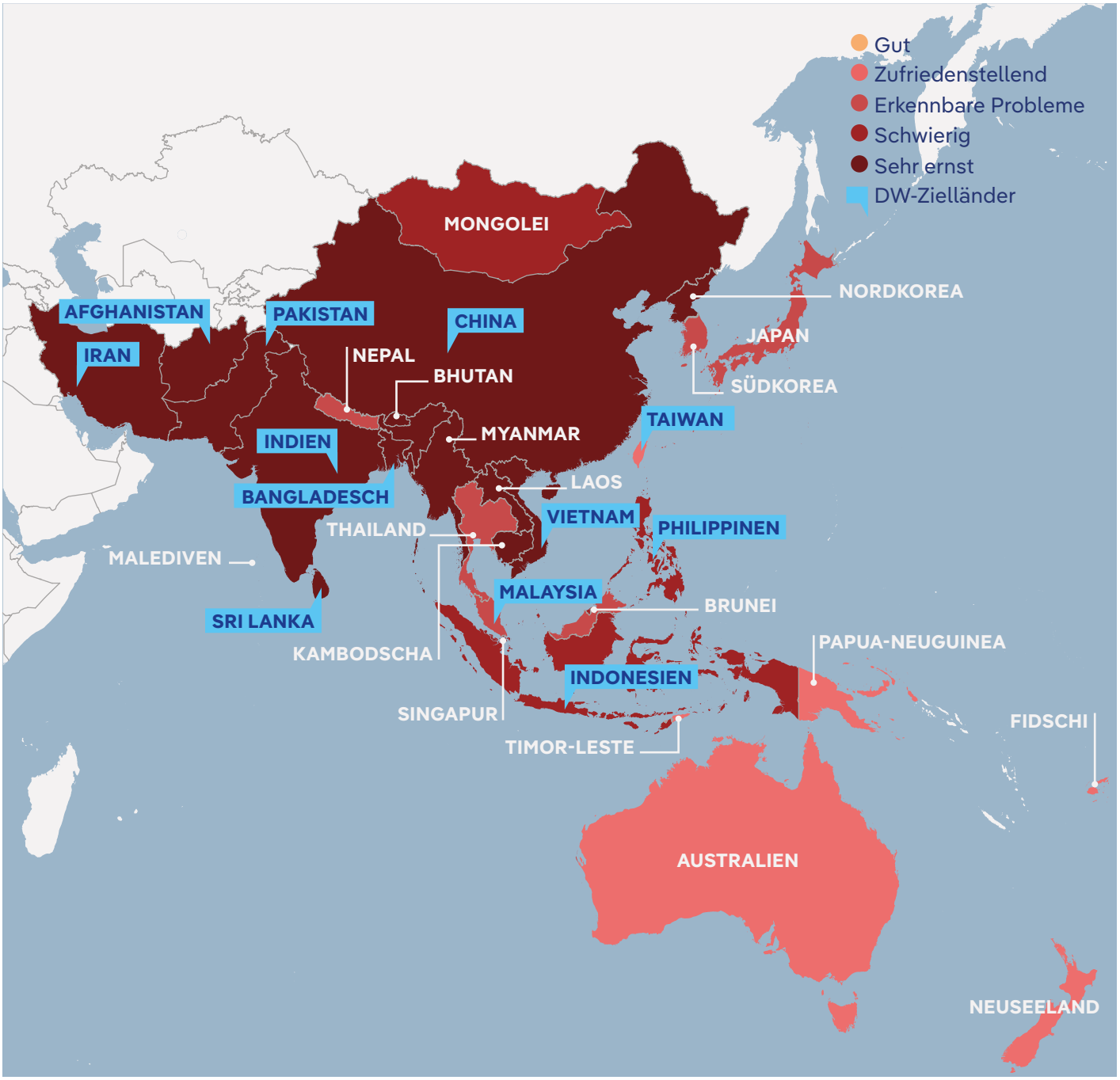


Abbildung 45: **Lage der Pressefreiheit in Asien**

Stand 2025. Quelle: Eigene Darstellung und Farbgebung nach Reporter ohne Grenzen.

Situation stark von Land zu Land. Während in einigen wenigen Ländern relativ frei berichtet werden kann, sind die Medien in den meisten Ländern erheblichen Einschränkungen ausgesetzt. Die Lage der Pressefreiheit wird in den allermeisten Ländern von *Reporter ohne Grenzen* als „schwierig" bis „sehr ernst" eingestuft (Abbildung 45). Trotz der allgemeinen Verschlechterung gibt es nach wie vor Länder, in denen Medienschaffende vergleichsweise ungehindert arbeiten können, dazu gehören Taiwan (Rangliste Platz 24) sowie Südkorea (Platz 61).[483] In anderen Teilen ist eine unabhängige Arbeit von Journalistinnen und Journalisten nicht mehr möglich: Schlusslichter in der Region bilden Afghanistan (Platz 175) und Nordkorea (Platz 179).[484] Ob durch gesetzliche Einschränkungen oder durch gezielte Propaganda mit staatlich kontrollierter Verbreitung von Informationen, **Regierungen zensieren die Berichterstattung und greifen gezielt in die öffentliche Meinungsbildung ein**. Nicht selten werden Medienschaffende aufgrund ihrer Berichterstattung inhaftiert und misshandelt. So war China 2024 mit 50 inhaftierten Personen aus dem Medienbereich erneut das Land mit den meisten Inhaftierungen von Journalistinnen und Journalisten weltweit. Diese Zahl basiert auf dokumentierten Fällen, wobei aufgrund der strengen Zensur und Überwachung in China von einer noch höheren Dunkelziffer auszugehen ist.[485] Auch der Iran gehörte 2024 mit 16 inhaftierten Journalistinnen und Journalisten zu den Ländern mit den meisten Gefangenen.[486]

Vor diesem Hintergrund ist die journalistische Arbeit der DW in den Zielländern der Region von großer Bedeutung. Als unabhängige Informationsanbieterin ist sie in der Lage, die Zivilgesellschaft zu informieren und die freie Meinungsbildung zu stärken. Im Evaluationszeitraum hat die DW regelmäßige Programmangebote für die Zielländer der Region in neun Regionalsprachen[487] sowie auf Englisch und Deutsch zur Verfügung gestellt. Die DW betreibt dafür Studios in Taipeh, Jakarta und Neu-Delhi. In der südindischen Stadt Chennai ist für 2025 ein weiteres Büro geplant. Am Standort Indien werden Informationsangebote in gleich mehreren Sprachen vor Ort produziert: Englisch, Bengalisch, Hindi, Tamil sowie Urdu.

Die größten Wettbewerber in der Region während des Evaluationszeitraums waren *USAGM* sowie die *BBC*.

Beide Medienanbieter brachten sich aktiv ein, um unabhängige und unzensierte Informationen in der Region zu verbreiten. Die *BBC* betreibt mehrere Regionalbüros vor Ort, darunter in Neu-Delhi, Singapur und Bejing.[488] Nach den massiven Budgetkürzungen im März 2025 wurde der *News Service* von *USAGM*, der faktenbasierte und unabhängige China-bezogene Inhalte in Mandarin und Englisch liefert, stark eingeschränkt, ebenso wie weitere Angebote von *VOA* vor Ort.[489]

Die DW setzt mit den **Profilthemen Demokratie und Menschenrechte, Technologie und Innovation, Umweltschutz, Ernährung und gesundheitliche Aufklärung** deutliche Akzente in der Region und entspricht damit regionalen Interessen der Mediennutzenden. Zu den zentralen Formaten gehören das TV-Magazin *Onneshon* (Untersuchung), ein wöchentlich ausgestrahltes TV-Programm für den bengalischsprachigen Markt, das sich mit der Welt der Wissenschaft und Technologie befasst. Die Pendants dazu bilden die Wissenschaftssendungen *Manthan* (Aufgewühlt) für Hindi und *Inovator* (Erneuerer, Wegbereiter) für den indonesischsprachigen Markt. Hinzu kommen die Umweltmagazine *Eco India* und *Eco Bangladesh*, die Umweltthemen aus den Regionen Südasien, Europa sowie der Welt behandeln. Ein weiteres wichtiges Format ist die Produktion *Aashti* (Versöhnung). Die wöchentlich erscheinende Live-Talkshow für die Menschen in Afghanistan behandelt relevante Themen wie aktuelle politische Entwicklungen und Menschenrechtsfragen.

Neben den **TV-Programmen der DW spielt die Nachfrage nach Social-Media-Inhalten weiterhin eine bedeutende Rolle für die überwiegend junge Zielgruppe** in der Region. Radio verliert hingegen an Bedeutung, weshalb die Audioinhalte der DW sich auf ein Minimum beschränken. Neben den erfolgreichen TV-Sendungen produziert die DW deshalb hauptsächlich Inhalte für ihre Webseite sowie ihre vielfältigen Social-Media-Plattformen wie *YouTube, Facebook* und *Instagram*, über die sie die junge Bevölkerung ihrer priorisierten Zielländer insbesondere mit Videoinhalten am besten erreicht.

483 RoG 2025a.
484 Ebd.
485 CPJ 2025a.
486 Ebd.
487 Derzeit bietet die DW für die Region Asien die Sprachen Chinesisch, Farsi, Dari, Paschtu, Urdu, Hindi, Tamil, Bengalisch und Indonesisch an.
488 BBC 2025a.
489 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen können aufgrund des Redaktionsschlusses und der Erstveröffentlichung des Berichts zum September 2025 nicht abgebildet werden.

4.5.1 Chinesisch

China zählt zu den schwierigsten Märkten für die DW. Eine digitale Firewall[490] schirmt das Land effektiv von unabhängigen Informationen aus dem In- und Ausland ab. Dabei besteht ein hoher Bedarf an verlässlicher, objektiver Berichterstattung: Das Land steht unter der Kontrolle eines autoritären politischen Systems, das von der *Kommunistischen Partei Chinas (KPCh)* unter der Führung des Staatspräsidenten Xi Jinping zentralistisch gelenkt wird. Nahezu alle Bereiche des öffentlichen, wirtschaftlichen und privaten Lebens unterliegen staatlicher Kontrolle. Freie Wahlen existieren nicht; zivilgesellschaftliches Engagement wird systematisch durch Repression, Überwachung und Einschüchterung unterdrückt.[491]

Die **Menschenrechtslage** ist gravierend. Besonders ethnische und religiöse Minderheiten – darunter Uigurinnen und Uiguren sowie Tibeterinnen und Tibeter – sind gezielter staatlicher Repression ausgesetzt. Internationale Beobachtende dokumentieren schwerwiegende Menschenrechtsverletzungen wie Internierung, Zwangsarbeit, Überwachung und kulturelle Unterdrückung, insbesondere in den Regionen Xinjiang und Tibet.[492] Auch in der Sonderverwaltungszone Hongkong – die bis 2014 im Gegensatz zu China als regionaler Hort der Meinungsfreiheit galt – wurden demokratische Strukturen schrittweise demontiert. Friedlicher Protest und freie Meinungsäußerung sind heute faktisch unmöglich. Zahlreiche Aktivistinnen und Aktivisten sowie Journalistinnen und Journalisten wurden verhaftet oder zur Flucht ins Exil gezwungen.[493]

Die **Meinungs- und Pressefreiheit in China ist massiv eingeschränkt**. Laut *Reporter ohne Grenzen* ist die Volksrepublik „das weltweit größte Gefängnis für Journalistinnen und Journalisten".[494] Auf der Rangliste der Pressefreiheit fiel das Land im Jahr 2025 um sechs Plätze auf den drittletzten Rang.[495] Alle großen Medienunternehmen – darunter die Nachrichtenagentur *Xinhua*, das Staatsfernsehen *China Central Television (CCTV)*, der nationale

490 Die sogenannte „Große Firewall" (Great Firewall) ist ein staatliches System zur Kontrolle und Filterung des Internetverkehrs. Sie blockiert den Zugang zu ausländischen Webseiten, zensiert Inhalte und überwacht die Online-Kommunikation. Great Firewall Report 2024.
491 Freedom House 2025e.
492 HRW 2025c.
493 Freedom House 2025e.
494 RoG 2025j.
495 RoG 2025a.



privat

Korrespondentin Phoebe Kong bei Protesten in Hongkong

Rundfunk *China National Radio (CNR)* sowie die Zeitungen *China Daily, People's Daily* und *Global Times* – sind im Staatsbesitz oder im Besitz der *KPCh* und unterliegen der direkten Kontrolle der Regierung. Unabhängiger Journalismus ist faktisch unmöglich; regimekritische Berichterstattung wird strafrechtlich verfolgt. Digitale Plattformen unterliegen strenger Zensur. Internationale Social-Media-Plattformen wie *YouTube, Facebook* und *X* sowie Webseiten von Informationsanbietern – darunter auch die der DW – sind blockiert. Stattdessen dominieren kontrollierte chinesische Dienste wie *WeChat, Weibo* oder *Youku*, deren Inhalte umfassend zensiert werden. Einzig über Virtuelle Private Netzwerke *(VPN)*[496] und Zensurumgehungstools wie *Psiphon*[497] oder *The Onion Router (TOR)*[498], die auch von der DW beworben werden, kann die Zielgruppe auf freie Informationen zugreifen.

Die digitale Überwachung ist in China allgegenwärtig. Das Generieren von Personenprofilen über Big Data und der Einsatz von Technologien wie Gesichtserkennung und KI dienen der umfassenden Kontrolle der Bevölkerung. Auch chinesische Kritikerinnen und Kritiker im Ausland sehen sich weiterhin Repressionen durch die chinesische Regierung ausgesetzt. Dazu gehören Kopfgelder und Einschüchterungsversuche bis hin zu finanziellen Sanktionen wie der Sperrung von Vermögenswerten.[499]

Außenpolitisch tritt China selbstbewusst und aggressiv auf. Taiwan wird militärisch bedroht, umstrittene Gebietsansprüche im Süd- und Ostchinesischen Meer sowie ungelöste Grenzkonflikte mit Indien und Bhutan verschärfen die Spannungen in der Region. Gleichzeitig verschlechtert sich das Verhältnis zum Westen, während China gezielt Beziehungen zum Globalen Süden ausbaut. Zugleich nutzt die Volksrepublik staatlich gelenkte Auslandsmedien wie *China Global Television Network (CGTN)*, um Einfluss auf die globale Meinungsbildung zu nehmen. Auch privatwirtschaftliche Akteure wie *TikTok* stehen im Verdacht, im Sinne chinesischer Interessen Daten zu sammeln oder Inhalte zu manipulieren.

Unter den **internationalen Informationsanbietern** bieten unter anderem die *BBC, RFI (Radio France Internationale), VOA (Voice of America)* und *RFA (Radio Free Asia)* chinesischsprachige Radio- und Digitalangebote; *VOA* zusätzlich ein TV-Programm (Abbildung 46). Seit März 2025 wurden die chinesischsprachigen Dienste von *VOA* und *RFA* infolge massiver Budgetkürzungen durch die US-Regierung jedoch drastisch reduziert[500] – mit großen Auswirkungen für den Informationsbedarf in der Region und zur Freude der chinesischen Regierung.[501] *RFA* stellte den Kurzwellenbetrieb vollständig ein.[502]

Der direkte Zugang zu internationalen Informationsangeboten ist in Festlandchina aufgrund staatlicher **Zensur** nicht möglich. Stattdessen setzen die Anbieter auf digitale Plattformen und Umgehungstechnologien wie *Psiphon,*

496 Siehe Glossar.
497 Siehe Glossar.
498 Siehe Glossar.
499 Weltspiegel 2025.

500 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen können aufgrund des Redaktionsschlusses und der Erstveröffentlichung des Berichts zum September 2025 nicht abgebildet werden.
501 BBC 2025b.
502 RFA 2025.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	×	×
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
	Radio Free Asia (RFA)	-	×	×
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	-	×	×
Russland	**Sputnik**	-	×	-

Abbildung 46: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Chinesisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

Freegate[503] oder *Ultrasurf*[504]. Produziert wird außerhalb des chinesischen Festlands. So betreiben *BBC, VOA, RFA* wie auch die DW Studios in Taipeh. Die *BBC* unterhält zudem Büros in Shanghai und Peking, die vorrangig kommerziellen Zwecken dienen, nicht der redaktionellen Arbeit. Hauptstandort von *BBC Chinese* ist nach wie vor Hongkong, doch wird die Arbeit dort seit der Einführung des Nationalen Sicherheitsgesetzes im Jahr 2020 deutlich erschwert.[505] Der russische Anbieter *Sputnik* betreibt einen chinesischsprachigen *Weibo-Account*, der sich stark an russischer Außenpolitik und strategischer Partnerschaft mit China orientiert. Im Gegensatz zu den westlichen Anbietern verfolgt der Account primär propagandistische Ziele.

Das chinesischsprachige Angebot: Zensurumgehung und verstärkte Regionalisierung

Das chinesischsprachige Angebot der DW richtet sich vorrangig an Zielgruppen in Festlandchina. Da der direkte Zugriff dort blockiert ist, bewirbt die DW aktiv Zensurumgehungstechnologien wie *Psiphon* oder *TOR*, um den Zugang zu ermöglichen. Die Inhalte erscheinen in vereinfachten Schriftzeichen (Kurzzeichen), wie sie in der Volksrepublik üblich sind. Auch Hongkong und Taiwan zählen zu den Zielregionen; für diese Märkte produziert die DW zusätzlich Inhalte in traditionellen Schriftzeichen (Langzeichen).

Hongkong ist ein strategisch und symbolisch wichtiger Markt, weil der Rückbau demokratischer Grundrechte spürbar ist und unabhängige Medien eine dringend benötigte Stimme darstellen. Angesichts zunehmender Repressionen in Hongkong und eingeschränkter Pressefreiheit in China verlagern immer mehr internationale Journalistinnen und Journalisten ihre Arbeit nach Taiwan – das sich dadurch zunehmend als sicherer Zufluchtsort für unabhängigen Journalismus und als Beobachtungsplattform im geopolitischen Spannungsfeld mit China etabliert. Zudem bieten Partnerschaften mit taiwanischen Medien für die DW eine gute Möglichkeit, Reichweite zu steigern.

Eine weitere relevante Zielgruppe stellt die **chinesische Diaspora** dar, die potenziell eine Multiplikatorfunktion übernehmen kann: Durch die Weiterverbreitung von Inhalten besteht die Möglichkeit, Teile der Zielgruppe in Festlandchina zumindest mittelbar zu erreichen.

503 Siehe Glossar.
504 Siehe Glossar.
505 Reuters 2021.

Da eine direkte Berichterstattung aus der Volksrepublik China nur in Ausnahmefällen möglich ist, erstellt die DW regionalisierte Inhalte aus ihrem Auslandsstudio in Taipeh. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW zudem 15 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für das chinesische Angebot tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund zwei Vollzeitäquivalenten eingesetzt.

Die regionale Präsenz ermöglicht nicht nur die Produktion relevanter Inhalte vor Ort, sondern auch die Veröffentlichung zur Hauptnutzungszeit in den Zielregionen. Der Schwerpunkt der DW-Aktivitäten in China liegt auf digitalen Kanälen (Abbildung 47). Die DW ist mit chinesischsprachigen Inhalten auf *X, YouTube* und seit Februar 2025 auch auf *Instagram* präsent. Der *Facebook*-Account wurde mit Launch des *Instagram*-Accounts eingestellt, da *Facebook* in der Zielregion zunehmend an Relevanz verliert und die Interaktionszahlen rückläufig sind. Ein weiterer Grund war, dass personelle Kapazitäten fehlen, um alle Kanäle gleichwertig betreuen zu können. Zuletzt bietet *Instagram* in der Region ein deutlich höheres Potenzial für Wachstum und Interaktion.

Zum Einsatz kommen verschiedene Formate: Wöchentliche *Explainer*[506]-Videos analysieren politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen; eine

506 Siehe Glossar.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/zh	je Version (Lang- und Kurzzeichen) 280 Artikel 40 Videos
YouTube	DW Chinese (Langzeichen)	23 Videos
Facebook	DW Chinese (Langzeichen)	390 Posts
Instagram	DW Chinese (Langzeichen)	40 Posts
X	DW Chinese (Kurzzeichen)	715 Posts

Abbildung 47: **Online-Angebote der DW in Chinesisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024





In den DW-Serien Us and Them und HER – Women in Asia werden persönliche Geschichten und gesellschaftliche Spannungen sichtbar gemacht – von mutigen Frauen in Asien bis zu jungen Menschen weltweit, die zwischen Tradition und Wandel stehen.

Presseschau fasst deutschsprachige Kommentare zu China zusammen. Sogenannte *Social Cards* – visuell aufbereitete Kurzbeiträge – adressieren auf *X* und *Instagram* vor allem ein jüngeres Publikum. Ergänzt wird das Angebot durch laufend aktualisierte Artikel auf *dw.com*, Bildergalerien, Gastkommentare und einen Podcast zur klassischen Musik.

Im Evaluationszeitraum berichtete die DW auch regelmäßig über Themen, die in chinesischen Staatsmedien unterdrückt oder verzerrt dargestellt werden – etwa die *COVID-19*-Proteste, die Lage der Volksgruppe der Uiguren in Xinjiang, Einschränkungen der Pressefreiheit in Hongkong, den Handelskonflikt mit den USA sowie die zunehmenden Spannungen im Taiwan-Konflikt. Damit schließt die DW gezielt Informationslücken für ihre Zielgruppen.

Um trotz der Zensur informative Inhalte in der Volksrepublik verbreiten zu können, arbeitet die DW mit digitalen Partnern auf dem Festland zusammen. Dafür stellt sie Videos aus dem DW-Portfolio zu Themen aus Kultur, Lifestyle, Wirtschaft, Wissenschaft und Umwelt zusammen, die nicht unter die Zensur fallen und untertitelt sie in chinesischer Sprache. Diese übernehmen die Partner *Whaley, MoreTV* und *Renren* und verbreiten sie in der Volksrepublik. Versuche der DW, Angebote in chinesischen sozialen Netzwerken wie *WeChat* zu starten, blockten die Betreiber ab. Darüber hinaus arbeitet die DW mit den Partnern *WoW TV* in Taiwan sowie *MyTVSuper* und *Now TV* in Hongkong zusammen. Diese übernehmen auf Chinesisch untertitelte Inhalte der DW. Zusätzlich zu den TV-Übernahmen hat die DW 28 Online-Partner, die Artikel und Videos übernehmen, darunter so wichtige Partner wie *Yahoo, MSN* und *Line Today*.

Hohe Nutzung trotz erschwerter Distributionssituation

Trotz der schwierigen Distributionssituation konnte die DW **ihre hohen Reichweiten** im Evaluationszeitraum nahezu halten. Im zweiten Halbjahr 2024 verzeichnete das digitale Gesamtangebot durchschnittlich 15,8 Millionen Views pro Monat – nur rund 6 % weniger als im gleichen Zeitraum 2021.

Dem festlandchinesischen Publikum waren DW-Inhalte vor allem über die Partnerschaften zugänglich – allerdings nur solche, die die chinesische Zensur zulässt. Die Videos, die über die chinesischen Partner *Whaley, MoreTV* sowie *Renren* verbreitet wurden, machten im zweiten Halbjahr 2024 rund 34 % der Gesamtviews aus. Auch *Yahoo* (1,3 Millionen monatliche Views) und der taiwanesische



© DW

In der DW-Serie HER – Women in Asia zeigt Claire Teo aus Singapur, wie Kunst und Selbstbestimmung Barrieren überwinden – als blinde Schauspielerin kämpft sie für eine Gesellschaft, die Behinderung als Chance begreift.

Partner *Line Today* (600.000 monatliche Views) waren für die Distribution des DW-Angebots von hoher Bedeutung.

Die Nutzung der chinesischsprachigen DW-Angebote auf Social Media hatte sich im selben Zeitraum mehr als verdoppelt. Besonders erfolgreich war die DW auf *X*: Mit durchschnittlich 2,1 Millionen Videoabrufen pro Monat erreichte der Kanal die höchste Reichweite unter den DW-Plattformen. Es folgte *Facebook* mit 1,2 Millionen und *YouTube* mit 1 Million durchschnittlichen monatlichen Video Views 2024. Ein Großteil der *Facebook*-Nutzung stammte aus Taiwan (58 %), gefolgt von Hongkong (14 %) und Malaysia (10 %). Auf das chinesische Festland entfielen 2 % der Zugriffe. Auf *YouTube* entfielen 41 % der Nutzung auf Taiwan, jeweils 12 % auf die USA und Hongkong sowie 7 % auf das chinesische Festland.

Deutlich rückläufig war die Nutzung der eigenen Webseite. Die monatlichen Seitenaufrufe der weiterhin nutzungsstärksten Plattform der DW sanken auf 3,5 Millionen – ein Rückgang um 50 % im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021. Knapp 21 % der Visits erfolgten aus den USA, gefolgt von Hong Kong (19 %), Taiwan (9 %), Deutschland (9 %), Japan (7 %), Singapur (6 %) und Festlandchina (5 %).

Die hohe Nutzung aus den USA und Deutschland ist zum Teil auf *Proxy*-Server[507] mit Serverstandorten in diesen Ländern zurückzuführen – genaue Aussagen hierzu sind jedoch nicht möglich. Etwa 1 % der Nutzung erfolgte über das Zensurumgehungstool *Psiphon*.

Im Wettbewerbsvergleich zeigte sich ein differenziertes Bild: Auf *Facebook* lag die DW mit 1,2 Millionen Abrufen vor *RFA* (eine Million), *BBC* (0,9 Millionen) und *VOA* (0,3 Millionen). Auf *YouTube* hingegen dominierten die Wettbewerber deutlich: *VOA* erreichte monatlich zwölf Millionen Abrufe, *BBC* 6,7 Millionen und *RFA* vier Millionen, während die DW auf eine Million kam. Ein Grund dafür ist, dass die Wettbewerber deutlich mehr Inhalte auf *YouTube* veröffentlichten als die DW.

Da Studien im festlandchinesischen Raum durch staatliche Restriktionen nicht möglich waren, liegen keine Akzeptanztests für diesen Markt vor.

507 Siehe Glossar.

4.5.2 Farsi

Seit mehreren Jahren steht der Iran unter massivem innenpolitischem Druck: Der Tod der 22-jährigen Jina Mahsa Amini im Polizeigewahrsam löste landesweite Proteste gegen das Regime aus.[508] Hinzu kommen eine tiefe Wirtschaftskrise und Machtkämpfe innerhalb der politischen Führung. Gleichzeitig spitzt sich die außenpolitische Lage dramatisch zu, vor allem durch den offenen Krieg mit Israel.[509] Was über Jahre hinweg ein Stellvertreterkonflikt war – ein indirekter Krieg, bei dem der Iran Israel über ideologisch gesteuerte Drittakteure wie Hisbollah im Libanon, Milizen in Syrien oder die Huthi im Jemen angriff – ist 2024/25 in einen offenen militärischen Schlagabtausch übergegangen. Israels militärische Reaktion erfolgte vor dem Hintergrund einer als existenziell wahrgenommenen Bedrohung durch das iranische Atomprogramm und die zunehmende regionale Einflussnahme Irans. Die Eskalation hatte das Verhältnis zwischenzeitlich in eine Phase offenen Krieges überführt, dessen Auswirkungen weit über die bilaterale Ebene hinausreichen.[510]

Parallel dazu **wächst die internationale Kritik an der Rolle des Irans in anderen Konflikten der Region**. Besonders im Fokus steht die verstärkte Unterstützung der Huthi-Rebellen im Jemen, deren Angriffe auf Schiffe im Roten Meer internationale Handelsrouten bedrohen. Auch in der Nuklearfrage gibt es keine Entspannung: Die *Internationale Atomenergie-Organisation (IAEA)* und die USA werfen Teheran mangelnde Transparenz vor. Der fortschreitende Ausbau der Urananreicherung wird als ernstzunehmende Gefahr für die regionale Sicherheitslage bewertet.

Ein dramatisches Ereignis erschütterte den Iran im Mai 2024: Präsident Ebrahim Raisi kam bei einem Hubschrauberabsturz ums Leben. In der darauffolgenden Wahl setzte sich überraschend Masoud Peseschkian durch, der als moderater Reformer auftrat, ein tatsächlicher Reformkurs blieb jedoch aus; nicht zuletzt liegt das eigentliche Machtzentrum weiterhin bei Revolutionsführer Ali Chamenei und den Revolutionsgarden.[511]

Die Pressefreiheit im Iran bleibt auch im Jahr 2025 massiv eingeschränkt. In der aktuellen Rangliste der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen* belegt der Iran Platz 176 von insgesamt 180 Ländern, was auf eine sehr ernste Lage

508 BpB 2024b, Amnesty International 2024c.
509 Ebd.
510 Reuters 2025b.
511 BpB 2024c, Reuters 2024d.



Ronka Oberhammer/DW

Starke Stimmen für Menschenrechte im Fokus: DW-Farsi-Korrespondent Youhanna Fajdi im Gespräch mit Aktivistin Masih Alinejad auf der Münchner Sicherheitskonferenz 2025.

für Journalistinnen und Journalisten hinweist.[512] Denn unabhängige Berichterstattung ist nahezu unmöglich, da sämtliche Medien unter strenger staatlicher Kontrolle stehen. Das **Internet wird regelmäßig zensiert oder sogar vollständig abgeschaltet**, insbesondere in Zeiten politischer Spannungen. Kritische Medienschaffende sind willkürlichen Verhaftungen, Drohungen und harten Strafmaßnahmen ausgesetzt. Die Repression betrifft nicht nur inländische, sondern auch ausländische Journalistinnen und Journalisten.[513]

Der iranische Medienmarkt gilt als äußerst restriktiv und stellt für sämtliche internationale Anbieter eine erhebliche Herausforderung dar. Ausländische Medien dürfen im Iran nicht frei berichten, da die Arbeit von internationalen Korrespondentinnen und Korrespondenten strengen Auflagen, ständiger Überwachung und teils direkten Verboten unterliegt.[514] Viele internationale Medienhäuser (Abbildung 48) haben zwar ein Angebot in Farsi, können aber, wie auch die DW, nicht direkt vor Ort produzieren.[515] Die DW zählt den Iran dennoch zu ihren priorisierten Zielmärkten, was sich in ihrer Programmarbeit, speziell dem regionalsprachigen Farsi-Angebot, sowie gezielter Auslandsberichterstattung widerspiegelt.[516] Im Jahr 2024 beschäftigte die DW zwei freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Farsi tätig waren. Da Iran die persischsprachige Redaktion 2022 auf eine Sanktionsliste gesetzt hat und der DW „Unterstützung des Terrorismus“ vorwirft, ist eine Arbeit vor Ort unmöglich. Die Mitarbeitenden arbeiten aus Westeuropa. Der Umfang ihrer Arbeit entspricht 0,2 Vollzeitäquivalenten.

Während der *staatliche Rundfunksender (IRIB)* weiterhin eine zentrale Rolle spielt, wenden sich viele Iranerinnen und Iraner **alternativen Informationsquellen** zu. Insbesondere jüngere Zielgruppen nutzen vermehrt Streaming-Dienste und soziale Medien, um Inhalte zu konsumieren, die außerhalb der staatlichen Kontrolle liegen. So ist die Internetnutzung im Iran hoch, insbesondere über Zensurumgehungstools. Dies zeigt sich an der anhaltend hohen Nutzung von Plattformen wie *YouTube* und *Instagram*, trotz **bestehender Zugangsbeschränkungen**.[517]

USAGM-finanzierte Angebote mussten ihre Arbeit 2025 größtenteils einstellen[518], wurden zeitweise aber wieder reaktiviert. Das farsisprachige *Voice of America (VOA)* Angebot war in den letzten Jahren über Satelliten für TV, *OTT/Streaming*[519], Radio und digital über die Webseite, Social Media und eine mobile App abrufbar. Das Radioangebot von *Radio Farda*, ein Angebot von *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)*, war 24 Stunden pro Tag via Satellit empfangbar.[520] *Iran International*, ein

512 RoG 2025a.
513 RoG 2025k.
514 taz 2022.
515 Ebd.
516 Siehe Abschnitt Regionenpriorisierung, Kapitel 3.
517 Datareportal 2025b.
518 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt.
519 Siehe Glossar.
520 Radio Farda (Radio Free Asia) war zum 15.06.2025 im Gegensatz zur VOA weiterhin aktiv und produziert weiterhin auf Farsi.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	×	×	–
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	–	×	–
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	–
	Radio Farda	×	×	×
Paneuropäisch	**Euronews**	–	×	–
Russland	**Sputnik**	–	×	×
China	**China Radio International (CRI)**	–	×	–
Türkei	**TRT Persian**	–	×	–

Abbildung 48: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Farsi**
Stand 2. Halbjahr 2024



In dem DW-Format My Persian Love Story verbindet eine fiktive deutsch-persische Beziehungsgeschichte humorvoll Alltagsbeobachtungen mit gesellschaftlich relevanten Themen – speziell für ein junges Publikum auf Instagram und YouTube.

persischsprachiger Satellitenfernsehsender mit Sitz in London, der sich an Zuschauerinnen und Zuschauer im Iran und in der iranischen Diaspora richtet, gehört zu den meistgenutzten Fernsehsendern im Iran. Er produziert Inhalte für TV, Online und Social Media sowie Radio (über Satelliten).[521] Seit Ende 2024 hat auch *TRT (Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu)*, die öffentlich-rechtliche Rundfunkgesellschaft der Türkei, ein Angebot auf Farsi für TV und digitale Dienste lanciert.[522]

Das farsisprachige DW-Angebot: Fokus auf digitale Kanäle

Das persischsprachige Angebot der DW richtet sich in erster Linie an **Menschen im Iran, wird jedoch auch von vielen Iranerinnen und Iranern in der Diaspora genutzt**. Es bietet eine vielfältige Auswahl an journalistischen Formaten, die unabhängig relevante politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Themen sowie kulturelle und technologische Entwicklungen einordnen. Aufgrund der schwierigen medienpolitischen Rahmenbedingungen im Iran ist eine direkte Zusammenarbeit mit Journalistinnen und Journalisten vor Ort derzeit nicht möglich. Die Inhalte werden daher vollständig in Deutschland und Europa produziert und vornehmlich über digitale Kanäle wie *Instagram, Facebook, Telegram, YouTube* sowie über die DW-Webseite verbreitet (Abbildung 49).

Zentral sind kurze, erklärende Videos zu aktuellen politischen Themen, die gezielt für ein junges, mobiles Publikum aufbereitet und zweimal wöchentlich auf den

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/fa-ir	356 Artikel
YouTube	DW Persian	11 Videos
Facebook	DW Persian	1.023 Posts
Instagram	DW Persian	1.049 Posts
X	DW Persian	1.770 Posts
Telegram	DW Persian	990 Posts

Abbildung 49: **Online-Angebote der DW in Farsi mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

521 Gamaan Institute 2022.
522 Asia-Pacific Broadcasting Union 2025.

Social-Media-Kanälen von *DW Persian* veröffentlicht werden. Ergänzend erscheint wöchentlich ein Video zu digitalen Entwicklungen und Menschenrechten. Hinzu kommt die Produktion von 15 fiktionalen, vertikal erzählten Kurzvideos unter dem Titel *My Persian Love Story*. Dieses Format richtet sich an junge Nutzerinnen und Nutzer auf *Instagram* und *YouTube* und verbindet **humorvoll die sozial relevanten Profilthemen der DW** mit Alltagsbeobachtungen einer fiktiven deutsch-persischen Beziehungsgeschichte.

Auf der DW-Webseite und in den sozialen Medien erscheinen fortlaufend aktualisierte Kurznachrichten in einem Live-Blog sowie täglich vertiefende Textbeiträge zu aktuellen Entwicklungen im Iran und der Welt. Außerdem wird das Angebot durch Bildergalerien, eine wöchentliche Karikatur, Gesundheitstipps und das „Bild des Tages“ ergänzt.

Zum digitalen Portfolio gehört auch der Podcast *Selten gehörte Stimmen von gestern*, der alle 14 Tage iranische Musikerinnen und Musiker portraitiert. Dabei finden vor allem Musikerinnen und Musiker Beachtung, die wichtige gesellschaftliche Themen angestoßen haben. Der Podcast ist über die DW-Webseite und die Plattform *Castbox* abrufbar.

Nutzung: Starke Wachstumsdynamik

Zwischen dem zweiten Halbjahr 2021 und dem Vergleichs-Zeitraum 2024 konnte DW Persian seine durchschnittliche monatliche Gesamtreichweite um 54 % steigern – von rund 17,9 auf 27,6 Millionen Views. Haupttreiber dieses Wachstums waren die **sozialen Medien**, deren Reichweite sich von etwa zehn auf über 22 Millionen monatliche Abrufe erhöhte. Besonders bemerkenswert ist dieses Wachstum auch angesichts der staatlichen Zensurmaßnahmen: Selbst Plattformen wie *Instagram*, die lange frei zugänglich waren, wurden im Zuge der Proteste blockiert. Der DW gelingt es dennoch, dass Nutzerinnen und Nutzer weiterhin aktiv auf ihre Kanäle zugreifen.

Besonders stark wurde die Plattform *Instagram* genutzt, deren monatliche Reichweite im Vergleichszeitraum von durchschnittlich rund 6,8 Millionen Views im Jahr 2021 auf über 20,5 Millionen im Jahr 2024 anstieg. Dieser Zuwachs verdeutlicht die herausragende Präsenz von *DW Persian* vor allem im visuell geprägten digitalen Raum und unterstreicht die hohe Relevanz des Angebots für ein **primär an mobiler Nutzung interessiertes junges Publikum.** Einen Zuwachs verzeichnete auch das *YouTube*-Angebot: Die durchschnittliche monatliche Nutzung stieg zwischen dem zweiten Halbjahr 2021 und dem zweiten Halbjahr 2024 von 28.500 auf 122.200 Video Views.

Ein deutlich konträres Bild zeigte sich hingegen bei *Facebook*: Hier sank die Nutzung von 3,1 Millionen Video Views pro Monat im zweiten Halbjahr 2021 auf rund 1,27 Millionen im zweiten Halbjahr 2024 – ein Rückgang von 59 %. Dieser Rückgang spiegelt einen allgemeinen Trend wider, wonach *Facebook* im iranischen Kontext zunehmend an Relevanz verliert, während Plattformen wie *Instagram, Telegram*[523] oder *YouTube* an Bedeutung gewinnen. Auch die DW-eigenen Webseiten verzeichneten einen Rückgang um 34 %, was auf eine zunehmende Verlagerung der Nutzung hin zu mobilen, Social-First-Plattformen hinweist.

Trotz rückläufiger Zahlen auf *Facebook* konnte die digitale Gesamtnutzung des farsisprachigen DW Angebots im Evaluationszeitraum erheblich gesteigert werden. Der Fokus auf mobile Videoformate, die Nutzung visuell starker Plattformen sowie der gezielte Ausbau von Informationsformaten auf *Instagram* und *YouTube* zeigen eine positive Entwicklung.

Akzeptanz: Zuverlässige und vertrauenswürdige Informationsquelle

Der *Instagram*-Kanal von *DW Persian* wurde im Rahmen eines Program Monitorings[524] evaluiert, um sowohl die Wahrnehmung durch Nutzende als auch Fachmeinungen einzubeziehen. Die Ergebnisse zeigten eine **hohe Akzeptanz und Wertschätzung** des Angebots – sowohl inhaltlich als auch der Funktion als vertrauenswürdige Informationsquelle.

So bestätigten viele Befragte *DW Persian* als **verlässlich, unabhängig und vielfältig** wahrzunehmen. Besonders hervorgehoben wurden die fundierte politische Berichterstattung sowie die ausgewogene thematische Breite, die über den Iran hinaus auch internationale und gesellschaftliche Kontexte berücksichtigte.

> ***Mit den umfassenden und sorgfältigen Inhalten ist es nicht nötig, andere Nachrichtenquellen zu nutzen.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Iran, männlich**

523 Derzeit ist für die Plattform Telegram keine Messung durch die DW-Abteilung Market and Audience Insights möglich.
524 Program Monitoring DW Persian Instagram-Kanal 2023.



Die Nachrichten über Iran sind für mich sehr wichtig, ebenso wie aktuelle Informationen aus Europa – von Streiks bis zu Protesten.

Zielgruppenmitglied, Iran, männlich

Neben der überwiegend positiven Resonanz wurden auch kritische Anmerkungen geäußert, insbesondere zur Aktualität und zu den Quellen der Inhalte.

Was iranische Nachrichten betrifft, sollten mehr interne Quellen genutzt und größere Anstrengungen unternommen werden, um Nachrichten aus erster Hand zu erhalten.

Zielgruppenmitglied, Iran, männlich

Einige Nutzende äußerten den Wunsch nach größerer sprachlicher Sorgfalt in der persischen Berichterstattung.

Falls möglich, sollte beim Verfassen persischer Grammatik und Rechtschreibung in Überschriften und Nachrichtentexten mehr darauf geachtet werden, dass keine Fehler enthalten sind.

Zielgruppenmitglied, Iran, weiblich

Darüber hinaus wurden konkrete inhaltliche Verbesserungsvorschläge geäußert. Die Nutzerinnen und Nutzer wünschten sich, dass **neben der dominierenden politischen Berichterstattung auch mehr positive und alltagsnahe Themen** behandelt werden – etwa *Human-Interest*-Geschichten, Beiträge zur Umwelt oder kulturelle Inhalte. Auch die iranische Diaspora sollte im Programm sichtbarer werden – mit persönlichen Geschichten und klarer Repräsentation.

Fachmeinungen hoben die journalistische Qualität des Angebots hervor, stuften jedoch das visuelle Erscheinungsbild als verbesserungsbedürftig ein. Zudem wurde eine stärkere Ausrichtung an den Mediennutzungsgewohnheiten junger Zielgruppen empfohlen, etwa durch emotionalere, kürzere Formate im Stil von *TikTok* sowie eine bewusstere Darstellung gesellschaftlicher Diversität.

4.5.3 Dari und Paschtu

Die vergangenen vier Jahre markierten für Afghanistan eine Phase tiefgreifender Rückschritte in Bezug auf Menschenrechte, Pressefreiheit und gesellschaftliche Teilhabe, insbesondere für Frauen und Minderheiten. Nach dem überstürzten Truppenabzug der USA und ihrer NATO-Partner übernahmen am 15. August 2021 die Taliban die Kontrolle über Kabul.[525] Präsident Aschraf Ghani floh ins Exil, die afghanische Regierung kollabierte und die Taliban riefen das „Islamische Emirat Afghanistan“ aus. Diese neue, nicht gewählte Führung stützt sich seither auf eine rigide Auslegung der Scharia und hat **systematisch rechtsstaatliche und demokratische Strukturen abgeschafft**.[526] Hinzu kommen anhaltende Menschenrechtsverletzungen, darunter Folter, Körperstrafen, öffentliche Hinrichtungen sowie allein 1.653 dokumentierte Tötungen im Jahr 2022.[527] Bis auf Russland erkennt weltweit kein Staat die Taliban-Regierung offiziell als rechtmäßige Regierung Afghanistans an.[528] Gleichzeitig verschärfte die innenpolitische Instabilität die ohnehin prekäre Lage im Land. Wirtschaftliche und humanitäre Hilfen wurden nach der Machtübernahme weitgehend eingefroren. Nach Angaben der UN lebten im Jahr 2024 rund **64 % der Bevölkerung in Armut. Etwa die Hälfte der 41,5 Millionen Afghaninnen und Afghanen ist damit auf humanitäre Hilfe angewiesen**.[529] Besonders gravierend ist die Situation für Frauen, die seit der Machtübernahme der Taliban noch systematischer aus dem öffentlichen Leben verdrängt wurden. Sie dürfen ab der siebten Klasse keine Schulen und generell keine Hochschulen mehr besuchen und nicht ohne männliche Begleitung reisen. Darüber hinaus gelten Beschäftigungsverbote beispielsweise bei NROs und der UN. Auch der Zugang zu vielen öffentlichen Einrichtungen ist für Frauen stark reglementiert[530], um nur einige Beispiele der strukturellen Einschränkungen zu nennen. Diese Entwicklungen führten zu einer der größten Fluchtbewegungen weltweit: Bis Ende 2023 **waren rund 6,4 Millionen Afghaninnen und Afghanen als Geflüchtete registriert**, wodurch sie die drittgrößte vertriebene Bevölkerungsgruppe weltweit darstellen.[531] In Deutschland stammte 2024 die

525 Freedom House 2022a.
526 AA 2025.
527 Freedom House 2024i.
528 Tagesschau 2025, Freedom House 2024i.
529 BMZ 2025a.
530 AA 2025.
531 UNHCR 2024b.



Im DW-Format Aashti diskutieren afghanische Journalistinnen und Journalisten aktuelle politische Entwicklungen, Migration und Alltagsthemen.

zweitgrößte Gruppe von Asylsuchenden ebenfalls aus Afghanistan.[532]

Auch **die Pressefreiheit wurde in Afghanistan unter der Taliban-Regierung massiv eingeschränkt**. So verschwanden innerhalb weniger Monate nach der Machtübernahme der Taliban 43 % der afghanischen Medien.[533] 2025 belegte das Land zudem Platz 175 von 180 im Ranking der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)*[534] und zählt damit weltweit zu einem der gefährlichsten Länder für Medienschaffende. Besonders betroffen sind Journalistinnen: Acht von zehn mussten inzwischen ihre Arbeit aufgeben. Die wenigen Frauen, die weiterhin für Medien tätig sind, sehen sich starken Einschränkungen ausgesetzt – darunter dem Verbot öffentlicher Auftritte vor der Kamera sowie niedrigen bis ganz ausbleibenden Gehältern.[535] Auch bei kritischem Journalismus sehen sich afghanische Journalistinnen und Journalisten mit starken Repressalien und Einschüchterungsversuchen konfrontiert. Die meisten nationalen Anbieter behandeln daher keine tabuisierten Themen wie Religion, Feminismus, Menschenrechte oder Kritik an der Regierung.

Für **internationale Medienanbieter** hat sich die Berichterstattung aus Afghanistan seit der Machtübernahme der Taliban nochmals verschärft. Viele sahen sich gezwungen, ihre Präsenz im Land aufzugeben. Bereits im Jahr 2022 verhängten die Taliban Sendeverbote gegen die DW und die *BBC*.[536] Trotz der schwierigen Bedingungen beschäftigte die DW im Jahr 2024 drei freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Dari und Paschtu tätig waren in einem Umfang von rund einem Vollzeitäquivalent.

Neben der DW und der *BBC* war auch *Voice of America (VOA)* von massiven Einschränkungen betroffen: Im Dezember 2022 untersagten die Taliban die Ausstrahlung aller Radiosendungen, blockierten die Webseiten auf Dari und Paschtu und verboten lokalen Medienpartnern eine Zusammenarbeit.[537] Als Reaktion darauf etablierte VOA einen rund um die Uhr empfangbaren Satellitenkanal für Afghanistan, verlagerte Radiosendungen auf alternative AM- und Kurzwellen-Frequenzen außerhalb des Landes und förderte den Einsatz von technischen Zensurumgehungslösungen.[538] *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* musste bereits im August 2021 sein Büro in Kabul schließen und das dort tätige Team evakuieren. Der afghanische Dienst von *RFE/RL*, bekannt als *Radio Azadi*, wurde

532 BAMF 2025.
533 RoG 2025l.
534 RoG 2025a.
535 RoG 2025l.

536 DW 2022e.
537 VOA 2023.
538 Ebd.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	× Paschtu	× Paschtu
China	**China Radio International (CRI)**	-	× Paschtu	-
USA	**Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)**	-	× Dari, Paschtu	× Dari, Paschtu
	Voice of America (VOA)	× Dari, Paschtu	× Dari, Paschtu	× Dari, Paschtu
Russland	**Sputnik**	-	× Dari	-
Iran	**Pars Today**	-	× Dari, Paschtu	× Dari, Paschtu

Abbildung 50: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Dari und Paschtu**
Stand 2. Halbjahr 2024

nach Prag verlagert.[539] In Folge der Sparmaßnahmen unter Trump mussten *USAGM* Programme wie *RFE/RL* und *VOA* ihre Arbeit großflächig einstellen.[540] Angesichts der eskalierenden Militäraktionen zwischen Iran und Israel wurde jedoch ein Teil der zuvor entlassenen VOA-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Dari und Paschtu wieder eingesetzt.[541]

Viele internationale Medienanbieter setzen gezielt auf Radioprogramme in den beiden Landessprachen Dari und Paschtu. Grund dafür ist, dass rund 31 Millionen Afghaninnen und Afghanen und damit drei Viertel der Bevölkerung keinen Zugang zum Internet haben.[542] Für sie bleiben Fernsehen und vor allem Radio zentrale Informationsquellen. Zu den aktivsten Betreibern von Radiokanälen gehören die *BBC, Pars Today* und vor den Kürzungen unter Trump auch *RFE/RL* und *VOA* (Abbildung 50). Obwohl die Internetverfügbarkeit in Afghanistan im internationalen Vergleich weiterhin sehr gering ist[543], setzen zahlreiche Anbieter auch auf digitale Angebote. Grund ist, dass vor allem Menschen in städtischen Regionen, junge Erwachsene und Personen mit höherer Bildung das Internet nutzen – und damit genau dem Profil entsprechen, das westliche Medienanbieter wie die DW ansprechen möchten.



Unmittelbar nach der Machtübernahme der Taliban wurden elf freie DW-Ortskräfte aus verschiedenen Provinzen sowie Angehörige von Bonner DW-Mitarbeitenden evakuiert.

Die Dari- und Paschtu-Angebote der DW: Fokus auf TV und Digital in restriktivem Umfeld

Die DW bietet für den afghanischen Markt **ein umfassendes Programm in den Sprachen Dari und Paschtu** an. Seit der Machtübernahme der Taliban 2021 wurde das Angebot insbesondere in den Bereichen TV und soziale Medien ausgebaut, um weiterhin unabhängige Informationen für die afghanische Bevölkerung bereitzustellen. Dabei stehen innen- und außenpolitische Entwicklungen, der afghanische Friedensprozess, regionale Sicherheitsfragen, Migration, Integrationspolitik in Deutschland und die Rechte von Frauen im redaktionellen Fokus. Durch die zunehmend schwierige Lage war es der DW im Evaluationszeitraum beinahe unmöglich, mit regional ansässigen Journalistinnen und Journalisten zusammenzuarbeiten. Bereits 2021 – unmittelbar nach der Machtübernahme der Taliban – wurden elf freie DW-Ortskräfte aus verschiedenen Provinzen sowie Angehörige von Bonner DW-Mitarbeitenden evakuiert.[544]

Seit der Einstellung des Radioangebots 2019 konzentriert sich die DW vorrangig auf ihr **TV-Angebot** und bietet verschiedene Formate in Dari und Paschtu an. Ein zentrales Format ist das seit 2019 bestehende wöchentliche TV-Magazin *Aashti* (Versöhnung). Dabei handelt es sich um eine Talksendung, die jeweils in Dari und Paschtu produziert wird und sich mit aktuellen gesellschaftlichen und politischen Themen, etwa Menschenrechten, Migration und der Lage von Frauen beschäftigt und dabei vor allem marginalisierte Gruppen wie Rückkehrende, die junge Generation und Minderheiten zu Wort kommen lässt. Die Ausstrahlung des Magazins *Aashti* erfolgte bis 2025 über den Satellitenkanal von *VOA*, da die Ausstrahlung über lokale afghanische Partner wie *Ariana TV* und *Shamshad TV* infolge der Restriktionen durch die Taliban untersagt wurde. Da aktuell kein linearer Broadcaster verfügbar ist, wird die Sendung derzeit live über die *YouTube*- und *Facebook*-Kanäle von *DW Dari* und *DW Pashto* ausgestrahlt. Partnerschaften mit afghanischen Medien gibt es keine mehr. Darüber hinaus werden

539 RFE/RL o. D. b.
540 Politico 2025a.
541 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden. Washington Post 2025.
542 Frąckiewicz 2025.
543 2022 – 22,9 %, 2024 – 18,4 %. Frąckiewicz 2025.
544 DW 2021a. Siehe Kapitel 1.

folgende Inhalte in Pakistan produziert und auf Social Media und der Webseite ausgespielt:

- wöchentlich zwei Videos zur Reihe *Afghan refugees in Pakistan*.
- die einmalige Videoreihe *Pashtun Women for Women's Rights in Pakistan* mit zehn Videos.
- die einmalige Videoreihe *Pashtun Poets and How They Are Celebrated in Pakistan Today* mit 16 Videos.

Hinzu kommt das in Deutschland und Frankreich produzierte Projekt:

- *InfoMigrants*, ein Angebot, das die DW in strategischer Partnerschaft mit *France Médias Monde (FMM)* und *Agenzia Nazionale Stampa Associata (ANSA)*[545] für Geflüchtete erstellt und in Dari und Paschtu auf den eigenen Social-Media-Kanälen ausspielt.

Neben ihrem TV-Angebot setzt die DW auf **digitale Angebote** (Abbildung 51). Magazine wie Aashti wurden neben der Satellitenausstrahlung auch über die Webseite und soziale Medien wie *YouTube* und *Facebook* verbreitet. Hinzu kommen *Instagram*-Kanäle in Dari und Paschtu. Wöchentlich entstehen zudem *Explainer*[546]-Videos sowie tägliche vertikale Kurzvideos zu aktuellen Nachrichten. Alle zwei Wochen finden zusätzlich exklusive Interviews mit Politikerinnen und Politikern, Aktivistinnen und Aktivisten sowie Expertinnen und Experten statt. Ein wichtiger Programm-Höhepunkt war auch die zwischen 2023 und 2024 produzierte exklusive Video-Reihe *Women in Taliban prisons*. Zudem produzierten die Redaktionen gemeinsam mit den DW-Fachressorts auch dokumentarische Formate. Dazu zählt die dreiteilige Dokumentation *Pakistan: Pashtun Kids Fight for Their Education* sowie die Produktion *Cricket in Afghanistan*.

545 Italienische Nachrichtenagentur.
546 Siehe Glossar.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/fa-af	38 Artikel 7 Videos
	dw.com/ps	29 Artikel 4 Videos
YouTube	DW Dari	28 Videos
	DW Paschtu	24 Videos
Facebook	DW Dari	249 Posts
	DW Paschtu	233 Posts
Instagram	DW Dari	204 Posts
	DW Paschtu	192 Posts

Abbildung 51: **Online-Angebote der DW in Dari und Paschtu mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Nutzung: Steigerung im digitalen Bereich

Dank einer klaren strategischen Ausrichtung konnte die DW die Nutzung ihrer Angebote in den Sprachen Dari und Paschtu im zweiten Halbjahr 2024 gegenüber dem Vergleichszeitraum im zweiten Halbjahr 2021 deutlich steigern – vor allem im digitalen Bereich. In Dari erzielten die digitalen Angebote im zweiten Halbjahr 2024 über alle Plattformen durchschnittlich 10,7 Millionen Views pro Monat – ein Zuwachs von 5 % gegenüber 2021. Noch deutlicher fiel der Anstieg beim Paschtu-Angebot aus: Von 7,6 Millionen monatlichen Views im zweiten Halbjahr 2021 steigerte sich die Nutzung um 42 % auf 10,8 Millionen Video Views im gleichen Zeitraum 2024.

Die stärkste Nutzung verzeichneten in beiden Sprachen die Social-Media-Kanäle, allen voran *Facebook*. Das Angebot in Paschtu konnte sich mit seinen beiden Kanälen *DW Pashto* und *InfoMigrants Pashto* von 7,1 Millionen Video Views im zweiten Halbjahr 2021 auf 10,4 Millionen im gleichen Zeitraum 2024 steigern. Das Angebot in Dari, bestehend aus den Kanälen *DW Dari* und *InfoMigrants Dari*, erreichte im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von 9,1 Millionen Video Views auf 9,3 Millionen Video Views. Aber auch *YouTube* und *Instagram* trugen maßgeblich zur gestiegenen Nutzung bei. In Dari stiegen die Abrufe vom zweiten Halbjahr 2021 zum zweiten Halbjahr 2024 auf *Instagram* von 2.800 auf 816.000 Abrufe und auf *YouTube* von 15.000 auf 220.000 Video Views. Auch das Paschtu-Angebot verzeichnete deutliche Zuwächse, sowohl auf *Instagram* von 644 auf 152.000 Abrufe als auch auf *YouTube* von 5.000 auf 169.000 Video Views. Partnerschaften im Digitalen vor Ort existieren seit der Übernahme der Taliban nicht mehr.

Im Wettbewerbsvergleich ergibt sich ein gemischtes Bild: **In Dari war die DW auf *Facebook* mit 9,3 Millionen Aufrufen führend** – deutlich vor *VOA* (5,2 Millionen) und *BBC* (3,8 Millionen für *BBC News Dari* bzw. 1,9 Millionen

für *BBC Dari*). Auf *YouTube* hingegen lag die DW mit 220.000 Abrufen deutlich hinter *BBC* (8,9 Millionen) und *VOA* (478.000). Mit ihrem **Paschtu-Angebot** lag die DW auf *Facebook* mit 10,4 Millionen im Mittelfeld – hinter *VOA Deewa*[547] (14,6 Millionen), aber vor BBC Pashto (7,8 Millionen) und *VOA Pashto* (7 Millionen). Auf *YouTube* blieb die DW mit 169.000 Abrufen hinter der Konkurrenz zurück.[548] Potenzial für eine weitere mögliche Plattform bietet *TikTok*. Während die DW dort noch nicht vertreten ist, erzielt die *BBC* besonders mit ihrem Angebot auf Paschtu relevante Reichweiten.

Zu den Reichweiten der TV-Angebote liegen aufgrund der politischen Situation vor Ort seit der Machtübernahme der Taliban keine aktuellen Studien aus Afghanistan vor.

Akzeptanz: Relevante Informationen mit Potenzial bei Afghanistan-Bezug

Aufgrund der angespannten Lage in Afghanistan war qualitative Forschung im Evaluationszeitraum nur eingeschränkt möglich. Dennoch konnte die DW ein Program Monitoring[549] für ihren Dari-Kanal auf *Facebook* durchführen. Dabei wurden die Inhalte auf *Facebook* analysiert, eine Online-Umfrage durchgeführt und die journalistische Qualität des Angebots überprüft.

Der *Facebook*-Kanal *DW Dari* wurde von den Befragten als wichtige Nachrichtenquelle wahrgenommen – sowohl innerhalb von Afghanistan als auch von Geflüchteten im Ausland. Positiv hoben Nutzende vor allem die **sachliche und zuverlässige Berichterstattung** hervor.

> ***Mir gefällt die Unparteilichkeit und Genauigkeit in der Berichterstattung sehr.***
>
> **Nutzerin, Afghanistan**

> 
>
>
> ***Ihr informiert über Tagesereignisse, die den Menschen ansonsten verborgen bleiben.***
>
> **Nutzer, Afghanistan**

Insbesondere die journalistische Qualität wurde gelobt, während es laut Fachexpertise zukünftig einen noch stärkeren Afghanistanbezug geben und Frauen noch explizierter mit Inhalten angesprochen werden könnten.

> 
>
>
> ***Die DW wird als vertrauenswürdige Informationsquelle wahrgenommen, und ihre Qualität steht der anderer renommierter Medien wie BBC und CNN in nichts nach.***
>
> **Medienexperte, Afghanistan**

> ***Ich habe kaum Themen gesehen, die speziell für weibliche Zielgruppen produziert wurden.***
>
> **Medienexperte, Afghanistan**

547 VOA ist mit zwei Angeboten vertreten, VOA Pashto, dass sich an die allgemeine paschtusprachige Zielgruppe richtet und VOA Deewa, ein Programm, das sich speziell an Menschen in der Grenzregion Afghanistan-Pakistan richtet.

548 BBC Pashto kommt auf 989.000, VOA Pashto auf 634.000 und VOA Deewa auf 290.000 Abrufe.

549 Program Monitoring DW Dari Facebook 2025.

4.5.4 Urdu

Im Evaluationszeitraum befand sich Pakistan, das Hauptzielland des urdusprachigen DW-Angebots, in einer tiefgreifenden wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Krise. Die demokratischen Strukturen wurden insbesondere durch den wachsenden Einfluss des Militärs, die systematische Unterdrückung der Opposition sowie die Einschränkung von Meinungs- und Pressefreiheit radikal geschwächt. Mit dem Abzug der US-Truppen aus dem Nachbarland Afghanistan verschärfte sich die Sicherheitslage zunächst deutlich. Die Terrororganisation *Tehrik-e-Taliban Pakistan (TTP)* – auch bekannt als pakistanische Taliban – gewann durch die Machtübernahme der Taliban in Kabul auch in Pakistan an Einfluss.[550] Die Zahl der Terroranschläge stieg seitdem erheblich an und erreichte 2023 den höchsten Stand seit einem Jahrzehnt.[551] Parallel dazu nahm Pakistan als eines der Hauptaufnahmeländer mehr als zwei Millionen afghanische Geflüchtete auf. Angesichts wachsender Überforderung kündigte die Regierung 2023 jedoch sukzessive Rückführungen an, woraufhin mehr als 600.000 Menschen nach Afghanistan zurückkehrten.[552] Politisch eskalierte die Lage mit der Absetzung von Premierminister Imran Khan im April 2022 und der Übernahme des Amts des Premierministers durch Shehbaz Sharif.[553] Es folgten Massenproteste und ein Attentat auf Khan.[554] Nach Khans Verhaftung im Mai 2023 kam es erneut zu massiven Protesten, auf die der Staat mit **Repressionen, Massenverhaftungen und digitaler Zensur** reagierte.[555] Auch die darauffolgenden Wahlen im Jahr 2024 fanden unter starken Einschränkungen, Internetsperren und dem Ausschluss von Khans Partei statt.[556] Shehbaz Sharif entschied die Wahlen schließlich für sich und blieb im Amt. Gleichzeitig verschärfte sich die bereits bestehende Ernährungskrise durch neue Naturkatastrophen wie Überschwemmungen und Erdbeben und Mitte 2024 litten rund acht Millionen Menschen unter akuter Unterversorgung.[557] Auch außenpolitisch nahmen die Spannungen mit Indien[558] und Iran deutlich zu.

550 BMZ 2024c.
551 CRSS 2024.
552 BMZ 2024d.
553 Reuters 2022.
554 The Guardian 2022.
555 Reuters 2023c.
556 BMZ 2024c.
557 BMZ 2024e.
558 Anfang Mai 2025 eskalierte der Konflikt zwischen Indien und Pakistan nach einem Anschlag in Kaschmir, bei dem 26 überwiegend indische Touristinnen und Touristen getötet wurden. Indien machte eine von Pakistan unterstützte Gruppe verantwortlich und griff daraufhin mutmaßliche Terrorcamps in Pakistan an. Pakistan verurteilte die Luftschläge als „Kriegsakt", kündigte Vergeltung an und fror die diplomatischen Beziehungen ein.



Einblick in die Arbeit pakistanischer Content Creator – aus dem DW Urdu Business Explainer.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	×	-
China	**China Radio International (CRI)**	-	-	×
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
Vereinigte Arabische Emirate	**Al Arabiya**	-	×	-
Japan	**NHK World Japan**	-	×	-

Abbildung 52: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Urdu**
Stand 2. Halbjahr 2024

Die **Medien- und Pressefreiheit in Pakistan** befindet sich **in einem alarmierenden Zustand**, 2025 belegte das Land Platz 158 von 180 auf der Rangliste der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)*.[559] Hauptursache ist der weitreichende Einfluss des Militärs, das die Medienlandschaft faktisch kontrolliert. Kritik an Armee oder Geheimdiensten ist tabu; wer journalistische Grenzen überschreitet, muss mit Überwachung, Einschüchterung oder Gewalt rechnen. Hinzu kommen extremistische Gruppen, die kritische Medienschaffende unter Druck setzen. Allein 2024 wurden elf Journalistinnen und Journalisten getötet, was Pakistan zu einem der gefährlichsten Länder für unabhängigen Journalismus macht.[560] Mit Gesetzen wie dem *Prevention of Electronic Crimes Act (PECA)* von 2016 oder schärferen Regelungen der Behörde *Pakistan Electronic Media Regulatory Authority (PEMRA)* arbeitet die Regierung zunehmend an der staatlichen Cybersicherheit. Allerdings nutzen einzelne Behörden diese Instrumente auch als Legitimation für digitale Überwachungen oder willkürliche Festnahmen von Oppositionellen. Trotz einer formal vielfältigen Medienlandschaft mit über 100 Fernsehsendern sowie zahlreichen Print- und Onlinepublikationen führt vor allem der wirtschaftliche Druck häufig zu **Selbstzensur**. Medien wie der DW-Partner *Dawn* wahren zwar ein gewisses Maß an Unabhängigkeit, erreichen aber nur einen eingeschränkten Teil der Zielgruppe in Pakistan. Während Fernsehen weiterhin das Hauptmedium bleibt, gewinnen digitale Plattformen stark an Bedeutung. Die Regierung reagiert darauf mit zunehmender Kontrolle: 2024 verzeichnete Pakistan die höchste Zahl an Internetabschaltungen in seiner Geschichte.[561] Die digitale Repression zeigt Wirkung – der Anteil der Internetnutzenden sank von 36,5 % im Jahr 2022 auf rund 30 % im Jahr 2024.[562]

Die *BBC* hat traditionell ein großes Gewicht in der Region und betreibt ein Büro in Islamabad.[563] Im Zuge ihrer *Digital-First*-Strategie[564] wurde Urdu als *BBC World Service* 2022 jedoch auf ein rein digitales Angebot umgestellt. Derzeit erreicht das Sprachangebot *BBC Urdu* rund 2,8 Millionen Menschen wöchentlich.[565] Auch der amerikanische Auslandssender *VOA* unterhielt bis 2025 ein Büro in Islamabad.[566] Mit seinem Sprachangebot in Urdu erreichte *VOA* 2024 zusammen mit den Angeboten in Paschtu und Sindhi zusammen 8,8 Millionen Menschen in Pakistan.[567] In Folge der Sparmaßnahmen unter Trump mussten *USAGM* Programme wie *VOA* ihre Arbeit großflächig einstellen. Andere internationale Anbieter wie *NHK* oder *Al Arabiya* verfügen über keine Büros in Pakistan – betreiben aber Online-Angebote.

559 RoG 2025o.
560 CPJ 2024.
561 Media Diversity Institute 2024.
562 Datareportal 2024f, Datareportal 2022.
563 BBC 2024b.
564 Siehe Glossar.
565 BBC 2024b.
566 VOA 2024a.
567 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden. VOA 2024a.

Das urdusprachige Angebot der DW: Fokus auf Digitales

Die DW deckt mit ihrem urdusprachigen Angebot ein **breites Spektrum an Themen** ab, die für ihre Zielgruppe relevant sind. Dazu gehören unter anderem Themen aus der Wissenschaft, Umwelt und Menschenrechte sowie Gleichberechtigung, die sich in den folgenden Formaten widerfinden:

- Wöchentlich werden kurze Videos zu wichtigen Themen rund um Gesundheit und Wohlbefinden (*Health Explainers*[568]) auf *YouTube*, *Facebook* und über den pakistanischen Partner *GEO* veröffentlicht.

- Zweimal im Monat wird in Zusammenarbeit mit *DW Business* auf *YouTube* das Format *Business Beyond* veröffentlicht, das Einblicke in aktuelle Wirtschaftsthemen gibt.

- Mittels Toptech *Explainer*[569] und *Verticals*[570] werden wöchentliche Updates aus der Technikwelt gegeben, beispielsweise über neue Entwicklungen zu KI, die über die urdusprachigen Kanäle auf *YouTube, Facebook* und *TikTok* veröffentlicht werden.

- Einmalige Dokumentation *Pakistan: Pashtun Kids Fight for Their Education* im Tandem mit *DW Reports* sowie den Sprachredaktionen Dari und Paschtu, die primär für *YouTube* produziert aber auch auf *Facebook* veröffentlicht wurde.

568 Siehe Glossar.
569 Siehe Glossar.
570 Siehe Glossar.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/ur	341 Artikel 64 Videos
YouTube	DW Urdu	37 Videos
Facebook	DW Urdu	432 Posts
TikTok	DW Urdu: seit April 2025	k. A.

Abbildung 53: **Online-Angebote der DW in Urdu mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

- Regelmäßig werden Videos aus der Region zu den Themen Politik, Soziales und herausragenden lokalen Persönlichkeiten auf *Facebook, YouTube* sowie den Plattformen des Partners *GEO* veröffentlicht

DW Urdu intensivierte die Aktivitäten auf Social Media und lancierte 2024 beziehungsweise 2025 folgende einmalige Kooperationsvorhaben:

- Im Rahmen des Kooperationsprojekts *Inside Asian Conflicts* mit *DW Reports* mehrere *Explainer*-Videos zu regionalen asiatischen Konflikten für *YouTube*.

- In Kooperation mit *DW Travel* insgesamt 30 urdusprachige Kurzvideos unter dem Motto *Come Visit Us!* für *YouTube* und *Facebook*. In der Reise-Reihe werden jeweils drei deutsche und drei pakistanische Städte erkundet und Unterschiede und Gemeinsamkeiten herausgestellt.

Gemeinsam mit *DW Environment* arbeitete *DW Urdu* im Jahr 2024 an zwei Folgen der Dokumentation 2050: *The World We Want to Live In*. Das Projekt wird durch Mittel des *Auswärtigen Amts (AA)* gefördert und erörtert gravierende Umweltprobleme im Zielgebiet. Junge Protagonistinnen und Protagonisten stellten konstruktive Lösungsansätze vor und entwerfen positive Visionen einer möglichen Zukunft.

Die DW setzt ihre **Regionalisierungsstrategie** fort, um ihre Angebote besonders relevant für die pakistanische Zielgruppe zu gestalten. Durch das Studio in Neu-Delhi ist eine regionale Präsenz gegeben, so dass die DW schneller auf Ereignisse vor Ort reagieren und journalistische Nähe schaffen kann. Im Jahr 2024 beschäftigte sie zudem 41 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Urdu tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von vier Vollzeitäquivalenten eingesetzt. **Um ihre Ressourcen optimal zu nutzen, konzentriert sich die DW vor allem auf ihre digitalen Angebote.** Da das Radioangebot an Relevanz verloren hat, wurde es ab 2021 schrittweise reduziert und schließlich eingestellt. Seit 2022 besteht zudem kein TV-Angebot der DW auf Urdu mehr, da dieses nicht mehr von den Partnern übernommen wurde. Stattdessen produziert die DW verstärkt Videoinhalte für die urdusprachige Webseite sowie die Social-Media-Kanäle (Abbildung 53). Im Vordergrund steht nach wie vor Facebook, die reichweitenstärkste Social-Media-Plattform in Pakistan.[571] Gleichzeitig betreibt die DW auch Kanäle auf *YouTube* und ist seit April 2025 auf *TikTok* präsent. Die DW-Inhalte

571 Datareportal 2024.

werden von zehn Online- und vier Social-Media-Partnern in Pakistan übernommen, darunter *UrduPoint, Dawn* und *GEO*. Im Jahr 2021 wurde die Redaktion *DW Urdu* für ihre Arbeit mehrfach ausgezeichnet. Drei Reporterinnen erhielten den *AGAHI Award* „Journalistin des Jahres" in den Kategorien „Welfare, Agrarpolitik und Kultur". Zudem gewann die Redaktion einen weiteren *AGAHI Award* in der Kategorie „beste Reportage".

Nutzung: Digitale Reichweite im Kontext herausfordernder Rahmenbedingungen

Die angespannte innenpolitische Lage sowie der wachsende politische Druck vor Ort führten im zweiten Halbjahr 2024 zu einem Rückgang der digitalen Reichweite von *DW Urdu*. Zwar wurden im genannten Zeitraum durchschnittlich monatlich 17,5 Millionen Views erzielt, dies entspricht jedoch einem Rückgang von 37 % gegenüber dem zweiten Halbjahr 2021.

Über die DW-Webseite wurden im zweiten Halbjahr 2024 monatlich durchschnittlich 433.000 Views verzeichnet, ein Rückgang von 62 % gegenüber 2021. Die **schwierige Lage vor Ort wirkte sich auch auf die Kooperationen aus**, über die im zweiten Halbjahr 2024 mit 1,7 Millionen Views 31 % weniger Nutzung erreicht werden konnten als im zweiten Halbjahr 2021. Im Social-Media-Bereich erzielte die DW im zweiten Halbjahr 2024 mit ihrem urdusprachigen Angebot über alle Plattformen hinweg 15,3 Millionen Video Views. Bei den sozialen Medien stellte *Facebook* mit durchschnittlich monatlich 13,8 Millionen Video Views im zweiten Halbjahr 2024 nach wie vor die wichtigste Plattform zur Verbreitung des Angebots dar. Gleichzeitig war auch hier ein Rückgang der durchschnittlich monatlichen Video Views von 37 % im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 zu verzeichnen. Hauptursache für den Rückgang war die Algorithmusänderung von *Facebook* im Jahr 2023.[572] Auf *YouTube* wurden im zweiten Halbjahr 2024 durchschnittlich monatlich 1,5 Millionen Video Views erreicht.

572 Siehe Kapitel 4.



Mit der Video-Reihe Inside Asian Conflicts lenkt die DW den Blick auf geopolitisch relevante Krisen, Kriege und Bedrohungen in Asien, die im täglichen Nachrichtengeschehen oft wenig Beachtung finden.

Akzeptanz: Aktuell, vertrauenswürdig und vielfältig

Aufgrund der angespannten Lage in Pakistan war qualitative Forschung im Evaluationszeitraum nur eingeschränkt möglich. Dennoch konnte die DW ein Program Monitoring[573] für ihren Urdu-Kanal auf *Facebook* durchführen. Dabei wurden die Inhalte auf *Facebook* strukturell analysiert, eine Online-Umfrage durchgeführt und die journalistische Qualität des Angebots überprüft.

Der *Facebook*-Kanal *DW Urdu* wurde insbesondere für seine **Aktualität, Vertrauenswürdigkeit und Themenvielfalt** gelobt. Als Unterscheidungsmerkmal zu anderen Wettbewerbern wurde die balancierte und sensible Aufarbeitung von Themen herausgestellt.



In nur wenigen Jahren hat sich DW Urdu zu einer führenden, glaubwürdigen Nachrichtenquelle in Pakistan entwickelt.

Medienexpertin, Pakistan

DW Urdu gelingt es hervorragend, alternative Perspektiven und Themen zu vermitteln. Die Beiträge bieten einen progressiven Blickwinkel und behandeln auch marginalisierte Themen.

Medienexpertin, Pakistan

Kritisch angemerkt wurde, dass es an DW-exklusiven Inhalten mangelte und es teilweise bei Nachrichtenberichten an Kontext fehlte. Zudem wurde empfohlen, die Angebote noch gezielter an die Bedürfnisse von Social-Media-Nutzenden und die insgesamt junge Zielgruppe anzupassen.

Die Inhalte wirken zu steif und formell – insbesondere die Videos folgen einem zu traditionellen TV-Format.

Medienexpertin, Pakistan

Die DW sollte stärker auf Instagram und TikTok setzen – dort finden die relevanten Diskussionen unter jungen Pakistanerinnen und Pakistanern statt.

Medienexpertin, Pakistan

573 Program Monitoring DW Urdu Facebook 2022.

4.5.5 Hindi und Tamil

Indien, das mit 1,46 Milliarden Menschen das bevölkerungsreichste Land der Welt ist[574], befindet sich im Spannungsfeld zwischen demokratischem Anspruch und autoritärem Regierungsstil. Unter Premierminister Narendra Modi und der hindu-nationalistischen Regierungspartei *Bharatiya Janata Party (BJP)* hat das Land in den vergangenen Jahren bedeutende wirtschaftliche Fortschritte erzielt. Gleichzeitig zeichnet sich ein zunehmend autoritärer Regierungsstil ab, der das demokratische Fundament des Landes belastet.

Die indische Verfassung garantiert zwar grundlegende Rechte wie Meinungs-, Presse- und Religionsfreiheit, jedoch schränkt die aktuelle Regierung diese zusehends ein: Kritische Journalistinnen und Journalisten sowie unabhängige Medien sehen sich einer systematischen Repression ausgesetzt – von Einschüchterungen und juristischen Verfahren bis hin zu digitalen Überwachungsmaßnahmen und dem Einsatz von Antiterrorgesetzen. Nach Angaben von *Reporter ohne Grenzen* gehört Indien zu den gefährlichsten Ländern für Journalistinnen und Journalisten weltweit.[575] Die politische Einflussnahme zeigt sich deutlich in der Konzentration der Medienlandschaft: Große Konzerne mit engen Verbindungen zur Regierung, insbesondere die *Adani*- und *Reliance*-Gruppen, kontrollieren einen Großteil der traditionellen und digitalen Medien, was die Vielfalt und Unabhängigkeit der Berichterstattung gefährdet.[576] Ein Beispiel ist die Übernahme des kritischen Nachrichtensenders *NDTV* durch die *Adani*-Gruppe, ein Schritt, der vielfach als **Verlust pluralistischer Medienvielfalt** bewertet wird.[577]

Die *BJP* nutzt ihre parlamentarische und institutionelle Macht, um politische Gegnerinnen und Gegner zu schwächen und eine nationalistische Agenda zu verfolgen, die auf die Stärkung der hinduistischen Mehrheitskultur abzielt. Besonders betroffen sind dabei Muslime, die Kaste der Dalit sowie die indigene Gruppe der Adivasi, die gesellschaftlich und wirtschaftlich marginalisiert bleiben.[578] Diese Entwicklungen haben erhebliche Auswirkungen auf die demokratische Meinungsbildung und die Informationsfreiheit in Indien. Die Sicherheitsrisiken

574 World Population Review 2025.

575 RoG 2025m.
576 RoG 2025n.
577 Ebd.
578 HRW 2025d.



Eco Lab in India: Kinder lernen, wie nachhaltiges Handeln ihren Alltag und die Umwelt positiv beeinflussen kann.

für Journalistinnen und Journalisten bleiben hoch: Gewalt, Einschüchterungen und strafrechtliche Verfolgungen sind an der Tagesordnung, besonders für diejenigen, die kritisch über die Regierung oder über sensible Themen wie den Konflikt in Kaschmir oder Umweltthemen berichten.[579]

Für dieses hochpriorisierte Zielland bietet die DW Inhalte in verschiedenen Sprachen an: Hindi, das von schätzungsweise über 600 Millionen Menschen[580] gesprochen wird, ist in Nord- und Zentralindien die dominierende Sprache. Mit Tamil richtet sich die DW an rund 70 Millionen Sprechende im südindischen Bundesstaat Tamil Nadu sowie etwa 3,8 Millionen Menschen in Teilen Sri Lankas. Das bengalischsprachige Angebot[581] adressiert etwa 97 Millionen Menschen in drei ostindischen Bundesstaaten, vor allem Westbengalen. Urdu[582] wird neben Pakistan auch in Teilen von Uttar Pradesh, Bihar, Telangana und Delhi gesprochen. Darüber hinaus ist Indien auch einer der prioritären Zielmärkte für das englischsprachige Angebot der DW.[583]

579 Ebd.
580 Die hohe Zahl der Hindi-Muttersprachlerinnen und -Muttersprachler ergibt sich teilweise daraus, dass verschiedene verwandte Sprachen und Dialekte wie Bhojpuri, Rajasthani oder Chhattisgarhi unter dem Sammelbegriff „Hindi" zusammengefasst wurden. Die umfassendsten und offiziellsten Daten stammen aus der Volkszählung von der indischen Regierung aus dem Jahr 2011. National Portal of India 2025.
581 Siehe Kapitel 4.5.6 Bengalisch.
582 Siehe Kapitel 4.5.4 Urdu.
583 Siehe Kapitel 4.1 Englisch.

Unter den **Wettbewerbern** ist die *BBC* mit ihrem historisch gewachsenen Programmangebot und umfassenden Vor-Ort-Strukturen stark im indischen Markt vertreten. Bereits seit 1940 sendet sie auf Hindi und bietet mittlerweile Inhalte in zehn für Indien relevanten Sprachen an.[584] 2017 erweiterte sie ihr Büro in Neu-Delhi auf rund 150 Mitarbeitende und machte es damit zum größten Standort außerhalb Großbritanniens. 2023 musste sie sechs indische Sprachdienste[585] in das indische Unternehmen *Collective Newsroom* ausgliedern, um lokalen Medienvorgaben zu entsprechen. Hintergrund waren regulatorische Anforderungen für ausländisch finanzierte Medienanbieter.[586] Auch *China Radio International (CRI)* ist mit Programmen in Hindi und Tamil auf dem indischen Markt vertreten.

Das DW-Angebot: Fokus auf Wissenschaft, Umwelt und Meinungsfreiheit

Die DW verfolgt mit ihrem **Hindi-Angebot** eine plattformübergreifende Strategie, die auf eine differenzierte Ansprache der jungen Zielgruppe im indischen Markt ausgerichtet ist. Während im digitalen Bereich vor allem aktuelle Entwicklungen in Politik und Gesellschaft im

584 Bengalisch, English, Gujarati, Hindi, Marathi, Nepali, Punjabi, Tamil, Telugu, Urdu.
585 Gujarati, Hindi, Marathi, Punjabi, Tamil, Telugu.
586 BBC 2023.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	× Hindi	× Hindi, Tamil	× Hindi, Tamil
Japan	**NHK World Japan**	-	× Hindi	-
Iran	**International Broadcasting Service Iran**	-	× Hindi	× Hindi
China	**China Radio International (CRI)**	-	× Hindi, Tamil	× Hindi, Tamil
Russland	**Sputnik India**	-	× Hindi	-
	Russia Today (RT) India	-	× Hindi	-

Abbildung 54: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Hindi und Tamil**
Stand 2. Halbjahr 2024

Mittelpunkt stehen, fokussiert sich das lineare Fernsehangebot auf Umwelt- und Wissenschaftsthemen.

Zur besseren Regionalisierung und Steigerung der Relevanz hat die DW im Evaluationszeitraum ihre **Präsenz vor Ort deutlich ausgebaut**. So wurde im Berichtsjahr der Standort Chennai mit einem eigenen Büro ausgebaut. 2024 beschäftigte die DW zudem 28 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Hindi und Tamil tätig waren. Der Umfang der freien Mitarbeitenden im Ausland entsprach rund 15 Vollzeitäquivalenten. Hinzu kamen 21 lokalbeschäftigte Personen und eine entsendete feste Person.

Auf den digitalen Plattformen (Abbildung 55) setzt die DW auf zielgruppengerechte Formate mit klarer thematischer Ausrichtung. Ein prominentes Beispiel ist das *Explainer*[587]-Format *Bae-Baak Isha* (Isha ohne Scheu)[588], für das 2025 insgesamt 20 Folgen pro Jahr produziert werden. Hier beleuchtet die Moderatorin Isha Bhatia Sanan gesellschaftlich relevante Themen aus der Perspektive der jungen Zielgruppe. Ein weiteres digitales Format ist *Aao Baat Karein* (Komm lass uns reden), ein Talkformat, für das im Jahr 2025 eine Staffel mit rund zehn Episoden geplant ist. Das Format wurde in Zusammenarbeit der Hindi- und in Urdu-Redaktion produziert und das sich inhaltlich mit kulturellen und gesellschaftlichen Themen der Nachbarstaaten Indien und Pakistan beschäftigt. In jeder Folge diskutieren jeweils zwei Moderatorinnen und zwei Gäste aus beiden Ländern über Alltagskultur, Trends und persönliche Perspektiven. Ziel ist es, Gemeinsamkeiten sichtbar zu machen und den Austausch zwischen jungen Menschen aus beiden Ländern zu fördern. Ergänzt wird das Angebot durch *Sehat Talk* (Gesundheits-Talk), ein kompaktes Gesundheitsformat mit 20 Folgen für 2025, das in kurzen Episoden von sechs bis acht Minuten alltagsrelevante und oft tabuisierte Themen verständlich, praktisch und niedrigschwellig aufbereitet. Auf der Webseite *dw.com/hindi* bietet die DW ein redaktionell aufbereitetes Angebot mit dem Fokus auf die politische Lage in Deutschland – unter besonderer Berücksichtigung regionaler Bezüge zu Indien. Außerdem wirkte die Hindi-Redaktion im Evaluationszeitraum zusammen mit den südasiatischen Sprachredaktionen und dem Ressort *Environment* bei den vom *AA* geförderten Projekten zum Thema Umwelt mit: So produzierte die Redaktion im Jahr 2024 zwei Folgen der Dokumentation *2050: The World We Want to Live In*. Das digitale Angebot wird über 14 Online- und vier Social-Media-Partner verbreitet, u. a. über *WebDunia, Josh* und *Jansatta*.

Darüber hinaus ist die DW mit **zwei wöchentlichen TV-Magazinen** vertreten: Das Wissenschaftsmagazin *Manthan* in Hindi bzw. *Onneshon* in Bengalisch hat sich fest im Programmschema des öffentlich-rechtlichen indischen Partnersenders *Doordarshan* etabliert und beleuchtet aktuelle Entwicklungen in Forschung, Technologie und Innovation. *Eco India*, das mit dem indischen Partner *scroll.in* koproduziert wird, widmet sich dem wachsenden Informationsbedürfnis rund um Umweltprobleme und nachhaltige Lösungsansätze. Das Magazin wird in den Sprachfassungen Englisch, Hindi, Tamil und Bengalisch aufgelegt und zusätzlich u. a. vom Sender *Epic India* (Hindi) und *Kolkata TV* (Bengalisch) verbreitet.

Das **DW-Angebot in Tamil** ist ein ***Social-Only*-Angebot**[589], das ausschließlich über *YouTube, Facebook* und *Instagram* verbreitet wird – eine eigene Webseite in tamilischer

587 Siehe Glossar.
588 Bis 2025 wurde das Format unter dem Namen Bae-Sharm Isha ausgestrahlt. Zur besseren Anschlussfähigkeit an das Publikum wurde es in Bae-Baak Isha umbenannt.

589 Siehe Glossar.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/hi	150 Artikel 80 Videos
YouTube	DW Hindi	180 Videos
	DW Documentary Hindi	9 Videos
Facebook	DW Hindi	320 Posts
Instagram	DW Hindi	210 Posts
X	DW Hindi	570 Posts

Abbildung 55: **Online-Angebote der DW in Hindi mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Plattform	Angebot	Output
YouTube	DW Tamil	100 Videos
Facebook	DW Tamil	140 Posts
Instagram	DW Tamil	160 Posts

Abbildung 56: **Online-Angebote der DW in Tamil mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024



Im Mittelpunkt des Angebots in Tamil stehen aktuelle Kurzformate – allen voran das tägliche Format Trending Stories.



Vier Online- und Social-Media-Partner übernehmen Inhalte der DW auf Tamil, darunter die Kurzvideoplattform Josh.

Sprache existiert nicht (Abbildung 56). Der tamilsprachige *YouTube*-Kanal wurde im November 2021 gestartet, womit Tamil zur 32. Sendesprache der DW wurde. Seitdem wurde das Angebot schrittweise ausgebaut: Im Mai 2023 kam ein *Facebook*-Auftritt hinzu, im Mai 2024 folgte der Launch des *Instagram*-Kanals. Die Inhalte werden überwiegend in Indien produziert und richten sich an eine junge, urban geprägte Zielgruppe im indischen Bundesstaat Tamil Nadu sowie in Sri Lanka. Im Zentrum des Angebots stehen aktuelle Kurzformate wie das tägliche Format *Trending Stories*, wöchentliche Erklärvideos sowie Reportagen zu sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Themen. Auch Fotostrecken und Formate wie *Know about Germany* ergänzen das Programmangebot.

Vier Online- und Social-Media-Partner übernehmen Inhalte der DW auf Tamil, darunter die Kurzvideoplattform *Josh* sowie *Dailyhunt*, eine der führenden Nachrichten- und Content-Plattformen in Indien.

Nutzung der Angebote: Starkes Wachstum durch Partner

Dank ihres klar profilierten **Angebots in Hindi** verzeichnet die DW eine **hohe Resonanz in Indien, insbesondere im digitalen Bereich**. Im zweiten Halbjahr 2024 lag die durchschnittliche monatliche Nutzung über alle Plattformen hinweg bei rund 130 Millionen Views – fast doppelt so viele wie im zweiten Halbjahr 2021.

Rund 75 % dieser Nutzung sind auf Kooperationen mit Partnerplattformen zurückzuführen. Besonders erfolgreich ist die Zusammenarbeit mit der Kurzvideoplattform *Josh*, über die durchschnittlich 86 Millionen Views pro Monat erzielt werden. Auch die Kooperationen mit *Dailyhunt* und *Inshorts* tragen wesentlich zur Reichweite bei, mit jeweils 3,6 Millionen monatlichen Views.

Auch auf Social Media ist die DW erfolgreich. Über *YouTube* erzielte sie im zweiten Halbjahr 2024 durchschnittlich 18 Millionen monatliche Views, gefolgt von *Facebook* mit neun Millionen und *Instagram* mit 7 Millionen. Im Vergleich dazu fiel die Nutzung des *X*-Accounts mit 88.000 Views gering aus. Insgesamt war die Social-Media-Nutzung im Evaluationszeitraum allerdings rückläufig – vor allem bedingt durch sinkende Zahlen bei *Facebook* (minus 52 %) und *YouTube* (minus 42 %). Zurückzuführen war der Nutzungsrückgang auf Änderungen der Algorithmen von *META* und *YouTube*, wodurch die Nachrichten-Inhalte der DW an weniger Menschen ausgespielt wurden. Im Vergleich dazu profitieren Wettbewerber wie die *BBC* von ihrer etablierten

Marktposition: Auf *Facebook* erzielte sie monatlich bis zu 99 Millionen Views, auf *YouTube* rund 16 Millionen.

Ebenfalls rückläufig war die Nutzung der Webseite *dw.com*, die im zweiten Halbjahr 2024 bei durchschnittlich 433.000 monatlichen Views lag – ein Rückgang um 75 %. Ursache ist der in vielen asiatischen Zielregionen beobachtbare Trend, Nachrichten zunehmend über soziale Medien statt über klassische Webseiten zu konsumieren – besonders unter jungen Nutzerinnen und Nutzern.[590]

Das **TV-Angebot** konnte sich im Evaluationszeitraum stabilisieren. Mit den beiden hindisprachigen Magazinen *Manthan* und *Eco India* erreichte die DW wöchentlich jeweils rund 1 % der Zielgruppe.[591]

Trotz seines noch jungen Bestehens verzeichnete das **Tamil-Angebot** der DW eine **hohe Reichweite**: Im zweiten Halbjahr 2024 wurden durchschnittlich 62 Millionen Views pro Monat erzielt. Rund 80 % der Nutzung entfielen auf Partnerplattformen – allen voran die Videoplattform *Josh*. Auch das Social-Media-Angebot konnte deutlich zulegen und erreichte im selben Zeitraum rund 14 Millionen monatliche Views. Besonders erfolgreich war der *YouTube*-Kanal mit fast elf Millionen Video Views pro Woche, gefolgt von *Facebook* mit rund zwei Millionen Views und *Instagram* mit etwa 1,4 Millionen monatlichen Views. Die *BBC* erreichte mit ähnlichen Angeboten auf *YouTube* im gleichen Zeitraum insgesamt 15,4 Millionen Video Views pro Monat.

Das TV-Umweltmagazin *Eco India*, das auch in tamilischer Sprache produziert und über Partner ausgestrahlt wurde, erzielte 1 % der tamilsprachigen Zielgruppe in Indien.[592]

Akzeptanz: Hohe Relevanz und niedrigschwellige Vermittlung

Das **Hindi-Angebot** auf *YouTube* wurde laut Nutzenden- und Fachmeinung im Rahmen eines Program Monitorings insgesamt sehr positiv wahrgenommen.[593] Das Angebot wurde für seine präzise Sprache, die sorgfältige Recherche und die Relevanz der Inhalte gelobt, sowohl von den Nutzenden als auch Expertinnen- und Expertenmeinung. Besonders geschätzt wurden die klare Struktur der Beiträge, deren visuelle Aufbereitung sowie die Vielfalt an Themen. Dahingehend wurde auch der Umgang mit sensiblen Themen wie beispielsweise LGBTQIA+-Rechten als gelungen bewertet. Verbesserungspotenzial wurde in einer stärkeren lokalen Verankerung gesehen: Themen sollten noch gezielter auf die Lebensrealität des indischen Publikums abgestimmt werden. Dazu zählen ein landestypischeres Erscheinungsbild, eine lockerere Sprache und mehr Berichterstattung mit lokalem Bezug. Der Ausbau des Einsatzes von Ortskräften wurde als zentrale Maßnahme empfohlen, um die Anschlussfähigkeit und Reichweite im indischen Medienmarkt nachhaltig zu stärken.



Ich finde, die Videos vermitteln die nötigen Informationen sehr einfühlsam.

Medienexpertin, Indien

Solche Geschichten leisten hervorragende Arbeit, wenn es darum geht, komplexe sozioökonomische Themen nicht nur gründlich zu durchdringen, sondern sie auch auf eine raue, fesselnde und emotional einfühlsame Weise zu präsentieren.

Medienexpertin, Indien

Ihr müsst mehr indische Geschichten für das indische Publikum erzählen. Wir brauchen mehr lokale Berichterstattung, um ein treues Publikum zu halten.

Medienexpertin, Indien

590 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.
591 Siehe Studienverzeichnis RM_2.
592 Ebd.
593 Program Monitoring DW Hindi YouTube-Kanal 2024.



Der Inhalt ist sehr authentisch, informativ und leicht verständlich.

Nutzer, Indien

DW liefert uns unparteiische und korrekte Informationen – ganz ohne Diskriminierung.

Nutzer, Indien



Die Moderatorin war sehr nahbar und einfühlsam.

Zielgruppenmitglied, Indien, weiblich

Es war sehr gesundheitsbezogen und informativ, stellenweise sogar unterhaltsam.

Zielgruppenmitglied, Indien, männlich

Sie machen die Videos leicht verständlich.

Zielgruppenmitglied, Indien, weiblich

Ein Akzeptanztest[594] des hindisprachigen Gesundheitsformats *Sehat Talk* im November 2024 ergab, dass das Format als vertrauenswürdig und relevant eingestuft wurde. Die Befragten lobten die verständliche, niedrigschwellige und praktische Aufbereitung gesundheitlicher Themen. Die Informationen wurden als klar strukturiert, leicht nachvollziehbar und lebensnah empfunden – ohne belehrend oder sensationalistisch zu wirken. Auch die Mischung aus Informationen und leichter Unterhaltung trug zur positiven Wahrnehmung bei.

594 Siehe Studienverzeichnis AS_12.

4.5.6 Bengalisch

Bangladesch, das Hauptzielland des bengalischsprachigen DW-Angebots, durchlief in den letzten Jahren eine Phase **tiefgreifender politischer und gesellschaftlicher Krisen**. Trotz wirtschaftlicher Fortschritte bleibt das Land eines der weltweit am wenigsten wirtschaftlich entwickelten Länder.[595] Unter Premierministerin Sheikh Hasina regierte die führende *Awami-Liga* zunehmend autoritär: Die Presse wurde unterdrückt, kritische Stimmen verfolgt und die Parlamentswahl 2024, die von internationalen Beobachterinnen und Beobachtern als unfrei eingestuft wurde, fand ohne Beteiligung der Opposition statt.[596] Die von Studierenden ausgelösten Massenproteste im Juli 2024 führten schließlich zu Hasinas Rücktritt und zur Machtübernahme einer Übergangsregierung unter Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus.[597] Er leitete erste Reformen ein, öffnete politische Räume und kündigte Neuwahlen bis spätestens 2026 an.[598] Dennoch bleibt die **Lage angespannt**: Religiöse Gewalt, vor allem gegen die religiöse Minderheit der Hinduistinnen und Hinduisten[599], soziale Missstände wie unzureichender Zugang zu Wasser und Bildung, massive Diskriminierung von Frauen und die prekäre Situation von rund 1,1 Millionen Rohingya[600] belasten das Land weiterhin schwer.[601] Eine zusätzliche Herausforderung stellt der Klimawandel dar, von dessen Auswirkungen Bangladesch weltweit mit am stärksten betroffen ist.[602]

Die Medienlandschaft in Bangladesch war unter dem Regime von Sheikh Hasina geprägt von **Zensur, Repression und staatlicher Kontrolle** und belegte 2025 Platz 149 von 180 auf der Rangliste der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)*.[603] Instrumente wie der kurz vor den Parlamentswahlen 2024 verabschiedete *Cyber Security Act* ermöglichten staatlichen Behörden weitreichende Eingriffe – darunter willkürliche Hausdurchsuchungen, Festnahmen und das gezielte Ausspähen von Quellen. Angriffe auf Medienschaffende, insbesondere säkulare oder regierungskritische Journalistinnen und Journalisten blieben meist

595 UNCTAD 2024.
596 Kurlantzick 2024.
597 Freedom House 2025f.
598 Ebd.
599 AP News 2024.
600 Seit 2017 sind etwa 1,1 Millionen Angehörige der muslimischen Rohingya-Minderheit aus Myanmar nach Bangladesch geflohen, um der Verfolgung in ihrem Heimatland zu entkommen.
601 BMZ 2024f.
602 BMZ 2024g.
603 RoG 2025a.



Mit der erfolgreichen Talkshow Amader Kotha Amra Boli (Unsere Themen in unseren Worten), die 2024 eingeführt wurde, setzt die Redaktion die Regionalisierungsstrategie der DW in den Zielländern Bangladesch und Indien konsequent fort.

straflos.[604] Angesichts der eingeschränkten Medienfreiheit richtet sich der Blick auf die neue Übergangsregierung unter Muhammad Yunus mit der Hoffnung auf Reformen. Ob diese nachhaltig umgesetzt werden, bleibt jedoch abzuwarten. Da staatliche Medien wie *Bangladesh Television (BTV)* und *Bangladesh Betar* regierungsnah berichteten, während auch viele private Medien bei der derzeitigen Übergangsregierung weitgehend auf kritische Berichterstattung verzichten[605], leisten internationale Anbieter wie die DW einen wichtigen Beitrag zur Versorgung mit unabhängigen und verlässlichen Informationen.

Neben Bangladesch steht auch die **bengalischsprachige Zielgruppe in Indien** und hierbei vor allem der Bundesstaat Westbengalen im Fokus des DW-Angebots. Zwischen 2021 und 2024 war die Region geprägt von wachsender Identitätspolitik und zunehmenden religiösen Spannungen, insbesondere zwischen hinduistischen und muslimischen Gemeinschaften, die sich auch in gewaltsamen Zwischenfällen widerspiegelten.[606] Im August 2024 erschütterte zudem die Vergewaltigung und Ermordung einer jungen Ärztin in Kolkata die Öffentlichkeit.[607] Der Fall löste landesweite Proteste und Streiks im Gesundheitswesen aus und verdeutlichte das anhaltende Problem geschlechtsspezifischer Gewalt sowie das wachsende Misstrauen gegenüber staatlichen Institutionen.

Die **DW-Zielgruppe hat** in beiden Märkten – Bangladesch und Westbengalen – weiterhin **Schwierigkeiten, nationalen Medien zu vertrauen und verlässliche, unabhängige Berichterstattung zu finden**. Nachrichten werden bevorzugt über Fernsehen und soziale Medien konsumiert.[608] Während TV in Bangladesch mit einer Reichweite von 87 % in der DW-Zielgruppe nach wie vor die wichtigste Informationsquelle bleibt, gewinnt das Internet durch den verbesserten Zugang zunehmend an Bedeutung – insbesondere für jene, die kritisch gegenüber staatlich kontrollierten Medien eingestellt sind.[609] Soziale Medien, allen voran *Facebook* und *YouTube*, werden von 46 % der DW-Zielgruppe als Nachrichtenquelle genutzt und spielen eine zentrale Rolle bei der Verbreitung von Informationen. Radio hingegen verliert in Bangladesch an Relevanz und wird in der DW-Zielgruppe nur noch von 20 % genutzt.[610] Da Videoinhalte besonders gefragt sind, haben auch andere **internationale Anbieter** ihre Strategie geändert: Die *BBC* etwa hat ihr klassisches TV-Angebot in der Region eingestellt und setzt vermehrt auf Online- aber auch Radioformate. Sie ist zudem mit einem Büro in Dhaka sowie einem Büro in der Küstenstadt Cox's Bazar vertreten und arbeitet mit lokalen Journalistinnen und Journalisten zusammen. Anbieter wie *China Radio International (CRI)* und *NHK* setzen inzwischen ausschließlich auf digitale Angebote. Obwohl Anbieter wie *Pars Today* ihre Online-Präsenz nach wie vor durch Radioprogramme ergänzen, zeichnet sich insgesamt ein klarer Trend hin zu online und visuellen Inhalten ab. Obwohl *VOA* in der Region zunächst aktiv war, musste die Arbeit aufgrund der Sparmaßnahmen unter Trump eingestellt werden.[611]

604 RoG 2025p.
605 Ebd.
606 DW 2024d.
607 DW 2024e.
608 Siehe Studienverzeichnis: RM_1.
609 Ebd.
610 Ebd.
611 DW 2025e. Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	×	×
China	**China Radio International (CRI)**	-	×	-
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
Iran	**Pars Today**	-	×	×
Japan	**NHK World Japan**	-	×	-

Abbildung 57: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Bengalisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

Das bengalischsprachige DW-Angebot: Fokus auf digitale und regionalisierte Inhalte

Die Bengalisch-Redaktion produziert Angebote für die Region Bangladesch, inklusive der indischen Bundesstaaten West-Bengalen, Assam und Tripura. Im Evaluationszeitraum baute die DW ihr regionalisiertes Angebot aus und führte damit den Kurs der Vorjahre fort. Aufgrund der schwierigen Lage im Markt stehen dabei Nachrichten und Hintergründe zu Freiheits- und Menschenrechten, Frauenrechten und Rechtsstaatlichkeit im Fokus. Besonders hervorzuheben ist die **kontinuierliche Berichterstattung über marginalisierte Gruppen**, wie beispielsweise die prekäre Situation der nach Bangladesch geflüchteten Rohingya. Gleichzeitig setzt die DW einen **zweiten Fokus auf Technologie, Umweltschutz und Innovation**, denn das wirtschaftliche Wachstum Bangladeschs hat das Interesse der Zielgruppe an diesen Themen deutlich gesteigert.

Die Redaktion setzt die **Regionalisierungsstrategie** der DW für beide Zielländer unter anderem mit der 2024 eingeführten erfolgreichen Talkshow *Amader Kotha Amra Boli* (Unsere Themen in unseren Worten) fort. In dem Format werden Themen rund um Gesellschaft, Kultur, Politik und Identität diskutiert. Jede Folge dauert etwa 15 bis 20 Minuten, erscheint einmal im Monat und wird auf dem *YouTube*-Kanal *DW Bengalisch (DW Bengali)* veröffentlicht. Das Besondere an der Sendung ist der binationale Ansatz: In jeder Folge diskutieren jeweils ein Gast und eine Moderatorin oder Moderator aus Bangladesch und Indien gemeinsam, wodurch der Dialog zwischen den beiden bengalischsprachigen Nachbarstaaten gefördert werden soll. Hinzu kommt eine **Stärkung der Produktion vor Ort**, um den regionalen Informationsbedürfnissen der Zielgruppe besser gerecht zu werden. Das Studio in Neu-Delhi fungiert dabei nach wie vor als mehrsprachiger *Hub*, in dem aktuelle Video-Reportagen – etwa zur politischen Krise im August 2024 oder die Kolumne *#dwAlaap* (Diskussion mit der DW) entstehen. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 49 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Bengalisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund sechs Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Wegen der zunehmend stärkeren Fokussierung auf West-Bengalen erstellte die DW besonders viele Inhalte für die dortige Zielgruppe. Das betraf insbesondere Artikel auf *dw.com*.

Von besonderer Bedeutung für das Programmportfolio ist außerdem das bengalischsprachige **TV-Angebot**, das aus zwei Sendungen besteht. *Onneshon* (Untersuchung) ist ein wöchentliches TV-Magazin im Umfang von 22 Minuten, das Wissenschafts- und Technologiethemen aufgreift. Das Magazin bedient das wachsende Interesse an Innovationsthemen und der Digitalisierung und wird über den öffentlich-rechtlichen Partnersender *Doordarshan* in Indien und den reichweitenstarken Privatsender *RTV* in Bangladesch ausgestrahlt. Im Jahr 2022 wurde zusätzlich die bengalischsprachige Adaption des ursprünglich englischsprachigen Magazins *Eco India* eingeführt. Dieses Magazin adressiert den zunehmenden Informationsbedarf zu Umweltproblemen sowie möglichen Lösungsansätzen und legt den Fokus auf Entwicklungen in Indien, Europa und dem internationalen Kontext. Verbreitet wird das Angebot vor allem über *Kolkata TV* mit Sitz in Westbengalen. Eine weitere Partnerschaft startete die DW Ende 2024 in Bangladesch für das regionalisierte und koproduzierte TV-Magazin *Eco Bangladesh* mit dem Partner *Channel i*. 2024 produzierte *DW Bengalisch* zwei Folgen der Dokumentation *2050: The World We Want to Live In*, die durch Mittel des AAs gefördert wurde. Zudem beteiligte sich die Redaktion an der asienweiten Kooperation mit *DW Reports* und produziert mit *Inside Asian Conflicts* hintergründige *Explainer*[612]-Videos über gravierende Konflikte in den Zielländern.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/bn	271 Artikel 44 Videos 103 Audios
YouTube	DW Bengali	22 Videos
	Bis 2024: DW Khaled Muhiuddin asks	k. A.
Facebook	DW Bengali	520 Posts
	InfoMigrants Bengali	11 Posts

Abbildung 58: **Online-Angebote der DW in Bengalisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Vor dem Hintergrund der Mediennutzung in Bangladesch liegt der Fokus der DW neben dem TV-Angebot auf ihrem **digitalen Angebot** (Abbildung 58). Von großer Bedeutung sind dabei *Facebook* und *YouTube*. Hierfür weitete die DW die Videoproduktion deutlich aus. Zu den zentralen Formaten zählten:

612 Siehe Glossar.

- Vertikale Kurzvideos für die indische Kurzvideo-Plattform *Josh* zu Themen rund um Kultur, Reisen und Digitales Leben. Diese entstehen in Zusammenarbeit mit *DW Distribution* und der Kulturabteilung der DW.

- *Alaap:* Ein wöchentliches Web-Magazin mit Beiträgen und Interviews zu gesellschaftlich sensiblen Themen auf *dw.com/bengali*.

- Seit 2025 hat die Redaktion ihre Webseite überarbeitet und zwei Kurznachrichten-Blöcke installiert, um die Aktualität mit geringem Aufwand zu erhalten.

- Mit dem *YouTube*-Kanal *Khaled Muhiuddin Jante Chay* startete die DW 2020 ein personalisiertes Format mit dem renommierten bengalischen Journalisten Khaled Muhiuddin. Seit August 2024 wird die Sendung nicht mehr von ihm produziert und der Kanal in *DW Bengali Talkshow* umbenannt.

- Ergänzt wird das Portfolio durch eine bengalischsprachige Adaption des Informationsangebots für Geflüchtete *InfoMigrants*, das die DW in strategischer Partnerschaft mit *France Médias Monde (FMM)* und *Agenzia Nazionale Stampa Associata (ANSA)*[613] für Geflüchtete erstellt und das auf *Facebook* zielgruppenspezifisch verbreitet wird.

Insgesamt übernehmen 35 Online- und Social-Media-Partner Inhalte von *DW Bengalisch*, darunter *Daily Star, Daily Itefaq* und *Protom Alo* aus Bangladesch. Im Vergleich zu 2021 mit 15 Partnern, hat sich die Zahl der Partnerschaften mehr als verdoppelt, was die **klare Linie hin zu mehr regionaler Sichtbarkeit** verdeutlicht.

Nutzung: Reichweitenzuwachs im Digital- und TV-Segment

Dank des klaren Profils erzielt die DW mit ihrem bengalischsprachigem Programm eine **hohe Resonanz in den beiden Zielländern**. Im zweiten Halbjahr 2024 erfolgten über alle Plattformen hinweg durchschnittlich 27,8 Millionen Views pro Monat, was einem Zuwachs von 36 % im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 entspricht. Treibende Kraft waren vor allem Kooperationen: Über Partner stieg die Nutzung im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 mit durchschnittlich monatlich 92.000 Views auf 12,4 Millionen Views im zweiten Halbjahr 2024. Besonders erfolgreich waren dahingehend Kooperationen mit



InfoMigrants: In Vittoria, Sizilien, arbeiten bangladeschische Migrantinnen und Migranten als Landarbeiterinnen und Landarbeiter – DW-Reporter Arafatul Islam berichtet vor Ort.

Social-Media-Accounts und eine Kooperation mit der bengalischen Streamingplattform *Deepto Play*, die im zweiten Halbjahr 2024 durchschnittlich monatlich 3,1 Millionen Views generierte.

Im Gegensatz dazu ist die **Nutzung über die eigene Webseite *dw.com* rückläufig**. Wie in vielen asiatischen Zielgebieten erfolgt der Großteil der digitalen Nutzung in Indien und Bangladesch über mobile Geräte. Vor allem bei jüngeren Zielgruppen zeigt sich ein klarer Trend: Nachrichten werden zunehmend über Social-Media-Apps anstelle von klassischen Webseiten konsumiert. Entsprechend sank die Nutzung von *dw.com* von durchschnittlich monatlich 3,8 Millionen Views im zweiten Halbjahr 2021 um 68 % auf durchschnittlich monatlich 1,2 Millionen Views im zweiten Halbjahr 2024. Zwar sank die Zahl der Video Views über die eigenen Social-Media-Kanäle leicht, doch bleiben **Videoformate auf Social Media weiterhin der stärkste Nutzungstreiber**. Allen voran *Facebook* mit monatlich durchschnittlich 9,7 Millionen Video Views im zweiten Halbjahr 2024, trotz eines Rückgangs um 24 % gegenüber dem zweiten Halbjahr 2021. Auf *YouTube* konnte die DW die Nutzung ihrer Kanäle um 19 % im Vergleich zu 2021 mit durchschnittlich monatlich 3,8 Millionen Video Views steigern. Der *X*-Kanal wurde 2024 im Rahmen der Konsolidierung der DW-Programmangebote eingestellt.

Im **TV-Bereich** erzielte die DW eine Nutzung in der Zielgruppe von 4 %.[614] Mit *Onneshon* erreichte die DW rund

613 Italienische Nachrichtenagentur.

614 Siehe Studienverzeichnis RM_1.

1 % der Zielgruppe in Bangladesch und 3 % der Zielgruppe in Indien. *Eco India Bengali* konnte wiederum 4 % der Zielgruppe in Indien erreichen. An Reichweiten von Wettbewerbern wie der *BBC* mit 28 % in der Zielgruppe, *Al Jazeera* mit 16 % oder *CNN* mit 15 % reicht die DW allerdings nicht heran. Vielmehr bewegt sie sich auf einem Niveau von *CGTN, RT* und *VOA*. Auch bei der Markenbekanntheit besteht Verbesserungspotential: Mit 9 % Bekanntheit in der Zielgruppe liegt die DW deutlich hinter Wettbewerbern wie der *BBC* (70%) und *Al Jazeera* (52%).[615]

Akzeptanz: Verbindend, respektvoll und glaubwürdig

Die bengalischsprachigen Angebote zeichnen sich vor allem durch ihre zielgruppengerechte Aufbereitung und die hohe Qualität ihrer Inhalte aus. So lobten die Befragten in einer qualitativen Studie zu *Amader Kotha Amra Boli*[616] vor allem die **Ausgewogenheit und Sachlichkeit** des Formats. Im Gegensatz zu vielen anderen Talk-Sendungen, die als stark politisiert wahrgenommen wurden, überzeugte das Format durch eine **ruhige, respektvolle und unparteiische Darstellung**.



Wenn man echte Nachrichten sehen will, ohne politische Verzerrung, dann sollte man diese Sendung schauen.

Zielgruppenmitglied, Indien, weiblich

Besonders positiv hervorgehoben wurde der respektvolle Umgang mit beiden Kulturen – in Bangladesch und Indien. *Amader Kotha Amra Boli* wurde als verbindendes Format wahrgenommen, das zur Verbesserung grenzüberschreitender Beziehungen beitrage, Empathie fördere, mit Stereotypen breche und der Perspektive von „normalen" Bürgerinnen und Bürgern Raum gebe – jenseits politischer Zuspitzung.

Die Sendung bringt beide Länder zusammen – das macht sie einzigartig.

Zielgruppenmitglied, Bangladesch, weiblich

In der Sendung wird der Fokus auf Gemeinsamkeiten anstelle von Unterschieden gelegt.

Zielgruppenmitglied, Indien, männlich

Besonders geschätzt wurde die ruhige, respektvolle und offene Art der Moderation und der Gäste, durch die es dem Format gelang, kulturelle Brücken zwischen Bangladesch und Indien zu schlagen. Diese Haltung spiegelte sich auch im dialogischen Stil der Sendung wider. Das interaktive, gesprächsorientierte Konzept in Kombination mit der Einbindung von Alltagsstimmen – statt sensationsorientierter oder parteiischer Berichterstattung – schaffte eine hohe Identifikation beim Publikum und hob das Format deutlich von anderen Angeboten ab.

Ich fand die Art der Moderation sehr klar und angenehm. Besonders positiv war, dass nicht geschrien oder überdreht gesprochen wurde – wie es sonst oft der Fall ist, gerade bei Diskussionen und Nachrichtensendungen.

Zielgruppenmitglied, Indien, weiblich

YouTube war unter den Befragten die zentrale Plattform für die Verbreitung des Formats. Zugleich wurde der Wunsch geäußert, das Angebot zusätzlich über *Facebook* zugänglich zu machen, da sich beide Kanäle in ihrer Reichweite und der Nutzendenstruktur sinnvoll ergänzen könnten.

615 Ebd.
616 Siehe Studienverzeichnis: AS_9.

4.5.7 Indonesisch

Indonesien ist ein **hochpriorisierter Zielmarkt** der DW.[617] Mit mehr als 285 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern gilt es als viertbevölkerungsreichste Nation[618] und drittgrößte Demokratie der Welt.[619] Zudem ist es weltweit das Land mit der größten muslimisch geprägten Bevölkerung.

Seit dem Ende der Suharto-Ära 1998 hat Indonesien bedeutende demokratische Fortschritte erzielt.[620] Unter Präsident Joko Widodo (2014–2024) lag der Fokus auf **wirtschaftlicher Modernisierung, Digitalisierung und Infrastruktur**, was besonders der Digitalwirtschaft Auftrieb gab. 2022 beschloss die Regierung die Verlegung der Hauptstadt nach „Nusantara" auf die Insel Borneo – ein Prestigeprojekt mit geopolitischem Anspruch, das jedoch wegen ökologischer Schäden und Gefährdung indigener Rechte kritisiert wird.[621] Zunehmend in der Kritik steht auch Indonesiens Umgang mit Rechtsstaatlichkeit, Menschenrechten und Pressefreiheit, die alle den wirtschaftlichen Zielen untergeordnet werden. Repressionen gegen kritische Stimmen nehmen zu, beispielsweise durch das Gesetz über elektronische Informationen und Transaktionen *(UU ITE)*, das zur strafrechtlichen Verfolgung oppositioneller Stimmen eingesetzt wird.[622] Der Anti-Korruptionskommission wurden Finanzmittel entzogen, obwohl Korruption weiterhin ein großes Problem darstellt. In Westpapua kam es mehrfach zu schweren Menschenrechtsverletzungen und der Zugang für Medien und Menschenrechtsorganisationen bleibt stark eingeschränkt.[623] Die Präsidentschaftswahl gewann im Jahr 2024 Prabowo Subianto. Als Vizepräsidenten ernannte Subianto den populären Politiker Gibran Rakabuming Raka, zugleich ältester Sohn des Vorgänger-Präsidenten Widodo,[624] wodurch Zweifel an einem politischen Neuanfang aufkamen. Insgesamt werden **Rechtsstaatlichkeit und Menschenrechte weiterhin wirtschaftspolitischen Prioritäten untergeordnet**, während systemische Korruption, Diskriminierung von Minderheiten und staatliche Repression weiterhin bestehen bleiben.[625]

617 Siehe Kapitel 3.
618 Worldometer 2025.
619 The United States-Indonesia Society 2025.
620 Freedom House 2024j.
621 DW 2024f.
622 HRW 2025e.
623 Ebd.
624 Ebd.
625 Freedom House 2024j.



Am 18. November 2022 eröffneten DW-Intendant Peter Limbourg und Büroleiter Georg Matthes feierlich das neue Asia Pacific Bureau in Jakarta – ein strategischer Meilenstein für die DW in der Region.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	×
	Cable News Network (CNN)	×	×	-
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	×	-
Australien	**Australian Broadcasting Corporation (ABC)**	-	×	-
Japan	**NHK World Japan**	×	×	-
China	**China Radio International (CRI)**	-	×	-
Iran	**Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB)**	-	×	×

Abbildung 59: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Indonesisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

Trotz einer aktiven Zivilgesellschaft und verfassungsrechtlich garantierter Meinungsfreiheit ist die **Pressefreiheit in Indonesien stark eingeschränkt**.[626] So lag das Land in der Rangliste der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)* 2025 global im unteren Drittel und belegte Platz 127 von 180.[627] Zwar existieren über 5.000 registrierte Medienunternehmen – rund 80 % davon agieren online –, doch der Markt wird von privaten Großkonzernen wie der *MNC Group, Media Group* und *Trans Corp.* dominiert, die enge Verbindungen zur Politik pflegen.[628] Auch staatliche Sender wie *TVRI* und *RRI* können diesem Einfluss wenig entgegensetzen. Im Gegenteil, die gut vernetzte Medienoligarchie kontrolliert zunehmend die kritische Berichterstattung und lässt Informationen mit Hilfe von Online-Trollen und parteiischen Medien manipulieren.[629] Seit dem Amtsantritt von Präsident Prabowo Subianto und Vizepräsident Gibran Rakabuming Raka im Oktober 2024 haben sich die Sorgen um die Pressefreiheit weiter verschärft.[630] Das Vertrauen in die Medien sinkt, während **Desinformation und der Einfluss radikaler Kräfte zunehmen**. Journalistinnen und Journalisten, die über Themen wie Korruption, Proteste oder Umweltkonflikte berichten, sehen sich verstärkt Repressionen ausgesetzt – von polizeilicher Einschüchterung bis hin zu digitalen Angriffen und physischer Gewalt.[631]

Dementsprechend groß ist die **Bedeutung von internationalen Informationsanbietern** auf dem Markt (Abbildung 59). Aufgrund des großen Nutzungspotenzials betreiben viele Wettbewerber umfangreiche Online- und Social-Media-Angebote. Darüber hinaus verbreitet *Cable News Network (CNN)* auch TV-Inhalte auf Indonesisch und *Nippon Hōsō Kyōkai (NHK) World* bietet sein TV-Programm mit indonesischer Untertitelung an. Bis 2025 bot auch *Voice of America (VOA)* ein indonesischsprachiges TV-Angebot an.[632] Von den Sparmaßnahmen unter Trump war jedoch auch *VOA* betroffen, das seitdem faktisch stillgelegt ist.[633] Der *Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB,* über *Pars Today)* bietet ein Radioangebot auf Indonesisch an, während die *BBC* ihr Radioprogramm Ende 2022 nach 73 Jahren eingestellt hat, um Kosten zu sparen.[634] Die *BBC* betreibt in Jakarta ein Büro mit knapp 20 Mitarbeitenden.[635] *ABC*[636] und *NHK World*[637] haben ebenfalls Büros vor Ort. Bis zur Einstellung des Angebots unterhielt auch die *VOA*[638] ein Büro in Jakarta. *CNN Indonesia* befindet sich vollständig im Besitz des indonesischen Unternehmens *PT Trans Media* mit Sitz in Jakarta,

626 Hulwanullah 2025.
627 RoG 2025a.
628 RoG 2025q.
629 Ebd.
630 Ebd.
631 Ebd.

632 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.
633 NPR 2025a.
634 BBC News Indonesia 2022.
635 BBC News Indonesia 2024.
636 ABC 2024.
637 NHK 2024.
638 VOA 2025c.

das die *CNN*-Marke lizenziert und im Rahmen der Lizenzvereinbarung Zugang zu *CNN*-Inhalten, Schulungen und Dienstleistungen hat.[639] Während die direkte Präsenz des chinesischen Anbieters *CRI* in Indonesien begrenzt zu sein scheint,[640] intensivieren sich in den letzten Jahren die Verbindungen Chinas zu lokalen Medienanbietern,[641] ebenso wie Chinas Bemühungen, durch gezielte Medienarbeit Einfluss in Indonesien zu stärken.[642]

Das indonesischsprachige Angebot der DW: Eröffnung des Jakarta-Studios und neue Social-Media-Formate

Im Fokus des indonesischsprachigen DW-Angebots stehen Themen wie Umwelt, Technologie und Gesundheit, Demokratie und Menschenrechte sowie deutsch-europäische Perspektiven auf die Region. Im Evaluationszeitraum erforderten besonders die Wahlen in Indonesien im Jahr 2024 die unabhängige und glaubwürdige Berichterstattung der DW. Im Jahr 2022 eröffnete die DW das **Asien-Pazifik-Studio in Jakarta**. Das neue Studio ermöglicht es, von vor Ort über Ereignisse aus mehreren Ländern in der Region zu berichten und die dortige Zielgruppe mit regionalisierten Inhalten zu erreichen. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 39 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Indonesisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund zehn Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Hinzu kamen sieben lokalbeschäftigte Personen und eine entsendete feste Person.

Für das **TV-Angebot** produziert die DW auf Indonesisch das **wöchentliche Wissenschaftsmagazin *Inovator***, das in 26-minütigen Episoden wissenschaftliche und technologische Entwicklungen beleuchtet. Insgesamt 26 TV-Sender übernehmen das Magazin, darunter *TVRI, TV9 Nusantara* und *Metro TV*. Das indonesischsprachige Angebot von DW nutzt eine **Vielzahl digitaler Formate**, die gezielt auf die Bedürfnisse eines jungen, medienaffinen Publikums in der Zielregion zugeschnitten sind. Die **wichtigsten Ausspielwege sind *Instagram, TikTok* und *YouTube***, außerdem *Facebook* und *Threads*. Der Account auf *X* wurde wegen geringer Nutzung im Februar 2025 eingestellt. Die Angebote stehen außerdem auf *dw.com* zur Verfügung. Ein wöchentlicher *Newsletter (Wednesday Bite)* rundet das Angebot ab und bietet einen kompakten Überblick über aktuelle Inhalte und Themen.

Im Zentrum des digitalen Angebots stehen **visuelle und interaktive Inhalte**, die sowohl Information als auch Unterhaltung bieten. Zu den zentralen Formaten zählt die Reihe

639 CNN 2023, CNN Indonesia 2025.
640 Freedom House 2022b.
641 VOA 2024b.
642 China Media Project 2025.



Yanti aus Indonesien setzt sich für den Schutz von Elefanten ein. Im Format HER – Women in Asia wird deutlich, wie Frauen in Asien als Vorbilder und Naturschützerinnen wirken.

#dwjelasin (DW erklärt), die mehrmals wöchentlich aktuelle Nachrichten kurz und visuell aufbereitet. *#dwaktok* (Wortspiel aus DW, aktuell und *TikTok*) ist eine ebenfalls mehrmals wöchentlich veröffentlichte Erklärvideo-Reihe für junge Nutzende, die komplexe Themen unterhaltsam vermittelt. Die Videos werden von Journalistinnen und Journalisten (oft mit indonesischem Hintergrund) präsentiert. Auch Videos aus dem TV-Magazin *Inovator* werden für Social Media aufbereitet und veröffentlicht. Das Format *Germany Diaries* beleuchtet in kurzen Videos interessante Aspekte des Lebens in Deutschland aus der Perspektive indonesischer Influencerinnen und Influencer. Die indonesische Redaktion hat ein regionales Netzwerk von Video-Journalistinnen und Journalisten in verschiedenen Landesteilen aufgebaut: Zusammen mit Reportern und Reporterinnen aus Jakarta liefern sie regelmäßig Video-Beiträge zu Themen wie Bildung, Wissenschaft und Umwelt sowie zu aktuellen Nachrichten aus Indonesien.

Die Redaktion adaptiert und veröffentlicht darüber hinaus **erfolgreiche Inhalte aus etablierten DW-Formaten** wie *Mapped Out*, das Konflikte und Kriege mithilfe von hochwertigen, animierten Karten und Bildmaterial aus den betroffenen Regionen erklärt. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Ressorts wurden zudem mehrere Sonderformate realisiert, darunter *Forbidden Love*, eine Reihe über interkulturelle oder gesellschaftlich tabuisierte Liebesbeziehungen, *Berlin Series* (mit dem Hashtag *#WhatsUpBerlin*), das Einblicke in das Leben junger indonesischer Menschen in der deutschen Hauptstadt gibt, sowie Beiträge zur Reihe *Women in Business*, in denen erfolgreiche indonesische Frauen in der Arbeitswelt porträtiert werden. Sie richten sich gezielt an ein jüngeres Publikum. Die indonesische Redaktion hat außerdem Inhalte zum Format *HER – Women in Asia* beigetragen. Die multimediale Serie porträtiert Frauen aus verschiedenen asiatischen Ländern, die gesellschaftliche Normen hinterfragen, Stereotype durchbrechen und ihre Stimmen zu zentralen Themen des Lebens erheben.

Außerdem wirkte die indonesische Redaktion im Evaluationszeitraum bei den **vom *AA* geförderten Projekten** zum Thema Umwelt mit: So produzierte die Redaktion im Jahr 2024 zwei Folgen der Dokumentation *2050: The World We Want to Live In*.

Die DW veröffentlichte im zweiten Halbjahr 2024 auf den Social-Media-Kanälen auf Indonesisch **durchschnittlich 715 Posts pro Monat** (Abbildung 60). Insgesamt übernehmen 31 indonesische Partner digitale Inhalte der DW. Zu den wichtigsten Online-Partnern zählen *Glance, Detik, Kompas 6* und *Taboola*.



Germany Diaries beleuchtet in kurzen Episoden das Leben in Deutschland aus der Perspektive indonesischer Influencerinnen und Influencer.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/id	198 Artikel 35 Videos 3 Galerien
YouTube	DW Indonesia	73 Videos
	DW Documentary Indonesian	2 Videos
Facebook	DW Indonesia	145 Posts
Instagram	DW Indonesia	113 Posts
X	DW Indonesia	243 Posts
TikTok	DW Indonesia	140 Posts
Weitere	Threads: DW Indonesia	k. A.

Abbildung 60: **Online-Angebote der DW in Indonesisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Nutzung: TikTok und Instagram als Wachstumstreiber

Die Nutzung der indonesischsprachigen digitalen Angebote stieg zwischen dem zweiten Halbjahr 2021 und dem zweiten Halbjahr 2024 **um über 70 % auf durchschnittlich 23 Millionen Views pro Monat**. Den größten Beitrag leisteten dabei Inhalte auf Social Media, die im zweiten Halbjahr 2024 monatlich 18,6 Millionen Views verzeichneten. Inhalte, die über Kooperationen wie *Taboola*

oder *Glance* verbreitet wurden, spielten weiterhin eine untergeordnete Rolle, konnten ihre Abrufzahlen jedoch fast vervierfachen. Ihr Anteil an der Gesamtnutzung erhöhte sich dadurch um zehn Prozentpunkte auf knapp 17 %.

Innerhalb der Social-Media-Plattformen war eine starke Verschiebung zu beobachten: ***TikTok* und *Instagram* entwickelten sich zu den wichtigsten Wachstumstreibern**, während *Facebook* und *X* starke Verluste verzeichneten. Der neue *TikTok*-Kanal *DW Indonesia* erzielte im zweiten Halbjahr 2024 durchschnittlich 8,1 Millionen monatliche Views und machte damit 44 % der Social-Media-Abrufe aus. *Facebook* blieb mit 4,3 Millionen monatlichen Views weiterhin relevant, verlor jedoch gegenüber 2021 die Hälfte der Views. *Instagram* erreichte 3,6 Millionen monatliche Views – nahezu das Zehnfache des Werts von 2021. Auch *YouTube* wuchs um 41 % auf 2,6 Millionen Views. Der *X*-Account hingegen wurden aufgrund des erheblichen Nutzungsrückgangs von 90 % im Vergleich zu 2021 eingestellt.

Im Vergleich zu *CNN Indonesia*, das vollständig vom lokalen Unternehmen *PT Trans Media* betrieben wird, erzielte die DW auf *Facebook* rund 25 % mehr Views (*CNN Indonesia*: 3,4 Millionen Views im zweiten Halbjahr 2024, DW: 4,3 Millionen).[643] Auf *TikTok* dagegen erreichte sie rund 90 % weniger als *CNN Indonesia* (85,4 Millionen, DW: 8,1 Millionen). Ein ähnliches Bild zeigt sich auf *YouTube*, wo die DW 2,6 Millionen Views generierte, während *CNN Indonesia* 24,5 Millionen verzeichnete.

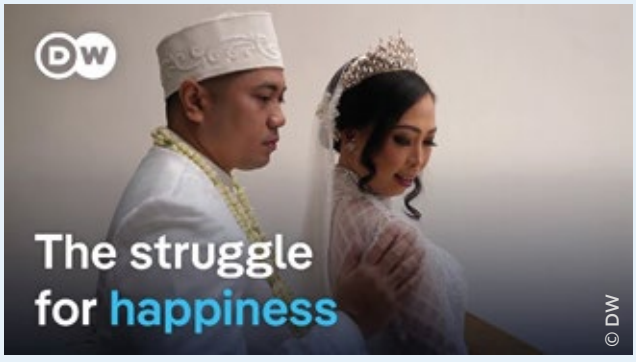
Entsprechend des allgemeinen Trends hin zu Social Media und mobilen Apps gingen die Views der DW-Webseite um mehr als 70 % zurück. Gleichzeitig zeigt der **hohe Anteil von 91 % der Zugriffe aus Indonesien**, dass die Inhalte weiterhin gut auf das Zielpublikum abgestimmt sind. Im Evaluationszeitraum wurden in Indonesien keine Reichweitenstudien durchgeführt.[644]

643 Für Indonesisch liegen der DW keine vergleichbaren Daten zu anderen internationalen Medienanbietern vor.

644 Reichweitenstudien in Indonesien stellen aufgrund der geografischen Gegebenheiten – insbesondere der Inselstruktur – eine besondere methodische Herausforderung dar. Die Durchführung von Face-to-Face-Interviews gestaltet sich unter diesen Bedingungen logistisch aufwendig und führt potenziell zu eingeschränkter Datenqualität.

Akzeptanz: Hohes Identifikationspotenzial für weibliche Zielgruppe und Wunsch nach kürzeren Formaten

Die DW führte Akzeptanztests zu vier Formaten aus dem indonesischsprachigen Angebot durch: *HER – Women in Asia, Women in Tech, Forbidden Love* und *Berlin Series*.[645] Positiv hervorgehoben wurde in allen Gruppen die **thematische Relevanz und gesellschaftliche Bedeutung der behandelten Inhalte**. Die Formate griffen aus Sicht der Teilnehmenden aktuelle soziale, kulturelle und technologische Fragestellungen auf und boten insbesondere weiblichen Zuschauerinnen Identifikationspotenzial durch Geschichten über Resilienz, Empowerment und persönliche Entwicklung. *HER – Women in Asia* nahmen die Teilnehmenden als inspirierende Darstellung weiblicher Resilienz und gesellschaftlicher Überwindung wahr. Besonders weibliche Zuschauerinnen empfanden die Geschichten als motivierend und identitätsstiftend. *Women in Tech* überzeugte die Teilnehmenden durch authentische Einblicke in das Leben von Frauen in technischen Berufen. Sie hoben hervor, dass das Format gesellschaftliche Relevanz mit praxisnahen, innovativen Lösungen verband und insbesondere Frauen in männerdominierten Feldern sichtbar machte. *Forbidden Love* wurde von den Teilnehmenden als mutiger Beitrag zur Auseinandersetzung mit sensiblen gesellschaftlichen Themen wahrgenommen. Sie schätzten die Offenheit gegenüber interethnischen, interreligiösen und LGBTQIA+-Beziehungen und betonten den informativen und diskussionsfördernden Charakter der Serie.



Diese Geschichten zeigen, dass Liebe selbst die starrsten gesellschaftlichen Erwartungen überwinden kann.

Zielgruppenmitglied, Indonesien, weiblich

645 Siehe Studienverzeichnis: AS_13, AS_14, AS_15, AS_16.

> ***Wenn es Liebe gibt, können auch interreligiöse Beziehungen entstehen. Ich denke, diese Videos sollen Perspektiven öffnen, denn jede Kultur hat ihre Normen. Ich selbst habe einen gemischten Hintergrund, und es ist schwer, mit solchen Normen Schritt zu halten – besonders bei Beruf oder Heirat.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indonesien, männlich**

Berlin Series nahmen die Teilnehmenden als **visuell starkes und thematisch vielfältiges** Format wahr, das besonders ein junges, urbanes Publikum anspreche. Sie lobten die filmische Qualität sowie die persönlichen Geschichten rund um Identität, Migration und gesellschaftlichen Wandel.



> ***Jedes Video hat einen Aufhänger, wie zum Beispiel „Drei Flohmärkte in Berlin“, und das macht mich so neugierig, dass ich dranbleibe und weiter zuschaue, um zu erfahren, welche drei Orte das sind.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indonesien, männlich**

Die Teilnehmenden regten für alle Formate **kürzere, dynamischere Episoden mit stärkerem visuellem Reiz an** – zugeschnitten auf Plattformen wie *TikTok* und *Instagram*. Zudem empfahlen sie, die Inhalte stärker auf den indonesischen Kontext abzustimmen und vielfältigere Protagonistinnen und Protagonisten sowie unterschiedliche Perspektiven einzubinden. Bei *HER – Women in Asia*, das sich an eine länderübergreifende Zielgruppe richtet, vermissten viele Teilnehmende den direkten Bezug zu Indonesien. Bei *Women in Tech* würden die Teilnehmenden mehr technische Hintergründe und eine ausgewogenere Darstellung von Herausforderungen und Erfolgen bevorzugen. *Forbidden Love* polarisierte insbesondere durch die LGBTQIA+-Thematik. Teilnehmende schlugen eine sensiblere Balance zwischen gesellschaftlicher Relevanz und kultureller Akzeptanz vor.

> ***Ja, wenn das Ziel ist, ein gutes Image zu wahren, sollte man es weniger explizit verpacken.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indonesien, männlich**

Für *Berlin Series* wünschten sich Teilnehmende teils mehr historischen und politischen Kontext. Gleichzeitig betonten sie die Bedeutung eines fesselnden Einstiegs und eines zügigen Erzähltempos, um die Aufmerksamkeit des Publikums sofort zu gewinnen.

> ***Die anderen Videos waren zu lang, er redet einfach zu lange.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indonesien, männlich**

Zusammenfassend wurden die getesteten Formate positiv aufgenommen und als gesellschaftlich relevant bewertet. Für eine stärkere Akzeptanz im indonesischen Markt sollten aus Sicht der Teilnehmenden jedoch kulturelle Bezüge, visuelle Dynamik und Kurzversionen der Videos gezielt weiterentwickelt werden.

4.5.8 Weitere Angebote für Asien

Die DW verbreitet über ihre Sprachangebote hinaus ausgewählte Inhalte in **Vietnam**, auf den **Philippinen**, in **Malaysia** und in **Thailand**.

In **Vietnam** kooperiert sie mit insgesamt 14 TV- sowie 13 Online- und Social-Media-Partnern. Im TV-Bereich arbeitet die DW mit den größten Kabel- und *OTT*[646]-Anbietern des Landes zusammen, darunter *FPT Telecom, MyTV VNPT, Saigon Tourist Cable* und *VCTV – Vietnam Cable Television Corporation*. Da das vietnamesische Mediengesetz Auslandssender zur Untertitelung verpflichtet und ihnen ohne Untertitelung der Ausschluss von vietnamesischen Plattformen und Infrastrukturbetreibern droht, adaptiert die DW ausgewählte Serien wie *HER – Women in Asia, Art See Asia* und *Choices* sowie Magazine und Dokumentationen aus dem Englischen ins Vietnamesische.

In **Malaysia** kooperiert die DW mit insgesamt 16 Partnern, darunter führende Pay-TV-Marktführer wie *Astro Go, TM Unifi* und *ViuClip*, die sowohl klassische TV-Formate sowie selektierte Serieninhalte übernehmen. Bei den 15 Online- und Social-Media-Partnern sind besonders Kooperationen mit *Oriental Daily, Malay Mail* und *Lumi News* erfolgreich, bei denen vor allem Inhalte in chinesischer Sprache Reichweiten erzielen. Neben Chinesisch, das im Land von vielen Menschen gesprochen wird, werden auch Inhalte auf Englisch und Indonesisch verbreitet. Ein besonderes Highlight war die Ausspielung vertikaler Kurzvideos[647] der DW-Serie *HER – Women in Asia*, die durch eine chinesische Adaption allein im vierten Quartal 2024 besonders hohe Reichweiten über *Facebook, Instagram* und *TikTok* generieren konnten. Insgesamt zeigt sich, dass insbesondere vertikale Social-Media-Formate in Malaysia großes Reichweitenpotenzial bieten. Neben dem linearen englischen TV-Kanal übernehmen malaysische *VoD*[648]- und *OTT*[649]-Plattformen auch Videos aus dem *DW-Premium*-Angebot (DWP) in Englisch und Chinesisch. Besonders gefragt sind dabei limitierte Serien wie *HER – Women in Asia, Art See Asia, Unseen* oder *Choices*, insbesondere dann, wenn malaysische Protagonistinnen und Protagonisten eingebunden sind.

646 Siehe Glossar.
647 Siehe Glossar.
648 Siehe Glossar.
649 Siehe Glossar.

Auf den **Philippinen** kooperiert die DW mit sieben Online- und Social-Media-Partnern, darunter *ABS-CBN, Rappler* und *iWantTFC*. Während das von Friedensnobelpreisträgerin und Journalistin Maria Ressa mitgegründete unabhängige Nachrichtenportal *Rappler* und *iWantTFC* regelmäßig Inhalte aus der *DW Premium Library* übernehmen, strahlt *ABS-CBN* sowohl das lineare Programm *DW English* als auch die Serie *HER – Women in Asia* aus. Auf der *MSN.com*-Seite für die Philippinen werden seit 2025 zudem englische Videos übernommen. Im Evaluationszeitraum startete die DW gemeinsam mit *Rappler* und dem *Asia Desk* die Produktion von acht adaptierten Folgen der erfolgreichen Aufklärungsserie *Sex & the Body*, speziell auf ein tagalogsprachiges Publikum zugeschnitten.[650] Das 2021 gestartete Format wird mit einer lokalen philippinischen Moderatorin und einer Expertin neu aufbereitet, um die sensiblen Inhalte rund um Sexualität auch einem breiten Publikum auf den Philippinen zugänglich

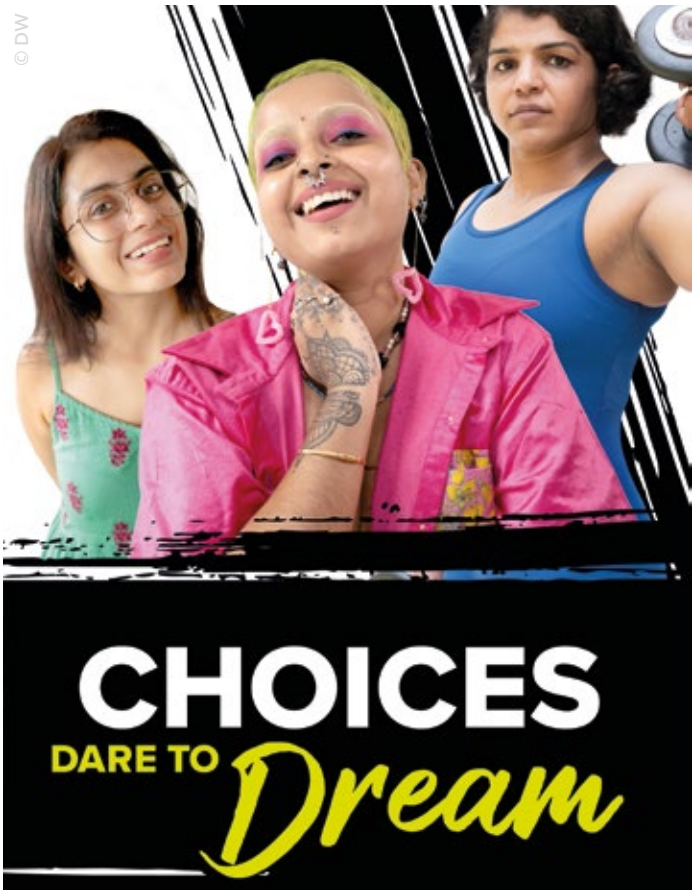
650 Die erste Folge wurde im April 2025 ausgestrahlt.



Mit DW Premium bietet die DW ihren wichtigsten Distributionspartnern maßgeschneiderte Inhalte – von aktuellen Nachrichtenbeiträgen bis zu exklusiven Video-Reihen.

zu machen. Im TV-Bereich kooperiert die DW mit drei der größten philippinischen Pay-TV-Anbieter: *Cignal, SkyCable* und *Eagle Broadcasting*. Alle drei verbreiten den englischsprachigen DW-TV-Kanal. Darüber hinaus hat *Eagle Broadcasting* gezielt Magazine wie *Global Us, Tomorrow Today, In Good Shape* und *REV* in sein Programm aufgenommen.

In **Thailand** übernehmen sechs Online-Partner Videos aus der *DW Premium Library* darunter der Top-Partner *TrueVisions (= Cineplex)*. Neben diesem Partner kooperiert die DW in Thailand noch mit den Pay-TV-Betreibern *AIS* und *LooxTV*. Übernommen werden größtenteils die *DWP*-Serien *Beyond Limits, DIY, Dr. Heart* und *Dresscode*. Die Übernahme von *DWP*-Serien ist in Thailand nur möglich, weil viele der Serien von der DW in Landessprache Thai adaptiert oder untertitelt wurden. Unterbringung von rein englischen *DWP*-Inhalten ist in Thailand fast nicht möglich.



In dem DW-Format Choices – Dare to Dream setzen sich junge Menschen in Indien mit ihrem Lebensweg auseinander – begleitet von Mentorinnen und Mentoren, die sie unterstützen.

Fazit

Die Bedeutung der asiatischen Märkte hat für die DW im Evaluationszeitraum weiter zugenommen. Viele der asiatischen Zielländer sind politisch instabil und regionale Informationsflüsse werden zunehmend von autoritären Strukturen oder wirtschaftlichen Monopolen kontrolliert. Daher bleibt die **Arbeit der DW vor Ort hoch relevant**. In zwei zentralen Zielmärkten – Iran und China – ist die DW weiterhin offiziell verboten. Auch in Afghanistan ist seit der Übernahme der Taliban eine Produktion vor Ort de facto unmöglich. Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen bleibt die **Nutzung der DW in der Region mit 51 Millionen Menschen im Jahr 2024 stabil** und die Region zeichnet sich durch ein großes Reichweitenpotential aus. Für die priorisierten Zielmärkte in Asien setzt die DW strategisch weiterhin auf regional relevante Inhalte und einen zunehmend digitalen Medienmix. Durch ihre regionale Präsenz (etwa durch die Studios in Neu-Delhi, Taipeh und Jakarta) sowie den Ausbau des Netzwerks lokaler Mitarbeitender hat die DW ihre strukturelle Basis gestärkt, um weiterhin verlässliche Informationen bereitzustellen – insbesondere dort, wo unabhängiger Journalismus unter Druck steht. Kurzfristige Nutzungs-Rückgänge auf einzelnen Plattformen, konnten durch Zugewinne in anderen Bereichen – insbesondere im indischen TV – ausgeglichen werden. Damit bleibt die Multi-Plattform-Strategie für diese Zielmärkte weiterhin zielführend.

Besonders erfolgreich ist die DW in den sozialen Medien, allen voran *Facebook, Instagram* und *YouTube*. Während die Nutzung der DW-Webseite in mehreren Märkten rückläufig ist, eröffnen sich durch gezielte Kooperationen neue Zugangsmöglichkeiten – etwa über *OTT*[651]-Plattformen wie *JioCinema* (Indien), *Renren* und *Whaley* (beide China). In Staaten wie Afghanistan, Iran oder China bleibt die Distribution jedoch weiterhin schwierig und ist teils nur über Zensurumgehungstechnologien möglich.

In einem Umfeld wachsender autoritärer Kontrolle und Einschränkungen der Pressefreiheit erfüllt die Berichterstattung der DW eine besonders wichtige Funktion. Als verlässliche, unabhängige Quelle ermöglicht sie den Zugang zu glaubwürdigen Informationen – auch dort, wo freie Medien zunehmend unter Druck geraten. Diese Rolle gewinnt zusätzlich an Bedeutung, weil viele regionale Medienhäuser nicht frei und unzensiert berichten können – und gleichzeitig wichtige internationale Wettbewerber wie *VOA* inzwischen nicht mehr präsent sind.

651 Siehe Glossar.

4.6 Osteuropa



Alexandra von Nahmen berichtet für die DW vor Ort über die Realität des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine.

© DW

In den vergangenen Jahren hat sich die soziale und politische Lage in Osteuropa weiter zugespitzt – maßgeblich beeinflusst durch den russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine seit Februar 2022. Der Krieg hat nicht nur die gesamte Region destabilisiert, sondern auch dazu geführt, dass kritische Berichterstattung zunehmend unterdrückt wird und sich die Arbeitsbedingungen unabhängiger Journalistinnen und Journalisten erheblich verschärft haben. So wurden laut Angaben des *Committee to Protect Journalists (CPJ)* seit Beginn des Krieges mindestens 17 Medienschaffende in der Ukraine und Russland getötet.[652] Die russische Regierung nutzte den Konflikt zusätzlich, um Zensur und staatliche Kontrolle massiv auszuweiten, unabhängige Medien weiter einzuschränken und Propaganda zu verstärken. **Kritische Stimmen werden systematisch unterdrück**t, während Wladimir Putin 2024 durch Präsidentschaftswahlen, die international als manipuliert und undemokratisch kritisiert wurden, seine Macht weiter festigen konnte. Ähnlich repressiv verliefen die Parlamentswahlen[653] in Belarus im Februar 2024, bei denen sowohl die Opposition als auch Wahlbeobachterinnen und Wahlbeobachter der *Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE)* vollständig ausgeschlossen waren.[654] Beide Regime – Russland und Belarus – konnten ihre autoritäre Macht in den vergangenen Jahren somit gegenüber der eigenen Bevölkerung und oppositionellen Kräften weiter ausbauen.

Mit ihren russischen und ukrainischen Angeboten erreicht die DW nicht nur Menschen in Russland, Belarus und der Ukraine, sondern auch in **Nachbarländern** mit großen russischsprachigen Bevölkerungsanteilen, darunter Kasachstan, die baltischen Staaten sowie Israel. Dabei richtet sich das Angebot vor allem an Zielregionen in Osteuropa und Zentralasien, in denen autokratische Strukturen und geopolitische Abhängigkeiten in den

652 CPJ 2025b.

653 Die umstrittenen Parlamentswahlen werden von Kritikerinnen und Kritikern auch als Scheinwahlen bezeichnet, da sie als weder unabhängig noch frei gelten.

654 OSCE 2024.

letzten Jahren weiter zugenommen haben. Dazu gehören auch Staaten der ehemaligen Sowjetunion, in denen Russisch immer noch, zumindest als Zweitsprache, gesprochen wird. Im Zielland Aserbaidschan gelang es Präsident Ilham Alijew zwischen 2021 und 2024, seine Macht weiter auszubauen. Dabei nutzte er den Sieg im Bergkarabach-Krieg 2020 sowie die darauffolgende Militäroffensive und Rückeroberung 2023, um nationale Einheit zu beschwören und seine Herrschaft zu legitimieren. Kritische Stimmen und oppositionelle Akteure wurden in diesem Zuge zunehmend unterdrückt. Nicht zuletzt waren 2024 13 Medienschaffende festgenommen.[655] In Usbekistan wurde verstärkt auf wirtschaftliche Reformen und internationale Zusammenarbeit gesetzt, um sich als zentralasiatischer Akteur zu etablieren. Diese Fortschritte wurden jedoch durch autokratische Machtstrukturen und gravierende Defizite im Bereich der Menschenrechte überschattet. Die politische Opposition blieb weitgehend unterdrückt, und unabhängige Medien arbeiteten unter erschwerten Bedingungen. In Georgien verschärfte sich wiederum die politische Polarisierung zwischen proeuropäischen und prorussischen Kräften spürbar. Die regierende Partei *Georgischer Traum* nutzte populistische Maßnahmen, um ihre Macht weiter auszubauen – darunter das 2024 eingeführte „Gesetz über ausländische Agenten", das NROs und Medien mit ausländischer Finanzierung als sogenannte „Agenten" brandmarkt.[656] Gleichzeitig verfolgt die Regierung eine zunehmend pressefeindliche Linie: Neue Gesetzesvorhaben sehen vor, das Budget des öffentlichen Rundfunks an parlamentarische Entscheidungen zu koppeln und der Medienaufsicht weitreichende Befugnisse zu geben – etwa durch die Möglichkeit, Inhalte unter dem Vorwand der „Hassrede" zu sanktionieren.[657] Auch die Regierung Kasachstans bemühte sich in den letzten Jahren zunehmend, den Informationsraum unter Kontrolle zu bringen. Dies zeigte sich unter anderem in juristischem und wirtschaftlichem Druck auf Medienschaffende sowie in der Sperrung von Online-Plattformen. Mit dem 2024 verabschiedeten neuen Mediengesetz verschärfte sich auch die staatliche Kontrolle.[658]

Auch die jährlich von *Reporter ohne Grenzen (RoG)* veröffentlichte Rangliste der Pressefreiheit zeichnet ein alarmierendes Bild von der Region. **2025 erreichte keines der osteuropäischen Zielländer der DW mehr als 60 von 100 Punkten;** viele Zielregionen der DW schnitten sogar noch deutlich schlechter ab. Obwohl sich die Situation in Russland, Georgien und Belarus verschlechtert hat, zeigt sich in der Ukraine dennoch eine deutliche Verbesserung, die vor allem auf die wirtschaftliche Stabilisierung vieler Medien zurückzuführen ist. Zudem hat die ukrainische Regierung im Dezember 2022 ein neues Mediengesetz verabschiedet, das trotz einiger Kritik als Schritt zur Annäherung an europäische Standards gesehen wird.[659] Obwohl es auch in Usbekistan, Aserbaidschan und Kasachstan leichte Fortschritte gab, zählen die Medienlandschaften dieser Länder weiterhin zu den unfreiesten weltweit, mit Bewertungen von „schwierig" bis „sehr ernst" (Abbildung 61).



Juri Rescheto, Leiter des DW-Studios Riga, berichtet aus Moskau.

Inmitten dieser krisenhaften Entwicklungen bleiben unabhängige Medien wie die DW unverzichtbar. Der Krieg in der Ukraine sowie die **anhaltende Zensur und Desinformation in Russland** unterstreichen den wachsenden Bedarf der Zielgruppe nach vertrauenswürdigen Nachrichtenquellen aus dem In- und Ausland. Obwohl das

655 CPJ 2025c.
656 DW 2024g.
657 RoG 2024c.
658 HRW 2024c.
659 RoG 2023a.



Abbildung 61: **Lage der Pressefreiheit in Osteuropa**
Stand 2025. Quelle: Eigene Darstellung und Farbgebung nach Reporter ohne Grenzen.

Fernsehen lange Zeit die meistgenutzte Informationsquelle war und in Russland nach wie vor dominiert,[660] schwindet das Vertrauen der russischen Bevölkerung in das Medium kontinuierlich und lag 2024 bei lediglich 50 %.[661] Besonders die russische Zielgruppe der DW betrachtet das Fernsehen häufig als ein staatlich kontrolliertes Propagandainstrument und wendet sich – im Vergleich zur breiten Bevölkerung – noch stärker den digitalen Medien zu. Auch in der Ukraine haben sich im Laufe des Krieges immer mehr Menschen vom Fernsehen ab- und den sozialen Medien zugewandt.[662]

Die meisten internationalen Wettbewerber setzen wie die DW verstärkt auf digitale Angebote. Dies liegt einerseits an der wachsenden Bedeutung digitaler Medien und andererseits an den Herausforderungen, denen internationale Anbieter bei der Bereitstellung von TV-Inhalten in Osteuropa begegnen. **Politische oder rechtliche Gründe führen oft dazu, dass potenzielle Partner die Zusammenarbeit verweigern**, was die Möglichkeiten internationaler Anbieter enorm einschränkt. Wettbewerber wie die *BBC* haben ihre Sprachdienste, etwa auf Aserbaidschanisch und Russisch, deshalb bereits vollständig digitalisiert. Daran anknüpfend plant die *BBC*, Radiodienste wie Kirgisisch und Usbekisch bis 2028 vollständig einzustellen. Auch andere Anbieter investieren in digitale Innovationen: *FMM* startete im Oktober 2022 einen rein digitalen ukrainischen Dienst und richtete in Bukarest einen regionalen

660 Levada Center 2024.
661 Ebd.
662 Shabanova 2022.



Mitarbeitende des Studios Riga mit Director General Peter Limburg, Managing Director Business Administration Barbara Massing und Editor-in-Chief Manuela Kasper-Claridge.

© DW

Hub[663] ein, der als Standort für die digitale Redaktion von *Radio France Internationale (RFI)* in ukrainischer Sprache dient. Vor den Kürzungen durch die Trump-Regierung verbreitete *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* seine Programme für Russland, Belarus und die Ukraine auch über Satellitensysteme wie *Astra* und *Eutelsat*, um staatlicher Zensur zu entgehen.[664]

Die **Vor-Ort-Produktion bleibt für internationale Medien wie die DW weiterhin eine enorme Herausforderung**, insbesondere aufgrund von Repressionen gegenüber Medienschaffenden. Seit 2021 wurden wiederholt DW-Korrespondentinnen und -Korrespondenten in Ländern wie Belarus und Russland verhaftet oder an ihrer Berichterstattung gehindert.[665] Nachdem das DW-Studio in Moskau von Amts wegen im Februar 2022 geschlossen und alle Akkreditierungen und Lizenzen entzogen wurden, folgte einen Monat später die Einstufung der DW als „ausländischer Agent". Eine unabhängige Berichterstattung aus Russland ist seitdem nicht mehr möglich. Als Reaktion verlagerte die DW ihre **Präsenz in die lettische Hauptstadt Riga**. Von dort aus arbeitet sie weiterhin mit festen und freien Mitarbeitenden im Exil, um die Berichterstattung aus der Region aufrechtzuerhalten. Hinzu kommt ein Studio in Kyjiw, in der Berichterstattung für die Region, aber vor allem die ukrainische Zielgruppe produziert wird. In Belarus bleibt die Situation für unabhängige Journalistinnen und Journalisten ebenfalls kritisch. Seit der Aberkennung ihrer Akkreditierung im Jahr 2020 dürfen sie nicht mehr für ausländische Medien arbeiten, was eine unabhängige Berichterstattung auch hier unmöglich macht.

Auch andere internationale Anbieter wie *RFE/RL* und die *BBC* waren in der Region aktiv. *RFE/RL* betrieb vor der Schließung des Moskauer Büros 2022 mehrere Standorte in Osteuropa und arbeitete vor den Kürzungen unter Trump mit Hunderten Medienschaffenden zusammen.[666] Die *BBC* unterhält ebenfalls Studios in Kyjiw, hat jedoch ihre Aktivitäten in Russland deutlich eingeschränkt. Genaue Angaben zu den Beschäftigten machen die Sender nicht öffentlich.

Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 42 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Russisch und Ukrainisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund elf Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Hinzu kamen 16 lokalbeschäftigte Personen und zwei entsendete feste Personen.

663 Siehe Glossar.
664 Siehe Kapitel 4.6.1.
665 DW 2021b.

666 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.

4.6.1 Russisch

Der im Februar 2022 begonnene Angriffskrieg gegen die Ukraine hat die wirtschaftlichen und sozialen Probleme des Landes weiter verschärft: Russland sieht sich mit internationalen Sanktionen konfrontiert. Hinzu kommt eine anhaltende wirtschaftliche Schwäche, ein sinkendes Einkommen der Bevölkerung, ausbleibende ausländische Investitionen sowie eine steigende Inflation. In diesem Kontext nutzt die Regierung gezielte Propaganda, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen und von den wirtschaftlichen Problemen abzulenken. **Staatlich kontrollierte Medien übernehmen eine zentrale Rolle**, indem sie prorussische Botschaften verbreiten. So wird der Krieg in der Ukraine als „Spezialoperation" bezeichnet, um die tatsächlichen Ereignisse zu verschleiern. Die russische Regierung hat in den letzten Jahren zudem eine Reihe von Gesetzen und Maßnahmen eingeführt, die darauf abzielen, die **Kontrolle über den öffentlichen Diskurs zu stärken**, etwa durch gezielte Kampagnen an Schulen und öffentlichen Einrichtungen sowie patriotische Bildungsprogramme, die auf Geschichtsrevisionismus und nationalistische Erzählungen setzen. Außenpolitisch bleibt Belarus Russlands engster Verbündeter, wobei auch Putin eine Schlüsselrolle bei der Stabilisierung des autokratischen Regimes von Lukaschenko einnimmt und dessen Macht sowohl durch politische als auch wirtschaftliche Unterstützung absichert. Innenpolitisch erreichte die Repression in Russland 2024 mit dem Tod des prominenten Kreml-kritikers Alexei Nawalny einen tragischen Höhepunkt. Unter ungeklärten Umständen starb Nawalny während seiner Haft, was sowohl im In- als auch im Ausland Empörung auslöste.

Das **Fernsehen, das für viele ältere Russinnen und Russen** nach wie vor die **wichtigste Informationsquelle** bleibt, befindet sich vollständig unter staatlicher Kontrolle. Gleichzeitig verliert das Medium insbesondere bei der jüngeren Zielgruppe kontinuierlich an Bedeutung: Laut Umfragen sank der Anteil derjenigen, die das Fernsehen als primäre Nachrichtenquelle nutzen, von 94 % im Jahr 2013 auf 65 % im Jahr 2024.[667] Insbesondere die Zielgruppe der DW begegnet TV-Sendern mit Skepsis und sucht gezielt online nach unabhängigen Nachrichten und Hintergrundinformationen. Doch auch im digitalen Raum wird der Zugang zu freien Informationen immer schwieriger. Allein im Jahr 2022 wurden in Russland 247.000 URLs gesperrt[668] und zentrale soziale Netzwerke wie *Facebook, Instagram*

667 Levada Center 2024.
668 OONI 2023.



Frau, wy kuda? (Frau, was nun?) im Berliner Studio: Hosts Kseniya Safronova und Natalia Smolentceva sprechen im DW-Podcast über Rollenbilder, Feminismus und Selbstbestimmung.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	×	×	×
USA	**Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)**	×	×	×
	Voice of America (VOA)	×	×	–
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	–	×	–
Paneuropäisch	**Euronews**	×	×	–
China	**China Global Television Network (CGTN)**	×	×	–
	China Radio International (CRI)	–	×	–
Japan	**NHK World Japan**	–	×	–
Türkei	**TRT World**	–	×	–
Iran	**Pars Today**	–	×	×
	Islamic Republic News Agency (IRNA)	–	×	–

Abbildung 62: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Russisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

und *X* verboten.[669] Parallel dazu treibt die russische Regierung ihr Konzept des „souveränen Internets" voran, das sich am chinesischen Modell orientiert. Dazu werden russische Alternativplattformen entwickelt, die die blockierten westlichen Dienste ersetzen sollen.[670] Langfristig zielt diese Strategie darauf ab, Russland im Ernstfall vom globalen Netz zu isolieren und die vollständige Kontrolle über den digitalen Informationsfluss zu erlangen.

Nachdem die meisten anderen sozialen Netzwerke in Russland zensiert wurden, entwickelte sich ***YouTube* zunächst zur wichtigsten Alternative für die DW**. Viele Nutzende wechselten auf die Plattform, wodurch zunächst hohe Reichweiten erzielt werden konnten. Doch auch *YouTube* gerät zunehmend unter Druck. Bereits 2021 drohte die russische Regierung mit einer Sperrung, nachdem auf der Plattform Kanäle des Staatssenders *RT* gesperrt worden waren.[671] 2024 verschärfte sich die Situation mit der Androhung, die Downloadgeschwindigkeit von *YouTube* in Russland um bis zu 70 % zu drosseln.[672] Inzwischen gibt es zahlreiche Berichte über technische Einschränkungen, darunter erhebliche Geschwindigkeitsreduzierungen und Schwierigkeiten beim Zugriff auf Inhalte.

Um die zunehmenden **Zensurmaßnahmen** zu umgehen, greifen viele Menschen in Russland auf *VPN*[673]-Dienste und andere Tools zur Zensurumgehung zurück. Doch auch diese Möglichkeiten werden zunehmend eingeschränkt. In den Jahren 2023 und 2024 intensivierte die russische Regierung die Blockade eben solcher Diensten, seit März 2024 ist es verboten, öffentlich Informationen über deren Nutzung zu verbreiten. Zudem hat die Regierung angekündigt, die Effektivität der *VPN*-Sperren bis 2030 auf 96 % zu steigern, was den Zugang zu unabhängigen Informationen weiter erschweren dürfte.[674] **Um ihre Zielgruppen dennoch zu erreichen, setzt die DW auf alternative Wege.** Eine wichtige Rolle spielt dabei *Telegram*, welches in Russland weit verbreitet ist und sich als widerstandsfähiger gegenüber staatlicher Zensur erwiesen hat

669 OONI 2024.
670 Weinmann 2024.
671 BZ 2024.
672 FAZ 2024b.
673 Siehe Glossar.
674 OONI 2024.

als viele andere soziale Netzwerke. Zudem nutzt die DW das Satellitenprojekt *Svoboda*, das internationalen Medien eine Plattform bietet, um ihre Inhalte über den Satelliten *Eutelsat* auszustrahlen und diese damit auch in zensierten Regionen verfügbar zu machen.[675]

Die Schließung des DW-Studios in Moskau im Jahr 2022 markierte einen entscheidenden Einschnitt und führte zu einer verstärkten Ausrichtung auf exilbasierte Produktionen und digitale Plattformen. Um weiterhin regional relevante Inhalte bereitzustellen, erfolgt **die Berichterstattung nun vorrangig aus Nachbarländern Russlands, darunter aus dem Studio in Riga**. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 22 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Russisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund vier Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Hinzu kamen vier lokalbeschäftigte Personen und eine entsendete feste Person.

Die **Einstufung als „ausländischer Agent" geht mit großen Herausforderungen** für internationale Medienanbieter einher. Neben umfassender staatlicher Überwachung wurden teils existenzbedrohende Geldstrafen verhängt. So wurde allein *RFE/RL* aufgefordert, über 9,6 Millionen Euro[676] zu zahlen, ein Zustand, der es für den Auslandssender nahezu unmöglich macht, Inhalte in Russland zu produzieren oder zu verbreiten. Als Folge haben neben der DW auch internationale Medienhäuser wie die *BBC* ihre Redaktionsbüros im Land schließen müssen.[677] Um sich den Gegebenheiten vor Ort anzupassen, konzentrieren sich viele internationalen Anbieter verstärkt auf digitale Kanäle und Social-Media-Plattformen, die – trotz zunehmender Einschränkungen – den Zugang zu unabhängigen Informationen ermöglichen. Gleichzeitig setzen einige Sender auf Satellitenübertragung, um die staatlichen Blockaden zu umgehen.

Bis zum Frühjahr 2025 betrieben *RFE/RL* und *VOA* gemeinsam den Sender *Nastoyaschtschee Wremja (Current Time)*, dessen Inhalte für Russland, Belarus und die Ukraine über Satellitensysteme wie Astra und Eutelsat und digital verbreitet wurden.[678] Seit den Kürzungen ist der Betrieb von *RFE/RL* in mehreren europäischen Ländern stark eingeschränkt; Büros wurden geschlossen, Mitarbeitende beurlaubt und Sendungen teilweise nur noch digital fortgeführt. *USAGM* kündigte auch die Satellitenverträge mit *Astra* und *Eutelsat*, nur *Hotbird* blieb aktiv.[679] *RFE/RL*-Chef Stephen Capus sprach von einem „Abschalten der russischsprachigen Ausstrahlung" in weiten Teilen Osteuropas.[680] Im März sagten die tschechische Regierung, die EU und Schweden *RFE/RL* Unterstützung zu.[681] Auch *Current Time* wird weiterhin über das Satellitensystem *Hotbird* ausgestrahlt.[682]

Das DW-Angebot in Russisch: Anpassung und Innovation durch wachsende Herausforderungen

Die DW hat ihr russischsprachiges Angebot in den letzten Jahren gezielt weiterentwickelt, um den **steigenden Herausforderungen durch staatliche Zensurmaßnahmen und Repressionen in Russland** zu begegnen. Angesichts der zunehmenden Einschränkungen für unabhängige Medien **richtet die DW ihren Fokus verstärkt auf digitale Plattformen**, um ihre Zielgruppe weiterhin mit unabhängigen Informationen zu erreichen. Im Mittelpunkt stehen dabei vor allem der Krieg in der Ukraine sowie politische und gesellschaftliche Entwicklungen, insbesondere mit Blick auf Freiheits- und Menschenrechten, Demokratie und Rechtsstaatlichkeit.

Die DW verbreitet ihr **digitales Angebot über eine Vielzahl von Plattformen** (Abbildung 63). Zu den Hauptformaten zählt die tägliche Nachrichtensendung *DW Novosti* (Nachrichten), die montags bis sonntags live auf *YouTube* und *Facebook* ausgestrahlt wird und umfassende Hintergrundberichte zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen bietet. Ergänzt wird das Angebot durch spezialisierte Kanäle wie *DW Reportaschi* (Reportagen) für Dokumentationen und Reportagen und *DW Belarus*, das sich gezielt an die belarussische Zielgruppe richtet. Hinzu kommt die Talkshow *W Samuju Totschku* (Auf den Punkt), die in zwei eigenständigen Ausgaben produziert wird, einmal für das Publikum in Russland und einmal für das Publikum in Belarus. Beide Sendungen analysieren politische Entwicklungen in den jeweiligen Ländern sowie im internationalen Kontext. Ergänzt wird das Programm durch das Interviewformat *#vTrenDE*, in dem aktuelle gesellschaftliche Themen mit Expertinnen und Experten diskutiert werden. Das Magazin *Evropa v fokuse* (Fokus Europa) bietet vertiefende Einblicke in europäische Perspektiven und Herausforderungen. Ein weiteres bedeutendes Format ist die

675 RoG o.D.
676 RFE/RL 2023. 1 Milliarde Rubel umgerechnet am 10.01.2025.
677 BBC Domestic, das inländischen Angebot der BBC, betreibt im Gegensatz zu Auslandssendungen wie dem World Service weiterhin ein Studio in Moskau.
678 Canal+ 2023.
679 RFE/RL 2025.
680 IFJ 2025.
681 NPR 2025b.
682 RFE/RL 2025.



Im Interviewformat #vTrenDE diskutiert Moderator Konstantin Eggert aktuelle gesellschaftliche Themen mit Expertinnen und Experten – darunter auch der russische Historiker, Politiker und ehemalige politische Gefangene Vladimir Kara-Murza.

© Christian Dransfeld/DW

Talkshow *Svarka* (Konflikt), die sich mit aktuellen gesellschaftlichen und politischen Problemen in Belarus auseinandersetzt und insbesondere Fragen zur Innen- und Außenpolitik kritisch beleuchtet.

Eine weitere wichtige Komponente stellt das Satireformat *Zapovednik* (Wortspiel für Schutzgebiet) dar, das mit politischem Humor der Kreml-Propaganda entgegenwirkt. Zusätzlich zur Hauptverbreitung über *YouTube* und einem starken *TikTok*-Kanal sind die *Zapovednik*-Inhalte auch auf *Facebook, Instagram* und *X* verfügbar. Hinzu kommt *Telegram*, das aufgrund seiner Zensurresistenz einen weiteren wichtigen Distributionskanal darstellt. Mit drei zusätzlichdn themenspezifischen Kanälen – *DW Glavnoe* (Hauptsachen), *Schto tam u nemzew* (Was ist bei den Deutschen los) und *DW Belarus* – erreicht die DW rund 135.000 Abonnentinnen und Abonnenten. Seit 2024 erweitert ein *Twitch*-Kanal das digitale Portfolio, um neue Zielgruppen zu erschließen und auf mögliche Plattformsperrungen – etwa von *YouTube* – vorbereitet zu sein.

Im Evaluationszeitraum hat die DW zudem **neue Formate für die Zielgruppe eingeführt**. Dazu gehören drei neue *Vodcasts*[683]:

- *Geofaktor*, in dem verschiedene geopolitische Entwicklungen analysiert werden.
- *Frau, wy kuda?* (Frau, was nun?), in dem gesellschaftlich relevante Themen aus weiblicher Perspektive diskutiert werden.
- *DW Novosti Show*, die wöchentlich monothematische[684] Analysen mit europäischen Schaltgästen bietet.

Hinzu kommt das neu eingeführte Format *Pereschiwjom* (Wir werden durchhalten), das im Exil-Studio in Riga produziert wird und sich an im Exil lebende Russinnen und Russen wendet. Auch die *Newsletter* der DW bieten der Zielgruppe eine verlässliche Quelle für unabhängige Informationen. Täglich erscheinende Newsletter wie *Wojna w Ukraine* (Krieg in der Ukraine), *Belarus* und *Kultura i Styl' Zhizni* (Kultur und Lifestyle) bieten fundierte Analysen und vertiefte Einblicke in das aktuelle politische und gesellschaftliche Geschehen.

Zusätzlich prüft das ***Fact-Checking***[685]**-Team** seit Beginn der russischen Invasion in der Ukraine kursierende Bilder, Videos und Behauptungen rund um den Krieg und seine Folgen.

683 Siehe Glossar.

684 Siehe Glossar.
685 Siehe Exkurs 5.

Dabei werden mit Hilfe von Bild- und Videoverifikation, Digitalforensik und Geolokalisierung zahlreiche Falschinformationen entlarvt – von manipulierten Videos über aus dem Kontext gerissenen Bildern bis hin zu *KI-Fakes*.

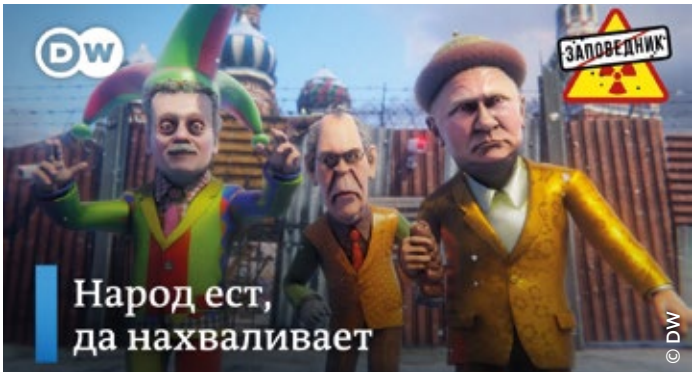
Durch die **Sperrung der DW-Webseite** in Russland wurden die eigenen Ausspielwege erheblich eingeschränkt. Verglichen mit 2021 hat sich die ohnehin schwierige Distributionssituation in Russland weiter verschärft. Die Schließung des DW-Studios in Moskau im Jahr 2022 markierte einen entscheidenden Einschnitt und führte zu einer verstärkten Ausrichtung auf exilbasierte Produktionen und digitale Plattformen. Um weiterhin regional relevante Inhalte bereitzustellen, erfolgt **die Berichterstattung nun vorrangig aus Nachbarländern Russlands, darunter aus dem Studio in Riga**.

Um Informationen weiterhin verfügbar zu machen, bietet die DW eine Reihe von Adaptionen aus ihrem englischsprachigen Angebot an, zum Beispiel *Euromaxx, Reporter, Shift* und *Tomorrow Today*. Die Einstufung als „ausländischer Agent" hat die Zusammenarbeit mit Partnern in Russland jedoch erheblich erschwert und viele haben aus Sorge vor rechtlichen Konsequenzen ihre Kooperationen mit der DW beendet. Seit dem Ausschluss der DW aus Russland stammen **alle Partner ausschließlich aus dem russischsprachigen Ausland**, da Kooperationen innerhalb des Landes vollständig eingestellt wurden. Dennoch gelingt es der DW unabhängige Informationen zu verbreiten. Derzeit übernehmen sieben TV-Partner Inhalte aus dem russischsprachigen Angebot, darunter *Nastoyaschtschee Wremja (Current Time)* (USA)[686], *OstWest* (Deutschland)[687] und *Tok TV* (Georgien). Zudem übernehmen zehn Online- und sechs Social-Media-Partner russischsprachigen Content von der DW, darunter *Zerkalo* (Litauen, Polen), *Delfi* (Lettland) und *Sova* (Georgien).

Hinzu kommen neue Plattformen wie *CellcomTV*: Seit September 2024 in Israel über eine der größten *OTT*[688]-Plattformen des Landes. *Kartina TV*, das seit November 2024 im Basispaket des weltweit größten russischsprachigen Broadcasting-Unternehmens außerhalb Russlands mit rund zwei Millionen Abonnentinnen und Abonnenten. *Free Radio TV* (*OTT*, weltweit): Sendestart im September 2024.



Das russischsprachige Format W Samuju Totschku (Auf den Punkt) bietet Einordnung, Vertiefung und Analyse des aktuellen Nachrichtengeschehens.



Das Satireformat Zapovednik wirkt mit politischem Humor der Kreml-Propaganda entgegen.

Neben klassischen Medienpartnerschaften setzt die DW zunehmend auf **innovative Social-Media-Strategien** und Kooperationen mit Influencerinnen und Influencern, um auch jüngere Zielgruppen zu erreichen. Ein Beispiel dafür ist der georgische Soziologe und Politikwissenschaftler Gela Vasadze, der auf seinem russischsprachigen *YouTube*-Kanal *News from Caucasus* regelmäßig DW-Inhalte integriert.

Die presserechtliche Lage in **Belarus** bleibt auch 2025 nach Jahren massiver Repression unverändert prekär und die Möglichkeiten für unabhängige Berichterstattung sind stark eingeschränkt. Aktuell befinden sich 40 Journalistinnen und Journalisten sowie vier weitere Medienschaffende in Haft.[689] Zudem verschärften 2023 eingeführte

686 Die Kürzungen von USAGM unter der Trump-Administration hatten zwar keine direkten Auswirkungen auf die DW, führten jedoch mittelbar zu einem Reichweitenverlust – da über Current Time auch Inhalte von der DW verbreitet wurden.

687 Der Fernsehsender OstWest ist ein in Berlin ansässiger, russischsprachiger Kanal, der sich an russischsprachige Zuschauende in Deutschland und Europa richtet.

688 Siehe Glossar.

689 RoG 2025r.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/ru	990 Artikel 83 Videos 8 Audios
YouTube	DW Russian	311 Videos
	Zapovednik	47 Videos
	DW Reports Russian	9 Videos
	DW Belarus	32 Videos
Facebook	DW Russian	874 Posts
	Zapovednik	20 Posts
Instagram	DW Russian	177 Posts
	Zapovednik	23 Posts
X	DW Russian	959 Posts
	Zapovednik	27 Posts
TikTok	Zapovednik	48 Posts
Weitere	Telegram: – DW Glavnoe – Schto tam u nemzew – DW Belarus	k. A.

Abbildung 63: **Online-Angebote der DW in Russisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Änderungen des Mediengesetzes die Situation: Behörden können nun ausländische Medien aus „unfreundlichen" Ländern verbieten und die Registrierung neuer Medienunternehmen erheblich erschweren.[690] Die **DW reagierte auf die Entwicklungen in Belarus** und baute ihre Nachrichten- und Informationsangebote für die Zielgruppe in Belarus sowohl in Russisch, als auch Belarussisch aus. Auf *DW Russisch (DW Russian)* finden sich auch gebündelte Informationen aus und über Belarus, auch in Belarussisch. Neben dem *Newsletter Belarus* standen insbesondere der *Telegram*-Kanal *DW Belarus* und der *YouTube*-Kanal *DW Belarus* auf dem russische und belarussische Inhalte veröffentlicht werden im Mittelpunkt, um die Zielgruppe in Belarus gezielt zu erreichen. Besonders hervorzuheben sind hierbei die russischsprachige Formate *W Samuju Totschku* (Auf den Punkt), das Einordnung, Vertiefung und Analyse des aktuellen Nachrichtengeschehens bietet, sowie die Talkshow *Svarka* (Konflikt), die sich mit zentralen Themen der belarussischen Innen- und Außenpolitik auseinandersetzt. In der Dokumentarfilm-Reihe *Kampf um Wahrheit*, in der der türkische Journalist Can Dündar Exilantinnen und Exilanten rund um die Welt trifft, entstanden in den Jahren 2021–2024, zudem exklusive Filme unter anderem über die belarussische Exil-Politikerin Swjatlana Zichanouskaja. Diese wurden im Rahmen von Veranstaltungen wie der Münchner Sicherheitskonferenz oder dem *Human Rights Film Festival* in Berlin gezeigt.

Nutzung: Resilienz trotz wachsender Blockaden

Im zweiten Halbjahr 2024 verzeichnete die DW über alle Plattformen hinweg **durchschnittlich 78,6 Millionen Zugriffe pro Monat – ein erheblicher Anstieg gegenüber 2021**, als die Zugriffe im Vergleichszeitraum noch bei 49 Millionen lagen. Besonders stark wuchs die Nutzung auf sozialen Medien. Hier haben sich die monatlichen Aufrufe auf durchschnittlich 64,2 Millionen Zugriffe mehr als verdoppelt. Obwohl Kooperationen nur einen kleinen Teil der Gesamtnutzung ausmachen (13,2 Millionen im zweiten Halbjahr 2024), trugen auch sie zur gesteigerten Reichweite bei – die Nutzung über Kooperationspartner stieg vom zweiten Halbjahr 2021 um 314 % im zweiten Halbjahr 2024.

***YouTube* bleibt die erfolgreichste Social-Media-Plattform** des russischsprachigen DW-Angebots. Die DW konnte die monatlichen Video Views auf ihren vier Kanälen von durchschnittlich 15,8 Millionen im zweiten Halbjahr 2021 auf 43,3 Millionen im zweiten Halbjahr 2024 steigern. Besonders der Kanal *DW Russisch* erwies sich als mit Abstand erfolgreichster Ausspielweg. Obwohl *YouTube* weiterhin die dominierende Plattform ist, bleibt *Facebook* für *DW Russisch* ein wichtiger Reichweitenbringer. Die Nutzung schwankte jedoch stark – insbesondere durch zunehmende Zensur, Sperrungen und eine algorithmische Umstellung Ende 2023[691], die viele DW-Accounts betraf. Auch *TikTok* verzeichnete nach starkem Wachstum einen spürbaren Rückgang. *Instagram* und *X* entwickelten sich dagegen stabil positiv.

Die Nutzung des *YouTube*-Kanals *DW Belarus* blieb insgesamt stabil. Nach einem Rückgang 2023 stiegen die monatlichen Video Views im zweiten Halbjahr 2024 wieder deutlich an, auf 886.000, was einem Zuwachs von 55 % im Vergleich zu 2023 entspricht.

690 Republik Belarus 2023.

691 Siehe Kapitel 4, Einleitung.

Während die Social-Media-Kanäle der DW trotz Einschränkungen an Reichweite gewannen, verzeichnete die Webseite deutliche Verluste, da der Zugriff lediglich über *VPNs*[692] oder *Proxy*-Server[693] möglich ist. Aktuell nutzen 53 % der DW-Nutzenden in Russland Umgehungssoftware, um weiterhin auf das Angebot zugreifen zu können. Gleichzeitig zeigt sich in Osteuropa und Zentralasien ein genereller Rückgang der Nutzung von Textinhalten auf der DW-Webseite, was auf eine zunehmende **Verlagerung des Nachrichtenkonsums auf alternative digitale Plattformen** hindeutet.

Im Vergleich zur Konkurrenz erzielt die DW besonders auf *YouTube* (43,3 Millionen) und *TikTok* (sechs Millionen) hohe Reichweiten und übertrifft damit Anbieter wie die *BBC* (6,3 Millionen auf *YouTube*; 5,6 Millionen auf *TikTok*) oder *Euronews* (11,5 Millionen auf YouTube). Auch auf *Facebook* generiert sie mit ihren durchschnittlich zehn Millionen Video Views mehr Videoaufrufe als *RFI* (993.000) und *VOA* (1,7 Millionen).

Akzeptanz: Vertrauenswürdig und unverzichtbar in herausfordernden Zeiten

Im Rahmen eines qualitativen Program Monitorings[694] wurde *DW Novosti* sowohl laut Nutzenden- als auch Fachmeinung als vertrauenswürdige Informationsquelle eingestuft.

> ***Die DW bietet Nachrichten im Format einer vollwertigen Nachrichtensendung, die es sonst nirgendwo gibt.***
>
> **Nutzer, Russland**

Die journalistische Qualität wurde ebenfalls als hoch eingeschätzt. Dabei wurde besonders die **faktenbasierte Arbeitsweise** der Redaktion hervorgehoben, die sich durch **sorgfältige Recherche und eine präzise Darstellung komplexer Themen** auszeichnet. Auch die thematische Ausrichtung der Berichterstattung wird schnell klar und wird als relevant wahrgenommen.



> ***Alle Fakten in DW News scheinen sehr präzise und korrekt zu sein.***
>
> **Medienexperte, Russland**

> ***Die Qualität der Berichterstattung aus der Ukraine ist eine der größten Stärken.***
>
> **Medienexperte, Russland**

> ***Die Bedeutung von Themen wie Menschenrechte, Freiheit und Demokratie ist klar erkennbar, und eine der Stärken der DW.***
>
> **Medienexperte, Russland**

Trotz dieser positiven Aspekte gab es auch Kritikpunkte. Während klassische Fernsehformate zunehmend von digitalen Nachrichtenangeboten verdrängt werden, erinnerte die Präsentation des Formats laut Fachmeinung eher an eine klassische, aber überholte Darstellung.

> ***Die Gestaltung der Nachrichtensendungen ist sehr altmodisch – das ist traditionelles Fernsehen, das online nicht mehr existiert.***
>
> **Medienexperte, Russland**

692 Siehe Glossar.
693 Siehe Glossar.
694 Program Monitoring DW Novosti YouTube-Kanal 2023.

4.6.2 Ukrainisch

Der anhaltende Krieg gegen Russland dominiert weiterhin alle politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen in der Ukraine. Seit der großflächigen Invasion Russlands im Jahr 2022 befindet sich das Land in **einem existenziellen Kampf um seine territoriale Integrität und europäische Zukunft**. Der Krieg hat nicht nur massive Zerstörungen und eine humanitäre Krise verursacht, sondern auch die Wirtschaft erheblich geschwächt. Dennoch zeigte die Ukraine im Evaluationszeitraum bemerkenswerte Widerstandsfähigkeit und erhielt umfangreiche militärische und finanzielle Unterstützung von der EU, den USA und anderen internationalen Partnern. Auch auf ihrem Reformweg hat sie zudem wichtige Fortschritte gemacht. Die Annäherung an die EU mit dem Ziel einer zukünftigen Mitgliedschaft sowie die Unterstützung durch europäische Partner haben Anpassungen in Schlüsselbereichen wie Justiz, Energie, Digitalisierung und öffentlicher Verwaltung erheblich vorangetrieben.[695] Obwohl sich auch im Bereich der Korruptionsbekämpfung Erfolge verzeichnen lassen, bleibt sie eine der größten Herausforderungen des Landes. Vor allem die tief verwurzelten Netzwerke und institutionellen Widerstände behindern nachhaltige Fortschritte.[696]

Auf der Rangliste der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)* belegt die Ukraine 2025 Platz 62.[697] Die Arbeit von Medienschaffenden in der Ukraine bleibt zudem äußerst herausfordernd. Die **Medienlandschaft der Ukraine** ist im Vergleich zu Nachbarländern wie Russland und Belarus zwar vielfältig, doch die mit dem Krieg verbundenen Sicherheitsrisiken erschweren den journalistischen Alltag erheblich. Besonders problematisch ist der nahezu unmögliche Zugang unabhängiger Journalistinnen und Journalisten zu den von Russland oder prorussischen Separatistinnen und Separatisten kontrollierten Gebieten, einschließlich der Krim.[698] Gleichzeitig steht der öffentlich-rechtliche Rundfunk vor großen Herausforderungen. Er ist seit Jahren unterfinanziert und erreicht nur geringe Einschaltquoten. Staatliche Eingriffe und gezielte Desinformationskampagnen aus Russland verschärfen die Belastungen zusätzlich. Im Zuge ihres verstärkten **„Informationskriegs“ gegen russische Propaganda** hat die Ukraine daher zahlreiche russische Medien und

695 Reuters 2024e.

696 BpB 2023a.
697 RoG 2025s.
698 Ebd.



Dirk Thiele/DW

Geofaktor: DW-Reporter Roman Goncharenko im Gespräch mit dem Politikwissenschaftler Ivan Krastev, Vorsitzender des Centre for Liberal Strategies in Sofia.

Internetseiten verboten, um die Verbreitung von Falschinformationen einzudämmen und die mediale Kontrolle im eigenen Land zu sichern.[699]

Hinzu kommen **strukturelle Probleme, die die freie Berichterstattung beeinträchtigen**. Die Medienlandschaft wird nach wie vor von wenigen Oligarchinnen und Oligarchen dominiert, wodurch die Vielfalt und Unabhängigkeit der Berichterstattung erheblich eingeschränkt ist. Viele Medienunternehmen sind zudem Teil von Großkonzernen, die auch in anderen Wirtschaftssektoren tätig sind, was oft kritische Berichterstattung über Themen wie Korruption oder die Verflechtung von Politik und Wirtschaft behindert. Hinzu kommt, dass bezahlte Inhalte regelmäßig mit redaktionellen Presseberichten vermischt werden, was die Glaubwürdigkeit der Medien weiter untergräbt. Auch der politische Einfluss auf die Medien bleibt stark, zehn der zwölf wichtigsten Fernsehsender haben direkte oder indirekte Verbindungen zu Politikerinnen und Politikern.[700]

Gerade in einem Umfeld, das von **Unsicherheit und Desinformation geprägt ist, kommt unabhängigen Medien eine entscheidende Bedeutung** zu. Da vielen ukrainischen Massenmedien nur begrenztes Vertrauen entgegengebracht wird, bieten unabhängige Medien verlässliche und ausgewogene Perspektiven.[701] Besonders bei der jüngeren Zielgruppe unter 35 Jahren haben soziale Medien und Nachrichtenseiten das Fernsehen als wichtigste Nachrichtenquelle abgelöst. Die ukrainische Zielgruppe verbringt 41 % ihrer Nachrichtenkonsumzeit auf *Telegram*, 37 % auf *YouTube*, 12 % auf *Facebook* und 6 % auf *Viber*.[702]

Angesichts des wachsenden **Trends hin zu digitalen Angeboten** haben auch internationale Wettbewerber ihre Online-Präsenzen in den vergangenen Jahren deutlich gestärkt. So führte *France Médias Monde (FMM)* 2022 einen digitalen ukrainischsprachigen Dienst von *Radio France Internationale (RFI)* mit Sitz in Bukarest ein, finanziert durch das französische Ministerium für Europa und Auswärtige Angelegenheiten. Auch die USA hatten ihre Unterstützung zunächst ausgeweitet: *USAGM* erhielt im Jahr 2022 zusätzliche Mittel in Höhe von umgerechnet 21,6 Millionen Euro[703], um den Zugang zu unabhängigen Informationen in der Ukraine zu fördern.[704] Von den Sparmaßnahmen unter Trump war auch der ukrainischsprachige Dienst von *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* betroffen.[705] Im März 2025 versprachen die tschechische Regierung, die EU und Schweden daraufhin finanzielle und politische Unterstützung für *RFE/RL*.[706] *VOA* wurde wiederum faktisch stillgelegt.

699 Ebd.
700 Ebd.
701 KIIS 2023.
702 Shabanova 2022. Viber ist ein kostenlo kostenloser Chat-Dienst mit besonders großer Beliebtheit in Osteuropa und dem Nahen Osten.
703 25 Millionen USD umgerechnet am 07.08.2025
704 OIG 2023.
705 France24 2025.
706 NPR 2025b.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	×	-
USA	**Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)**	-	×	×
	Voice of America (VOA)	×	×	-
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	-	×	-
Japan	**NHK World Japan**	× Angebot mit Untertiteln verfügbar	×	-
China	**China Global Television Network (CGTN)**	-	×	-

Abbildung 64: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Ukrainisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

Angebot: Unabhängige und vertrauenswürdige Nachrichten in einem schwierigen Informationsumfeld

Mit ihren ukrainischsprachigen Inhalten positioniert sich die **DW als unverzichtbare Alternative zur staatlich kontrollierten Berichterstattung** in ukrainischen und russischen Medien. Dabei legt sie besonderen Wert auf die Bereitstellung unabhängiger und fundierter Informationen, um Desinformation und Propaganda gezielt entgegenzuwirken. Die Berichterstattung der DW beleuchtet politische, soziale und wirtschaftliche Entwicklungen in der Ukraine aus verschiedenen Blickwinkeln, hinterfragt propagandistische Narrative und stärkt aktiv die Meinungsvielfalt – auch unter den schwierigen Bedingungen eines andauernden Krieges. Um die komplexen Auswirkungen des Kriegs auf die ukrainische Gesellschaft und deren europäische Zukunft verständlich darzustellen, setzt die DW auf tiefgehende Analysen und differenzierte Berichte. Dabei spielt das erweiterte Studio in Kyjiw eine zentrale Rolle. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 20 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Ukrainisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund sieben Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Hinzu kamen zwölf lokalbeschäftigte Person und eine entsendete feste Person.

Die dezentrale Struktur ermöglicht es der DW, **nah an den Ereignissen zu bleiben und regionale Perspektiven authentisch darzustellen.** Die enge Zusammenarbeit zwischen der ukrainischen und der russischen Redaktion schafft darüber hinaus Synergien, da Entwicklungen in russischsprachigen Ländern oft von großer Relevanz für die ukrainische Zielgruppe sind – und umgekehrt. Um diese wechselseitigen Verbindungen effektiv zu nutzen, produziert das Studio in Kyjiw Inhalte häufig in mehreren Sprachen, darunter Ukrainisch, Russisch, Belarussisch, Englisch, Deutsch und teilweise Spanisch. Diese Mehrsprachigkeit sorgt nicht nur für eine breitere Verwendbarkeit, sondern unterstreicht auch den Anspruch, ein breites Publikum mit relevanten, vielseitigen und glaubwürdigen Informationen zu erreichen.

Der Fokus der DW liegt auf dem **digitalen Angebot** (Abbildung 65) und richtet sich insbesondere an die jüngere Zielgruppe, die verstärkt digitale Medien als Hauptinformationsquelle nutzt. *YouTube* bildet dabei eine der wichtigsten Säulen. Täglich produziert die DW hochwertige Videoinhalte, die ein breites Spektrum an Themen abdecken, von aktuellen Nachrichten über tiefgehende Analysen bis hin zu Hintergrundberichten zu politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen in der Ukraine. Auf *Facebook* teilt die DW aktuelle Nachrichten, Videos und interaktive Beiträge, die eine aktive Einbindung der Zielgruppe fördern. *X* dient hingegen als Plattform für schnelle und prägnante Eilmeldungen und kurze Analysen. Über *Telegram*, eine der am häufigsten genutzten Plattformen in der Ukraine, bietet die DW fortlaufend Nachrichten-Updates, Eilmeldungen und weiterführende Analysen an.[707]

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/uk	751 Artikel 40 Videos
YouTube	DW Ukrainian	61 Videos
Facebook	DW Ukrainian	383 Posts
X	DW Ukrainian	812 Posts

Abbildung 65: **Online-Angebote der DW in Ukrainisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Neben den sozialen Medien bleibt **die eigene Webseite der DW** ein wichtiger Baustein des digitalen Angebots. Täglich werden hier Artikel und Videos veröffentlicht, die tiefgehende Einblicke in die aktuellen Entwicklungen in der Ukraine und darüber hinaus bieten.

Neben ihrem Digitalangebot bietet die DW auch **TV-Inhalte** an und hat ihre TV-Partnerschaften in der Ukraine ein Jahr nach Kriegsbeginn wieder aufgebaut. Aktuell hat die DW 22 TV-Teilprogrammpartner für Ukrainisch, hauptsächlich durch Adaptionen aus dem englischsprachigen Programm wie *Euromaxx, Reporter, Shift* und *Tomorrow Today*. Diese Inhalte wurden im Evaluationszeitraum von 18 regionalen und landesweiten Sendern des *Center for Media Initiatives (CMI)* sowie *VOA Ukrainian* übernommen. Darüber hinaus integrieren einzelne TV-Partner ausgewählte Beiträge, darunter *Suspilne*, die größte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt des Landes. Dieser Partner bindet DW-Inhalte wie z. B. *Editor's Choice*-Beiträge in seine Nachrichtensendungen sowie auf *YouTube* ein. Darüber hinaus platzieren zwölf Online- und zwölf Social-Media-Partner ukrainisch-sprachige DW-Inhalte auf ihren Plattformen. Wichtige digitale Partner sind unter anderem *Ukrainska Pravda*, das renommierteste Online-Medium

707 Neu hinzu gekommen ist im Februar 2025 ein ukrainischsprachiges Angebot auf TikTok, das vor allem junge Zielgruppen ansprechen soll.



Der in Kiew stationierte DW-Reporter Nick Connolly und DW Head of News Max Hofmann im Gespräch.



DW-Mitarbeiterin Anna Pshemyska erzählt in Videos und Texten bewegende Geschichten über das Leben im Krieg – direkt aus den Regionen und mit Fokus auf gesellschaftspolitische Themen.



DW-Reporter Max Zander berichtet aus Cherson über Russlands Krieg gegen die Ukraine.

der Ukraine, *Kanal 24*, der regelmäßig auf den Spitzenplätzen in den Rankings unter den Informationsportalen und *YouTube*-Kanälen landet und *Fakty ICTV*, das Online-Pendant der gleichnamigen, mehrfach ausgezeichneten Informationssendung und eine der beliebtesten Nachrichtenquellen unter den ukrainischen Online-Medien.

Nutzung: Digitale Verschiebungen

Das ukrainischsprachige Angebot der DW verzeichnete zwischen 2021 und 2023 ein **starkes Wachstum, insbesondere im digitalen Bereich und auf den sozialen Medien**. Im zweiten Halbjahr 2024 erzielte *DW Ukrainisch (DW Ukrainian)* durchschnittlich 9,6 Millionen Views pro Monat – ein Anstieg von 29 % im Vergleich zu 2021. *YouTube* entwickelte sich insgesamt positiv: Die durchschnittlichen Video Views stiegen von 813.000 (2021) auf 2,3 Millionen im zweiten Halbjahr 2024 – trotz eines leichten Rückgangs gegenüber 2023. Die Webseite erreichte mit rund 1,3 Millionen Views pro Monat ebenfalls eine hohe Reichweite, lag jedoch 17 % unter dem Stand von 2021.

Parallel zum Wachstum der digitalen Reichweite steigt auch die Bedeutung internationaler Medienmarken in der Ukraine. *DW Ukrainisch* konnte sich in einem stark umkämpften Umfeld etablieren, liegt in puncto Reichweite jedoch weiterhin hinter den meisten internationalen Anbietern. Seit 2019 ist die **Markenbekanntheit der DW dennoch deutlich gestiegen**: 29 % der Bevölkerung kennen die DW, wobei die Bekanntheit in der Zielgruppe mit 27 % etwas niedriger ausfällt.[708] Die *BBC* bleibt mit 83 % die bekannteste internationale Medienmarke, gefolgt von *VOA* mit 64 % und *RFE/RL* mit 61 % in der Zielgruppe. Hinter der DW liegt *France 24* mit 20 %. Auch *NHK* und *CGTN* liegen hinter der DW.

Insgesamt lässt sich ein deutlicher Trend beim Nachrichtenkonsum erkennen. Dieser verlagert sich zunehmend von klassischen TV-Kanälen hin zu Social-Media-Plattformen, wobei im ukrainischen Zielmarkt insbesondere *Telegram* ein hohes Reichweitenpotenzial bietet.[709]
Das **Fernsehen als Nachrichtenquelle** verlor im Verlauf des Krieges deutlich an Relevanz, wobei regionale Sender, mit denen die DW erfolgreich kooperiert, nicht vom Abwärtstrend betroffen waren. Über das **lineare Fernsehen ist die DW aktuell sehr gut aufgestellt**. Sie erreicht mit ihren TV-Angeboten wöchentlich 10 % der erwachsenen Bevölkerung in der Ukraine und 7 % der

708 Siehe Studienverzeichnis: RM_3.
709 Siehe Studienverzeichnis: RM_3.

Zielgruppe. Über TV-Partner erreicht die DW wöchentlich 7 % der Bevölkerung und 3 % der Zielgruppe, die Nutzung des Kanals per Kabel oder Satellit liegt bei bis zu 5 %. Mit dem ukrainischsprachigen TV-Angebot erreicht die DW jede Woche 6 % der Bevölkerung und 3 % der Zielgruppe. Ergänzend dazu trugen im Evaluationszeitraum die russischsprachigen TV-Angebote, die über den Partner *Nastoyaschtschee Wremja (Current Time)* ausgestrahlt wurden, zur Reichweite bei. Sie wurden wöchentlich von 2 % der Bevölkerung und 1 % der Zielgruppe genutzt.

Akzeptanz: Starkes Profil und großes Vertrauen

Bereits die deutlich gestiegene Reichweite in der Zielregion deutet darauf hin, dass das Angebot innerhalb der Zielgruppe als relevant wahrgenommen wurde. Um die Akzeptanz innerhalb der Zielgruppe zu überprüfen, wurde das ukrainischsprachige Angebot der DW im Rahmen qualitativer Studien analysiert.[710] Sowohl Nutzerinnen und Nutzer als auch die Fachmeinung bescheinigen *DW Ukrainisch* ein klares Profil, einen **hohen Wiedererkennungswert sowie überzeugende, verlässliche und faktenbasierte Analysen**.



Die DW bietet ausführliche Materialien zu komplexen Themen.

Nutzerin, Ukraine

Auch die Darstellung europäischer Perspektiven auf den Krieg wurde von den Nutzenden gelobt und die Vertrauenswürdigkeit der Informationen geschätzt.

Ich mag eure Verlässlichkeit. Ich muss die Informationen, die ich von euch lese, nicht überprüfen.

Nutzer, Ukraine

Besonders positiv hervorgehoben wurde das klare Profil und die thematische Fokussierung insbesondere in Bezug auf internationale Berichterstattung und europapolitische Themen. Ein weiterer Pluspunkt war die konsequente Faktenorientierung und im Vergleich zu vielen lokalen Medien genoss *DW Ukrainisch* ein hohes Maß an Vertrauen.



Die Inhalte von DW Ukrainisch sind unverwechselbar – insbesondere die Beiträge zu EU-Themen, dem EU-Beitritt der Ukraine, europäischen Nachrichten und der Berichterstattung über große internationale Ereignisse.

Medienexpertin, Ukraine

Ich würde sagen, dass die Berichterstattung der ukrainischen DW-Redaktion stark und überzeugend ist.

Medienexpertin, Ukraine

Die Inhalte stützen sich strikt auf Fakten. In diesem Punkt übertrifft DW Ukrainisch viele lokale Medien.

Medienexpertin, Ukraine

710 Program Monitoring DW Ukrainisch Online 2024.

Trotz dieser Stärken wurde auch vereinzelt Kritik geäußert. So wurde sich in Teilen eine intensivere Berichterstattung über das Kriegsgeschehen gewünscht, insbesondere zu aktuellen Entwicklungen an der Front. Zudem wurde sich mehr inhaltliche Vertiefung zu Themen wie Frauen im Krieg, LGBTQIA+-Perspektiven und Entwicklungen in Nachbarländern gewünscht.

> ***Es fehlt an Inhalten zum Krieg – Analysen und tägliche Nachrichten über die Geschehnisse an den heißesten Frontabschnitten.***
>
> **Medienexpertin, Ukraine**

Fazit

Die Zielländer in Osteuropa und Zentralasien bleiben ein wichtiger Fokus der DW. Der Krieg in der Ukraine hat die Nachfrage nach unabhängigen Informationen weiter erhöht, da Zensur und Desinformation den öffentlichen Diskurs zunehmend dominieren. Von Vorteil ist, dass die DW von ihren Zielgruppen als vertrauenswürdige und qualitativ hochwertige Quelle wahrgenommen wird. Dies spiegelt sich in der gesteigerten Nutzung sowohl der russisch- als auch der ukrainischsprachigen Angebote wider. Um dem Bedarf an unabhängigen Informationen gerecht zu werden, stellt die DW eine verlässliche Alternative zu staatlich kontrollierten Medien dar und bietet fundierte, faktenbasierte Berichterstattung. Soziale Medien wie *YouTube* und zensurresistente Plattformen wie *Telegram* spielen dabei eine zentrale Rolle, da sie trotz zunehmender Repression weiterhin einen breiten Zugang ermöglichen.

Mit dem Ausbau ihres Studios in Kyjiw, das zugleich als DW-Repräsentanz für die Ukraine fungiert, konnte sie ihre ukrainischsprachige Berichterstattung erheblich stärken. Gleichzeitig bleibt die Pressefreiheit in der Region stark eingeschränkt: Die Schließung des Moskauer Büros 2022 zwang die DW zur vollständigen Verlagerung ihrer Produktionen ins Exil, während auch in Belarus staatliche Kontrolle unabhängigen Journalismus nahezu unmöglich macht.

Um ihre Präsenz angesichts der schwierigen Vor-Ort-Produktion und zunehmenden Repressionen weiter zu stärken, investiert die DW in technologische Innovationen gegen Zensurmaßnahmen[711], den Ausbau ihrer digitalen Infrastruktur und die Vertiefung von Medienpartnerschaften. Die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt, dass die DW trotz schwieriger Rahmenbedingungen eine zentrale Rolle als unabhängiger Informationsanbieter in der Region einnimmt.

711 Siehe Exkurs 1.

4.7 Mittel- und Südosteuropa



Kampf um Wahrheit – Guardians of Truth: Can Dündar trifft Aslı Erdoğan und weitere Stimmen der freien Meinungsäußerung in der Türkei.

© DW

In vielen europäischen Zielländern[712] der DW hat die politische Instabilität in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. **Populistische, rechtskonservative und nationalistische Kräfte konnten ihre Machtposition festigen** und tragen in Ländern wie Ungarn oder Serbien weiterhin Regierungsverantwortung.[713] Auch in anderen Ländern Mittel- und Südosteuropas – insbesondere im westlichen Balkan – ist eine **Zunahme autoritärer Tendenzen und EU-Skepsis** zu erkennen. Die Gründe dafür sind vielfältig. Einerseits wirkt der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine wie ein Katalysator: Er verschärft bestehende gesellschaftliche Spannungen zwischen proeuropäischen und prorussischen Lagern und fördert die **Verbreitung prorussischer Narrative und gezielter Desinformation**.[714] Hinzu kommen wirtschaftliche und innenpolitische Gründe, etwa die Unzufriedenheit mit Vertreterinnen und Vertretern des demokratischen politischen Spektrums, wahrgenommene Inkompetenz und Korruption.

Auch unabhängige Medien geraten teils durch **offene Zensur, subtile Einschränkungen sowie ökonomische Abhängigkeit** und gesetzliche Maßnahmen immer stärker unter Druck. Besonders problematisch sind sogenannte „Agentengesetze“ nach russischem Vorbild, die Medien, NROs und zivilgesellschaftliche Akteure als „ausländische Agenten“ diffamieren. Sowohl in Ungarn 2023[715] als auch in Serbien 2024[716] wurden im Evaluationszeitraum entsprechende Gesetze verabschiedet. Auch in der Türkei verschärfte sich die Lage in den letzten Jahren dramatisch. Die Wahlen 2023, die Recep Tayyip Erdoğan gewann, waren geprägt von der Verhaftung Dutzender kurdischer

712 Polen, Ungarn, Rumänien, Kroatien, Bosnien und Herzegowina, Serbien, Republik Moldau, Kosovo, Bulgarien, Albanien, Nordmazedonien, Griechenland, Türkei. Im folgenden Kapitel werden ausgewählte Sprachen in eigenen Unterkapiteln dargestellt. Der Grund dafür ist ihre Einordnung in Sprachen für Zielländer der Priorität A oder B (siehe Kapitel 3). Sprachen für Zielländer der Priorität C sind im Kapitel „Weitere Angebote“ gebündelt dargestellt.

713 SWP 2023, Sciences Po 2024.

714 Euronews 2025a.

715 Tagesschau 2024b.

716 EWSA 2024.

Journalistinnen und Journalisten, systematischer Online-Zensur, willkürlichen Klagen gegen kritische Medien und der Instrumentalisierung des Justizsystems. Rund 90 % der nationalen Medien standen unter staatlicher Kontrolle.[717] Nachdem der Istanbuler Bürgermeister und prominente Oppositionspolitiker Ekrem İmamoğlu im März 2025 verhaftet wurde, kam es in der Türkei zu massiven Protesten, die vermehrt zu Zensur, Polizeigewalt und willkürlichen Festnahmen führten. Kritische Stimmen werden weiterhin gezielt unterdrückt; eine unabhängige Berichterstattung ist kaum noch möglich. Die langjährig bekannten Schikanen gegenüber Journalistinnen und Journalisten haben sich 2025 nochmals verschärft.

Aber auch in Staaten wie Rumänien, Bulgarien oder Griechenland sind politische Eingriffe in die Medienlandschaft und die Justiz zu beobachten, wodurch das Vertrauen der Bevölkerung in demokratische Prozesse zunehmend untergraben wird. Nationale und regionale Konflikte auf dem Westbalkan werden teilweise bewusst von politischen Akteuren instrumentalisiert und fundamentale Voraussetzungen wie Gewaltenteilung, Pressefreiheit und demokratische Teilhabe nur unzureichend erfüllt.[718] Trotz proklamierter EU-Beitrittsziele von Ländern wie Serbien, Bosnien Herzegowina und Albanien, bleiben **ernsthafte Reformprozesse schwierig**.

717 RoG 2025t.

718 Transparency International 2024.

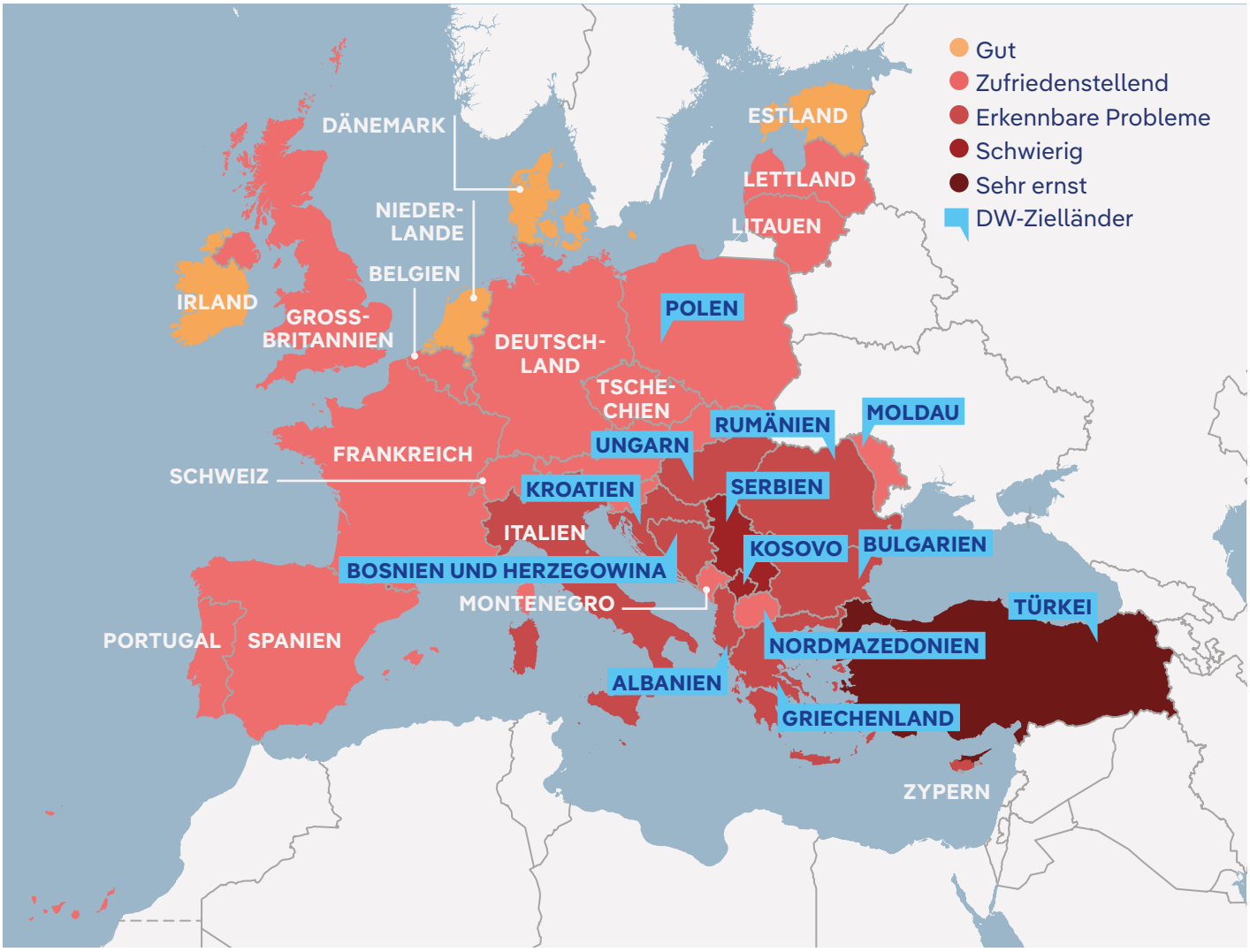


Abbildung 66: **Lage der Pressefreiheit in Mittel- und Südosteuropa**
Stand 2025. Quelle: Eigene Darstellung und Farbgebung nach Reporter ohne Grenzen.

Medienschaffende stehen somit in vielen europäischen Zielländern der DW weiterhin unter erheblichem Druck – eine Entwicklung, die sich auch in der Rangliste der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)*[719] widerspiegelt (Abbildung 66). In Kroatien und Bulgarien stehen unabhängige Medien zunehmend unter Druck durch strategische Klagen gegen öffentliche Beteiligung.[720] Auch Ungarn steht weiterhin in der Kritik, da die staatliche Werbung intransparent und willkürlich vergeben wird. Diese Praxis untergräbt faire Wettbewerbsbedingungen und führt dazu, dass unabhängige Medien wirtschaftlich benachteiligt werden. Besonders alarmierend ist die Lage auf dem westlichen Balkan. Im Kosovo, aber auch in Bosnien und Herzegowina stecken die öffentlich-rechtlichen Medien in einer tiefen Krise. In Ungarn droht ein neuer Gesetzentwurf Medien, die aus dem Ausland finanziert werden, mit wirtschaftlichen Sanktionen zu belegen.[721] In Serbien hat sich die Situation im Zuge der Antikorruptionsproteste seit November 2024 ebenfalls weiter verschärft: Journalistinnen und Journalisten wurden schikaniert, körperlich angegriffen und der serbische Geheimdienst hörte sie gesetzwidrig ab. Hinzu kommt die gezielte Kriminalisierung unabhängiger Medien.[722] In Griechenland, das erneut das EU-Schlusslicht bildet, leidet die Medienlandschaft unter erheblichen Interessenkonflikten. Ähnliche Probleme zeigt auch Albanien, EU-Beitrittskandidat, bei dem politische Einflussnahme und wirtschaftliche Verflechtungen die Unabhängigkeit des Journalismus gefährden. Auch in der Türkei bleibt die Lage besorgniserregend. In Polen verbesserte sich die Situation für Journalistinnen und Journalisten nach dem Regierungswechsel 2023 zunächst spürbar. Vor allem die Zahl missbräuchlicher Klagen gegen Medienschaffende ging zurück. Unter der neuen rechtskonservativen Regierung bleibt die weitere Entwicklung jedoch abzuwarten.

Internationale Informationsanbieter sind in der Region unterschiedlich stark präsent. *Voice of America (VOA)* unterhielt im Evaluationszeitraum keine eigenen Büros, arbeitete aber zunächst mit Reporterinnen und Reportern in Bosnien und Herzegowina, Serbien, Nordmazedonien, Albanien und Kosovo sowie mit Partnerunternehmen in mehreren Ländern der Region zusammen. Infolge der Budgetstreichungen und dem Personalabbau aufgrund der Kürzungen unter Trump wurden *VOA* und *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* faktisch stillgelegt. Trotz eines dichten Netzwerks in Mittel-, Südosteuropa und dem



Parlamentswahlen 2025 im Kosovo. Der kosovarische Premierminister Albin Kurti beim Wahlgang vor der Presse.

Baltikum – mit Zentrale in Prag und Büros unter anderem in Vilnius, Belgrad und Bukarest[723] – musste *RFE/RL* große Teile seiner Arbeit einstellen.[724] Am 22. März 2025 versprachen die tschechische Regierung, die EU-Kommission und Schweden finanzielle und politische Unterstützung für *RFE/RL* an.[725] Da die Mittel jedoch nicht ausreichen, um alle 27 Sprachdienste aufrechtzuerhalten, liegt der Fokus nun auf dem Kaukasus und Zentralasien.[726] *Radio France Internationale (RFI)* ist ebenfalls mit einem Regionalbüro in Bukarest präsent.[727] *Euronews* verfügt über Redaktionen in Athen und Budapest.[728] Hinzu kommen weitere Büros in Mittel- und Südosteuropa, darunter Belgrad und Tirana.

Die DW verfolgt mit ihrer **Regionalisierungsstrategie** das Ziel, relevante Inhalte bereitzustellen, die gezielt Nutzerinnen und Nutzer vor Ort erreichen und ihnen **angesichts wachsender Informationslücken Orientierung bieten**. Dabei setzt sie weiterhin auf ein breites Portfolio an Sprachangeboten für Ostmitteleuropa, Südosteuropa und

719 RoG 2025a.
720 RoG 2025a.
721 RoG 2025u.
722 RoG 2025v.
723 RFE/RL 2024.
724 NPR 2025b.
725 Ebd.
726 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.
727 FMM 2023a.
728 Euronews o.D.



Im Format ENTR berichten Moxi, Christo und James über ihre Erfahrungen als queere Jugendliche in ländlichen Regionen Europas aufgewachsen zu sein.

die Türkei. Ein zentraler Bestandteil dieser Strategie ist die Arbeit von Mitarbeitenden direkt vor Ort. Im Jahr 2024 waren insgesamt 131 freie Mitarbeitende im Ausland tätig – überwiegend für die europäischen Sprachredaktionen. Ihr Einsatz entsprach einem Gesamtumfang von rund 44 Vollzeitäquivalenten.

Die DW verfolgt bei ihren Sprachangeboten für die Region einen **konsequent multimedialen Ansatz**. Während das Fernsehen in vielen europäischen Zielregionen lange Zeit die wichtigste Informationsquelle war, wird diese zunehmend von Online-Plattformen und sozialen Medien abgelöst – allen voran in Ländern, in denen das Vertrauen in staatliche Medien sinkt.[729] Besonders ausgeprägt ist dieser Trend bei den Zielländern **Griechenland, Ungarn und Bulgarien**, wo soziale Netzwerke eine favorisierte Rolle in der Nachrichtenrezeption spielen.[730] Dort, wo Medienfreiheit durch politische Einflussnahme, wirtschaftliche Abhängigkeiten oder eingeschränkten Zugang zu unabhängiger Berichterstattung unter Druck steht, suchen viele Menschen und insbesondere die Zielgruppe[731] der DW gezielt nach alternativen Informationsquellen, sowohl aus dem In- als auch dem Ausland. Um diesem veränderten Mediennutzungsverhalten gerecht zu werden und insbesondere junge Menschen effektiv zu erreichen, baut die DW ihre digitale Präsenz gezielt aus und stärkt ihre Angebote auf den sozialen Medien und Online-Plattformen.

Angesichts der angespannten Lage sind **wichtige Schwerpunkte der DW-Berichterstattung Themen rund um Menschenrechte, Rechtsstaatlichkeit und Demokratie** aus deutscher und europäischer Perspektive. Die DW bietet Angebote aus dem europäischen, mehrsprachigen Kooperationsprojekt *ENTR* an – einem Gemeinschaftsformat mehrerer europäischer Medienhäuser, darunter die DW, *FMM* und weitere Partner. Ziel des Projekts ist es, gesellschaftlich und politisch relevante Themen wie Klimawandel, soziale Gerechtigkeit, Identität oder Digitalisierung aus europäischer Perspektive verständlich und authentisch aufzubereiten. Die Inhalte werden hauptsächlich in Form von kurzen, plattformgerechten Videos auf *Instagram, YouTube* und *TikTok* verbreitet und durch interaktive Formate sowie persönliche Reportagen ergänzt.

729 Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a.
730 Ebd.
731 Siehe Kapitel 1.

4.7.1 Türkisch

Die politische und gesellschaftliche Entwicklung in der Türkei ist zunehmend von Repression sowie wachsender Polarisierung und internationaler Isolation geprägt. Die Hoffnung auf eine Rückkehr zu mehr Rechtsstaatlichkeit und Medienfreiheit blieb weitgehend unerfüllt. Auch die Lage der Menschenrechte ist prekär. Trotz großer gesellschaftlicher Unzufriedenheit infolge wirtschaftlicher Probleme und Naturkatastrophen konnte Präsident Recep Tayyip Erdoğan seine Macht und die autoritären Strukturen der *AKP*-geführten Regierung durch die 2023 abgehaltenen Präsidentschaftswahlen festigen. Die Verfassungsstruktur und die politische Praxis des Landes ermöglichen es Erdoğan weiterhin, zentrale Staatsfunktionen zu dominieren – nicht zuletzt begünstigt durch die strukturelle Benachteiligung oppositioneller Akteure, Verhaftungen von Andersdenkenden, massivem **Medieneinfluss, Internetzensur und Beeinflussung des Informationsraumes**.[732]

Innenpolitisch vertieft sich die gesellschaftliche Spaltung. Der Konflikt mit der kurdischen Minderheit bleibt ungelöst. Trotz der Selbstauflösung der verbotenen kurdischen Arbeiterpartei *PKK* im Mai 2025 bleibt die Lage sehr volatil. Die Strafverfolgung wegen vermeintlicher Präsidentenbeleidigung bleibt ein beliebtes Mittel zur Disziplinierung der Zivilgesellschaft. Auch LGBTQIA+- und feministische Bewegungen geraten zunehmend ins Visier staatlicher Repression. Viele gut ausgebildete junge Menschen verlassen das Land – auf der Suche nach politischen Freiheiten, gesellschaftlicher Toleranz und wirtschaftlicher Stabilität. Die wirtschaftliche Lage hat sich dramatisch verschlechtert und verdeutlicht die Fragilität des Systems: Die Inflation erreichte 2022 mit über 85 % ein 24-Jahres-Hoch[733] und liegt nach wie vor deutlich über dem internationalen Durchschnitt.[734] Zugleich wurde das Land 2023 von einem der schlimmsten Erdbeben seiner Geschichte erschüttert, das mehr als 50.000 Todesopfer forderte. Kritikerinnen und Kritiker warfen der Regierung vor, durch mangelnde Katastrophenvorsorge und zentrale Entscheidungsstrukturen eine schnellere und koordinierte Hilfe verhindert zu haben.

Außenpolitisch bleibt die **Türkei ein geopolitisch aktiver, aber zunehmend isolierter** Akteur, vor allem wegen der

732 HRW 2023c.

733 Trading Economics 2025.
734 Reuters 2025c.



Das Format +90 richtet sich an junge Menschen in der Türkei und behandelt gesellschaftlich relevante Themen in digitaler Form.

Missachtung rechtsstaatlicher Standards und demokratischer Prinzipien. Die Spannungen mit Griechenland über maritime Hoheitsrechte im östlichen Mittelmeer bestehen weiterhin.[735] Militärische Operationen[736] in Syrien und im Nordirak gegen kurdische Gruppen sowie die enge Allianz mit Aserbaidschan im Kaukasus zeigen den regionalen Machtanspruch der Türkei, verschärfen aber zugleich die Spannungen mit westlichen Verbündeten. Die Beitrittsverhandlungen mit der EU sind faktisch eingefroren, und auch die Beziehungen zur NATO sind belastet – nicht zuletzt durch die anhaltende Nähe zu Russland.[737]

Die Meinungs- und Pressefreiheit in der Türkei ist weiterhin stark eingeschränkt. *Reporter ohne Grenzen (RoG)* listet sie auf Rang 159 von 180 Ländern in der weltweiten Rangliste der Pressefreiheit 2025.[738] Der Bericht beschreibt eine nahezu vollständige Kontrolle der Medien, systematische Verfolgung von kritischen Medienschaffenden und umfassende Online-Blockierungen. Auch laut dem *Freedom House Report* ist die Türkei aufgrund massiver Einschränkungen der Pressefreiheit, Verhaftungen und Zensur „nicht frei".[739] So wandelte sich die Türkei de facto trotz gesetzlicher Zusicherung in ein Land ohne Pressefreiheit mit dem Instrument der permanenten Unterdrückung der Meinungsfreiheit– durch gesetzliche Einschränkungen, Nachrichtensperren, Anordnungen und langjährige Haftstrafen für kritische Berichterstattung.[740]

Auf die inländische Presse wird hoher finanzieller und juristischer Druck ausgeübt, etwa durch Zerschlagung bestehender Eigentumsstrukturen, Enteignung und Verkauf an staatsnahe Gruppen und Holdings. Mittlerweile richten sich Übergriffe allerdings auch auf Nutzende von sozialen Medien. Die wenigen verbliebenen unabhängigen Medien unterliegen einer rigiden Zensur, finanzieller Erpressung und strafrechtlicher Verfolgung. Gesetzesverschärfungen wie das 2022 in Kraft getretene „Desinformationsgesetz" kriminalisieren vage definierte Falschnachrichten und dienen dazu, oppositionelle Meinungsäußerungen – auch in sozialen Medien – strafrechtlich zu verfolgen. Mittlerweile sind tausende Kritikerinnen und Kritiker betroffen.[741] Medienschaffenden werden regelmäßig ihre Akkreditierungen entzogen oder sie werden festgenommen, insbesondere im Zusammenhang mit Berichterstattung über Minderheiten, Korruption oder das Militär. Die Rundfunkregulierungsbehörde (Medienaufsichtsbehörde) *RTÜK* verhängt regelmäßig hohe Geldstrafen gegen unabhängige Sender.

Die **staatliche Kontrolle über die Medienlandschaft hat sich weiter verschärft** und liegt heute weitgehend in der Hand regierungstreuer Konglomerate. Unternehmen wie die *Demirören*- und *Kalyon*-Holding kontrollieren nicht nur

735 Reuters 2020.
736 BBC 2025c.
737 Carnegie Europe 2024.
738 RoG 2025a.
739 Freedom House 2024k.
740 BpB 2023b.
741 DW 2024h.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	×	-
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	-
Paneuropäisch	**Euronews**	×	×	-
China	**International Broadcasting Service China**	-	×	-
Japan	**NHK World Japan**	-	×	-
Iran	**Pars Today**	-	×	×
Russland	**Sputnik**	-	×	×

Abbildung 67: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Türkisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

einen Großteil der Print- und Rundfunklandschaft, sondern sichern sich durch regierungskonforme Berichterstattung auch öffentliche Aufträge. Unabhängige Redaktionen wie *Cumhuriyet* oder *BirGün* berichten unter schwierigen Bedingungen – ihre Reichweite bleibt jedoch begrenzt. Soziale Medien dienen vielen jungen und urbanen Menschen als alternative Nachrichtenquelle, doch auch hier greift der Staat zunehmend durch, unter anderem durch Löschung von Inhalten und die Sperrung zahlreicher Webseiten und kritischer Beiträge.

Neben der DW waren im Evaluationszeitraum auch *Voice of America (VOA)* und die *BBC* im türkischen Markt aktiv und produzierten Inhalte vor Ort (Abbildung 67). Allerdings wurden *dw.com* und die *VOA*-Webseite im Sommer 2022[742] blockiert, nachdem sie sich weigerten, offizielle inländische Lizenzen zu beantragen.[743] Dies hätte umfangreiche Eingriffsrechte auch in redaktionelle Inhalte vonseiten des türkischen Staats zur Folge gehabt.[744] Auch die BBC sieht sich zunehmend Anfeindungen ausgesetzt, die die Berichterstattung behindern.[745] Ein lineares Fernsehprogramm in türkischer Sprache wird derzeit nicht angeboten; stattdessen konzentriert sich die *BBC* wie viele der internationalen Anbieter auf ihre Webseite, auf *YouTube* und andere soziale Medien. Die zunehmende staatliche Kontrolle erstreckt sich mittlerweile aber auch auf digitale Plattformen. Digitalanbieter wie *Facebook, X* und *YouTube* mussten seit 2020 Niederlassungen in der Türkei eröffnen, um einer Sperrung zu entgehen.



Die DW bringt Klarheit in einen lange zensierten Markt: Mit Haftaya Bakış (Wochenrückblick) bietet Erkan Arıkan einen wöchentlichen, ungefilterten Blick auf die Lage in der Türkei.

Das türkischsprachige Angebot: Fokus auf gesellschaftspolitische Themen für die junge Zielgruppe

Im Evaluationszeitraum schärfte die DW deutlich die regionale Relevanz des türkischsprachigen Angebots für die Zielgruppe in der Türkei. Dafür setzte sie auf **einen Mix aus tagesaktueller Berichterstattung und Hintergründen zu den großen gesellschaftspolitischen Fragen der Türkei**, vor allem Menschenrechten, Rechtsstaatlichkeit und Gleichberechtigung in einer diversen Gesellschaft.

Zugleich stand die DW in der Türkei vor großen Herausforderungen. So verlängerten die türkischen Behörden die Betriebslizenz der DW nicht, was 2023 zur Schließung des Büros und zu weiteren Blockaden führte. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 26 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Türkisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund 13 Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Auch war die DW zwischen Oktober 2022 und Ende Juli 2025 von Webseitenblockaden durch die türkische Medienaufsichtsbehörde *RTÜK* betroffen.[746] Im Jahr 2019 forderte die türkische Regulierungsbehörde *RTÜK* auf Grundlage eines neuen Mediengesetzes, dass die DW eine Lizenz als *„Online Media Service“* für ihre Webseiten beantrage. Die DW kam dieser Aufforderung nicht nach, da sie davon ausging, dass eine Lizensierung durch die Behörde zu

742 Die Sperre in der Türkei wurde seitens der Medienaufsichtsbehörde RTÜK Ende Juli 2025 aufgehoben.
743 CPJ 2022.
744 AP News 2022.
745 So wurde ein BBC-Journalist 2025 verhaftet und aus der Türkei ausgewiesen, nachdem er über regierungskritische Proteste berichtet hatte. Die Behörden bezeichneten ihn als eine „Gefahr für die öffentliche Ordnung“. Die BBC verurteilte diese Maßnahme als Angriff auf die Pressefreiheit, BBC 2025c.
746 Le Monde 2022. Gegen alle drei Sperrungen legte die DW Verfassungsbeschwerde ein (gegen die Sperrung von dw.com im Oktober 2022 und gegen die anderen beiden Sperrungen im März 2024).

Zensurmaßnahmen geführt und ihre redaktionelle Unabhängigkeit erheblich eingeschränkt hätte. In der Folge sperrte *RTÜK dw.com* und später auch die beiden durch die DW eingerichteten Mirror-Seiten *inspiredminds.com* und *dwturkce.com*. Durch die Sperrung waren alle Sprachangebote nicht mehr abrufbar.[747]

Aufgrund der schwierigen Distributionssituation konzentriert sich die DW auf das digitale Angebot (Abbildung 68), insbesondere Social Media. Ein strategischer Schwerpunkt liegt auf dem **Ausbau digitaler und *On-Demand*-fähiger audiovisueller Angebote**. So betreibt die DW unter dem Namen *DW Türkisch (DW Türkçe)* Angebote auf *YouTube*, *dw.com* und diversen Social-Media-Plattformen.
DW Türkisch nutzt Social-Media-Kanäle sowohl für die Ausspielung ihrer eigenen Inhalte als auch zur Interaktion mit der Community.[748]

Etablierte Videoformate standen im Evaluationszeitraum dabei im Zentrum, etwa das 2019 gestartete Nachrichtenformat *DW Haber* (DW Nachrichten), eine zunächst wochentäglich in türkischer Sprache produzierte Nachrichten- und Informationssendung. Ursprünglich auf *YouTube* und *X* ausgestrahlt, startete *DW Haber* mit einem Relaunch im Januar 2025 auf *TikTok*.[749] Um den Bedürfnissen und den Sehgewohnheiten der Nutzenden gerecht zu werden, wurden die Accounts unter Berücksichtigung der Sehgewohnheiten konsolidiert. *DW Haber* hat einen klaren Fokus auf aktuelle Themen aus der Türkei und produziert unabhängige Nachrichten für Meinungsbildnerinnen und -bildner. Zahlreiche Inhalte befassen sich mit Problemen bei Rechtsstaatlichkeit, demokratischer Verfasstheit und im Umgang mit Minderheiten. Berichte über Frauenrechte, Kurdinnen und Kurden oder ausgegrenzte Gruppen wie LBGTQIA+ gehören zu den Kernthemen, mit denen sich das Angebot von türkischen Medien absetzt und eine jüngere Zielgruppe erreicht. *DW Haber* bietet seinem Publikum dabei konsequent andere Sichtweisen als die von der Regierung beeinflussten Inlandsmedien. Über *TikTok* werden in der Türkei insbesondere in der jungen Altersgruppe viele Nutzende erreicht. Die nachrichtlichen Beiträge werden nicht nur auf *TikTok*, sondern auch für

747 DW 2022f.

748 Um die Bindung zur Zielgruppe zu stärken und vor dem Hintergrund der zeitweisen Webseiten-Sperrung gibt es seit 2025 einen neuen wöchentlichen Newsletter, der die aktuelle Lage in der Türkei aus Sicht der Redaktionsleitung beschreibt: Erkan Arıkan ile Haftaya Bakış (Wochenrückblick mit Erkan Arikan). Er gewinnt zunehmend Abonnentinnen und Abonnenten und hat sehr gute Öffnungsraten.

749 In diesem Zuge wurde die Verbreitung von DW Haber zum einem live auf X und YouTube im Oktober 2024 ausgesetzt.



+90 informiert über relevante gesellschaftliche und politische Themen in der Türkei – mit dem Ziel, Debatten anzustoßen und unterschiedliche Perspektiven sichtbar zu machen.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/tr	361 Artikel 38 Videos 17 Audios
YouTube	DW Türkçe	71 Videos
	+90	6 lange DW-Videos 2 Adaptionsvideos von F24/BBC 84 YouTube-Shorts
Facebook	DW Türkçe	125 Posts
Instagram	DW Türkçe	193 Posts
	+90	64 Posts
X	DW Türkçe	1.460 Posts
	+90	90 Posts
TikTok	+90	64 Posts

Abbildung 68: **Online-Angebote der DW in Türkisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024



DW Türkçe-Moderatorin Gezal Acer spricht auf Instagram zum Thema Steuertransparenz.

YouTube und auf *Instagram* entsprechend aufgearbeitet zur Verfügung gestellt.

Einen weiteren wichtigen Bestandteil des türkischen Angebots der DW bildet **das Kooperationsprojekt *+90***, das zusammen mit der *BBC*, *VOA (Voice of America)* und *FMM (France Médias Monde)* erstellt wird. Im Rahmen der strategischen Partnerschaft werden für ein junges Publikum Inhalte produziert, die die Medienfreiheit mit konstruktiven Botschaften anregen sollen. Der Kanal richtet sich vornehmlich an eine junge, diverse Zielgruppe und bietet dafür hochwertig produzierte Videoinhalte zu **gesellschaftlichen Zukunftsthemen**. Der Fokus liegt hierbei darauf, junge Menschen über relevante Themen in ihrer Region zu informieren, ihnen faktenbasierte neue Perspektiven aufzuzeigen und eine Debatte auszulösen, sodass sie sich selbst eine Meinung bilden können.

+90 wurde im Mai 2019 gestartet und ist heute breit aufgestellt – mit Kanälen auf *YouTube, Instagram, TikTok* und *X*. Für diese Plattformen werden die Inhalte plattform- und zielgruppengerecht aufbereitet, etwa in Form von datengetriebenen, kontextualisierten *Explainer*[750]-Formaten mit hohem Rechercheaufwand für *YouTube*, die täglich auch auf *Instagram, TikTok* und als *YouTube Shorts* veröffentlicht werden. Hinzu kommen *Verticals*[751] und dreimal pro Woche *YouTube Longvideos* in Form von längeren Reportage-Formaten sowie exklusiven Beiträgen. Außerdem werden für *+90* Inhalte adaptiert, die auch von der *BBC* und *F24* für ein weltweites Publikum produziert wurden. Aus diesen Videos, die sich oft auf das Leben junger Menschen aus verschiedenen Teilen der Welt konzentrieren, werden Kurzvideos und Stories im Einklang mit der Social-Media-Strategie von *+90* produziert.

Durch die enge Abstimmung, Adaption und Kuration der Inhalte sowie die konsequente Anpassung an die DW-Zielgruppe hat sich *+90* als unverzichtbare Plattform etabliert. Das Angebotsportfolio wurde um **innovative neue Formate** erweitert. So wurde für die Präsidentschaftswahlen 2023 das Reportage-Format *Istediğim Türkiye* (Meine Wunsch-Türkei) entwickelt, welches als einziges Format in der türkischen Medienlandschaft die Wünsche, Erwartungen und Herausforderungen junger Menschen in der Türkei gezeigt und ihnen in der Wahlberichterstattung Raum gegeben hat. Ein weiteres Novum ist *Bi Çözüm* (Eine Lösung), das Explainer-Format mit Fokus auf *Constructive Journalism*[752], welches Lösungsansätze für junge Menschen zu politisch und gesellschaftlich relevanten Themen wie etwa Jugendarbeitslosigkeit aufzeigt. Weitere Reportageserien thematisieren Fragen rund um Studium und Arbeit in der Türkei sowie im Ausland, die Alltagsrealität von Minderheiten wie jungen Alevitinnen und Aleviten oder Mitgliedern der LGBTQIA+-Gemeinschaft. In dem *Explainer*-Format *Büyüteç* (Lupe) werden Themen wie Inflation, Migration und Rechtsstaatlichkeit durch Datenvisualisierung und *Fact-Checking*[753] und anhand der

750 Siehe Glossar.
751 Siehe Glossar.
752 Im Deutschen übersetzbar mit „konstruktiver Journalismus“, bezeichnet eine journalistische Richtung, die sich seit den 2010er Jahren etabliert hat. Im Mittelpunkt steht dabei eine lösungsorientierte Berichterstattung, die sich bewusst von der Fokussierung auf negative oder konfliktgeladene Inhalte abgrenzt. Anders als Meinungsjournalismus oder aktivistische Formate legt konstruktiver Journalismus Wert auf eine ausgewogene und sachliche Darstellung, ohne dabei eine bestimmte Agenda zu verfolgen.
753 Siehe Exkurs 5.

Lebensrealität junger Menschen in der Türkei erklärt. Das Videoformat *How Turkish is Berlin* thematisiert das Leben türkischstämmiger Menschen in Berlin.

Trotz schwieriger Distributionsbedingungen konnte die DW ihre Kooperationen mit lokalen Partnern in der Türkei aufrechterhalten. Aktuell finden mit drei TV-Sendern regelmäßig Schalten statt: Bei *Sözcü* sonntags, bei dem Nachrichtensender *NTV* und *CNBC-e* in regelmäßigen Abständen, je nach gesellschaftlicher Relevanz und Bedarf. Dazu übernehmen 14 Online-Partner und ein Social-Media-Partner Inhalte von *DW Türkisch*, darunter die Nachrichtenportale *T24.com.tr, mynet.com.tr* und *haberler.com.tr*. Diese Übernahmen finden allerdings aufgrund von politischen, aber auch wirtschaftlichen Faktoren in vielen Fällen unregelmäßig statt.

Nutzung: Großer Nutzungszuwachs auf Social-Media-Plattformen

Das DW-Angebot findet bei der türkischen Zielgruppe weiterhin großen Anklang. Das türkischsprachige digitale Angebot konnte im Evaluationszeitraum **trotz großer Einschränkungen wie der Sperrung der DW-Homepage**[754] **in der Türkei eine hohe Nutzung** halten.

Entscheidend dafür sind digitale Ausspielwege, insbesondere über Social-Media-Plattformen, auf denen ein deutliches Wachstum zu beobachten ist. Im zweiten Halbjahr 2024 erzielte die DW über alle Plattformen hinweg durchschnittlich 35,9 Millionen Views pro Monat. Diese Nutzung wird fast vollständig über Videoinhalte auf Social-Media-Plattformen generiert, was die Bedeutung dieser im türkischen Markt deutlich macht. Auch die hohe Kommentarquote bei Social-Media-Beiträgen unterstreicht die starke Resonanz des Angebots.

+90 erweist sich als besonders attraktiv für die junge Zielgruppe und hat sich auf *TikTok* mit 5,9 Millionen Abrufen pro Monat im zweiten Halbjahr 2024 in kurzer Zeit ein neues Publikum erschließen können. Auf *Instagram* konnte ein Zuwachs von 269 % der Abrufe im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2021 erreicht werden; damit entfällt mittlerweile mehr als die Hälfte der Nutzung des türkischsprachigen Angebots auf diese Plattform. *+90* vereint mit knapp 9,5 Millionen Views im zweiten Halbjahr 2024 fast doppelt so viele Views wie im zweiten Halbjahr 2021. Auch das auf *Instagram* neu hinzugekommene *DW Türkçe (DW Türkisch)* konnte 6,7 Millionen Views erzielen; ähnliche Erfolge wurden mit dem Start auf *TikTok* im Jahr 2025 erzielt.

Seit dem Start im Mai 2019 ist *+90* zu einer der stärksten Kanäle im *YouTube*-Ökosystem der Türkei herangewachsen und erzielte dort im zweiten Halbjahr 2024 durchschnittlich 3,4 Millionen Views pro Monat, eine Steigerung von 63 % im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021. *DW Türkisch* ist auf *YouTube* mit seinen plattformgerechten Inhalten erfolgreich und konnte im zweiten Halbjahr 2024 durchschnittlich 3,9 Millionen Views pro Monat erreichen. Insgesamt entfielen 75 % der Views auf *YouTube* im Jahr 2024 auf Nutzerinnen und Nutzer aus der Türkei. *X* und *Facebook* werden nicht mehr als Hauptplattform genutzt; teilweise ist eine Verschiebung der Nutzung auf andere Plattformen zu beobachten, der Abruf ist daher auf diesen beiden Plattformen rückläufig.

Die Nutzung über Online-Partnerseiten ist aufgrund der schwierigen Distributionssituation – politisch wie wirtschaftlich – im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021 stark zurückgegangen: So wurden mitunter Partnerschaften eingestellt oder weniger DW-Inhalte von Partnern übernommen. Auch die zeitweise Sperre von *dw.com* in der Türkei hat dazu geführt, dass einige Partner eher zurückhaltend in Bezug auf DW-Beiträge sind. Dies zeigt sich auch bei Videoübernahmen von *DW Türkisch* und *+90*. Mit ihrem Schaltangebot konnte die DW 2025 trotz der Probleme allein über *Sözcü TV* rund 125.000 Menschen erreichen.

Akzeptanz: Vertrauenswürdig, vielfältig und unverzichtbar in herausfordernden Zeiten

Die Akzeptanz des türkischsprachigen Programmes für den Evaluationszeitraum konnte im Rahmen eines qualitativen Program Monitorings zu *+90*[755] und *DW Haber*[756] durch Fachmeinung sowie Nutzerinnen und Nutzer untersucht werden. Für diese Analyse wurden 54 von der DW produzierte *+90*-Videos aus dem Jahr 2023 für eine Nutzenden- und Expertinnen- und Expertenbefragung herangezogen. Die Inhalte von *+90* wurden insgesamt sehr gut bewertet, besonders gelobt wurde dabei der Fokus auf analysierende, erklärende, eigenproduzierte Beiträge sowie die **Abdeckung der DW-Profilthemen Freiheit, Menschenrechte, Demokratie und Rechtsstaat**.

Die Qualität und das Erscheinungsbild von *+90* wurden auch von einem Medienexperten als herausragend

754 Die Entsperrung erfolgte zum 31. Juli 2025.

755 Program Monitoring +90 YouTube 2024.

756 Program Monitoring DW Türkçe DW Haber 2022.

eingestuft. Er hob hervor, dass darin fesselnde Inhalte aus der Türkei für ein türkisches Publikum anregend und informativ präsentiert würden. Der Kanal übertreffe in der Qualität das Angebot regionaler Medien deutlich und sei auf einem ähnlichen Niveau wie andere internationale Anbieter. *+90* hebe sich neben der journalistischen und visuellen Qualität auch durch die Themen von Mitbewerbern auf dem türkischen Markt ab. Es würden regelmäßig Beiträge angeboten, deren Inhalte aufgrund der Einschränkung der Pressefreiheit in der Türkei tabuisiert seien. Die Inhalte wirkten vertrauenswürdig und relevant. Auch Design und Look des Kanals fielen positiv auf. Bei den Nutzerinnen und Nutzern fand auch die große Themenvielfalt des Kanals Anklang.



Die Themen [...] unterscheiden sich von anderen Kanälen, und sie sind nicht so lang, dass sie langweilig werden. Genau die richtige Menge an Informationen, genau die richtige Länge.

Nutzerin, Türkei

Positiv hervorgehoben wurde, dass *+90* eine Nische besetzt und **Inhalte anbietet, die andere Medien in der Türkei tabuisieren**. Die Berichterstattung über türkische Protagonistinnen und Protagonisten vor Ort kam gut an und stellte einen Mehrwert für die Nutzenden dar. Durch die thematische Spannbreite und die Verschiedenheit der Protagonistinnen und Protagonisten, insbesondere Vertreterinnen und Vertreter gesellschaftlicher Minderheiten, lernten die Nutzenden viel Neues und schärften ihr Bewusstsein für soziale Diversität. Viele Nutzende äußerten eine Dankbarkeit dafür, dass tabuisierte Themen aufgegriffen wurden.



Inhalte über Menschen und Ereignisse, die wir nicht kennen oder mit denen wir im Alltag nicht in Kontakt kommen, schaffen Bewusstsein und Empathie.

Nutzerin, Türkei

Ich finde es beeindruckend, dass ihr Dinge, die die Gesellschaft als Tabu betrachtet, auf menschliche Weise untersucht, sie durch Interviews greifbar macht, Vorurteile abbaut und Menschen für andere Sichtweisen und Lebensweisen öffnet.

Nutzer, Türkei

Auch die visuelle Darstellung und der dokumentarische Präsentationsstil fand großen Gefallen bei den Befragten.

Ich finde es gut und erfolgreich, dass ihr in euren Videos alle möglichen Menschen und unterschiedliche Perspektiven einbezieht, euren freien und offenen Journalismus, wie man ihn in den Mainstream-Medien in der Türkei nie sieht, eure Interviews mit einzigartigen Persönlichkeiten in euren Dokumentationen und dass sich jedes eurer Videos dank guter Regie und Schnitt wie ein Kurzfilm anfühlt.

Nutzer, Türkei

Auch das Program Monitoring für das Angebot von *DW Haber* bescheinigte dem Format eine herausragende Qualität. Für diese Analyse wurden u. a. die Ausspielungen des Angebots auf *YouTube* betrachtet. Dadurch ließ sich insbesondere eine gute Abdeckung der DW-Profilthemen sowie eine Fokussierung auf den Markenkern erkennen. Der **Fokus auf die Werte Freiheit, Menschenrechte und Demokratie in Themenauswahl und Sichtweisen** sei gegeben, so der Medienexperte. Viele Inhalte stellen aus Sicht des Experten dabei eine publizistische Gegenreaktion auf die regierungsnahe Berichterstattung der türkischen Mainstream-Medien dar oder füllen inhaltliche Lücken, die in diesen Medien vorhanden sind. Der Experte bescheinigte *DW Haber* damit insgesamt, dass es ein wertvolles mediales Angebot für den türkischen Markt sei, das im Gegensatz zu polarisierenden oder in ihrer Freiheit eingeschränkten Inlandsmedien stehe. Im betrachteten Angebot fänden sich gute Beispiele für scharfen und aufklärenden Journalismus. Sowohl der Medienexperte wie auch die Nutzenden bewerteten das Angebot als journalistisch anspruchsvoll und relevant:

> ***Ernsthafte, professionelle Berichterstattung, die sich an die Prinzipien des Journalismus hält. Berichterstattung über wichtige Themen, die das Leben berühren (...) ohne sich in der künstlichen Agenda und den endlosen Debatten in der Türkei zu verlieren (...).***
>
> **Nutzer, Türkei**

> ***Ich finde es richtig, dass sie Ereignisse aus einer universelleren Perspektive betrachtet. Die originellen und vielschichtigen Inhalte sind interessant.***
>
> **Nutzerin, Türkei**

> ***DW präsentiert Nachrichten auf nichtdiskriminierende, unabhängige und unparteiische Weise mit dem Ziel, alle anzusprechen und zur Demokratie beizutragen.***
>
> **Nutzer/in[757], Türkei**



> ***Ziel sollte sein, unabhängige Nachrichten aus der Türkei zu liefern, wo es keine unabhängigen Medien mehr gibt, und dabei darauf zu achten, keine Hasssprache zu verwenden (...).***
>
> **Nutzer, Türkei**

Die türkischsprachigen Angebote der DW haben sich damit zu einer unverzichtbaren Medienmarke für junge, digitalaffine Nutzerinnen und Nutzer etabliert. Über die neu hinzugekommene Präsenz auf sozialen Plattformen wie *TikTok* wird diesem Bedarf Rechnung getragen.

757 Geschlecht in diesem Fall nicht angegeben; in Folge immer als Nutzer/in dort gekennzeichnet, wo keine Daten vorliegen.

4.7.2 Polnisch

Zwischen 2021 und 2024 durchlief Polen **eine Phase tiefgreifender Veränderungen**, die sowohl das innenpolitische Gleichgewicht als auch das Verhältnis zur Europäischen Union (EU) nachhaltig beeinflussten. Bis 2023 prägte zunächst die nationalkonservative Partei *Recht und Gerechtigkeit (PiS)* die politische Landschaft. Die weitreichenden Justizreformen unter der Partei sowie ihr wachsender Einfluss auf die Medien führten wiederholt zu Spannungen mit Brüssel.[758] Im Mai 2023 unterzeichnete Präsident Andrzej Duda schließlich ein umstrittenes Gesetz, das es ermöglichte, politische Mandatsträger ohne Gerichtsurteil aufgrund mutmaßlicher Russlandnähe von öffentlichen Ämtern auszuschließen. Dieser Schritt wurde von vielen als Versuch gewertet, oppositionelle Stimmen vor der Parlamentswahl im Oktober zu schwächen.[759]
Die Wahl markierte schließlich einen Wendepunkt: Zwar blieb die *PiS* mit 35,4 % stärkste Kraft, verlor jedoch ihre parlamentarische Mehrheit. Die oppositionellen Parteien, angeführt von Donald Tusk, formierten eine neue Koalition und übernahmen die Regierungsverantwortung. Unter der neuen Regierung wurden Reformen zur Wiederherstellung der Unabhängigkeit der Justiz und zur Entpolitisierung der öffentlich-rechtlichen Medien eingeleitet.[760] In diesem Zuge wurde auch die Führungsebene der öffentlich-rechtlichen Sender neu besetzt. Um den personellen Umbruch rechtlich abzusichern, wurde das polnische Fernsehen formell in ein Abwicklungsverfahren überführt. Außenpolitisch schlug die Regierung unter Tusk einen klar proeuropäischen Kurs ein, verurteilte den russischen Angriffskrieg scharf und sicherte der Ukraine umfassende Unterstützung zu. Diese Schritte führten zu einer **deutlichen Verbesserung der Beziehungen zur EU**.[761] Bei der Stichwahl um das polnische Präsidentenamt im Juni 2025 setzte sich der von der *PiS* nominierte Historiker und EU-Skeptiker Karol Nawrocki knapp mit 50,89 % der Stimmen gegen den liberal-konservativen und proeuropäischen Kandidaten Rafał Trzaskowski durch. Wie sich seine Amtszeit auf die Innen- und Außenpolitik, die Justiz sowie die Medien auswirken wird, ist noch offen – insbesondere vor dem Hintergrund seiner nationalistischen Rhetorik, zu der auch die Forderung nach einem „Polen ohne Migrantinnen und Migranten“ zählt.[762]

758 DW 2023c.
759 Euractiv 2023.
760 DW 2023d.
761 DW 2024i, DW 2024j. Gleichzeitig sorgte das im Oktober 2024 angekündigte vorübergehende Aussetzen des Asylrechts für starke Kritik, auch aus Deutschland.
762 DW 2025f.



Władysław Teofil Bartoszewski – Sohn des Historikers, Publizisten, Auschwitz-Überlebenden und ehemaligen polnischen Außenministers Władysław Bartoszewski im DW-Interview.

Im Ranking der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)* 2025 verbesserte sich Polen im Vergleich zu den Vorjahren, in denen die *PiS* die Regierung gestellt und zwischen 2015 und 2023 öffentlich-rechtliche Medien wie die *TVP*-Gruppe[763] in regierungsnahe Propagandakanäle umgewandelt hatte.[764] Mit dem Regierungswechsel Ende 2023 **unter Donald Tusk zeichnete sich ein deutlicher Kurswechsel ab**. Doch diese Maßnahmen stießen auf erheblichen Widerstand: *PiS*-nahe Institutionen versuchten, die Reformprozesse zu blockieren, was die ohnehin angespannte innenpolitische Lage weiter verschärfte.[765] **Obwohl die polnische Verfassung die Pressefreiheit garantiert, bleibt sie eingeschränkt** und Medienschaffende, die beispielsweise über LGBTQIA+-Themen oder religiöse Fragen berichten, werden häufig eingeschüchtert.[766] Laut Bericht der *OSZE* tragen viele Medien durch einseitige Berichterstattung zur politischen Konfrontation bei und untergraben so das Vertrauen in unabhängige Informationen.[767]

In diesem politisch polarisierten Medienumfeld kommt dem polnischsprachigen Angebot der DW eine besondere Bedeutung zu. Besonders, da sie neben *Euronews* lange Zeit das einzige westliche internationale Informationsangebot in polnischer Sprache angeboten hat (Abbildung 69). Mittlerweile sind auch der chinesische Dienst *Radio International (CRI)* mit polnischsprachigen Digitalangeboten und der russische Sender *Sputnik* in Polen aktiv. Seit Juni 2025 bietet die *BBC BBC News Polska* in Polnisch an – zunächst als einjähriges Pilotprojekt.

763 Die TVP-Gruppe (Telewizja Polska, abgekürzt TVP) ist die staatliche Rundfunkanstalt Polens.
764 RoG 2025w.
765 RoG 2025w.
766 Ebd.
767 OSCE 2025.

Das polnischsprachige Angebot: Stärkerer Fokus auf Digitales

Das polnischsprachige Angebot vermittelt **schwerpunktmäßig fundierte, faktenbasierte Informationen** zu relevanten Entwicklungen in der deutschen Politik sowie deutsche Perspektiven auf die polnische Politik. Im Unterschied zu vielen anderen Sprachdiensten rückt das Angebot das Verhältnis zwischen Polen und Deutschland in den Fokus, denn deutsche Positionen und die bilateralen Beziehungen stoßen in der polnischen Öffentlichkeit auf großes Interesse. Die Berichterstattung ist dabei stets **sachlich und lösungsorientiert** und hebt vor allem die gemeinsamen Perspektiven beider Länder als Partner innerhalb der EU hervor. Im Jahr 2024 beschäftigte die DW 19 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für Polnisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund fünf Vollzeitäquivalenten eingesetzt. Insbesondere das Netzwerk aus Korrespondentinnen und Korrespondenten in Warschau trägt dazu bei, Inhalte vor Ort zu recherchieren und zu produzieren.

Im Mittelpunkt stehen die **digitalen Angebote** in Polnisch (Abbildung 70). Über die Webseite und *Facebook* wird die meiste Reichweite generiert. Hinzu kommen *YouTube, TikTok* und *X*. Darüber hinaus übernehmen 13 reichweitenstarke Online-Partner die Inhalte der DW und stellen sie auf ihren Plattformen zur Verfügung. Dazu gehören unter anderem *Wirtualna Polska, Onet.pl, Interia.pl* und *Gazeta.pl*. Insbesondere auf *TikTok* entwickelt die DW innovative Formate für ein jüngeres Publikum, etwa die Reihe *#IdzieNowe* (Das Neue kommt) mit Einblicken in digitale Trends oder *Nie ma takiego słowa* (Dieses Wort gibt es nicht), in dem eine in Deutschland aufgewachsene Kollegin ungewöhnliche polnische Begriffe erklärt.

Das klassische **TV-Angebot** der DW wurde hingegen vollständig eingestellt. Dennoch ist die DW weiterhin

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
China	**Radio China International (CRI)**	–	×	–
Paneuropäisch	**Euronews**	×	×	–
Russland	**Sputnik**	–	–	× digitales Angebot

Abbildung 69: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Polnisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

regelmäßig im polnischen Fernsehen präsent – insbesondere durch die Berliner Korrespondentin Magdalena Gwóźdź-Pallokat, deren Beiträge unter anderem im Hauptnachrichtenformat *19.30* auf *TVP1*, im Format *Panorama* auf *TVP2* sowie auf *TVP Info* ausgestrahlt werden. Zusätzlich ist die DW mit einer wöchentlichen Schalte im Programmfenster *Fakty o Świecie* (Fakten über die Welt) auf dem Wirtschaftskanal *TVN24 BiS* vertreten. Auch auf dem Partnersender *Polsat News* werden regelmäßig Beiträge im Rahmen der Sendung *To był dzień* (Das war der Tag) gezeigt. Darüber hinaus sind Gespräche mit DW-Journalistinnen und -Journalisten regelmäßig auf *Polsat News, TVN, TVN24* und *TVN24 BiS* zu sehen.

Zusätzlich bietet die DW ihrer Zielgruppe auch **polnischsprachige Adaptionen** von *ENTR* an.

Nutzung: Deutlicher Rückgang über Partner, Wachstum auf eigenen Kanälen und gute Quoten im TV

In der zweiten Jahreshälfte 2024 verzeichnete die DW bei ihrem polnischsprachigen **digitalen Angebot** deutliche Nutzungseinbußen. Insgesamt erreichten die digitalen Plattformen im zweiten Halbjahr 2024 monatlich durchschnittlich 6,6 Millionen Views pro Monat – ein Rückgang von rund 50 % im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021. Grund für den Rückgang waren vor allem die Einbrüche bei den Kooperationen, die im entsprechenden Zeitraum um 69 % zurückgingen. Positiv hervorzuheben ist jedoch das **Wachstum auf den DW-eigenen Plattformen**, die im zweiten Halbjahr 2024 mit monatlich durchschnittlich 3,4 Millionen Views um 16 % über dem Wert im zweiten Halbjahr 2021 mit 2,9 Millionen Views liegen. Besonders stark entwickelte sich auch die Präsenz in den sozialen Medien: Hier stieg die Nutzung im Vergleichszeitraum von monatlich durchschnittlich 1,1 Millionen auf 1,7 Millionen Video Views an. Auf der Webseite gab es einen Rückgang um 10 % auf monatlich durchschnittlich 1,7 Millionen im zweiten Halbjahr 2024. Bei den sozialen Medien bleibt *Facebook* die stärkste Plattform des polnischsprachigen Angebots. Im zweiten Halbjahr 2024 konnte die DW über ihren *Facebook*-Kanal ein deutliches Wachstum verzeichnen: Mit durchschnittlich 1,3 Millionen Video Views pro Monat lag die Reichweite 84 % über dem Wert 2021. Im Gegensatz dazu verzeichnete der *YouTube*-Kanal im selben Zeitraum einen Rückgang um 37 % – von monatlich durchschnittlich 339.000 Views auf 213.000 im Jahr 2024. Besonders erfolgreich entwickelte sich hingegen der neu eingeführte *TikTok*-Kanal: Bereits im Startjahr erreichte er eine beachtliche monatliche Durchschnittsreichweite von 172.000 Video Views.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/pl	288 Artikel 29 Videos
YouTube	DW Polish	26 Videos
Facebook	DW Polish	175 Posts
X	DW Polish	187 Posts
TikTok	DW Polish	21 Posts

Abbildung 70: **Online-Angebote der DW in Polnisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024



Insbesondere auf TikTok entwickelt die DW innovative Formate für ein jüngeres Publikum, etwa die Reihe #IdzieNowe (Das Neue kommt) mit Einblicken in digitale Trends.



Z kosmosu prosto do pracy (Vom Weltall direkt zur Arbeit) – Die DW berichtet über außergewöhnliche Berufswege und persönliche Geschichten.

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen auf dem stark regulierten Fernsehmarkt in Polen konnte die DW mit ihrem ausschließlich über Partnersender ausgestrahlten **TV-Angebot beachtliche Reichweiten erzielen**.[768] Rund 2,3 Millionen Menschen (6,7 % der Bevölkerung) sahen die wöchentliche Schalte *Fakty o Świecie* (Fakten über die Welt) auf dem Partnersender *TVN*. Auch auf *TVP1* erreichte die DW ein breites Publikum: 1,75 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer (5,1 %) verfolgten die Beiträge in der Nachrichtensendung 19:30, während die Sendung Teleexpress rund 1,2 Millionen (3,5 %) erreichte. Über den Sender *TVP2* sahen rund 690.000 Personen (2 %) die Sendung Panorama. Etwas geringer, aber dennoch relevant war die Reichweite über *Polsat News*. Die Sendung *To był dzień* (Das war der Tag) wurde von rund 300.000 Menschen (0,8 %) gesehen.

Akzeptanz: Relevante Themen, aber Potenzial bei Schärfung des Profils

Zur Überprüfung der Akzeptanz der Inhalte wurde im Evaluationszeitraum ein Program Monitoring[769] zu *DW Polnisch (DW Polish)* auf *Facebook* durchgeführt. Die analysierten Inhalte wurden mehrheitlich als **gut recherchierte und kontextstarke Beiträge zu aktuellen Themen** wahrgenommen. Die Auswahl der Themen fand positive Resonanz, und der Kanal wurde als bereichernde Ergänzung zur bestehenden Medienlandschaft geschätzt. Verbesserungspotenzial bestand in einer noch stärkeren Ausrichtung auf jüngere Zielgruppen sowie einer passgenaueren Aufbereitung der Inhalte für die jeweiligen Plattformen.

> ***Die Geschichten und Ideen sind sehr gut.***
>
> **Medienexpertin, Polen**

> ***Ich lese die DW, weil ich damit einen deutschen Blickwinkel bekomme.***
>
> **Nutzer, Polen**

768 Siehe Studienverzeichnis TV_8. Die Zahlen sind repräsentativ für ca. 34 Millionen Menschen in Polen.

769 Program Monitoring DW Polnisch Facebook 2024.

4.7.3 Serbisch

Zwischen 2021 und 2024 durchlief Serbien eine Phase wachsender **politischer Spannungen und gesellschaftlicher Unzufriedenheit**. Im April 2022 wurde Präsident Aleksandar Vučić erneut im Amt bestätigt und seine rechtskonservative *Serbische Fortschrittspartei (SNS)* erreichte eine klare Mehrheit.[770] Die Partei steht für eine autoritär geprägte Regierungsführung, nationalistische Rhetorik und eine zunehmend EU-kritische Ausrichtung. Gleichzeitig kritisierten internationale Wahlbeobachterinnen und -beobachter unfaire Wahlbedingungen und den **eingeschränkten Zugang der Medien**. Die innenpolitische Lage spitzte sich 2023 zu: Zwei Amokläufe mit vielen Toten an einer Belgrader Schule und in einem kleinen Dorf unweit der Hauptstadt erschütterten das Land. Die politisch unzureichenden Reaktionen auf diese Ereignisse lösten im Mai monatelange, landesweite Proteste gegen die Regierung aus.[771] Auch nach den vorgezogenen Parlaments- und Kommunalwahlen im Dezember 2023, bei denen die *SNS* erneut siegte, kam es wegen glaubwürdiger Berichte über Wahlunregelmäßigkeiten zu massiven Protesten in Belgrad, die sich auch im Jahr 2024 fortsetzten und vor allem gegen die **systemische Korruption** im Land wendeten.[772]

Obwohl Serbien offiziell an seinem EU-Beitrittskurs festhält, erfüllt das Land weiterhin zentrale Beitrittskriterien nicht und pflegt enge politische und wirtschaftliche Beziehungen mit Russland und China. So bekräftigte Vučić beim Westbalkan-Gipfel im Dezember 2024 einerseits das Ziel bis 2026 der EU beitreten zu wollen, gleichzeitig weigerte er sich jemals die Unabhängigkeit des Kosovos anzuerkennen.[773] Dies ging einher mit einem im Mai 2024 unterzeichneten Abkommen über eine „gemeinsame Zukunft“ mit China – das erste dieser Art in Europa.[774] Auch **russische Propaganda und Desinformation** haben sich seit dem Ukraine-Konflikt verstärkt in Serbien etabliert. Während die Regierung immer wieder ihre Neutralität im Ukraine-Krieg bekräftigte, wurden über die in der EU seit 2022 verbotenen russischen Staatsmedien *Sputnik Serbien* und *RT Balkan* in Serbien systematisch prorussische Narrative verbreitet.[775] Ziel der russischen Propaganda ist

770 BMZ 2025b.
771 Freedom House 2024l, Freedom House 2025g.
772 Ebd.
773 lpb BW o.D.
774 DW 2024k.
775 Diplo.news 2025, VOA 2024c.



Ajdin Kamber/DW

Balkan Booster 2022: Abschlusskonferenz in Novi Sad – junge Stimmen aus der Region im Dialog mit Medien und Öffentlichkeit.

es, antieuropäische sowie antideutsche Stimmungen zu schüren, die gesellschaftliche Polarisierung zu verstärken sowie den EU-Integrationsprozess zu untergraben.

In Serbien wird die Situation der Pressefreiheit weiterhin als schwierig eingestuft.[776] Öffentlich-rechtliche Medien stecken in einer existenziellen Krise, ausgelöst durch Budgetkürzungen und politische Einflussnahme. Seit November 2024 werden Reporterinnen und Reporter insbesondere bei der Berichterstattung über die Antikorruptionsproteste schikaniert und körperlich angegriffen. Trotz vorhandener Qualitätsmedien, die insbesondere durch investigative Recherchen zu Korruption und organisierter Kriminalität hervortreten, agiert der serbische Journalismus in einem Umfeld, das von politischem Druck, Desinformation und Propaganda geprägt ist. Angriffe auf Medienschaffende bleiben häufig straflos, was wiederum ein Klima der **Einschüchterung und Selbstzensur** begünstigt. Der stark fragmentierte Medienmarkt wird von regierungsnahen Akteuren dominiert, während unabhängige Anbieter wie der Kabelsender *N1* zunehmendem Druck ausgesetzt sind. Infolge der politischen Polarisierung sind insbesondere Berichte über Migration, LGBTQIA+-Themen und Menschenrechte Ziel von Angriffen rechtsextremer Gruppen. Trotz verfassungsmäßig garantierter Meinungsfreiheit bleibt die Pressefreiheit in Serbien somit erheblich eingeschränkt.[777]

776 RoG 2025v.
777 Ebd.

Internationale Anbieter sind in Serbien durch Korrespondentinnen und Korrespondenten vertreten. Für den *BBC News Serbian Service* arbeiten Journalistinnen und Journalisten vor Ort in Belgrad. Vor den Budgetkürzungen durch die Trump-Regierung betrieb auch *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* für den Balkan-Service kleine Büros in Belgrad, Pristina, Sofia, Bukarest, Sarajevo, Skopje und in Montenegro. Seit den Budgetkürzungen ist der Betrieb jedoch in mehreren europäischen Ländern stark eingeschränkt; Büros wurden geschlossen, Mitarbeitende beurlaubt und Sendungen teilweise nur noch digital fortgeführt. Im März sagten die tschechische Regierung, die EU und Schweden *RFE/RL* Unterstützung zu. Wegen begrenzter Mittel liegt der Fokus auf Sprachen für Zentralasien und den Kaukasus.[778] Neben westlichen Anbietern sind auch einige nichtwestliche Akteure in Serbien aktiv. So berichtete etwa *Al Jazeera* aus Belgrad.[779] Auch der russische Staatssender *RT*, der in der EU wegen seines propagandistischen Charakters verboten ist, hat mit *RT Balkan* einen Ableger in Belgrad aufgebaut.[780] Im

778 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.
779 Al Jazeera o.D. b. Am 12. Juli 2025 wurde Al Jazeera Balkans nach 14 Jahren Sendebetrieb eingestellt. Als Gründe wurden finanzielle Schwierigkeiten und eine strategische Neuausrichtung mit Fokus auf digitale Medienplattformen genannt. Die Schließung hinterlässt neben den Entwicklungen bei USAGM eine spürbare Lücke in der Medienlandschaft Südosteuropas.
780 RoG 2024a.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
USA	**Voice of America (VOA)**	×	×	-
	Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)	-	×	×
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	×	-
Katar	**Al Jazeera**	×	×	-
Paneuropäisch	**Euronews**	×	×	-
China	**China Radio International (CRI)**	-	×	-
Russland	**Russia Today (RT)**	×	×	-
	Sputnik	-	×	×

Abbildung 71: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Serbisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

Jahr 2024 beschäftigte die DW 16 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für den Sprachdienst Bosnisch-Kroatisch-Serbisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund einem Vollzeitäquivalent eingesetzt.

Das serbischsprachige Angebot: Europäische Perspektiven und crossmediale Ansprache für ein junges Publikum

Das serbischsprachige Angebot der DW ist Teil des Balkandienstes, der neben Serbisch auch Inhalte auf Bosnisch und Kroatisch umfasst. Jeder Sprachdienst verfügt über eigene Online-Auftritte, für die serbischsprachige Zielgruppe gehören dazu die Webseite sowie die Kanäle *DW Serbisch (DW Srpski)* auf *Facebook* und *X*. Mit ihren TV- und digitalen Angeboten bietet die DW verlässliche Informationen über relevante EU-Themen sowie deutsche und europäische Perspektiven auf Serbien. Im Mittelpunkt steht die **Vermittlung freiheitlich-demokratischer Werte** – ein besonderer Schwerpunkt angesichts zunehmender EU-Skepsis und populistischer Tendenzen in der Region. Aufgrund der großen Bedeutung für die serbische Gesellschaft thematisiert die DW regelmäßig das Verhältnis zu den Nachbarländern Kroatien, Kosovo sowie Bosnien und Herzegowina.

Der Schwerpunkt bei *DW Serbisch* liegt auf dem **TV-Angebot**. Dazu gehören die serbischsprachige TV-Adaption des Magazins *Europeo* sowie das Nachrichtenformat *Info+*. Ergänzt wird das Programm durch serbischsprachige Adaptionen von *Shift, Euromaxx* und *Tomorrow Today*. Einen zentralen Stellenwert nehmen die wöchentlichen TV-Schalten ein. Um ihre Inhalte im TV zu verbreiten, kooperiert die DW mit sechs TV-Partnern. Zu den wichtigsten Partnern zählen *Radio Television of Serbia (RTS), N1 Serbien* und *Insajder*. **Serbischsprachige Inhalte werden crossmedial**[781] **entwickelt**, sodass ausgewählte Video- und Audioinhalte auch auf digitalen Plattformen genutzt werden können. Im **digitalen Bereich** setzt die DW mit plattformgerechten Formaten verstärkt auf Social Media, um besonders junge Menschen anzusprechen (Abbildung 72).

Ein herausragendes Projekt ist der ***Balkan Booster***. **Das Angebot zählt zu den erfolgreichsten Nachwuchsprogrammen der DW** und verleiht jungen Journalistinnen und Journalisten auf dem Balkan eine Stimme. Gemeinsam werden Videoreportagen zu gesellschaftlich relevanten Themen wie beispielsweise hohen Mieten für Studierende oder inklusiven Sportangeboten für Blinde produziert.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/sr	200 Artikel
Facebook	DW Serbian	282 Posts
X	DW Serbian	234 Posts

Abbildung 72: **Online-Angebote der DW in Serbisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Der Fokus liegt dabei auf Themen, die in der regionalen Medienlandschaft oft wenig Beachtung finden. Im Jahr 2023 wurde das Format *Vererbte Armut* mit dem renommierten *Reflection Award* des *Europäischen Netzwerks gegen Armut (EAPN)* ausgezeichnet. Die Jury, bestehend aus Menschen mit eigener Armutserfahrung, würdigte die Berichterstattung als sensibel, klischeefrei und respektvoll. Hinzu kommen zahlreiche Beiträge auf *dw.com*, sozialen Netzwerken und Kooperationen mit sieben Partnern im Online-Bereich – darunter *b92.net, rts.rs, nin.rs, vreme.com, blic.rs, n1info.com, Danas.rs* und *vesti.me*.

Die DW setzte zudem mit ihrem Projekt *Generation99* anlässlich des 25. Jahrestags des Kosovo-Kriegs ein Zeichen für Verständigung und Dialog. Junge Journalistinnen und Journalisten aus Serbien und dem Kosovo – alle im Jahr 1999 geboren – entwickelten gemeinsam Inhalte zu bilateralen Themen für soziale Medien. Die DW übernahm dabei die inhaltliche Konzeption und Umsetzung. Das Projekt wurde von den Fernsehsendern *Phoenix* (Deutschland) und *RTK* (Kosovo) begleitet und fand breite Resonanz in den Medien beider Länder sowie in Nordmazedonien.

Nutzung: Reichweitenverluste im TV und digitalen Raum trotz punktueller Stabilisierung

Mit ihren **TV-Angeboten** erreicht die DW weiterhin einen großen Teil der serbischen Zielgruppe. Besonders erfolgreich ist dabei die wöchentliche Schalte *Jutarnji Program* beim Partner *RTS 1*, die 2024 eine Reichweite von 5,5 % der Gesamtbevölkerung erzielte, beziehungsweise 360.000 Personen erreichte.[782] Eine weitere reichweitenstarke Sendung ist *Shift* beim Partner *N1*, die wöchentlich rund 191.000 Menschen erreichte (3 %). Weitere Beiträge wie

781 Siehe Glossar.

782 Siehe Studienverzeichnis: TV_10.



Das multimediale Format Europeo bietet aktuelle gesellschaftspolitische Themen für Mittel- und Südosteuropa. In vielen Ländern ist es das einzige europäische TV-Angebot. Hier: die serbische Ausgabe.

Novi dan (1,8 %), *Euromaxx* (1 %), *Europeo* (0,8 %) und *Tomorrow Today* (1,1 %) ergänzten das Angebot bei *N1*.

Mit ihrem **digitalen Angebot** erreichte die DW im zweiten Halbjahr 2024 über alle Plattformen hinweg monatlich durchschnittlich 1,6 Millionen Abrufe – ein Rückgang von 71 % im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021. Begründen lässt sich der **Reichweitenrückgang vor allem durch Algorithmusänderungen der Plattformbetreiber**, die Nachrichteninhalte benachteiligen.[783] Darüber hinaus werden serbischsprachige Inhalte auch über gemeinsame *Instagram*- und *YouTube*-Kanäle des bosnisch-serbisch-kroatischen Gemeinschaftsangebots verbreitet. Diese sind für die gesamte Sprachregion konzipiert und richten sich an Nutzerinnen und Nutzer aus Serbien, Bosnien, Kroatien und Montenegro. In der Evaluation flossen die Reichweiten dieser Kanäle ausschließlich in die Auswertung des bosnischen Angebots.

Der Großteil der serbischen Video Views wurde über die eigenen Plattformen erzeugt und betrug im zweiten Halbjahr 2024 monatlich durchschnittlich 905.000. Auf den sozialen Medien *Facebook* und *X* war ein Rückgang der Video Views zu verzeichnen. Auch die Nutzung der DW-Webseite sowie die Reichweiten über Partner wiesen rückläufige Zahlen auf. Positiv hervorzuheben ist, dass sich die Zahlen über Kooperationen im Vergleich zu 2023 wieder leicht erholten. Im **Wettbewerbsvergleich steht die DW besonders auf *Facebook* gut da**. Während *Al Jazeera* über *Facebook* rund 108.000 monatliche Video Views erzielt und *Sputnik* rund 118.000 monatliche Video Views erreicht, liegt die DW mit ihren 612.000 durchschnittlichen Video Views deutlich vorne.

Akzeptanz: Hohe Glaubwürdigkeit und vertrauenswürdiges Angebot mit Optimierungspotenzial

Im Evaluationszeitraum wurde ein Program Monitoring[784] zum Videoangebot von *DW Serbisch* auf *Facebook* durchgeführt. Dazu wurden Beiträge der Redaktion auf *Facebook* in einer Strukturanalyse untersucht, eine Umfrage unter den Nutzerinnen und Nutzern durchgeführt sowie die journalistische Qualität des Angebots überprüft.

Das Videoangebot des *Facebook*-Auftritts von *DW Serbisch* wurde überwiegend positiv bewertet. Die Beiträge als **sachlich, präzise und überparteilich** wahrgenommen. Das Themenspektrum orientiert sich deutlich an den Interessen des Publikums und umfasst aktuelle Nachrichten sowie Informationen rund um Deutschland, den Westbalkan und Europa. Die insgesamt **faktenbasierte und sachliche Aufbereitung** der Themen bleibt damit ein klares Qualitätsmerkmal, mit dem sich *DW Serbisch* im Zielgebiet von anderen, oft sensationsorientierten Medien abhebt und eine wichtige Marktlücke füllt. Kritisch angemerkt wurde, dass sich die Formate teilweise noch stark an klassischen TV-Sehgewohnheiten orientieren und internationale Themen noch stärker mit lokalen Perspektiven verknüpft werden könnten. Besonderes Augenmerk sollte außerdem auf ein aktives Community Management gelegt werden, insbesondere bei polarisierenden Inhalten.

783 Siehe Kapitel 4, Einleitung.

784 Program Monitoring DW Serbisch Facebook 2022.

4.7.4 Rumänisch

Zwischen 2021 und 2024 befand sich **Rumänien** in **einer Phase ausgeprägter politischer Instabilität und demokratischer Herausforderungen.** Nachdem die Koalition aus der national-liberalen Partei *Partidul Național Liberal (PNL)*, der mitte-liberalen *USR-PLUS* und der ungarischen Minderheitenpartei *UDMR* 2021 zerbrach, formierten sich die beiden größten Parteien des Landes – *PNL* und die sozialdemokratische *PSD* – gemeinsam mit der *UDMR* zur sogenannten „nationalen Koalition".[785] Dieser parteipolitische Schulterschluss führte kurzfristig zu politischer Handlungsfähigkeit, wurde jedoch vielfach als instabil und opportunistisch kritisiert. Die Präsidentschaftswahl im November 2024 wurde zudem von massiven Kontroversen überschattet, als der rechtsextreme und prorussische Kandidat Călin Georgescu überraschend die erste Wahlrunde gewann – obwohl er zuvor in Umfragen kaum aufgefallen war.[786] Einer der Hauptfaktoren für seinen plötzlichen Aufstieg war die intensive Nutzung von *TikTok* im Wahlkampf. Die rumänische Präsidentschaftswahl 2024 wurde annulliert – offiziell wegen russischer Manipulation über *TikTok*.[787] Kritische Stimmen äußern an dieser Darstellung jedoch Zweifel; wahrscheinlicher sei, dass die politische Elite, insbesondere die *PSD*, selbst strategisch einen radikalen Gegenkandidaten wie Georgescu in der Stichwahl platzieren wollte, um ihren eigenen Kandidaten zu stärken. Als diese Taktik scheiterte, wurde der Wahl für ungültig erklärt.[788] Auch die Europäische Kommission schaltete sich ein und leitete ein Verfahren gegen *TikTok* ein, um mögliche Verstöße gegen EU-Wahlrechtsstandards in Form von bezahlten politischen Inhalten und algorithmischer Manipulation zu prüfen.[789] Bei der Wiederholung der Wahl wurde Georgescu ausgeschlossen. Der unabhängige, proreformistische Kandidat Dan setzte sich schließlich gegen den nationalistischen Oppositionsführer Simion durch.[790] Trotz des demokratischen Erfolgs hat der Wahlprozess bei vielen Rumäninnen und Rumänen Verbitterung ausgelöst – insbesondere wegen des Ausschlusses Georgescus und der offenen Positionierung etablierter Medien gegen Simion. Die Folge: Das **Vertrauen in seriöse Medien sinkt weiter**, während *TikTok, Facebook* und boulevardeske Formate

785 IPU Parline 2024.
786 Deutschlandfunk 2024.
787 Politico 2024a.
788 FAZ 2025.
789 Europäische Kommission 2024.
790 Politico 2025b.



Die DW-Sendungen Euromaxx, Tomorrow Today, Global Us und Shift wurden auch von reichweitenstarken TV-Partnern in Rumänien und in der Republik Moldau von öffentlich-rechtlichen Sendern übernommen.

besonders in benachteiligten Bevölkerungsgruppen an Einfluss gewinnen.[791]

Im Jahr 2025 belegte **Rumänien** Platz 55 von 180 in der Rangliste der Pressefreiheit von *Reporter ohne Grenzen (RoG)*.[792] Trotz einer grundsätzlich vielfältigen Medienlandschaft steht die **Pressefreiheit unter erheblichem Druck**. Politische Einflussversuche, intransparente Finanzierungsstrukturen und wirtschaftliche Abhängigkeiten untergraben die Unabhängigkeit vieler Redaktionen. Zahlreiche Medien stehen unter dem Einfluss ihrer Eigentümer, während öffentliche Gelder gezielt und oft verdeckt an bestimmte Häuser fließen.[793] Populistische Angriffe auf Journalistinnen und Journalisten sowie der Versuch staatlicher Stellen, journalistische Quellen offenzulegen, verschärfen die Lage weiter. Zudem untergräbt gezielte Desinformation über soziale Medien wie *TikTok* – oftmals mit russischem Ursprung – das Vertrauen in demokratische Institutionen und stellt ein wachsendes Risiko für eine freie Presse dar.[794]

Zum Zielgebiet des rumänischsprachigen Angebots der DW gehört neben Rumänien auch die **Republik Moldau**. Seit ihrer Unabhängigkeit 1991 ist Moldau **zwischen Ost und West zerrissen** – ein Spannungsverhältnis, das sich in der innen- und außenpolitischen Ausrichtung des Landes widerspiegelt. Unter Präsidentin Maia Sandu verfolgt die Republik seit Dezember 2020 einen klar proeuropäischen Kurs und bekam 2022 offiziell den Status als Beitrittskandidat verliehen.[795] Dieser Kurs wurde auch nach dem Wahlsieg Sandus 2024 trotz massiver russischer Einmischung und Stimmenkäufe für den prorussischen Kandidaten beibehalten.[796] Gleichzeitig sieht sich das Land seit Beginn des Ukraine-Krieges einer zunehmend **aggressiven hybriden Kriegsführung** ausgesetzt. Das Ausmaß an Manipulation – insbesondere durch Desinformation und systematischen Stimmenkauf im Vorfeld des EU-Referendums und der Präsidentschaftswahl im Herbst 2024 – zielte darauf ab, das Vertrauen in westliche Institutionen zu untergraben und die Gesellschaft weiter zu spalten.

Auch in der **Republik Moldau**, die 2025 Platz 35 im Ranking belegte, bleibt die Situation angespannt. Die **mediale Landschaft ist tief gespalten** zwischen pro-westlich ausgerichteten Medien und solchen, die unter erheblichem russischem Einfluss stehen.[797] Dies ist besonders relevant, da Russisch trotz der überwiegend rumänischen Bevölkerung von 11 % Muttersprache[798] ist und insbesondere in Chișinău, Bălți, Gagauzia und Transnistrien gesprochen wird. Kurz vor den Kommunalwahlen 2023 entzogen die moldauischen Behörden mehreren russischsprachigen Fernsehsendern die Sendelizenzen. Grundlage war der seit dem russischen Angriff auf die Ukraine geltende Ausnahmezustand. Die Sender wurden beschuldigt, gezielt

791 Anton et al. 2025.
792 RoG 2025a.
793 Ebd.
794 Politico 2024b.
795 Europäischer Rat 2022.
796 Internationale Politik 2024.
797 RoG 2025x.
798 Statistica Moldovei 2025.

Land	Anbieter	TV	Online/ Social Media	Radio
USA	**Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)**	-	×	×
	Cable News Network (CNN)	×	×	-
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	-	×	×
	TV5 Monde	×	×	-
Paneuropäisch	**Euronews**	×	×	-
China	**China Radio International (CRI)**	-	×	-
Russland	**Sputnik**	-	×	-

Abbildung 73: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Rumänisch**
Stand 2. Halbjahr 2024

Kriegspropaganda und prorussische Desinformation zu verbreiten. Im Zuge dessen verschärfte der Audiovisuelle Rat auch die Regulierung im Bereich Desinformation und Hassrede, vor allem gegenüber Medien, die Inhalte russischer Propaganda verbreiteten.[799]

In diesem medial herausfordernden Umfeld kommt **unabhängigen internationalen Anbietern eine zentrale Rolle** zu. *Radio Francé Internationale (RFI)* betreibt in Bukarest ein regionales Zentrum für Mittel- und Osteuropa, das unter anderem die Redaktion von *RFI România* umfasst. Dort werden Programme in rumänischer Sprache sowie Inhalte auf Ukrainisch und Russisch produziert.[800] Auch das europäische Jugendformat *ENTR*[801] ist in diesem Zentrum angesiedelt. Vor den Budgetkürzungen durch die Trump-Regierung im März 2025 betrieb *Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)* für den rumänischsprachigen Dienst ein Büro in Bukarest.[802] Seit den Kürzungen ist der Betrieb von *RFE/RL* in mehreren europäischen Ländern stark eingeschränkt; Büros wurden geschlossen, Mitarbeitende beurlaubt und Sendungen teilweise nur noch digital fortgeführt. Im März sagten die tschechische Regierung, die EU und Schweden *RFE/RL* Unterstützung zu.[803] Wegen begrenzter Mittel liegt der Fokus auf Sprachen für Zentralasien und den Kaukasus.[804]

Im Jahr 2024 beschäftigte die DW zehn freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend in Rumänisch tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund drei Vollzeitäquivalenten eingesetzt.

Das rumänischsprachige Angebot: Stärkerer Fokus auf Digitales

Das rumänischsprachige Angebot der DW bietet ein vielfältiges Themenspektrum, das sich an Zuschauerinnen und Zuschauer in Rumänien und der Republik Moldau richtet. Im Mittelpunkt stehen politische Entwicklungen in beiden Ländern sowie deren Beziehungen zur EU. Die Berichterstattung umfasst auch Themen wie **Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und Pressefreiheit**. Darüber hinaus behandelt *DW Rumänisch (DW Română)* soziale Fragestellungen, Umwelt- und Gesundheitsthemen sowie kulturelle Aspekte aus Rumänien, der Republik Moldau und Deutschland. Ein besonderes Augenmerk liegt auf der **EU-Integration** und der Vermittlung europäischer Perspektiven. Die Inhalte werden über die DW-Webseite, *YouTube, Facebook* und seit April 2025 auch auf *TikTok* verbreitet, um ein breites Publikum zu erreichen. Insgesamt arbeitet *DW Rumänisch* mit acht Online- und zwei Social-Media-Partnern zusammen, darunter *Adevarul.ro (Adevarul Holding), Ziare.com* und *Digi24.ro*.

Ergänzend zum digitalen Angebot bietet die DW auch ein festes wöchentliches **TV-Format**: Das Magazin *Europeo* wird regelmäßig von Partnern im Zielgebiet ausgestrahlt



DW-Korrespondentin Iulia Sarivan befragt junge Wählerinnen und Wähler vor einem Wahllokal in Brüssel zur rumänischen Präsidentschaftswahl 2025 – für DW Romanian auf Facebook.

799 Ebd.
800 FMM 2024b.
801 ENTR ist ein digitales Medienprojekt der DW und europäischer Partner. Es richtet sich an junge Erwachsene (18–34 Jahre) in Europa und behandelt gesellschaftspolitische Themen wie Klima, Migration und Demokratie – mehrsprachig und über nationale Grenzen hinweg.
802 RFE/RL 2024.
803 NPR 2025b.
804 Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/ro	133 Artikel 36 Videos
YouTube	DW Romanian	49 Videos
Facebook	DW Romanian	230 Posts

Abbildung 74: **Online-Angebote der DW in Rumänisch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

– darunter dem privaten Sender *B1* in Rumänien und von dem öffentlich-rechtlichen Sender *Moldova 1* in der Republik Moldau. Darüber hinaus ist *Europeo* vollständig und inklusive einzelner Videoausschnitte auf der DW-Webseite, dem *YouTube*-Kanal und auf *Facebook* verfügbar. Im TV-Bereich kooperiert *DW Rumänisch* mit insgesamt fünf Sendern, darunter *Digi24* und *TVR* in Rumänien sowie *TV Moldova 1* in Moldau.[805]

Nutzung: Deutlicher Rückgang im Online-Bereich mit stabiler Quote im TV

Im zweiten Halbjahr 2024 wurden durchschnittlich monatlich 941.000 Views erzielt – ein Rückgang um 79 % gegenüber 2021. Grund für den Rückgang waren vor allem die zuvor überdurchschnittlich hohen Zahlen 2021 bedingt durch die Corona-Pandemie. Als im Zielgebiet zahlreiche Verschwörungstheorien kursierten, war die DW eine zentrale und vertrauenswürdige Quelle für faktenbasierte Informationen. Sowohl auf der **eigenen Webseite** als auch den **Partnerschaften kam es seitdem zu Verlusten**, die sich auch mit Marktveränderungen und internen Umbrüchen sowie starken Reichweitenschwankungen bei rumänischen Online-Medien, darunter auch DW-Partnern, erklären lassen. Innerhalb der **sozialen Netzwerke** zeigt sich wiederum ein **differenzierteres Bild**: Auf *Facebook*, bislang die wichtigste Plattform, sank die Zahl der durchschnittlichen monatlichen Video Views von 2,8 Millionen im zweiten Halbjahr 2021 um 85 % auf 413.000 im gleichen Zeitraum 2024. Ein Grund ist die Änderung der Algorithmen[806] der Plattform, die sich negativ auf Nachrichteninhalte auswirkte. Auf *YouTube* konnte wiederum ein Zuwachs verzeichnet werden: Dort stiegen die durchschnittlichen monatlichen Video Views von 27.000 im zweiten Halbjahr 2021 auf 138.000 im zweiten Halbjahr 2024.

Trotz der schwierigen Bedingungen auf dem stark regulierten Fernsehmarkt in Rumänien konnte die DW mit ihrem **TV-Angebot ihre Zielgruppe mit passgenauen Angeboten für die Zielgruppe über Partner erreichen**.[807] Die DW-Sendungen *Euromaxx, Tomorrow Today, Global Us* und *Shift* wurden auch von reichweitenstarken TV-Partnern in Rumänien und in der Republik Moldau von öffentlich-rechtlichen Sendern übernommen. In Rumänien wurde bei dem privaten Sender *Digi24* und in Moldau bei *Teleradio Moldova* auch *Fokus Europa* als Koproduktion auf Rumänisch ausgestrahlt.

Akzeptanz: Gute Themen mit Potenzial bei Ausweitung des Profils

Im Evaluationszeitraum wurde ein Program Monitoring[808] zu *DW Rumänisch* auf *Facebook* durchgeführt. Dazu wurden die Beiträge der Redaktion auf *Facebook* untersucht, eine Umfrage unter den Nutzerinnen und Nutzern durchgeführt und die journalistische Qualität des Angebots überprüft. Sowohl die Fachmeinung als auch die befragten Nutzerinnen und Nutzer **hoben besonders die thematische Vielfalt hervor**.

> ***Einzelne Artikel gehören zum Besten, was der Markt zu bieten hat.***
>
> **Medienexpertin, Rumänien**

Besonders gelobt wurden die vertiefenden **Informationen, etwa zu Politik, Gesundheit und Kultur**, insbesondere mit Blick auf die Beziehungen zwischen Rumänien und Deutschland. Kritisch wurde hingegen angemerkt, dass unterhaltende Inhalte sowie Formate für eine jüngere oder weibliche Zielgruppe ausgebaut werden könnten. Frauen als Sprecherinnen und Akteurinnen seien im Angebot zudem unterrepräsentiert, so ein Teil der Kritik.

805 DW Rumänisch war 2021 und 2022 Teil des europäischen Kooperationsprojekts ENTR und erhielt dafür eine projektbezogene Finanzierung. Seitdem produziert die Redaktion jedoch keine eigenen Inhalte mehr für ENTR, sondern teilt gelegentlich ausgewählte Beiträge über Facebook oder passt einzelne Inhalte für die eigene Zielgruppe an.
806 Siehe Kapitel 4, Einleitung.
807 Laut einer Reichweitenerhebung aus dem Jahr 2021 wurde eine regelmäßige Schalte des rumänischsprachigen Programms der DW über den Partnersender B1 wöchentlich von rund 84.000 Personen angesehen – was einer Reichweite von 0,5 % der Gesamtbevölkerung entspricht. Siehe Studienverzeichnis: TV_9.
808 Program Monitoring DW Rumänisch Facebook-Kanal 2024.

4.7.5 Angebote für Südosteuropa

Mit den Sprachangeboten für Mittel- und Südosteuropa (Abbildung 75) richtet sich die DW neben Türkisch, Serbisch, Rumänisch und Polnisch mit sieben weiteren Sprachangeboten[809] an ihre Zielgruppe in Südosteuropa. Besonders im Westbalkan[810] arbeiten die einzelnen Sprachredaktionen eng zusammen, doch auch unter den übrigen Angeboten findet ein reger inhaltlicher Austausch statt. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass viele Zielländer der Region mit ähnlichen strukturellen und politischen Herausforderungen konfrontiert sind und Journalistinnen und Journalisten häufig unter schwierigen Bedingungen arbeiten. Der **politische Einfluss auf die Medien bleibt dabei eines der zentralen Probleme** – sowohl in EU-Mitgliedsstaaten als auch in Beitrittskandidaten – und kann als eine Art „unsichtbare Medienzensur“ verstanden werden.[811] In **Bulgarien** etwa sind die Medien fast vollständig auf Werbeeinnahmen angewiesen, deren Verteilung staatlich kontrolliert, intransparent und parteipolitisch motiviert ist.[812] In **Ungarn** wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk wiederum gezielt dafür genutzt, Propaganda zu verbreiten. Dazu werden Werbeeinnahmen für unabhängige Medien eingeschränkt und diese zusätzlich mit wirtschaftlichen Sanktionen durch das „Transparenzgesetz“[813] belegt. Hinzu kommt, dass zahlreiche private Medien übernommen wurden, sodass heute rund 80 % der Medienlandschaft von regierungsnahen Oligarchinnen und Oligarchen mit enger

809 Albanisch, Bosnisch, Bulgarisch, Griechisch, Kroatisch, Mazedonisch, Ungarisch.
810 Albanien, Bosnien-Herzegowina, Kosovo, Montenegro, Nordmazedonien und Serbien.
811 Balkan Insight 2024.
812 RoG 2024y.
813 DW 2025g, Das geplante ungarische Transparenzgesetz zielt darauf ab, auslandsfinanzierte Organisationen staatlich zu kontrollieren und als „Gefahr für die Souveränität“ zu kennzeichnen. Kritikerinnen und Kritiker sehen darin einen Versuch, oppositionelle Stimmen zu unterdrücken.



Abbildung 75: **Zielländer der DW in Mittel- und Südosteuropa**

Bindung an die Regierungspartei *Fidesz* kontrolliert werden.[814] Ungarn ist dabei kein Einzelfall: Auch in **Albanien** kontrollierten 2024 rund fünf Unternehmen den Großteil der Medienlandschaft.[815] In **Nordmazedonien** gerieten viele Fernsehsender ebenfalls wirtschaftlich unter Druck und sind stark von den Interessen weniger Eigentümerinnen und Eigentümer abhängig.[816] Diese strukturellen Schwächen führen dazu, dass regierungsnahe Medien dominieren und nationalistisches, populistisches sowie hetzerisches Gedankengut verstärkt verbreitet wird – häufig zulasten von Minderheiten und gesellschaftlicher Vielfalt.

Ein weiterer **bedeutender Einflussfaktor in Südosteuropa ist Russland**, dessen Aktivitäten seit Beginn des Angriffskriegs gegen die Ukraine im Februar 2022 spürbar zugenommen haben. Dabei wird gezielt auf **antieuropäische Ressentiments, antiwestliche Verschwörungstheorien und homophobe Rhetorik** gesetzt, um gesellschaftlichen Zusammenhalt zu schwächen.[817] Während Länder wie Albanien und Kosovo weiterhin eine klare Westorientierung beibehalten, zeigen andere Staaten der Region eine zunehmende Anfälligkeit für russische Propaganda. Besonders in Ungarn, Bosnien und Herzegowina und Nordmazedonien verbreiten regierungsnahe und teils staatlich kontrollierte Medien russische Narrative weitgehend ungefiltert weiter. Trotz der Tatsache, dass Investitionen, Handel und Hilfszahlungen in erster Linie aus der EU und den USA stammen, treffen sie in Teilen der Gesellschaft auf Zustimmung.[818] Vor allem die politische Instabilität und Reformstagnation in den Westbalkanstaaten sowie die Unsicherheit im EU-Integrationsprozess haben das Vertrauen in die EU erodieren lassen und ein Machtvakuum geschaffen, das externe Akteure wie Russland zunehmend für sich nutzen.[819] Neben Russland bauen auch China und die Türkei ihren Einfluss in Südosteuropa aus. Peking stärkt seine Präsenz insbesondere durch umfangreiche wirtschaftliche Investitionen und strategische Öffentlichkeitsarbeit. Laut dem *Center for European Policy Analysis (CEPA)* setzt China vor allem auf digitale Kanäle, um prochinesische Narrative zu stärken und westliche Demokratien zu deskreditieren.[820] Auch die Türkei verfügt mit *TRT Balkan* über ein weitreichendes Mediennetzwerk in Nordmazedonien, Albanien, Serbien, Bosnien und Kroatien und investiert gezielt in Personal, Infrastruktur und technische Ausstattung. Dabei verbreitet der Sender auch offen EU-feindliche, antichristliche und antiisraelische Narrative.

Parallel dazu bieten westliche internationale Wettbewerber ihre Angebote in den Sprachen Südosteuropas an (Abbildung 76).[821] Hinzu kamen Informationsanbieter wie, *Euronews* und *Pars Today* sowie bis Juli 2025 auch *Al Jazeera*[822] – ein Indikator für die hohe geostrategische Bedeutung der Region.

Die DW-Angebote für Südosteuropa: Vernetzende Informationen, unabhängige Perspektiven für ein junges Publikum und eine neue Sprache

In ihren Sprachangeboten für Südosteuropa setzt die DW auf einen **vielfältigen Medienmix aus TV-, Radio- und digitalen Inhalten**. Dabei arbeitet sie in mehreren Zielländern eng mit lokalen Partnern zusammen. Im Zentrum der Berichterstattung stehen Ereignisse aus europäischen Ländern. Einen besonderen redaktionellen Schwerpunkt bilden **Menschenrechte und Rechtsstaatlichkeit**, insbesondere mit Blick auf die Situation von Minderheiten in der Region. Die DW widmet sich beispielsweise intensiv der Berichterstattung über Sinti und Roma in Europa. Dabei arbeitet sie bewusst mit Roma-Journalistinnen und -Journalisten zusammen, um Europas größter ethnischer Minderheit mehr Sichtbarkeit und eine hörbare Stimme im öffentlichen Diskurs zu geben. Ein weiteres zentrales Thema ist der **Krieg in der Ukraine**. In diesem Kontext legt die DW großen Wert auf die Verifikation von Informationen und das Aufdecken von Desinformation. Ergänzt wird das Portfolio durch gesellschaftspolitische Inhalte wie **LGBTQIA+-Rechte, Korruption und politische Skandale** – Themen, die in staatsnahen Medien der Region häufig kaum Beachtung finden.

Um vorhandene Ressourcen effizient zu nutzen, setzt die DW auf **Synergien zwischen den Sprachdiensten**. So entstehen sprachübergreifend konzipierte Formate, die für verschiedene digitale Ausspielwege aufbereitet werden,

814 RoG 2025z.
815 RoG 2025aa.
816 RoG 2025ab.
817 Diplo News 2025.
818 Ebd.
819 Fruscione & Tafuro Ambrosetti 2025.
820 CEPA 2022.

821 Durch die Budgetkürzungen der Trump Regierung ist der Betrieb von RFE/RL in mehreren Ländern stark eingeschränkt, VOA wurde faktisch stillgelegt. Im Bericht wird die Entwicklung von USAGM abschließend bis zum 15.06.2025 für die DW-Zielregionen weltweit behandelt. Weitere Entwicklungen nach diesem Datum können aufgrund des Redaktionsschlusses nicht abgebildet werden.
822 Am 12. Juli 2025 wurde Al Jazeera Balkans nach 14 Jahren Sendebetriebt eingestellt.

Land	Anbieter	TV	Online/Social Media	Radio
Großbritannien	**British Broadcasting Corporation (BBC)**	-	× Serbisch	-
Katar	**Al Jazeera**	× Bosnisch, Kroatisch, Serbisch (bis Juli 2025)	× Bosnisch, Kroatisch, Serbisch	-
China	**China Radio International (CRI)**	-	× Albanisch, Bulgarisch, Kroatisch, Polnisch, Rumänisch, Serbisch	-
USA	**Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL)**	-	× Albanisch, Bosnisch, Bulgarisch, Mazedonisch, Rumänisch, Serbisch, Ungarisch	× Albanisch, Bosnisch, Mazedonisch, Rumänisch, Serbisch
	Voice of America (VOA)	× Albanisch, Bosnisch, Mazedonisch (bis 17.03.2025), Serbisch	× Albanisch, Bosnisch, Mazedonisch (bis 17.03.2025), Serbisch	-
	Cable News Network (CNN)	× Albanisch, Rumänisch	× Albanisch, Griechisch, Rumänisch	-
Frankreich	**Radio France Internationale (RFI)**	-	× Rumänisch	× Rumänisch
	TV5 Monde	× Rumänisch	-	-
Russland	**Sputnik**	-	× Griechisch, Polnisch, Serbisch	× Griechisch, Serbisch
	Russia Today (RT)	× Serbisch	× Serbisch	-
Paneuropäisch	**Euronews**	× Albanisch, Bulgarisch, Griechisch, Ungarisch, Polnisch, Serbisch, Rumänisch	× Albanisch, Bosnisch, Bulgarisch, Griechisch, Ungarisch, Serbisch, Polnisch, Rumänisch	-
Iran	**Pars Today**	× Bosnisch	× Albanisch, Bosnisch	× Albanisch

Abbildung 76: **Die wichtigsten Angebote der Wettbewerber in Südosteuropa**
Stand 2. Halbjahr 2024

wie *Balkan Booster*, das junge Journalistinnen und Journalisten aus den Zielländern zusammenbringt. In binationalen Tandems produzieren die Teilnehmenden unter Anleitung der DW Reportagen und Beiträge, die Gemeinsamkeiten junger Menschen in den oft verfeindeten Staaten thematisieren. Die inhaltliche Bandbreite reicht von Nationalismus und Identität bis hin zu Umweltschutz.

Ein weiteres wichtiges multimediales Format ist *Europeo*, das 2019 zunächst als Webvideo-Reihe in Serbisch, Kroatisch, Griechisch, Rumänisch und Albanisch gestartet wurde. Heute wird *Europeo* in Albanisch, Kroatisch, Serbisch, Griechisch, Bulgarisch, Rumänisch und Ungarisch ausgestrahlt. *Europeo* bietet aktuelle Reportagen und Beiträge zu europapolitischen, gesellschaftlichen und kulturellen Themen mit Relevanz für Mittel- und Südosteuropa. Das Format wird sprach- und plattformspezifisch angepasst, über Social Media und Premiumpartner verbreitet und ist in vielen Ländern das einzige **TV-Angebot**, das Europa in seiner Vielfalt sichtbar macht. Damit positioniert es sich als **wichtige Stimme gegen Europaskepsis und für ein vereintes Europa**. *Europeo* läuft wöchentlich über Partner wie *BHTI, N1, RTS* und *RTK* in Bosnien und Kroatien, bei *Nova TV* in Bulgarien[823] und auf *ERT* in Griechenland. Die **ungarische Ausgabe** entsteht in Kooperation mit *ATV* und wird zur Primetime ausgestrahlt. Ergänzt wird sie seit 2023 durch den Videopodcast *Europeo+* mit ungarischen Expertinnen und Experten.

Neben eigenen Formaten setzt die DW in Südosteuropa stark auf **regelmäßige TV-Schalten mit lokalen Partnersendern**. Zu den wichtigsten Partnern zählen der führende landesweite Sender *SKAI TV* in Griechenland, der zu den Top fünf gehörende Sender *ATV* in Ungarn sowie die *United Group*, die die größte Mediengruppe in Zentral- und Südosteuropa darstellt. Hinzu kommen die Partnersender *Nova* in Bulgarien[824] und *N1* in Bosnien und Kroatien. In Schalten kommentieren DW-Journalistinnen und Journalisten aktuelle Ereignisse sowie europapolitische Themen. In Albanien erfolgen wöchentlich zudem drei Schalten zu

823 Europeo auf Bulgarisch ist eine Koproduktion der DW mit der Nova Broadcasting Group in Bulgarien. Die ganze Sendung wird auf Nova News ausgestrahlt, einzelne Beiträge in Programmen von Nova TV genutzt und Ausschnitte aus Europeo auf dem Instagram-Kanal von Nova gepostet.

824 Sporadische Schalten im TV; digital übernimmt die Nova Gruppe auch Videos und Artikel der DW auf ihren Websites.



Exklusivinterview mit Peter Magyar, dem Vorsitzenden der ungarischen Oppositionspartei TISZA – DW-Reporterin Fanny Facsar im Gespräch in Budapest.

Deutschland- und Europa-Themen. Auch in Bosnien und Kroatien werden wöchentlich Beiträge an die Sender *BHT* und *N1* geliefert. In Bulgarien finden die Schalten in unregelmäßigen Abständen statt, während in Griechenland täglich Beiträge bei *SKAI TV* ausgestrahlt werden.

Als Reaktion auf die sich stetig verschlechternde Lage in Ungarn, **erweiterte die DW 2021 ihr journalistisches Angebot um *DW Ungarisch (DW Magyar)***.[825] Zunächst startete die DW einen *YouTube*-Kanal, es folgten Kanäle auf *Facebook* und *TikTok* – auch, um dem Informationsbedarf angesichts des Kriegs im Nachbarland Ukraine und der zunehmenden Einschränkung der Pressefreiheit in Ungarn zu begegnen. Damit bediente die DW das Informationsbedürfnis junger, politisch interessierter Ungarinnen und Ungarn, die ihre Ansichten in den nationalen Medien nicht mehr repräsentiert sehen. *DW Ungarisch* bietet **informierte Berichterstattung vor allem zu europäischen Themen** und unterscheidet sich damit stark von den übrigen Medien in Ungarn, die zu großen Teilen regierungsnah sind. Als unabhängige Informationsquelle hat der Kanal einen festen Platz in der ungarischen Medienlandschaft gefunden und trägt dem großen Bedarf an frei zugänglichen und verlässlichen Informationen Rechnung. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf Themen, die das Profil der DW prägen – allen voran **Demokratie, Menschenrechte und Meinungsfreiheit**. Die Redaktion arbeitet als reine Videoredaktion und kooperiert in Ungarn mit fünf großen Medienpartnern. Die meisten Inhalte werden dabei vom Premiumpartner *ATV* übernommen, wo die Mitarbeitenden der Redaktion regelmäßig zu aktuellen Themen schalten und gemeinsame Produktionen wie beispielsweise die Videopodcast-Reihe *Europeo+* ausstrahlen. Schalten-Interviews werden zudem auf dem *TikTok*-Kanal von *DW Ungarisch* übernommen. Zusätzlich wird *Europeo* vom Premium-Partner *ATV* übernommen. Auf *YouTube, Facebook* und *TikTok* werden zusätzlich Formate verbreitet, darunter das *Fact-Checking*-Format *Zajszűrő* (Geräuschfilter), die Kurzvideo-Reihe *Faces of Budapest and Berlin* und die Reportagenreihe *Untold Stories*. Für eine Reportage über Roma-Geflüchtete aus der Ukraine im Rahmen des *Untold Stories*-Format wurde die Redaktion 2022 mit dem renommierten ungarischen Journalismuspreis *Hégető Honorka* ausgezeichnet.

Das **digitale Angebot** der DW für Südosteuropa umfasst zudem multimediale Webseiten für alle Sprachdienste – außer für Ungarisch– und wird durch **eine starke Präsenz in den sozialen Medien** ergänzt. Insgesamt veröffentlicht die DW dort monatlich rund 1.069 Artikel und 174 Videos (Abbildung 77). Die mazedonische Redaktion, die vor allem aus einem Netzwerk an jungen Journalistinnen und Journalisten aus der Region besteht, produziert regelmäßig kurze Social-Media-Videos zu sozialpolitischen Themen und marginalisierten Gruppen.

Die bosnische, kroatische und serbische Redaktion der DW arbeitet als BKS-Dienst (Bosnisch-Kroatisch-Serbisch) zusammen. Jeder Sprachdienst verfügt über eigene Online-Auftritte, für die kroatischsprachige Zielgruppe gehören dazu die Webseite sowie bis 2024 die Kanäle *DW Kroatisch (DW Hrvatski)* auf *Facebook* und auf *X*. Für die bosnischsprachige Zielgruppe gibt es die Webseite sowie die Kanäle *DW Bosnisch (DW BHS)* auf *Facebook, Instagram, YouTube*. Auf *X* wurde der Kanal 2023 eingestellt. Auch die bulgarische Redaktion ist in den sozialen Medien aktiv und postet Beiträge auf *Instagram, Facebook* und *TikTok* – darunter erfolgreiche Videos über die Roma-Minderheit, die über eine Million Views generieren. Zudem gewann das bulgarischsprachige Angebot den *Daniela Seizova Preis* für die Reportage *Versteckter Völkermord: Warum es in Bulgarien an Medikamenten mangelt*.

Alle südosteuropäischen Sprachdienste betreiben eigene *Facebook*-Kanäle, ergänzt durch Angebote auf *YouTube* in Bosnisch, Griechisch und Ungarisch, *Instagram*-Kanäle auf Albanisch, Bulgarisch und ein trilingualer Kanal auf Bosnisch, Serbisch und Kroatisch sowie Kanäle in Albanisch und Griechisch auf *X*. Hinzu kommen auf *TikTok* Kanäle auf Griechisch, Ungarisch und Mazedonisch, seit Februar 2025 ist auch *DW Bulgarisch* auf *TikTok* vertreten (Abbildung 77). Im digitalen Bereich kooperiert die DW derzeit mir 52 Partnern in der Region – darunter Top-Anbieter wie *balkanweb.com* in Albanien, *klix.ba* in Bosnien und Herzegowina, *Dnevnik (dnevnik.bg), Dnes (dnes.bg),* die Portale der *Nova Group* sowie *Fakti.bg* in Bulgarien, *SKAI.gr* in Griechenland, *jutarnji.hr* in Kroatien, *time.mk* in Nordmazedonien und *24.HU* in Ungarn.

Neben ihren Online- und TV-Angeboten bietet die DW ihrer Zielgruppe in Griechenland auch ein **Radio-Angebot**. Täglich wird eine zehnminütige Radiosendung sowie ein wöchentlich dreiminütiger Kulturpodcast über insgesamt 35 Radiopartner verbreitet.

Im Jahr 2024 beschäftigte die DW zudem 76 freie Mitarbeitende im Ausland, die überwiegend für die Sprachangebote für Südosteuropa tätig waren. Insgesamt wurden freie Mitarbeitende im Ausland in einem Umfang von rund 21 Vollzeitäquivalenten eingesetzt.

825 Diese war bereits in den 1960er bis 1970er sowie in den 1990er Jahren Teil des Programms und wurde vor dem Hintergrund, der sich verschärfenden innenpolitischen Lage erneut eingeführt.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/sq	138 Artikel
	dw.com/bs	215 Artikel
	dw.com/bg	222 Artikel
	dw.com/el	218 Artikel 123 Audios
	dw.com/hr	201 Artikel 25 Videos
	dw.com/mk	293 Artikel 26 Videos
YouTube	DW Bosnian	36 Videos
	DW Greek	3 Videos
	DW Hungarian	93 Videos
Facebook	DW Albanian	143 Posts
	DW Bosnian	272 Posts
	DW Bulgarian	321 Posts
	DW Croatian	263 Posts
	DW Greek	273 Posts
	DW Hungarian	71 Posts
	DW Macedonian	255 Posts
Instagram	DW Albanian	62 Posts
	DW Bosnian	91 Posts
	DW Bulgarian	113 Posts
X	DW Albanian	126 Posts
	DW Greek	28 Posts
TikTok	DW Greek	2 Posts
	DW Hungarian	50 Posts
	DW Macedonian	42 Posts
	DW Bulgarian: seit Februar 2025	k. A.

Abbildung 77: **Online-Angebote der DW für Südosteuropa mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Nutzung: Verluste im Digitalangebot, stabile TV-Präsenz und neue Dynamik bei Social Media

Die wöchentliche Reichweite der DW in Europa lag 2024 bei 32 Millionen – und damit bei ungefähr drei Millionen weniger als im Vorjahr. Gründe dafür sind der **zunehmende Wettbewerb auf den europäischen Märkten sowie politische Herausforderungen**, die die Partnergewinnung und -pflege erschweren. Rund ein Drittel der Gesamtnutzung in Europa entfällt auf Videoinhalte im Fernsehen. Das DW **TV-Angebot blieb stabil** und konnte aufgrund der Schalten mit Partnern beachtliche Reichweiten erzielen.[826] In Albanien erreichte die DW beispielsweise mit ihrer Schalte im Morgenmagazin des Partnersenders TV Klan eine Millionen Menschen – 53,6 % der städtischen Zuschauerinnen und Zuschauer. Auch Formate wie *Europa Sot* (9,4 %) und *Edicioni Qendror i Lajmeve* (23 %) auf *News 24* erzielten starke Werte. In Bosnien und Herzegowina verfolgten rund 129.000 Menschen wöchentlich *Global* auf *BHT1* (4,6 %), ergänzt durch *Tomorrow Today* auf *RTRS* (1,2 %) und *BHT1* (1,5 %). In Kroatien war *In Good Shape* mit 2,7 % Marktanteil auf *HTV4* ebenfalls erfolgreich. Auch Formate wie *Global Us* mit 66.000 (1,8 %) und *Tomorrow Today* 51.000 (1,4 %) erzielten stabile Reichweiten. Über *N1* erreichten sechs DW-Formate, darunter *Shift, Euromaxx* und *Newsroom*, zusammen rund 224.000 Zuschauende wöchentlich. In Griechenland verfolgten durchschnittlich über 700.000 Personen die DW-Schalten bei *SKAI News* – je nach Sendezeit sogar bis zu durchschnittlich 881.000. In Bulgarien verfolgten je nach Format zwischen 230.000 und 300.000 Zuschauende DW-Sendungen (*Euromaxx, Tomorrow Today, Global Us, Shift)* auf *Nova News* oder *Bulgaria on Air* während in Ungarn die Kooperation mit *ATV* rund 130.000 Menschen erreichte.[827]

Eine Reichweitenstudie[828] aus dem Jahr 2023 bestätigt zudem, dass die **DW im Kosovo eine starke Markenbekanntheit** besitzt: 45 % der Gesamtbevölkerung und 49 % der Zielgruppe kennen die DW – und damit mehr als andere internationale Wettbewerber wie die *BBC* (43 %/47 %), *CNN* (41 %/46 %) oder *Al Jazeera* (27 %/36 %). Auch bei der wöchentlichen Nutzung liegt die DW mit ihren albanischen und serbischen Programmen vorn: 5 % der Zielgruppe greifen regelmäßig auf DW-Inhalte zu, während der nächstbeste Wettbewerber, *Al Jazeera*, auf 2,8 % kommt. Die

826 Siehe Studienverzeichnis: TV_1, TV_2, TV_4, TV_6, TV_12, TV_13.
827 Siehe Studienverzeichnis: TV_04 und TV_12.
828 Siehe Studienverzeichnis: RM_19.

hohe Bekanntheit und Nutzung ist dabei vor allem auf historische Gründe wie die Jugoslawienkriege in den 1990er Jahren und das Engagement der DW zurückzuführen.

Im **digitalen Bereich** ist die Nutzung in Südosteuropa mit monatlich durchschnittlich 15,1 Millionen Zugriffen auf die sieben Sprachangebote im zweiten Halbjahr 2024 leicht rückläufig. *DW Ungarisch* erzielte im zweiten Halbjahr 2024 mit durchschnittlich 4,7 Millionen Views pro Monat die höchsten Nutzungszahlen; die Reichweite verachtfachte sich im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Jahr 2021. Der Erfolg dieses noch jungen Angebots zeigt die großen Nutzungspotenziale auf, die Sprachangebote mit vergleichsweise geringen Bevölkerungszahlen entfalten können. Auch *DW Griechisch* konnte im Vergleichszeitraum mit durchschnittlich monatlich 2,1 Millionen Views mehr als eine Verdopplung erzielen. *DW Mazedonisch* blieb mit durchschnittlich monatlich 1,8 Millionen Views im zweiten Halbjahr 2024 stabil. Andere Sprachangebote mussten Einbußen in der Nutzung hinnehmen. So erreichte *DW Bulgarisch* im zweiten Halbjahr 2024 durchschnittlich monatlich 3,7 Millionen Views, *DW Bosnisch* 1,1 Millionen Views, *DW Kroatisch* knapp unter einer Million Views und *DW Albanisch* 761.000 Views. Auch die Nutzung der **DW-Webseite** nahm in fast allen südosteuropäischen Sprachen deutlich ab.

Ein wesentlicher Teil der **digitalen Nutzung kommt über Partner** zustande, auch wenn hier ebenfalls Rückgänge zu verzeichnen sind: Im zweiten Halbjahr 2024 generierten die Kooperationen durchschnittlich 1,8 Millionen Zugriffe – gegenüber 5,3 Millionen im Jahr 2021. Die höchsten Zugriffszahlen über Partner erreichte das bulgarischsprachige (849.000) sowie das kroatischsprachige (559.000) Angebot.

In den sozialen Medien zeigte sich hingegen ein gemischtes Bild mit deutlichen Zugewinnen auf der einen und Rückgängen auf der anderen Seite. So mussten *DW Albanisch, DW Bosnisch* oder *DW Kroatisch* Verluste hinnehmen. Gleichzeitig konnten *DW Griechisch* und *DW Ungarisch* ihre Reichweiten deutlich ausbauen – letzterer insbesondere durch den neu eingeführten *Facebook*-Kanal. Auch *DW Mazedonisch* verzeichnete mit einem Plus von 27 % eine positive Entwicklung. ***Facebook* bleibt die wichtigste Plattform** für das südosteuropäische Angebot der DW. Gleichzeitig führten algorithmische Änderungen[829], die Nachrichteninhalte systematisch benachteiligen, zu erheblichen Reichweitenverlusten auf der Plattform. Zwar konnten Zugewinne auf anderen Plattformen wie *Instagram* und *YouTube* – etwa bei *DW Albanisch*, den *BKS*-Angeboten, *DW Ungarisch* und *DW Bulgarisch* – die Verluste teilweise etwas abfedern, jedoch nicht vollständig kompensieren. Hinzu kommen auch bei diesen Plattformen deutliche Verschiebungen: *Instagram* legte besonders beim albanischsprachigen Angebot (von 68.000 auf 274.000) zu, während *YouTube* vor allem in den ungarischen (von 81.000 auf 762.000) und bosnischen Angeboten (von 77.000 auf 267.000) starke Zugewinne verzeichnete. *DW Bulgarisch* erzielte dabei auf *Instagram* ähnliche Reichweiten wie die führenden nationalen Portale und wichtigsten Wettbewerber. Ergänzend wurden für das griechische und das bulgarische (seit 2025) Sprachangebot *TikTok*-Kanäle eingeführt, während *X* in mehrere Sprachdiensten eingestellt wurde. Ebenfalls beendet wurde die Textkooperation mit dem ungarischen Partner *HVG*, um die Ressourcen der ungarischen Redaktion umschichten zu können. Der Fokus wurde anschließend neu strukturiert auf den seit Dezember 2024 gestarteten *TikTok*-Kanal gelegt.

Die Audionutzung konnte sich auf ihrem Niveau stabil halten.

Akzeptanz: Relevant, aktuell und qualitativ hochwertig

Im Evaluationszeitraum wurde nur vereinzelt Forschung zur Akzeptanz der südosteuropäischen Sprachdienste durchgeführt. Hauptgründe hierfür sind die begrenzten Ressourcen und eine strategische Priorisierung anderer Zielmärkte. Dennoch bieten qualitative Forschungsarbeiten wie beispielsweise Program Monitorings für das bulgarische und das ungarische Angebot relevante Einblicke in Wahrnehmung der Angebote. Perspektivisch wird jedoch eine stärkere Forschungstätigkeit in der Region angestrebt, nicht zuletzt aufgrund der politischen Entwicklungen vor Ort.

Laut eines Program Monitorings[830] zum **bulgarischsprachige Angebot** der DW auf *Facebook* wurde dieses sowohl von den Nutzenden als auch von der Fachmeinung sehr positiv bewertet. Im stark polarisierten bulgarischen Medienumfeld gilt die DW als **glaubwürdige und unabhängige Informationsquelle**. Besonders hervorgehoben wurden die fundierte und ausgewogene Berichterstattung zu europäischen Themen sowie Russland und dem Krieg in der Ukraine.

829 Siehe Kapitel 4, Einleitung.

830 Program Monitoring DW Bulgarisch Facebook 2023.



Die DW bietet klare verständliche, präzise und wahrheitsgemäße Informationen.

Nutzer/in[831], Bulgarien

Die DW hat ein breites inhaltliches Spektrum.

Nutzer/in, Bulgarien

Ein ehrliches Medium, dem man vertrauen kann.

Nutzer/in, Bulgarien

Vereinzelt äußerten Nutzende jedoch Kritik daran, dass die Darstellung nicht immer der Realität entspräche und die DW einseitig berichten würde.

Meistens sind die Informationen vertrauenswürdig, obwohl die Sichtweise auf die Realität in Bulgarien manchmal kaum der Wahrheit entspricht.

Nutzer/in, Bulgarien

Seid objektiver und politisch neutraler.

Nutzer/in, Bulgarien

Der ***Facebook*-Kanal *DW Ungarisch*** wurde laut des Program Monitorings[832] von den Nutzenden und Fachexpertise insgesamt ebenfalls sehr positiv bewertet. In einem von regierungsnahen Medien dominierten Umfeld wurde die DW als **vertrauenswürdige und unabhängige Quelle** wahrgenommen.

Einzigartige Inhalte, tolle Journalistinnen und Journalisten, einfach eine der wenigen unabhängigen Informationsquellen.

Nutzer, Ungarn

Kurz, auf den Punkt gebracht, verständlich, nicht manipulativ.

Nutzerin, Ungarn

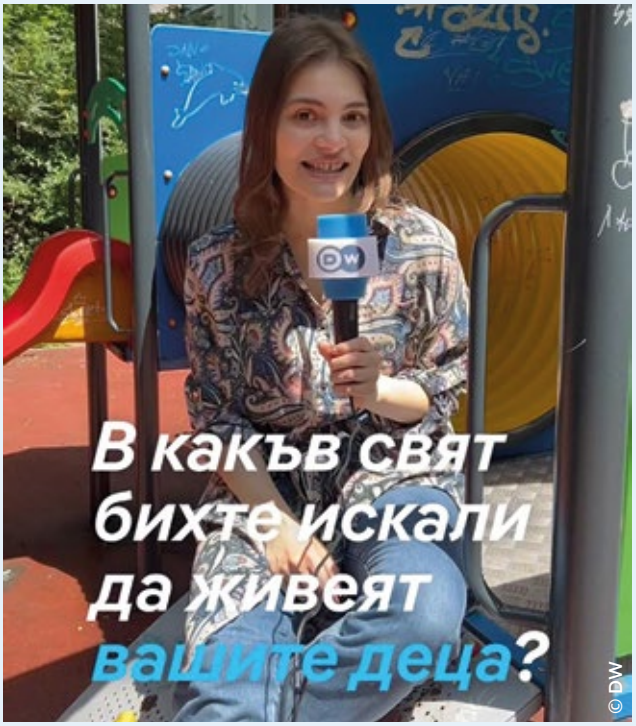
Eine faire, offene und informative Plattform mit öffentlich-rechtlichem Charakter, die für alle zugänglich ist.

Nutzerin, Ungarn

831 Geschlecht in diesem Fall nicht angegeben; in Folge immer als Nutzer/in dort gekennzeichnet, wo keine Daten vorliegen.

832 Program Monitoring DW Ungarisch Facebook 2023.

Ein weiterer Erfolgsfaktor sei laut Medienexpertin das aktive Community-Management.



Das Angebot zeichnet sich durch eine ständige Präsenz im Kommentarbereich, gezielte Fragen und kultivierte, intelligente Reaktionen aus.

Medienexpertin, Ungarn

Thematisch stehen Freiheitsrechte, Demokratie, Rechtsstaatlichkeit sowie Umwelt- und Gesundheitsthemen im Vordergrund – Themen, mit denen sich das Angebot von der lokalen Konkurrenz unterscheidet. Gleichzeitig wurde der Wunsch nach einer stärkeren lokalen Berichterstattung und mehr Faktenchecks geäußert.

Leider stammen nur wenige Beiträge aus Ungarn – dieses Verhältnis ließe sich durch mehr lokale Berichterstattung verbessern.

Medienexpertin, Ungarn

Ich würde gerne mehr Faktenchecks zur ungarischen Propaganda sehen.

Nutzer, Ungarn

Fazit

Angesichts der nach wie vor schwierigen presserechtlichen Lage in den meisten Zielländern und dem wachsenden Einfluss autoritärer Staaten wie Russland und China bleibt die DW in ihren europäischen Zielregionen eine unverzichtbare Anbieterin unabhängiger Informationen. Mit faktenbasierter Berichterstattung stellt sie nicht nur ein **Gegengewicht zur oft einseitigen Berichterstattung nationaler Medien** dar, sondern stärkt Vertrauen in Demokratie, gesellschaftlichen Zusammenhalt und eine resiliente, informierte Öffentlichkeit in der Region. Durch die eingeschränkte Arbeit von *RFE/RL* in mehreren Ländern der europäischen Zielregion kommt der DW noch **mehr Verantwortung** zu, denn sollte sie das mediale Vakuum nicht füllen, könnten es andere zum Teil undemokratische Akteure tun. Die Nutzung von Videoinhalten über TV ist nach wie vor ein wichtiger Faktor. Gleichzeitig hat die Nutzung von Online-Medien die klassische Fernsehnutzung in vielen Ländern inzwischen überholt. Vor allem bei der jungen Zielgruppe stehen die sozialen Medien im Fokus und sie haben einen großen Bedarf an unabhängiger Berichterstattung jenseits staatlicher oder wirtschaftlicher Einflussnahme. Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, investiert die DW gezielt in den **Ausbau ihrer digitalen Präsenz und entwickelt innovative Formate für soziale Medien**.

Gleichzeitig bleibt die politische und **mediale Situation in vielen Zielländern Europas besorgniserregend.** Besonders die Türkei steht weiterhin im Fokus der DW, nicht nur wegen der massiven Einschränkungen der Pressefreiheit im Land selbst, sondern auch wegen ihres politischen Einflusses in die Region. Auch Polen und Ungarn haben eine zentrale Bedeutung – nicht zuletzt aufgrund der zunehmenden Instrumentalisierung der Medienlandschaft. Die Einführung des ungarischsprachigen DW-Angebots 2021 war wichtig, um den Menschen vor Ort eine glaubwürdige, unabhängige Alternative zu bieten – ein Schritt, der auch vom Publikum sehr positiv aufgenommen wurde.

4.8 Deutsch



© DW

Kultur Intensiv: Die DW begleitet die Brahmstage 2023 in Tutzing – mit der international renommierten Dirigentin Alondra de la Parra.

Das deutschsprachige Angebot der DW richtet sich an Deutschsprechende und Deutschlernende außerhalb der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) und bedient damit eine vergleichsweise **kleine und heterogene Zielgruppe**. Weltweit wird die Zahl der Menschen, die Deutsch als Mutter- oder Zweitsprache sprechen, auf 130 Millionen geschätzt[833] – davon leben rund fünf Millionen in den DW-Zielregionen außerhalb Europas (Abbildung 78). Zusätzlich gibt es etwa 15,4 Millionen Menschen weltweit, die Deutsch als Fremdsprache erlernen.[834] Beide Zielgruppen sind global verteilt, was zu unterschiedlichen sprachlichen und inhaltlichen Bedürfnissen führt und die Programmgestaltung anspruchsvoll macht.

Deutschsprechende haben häufig einen direkten Bezug zu Deutschland, etwa weil sie ausgewandert sind oder familiäre Beziehungen bestehen. Sie können Inlandsmedien wie *ARD, ZDF, RTL, Spiegel Online, tagesschau.de* und viele andere digital nutzen. Allerdings ist die Detailtiefe der Inlandsmedien oftmals zu groß, da sie nicht ausreichend in der deutschen Kultur verwurzelt sind. Für Deutschlernende setzen deutsche Inlandsmedien zudem meist ein zu hohes Sprachniveau sowie Kenntnisse über Deutschland voraus.

Bei beiden Zielgruppen geht die DW von einem starken Interesse an Deutschland, Europa und der deutschen Sprache aus. Die DW bietet ihnen daher Einblicke in das Leben in Deutschland und Europa, die sie anderswo nur schwer finden, sowie eine deutsch-europäische Perspektive auf internationale Themen. Das deutschsprachige Angebot der DW dient dabei als Ergänzung zu den primären Informationsquellen in ihrer jeweiligen Muttersprache – aktuelle Nachrichten beziehen sie meist aus Medien ihres eigenen Sprachraums. Das deutschsprachige Angebot der DW agiert somit **in einem anspruchsvollen Wettbewerbsumfeld**. Es konkurriert nicht nur mit Medien aus den Zielregionen, sondern auch mit deutschen Anbietern um die Aufmerksamkeit der Nutzenden. Diese Wettbewerbssituation erfordert eine klare inhaltliche Positionierung, um die Relevanz und den Mehrwert des Angebots nachhaltig zu sichern.

833 Bundesregierung 2020.
834 AA 2020.

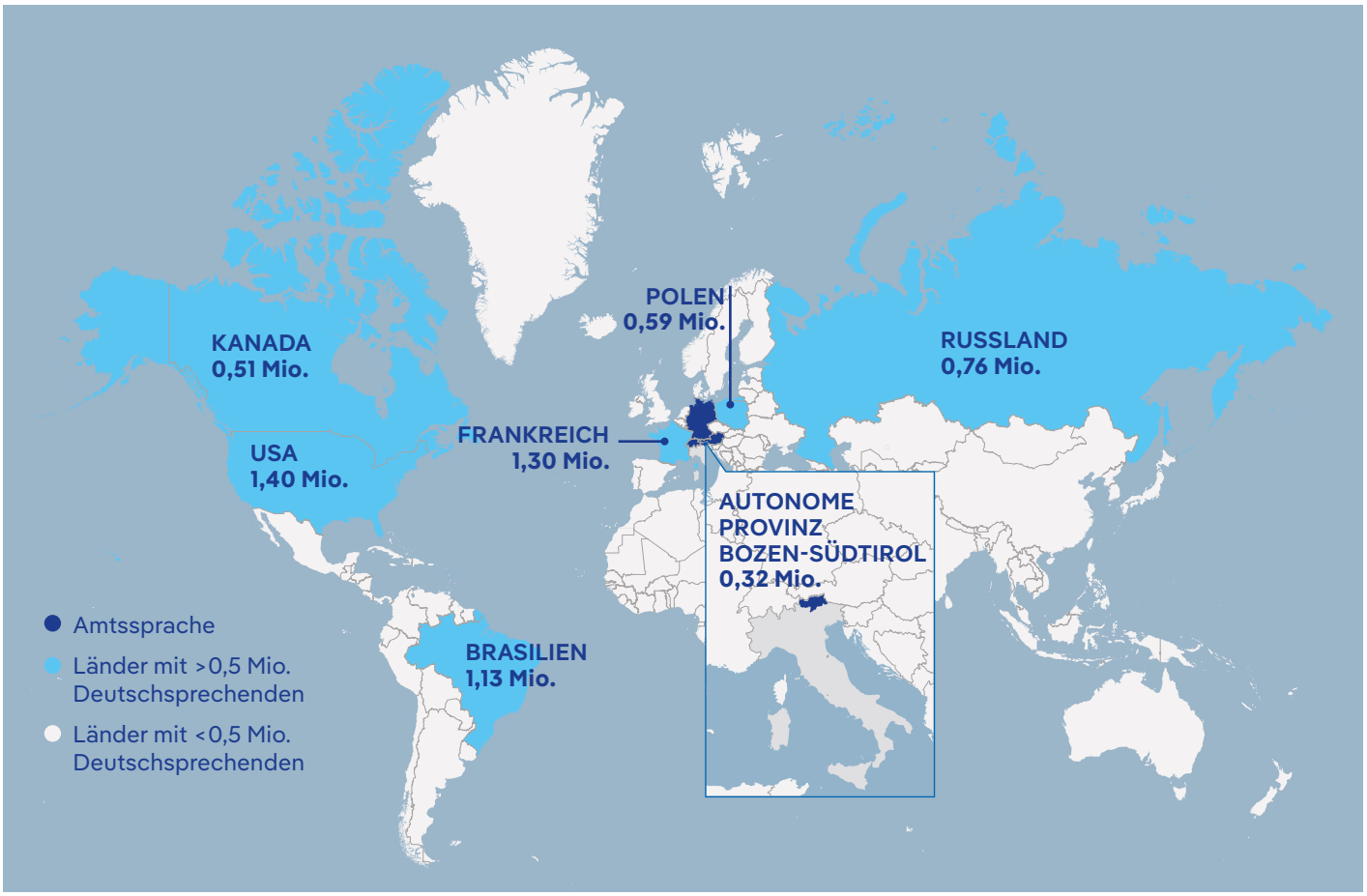


Abbildung 78: **Deutsch weltweit: Neben Europa leben die meisten Deutsch-Sprecher in Nordamerika, Brasilien und Russland**
Eigene Darstellung nach Ammon (2015).

Das deutschsprachige Angebot: Seit 2024 ausschließlich digital

Die DW bietet mit ihrem deutschsprachigen Angebot leicht verständliche Informationen, um sowohl Muttersprachlerinnen und Muttersprachler als auch Deutschlernende weltweit gezielt zu erreichen. Damit bietet das deutschsprachige Angebot der DW einen Mehrwert auch im nationalen Medienumfeld. Durch eine redaktionelle Neuausrichtung wird nun noch bewusster auf mehr Kontext und Tiefe anstatt reiner Aktualität gesetzt. Ende 2023 stellte die DW ihren deutschsprachigen TV-Kanal ein, da die geringe Reichweite von zuletzt 250.000 wöchentlichen Zuschauenden[835] nicht im Verhältnis zu den vergleichsweise hohen Produktions- und Distributionskosten stand. Stattdessen setzt die DW seit 2024 verstärkt auf **ein digitales, multimediales Angebot** (Abbildung 79), das gezielt über *dw.com/deutsch, YouTube DW Deutsch* und *YouTube DW Doku* verbreitet wird. Gleichzeitig wurde der Fokus auf Deutschlernangebote[836] verstärkt, da hier eine deutlich größere Zielgruppe erreicht werden kann.

Um die Effizienz zu steigern, hat die DW ihre deutschsprachigen Social-Media-Aktivitäten strategisch gebündelt: Acht *Facebook*- und fünf *X*-Accounts[837] wurden eingestellt. Stattdessen werden die Inhalte gezielt über eine reduzierte, aber hochwertig betreute Anzahl an

835 DW 2021c.

836 Siehe Kapitel 4.9.

837 Zu den eingestellten Accounts gehören bei Facebook: DW Deutsch, DW Digitales Leben, DW Euromaxx Deutsch, DW Kultur, DW Musik, DW Sport, DW Wirtschaft und DW Reise. Bei X: dw_deutsch, dw_wissenschaft, dw_sport, dw_kultur und dw_wirtschaft. Über den Account @dw_politik erfolgen weiterhin regelmäßig Posts.

YouTube-Kanälen verbreitet. Diese Neuausrichtung soll das Angebot optimieren und dessen Wirksamkeit steigern. Inhaltlich setzt das deutschsprachige Angebot auf Hintergründe, Analysen und Faktenchecks zu aktuellen Entwicklungen in Deutschland, Europa und der Welt. Die Inhalte sind verständlich aufbereitet – speziell für Deutschsprechende und Deutschlernende im Ausland. Statt schneller Agenturmeldungen bietet die DW einordnende Informationen mit klarer Sprache, kurzen Sätzen und wenigen Fremdwörtern. Thematisch deckt das Angebot die Bereiche Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Umwelt und Sport ab und verfolgt dabei einen plattform- und zielgruppenorientierten *Storytelling*[838]-Ansatz.

Einige der ehemals im TV ausgestrahlten **Magazine** werden weiterhin produziert und über digitale Kanäle verbreitet. Dazu gehören unter anderem die Talkshow *Auf den Punkt*, in der aktuelle internationale Themen kontrovers diskutiert werden, das Globalisierungsmagazin *Global Us,* das innovative Lösungen und neue Perspektiven für eine nachhaltige Zukunft beleuchtet, und *Shift – Leben in der digitalen Welt*, das die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung sowie deren Auswirkungen auf Gesellschaft und Alltag analysiert. Auch das Lifestyleformat *Euromaxx* und das DW-Magazin *Reporter* mit interessanten Berichten aus aller Welt, sind weiterhin auf Deutsch abrufbar, ebenso das neue Format *Mapped Out,* in dem es darum geht, mit Hilfe von Karten die Hintergründe von Konflikten und globalen Herausforderungen zu verstehen und sich in einer zunehmend komplexen Welt zurechtzufinden. Die Wissenschaftsmagazine *Tomorrow Today* und *In Good Shape* sind auf Deutsch nicht mehr weitergeführt worden, *Fokus Europa* ebenfalls nicht mehr. Allerdings werden weiterhin zahlreiche Einzelbeiträge dieser Magazine produziert und auf den deutschsprachigen Social-Media-Accounts und auf der Webseite Deutsch zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus wird *Meet The Germans*, eine englischsprachige Webserie, die Einblicke in die deutsche Kultur, Sprache, Traditionen und gesellschaftliche Besonderheiten bietet, in einer Fassung mit deutschen Untertiteln erstellt. Damit ist das Angebot für die Nutzenden in deutscher Sprache insgesamt inhaltlich vielfältig und digital jederzeit abrufbar.

838 Siehe Glossar.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	dw.com/de	492 Artikel 180 Videos
YouTube	DW Deutsch	116 Videos
	DW Doku	3 Videos
	ENTR	2 Videos
Instagram	ENTR deutsch (De.entr)	30 Posts

Abbildung 79: **Online-Angebote der DW in Deutsch mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Monatlich veröffentlicht die DW auf *dw.com/deutsch* durchschnittlich 490 Artikel und 180 Videos. Der *YouTube*-Kanal *DW Deutsch* bietet monatlich 116 Videos, während *DW Doku* auf *YouTube* monatlich drei Dokumentationen pro Monat bereitstellt. Zusätzlich werden die Inhalte über 48 Online-Partner wie *MSN*, *Volkswagen* und *Focus Online* verbreitet.

Darüber hinaus betreibt die DW zwei deutschsprachige Accounts auf *YouTube* und *Instagram* aus dem Drittmittelprojekt *ENTR*.[839]

Das Portfolio wird durch den wöchentlichen **Podcast** *Wirtschaft im Gespräch* gezielt erweitert. In diesem Format kommen führende Ökonominnen und Ökonomen, Wirtschaftslenkende sowie kritische Stimmen zu aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen und globalen Trends zu Wort. Durch fundierte Analysen und tiefgehende Gespräche bietet der Podcast wertvolle Einblicke für ein breites Publikum. Weitere während des Evaluationszeitraums für eine begrenzte Laufzeit produzierte Podcasts sind der investigative True-Crime-Podcast *Cannabis Cowboys – Die JuicyFields-Saga* sowie *Echt behindert!* – der Podcast zu Barrierefreiheit und Inklusion. Alle Podcasts sind auf *Spotify, Apple Podcasts* und weiteren Plattformen verfügbar.

Neben journalistischen Inhalten bietet die DW ein umfassendes *E-Learning*-Angebot für Deutschlernende und Deutschlehrende weltweit.[840] Hierzu gehören das Online-Lernportal *learngerman.dw.com* sowie Accounts auf *YouTube, Instagram, Facebook* und *TikTok*.

839 ENTR richtet sich an ein junges europäisches Publikum im Alter von 18 bis 34 Jahren, bietet europäische Perspektiven auf soziale Veränderungen und stärkt damit den interkulturellen Dialog sowie das Verständnis für gesellschaftliche Entwicklungen in Europa. Das Projekt wird durch die Europäische Kommission und das AA gefördert. Siehe Kapitel 4.7.

840 Eine detaillierte Beschreibung und Bewertung der Deutschlernangebote findet sich in Kapitel 4.9.

Resonanz: Hohe Reichweiten trotz reduziertem Portfolio

Im zweiten Halbjahr 2024 verzeichnete die DW mit ihren deutschsprachigen Angeboten durchschnittlich 21,4 Millionen Abrufe pro Monat. Nicht enthalten sind die Abrufzahlen der deutschsprachigen Accounts des Drittmittelprojekts *ENTR*, die monatlich weitere 120.000 Abrufe erreichten, sowie die Abrufzahlen der Deutschkurse. Trotz eines Rückgangs um 46 % im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2021[841] sind die Reichweiten angesichts des stark konsolidierten Produktportfolios (und damit verbundenem zahlenmäßig verringerter Output) als hoch zu bewerten.

Etwa 44 % der Nutzung erfolgt über Partnerplattformen wie *Volkswagen*[842] und *Focus Online*.[843] 31 % der Abrufe entfallen auf die eigene Webseite *dw.com/deutsch*, während 24 % über die Social-Media-Kanäle der DW generiert werden. Innerhalb der sozialen Medien spielt der *YouTube*-Kanal *DW Deutsch* mit vier Millionen monatlichen Abrufen die größte Rolle.

Das digitale deutschsprachige Angebot verzeichnet **insgesamt eine hohe Nutzung**; allerdings ein Großteil davon aus der DACH-Region. Auf *dw.com/deutsch* entfallen durchschnittlich rund 70 % der monatlichen Besuche auf Nutzende aus Deutschland, weitere 6 % aus Österreich und der Schweiz. Immerhin erfolgt rund 4 % der Nutzung der Webseite aus den USA, der Rest verteilt sich auf andere Länder weltweit. Auch auf den *YouTube*-Kanälen *DW Deutsch* und *DW Doku* liegt der Anteil der Abrufe aus Deutschland bei über 70 %. Die eigentliche Zielgruppe, bestehend aus Deutschsprechenden im Ausland und Deutschlernenden stellt damit nur weniger als ein Drittel der Nutzenden dar. Auf *DW Deutsch* auf *YouTube* und *DW Doku* entfallen dabei kleinere Segmente der Nutzung etwa auf Brasilien, Indien und Russland. Diese Zahlen verdeutlichen die herausfordernde Marktsituation für ein deutschsprachiges Angebot außerhalb Deutschlands.





Shift ist das Technologie- und Digitalformat der DW. Global Us zeigt, wie Menschen weltweit mit der Globalisierung umgehen. Beide Formate sind in deutscher Sprache verfügbar.

Fazit

Die DW hat ihr deutschsprachiges Angebot grundlegend neu ausgerichtet und bietet **seit 2024 ein rein digitales, multimediales Portfolio**. Mit der Einstellung des TV-Kanals wurde das Angebot verschlankt und gezielt auf digitale Plattformen ausgerichtet. Inhaltlich liegt der Fokus auf Hintergründen, Analysen und Faktenchecks in klarer, verständlicher Sprache, die speziell auf die Bedürfnisse eines internationalen Publikums zugeschnitten sind. Trotz des reduzierten Portfolios erzielt die DW mit ihrem deutschsprachigen Angebot weiterhin beachtliche Reichweiten. Gleichzeitig bleibt es eine große Herausforderung, die Zielgruppe der Deutschsprechenden und Deutschlernenden außerhalb der DACH-Region zu erreichen. Nach wie vor entfällt der Großteil der Nutzung auf Deutschland, was die schwierige Marktsituation für ein deutschsprachiges Angebot außerhalb Europas verdeutlicht.

841 DW 2021c.
842 Die aktive Kooperation mit Volkswagen beinhaltet eine Kooperation in Fahrzeugen der Volkswagen Gruppe, in denen Texte als Audio abrufbar angeboten werden. Texte auf Deutsch, Englisch, Polnisch, Portugiesisch, Spanisch, Türkisch, Russisch, Ukrainisch, Griechisch, Kroatisch, Französisch und Rumänisch erreichen so eine monatliche Reichweite von ca. 5-7 Millionen Abrufen. Auf deutsche Artikel entfallen hier etwa drei Millionen Abrufe.
843 Deutschsprachiges Nachrichtenportal der Burda Forward GmbH mit 10,26 Millionen Onlinereichweite. DW platziert auf der Newsplattform Textnachrichten aus verschiedenen Ressorts und ausgewählte Videobeiträge aus DW TV-Magazinen wie Euromaxx, Shift, Global Us und anderen.

4.9 Deutschlernangebote



Deutschlernangebote zur Förderung der deutschen Sprache.

Die Förderung der deutschen Sprache ist ein zentraler Teil des gesetzlichen Programmauftrags der DW. Um diesen zu erfüllen, bietet die DW zusätzlich zu ihren journalistischen deutschsprachigen Angeboten auch ein **umfangreiches, multimediales und mobil nutzbares Bildungsangebot für Deutschlernende und Deutschlehrende weltweit**. Es wird in der Verantwortung der DW Akademie erstellt.

Laut einer Erhebung des *Auswärtigen Amts (AA)* lernten im Jahr 2020 etwa **15,4 Millionen Menschen Deutsch als Fremdsprache**, hauptsächlich in Europa und der Russischen Föderation.[844] Die Nachfrage nach Deutsch als Fremdsprache bleibt hoch und wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst. Dazu zählen Deutschlands Attraktivität als Wirtschafts- und Studienstandort, die gezielte Anwerbung internationaler Fachkräfte – insbesondere in Mangelberufen – sowie Fluchtbewegungen, etwa infolge des Kriegs in der Ukraine. Auch kulturelles Interesse und der Tourismus tragen zur weltweiten Verbreitung der deutschen Sprache bei. Mit den Deutschlernangeboten vermittelt die DW Lernenden von Anfänger- bis Fortgeschrittenen-Niveau nicht nur Sprachkenntnisse, sondern auch Wissen über Deutschland, seine Werte und Kultur.

Marktumfeld: Mehr mobile Verfügbarkeit, Interaktivität und Social Media

Ähnlich wie die DW bieten auch andere internationale Medienanbieter wie *BBC World Service*[845]*, Voice of America (VOA)*[846], *Radio France Internationale (RFI)*[847], *TV5 Monde*[848] und *Nippon Hōsō Kyōkai (NHK) World Japan*[849] internationalen Nutzenden neben ihrem journalistischen Angebot kostenlose Sprachlernangebote zum

844 AA 2020. Das AA veröffentlicht die Daten in Zusammenarbeit mit dem Goethe-Institut, dem Deutschen Akademischen Auslandsdienst (DAAD), der Zentralstelle für das deutsche Auslandsschulwesen (ZfA) und der DW.

845 BBC o.D.
846 VOA 2025d.
847 RFI 2025, FMM 2022.
848 TV5 Monde 2025a, TV5 Monde 2025c.
849 NHK 2025.

Erlernen der jeweiligen Sprache an und vermitteln dabei landeskundliche und kulturelle Inhalte. Die Angebote sind ebenfalls für unterschiedliche Sprachkompetenzstufen von Anfänger- bis Fortgeschrittenen-Niveau konzipiert und verbinden eine Vielzahl von Lernmaterialien in verschiedenen Formaten wie Audio, Video, Text und interaktiven Übungen. Dabei haben mehrere Anbieter auch spezielle Kategorien im Angebot, wie Sprachkenntnisse für den Beruf sowie Angebote, die sich auf Nachrichten und andere aktuelle Themen beziehen. Um das Lernen attraktiver zu gestalten, finden sich viele interaktive und spielerische Elemente in den Angeboten, teilweise kommt auch KI zum Einsatz.[850] Die Inhalte sind über verschiedene Medienkanäle wie Social Media, Apps, als Podcasts sowie vereinzelt über Radio und Fernsehen[851] zugänglich. Die internationalen Wettbewerber stehen zwar nicht in Konkurrenz um Deutschlernende, dienen aber dennoch als wichtige Benchmarks[852] bezüglich ihrer Sprachlernangebote.

Im Bereich digitaler Deutsch-Kurse konkurriert die DW allerdings mit anderen **staatlich geförderten Anbietern**. Das *Goethe-Institut* bietet eine Vielzahl von Sprachkursen an. Dazu gehören kostenpflichtige Präsenz- und Online-Deutschkurse, Fortbildungen für Deutschlehrkräfte sowie kostenlose digitale Sprachlernressourcen. Diese umfassen unter anderem Apps, Spiele, Übungen, Videos und Audios sowie Community- und Social-Media-Angebote.[853] Auch die Volkshochschulen, deren Präsenzkurse ausschließlich innerhalb Deutschlands angeboten werden, halten ein Online-Portal zum Erlernen der deutschen Sprache bereit: Unter *vhs-lernportal.de* können sich Nutzende registrieren und allgemeinsprachliche oder berufssprachliche Lernmodule absolvieren.

Im digitalen Segment gibt es zudem immer mehr **private kommerzielle Anbieter**, die ihre kostenpflichtigen Online-Sprachkurse durch kostenlose Einstiegsangebote bewerben oder kostenlose Inhalte zur Vermarktung von Werbung anbieten (sogenanntes *Freemium*-Geschäftsmodell[854]). Dazu gehören *Busuu, Babbel, deutsch-lernen.com, deutsch-perfekt.com* und andere. Besonders erfolgreich ist der inzwischen börsennotierte Anbieter der Sprachlern-App *Duolingo*.[855] Dabei investieren die kommerziellen Mitbewerber erhebliche Summen in die Entwicklung von Inhalten und neuen Funktionalitäten, um das **Nutzungserlebnis kontinuierlich zu verbessern**.[856] Viele Anbieter setzen auf Community-Angebote, Interaktion, *Gamification*[857] sowie tutorielle Betreuung und technische Lösungen für virtuelle Klassenräume und Kursadministration.[858] KI wird zunehmend für Aussprachetrainings und für die adaptive Gestaltung von Lehrplänen und Lernpfaden eingesetzt.[859] Zahlreiche Anbieter verbreiten ihre Lerninhalte auch über Social-Media-Plattformen, um Werbeeinnahmen zu generieren oder Nutzende auf kostenpflichtige Angebote aufmerksam zu machen.[860] Die Deutschkurse der DW zeichnen sich dadurch aus, dass sie nicht nur kostenlos, sondern auch werbefrei sind.

Angebot: Modernisierung und Erweiterung des Sprach- und Angebotsportfolios

Seit 1957 fördert die DW das Erlernen der deutschen Sprache. Die DW bietet ein **umfangreiches und kostenloses, zeit- und ortsunabhängig nutzbares digitales Lernangebot** von hoher Qualität, das stetig weiterentwickelt wird. Es reicht von didaktisch aufbereiteten Nachrichten über Online-Telenovelas[861] für Deutschlernende bis hin zu Communitys auf Plattformen wie *Instagram* und *TikTok*. Seit 2017 enthält es zudem maßgeschneiderte Angebote für Menschen, die sich sprachlich **berufsspezifisch** weiterbilden möchten. Ziel ist es, durch innovative Formate und den Einsatz aktueller Medien weltweit Begeisterung für die deutsche Sprache zu wecken. Lehrkräfte haben die Möglichkeit, ihren Unterricht durch die Medieninhalte sowie umfangreiche Begleitmaterialien zeitgemäß und ansprechend zu gestalten.

Das Angebot **adressiert alle Sprachniveaus** und orientiert sich an den international gültigen Standards des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.[862] Die Angebote enthalten Texte, Audios, Videos und interaktive Übungen.

850 Zum Beispiel hatte TV5 Monde bis März 2025 ein KI-basiertes Tool im Angebot, über das Lernende mit zehn Persönlichkeiten, die die französischsprachige Geschichte, Literatur, Politik und Kultur geprägt haben, chatten konnten. TV5 Monde 2025b. Seit Ende 2023 sind ausgewählte TV5 Monde-(Akademie)-Bildungs- und Sprachlerntools im virtuellen E-Learning- und Spiele-Universum The Winkyverse zugänglich. TV5 Monde 2023.
851 VOA 2025e.
852 Siehe Glossar.
853 Goethe-Institut 2025.
854 Siehe Glossar.
855 Reuters 2025d.
856 Duolingo 2025b, Reuters 2025e.
857 Siehe Glossar.
858 Babbel 2024, Duolingo 2025a, CNET 2024.
859 Chegg 2024, Reuters 2025d.
860 Sadowska 2025.
861 Siehe Glossar.
862 Die Einstufung der Sprachniveaus orientiert sich am europäischen Referenzrahmen: Elementare Sprachanwendung (A1-A2), Selbstständige Sprachanwendung (B1-B2), Kompetente Sprachanwendung (C1-C2). Ein Einstufungstest hilft dabei, das eigene Sprachniveau einzuschätzen.



Deutsch zum Mitnehmen – digital und mobil.

Das Angebot an Sprachlernressourcen ist äußerst vielfältig und deckt somit viele Lerntypen und vorlieben ab. Für Anfängerinnen und Anfänger gibt es **zweisprachige Einstiegskurse** in bis zu 16 Sprachen.[863] *Nicos Weg* ist als Telenovela in über 200 Folgen konzipiert, er wurde in Zusammenarbeit mit der *Bundesagentur für Arbeit* entwickelt und seit 2017 veröffentlicht. Jede Lektion startet mit einer Videoepisode, in der die Nutzenden den Protagonisten Nico bei seinen ersten Schritten in Deutschland begleiten und mit ihm die Herausforderungen in der neuen Heimat erleben. Anhand von Alltagssituationen werden dabei besonders die Themen Beruf und Arbeitsmarkt behandelt. *Nicos Weg* richtet sich sowohl an Anfängerinnen und Anfänger als auch an Fortgeschrittene und ist auf allen mobilen Endgeräten nutzbar.[864] Die berufsweltliche Ausrichtung der Kursinhalte sowie die umfangreichen Landeskundeinhalte machen den Kurs zu einem wertvollen Lernangebot im Kontext der Fachkräftemigration und Integration.

Die **didaktisch aufbereiteten Inhalte** aus dem journalistischen Angebot der DW bieten ein Alleinstellungsmerkmal, mit dem sich die DW von ihren Wettbewerbern für *Deutsch als Fremdsprache* absetzt. Aktuelle Formate wie *Langsam Gesprochene Nachrichten*, neu eingeführte tägliche Video-Nachrichten *Kurz und leicht* sowie die journalistischen Reihen *Top-Thema* und *Video-Thema* sind speziell auf die Bedürfnisse von Deutschlernenden zugeschnitten und ermöglichen durch ihre Aufbereitung ein effektives Sprachenlernen mit unmittelbarem Alltagsbezug.

In Kooperation mit dem *Goethe-Institut* und finanziert durch das *AA* bietet die DW außerdem **musikalische Lerninhalte mit dem Projekt *Deine Band***. Die Band *ok.danke.tschüss* unterstützt mit interaktiven Aufgaben und poetischen Texten das Sprachenlernen auf kreative Weise. Außerdem erweitert die DW im Zuge einer Kooperation mit der *Bundesagentur für Arbeit* seit 2016 sukzessive das Kursangebot für Menschen, die sich beruflich auf den Austausch mit Deutschland vorbereiten oder nach Deutschland orientieren. Diese Angebote sind zugleich geeignet, die Integration von Geflüchteten in Deutschland zu fördern – etwa, indem sie Landeskunde, aber auch berufsbezogenes Vokabular vermitteln.

Im zurückliegenden Evaluationszeitraum wurde die bereits begonnene **Modernisierung der Deutschlernangebote** weitergeführt, um den Bedürfnissen und Wünschen der Deutschlernenden und -lehrenden noch besser gerecht zu werden. Ein Schwerpunkt der strategischen Weiterentwicklung der DW-Deutschlernangebote lag darin, dass alle Lerninhalte im Sinne der *On-Demand*[865]-Strategie **für**

863 Arabisch, Bosnisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Griechisch, Persisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Spanisch, Türkisch, Ukrainisch, Ungarisch.

864 Nicos Weg wird inzwischen in 16 Sprachen angeboten – davon sind sechs Sprachen innerhalb des Evaluationszeitraums hinzugekommen.

865 Siehe Glossar.

mobile Endgeräte verfügbar gemacht und unter *learngerman.dw.com*[866] gebündelt wurden, um sie zeit- und ortsunabhängig nutzbar zu machen. Außerdem wurde die Anzahl der verfügbaren Sprachadaptionen verschiedener Sprachkurse **auf bis zu 16 Lernsprachen erhöht**, unter anderem werden mehrere Angebote mittlerweile auch auf Ukrainisch angeboten. Darüber hinaus wurden die Angebote sukzessive inhaltlich, technisch und strukturell weiterentwickelt, um das Lernen mithilfe einer klaren Nutzungsführung sowie neuen Funktionalitäten noch besser zu unterstützen. Die didaktisierten Nachrichteninhalte und speziell für Lernende aufbereitete Inhalte zum Leben, Studieren und Arbeiten in Deutschland wurden ausgebaut: Ende Oktober 2024 wurde das neue Format *Kurz und leicht* gestartet, mit dem Deutschlernende mit täglichen Video-Nachrichten auf dem einfachen Sprachniveau A2 (leicht fortgeschritten) ihr Deutsch verbessern können. Darüber hinaus entwickelte die DW mit *Deine Deutschprüfung* im Evaluationszeitraum ein Angebot zur **gezielten Vorbereitung auf Sprachprüfungen, zum Beispiel für einen Einbürgerungstest oder eine Berufsausbildung**. Zudem erweiterte sie mit *Profis gesucht – Deutsch im Job* den bisherigen Schwerpunkt zur berufsbezogenen Sprachbildung. Beide Formate stärken die praxisnahe Ausrichtung der Deutschlernangebote und ergänzen das multimediale Portfolio der DW um zentrale Bausteine für Prüfungserfolg und berufliche Integration. Auf der anderen Seite wurden nicht mehr zeitgemäße Formate eingestellt.[867]

Darüber hinaus hat die DW im Evaluationszeitraum **ihre Maßnahmen zur Nutzendenbindung und zur Erschließung neuer Zielgruppen systematisch weiterentwickelt**. Um die Nutzenden nachhaltig zu binden, bietet *DW Learn German* neben der Möglichkeit zur Registrierung auf der Plattform vier zielgruppenspezifische *Newsletter*[868] für Deutschlernende und -lehrende, ein breites Podcast-Angebot, einen neu eingeführten *WhatsApp*-Kanal sowie eine verstärkte Präsenz auf vier Social-Media-Plattformen. Insbesondere jüngere Zielgruppen werden durch neue Lerninhalte auf *Instagram* und *TikTok* angesprochen, außerdem über *Facebook*. *YouTube* fungiert als zentrale Plattform zur Bereitstellung sämtlicher Videoformate. Das Angebot auf *X* wurde zum Ende des Evaluationszeitraums wegen niedriger Abrufzahlen und zugunsten der Aktivitäten auf anderen Kanälen eingestellt.[869] Insgesamt veröffentlichte *DW Learn German* auf Social Media im zweiten Halbjahr 2024 plattformübergreifend rund 680 Posts pro Monat (Abbildung 80). Der *WhatsApp*-Kanal wurde neu eingeführt und dient der Ansprache zusätzlicher Nutzendengruppen.

Plattform	Angebot	Output
dw.com	learngerman.dw.com	40 Artikel 29 Videos 261 Audios
YouTube	Deutsch lernen mit der DW	20 Videos
Facebook	DW Deutsch lernen	420 Posts
Instagram	DW Deutsch lernen	201 Posts
TikTok	DW Deutsch lernen	24 Posts
Weitere	WhatsApp: DW Deutsch lernen	k. A.

Abbildung 80: **Online-Angebote von DW Learn German mit durchschnittlichen Outputs pro Monat**
Stand 2. Halbjahr 2024

Bei den Deutschlernangeboten betreibt die DW zwei unterschiedliche Kooperationsformen: Einerseits dienen **Distributions-Kooperationen** mit Plattformen wie *Spotify, Soundcloud* und *Apple Podcasts* und Radiopartnern der reinen Verbreitung bestehender Audioinhalte. Andererseits setzt die DW auf **strategische Kooperationen**, etwa im Rahmen des *Netzwerks Deutsch* des *AA*. Bei dieser Kooperationsform steht nicht der Vertrieb, sondern die gemeinsame Entwicklung von Lerninhalten sowie die Durchführung von Veranstaltungen zur Förderung der deutschen Sprache im Mittelpunkt. Wichtige strategische Partner sind das *Goethe-Institut (GI),* die *Bundesagentur für Arbeit (BA),* die *Zentralstelle für das Auslandsschulwesen (ZfA),* der *Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD),* der *Pädagogische Austauschdienst (PAD),* die *Deutsche Auslandsgesellschaft (DAG),* die *Gesellschaft für Akademische Studienvorbereitung und Testentwicklung (g.a.s.t.),* der *Internationale Verband der Deutschlehrerinnen und Deutschlehrer (IDV)* sowie verschiedene Hochschulen und Verlage.

866 Auch erreichbar unter den URLs *dw.com/deutschlernen* und *dw.com/learngerman*.
867 Eingestellte Formate: Deutsch – warum nicht? (Hörspiel-Sprachkurs in vier Teilen), Marktplatz (Reportagenformat für Wirtschaftsdeutsch), Mission Europe (Krimihörspiel für erste sprachliche Orientierung in den Sprachen Deutsch, Französisch, Polnisch), Radio D (Hörabenteuer mit begleitenden Manuskripten), Sprachbar (Format zu Redewendungen und Wortfeldern), Dialektatlas (deutsche Regionen und Dialekte) und weitere Formate.
868 Die Newsletter wurden gegenüber 2021 technisch bereinigt und teilweise umbenannt.
869 Auf X erfolgten im zweiten Halbjahr 2024 345 Posts.

Im Folgenden werden alle DW-Deutschlernangebote im Einzelnen beschrieben:

Titel	Format	Beschreibung	Niveau-stufen	Sprachen
Einstufungstest	Interaktives Testformat	Angebot zur ersten Orientierung bei der Suche nach dem richtigen Lernangebot.	A1–B1	16 Sprachen
ABC-Kurs	Video	Lernangebot zum Erlernen des lateinischen Alphabets – für Lernende, deren Sprachen auf nicht-lateinischen Schriftzeichen basieren.	–	Arabisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Farsi, Griechisch, Hindi (geplant), Russisch, Türkisch, Ukrainisch
Nicos Weg	Video	Mobiler Online-Sprachkurs mit über 200 Lektionen, mehreren Tausend Übungen, Vokabeln und Audios, fast sechs Stunden Videomaterial sowie mehr als 5.000 Fotos und Grafiken. *Nicos Weg* ist in Kooperation mit der *Bundesagentur für Arbeit* entstanden.	A1–B1	Arabisch, Bosnisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Griechisch, Persisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Spanisch, Türkisch, Ukrainisch, Ungarisch
Harry – gefangen in der Zeit	Video-Animationen	In 100 animierten Video-Folgen begeben sich die Lernenden auf eine Sprachlern-Reise.	A1, A2	Deutsch, Englisch, Spanisch, Türkisch
Deutschtrainer	Audio-Slideshows	Der *Deutschtrainer* bietet Wörter und Ausdrücke zu 100 Themenfeldern des Alltags – mit leicht verständlichen, zweisprachigen Audio-Slideshows.	A1	Arabisch, Bosnisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Griechisch, Persisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Spanisch, Türkisch, Ukrainisch, Ungarisch

Abbildung 81: **Online-Sprachkurse für Anfänger**
Mit Curriculum und Progression, Vermittlung von Wortschatz und Regeln (Grammatik)

Titel	Format	Beschreibung	Niveau-stufen	Sprachen
Deine Deutschprüfung	Video-Slide-shows, Steck-briefe mit inter-aktiven Tests	Informationen und Übungen zu Deutsch-prüfungen, die als Sprachnachweis in deutschsprachigen Ländern oder inter-national anerkannt sind.	A1–B2	Deutsch, Englisch
Deine Band	Deutsch lernen mit *ok.danke.tschüss* Video und Audio	Lernenden werden über zehn Songs Themen wie Nachhaltigkeit, Social Media und Liebe vermittelt. Zu jedem Lied gibt es Musikvideos, Arbeitsmaterialien und inter-aktive Übungen. Das Projekt ist eine Kooperation der DW und des *Goethe-Instituts*, finanziert vom *AA*.	A2	Arabisch, Bosnisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Griechisch, Persisch, Polnisch, Portugiesisch, Rumänisch, Russisch, Spanisch, Türkisch, Ukrainisch, Ungarisch
Das Deutschland-labor	Video	20 Online-Videos zu Landeskunde mit Arbeitsblättern und interaktiven Übungen. Das Projekt ist eine Kooperation der DW und des *Goethe-Instituts*, finanziert vom *AA*.	A2	Deutsch
Profis gesucht – Deutsch im Job	Video	*Profis gesucht* stellt verschiedene Be-rufe und die dafür notwendigen Wörter und Redemittel vor. Dazu gibt es In-formationen zum deutschen Arbeits-markt, zu den Jobprofilen sowie zu den Einstellungsvoraussetzungen.	B1	Deutsch
Jojo sucht das Glück	Video	*Jojo sucht das Glück* ist eine Web-Soap mit Untertiteln, interaktiven Übungen und Arbeitsblättern. Drei Staffeln mit je 33 Episoden.	B1	Deutsch
Ticket nach Berlin	Video	Abenteuerspielshow, die sechs junge Deutschlernende auf ihrer Reise quer durch Deutschland bis nach Berlin begleitet. 19 Folgen mit interaktiven Übungen, Gramma-tik, Landeskunde. Das Projekt ist eine Kooperation der DW und des *Goethe-Instituts*, finanziert vom *AA*.	B2	Deutsch
Das Band-tagebuch mit *EINSHOCH6*	Video und Audio	Deutschland und seine Sprache mit deut-schem Hip-Hop der Münchner Band *EINS-HOCH6* entdecken. Dazu gibt es interaktive Übungen und Materialen.	B2	Deutsch

Abbildung 82: **In sich geschlossene Online-Lernangebote**
Ohne curriculare Progression, teils mit landeskundlichem Schwerpunkt

Die DW publiziert neben den abgeschlossenen Lernformaten auch **tagesaktuelle Deutschlern-Inhalte**, die mit nachrichtlichen und landeskundlichen Beiträgen eine Vertiefung der Sprachkenntnisse unterstützen.

Titel	Format	Beschreibung	Niveaustufen
Kurz und leicht – Video-Nachrichten zum Deutschlernen	Video	Von montags bis freitags tägliche Nachrichten im Video: Sprachtraining (Hör- und Sehverstehen) anhand aktueller Nachrichtenthemen, Sprache auf Anfängerinnen- und Anfängerniveau.	A2
Top-Thema	Audio	Aktuelle Beiträge aus dem deutschen Online-Nachrichtenangebot der DW, sprachlich vereinfacht, mit Vokabelhilfen und interaktiven Übungen zu Inhalt, Wortschatz und Grammatik, zweimal wöchentlich.	B1
Video-Thema	Video	Video-Beiträge aus dem deutschsprachigen Magazinangebot der DW mit Manuskript, Vokabelglossar und interaktiven Aufgaben, einmal wöchentlich.	B2
Langsam Gesprochene Nachrichten	Audio	Aktuelle DW-Nachrichtensendung in zwei Sprechgeschwindigkeiten, mit Manuskript und Glossar, montags bis samstags.	B2
Wort der Woche	Audio	Kuriose deutsche Wörter anschaulich erklärt, einmal wöchentlich.	B2
Das sagt man so!	Audio	Deutsche Redewendungen und Sprichwörter mit interaktiven Übungen, einmal wöchentlich.	B2
Alltagsdeutsch	Audio	Features über den deutschen (Sprach-)Alltag mit Manuskript und interaktiven Aufgaben, einmal wöchentlich.	C1

Abbildung 83: **Aktuell publizierte Inhalte (Sprache: Deutsch), darunter *Deutsch lernen mit Nachrichten***

Die **Angebote für Deutschlehrende** bieten Unterrichtsmaterial und didaktische Unterstützung für den Deutschunterricht in verschiedenen Schwierigkeitsstufen.

Titel	Beschreibung	Niveaustufen
Nachrichten für Lehrkräfte	Nachrichten für den Bildungsbereich zu den Themen Deutsch unterrichten, Deutsch lernen, Sprachen lernen und lehren, digitale Wissensvermittlung, Methodik und Didaktik, Migration und Bildungspolitik.	–
Unterrichtsreihen	Unterrichtsreihen mit sechs bis zwölf Unterrichtseinheiten: Arbeitsmaterial, didaktische Kommentare und Hintergrundinformationen zu verschiedenen Themen.	B1–B2
Alle Materialien im Überblick	Informationen und Materialien für Lehrkräfte zu allen Formaten zum Deutschlernen, alternative Einstiegsseite in das Webangebot von *DW Learn German* für Lehrerinnen und Lehrer. Alle Formate werden auf einer Übersichtsseite präsentiert, der Zugang erfolgt über Steckbriefe, in denen auch didaktische Begleitmaterialien für den Einsatz im Unterricht zum Download angeboten werden.	–

Abbildung 84: **Angebote für Deutschlehrende (Sprache: Deutsch)**

Die **Community- und Serviceangebote** unterstützen Lernende mit weiterführendem Material und der Möglichkeit, sich mit anderen Deutschlernenden auszutauschen.

Nutzung: Stabil hohes Nutzungsniveau auf eigenen Plattformen und leichte Zuwächse auf Social Media

Im Evaluationszeitraum verzeichneten die Deutschlernangebote der DW ein stabil hohes Nutzungsniveau. Durchschnittlich tätigten die Nutzenden pro Monat 28,5 Millionen Views. Die DW-eigenen Webseiten (*learngerman.dw.com* und die *DW Learn German-App*) machten dabei nach wie vor den Großteil der Nutzung aus (83 % der Views). Weitere 17 % der Abrufe erfolgten über Social Media, ein etwas größerer Anteil als 2021 (15 %). Die Nutzung über Distributions-Kooperationen spielt bei den Deutschlernangeboten im Vergleich eine untergeordnete Rolle.

Plattform	Beschreibung
Facebook	Ein tägliches Paket aus Aufgaben, Erklärungen und aktuellen Nachrichten.
Instagram	Kurze Lerneinheiten und bunte Storys zu Redewendungen, Rätseln und lustigen Sprüchen.
TikTok	Alltagswissen über Deutschland und Kuriositäten der deutschen Sprache in kurzen Video-Clips.
YouTube	Das gesamte Video-Angebot zum Deutschlernen – von journalistischen Beiträgen über Telenovela-Folgen bis zu Musikvideos.
WhatsApp	Aktuelle Inhalte, aber auch kleine Aufgaben für zwischendurch.
Podcasts	Alle Audio-Inhalte zum Deutschlernen bequem abrufbar auf *Soundcloud*, *Spotify* und *Apple Podcasts*.
Newsletter	Vier Newsletter mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten schaffen Nutzendenbindung: – *Deutsch mit Nachrichten* – *Deutsch für deinen Alltag* – *Deutsch für Ihren Unterricht* – *Deutsch lernen – Die Lösungen*

Abbildung 85: **Community-Angebote und weitere Vertriebskanäle (Sprache: Deutsch)**

Die Bündelung der Formate im **für die mobile Nutzung optimierten Portal *learngerman.dw.com*** hat sich ausgezahlt. Im zweiten Halbjahr 2024 haben sich im Monat durchschnittlich 20.000 Personen für die Lernplattform angemeldet, um ihren Lernfortschritt speichern zu können. Zum 31.12.2024 zählte die Plattform 1,25 Millionen registrierte Nutzende.[870] Dabei wird das Lernangebot aktiv genutzt; Nutzende verbleiben lange auf der Plattform und besuchen diese wiederholt. Die höchsten Besuchszahlen (68% der Webseitenbesuchenden[871]) verzeichnete das Angebot im zweiten Halbjahr 2024 nach wie vor aus Europa, wo sich auch die meisten Deutschlernenden befinden. Der Anteil ist gegenüber 2021 um sieben Prozentpunkte gestiegen. Die höchste absolute Steigerung der Zugriffe wurde aus Deutschland verzeichnet, mit deutlichem Abstand gefolgt von der Ukraine. Ein möglicher Erklärungsansatz für den Anstieg der Zugriffe aus Deutschland ist die gestiegene Zahl geflüchteter Ukrainerinnen und Ukrainer im Land, die potenziell verstärkt digitale Lernangebote nutzen. 9 % der Aufrufe kam aus dem Nahen und Mittleren Osten und je 6 % aus Lateinamerika, Asien und Nordamerika. Von den Sprachversionen wurden am intensivsten die Angebote auf Deutsch und Englisch genutzt, mit Abstand gefolgt von Arabisch, Spanisch, Russisch und Ukrainisch. Zu den am stärksten nachgefragten Formaten gehören unter anderem der Kurs *Nicos Weg, Deutschtrainer* sowie didaktisch aufbereitete journalistische Formate wie *Top-Thema, Langsam Gesprochene Nachrichten* und *Video-Thema*.

Jenseits der eigenen Plattformen führte die weitere Optimierung der **Social-Media-Aktivitäten** zu einem merklichen Anstieg der Views in diesem Bereich: Im zweiten Halbjahr 2024 generierten die Angebote plattformübergreifend 4,9 Millionen Views pro Monat, etwa ein Fünftel mehr als 2021. *Instagram* und *YouTube* dominierten hierbei die Social-Media-Nutzung, *Instagram* mit durchschnittlich 1,9 Millionen Views pro Monat und *YouTube* mit 1,5 Millionen Views pro Monat. *Facebook* und *TikTok* machten prozentual weniger Nutzung aus, verzeichneten

870 Das Angebot steht auch für nicht registrierte Nutzende zur Verfügung, diese können jedoch ihren Lernfortschritt nicht speichern.

871 Unique Visitors, Europa, inklusive Türkei und Ukraine. „Unique Visitors“ sind eine Kennzahl aus der Webanalyse, die angibt, wie viele einzelne Personen eine Website oder ein digitales Angebot innerhalb eines bestimmten Zeitraums besucht haben – unabhängig davon, wie oft sie die Seite aufgerufen haben.

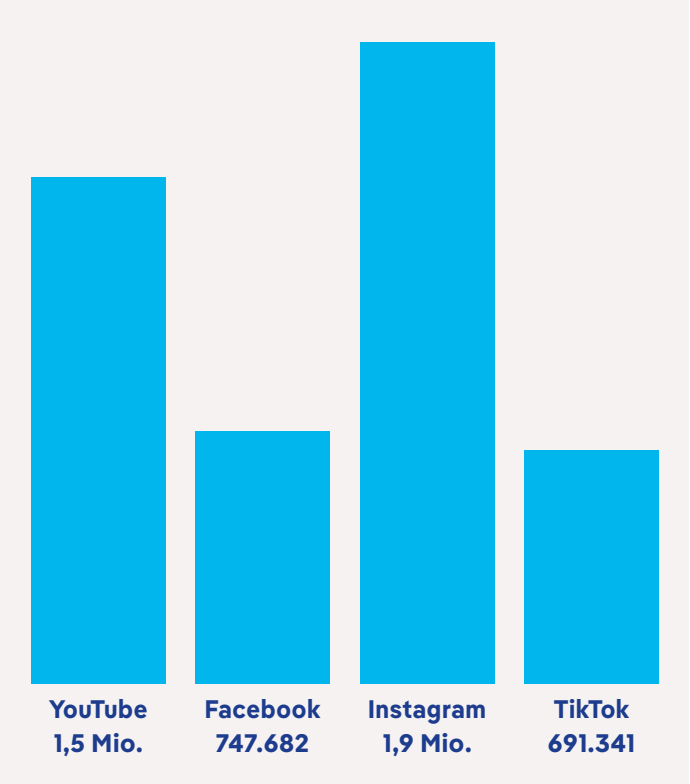


Abbildung 86: **Durchschnittliche monatliche Video Views der DW-Deutschlernangebote auf unterschiedlichen Plattformen**
Stand 2. Halbjahr 2024, Durchschnittswerte.

aber hohes Wachstum: die Videonutzung auf *Facebook* vervierfachte sich auf durchschnittlich 748.000 Views pro Monat, auf *TikTok* wuchs sie um 80 % auf 691.000 Views. Vergleichszahlen von Wettbewerbern liegen der DW nur vereinzelt vor. So lagen die Video Views von *DW Learn German* auf *Facebook* im zweiten Halbjahr 2024 um ein Mehrfaches über denen von *deutsch-lernen.de* oder *Babbel*, während *Duolingo* – mit allen Sprachangeboten zusammen – mehr Video Views erreichte. Die vier ***Newsletter*** erreichten zum Ende des Jahres 2024 1,4 Millionen Abonnentinnen und Abonnenten. Der im zweiten Halbjahr 2024 neu eingeführte *WhatsApp*-Kanal *DW Deutsch lernen* verzeichnete bis Ende des Jahres 20.000 Abonnentinnen und Abonnenten.

Auch wenn die Nutzung über Distributions-Kooperationen im Vergleich zum Portal und Social Media geringer ausfällt: Die **Podcast-Angebote** von *DW Learn German* auf *Spotify, Apple* und *Soundcloud* erfreuen sich mit durchschnittlich 435.000 Abrufen im Monat im zweiten Halbjahr 2024 für diese Kategorie großer Beliebtheit. *Spotify* und *Soundcloud* verzeichneten ein Wachstum von je 17 % auf 171.000 und 18 % auf 76.000. Die gefragteste Sendung ist *Langsam Gesprochene Nachrichten* mit durchschnittlich mehr als 100.000 monatlichen Abrufen im zweiten Halbjahr 2024.

Akzeptanz: Deutschlernende und -lehrende schätzen das vielfältige, attraktive und zeitgemäße Angebot

Eine **Umfrage unter knapp 1.400 Deutschlernenden und -lehrenden** im Juli 2024[872] zeigte, dass viele der Befragten Deutsch lernen, um sich auf Arbeit oder Studium in Deutschland vorzubereiten oder weil sie Interesse an der deutschen Kultur haben.[873] Dies unterstreicht die unterstützende Rolle, die das Angebot zur Vorbereitung eines längerfristigen Aufenthalts in Deutschland einnehmen kann. Etwa die Hälfte der Lernenden nutzte den Einstufungstest, um die passenden Angebote zu finden. *Learn German* wird vor allem von Lernenden mit Grundkenntnissen und leicht fortgeschrittenen Deutschkenntnissen genutzt. Deutschlehrende unterrichten schwerpunktmäßig die Lernstufen A und B, etwa ein Drittel unterrichtet auch Lernende ohne vorherige Deutschkenntnisse. Fast die Hälfte der befragten Lehrenden verwendet das Material vor allem in privaten Unterrichtsstunden. Die Umfrageergebnisse zeigen eine ähnliche Tendenz wie die oben beschriebene technisch gemessene Webseitennutzung. So kommt der größte Anteil der Befragten aus Europa und viele nutzen die Webseite längerfristig und regelmäßig.

Das Angebot kam sowohl bei Anfängerinnen und Anfängern als auch bei Langzeitnutzenden und Deutschlehrenden sehr gut an. Dies zeigt sich an sehr positiven Bewertungen in der Nutzendenumfrage. Die Lernenden schätzten an den Angeboten besonders deren **Zugänglichkeit, Einfachheit und Abwechslungsreichtum**:

872 Siehe Studienverzeichnis: S_14. Die Umfrage wurde auf der Webseite und in den Newslettern von DW Learn German sowie in einem separaten Mailing an die Lehrenden, die Newsletter empfangen, beworben. Die Informationen aus der Onlineumfrage beziehen sich nur auf die Gruppe, die an der Befragung teilgenommen hat. Sie können nicht verallgemeinert werden und stehen nicht für alle Nutzenden von Learn German. Die Informationen können aber dennoch Hinweise auf die Nutzenden und deren Nutzungsverhalten und Intentionen geben.

873 Etwa die Hälfte der Lernenden hat den Einstufungstest genutzt, um die passenden Angebote zu finden. Learn German wird vor allem von Lernenden mit Grundkenntnissen und leicht fortgeschrittenen Deutschkenntnissen genutzt. Deutschlehrende unterrichten schwerpunktmäßig die Lernstufen A und B, etwa ein Drittel unterrichtet auch Lernende ohne vorherige Deutschkenntnisse. Fast die Hälfte der befragten Lehrenden verwendet das Material vor allem in privaten Unterrichtsstunden.

> ***Kreative, einfache Lektionen mit interaktiven Übungen.***
>
> **Lernende/r**[874]

> ***Die Themen sind sehr interessant und vielfältig.***
>
> **Lernende/r**

Auch die teilnehmenden Lehrenden schätzten die **Vielfalt und Aktualität** der Inhalte. Insbesondere die Inhalte, die sich direkt mit Deutschland befassen, fanden großen Anklang. Sowohl unter den Lernenden als auch unter den Lehrenden gaben beinahe alle Befragten an, sie würden *Learn German* weiterempfehlen.

> ***Die Methoden sind sehr vielfältig und die Themen aktuell, und sie sind zeitgemäß aufgearbeitet.***
>
> **Lehrende/r**

> ***Ungeheure Vielfalt und Impulse für den lebendigen und alltagsnahen, also schülerinnen- und schülerorientierten Unterricht.***
>
> **Lehrende/r**

Besonders fortlaufende Geschichten wurden bevorzugt. Die Reihe *Nicos Weg* wurde von Lernenden und Lehrenden sehr positiv hervorgehoben.



> ***Nicos Weg ist auf jeden Fall meine Lieblingsquelle zum Deutschlernen.***
>
> **Lernende/r**

> ***Meine ganze Anfängerinnen- und Anfängerklasse liebt Nico und seine Erlebnisse in Deutschland.***
>
> **Lehrende/r**

Die Lernenden schätzten das Angebot als **hilfreiche Unterstützung beim Erlernen der deutschen Sprache** ein. 64 % der Lernenden gaben an, dass *Learn German* ihnen geholfen habe, ihren Wortschatz zu vergrößern, 61 % halfen die Angebote beim besseren Lesen von deutschen Texten. Vom Einstufungstest fühlten sich die meisten Teilnehmenden (vier von fünf) korrekt bewertet.

Bei den befragten Lernenden wurde die Struktur der Kurse als positiver Aspekt hervorgehoben.

> ***Mir gefällt, wie die Themen aufgebaut sind – besonders diejenigen, die auf einer fortlaufenden Geschichte basieren.***
>
> **Lernende/r**

Die teilnehmenden Lehrenden nahmen das DW-Angebot als **umfangreicher und moderner als das der Wettbewerber** wahr und schätzten den freien Zugriff und die praktischere Integration der Materialien in den Unterricht.

874 Das Geschlecht und das Herkunftsland sind in dieser Studie nicht angegeben.



Der unkomplizierte und freie Zugriff.

Lehrende/r

Die Lernmöglichkeiten über die Verbindung zwischen Bild, Ton und Skript.

Lehrende/r

Als Verbesserung wünschten sich die Befragten vor allem zusätzliche Inhalte auf Anfänger-Niveau (A1, A2), auch speziell für Jugendliche, sowie noch mehr journalistische Formate, interaktive Angebote und Übungen. Außerdem äußerten sie Interesse an einer Fortsetzung von *Nicos Weg* für weitere Deutschkenntnis-Level.

Es wäre großartig, die Möglichkeit zu haben, mit einem KI-Roboter zu sprechen und Feedback zu erhalten.

Lernende/r

Hoffentlich können Sie weitere Lektionen entwickeln oder gestalten, um das Sprechen zu üben.

Lernende/r

Fazit

Die DW hat ihre Deutschlernangebote im Evaluationszeitraum erfolgreich weiterentwickelt, um den Bedürfnissen der Lernenden und Lehrenden noch besser gerecht zu werden und die Förderung der deutschen Sprache zu intensivieren. Durch die Bereitstellung der Lernangebote auf einer einzigen Plattform für die mobile Nutzung, die Erweiterung des Sprachportfolios und die Einführung innovativer, multimedialer Lernformate sowie Social-Media-Angebote für jüngere Zielgruppen hat die DW wichtige Maßnahmen umgesetzt, um Nutzende stärker zu binden und neue Zielgruppen anzusprechen. Der Anteil didaktisierter Nachrichteninhalte, durch die sich die DW von anderen Deutschlernangeboten absetzt, wurde dabei erheblich erweitert. Das didaktisch durchdachte und kostenlose Deutschlernangebot der DW erhält sehr positives Feedback von Deutschlernenden und -lehrenden und zählt weiterhin zu den wichtigsten digitalen Plattformen für das Erlernen der deutschen Sprache. Die Angebote vermitteln außerdem berufsbezogene Sprachkenntnisse sowie landeskundliche und kulturelle Inhalte und tragen so zur Vorbereitung auf Studium und Arbeit in Deutschland sowie zur Integration von Fachkräften und Geflüchteten bei.

Um mit kommerziellen Sprachlernangeboten und den Standards anderer internationaler Broadcaster mithalten zu können, muss die DW im kommenden Evaluationszeitraum weiter in die technologische Weiterentwicklung der Lernplattform investieren. Zukünftige Lernumgebungen erfordern adaptive, KI-gestützte Systeme, die individuelle Lernverläufe und personalisiertes Feedback ermöglichen. Elemente wie *Gamification*[875], intuitive Bedienbarkeit und intensivere tutorielle Betreuung steigern die Nutzendenbindung. Standardisierte Feedbackformate wie Multiple-Choice-Verfahren sollten durch differenzierte, kompetenzorientierte Rückmeldungen ersetzt werden, um komplexe Aufgaben zu bearbeiten und die Aussprache zu verbessern.

875 Siehe Glossar.

DW AKADEMIE

Evaluationsergebnisse: Was sich in den BMZ-Projekten bewährt hat

Die Projekte der DW Akademie zur Medienentwicklung werden von Geldgebern wie dem *Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)*, der Europäischen Union (EU) und dem *Auswärtigen Amt (AA)* unterstützt. Die Projekte haben eine begrenzte Laufzeit, meist zwischen einem und drei Jahren, jedoch wurden und werden zahlreiche *BMZ*-finanzierte Projekte über mehrere Projektzyklen fortgesetzt, um **nachhaltige Wirkung** – z. B. besseren Journalismus, stärkere Medien oder eine medienkompetente Zivilgesellschaft – zu erzielen. Dabei fließen Erkenntnisse aus Evaluationen gegen Ende der Projektlaufzeit direkt in die Folgebeantragung ein. In diesem Kapitel werden die Ergebnisse dieser Evaluationen überblicksweise skizziert.

Die DW Akademie verbindet eine langjährige Partnerschaft mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. *BMZ*-geförderte Projekte sind auf Langfristigkeit angelegt und werden alle drei Jahre evaluiert. Deshalb liegt der Fokus dieses Berichts bezüglich der Aktivitäten der DW Akademie auf den *BMZ*-geförderten Projekten.

Die DW Akademie beauftragt unabhängige Gutachterinnen und Gutachter mit der Evaluation ihrer Projekte. Der Blick von außen ermöglicht eine neutrale Betrachtung, die auch blinde Flecken wie unbeabsichtigte positive oder negative Konsequenzen der Projekte identifizieren kann. Begutachtet werden die Projekte nach internationalen Standards, wobei meist die Kriterien des *Development Assistance Committee (DAC)* der *Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)* zum Einsatz kommen *(OECD/DAC-Kriterien)*[876]:

- **Relevanz:** Waren die Themen bzw. Ziele des Projekts aus entwicklungspolitischer Sicht sinnvoll?
- **Kohärenz:** Fügt sich das Projekt sinnvoll in bereits vorhandene Maßnahmen anderer Akteure ein?
- **Effektivität:** Inwiefern wurden die geplanten Ziele erreicht?
- **Effizienz:** Stehen der Ressourcenaufwand und die Wirkungen des Projekts in einem angemessenen Verhältnis?
- **Entwicklungspolitische Wirkung (Impact):** Welche beabsichtigten und nicht beabsichtigten positiven oder negativen übergeordneten Veränderungen hat das Projekt bewirkt?
- **Nachhaltigkeit:** Steht zu erwarten, dass die Wirkungen nach Beendigung des Projekts fortdauern werden?

Die unabhängigen Evaluatorinnen und Evaluatoren sammeln Evidenz zu diesen übergeordneten Fragestellungen, werten sie aus und verfassen pro Projekt einen Evaluationsbericht, der es den implementierenden Abteilungen der DW Akademie und ihren Projektpartnern erlaubt, **Schlüsse für die Konzeptionierung und Strategieentwicklung der Folgeprojekte** zu ziehen und ihre Projektarbeit zu verbessern. Das erhöht die Wirkungsorientierung der Projekte, gemäß der *OECD*-Erklärung von Paris über die Wirksamkeit der Entwicklungszusammenarbeit.[877]

In den vergangenen Jahren hat sich die DW Akademie zunehmend darum bemüht, Evaluatorinnen und Evaluatoren aus den Zielländern und -regionen zu engagieren, die den lokalen Kontext besser einordnen können und

876 OECD 2023.

877 OECD 2005.

einen direkten Zugang zu Partnern und Zielgruppen vor Ort haben. Dadurch gewannen die Evaluationsberichte an Tiefenschärfe, jedoch waren damit auch Herausforderungen verbunden, etwa bei der Qualitätssicherung und im sprachlichen Bereich.

Innerhalb der DW Akademie ist die Abteilung *Policy and Learning* und dort der Bereich *Research and Evaluation* für die Steuerung und Abnahme der Evaluationen zuständig. Der Prozess besteht aus drei Phasen:

1. **Beauftragung:** In der Beauftragungs- oder Planungsphase werden Gutachterinnen und Gutachter ausgewählt sowie Evaluationsziele und konkrete Fragestellungen festgelegt, die im Rahmen eines Auftaktworkshops mit den Gutachterinnen und Gutachtern diskutiert und in einem *Inception Report*[878] festgehalten werden.

2. **Durchführung:** Die Gutachterinnen und Gutachter führen Interviews und ggf. quantitative Erhebungen durch und werten die von Länderteams zur Verfügung gestellten Projektdokumente und Monitoring-Daten aus. Neben Akademie-Mitarbeitenden werden insbesondere auch Vertreterinnen und Vertreter der Projektpartner sowie der direkten und indirekten Zielgruppen mit einbezogen. Ein in der Regel 15- bis 20-seitiger Evaluationsbericht fasst die Ergebnisse zusammen und enthält Lernerfahrungen („*lessons learned*“) und Empfehlungen für etwaige Folgeprojekte.

3. **Verwertung:** Vertreterinnen und Vertreter der DW Akademie (des Projektteams und von *Research and Evaluation*) kommentieren den Bericht und diskutieren die Ergebnisse mit den Gutachterinnen und Gutachter im Rahmen eines sogenannten „*Change Workshops*“. Dort verpflichten sich die Teams auch, bestimmte Empfehlungen in Folgeprojekten umzusetzen.

Die Verwertungsphase ist so mit dem Antragsprozess verzahnt, dass die Erkenntnisse aus dem aktuellen Projektzyklus in die Folgebeantragung einfließen können. Die wichtigsten Ergebnisse der Evaluierungen werden in Form von auf der Webseite der DW Akademie[879] veröffentlicht.

878 Auftaktbericht, der die Vereinbarungen aus dem Kick-Off-Gespräch als Grundlage für die Gesamtevaluation zusammenfasst.
879 DWA 2025d.

Evaluierungen nach den OECD/DAC-Kriterien 2022 bis 2025

Die Projektzyklen der *BMZ*-finanzierten Projekte der DW Akademie erfolgen gestaffelt nach Regionen. Jeweils am Ende des zweiten Jahres des jeweiligen Projektzyklus starten die Evaluationen. Dabei wird von Jahr zu Jahr entschieden, nach welchen Schwerpunkten evaluiert wird. Für den Zeitraum 2022 bis 2025 wurden die Evaluationsberichte aus drei Projektzyklen mit einbezogen:

2021–2023: Asien (Bangladesch, Flucht und Dialog, Kambodscha, Mongolei, Myanmar, Pakistan, Usbekistan/Kirgisistan) – in vier Projekten wurden klassische *OECD/DAC*-Evaluationen durchgeführt, von denen drei Projekte zusätzlich daraufhin untersucht wurden, wie gut sie auf die veränderten Bedingungen während der Corona-Krise reagiert hatten (*adaptive capacity*). In drei weiteren Projekten erfolgten sogenannte Impact-Studien, die stark auf die langfristige gesamtgesellschaftliche Wirkung der Projekte abstellten.

2022–2024: Afrika (Burkina Faso, Côte d’Ivoire, Flucht und Migration, Ghana, Kenia, Namibia, Uganda) – die Evaluationen erfolgten nach *OECD/DAC*-Kriterien, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf den Kriterien Effektivität und Relevanz der Länderprojekte lag sowie auf der Relevanz und Effizienz der im vergangenen Projektzyklus pilotierten, regional ausgerichteten Innovationsinitiative und der Regionalkomponenten der Länderprojekte.

2023–2025: Lateinamerika (Bolivien, Kolumbien und Region, Mexiko und Region), Nahost/Nordafrika (Libanon, Marokko, Jordanien und Palästinensische Gebiete, Tunesien) und Osteuropa (Georgien, Moldau, Serbien und Westbalkan, Ukraine) – die Evaluation erfolgte in allen drei Regionen nach den üblichen Kriterien, jedoch mit unterschiedlichen Schwerpunkten: In Lateinamerika standen die verschiedenen Arten der Leistungserbringung („*modes of delivery*“), die Partnerbeziehungen und die Geschlechtergerechtigkeit im Vordergrund, in der MENA-Region (Middle East and North Africa, Nahost/Nordafrika) die Kriterien Relevanz, entwicklungspolitische Wirkung und Effizienz unter den disruptiven Begleitbedingungen von Krieg und Krise im Mittelpunkt und in Osteuropa der Vergleich unterschiedlicher Ansätze unter dem Blickwinkel der Relevanz und Effektivität der Projektarbeit.

Region Asien, 2021–2023

Insgesamt erzielten die *BMZ*-finanzierten Asien-Projekte der DW Akademie gute bis sehr gute Ergebnisse bei der Evaluation. Dabei wurden Faktoren wie die Kohärenz der Strategien, die Professionalität und hohe Motivation der Projektteams sowie die Erfahrung und Zuverlässigkeit der Projektpartner hervorgehoben. Angesichts der Einschränkungen während der Corona-Pandemie wurden auch die Vielseitigkeit und Flexibilität gelobt. Kontinuierliche Abstimmung zwischen der DW Akademie und ihren Projektträgern war essenziell zur Einordnung der unterschiedlichen Bedingungen von Land zu Land, damit entsprechende Anpassungen vorgenommen werden konnten, ohne die Gesundheit und Sicherheit der Partner und der Zielgruppen zu gefährden. Die Impact-Studien bestätigten die tiefergehende Wirkung von langfristigen Projektengagements bei Bürgermedien in Kirgisistan, beim Medienrat in der Mongolei und bei der Beratung traumatisierter Medienschaffender in Pakistan.

Es folgen die Ergebnisse der Länderevaluationen.

Bangladesch

Ziel des Projekts in Bangladesch (2021–2023) war es, eine breite Allianz von Medienakteuren in ihrer Fähigkeit zu stärken, unabhängig und kritisch zu berichten. Dazu wurden Medienschaffende und Nutzerinnen und Nutzer sozialer Medien geschult und in einen konstruktiven Dialog mit Universitäten, Medienhäusern, zivilgesellschaftlichen Organisationen und staatlichen Akteuren gebracht. Das Projekt unterstützte die Journalistik-Abteilungen der Universitäten Rajshahi und Chittagong bei der Vermittlung journalistischer Kompetenzen, den Bangladesch-Zweig der Nichtregierungsorganisation (NRO) *Article 19* bei der Vermittlung von Medienkompetenz sowie ausgewählte unabhängige Medienhäuser bei der Produktion relevanter Beiträge und dem Zugang zu Information.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Die DW Akademie agierte sensibel im Kontext schrumpfender Räume für freie Meinungsäußerung, verbesserte die Qualität der journalistischen Ausbildung und trug zur Überbrückung der Wissenskluft zwischen der gebildeten städtischen Bevölkerung und der benachteiligten Landbevölkerung bei.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt war gut koordiniert mit anderen relevanten Akteuren vor Ort, darunter *BBC Media Action, Internews, UNESCO, Goethe-Institut, Friedrich-Ebert-Stiftung* und die *Friedrich-Naumann-Stiftung*.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Gute Fortschritte wurden bei der Zusammenarbeit zwischen Universitäten und Medien erzielt. *Article 19* stellte Materialien zur Medienkompetenz über ein bestehendes E-Learning-System bereit.

Effizienz: *Insgesamt erfüllt* – Die meisten Ziele wurden aufgrund der Corona-Pandemie mit einer gewissen Verzögerung erreicht. Darauf wurde jedoch flexibel reagiert, (im Sinne der *„adaptive capacity“)*.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Voll und ganz erfüllt* – Die Partnerschaften mit *Channel I, Artikel 19* und *United News of Bangladesh* waren dazu geeignet, qualitative Verbesserungen bei der Nachrichtenrecherche, Analyse, Teamkollaboration und der technischen Integration zu erzielen.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Die wichtigsten Umsetzungspartner, darunter *Channel I*, ein führender nationaler Rundfunksender, und *Article 19* sind bereit und in der Lage, die von der DW Akademie finanzierten Aktivitäten weiterzuführen.

Flucht und Dialog

Das *Flucht und Dialog*-Projekt (2021–2023) zielte darauf ab, die von Vertreibung und Konflikten betroffenen Menschen in der Region Südasien in ihren Informationsbedarfen und bei der Thematisierung ihrer Anliegen zu unterstützen. In Bangladesch wurden kommunale Medien und NRO in die Lage versetzt, Informationen und Medienformate für die Rohingya und die Aufnahmegesellschaft bereitzustellen. Die DW Akademie und ihre Partner stärkten zudem lokale pakistanische Medien und Bürgerjournalistinnen und -journalisten bei der Bereitstellung von Informationen und Medienformaten für afghanische Geflüchtete und deren Aufnahmegemeinschaften. Medienexpertinnen und Medienexperten aus Afghanistan erhielten Stipendien und wurden in ihren Kapazitäten gestärkt, Medienformate zu produzieren. Und schließlich wurde auf der transnationalen Ebene ein interdisziplinäres Netzwerk von südasiatischen Expertinnen und Experten zu Flucht und Dialog aufgebaut.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Maßnahme zielte darauf ab, Kernprobleme der Zielgruppe von entwicklungspolitischer Bedeutung zu bearbeiten. Information, Kommunikation und Bildung sind der Schlüssel zur friedlichen Koexistenz zwischen Geflüchteten und den Aufnahmegesellschaften.

Kohärenz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Projekt wurde eng mit anderen Akteuren der Entwicklungszusammenarbeit im Medienbereich abgestimmt; es ergaben sich in verschiedenen Bereichen gute Kooperationsmöglichkeiten.

Effektivität: *Voll und ganz erfüllt* – Die Zielwerte der Outcome- und Output-Indikatoren wurden so eingeschätzt, dass sie bis zum Ende der Laufzeit des Projekts erreicht werden. Zur Vermeidung negativer Effekte kam der *Do-No-Harm*-Ansatz[880] zum Einsatz.

880 „Do no harm" heißt übersetzt „richte keinen Schaden an". Nach dem Do-No-Harm-Prinzip sollen mögliche negative Folgen von Entwicklungszusammenarbeit frühzeitig erkannt, vermieden und abgefedert werden. Ungewollte Wirkungen können zum Beispiel durch das Auftreten von ausländischen Expertinnen und Experten, die Verteilung von Fördermitteln und die Auswahl lokaler Kooperationspartnern erzeugt werden. In Kriegs- oder Spannungsgebieten kann Entwicklungszusammenarbeit so schlimmstenfalls zur Eskalation von Konflikten beitragen. Vor allem Programme in Krisensituationen müssen daher nach diesem Prinzip „konfliktsensibel" gestaltet werden.

Effizienz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Projekt wurde als sehr kosteneffizient eingeschätzt und zeuge von einem sorgfältigen Umgang mit den Mitteln.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Insgesamt erfüllt* – Die Annahme, dass das Projekt einen Beitrag zur Verbesserung der Lebenslage der direkten Zielgruppe leiste, könne laut Gutachterin als plausibel gelten. Inwiefern dies darüber hinaus für die größere Gemeinschaft gelte, könne jedoch noch nicht abschließend ermittelt werden.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Angemessene Schritte wurden eingeleitet, um sicherzugehen, dass Projektpartner und Zielgruppen die Nachhaltigkeit der Ergebnisse mittel- und langfristig sicherstellen konnten.

Kambodscha

Ziel des Projekts in Kambodscha (2021–2023) war es, die Widerstandsfähigkeit der jungen kambodschanischen



Deborah Urban/DW Akademie

In einem Projekt der DW Akademie lernen junge Indigene der Hochebenen Kambodschas, wie sie sich vor Online-Betrug und Desinformation schützen können.

Bevölkerung gegen Desinformation in der digitalen Welt zu stärken. Junge Menschen lernten, sich umfassend zu informieren, kritisch zu denken, reflektiert zu handeln und sich sicher am öffentlichen Diskurs zu beteiligen. Die gesteigerte Medienkompetenz *(MIL)* resultierte auch daraus, dass das *MIL*-Konzept im Lande verankert wurde. Die lokalen Projektpartner qualifizierten Lehrerinnen und Lehrer sowie Studentinnen und Studenten im Bereich *MIL*, verbreiteten *MIL*-bezogene Inhalte über analoge und digitale Medien und schafften ein Netzwerk für die *MIL*-Akteure des Landes.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Relevanz der Aktivitäten der DW Akademie und ihrer kambodschanischen Projektpartner wurde durchgängig von allen Teilnehmenden als hoch eingeschätzt.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Das 2022 ins Leben gerufene *MIL-Kh-Netzwerk* verbesserte die Kohärenz zwischen Akteuren im Feld Medienkompetenz. Der Austausch könnte jedoch noch ausgebaut werden.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Die Zusammenarbeit mit den Partnern *Ministry of Education, Youth and Sport (MoEYS)* und dem *Cambodian Centre for Independent Media (CCIM)* erreichte viele Endbegünstigte und verbesserte ihr Leben.

Effizienz: *Insgesamt erfüllt* – Insgesamt wurde das Projekt als effizient in der Durchführung bewertet. Insbesondere die Umstellung von Präsenz- zu Online-Workshops aufgrund der Corona-Pandemie funktionierte weitgehend reibungslos.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Voll und ganz erfüllt* – Aufgrund der vielfältigen Kooperation mit Partnern erreichte das Projekt sehr unterschiedliche Zielgruppe: verschiedene Ebenen der Zivilgesellschaft durch die Aktivitäten im Bereich der nicht-formalen Bildung *CCIM* und das *Women's Media Centre of Cambodia* sowie Lehrkräfte und ihre Schülerinnen und Schüler durch die formalen Bildungsaktivitäten, die mit *MoEYS* bzw. dem *Department of Information Technology des Ministeriums (DIT)* durchgeführt werden. Dies sprach für eine breite Wirkung der Maßnahme.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Insbesondere der strukturelle Ansatz in der Zusammenarbeit mit *MoEYS/DIT* versprach nachhaltige Veränderungen im *MIL*-Sektor, da das Thema in den nationalen Lehrplan integriert wurde.

Adaptive Capacity: Die Projektträger reagierten zeitnah auf die Corona-Pandemie und leiteten entsprechende Änderungen ein. Gemeinsam passten DW Akademie und Partner das Training von Präsenz- zu Onlineformaten an, so dass Aktivitäten zwar verzögert, aber dennoch stattfinden konnten. Partner zeigten auch Flexibilität bei der Anpassung an die veränderte Nutzung von sozialen Netzwerken in Kambodscha.

Mongolei

In der Mongolei sind die Medienunternehmen überwiegend im Besitz von Politikerinnen und Politikern oder politisch motivierten Geschäftsleuten, die zum Zwecke der Öffentlichkeitsarbeit und der Beeinflussung der Agenda in die Arbeit von Redaktionen eingreifen. Das Projekt (2021–2023) zielte deshalb auf die Stärkung unabhängiger Medienakteure wie dem *Medienrat der Mongolei (MCM)*, das *mongolische Center for Investigative Research (MCIR)* und das *Presseinstitut der Mongolei (PIM)* ab. *MCIR* und *PIM* wurden in ihren digitalen Kapazitäten (Community-Management, Sprachtechnologien) unterstützt, während der Medienrat darin gestärkt wurde, finanziell auf eigenen Beinen zu stehen. Darüber hinaus dienten Studien und Austauschformate der Etablierung des *MCM* als Hüter der Pressefreiheit und guter Regierungsführung in der Mongolei.

Hier wurde eine Impact-Studie zur Medienselbstregulierung durchgeführt, konkret zu der entwicklungspolitischen Wirkung des mongolischen Medienrates *(MCM)* als Leuchtturm für Meinungsfreiheit und qualitativ hochwertigen, unabhängigen Journalismus. Insofern lag der Fokus hier auf dem *OECD/DAC*-Kriterium entwicklungspolitische Wirkung (Impact).

Entwicklungspolitische Wirkung: Der *MCM* schaffte es, sich als legitime und glaubwürdige Stimme des Mediensektors zu etablieren. Allein durch seine Existenz und seine Tätigkeiten trug der *MCM* dazu bei, Übergriffe der Regierung auf Medien im Zaum zu halten, so die Gutachterinnen und Gutachter. Die von dem *MCM* entwickelten ethischen Richtlinien leisteten einen Beitrag zur Reduktion von journalistischen Fehltritten. Auch im Mediensektor selbst herrschte eine hohe Akzeptanz der Urteilssprüche des Medienrates, die auch in der Rechtsprechung als Referenz verwendet wurden. Im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit herrschte allerdings noch Nachholbedarf, da der Rat in der allgemeinen Bevölkerung wenig bekannt war. Auch die finanzielle Nachhaltigkeit von *MCM* stand zum Zeitpunkt der Evaluation noch in Frage.

Myanmar

Zu Beginn des Projektes 2021 fand der Militärputsch in Myanmar statt, so dass Projektaktivitäten weitestgehend ins Ausland verlagert werden mussten. Auch unter den neuen Bedingungen fiel die Evaluierung sehr gut aus, so wurde etwa das Kriterium Relevanz *Voll und ganz erfüllt*. Weitere Details werden aus Sicherheitsgründen hier nicht aufgeführt.

Pakistan

Ziel des Projekts in Pakistan (2021–2023) war die Unterstützung von Bürgerjournalistinnen und -journalisten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lokaler Medien und unabhängiger journalistischer Initiativen bei der Produktion lokal relevanter und verifizierter Inhalte. Insbesondere wurden dabei Kompetenzen im Zusammenhang mit digitalem Journalismus, Faktenchecks und nachhaltiger Einkommensgenerierung vermittelt. Drei Partnerorganisationen wurden beim Aufbau von Strukturen für Training und Mentoring unterstützt: die Nachrichtenagentur *Tribal News Network* in Peshawar, die NRO *Individualland* in Islamabad/Quetta und das *Centre of Excellence in Journalism* in Karatschi. Darüber hinaus sensibilisierte das Traumazentrum für Journalistinnen und Journalisten von Individualland in Quetta lokale Psychotherapeutinnen und -therapeuten in Khyber Pakhthunkhwa und Belutschistan für die spezifischen Bedürfnisse von Journalistinnen und Journalisten.

In Pakistan wurde eine Impact-Studie zur Arbeit von *Individualland* zur Traumaberatung und -sensibilisierung durchgeführt. Insofern stand hier das *OECD/DAC*-Kriterium entwicklungspolitische Wirkung (Impact) im Mittelpunkt.

Entwicklungspolitische Wirkung: Das von *Individualland* angebotene Beratungsprogramm erzielte signifikant positive Ergebnisse für die Personen, die die Beratung in Anspruch nahmen. Sie zeigten weniger somatische Stress- und Angstsymptome und eine verbesserte emotionale und soziale Fähigkeit, was deutliche Zeichen für ein verbessertes Wohlbefinden sind. Die Sensibilisierungsprogramme weckten ein Problembewusstsein unter Medienschaffenden und Führungskräften für Fragen der psychischen Gesundheit und halfen vielen, die Symptome von Depressionen und verzögerten Traumareaktionen selbst zu erkennen. Nur einige wenige Medienmanager zeigten jedoch Veränderungen in ihren Einstellungen und ihrem Führungsverhalten, indem sie etwa ihrem Team emotionale Unterstützung gewährten. Auch das Beratungsprogramm des *Centre of Excellence in Journalism* zeigte positive Ergebnisse bei den beratenen Journalistinnen und Journalisten, indem es ihnen half, Ängste und Panikattacken zu überwinden und ihre emotionale Widerstandskraft zu stärken.

Usbekistan/Kirgisistan

Das Projekt (2021–2023) zielte darauf ab, die Erfahrungen, die in den vielen Jahren der Unterstützung von Bürgermedien in Kirgisistan gesammelt wurden, zum Aufbau einer ebenso lebendigen Medienlandschaft in Usbekistan zu nutzen. Mit Unterstützung der kirgisischen Projektträger sollten Menschen in Usbekistan dabei unterstützt werden, Zugang zu partizipativen und ausgewogenen Informationsangeboten zu erhalten. Dies geschah durch den Aufbau und die Stärkung der Kapazitäten von Bürgermedien in Usbekistan – auch mit Hilfe des Bürgermedien-Verbandes *Association of Community Media (ACM)* aus Kirgisistan – sowie durch die Vermittlung von Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche.

Die Impact-Studie in Kirgisistan untersuchte einerseits die entwicklungspolitische Wirkung der langjährigen Unterstützung von Bürgermedien in Kirgisistan und identifizierte andererseits Erfolgs- und Hemmfaktoren, die diese Wirkung beeinflusst haben und ggf. auch auf den usbekischen Kontext übertragen werden könnten. Deshalb lag der Schwerpunkt der Evaluation auf dem *OECD/DAC*-Kriterium entwicklungspolitische Wirkung (Impact).

Entwicklungspolitische Wirkung: Die kirgisischen Bürgermedien wirkten dem Stadt-Land-Gefälle in Kirgisistan entgegen, das sich auch im Informationszugang niederschlägt. Die Landbevölkerung erhielt durch die Bürgermedien Informationen über lokale Ereignisse und Themen, die von anderen Medien nicht abgedeckt wurden. Dabei wurde der Bürgermedien-Sektor von Frauen dominiert und spielte daher eine wichtige Rolle darin, Frauen eine Stimme zu verleihen. Während die Führungspositionen in Bürgermedien konstant besetzt waren, führte eine hohe Fluktuation bei den Bürgerjournalistinnen und -journalisten zu Diskontinuitäten bei der Aus- und Fortbildung sowie bei der Gewährleistung von journalistischer Qualität. Die Konzentration von Wissen auf sehr wenige Personen in den Bürgermedien birgt auch ein Risiko für die Nachhaltigkeit. Zugleich wurden Bürgermedien als ein wichtiges Betätigungsfeld für junge Menschen betrachtet. Insgesamt wurde *ACM*, der sich weiter für die Belange der Bürgermedien einsetzen soll, als finanziell tragfähig eingeschätzt.

Region Afrika, 2022–2024

Ein besonderer Fokus der Regionalausrichtung der DW Akademie umfasst Projekte in Afrika. Die regional angelegte Innovationsinitiative vergab Stipendien für Projektideen zu regionalen Schlüsselproblemen wie dem Zugang ländlicher Frauen zu Information (Ostafrika), Innovation im Journalismus (südliches Afrika) und Medienkompetenzförderung (Westafrika). Im Vergleich zu Projekten in einzelnen Ländern wurde die Innovationsinitiative im südlichen und Ostafrika als effizienter im Hinblick auf die Input-Output-Relationen (Zeit, Fachwissen, Human- und Finanzressourcen) bewertet. In Westafrika führte der hohe Pilotaufwand in Bezug auf Administration und Kommunikation zu einem ambivalenten Urteil. Die Kohärenz zwischen der Innovationsinitiative und den Länderprojekten wurde insgesamt aber auch als gelungen betrachtet, mit zahlreichen Synergien, wobei auch Spielräume für eine stärkere Verschränkung gegeben waren. Die Evaluationen der Einzelländer kamen zu befriedigenden bis sehr guten Ergebnissen in Bezug auf Effektivität und Kohärenz.

Es folgen die Ergebnisse der regional angelegten Evaluationen.

Evaluation Westafrika (Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Ghana, Innovationsinitiative)

Burkina Faso

In Burkina Faso (2022–2024) lag der Schwerpunkt auf dem Aufbau eines Kompetenzzentrums für Faktenchecks. Dessen Faktencheckerinnen und Faktenchecker schulten Bürgerjournalistinnen und -journalisten von Community-Radiosendern in Burkina Faso, Mali und Niger in der Verifizierung und Faktenprüfung. Die Community-Radiosender entwickelten zudem innovative Dialogformate, die sich an vulnerable Bevölkerungsgruppen wie Binnenvertriebene richteten. Es wurden zielgruppenspezifische Module zur Vermittlung von Medien- und Informationskompetenz *(MIL)* entwickelt und Multiplikatoren für deren Durchführung geschult.

Für das Einzelländerprojekt Burkina Faso wurden im Rahmen der Regionalevaluation die Kriterien Effektivität und Kohärenz beurteilt.

Kohärenz: *Teilweise erfüllt* – Die *Caravane de l'espoir* (Karawane der Hoffnung) wurde zur Sensibilisierung von Binnenvertriebenen für Medienkompetenz pilotiert. Dabei zeigte sich, dass die Partnerorganisationen nicht immer hinreichend strukturell eingebunden waren.

Effektivität: *Teilweise erfüllt* – Einerseits wurde das angesehene Faktencheck-Zentrum *Fasocheck* eingerichtet, die Dialoginitiativen der Community-Radios zeigten positive Ergebnisse und *MIL*-Module konnten für benachteiligte Menschen produziert werden. Andererseits führten Budgetbeschränkungen aufgrund steigender Preise und Kosten dazu, dass nicht alle Ziele erreicht wurden. Die Folgen der *COVID-19*-Pandemie und des Krieges in der Ukraine wirkten sich generell negativ auf die Kosten aus. Zudem waren die Sicherheitslage (Terrorismus) und die politische Situation nach dem Militärputsch in Burkina Faso äußerst herausfordernd.

Côte d'Ivoire

In Côte d'Ivoire (2022–2024) wurden Organisationen dabei unterstützt, Austauschformate für Ivorinnen und Ivorer verschiedener Generationen zu entwickeln und so einen geschützten Raum für die Diskussion sensibler Themen mit besonderem Fokus auf die Rolle der Frau in der Gesellschaft zu schaffen. Junge Menschen wurden befähigt, konfliktsensibel und kritisch mit Medieninhalten umzugehen und selbst Inhalte zu gestalten und zu produzieren.

Für das Einzelländerprojekt Côte d'Ivoire wurden im Rahmen der Regionalevaluation die Kriterien Effektivität und Kohärenz beurteilt.

Kohärenz: *Teilweise erfüllt* – Die Produkte *EMI Lab* (Sensibilisierung junger Menschen für Politik und Zivilgesellschaft) und *Cin'EMI* (Analyse von Filmen zum Thema Fake News und Desinformation) wurden pilotiert. Auf der Ebene des Länderprojekts wirkten sich Herausforderungen in der Verwaltung der DW Akademie negativ auf das Prinzip der gleichberechtigten Partnerschaft aus.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Auch dieses Projekt stellten die hohen Kosten und die Inflation vor eine schwere Probe. Dialogveranstaltungen mussten reduziert werden. Die vorhandenen Events wurden jedoch von mehr Besucherinnen und Besucher wahrgenommen als erwartet. Sowohl in der *MIL*-Komponente als auch in der *Innovation for Dialogue*-Komponente wurden die Ziele erreicht.

Ghana

In Ghana (2022–2024) wurde der Aufbau der investigativen Journalismus-Initiative *The Fourth Estate* unterstützt. Basierend auf dem *Media-Viability*-Verständnis der DW Akademie wurden eine Organisationsstruktur und ein Geschäftsmodell entwickelt, um die Nachhaltigkeit der Initiative als Zentrum für investigativen Journalismus zu sichern.

Darüber hinaus wurden Initiativen zur Stärkung der Medienkompetenz auf nationaler und regionaler Ebene gefördert. Dabei standen ältere oder nicht lese- und schreibkundige Menschen sowie Menschen mit Behinderungen im Fokus.

Für das Einzelländerprojekt Ghana wurden im Rahmen der Regionalevaluation die Kriterien Effektivität und Kohärenz beurteilt.

Kohärenz: *Teilweise erfüllt* – Das Produkt *MIL in special schools* (Modul für Schwerhörige) ging in Ghana pilothaft an den Start. Der Austausch mit Teilnehmenden aus anderen Ländern blieb dabei allerdings aus. Es wurde empfohlen, die *Media Foundation of West Africa* als langjährigen, erfahrenen Partner in diese Initiative mit aufzunehmen.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Auch in Ghana schlugen die gestiegenen Kosten und die hohe Inflation negativ zu Buche. Allerdings konnte die investigative Journalismus-Initiative *The Fourth Estate* planmäßig lanciert werden. Darüber hinaus konnte die Partnerorganisation *Penplusbytes* im Hinblick auf ihre Organisationsentwicklung gestärkt werden, um ihre Kernarbeit, die Sensibilisierung im Bereich *MIL*, besser wahrnehmen zu können. Das *Data Lab* konnte nicht wie ursprünglich geplant stattfinden.

Innovationsinitiative Westafrika

Die regionale Innovationsinitiative umfasste in Westafrika das regionale Innovationsprojekt *Connexions EMI – MIL Connections*. Im Rahmen interdisziplinärer „Idea Labs" diskutierten Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Ghana, Mali, Niger, Senegal und Deutschland innovative Ansätze zur Vermittlung von *MIL*. Es entstanden sprach- und länderübergreifende Ideen für neue *MIL*-Produkte und -Projekte, die in die vielfältigen Lebensrealitäten der Menschen passten: in verschiedenen Sprachen, in Stadt und Land, über alle Altersgruppen hinweg, mit und ohne Internetzugang.

Für die Innovationsinitiative wurden im Rahmen der Regionalevaluation die Kriterien Relevanz, Kohärenz und Effizienz beurteilt.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Bevölkerung wurde befähigt, verifizierte Informationen von verschiedenen Formen von Falschnachrichten und/oder Hassrede zu unterscheiden und sich Gehör zu verschaffen. Dies war insbesondere für benachteiligte Gruppen (Jugendliche, Frauen, Binnenvertriebene, Menschen mit Behinderungen) wichtig, um an politischen, sozialen und wirtschaftlichen Entscheidungen teilhaben zu können.



Nana Kyei Abankwah/DW

Training der DW Akademie zum Journalismus in ländlichen Regionen – praxisnah, lokal verankert und auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden zugeschnitten.

Kohärenz: *Teilweise erfüllt* – Zwischen der Innovationsinitiative und den Länderprojekten bestanden Synergien, insbesondere im Bereich Wissensaustausch und Kontakte. Die Partnerorganisationen und die lokalen Projektverantwortlichen der DW Akademie waren jedoch grundsätzlich nicht in die Innovationsinitiative eingebunden, da Individuen und nicht Organisationen am Austausch beteiligt waren. Die Art des Austausches wurde a priori entschieden, anstatt gemeinsam mit den Teilnehmenden.

Effizienz: *Teilweise erfüllt* – Workshops mit Teilnehmenden aus mehreren Ländern durchzuführen, war kostenintensiv, da neben Unterkunft und Verpflegung auch Flüge bezahlt werden mussten. Die potenzielle Stärke des regionalen Ansatzes lag in den fünf neu geschaffenen Produkten, der Netzwerkbildung und der Möglichkeit, gemeinsame Lösungen für ähnliche Probleme zu finden.

Evaluation Ostafrika (Äthiopien, Kenia, Uganda, Innovationsinitiative)

Äthiopien

In Äthiopien (2022–2024) wurden Medienschaffende befähigt, die Qualität ihrer Berichterstattung zu verbessern und journalistische Standards anzuwenden. Die Grundlage dafür legte ein gemeinsam mit dem Partner entwickeltes und institutionell verankertes Trainingsprogramm. Um den Austausch zwischen den Medien, der noch schwachen Zivilgesellschaft und Reformakteuren anzuregen, wurde ein innovatives multimediales Dialogformat, insbesondere für und mit jungen Menschen, implementiert.

Für das Einzelländerprojekt Äthiopien dienten im Rahmen der Regionalevaluation die Kriterien Effektivität und Relevanz als Beurteilungsgrundlage.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Der institutionenstärkende Ansatz wurde von den Befragten allgemein als das „fehlende Bindeglied" angesehen, das der Mediensektor dringend benötigte. Das Training-Center wurde als dringend notwendig eingeschätzt, um den Arbeitsmarkt mit gut ausgebildeten Medienschaffenden zu versorgen. Die Dialogkomponente zielte auf die relevante Gruppe der unter 25-Jährigen ab und versorgte sie mit innovativen, interaktiven, kreativen und anregenden Dialogformaten.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Die Partner mussten viel Zeit, Energie und Engagement investieren, doch dies habe sich aus ihrer Sicht gelohnt. Der *Human-Centered-Design*-Ansatz[881] brachte die Partner dazu, ihre Komfortzone zu verlassen, neue Themen und Perspektiven zu erkunden und ein neues, effektives, solides und relevantes Projekt zu entwickeln. Alle Trainings konnten planmäßig stattfinden. Die Dialog-Komponente war externen Herausforderungen ausgesetzt, wie etwa staatlich veranlassten Internet-Blackouts, eingeschränktem Zugang zu sozialen Medien und Schwierigkeiten bei der Behandlung bestimmter Themen (Politik usw.). Um diese Hindernisse zu überwinden, wurden die Inhalte sowohl online als auch offline verbreitet und die Themen sorgfältig ausgewählt.

Kenia

In Kenia (2022–2024) wurden lokale Radiosender beim Aufbau eines Verbunds *(Grand Wave Consortium)* unterstützt, um Dienstleistungen wie Einnahmegenerierung, Kapazitätsaufbau, Ausrüstung und günstige Richtlinien gemeinsam zu nutzen. Dadurch steigerten die einzelnen Radiosender langfristig ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit. Ein Beraterpool wurde aufgebaut, um kenianische Medien bei der Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle und dem Aufbau von Qualitätsjournalismus zu unterstützen. Zudem stärkte man die Organisation *Code for Africa*, um in Medienhäusern Verifizierungsstellen einzurichten und so der Verbreitung von Desinformation und Hassrede entgegenzuwirken.

Für das Einzelländerprojekt Kenia wurden im Rahmen der Regionalevaluation die Kriterien Effektivität und Relevanz evaluiert.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Relevanz der Maßnahme wurde von allen Partnern unterstrichen. Spezifisch bestand die Stärke darin, die Partner beim eigenen Wachstum zu unterstützen.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Mehrere Faktoren wurden für den Erfolg des Projekts identifiziert: Zusammenarbeit mit im Kern finanziell tragfähigen Medienhäusern, die Bereitschaft des Managements zur Veränderung, die kontinuierliche Überprüfung der Relevanz der in Trainings vermittelten Inhalte, der Aufbau eines Pools kompetenter Beraterinnen und Berater für wirtschaftliche Tragfähigkeit *(Media Viability)* und die schnelle Reaktion auf veränderte Rahmenbedingungen während der Corona-Pandemie. Das *Grand Wave Konsortium* hatte jedoch noch keine stabile, nachhaltige Struktur erreicht.

881 Menschenzentrierter Ansatz, der den Menschen und seine Bedürfnisse sowie Fähigkeiten in den Vordergrund stellt.

Uganda

In Uganda (2022–2024) wurde die lokale Medienberichterstattung durch Schulungsmaßnahmen für Journalistinnen und Journalisten sowie durch die Förderung des gesellschaftlichen Dialogs unterstützt. Teil des Uganda-Projekts war auch das regionale Netzwerk *Women@Web*, das Frauen in Uganda, Ruanda, Kenia und Tansania darin unterstützte, sicher und aktiv im Internet zu agieren. Unter dem Titel *Mind the Gap* wurden im Rahmen eines Nachfolgeengagements tansanische Journalistinnen in der Berichterstattung über Online-Gewalt gegen Frauen geschult.

Auch für das Einzelländerprojekt Uganda dienten die Kriterien Effektivität und Relevanz als Richtschnur für die Regionalevaluation.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Relevanz des Fehlmanagements im öffentlichen Sektor wurde von der Evaluatorin als höchst relevant beurteilt, nicht nur für Uganda, sondern auch für die gesamte Region. Dem Projekt gelang es, dieses Thema auf die nationale Agenda zu heben und damit öffentliche Stellen an ihre Rechenschaftspflicht zu erinnern. *Mind the Gap* galt als natürliche Fortsetzung der *Women@Web*-Projektlinie und profitierte laut Gutachterin von einer soliden Wissensbasis (Identifizierung vorrangiger Probleme) und bewährter Trainingsmethoden, wodurch es für die Begünstigten besonders relevant war.

Effektivität: *Voll und ganz erfüllt* – Als Erfolgsfaktoren wurden unter anderem die langfristig gepflegten Beziehungen zwischen der DW Akademie und den involvierten Radiosendern sowie Journalistinnen und Journalisten benannt. Zum Erfolg beigetragen haben auch die kontinuierliche Koordination mit wichtigen Akteuren vor Ort sowie die Präsenz der Programmdirektorin vor Ort, die mit kontextuellem Wissen umsichtig agierte. Das Projekt stärkte sowohl das Netzwerk als auch individuelle Radiosender im ländlichen Uganda. Bei *Mind the Gap* wurden die Bereitschaft und die Fähigkeit einiger Teilnehmerinnen betont, ihr neu erworbenes Wissen zum Thema Online-Gewalt gegen Frauen weiterzugeben. Dies führte zu spürbaren Ergebnissen hinsichtlich der Verbreitung und Sensibilisierung für diese Themen weit über den Kreis der Geschulten hinaus.

Innovationsinitiative Ostafrika

Die regionale Innovationsinitiative zielte in Ostafrika im Rahmen des regionalen Innovationsprojekts *(Re-)Claiming Spaces* darauf ab, jungen Frauen in ländlichen Gebieten Ugandas, Kenias, Tansanias und Äthiopien einen verbesserten Zugang zu relevanten Informationen zu ermöglichen und ihre Teilnahme am gesellschaftlichen Diskurs zu stärken. Eine regionale Studie ermittelte zunächst den Kommunikations-, Informations- und Partizipationsbedarf der Zielgruppe. Auf dieser Grundlage wurden dann Initiativen anhand ihres Potenzials zur Unterstützung der Entwicklung innovativer regionaler Lösungen ausgewählt.

Für das regionale Innovationsprojekt wurden in Ostafrika, wie in den anderen Regionen, die Kriterien Relevanz, Kohärenz und Effizienz zur Evaluation genutzt.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Relevanz des Regionalprojekts leitete sich unter anderem aus der Tatsache ab, dass sie von Akteuren mit einer starken Verbindung zu den Gemeinden im ländlichen Raum formuliert und getragen wurde, die Initiativen einen *Human-Centered-Design*-Ansatz wählten und schließlich, dass genug Raum für das Reifen und Reflektieren der Produktideen zur Verfügung gestellt wurde. Die regionale Projektlinie zeigte pilothaft, dass die Begleitung von Akteuren, die häufig nicht „auf dem Innovationsradar“ seien, wichtig sei, so die Evaluatorin.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Die Innovationsinitiative war nicht auf eine enge Integration mit dem Landesprogramm angelegt, ergänzte sich jedoch in gewissem Maße mit den anderen in Uganda umgesetzten Projektlinien. Dies wurde durch die Beziehungen und Synergien zwischen Akteuren und Projekten unterstrichen: die Mobilisierung wichtiger Partner wie *MCI* (Organisation von Workshops) und die Beteiligung von Personen, die Teil des Ökosystems der DW Akademie waren und in früheren Projekten unterstützt wurden.

Effizienz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Grundprinzip des Pilotprojekts bestand darin, Lernprozesse zu ermöglichen und die Ausweitung zu beschleunigen. In dieser Hinsicht war das Projekt effizient. Die aufgetretenen Schwierigkeiten wurden dokumentiert (Gründe und Folgen von Verzögerungen in der ersten Studie, vertragliche und administrative Ineffizienzen). Das Projekt zeigte seine Anpassungsfähigkeit an die Bedürfnisse und Begünstigten (Format und Inhalt der Unterstützung) und es wurden Schlüsse aus den verschiedenen Phasen für die jeweilige Fortsetzung gezogen.

Evaluation südliches Afrika (Namibia und südliches Afrika, Innovationsinitiative)

Namibia und südliches Afrika

Das Projekt der DW Akademie für Namibia und das südliche Afrika (2022–2024) wurde in der gesamten Region umgesetzt – in Namibia, Malawi, Lesotho, Sambia und Simbabwe. Es stärkte die Widerstandsfähigkeit des Mediensektors durch journalistische Kompetenzschulungen und die Entwicklung innovativer Redaktionen. Dazu wurden Medien- sowie Journalistinnen- und Journalistenausbildungszentren in der Region unterstützt. Die Arbeit mit Jugendlichen und Bildungseinrichtungen zur Medien- und Informationskompetenz befähigte Mediennutzerinnen und -nutzer, Falsch- und Desinformation zu widerstehen. Die Unterstützung einer Koalition von Medien-NROs gewährleistete zudem einen soliden Rechtsrahmen für Meinungsfreiheit und Solidarität mit Aktivistinnen und Aktivisten für Medienfreiheit in der gesamten Region.

Für das Projekt Südliches Afrika wurden im Rahmen der Regionalevaluation das Einzelprojekt anhand der Kriterien Effektivität und Kohärenz evaluiert.

Effektivität: *Voll und ganz erfüllt* – Die Bereitstellung eines Portfolios bedarfsgerechter Schulungsmodule für Journalistinnen und Journalisten, die sie für die Erstellung hochwertiger Medieninhalte benötigen, wurde größtenteils durch die Einführung von Innovationsstipendien sowie die gemeinsame Entwicklung von mehr als 15 Schulungsmodulen zu einem breiten Themenspektrum erreicht. Die Entwicklung der Schulungsmodule führte zudem zu einem produktiven Austausch zwischen Partnerorganisationen in Malawi, Namibia, Simbabwe, Lesotho, Sambia, Botswana und Südafrika über Innovation und Qualitätsstandards.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Regionale Projektlinien und länderspezifische Ansätze ergänzten sich auf komplexe und umfassende Weise durch den Aufbau von Beziehungen, den Austausch von Fachwissen und Ressourcen sowie die Vernetzung. Synergien und Verknüpfungen zwischen verschiedenen Projektlinien boten insgesamt das größte Potenzial für interne und externe Kohärenz. Es könnte jedoch noch mehr getan werden, um die Verknüpfungen zwischen länderspezifischen Ansätzen und regionalen Projektlinien zu stärken.

Innovationsinitiative südliches Afrika

Die regionale Innovationsinitiative stärkte im südlichen Afrika die Innovationsfähigkeit von Medien und Zivilgesellschaft und förderte so die Meinungsfreiheit benachteiligter Gruppen mit Schwerpunkt auf einheimische Sprachen. Es umfasste zwei Instrumente: Ideenentwicklung und einen Innovationsfonds, der Ressourcen für die Erprobung und Verbesserung von Prototypen bereitstellte und auf die Informationsbedürfnisse des jeweiligen Publikums zugeschnitten war.

Die Regionalevaluation nutzte zur Beurteilung der Innovationsinitiative im südlichen Afrika die beiden Kriterien Relevanz und Effizienz.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Evaluierung bestätigte die hohe Relevanz des Projektschwerpunkts: Medienschaffende aus dem südlichen Afrika sollten ihre beruflichen Fähigkeiten und ihre Innovationsfähigkeit verbessern. Es war laut dem Evaluator offensichtlich, dass die Ziele und das Konzept der Intervention den Bedürfnissen und Prioritäten der Zielbegünstigten und Partner entsprachen. Innovative Projekte im Bereich der Journalistenausbildung und Innovationsstipendien wurden von Interessengruppen wie dem *Media Institute of Southern Africa Malawi*, dem *Centre for Innovation and Technology* und dem *Namibia Media Trust* als besonders relevante Maßnahmen hervorgehoben. Dies war besonders wichtig für den Aufbau eines Pools hochqualifizierter Medienschaffender, die in ihren jeweiligen Gemeinden qualitativ hochwertige Informationen und Berichterstattung produzieren konnten.

Effizienz: *Voll und ganz erfüllt* – Das regionale Projekt war im Vergleich zu Projekten einzelner Länder hinsichtlich der Input-Output-Beziehungen (Zeit, Fachwissen, personelle und finanzielle Ressourcen) effizient. Durch Online- und Hybrid-Workshops und Konferenzen konnte die regionale Journalistenausbildung es Medienschaffenden aus dem südlichen Afrika ermöglichen, ihre beruflichen Fähigkeiten und ihre Innovationsfähigkeit kostengünstig zu verbessern.

Flucht und Krisenvorsorge

Das Regionalprojekt *Flucht und Krisenvorsorge* (2022–2024) unterstützte Partnerorganisationen in Ostafrika (Kenia, Tansania, Äthiopien, Uganda) und Westafrika (Burkina Faso) beim Aufbau und Betrieb von Kommunikationsdiensten in und um Flüchtlingslager. Communitybasierte Informationsdienste und Feedback-Mechanismen ermöglichten eine effektive wechselseitige Kommunikation zwischen der betroffenen Bevölkerung und den humanitären Dienstleistern. Zudem unterstützte die DW Akademie den Aufbau einer nationalen Plattform für Krisenvorsorgekommunikation und erstellte eine Medienlandschaftsanalyse in mehreren Ländern.

Das *Flucht und Krisenvorsorge*-Projekt wurde nach den klassischen *OECD/DAC*-Kriterien evaluiert, mit Ausnahme des Kriteriums Nachhaltigkeit, da dieses im humanitären Kontext als ungeeignet erschien.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Ziel des Projekts entsprach dem größten Bedarf, aber auch dem größten Veränderungspotenzial im strategischen Feld der gesellschaftlichen Teilhabe. Verschiedene Akteure beschrieben die hohe Relevanz des Projekts für die Zielgruppen durch die Förderung von beidseitiger Kommunikation. Das Projekt leistete zudem einen wichtigen Beitrag zur Gleichstellung der Geschlechter, indem es Genderaspekte mit Partnern und Zielgruppen thematisierte und umsetzte.

Kohärenz: *Voll und ganz erfüllt* – Die regionalen Maßnahmen waren eng mit den Aktivitäten der DW Akademie in den einzelnen Ländern der Region abgestimmt (interne Kohärenz). Die Projektmaßnahmen waren aber auch mit denen internationaler Organisationen, die vorwiegend im humanitären Kontext arbeiten, kompatibel, und die eingerichteten Koordinierungs- und Kooperationsmechanismen funktionierten hervorragend (externe Kohärenz).

Effizienz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Effizienzgewinne des regionalen Projekts im Vergleich zu Projekten in einzelnen Ländern waren auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. Dazu gehörten die technische Expertise sowie die Regionalorientierung des Projektteams.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Aufbauend auf den im Vorgängerprojekt durchgeführten Informationsbedarfsanalysen konnten im Projekt zielgruppen- und problemorientierte Angebote und Lösungsvorschläge entwickelt werden.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Insgesamt erfüllt* – Die praktische Arbeit mit den Partnerorganisationen und die Zusammenarbeit mit humanitären Organisationen wirkten sich auf lokaler Ebene in allen beteiligten Ländern aus. Auf nationaler und regionaler Ebene agierte das Projekt verstärkt als Medienentwicklungsorganisation und erzielte Wirkungen durch Beratung im *Advocacy*-Bereich.[882]

882 Im Advocacy-Bereich versuchen Organisationen sich für Interessen von Benachteiligten einzusetzen und Veränderungen herbeizuführen.

Regionen Lateinamerika, Nahost/Nordafrika und Osteuropa, 2023–2025

Wie bereits erwähnt, erfolgten die Evaluationen der drei Regionen Lateinamerika, Nahost/Nordafrika (MENA) und Osteuropa nach unterschiedlichen Kriterien gemäß den unterschiedlichen Bedarfen der verschiedenen Abteilungen, aber auf Grundlage der *OECD/DAC*-Kriterien.

Es folgen die Ergebnisse der regional angelegten Evaluationen.

Evaluation Mexiko und Mittelamerika

Das Projekt (2023–2025) ist aktiv in Mexiko, Guatemala und El Salvador. Ziel ist es, Desinformation in der Region einzudämmen und ihr etwas entgegenzusetzen. Das Projekt stützt sich auf drei Säulen: Erstens, ein Portfolio von Dienstleistungen und Produkten für die systematische Vermittlung von *MIL* wird konsolidiert; zweitens, neue Ansätze zur Bekämpfung von Desinformation werden gemeinsam mit lokalen Medien und Medienschaffenden entwickelt, wie z. B. redaktionelle Richtlinien oder neue Medienformate zur Stärkung des Dialogs mit dem Publikum; drittens, neue Erkenntnisse über Desinformation werden durch einen regionalen Wissens-„*Hub*“ generiert, der mit Hilfe von Forschung und partizipativen Formaten die Mechanismen hinter Desinformation und deren Auswirkungen analysiert und den Dialog in der Region fördert.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Projektdesign antwortete auf zentrale Probleme der Medienlandschaft in den drei Partnerländern: Die Stärkung unabhängiger Medien in Mexiko, die Stärkung der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Desinformation in El Salvador und den Einsatz gegen Hasskampagnen in Guatemala.

Kohärenz: *Teilweise erfüllt* – In Bezug auf die Koordination der Partner ergab sich ein gemischtes Bild. Die Kernpartner[883] waren in ihrer Kooperationsform am weitesten fortgeschritten. Koordination erfolgte punktuell; ein klarer Mehrwert der Zusammenarbeit jenseits eines geteilten Verständnisses von *MIL* und der gemeinsamen Lernprozesse war jedoch laut Gutachterin noch undeutlich.

883 Zu den Kernpartnern gehören: Periodistas de a Pie (Organisation „Journalisten zu Fuß“), Escuela de Comunicación Mónica Herrera (Mónica Herrera Schule für Kommunikation), Universidad Centroamericana (Zentralamerikanische Universität), Comunicares und Asociación de Servicios Educativos y Culturales (ASEC) (Verband für Bildungs- und Kulturdienste).

Effizienz: *Insgesamt erfüllt* – Das Ziel, mit weniger Mitteln weiter eine breite (oder gar breitere) Zielgruppe zu erreichen und dabei nicht an Qualität oder Thementiefe zu verlieren, konnte erreicht werden. Dies war allerdings nur durch das Einfügen einer Mittlerebene, *Community of Practice (CoP)*, und unter geringerem Einfluss auf die Endbegünstigten möglich. Die Kernmitglieder der *CoP* verfügten übereinander ergänzende Kompetenzen. Dieses Potenzial wurde auch im Projektdesign erkannt.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Die Expertinnen und Experten in der *CoP* verankerten *MIL* innerhalb ihrer eigenen Organisationen, trieben konkrete Projekte voran und setzten sich in ihrem Umfeld für Medienkompetenz als Antwort auf die Desinformationskrise ein. Der *CoP* bescheinigte die Evaluatorin das Potenzial, eine selbstorganisierte, auf längere Zeit angelegte Gruppe werden zu können.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Insgesamt erfüllt* – Die einbezogenen Partner und Medien gehörten zu den wenigen Akteuren, die das Schema traditioneller Kommunikation aufbrachen und sich kritisch, unabhängig und sensibel dem lokalen Publikum und lokalen Zielgruppen näherten und deren Bedarfe aufnahmen. Dabei eröffneten sie gerade vulnerablen Gruppen Raum.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Im Netzwerk der *Periodistas de a Pie* war neben einer starken *MIL*-Praxis und größerer Publikumsnähe auch eine redaktionelle Leitlinie verankert. Im Fall der Partner in El Salvador bestand ein großes Interesse an der Positionierung im Thema *MIL* und Desinformation. *Comunicares* in Guatemala gelang es, das Thema *MIL* zu verinnerlichen und als integralen Bestandteil seiner Dienstleistungen zu integrieren. *ASEC* verfügte über *MIL*-Erfahrungen, die sich zu denen vom vorherigen Projekt summierten.

Evaluation Südamerika

Bolivien

In Bolivien befähigte das Projekt (2023–2025) speziell lokale und kommunale Medienschaffende, Desinformation und Hassrede zu erkennen und zu bekämpfen. Da Kindern und Jugendlichen in ländlichen Gebieten die Medienkompetenz fehlte, die sie benötigten, um sich kritisch mit Informationen auseinanderzusetzen, entwickelte das Projekt Formate zur Förderung der Medienkompetenz *(MIL)* und der Medienbeteiligung von Kindern und Jugendlichen durch innovative Workshops.



Die DW Akademie ist seit 2020 in Mexiko aktiv und eröffnete 2023 in Mexiko-Stadt das zweite Regionalbüro in Lateinamerika. Hier mit Carsten von Nahmen, Managing Director der DW Akademie (Mitte).

Relevanz: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt befasste sich mit einem Problem, das für seine Durchführungspartner und den spezifischen Kontext von großer Bedeutung war. Um einen umfassenden Ansatz zu verfolgen, arbeitete es mit jungen Menschen und Kommunikatorinnen und Kommunikatoren zusammen.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt förderte die Zusammenarbeit zwischen den Teilnehmenden, einschließlich des Austauschs mit Partnern aus der Region, z. B. im Rahmen eines Studienbesuchs, der Teil des Konzepts für die aktuelle Phase war. Darüber hinaus wurde der *MIL*-Schwerpunkt durch die Erfahrungen und bewährten Verfahren aus Zentralamerika geprägt.

Effizienz: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt gewahrte die Kontinuität und unterstützte die Partner konsequent und eng. Es war erfolgreich bei der Förderung des Dialogs, der Klärung von Rollen und der Verbesserung der Kommunikation. Wichtig war, dass die organisatorischen Herausforderungen die Zusammenarbeit mit den Partnern nicht behindert haben.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Die DW Akademie schuf eine positive Dynamik, die Kinder und Jugendliche durch verschiedene Formate an Medien heranführten und ihnen eine souveräne Beteiligung an Medien-Initiativen ermöglichten. Weiteres Potenzial wurde in den Bereichen Skalierung und Klarheit im Fokus gesehen.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Teilweise erfüllt* – In dieser Phase verfolgte das Projekt einen ganzheitlicheren Ansatz, der sowohl die jungen Menschen als auch die Kommunikatorinnen und Kommunikatoren einbezog. Die vom *Centro de Producción Radiofónica – Zentrum für Radioproduktion* vorgenommene Priorisierung der Zielgruppen hätte laut Gutachter gezielter erfolgen können. Beide Durchführungspartner unternahmen gemeinsame Anstrengungen, die sich jedoch nicht zu kontinuierlichen, gemeinsamen Aktivitäten entwickelt haben.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Die Stärkung der Kapazitäten hat den Partnern erhebliche Vorteile beschert und ihre Nachhaltigkeit verbessert. Dies führte dazu, dass sie besser in der Lage sind, neue Dienstleistungen anzubieten und gemeinsam Mittel zu beschaffen, und dass sie in der Lage sind, Kooperationsmittel zu beantragen.

Kolumbien

Relevanz: *Insgesamt erfüllt* – Es herrschte etwas Uneinigkeit zwischen den Beteiligten zu bestimmten Schlüsselkonzepten und erwartbaren Wirkungen einer Projektlinie. Teilweise erfolgte die Auswahl der Projektgebiete ohne hinreichende Berücksichtigung von Sicherheitsbedenken.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt förderte wirksam den Dialog zwischen den Durchführungspartnern und schmiedete bedeutende Allianzen mit wichtigen nationalen und lokalen Organisationen, darunter die *Fundación Gabo*, das *Pulitzer Center* und die *Fundación para la Libertad de Prensa*. Dennoch bestand weiterhin Potenzial für größere Synergien zwischen den drei Partnern.

Effizienz: *Teilweise erfüllt* – Die Personalfluktuation sorgte für eine uneinheitliche Verteilung von Wissen und veränderten Teamdynamiken auf Kosten einer klaren Organisation und Rollenverteilung. Die DW Akademie hatte erhebliche Investitionen in die Einrichtung eines formellen Büros in Bogotá getätigt, das jedoch nicht sein volles Potenzial ausschöpfen konnte.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Zunächst nicht geplant, erwiesen sich die Sicherheitsprotokolle als hoch geschätzte Mittel um dem *Do-No-Harm*-Prinzip Genüge zu tun. Die Protokolle waren allerdings uneinheitlich von Land zu Land und wurden nicht von vornherein in die Projektprozesse integriert. Als Highlight konnten die Beiträge des Projekts zur Umweltkonferenz *COP16* gelten.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Teilweise erfüllt* – Auch wenn es einen produktiven Dialog und ein gemeinsames Verständnis gab, hemmten unterschiedliche Auslegungen des Konzepts einer Projektlinie durch die Partner den Umsetzungsprozess. Dies machte es schwierig, die Voraussetzungen für die Erzielung von Wirkung zu schaffen. Ein unbeabsichtigter, übergreifender positiver Effekt war, dass das Sicherheitsprotokoll in Ecuador erfolgreich auf die Annahme durch die staatlichen Stellen zusteuert.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Einige Partner haben ihre eigenen Angebote geschaffen, um eine nachhaltige Leistungserbringung zu gewährleisten. Schlüsselthemen waren in den Organisationen verankert, und sie verfügten über zusätzliche Fähigkeiten, um diese Arbeit fortzusetzen.

Evaluation Nahost/Nordafrika (MENA)

Libanon

In krisenhaften Zeiten stärkte das Projekt (2023–2025) alternative Medien, die wiederum zu einer stärkeren

Beteiligung von Randgruppen am gesellschaftlichen Dialog beitragen. Dazu wurde gemeinsam mit der Durchführungsorganisation *Maharat Foundation* ein Förderpaket eingesetzt, um alternative Medien krisenresistenter zu machen. In einem weiteren Arbeitsbereich wurden in Zusammenarbeit mit der Durchführungsorganisation *Utopia* Bürgerjournalistinnen und -journalisten, insbesondere aus marginalisierten Gebieten, geschult und befähigt, neue Dialogformate anzuwenden.

Relevanz: *Insgesamt erfüllt* – Die Relevanz der im Libanon durchgeführten Maßnahmen im Bereich *Media Viability* sowie die Moderation von Dialogformaten blieben auch unter den sich verschärfenden Rahmenbedingungen hoch und wurden in enger Abstimmung mit den Projektträgern ausgewählt. In Kriegszeiten hatte sich der Projektträger mehr Flexibilität gewünscht, Gelder anders ausgeben zu können.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Im Libanon konnte das bereits belastete Verhältnis mit dem Projektträger *Maharat Foundation* nicht bereinigt werden, so dass die Zusammenarbeit ein Jahr früher als geplant beendet wurde. Mit *Utopia* entwickelte sich das Verhältnis hingegen positiv, kooperativ und konstruktiv. Es ergaben sich Synergien mit Projekten anderer Geldgeber im Land.

Effizienz: *Voll und ganz erfüllt* – Die administrativen Prozesse liefen weitgehend reibungslos, die gewählten Instrumente und Beratungsformate waren funktional, bei reduzierten Budgets aber auch herausfordernd. Die Budgetreduzierungen, auch durch inflations- und kriegsbedingte Kostensteigerungen, bedrohten Arbeitsfähigkeit und Planungsunsicherheit, wodurch das Personalkonzept noch herausfordernder wurde.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Die interne Projektlogik wurde durch die externen Krisen nicht grundsätzlich verändert. Bis auf einen Indikator, der überambitioniert formuliert war, ließen sich alle Indikatoren erfüllen. Das Büro in Beirut führte eine Reihe zusätzlicher Aktivitäten durch, die nicht in den Indikatoren erfasst waren.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Teilweise erfüllt* – Im Libanon waren die drei geförderten Plattformen in Tripoli weiter auf finanzielle Unterstützung und Mentoring angewiesen. Für die ausgebildeten Moderatorinnen und Moderatoren gab es wenig Gelegenheiten, die Moderation von Gemeindedialogen anzuwenden. Die größte nachhaltige Wirkung entfaltete das Handbuch der Best Practices und Empfehlungen zu *Media Viability*.

Nachhaltigkeit: *Teilweise erfüllt* – Insgesamt konnte das Projekt die Resilienz und die organisatorischen Kapazitäten der Partnerorganisationen in gewissem Maße stärken. Bedenken bezüglich der Nachhaltigkeit bezogen sich insbesondere auf Maßnahmen aus früheren Projektphasen, etwa wie bereits aufgebaute Kapazitäten weiter genutzt werden können.

Palästinensische Gebiete und Jordanien

Das Projekt (2023–2025) reagierte auf die starke Onlinenutzung durch die junge Bevölkerung mit der Vermittlung von Medienkompetenz. Zivilgesellschaftliche Organisationen und Bildungseinrichtungen schafften Räume für einen konstruktiven Dialog und gesellschaftliche Teilhabe, insbesondere für marginalisierte junge Menschen. Vor allem lokale NROs sahen sich aufgrund der politischen, wirtschaftlichen und gesundheitlichen Krisen mit zunehmenden Einschränkungen konfrontiert. Vor diesem Hintergrund wurden die Projektpartner *Palestinian Youth Association for Leadership and Rights Activation (PYALARA), Jordan Media Institute (JMI)* und *Family and Childhood Protection Society (FCPS)* sowie die Kooperationspartner gezielt unterstützt, um ihre Arbeit krisensicher zu konsolidieren und für die Zukunft vorzubereiten.

Relevanz: *Insgesamt erfüllt* – In den Palästinensischen Gebieten nahm die Bedeutung von *MIL* durch den Gaza-Krieg noch zu. Insbesondere die Relevanz der Aspekte Desinformation, Digital Security und KI waren gestiegen. Allerdings hatte die veränderte Sicht der Partner auf Deutschland infolge der Positionierung im Gaza-Krieg die Zusammenarbeit erschwert.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Mit Projektträger *PYALARA* baute man die langjährige Zusammenarbeit aus. Der regionale Austausch zwischen den Partnern war bereits in der Projektkonzeption eingeplant und hat unter den gegebenen schwierigen Rahmenbedingungen gut funktioniert. Personelle Engpässe erschwerten die Zusammenarbeit mit *JMI*.

Effizienz: *Voll und ganz erfüllt* – Wie im Libanon liefen die administrativen Prozesse weitgehend reibungslos, die gewählten Instrumente und Beratungsformate waren funktional, bei reduzierten Budgets aber auch herausfordernd. Die Budgetreduzierungen, auch durch inflations- und kriegsbedingte Kostensteigerungen, bedrohten Arbeitsfähigkeit und Planungsunsicherheit, wodurch das Personalkonzept noch herausfordernder wurde.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Die Wirkungslogik des Projekts war schlüssig und auch hier wurde die interne Projektlogik durch die externen Krisen nicht grundsätzlich verändert. Alle Indikatoren wurden erreicht.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Teilweise erfüllt* – Wegen der verschärften externen Rahmenbedingungen blieb die Besuchszahl des *MIL*-Zentrums niedriger als erwartet. In Jordanien war der Ansatz der *MIL*-Förderung wirkungsorientiert und komplementär aufgesetzt, da mit *JMI* und *FCPS* als Projektpartner Jugendliche mit *MIL*-Maßnahmen über den formalen und nicht-formalen Bildungssektor erreicht werden konnten. Der Impact der gemeinsam umgesetzten Aktivitäten lag allerdings weitestgehend außerhalb der Einflusssphäre des *DW Akademie*-Projektes.

Nachhaltigkeit: *Teilweise erfüllt* – Ähnlich wie im Libanon konnte das Projekt die Resilienz und die organisatorischen Kapazitäten der Partnerorganisationen in gewissem Maße stärken. Bedenken bezüglich der Nachhaltigkeit bezogen sich insbesondere auf Maßnahmen aus früheren Projektphasen, etwa wie bereits aufgebaute Kapazitäten weiter genutzt werden können.

Evaluation Osteuropa

Georgien mit Südkaukasus

Im Projekt (2022–2025) arbeitete die DW Akademie mit drei Zielgruppen. Ziel war es, Strategien gegen Propaganda und Desinformation zu entwickeln. Zum einen wurden Journalistinnen und Journalisten unabhängiger Medien in konstruktivem und konfliktsensiblem Journalismus geschult. So verbesserten sie ihre Berichterstattung über Themen, die Minderheiten betrafen, sowie über nationale und internationale Themen. Darüber hinaus erhielten Absolventinnen und Absolventen des *Georgian Institute of Public Affairs* aus den Bereichen Journalismus und Medienmanagement die Möglichkeit, in mehrmonatigen, bezahlten Praktika bei lokalen Medien weitere praktische Erfahrungen zu sammeln. Zugleich unterstützten sie die Arbeit dieser Medien. Schließlich lernten Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus Georgien, Armenien und Aserbaidschan *Fact-Checking* und veröffentlichten die Ergebnisse ihrer Recherchen.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Projekt adressierte wirksam die wichtigsten Medienherausforderungen Georgiens und stand im Einklang mit den Zielen der DW Akademie, des *BMZ* und der lokalen Partner. Durch die strategische Förderung unabhängiger regionaler Medien stellte das Projekt sicher, dass unterversorgte Bevölkerungsgruppen, darunter Minderheiten in Samzche-Dschawachetien und Niederkartlien, Zugang zu relevanten und präzisen Informationen erhielten.

Kohärenz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Projekt zeigte eine starke interne Kohärenz zwischen seinen Projektlinien, insbesondere in der Verknüpfung von *Fact-Checking*-Workshops, konstruktivem Journalismus und dem Mentoringprogramm. Die DW Akademie sorgte für die strategische Abstimmung mit anderen internationalen Geldgebern wie der *United States Agency for International Development (USAID)* und der NRO *Internews*.

Effizienz: *Insgesamt erfüllt* – Trotz einer Budgetkürzung von 20 % seit dem letzten Projektzyklus konnten wichtige Aktivitäten wie Mentoring, Workshops und Content-Produktion erfolgreich aufrechterhalten werden. Die DW Akademie passte sich erfolgreich an.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt verbesserte erfolgreich die Medienkompetenz und stärkte Journalistinnen und Journalisten sowie regionale Medien. Zu den Erfolgen zählten Hunderte von Multimedia-Berichten und die deutliche Verbesserung der digitalen Präsenz mehrerer Medienunternehmen.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt stärkte deutlich die unabhängigen Medien in Georgien, insbesondere in marginalisierten Gemeinschaften. Obwohl das Projekt erhebliche Wirkung erzielte, berichteten einige Partner von anhaltenden Risiken aufgrund des schwierigen politischen Umfelds, darunter Einschüchterung und Schikanen.

Nachhaltigkeit: *Teilweise erfüllt* – Obwohl sich einige Partner für die Aufrechterhaltung der Projektaktivitäten einsetzten, waren kleinere Medienunternehmen weiterhin stark von Spendengeldern abhängig. Das Mentoringprogramm und die Initiativen zur Faktenprüfung hatten Potenzial für anhaltenden Erfolg gezeigt, benötigten aber zusätzliche Unterstützung, um eine nachhaltige Wirkung zu gewährleisten.

Moldau

Das Projekt (2022–2025) der DW Akademie zielte darauf ab, den Qualitätsjournalismus im Land zu verbessern und die Widerstandsfähigkeit der moldauischen Bevölkerung gegenüber Desinformation durch innovative Aus- und Weiterbildung von Medienschaffenden und angehenden

Mediennutzerinnen und Mediennutzern zu stärken. Die *Moldova School of Journalism (MSJ)* wurde dabei unterstützt, sich als Innovationszentrum für Qualitätsjournalismus zu etablieren. Gemeinsam mit dem Projektpartner *Independent Journalism Center* baute die DW Akademie zudem die Kapazitäten von Schulen bei der integrativen Vermittlung von Medienkompetenz pilothaft aus. Dies ist besonders für russischsprachige Kinder und Jugendliche wichtig.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Projekt ging erfolgreich auf die Bedürfnisse des moldauischen Mediensektors ein, indem es Medienkompetenz in die Kernfächer der Schule integrierte, unabhängige Medien unterstützte und kritisches Denken förderte, was indirekt zur Bekämpfung von Desinformation beiträgt.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt zeigte eine starke Übereinstimmung mit den moldauischen Medienentwicklungsstrategien und gewährleistete die Koordination mit lokalen und internationalen Akteuren. Die Zusammenarbeit der DW Akademie mit dem Bildungsministerium verbesserte die Kohärenz zusätzlich und stellte sicher, dass *MIL* durch eine Absichtserklärung, die die Kooperationsfelder der Projektarbeit umreißt, formal in die moldauischen Bildungsrahmenwerke eingebettet wurde.

Effizienz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Projekt zeigte trotz begrenzter Ressourcen eine hohe Effizienz und maximierte die Wirkung. Die DW Akademie kombinierte lokale Expertise effektiv mit internationalen Trainerinnen und Trainer, wodurch Kosten gesenkt und gleichzeitig eine hohe Qualität sichergestellt wurde.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt führte *MIL* erfolgreich in zentralen Sprachfächern ein und schloss damit eine kritische Bildungslücke. Die *MSJ* verbesserte deutlich ihre Kapazitäten für teilnehmerzentrierte Schulungen, einschließlich Podcasting und digitaler *Storytelling*[884]-Initiativen.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt erzielte erhebliche Wirkungen in der Bildungspolitik und stärkte das moldauische Medienökosystem. Die Entscheidung des Bildungsministeriums, *MIL*-Prinzipien in die nationalen Lehrpläne zu integrieren, spiegelt den nachhaltigen Einfluss des Projekts wider. Zu den positiven, unbeabsichtigten Ergebnissen zählten die Forderung des Bildungsministeriums nach zusätzlichen Lehrerinnen- und Lehrerfortbildungen und die Entstehung einer lebendigen Podcasting-Community.

884 Siehe Glossar.



M. Erdelji/DW

Brave New Media Forum 2024 der DW Akademie in Belgrad: Bei der jährlich stattfindenden internationalen Veranstaltung vernetzt sich der journalistische Nachwuchs auf dem Westbalkan.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt zeigte ermutigende Anzeichen für Nachhaltigkeit durch institutionelle Integration, lehrerinnen- und lehrergeführte *MIL*-Tätigkeiten und die wachsende Kapazität der *MSJ*. Diese Entwicklungen bildeten zwar eine solide Grundlage für Nachhaltigkeit, doch die Aufrechterhaltung der Podcasting-Netzwerke und die Skalierung der *MIL*-Aktivitäten erforderten weiterhin finanzielle Unterstützung.

Serbien und Westbalkan

Das Projekt (2022–2025) unterstützte im Rahmen des Programms *Young Media*, das seit 2017 existiert, das im Aufbau befindliche *Young Media Network (YMN)*, das Kinder- und Jugendmedien aus dem Westbalkan zusammenführt. Dieses Netzwerk etablierte sich als Kompetenzzentrum für Kinder- und Jugendjournalismus und wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Es fungierte auch als Beratungszentrum für junge Medienschaffende zu Themen wie Hassrede, Cybermobbing und Desinformation. Die beiden serbischen Medienverbände *Asocijacija medija* und *Local Press* sowie der Jugenddachverband *Krovna organizacija mladih Srbije – Nationaler Jugendrat von Serbien* unterstützten das Netzwerk aktiv mit ihrer Expertise.

Relevanz: *Insgesamt erfüllt* – Der Mangel an aktiver Beteiligung junger Menschen im Medienbereich war nach wie vor ein zentrales Problem in den westlichen Balkanländern, was die Relevanz des *Young Media*-Programms weiterhin bestätigte. Die Fokussierung des Projekts auf Kinder- und Jugendmedien fand in der Region breite Zustimmung und angesichts der seit 1. November 2024 organisierten Studentinnen- und Studentenproteste in Serbien noch stärkere Unterstützung.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Die DW Akademie erzielte sehr gute Synergien zwischen dem *Young Media*-Projekt und den beiden Projekten, die parallel mit *GIZ, Internews* und dem *Goethe-Institut* durchgeführt wurden. Eine der wichtigsten Synergien bestand darin, dass die Projekte auf einen gemeinsamen Pool von Beraterinnen und Berater, Trainerinnen und Trainer und Organisationen zurückgreifen konnten.

Effizienz: *Teilweise erfüllt* – Im Rahmen des Projekts wurden digitale Instrumente für Projektmanagement, Kapazitätsentwicklung und Zusammenarbeit nur in geringem Umfang eingesetzt. Die Einrichtung eines strukturierten Wissensmanagementsystems zur Dokumentation von Weiterbildungsmaterialien und Vernetzungsformaten hätte mehr Konsistenz, Kontinuität und Skalierbarkeit ermöglicht, so die Gutachterin.

Effektivität: *Teilweise erfüllt* – Da das *YMN* trotz eines dynamischen Starts nicht effektiv seine Tätigkeit aufnehmen konnte, wurden die Projektziele im engeren Sinne nur in sehr begrenztem Umfang erreicht.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Voll und ganz erfüllt* – In der Evaluierung konnten sehr positive Wirkungen auf die Zielgruppe der jungen Menschen festgestellt werden. Die Begünstigten des Projekts waren sehr zufrieden mit der Weiterbildung und den praktischen beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten. Viele beschrieben die Erfahrung als lebensverändernd, da sie sich nicht nur auf ihre berufliche, sondern auch auf ihre Persönlichkeitsentwicklung auswirkte.

Nachhaltigkeit: *Teilweise erfüllt* – Durch die beschriebenen Wirkungen auf individueller Ebene entstand laut der Zielgruppe eine Gemeinschaft von Gleichgesinnten, die sich auch unabhängig von Projektförderung oder Organisationsstrukturen engagierten und für demokratische Werte eintraten. Die Projektphase wurde so konzipiert, dass die Nachhaltigkeit im YMN verankert war, was bei der Entwicklung des Projektantrags als plausibler Ansatz erschien, späterhin aber ein erhebliches Risiko darstellte.

Ukraine

Das Projekt (2022–2025) unterstützte den Projektpartner *Ukrainisches Institut für Medien und Kommunikation (UIMK)* bei der Entwicklung von Trainingsformaten mit dem Ziel, die Medien- und Digitalkompetenz *(MIL)* älterer Menschen zu erhöhen und alte, starre Denkmuster aufzubrechen. Darüber hinaus wurde das *UIMK* darin gestärkt, über die *Journalismus-Lehrer-Akademie (JTA)* Weiterbildungen anzubieten, damit Medienunternehmen auf besser ausgebildete Journalistinnen und Journalisten als Nachwuchskräfte zurückgreifen konnten. Neben der akademischen Ausbildung bot der Projektpartner *Bildungszentrum Nakypilo* weiterhin praxisorientierte Trainings an der *Schule für Universalredakteure (SUR)* an. Die DW Akademie unterstützte diese Bemühungen durch finanzielle Beratung und Organisationsentwicklung der *SUR*. Um die Resilienz von lokalen Medienschaffenden zu erhöhen, bot die DW Akademie darüber hinaus Klausuren („retreats“) in Deutschland an, bei denen die eigene Arbeit reflektiert und verarbeitet werden konnte. Die DW Akademie unterstützte schließlich auch die *Ukrainian Media Business Academy* der NRO *Maje Sens* mit Fundraising-Schulungen für lokale Medienhäuser.

Relevanz: *Insgesamt erfüllt* – Das Projekt zielte auf Themen ab, die für die Zukunft des ukrainischen Informations-Ökosystems wichtig waren. Die spezifische Auswahl der *MIL*-Begünstigten, die Konzentration auf lokale Medien und die Entwicklung einer Ausbildung am Arbeitsplatz für angehende Journalistinnen und Journalisten erschien zielführend. Unabhängige Produzentinnen und Produzenten von Medieninhalten hätten stärker einbezogen werden können.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Andere vom *BMZ* geförderte Initiativen in der Ukraine zielten nicht speziell auf die journalistische Ausbildung an Universitäten ab. Die Arbeit des Projekts zu *MIL* hätte von einer stärkeren Zusammenarbeit innerhalb der DW Akademie selbst profitieren können. Das Projekt suchte und erreichte Synergien mit anderen internationalen Projektträgern.

Effizienz: *Teilweise erfüllt* – Das Projekt hätte mehr tun können, um sicherzustellen, dass die Durchführungspartner die Projektlogik und ihren Beitrag dazu verstehen. Das Projekt bot ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Ineffizienzen gab es im Zusammenhang mit Zahlungsverzögerungen und verwaltungstechnischen Unklarheiten.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Die meisten Projektziele wurden erreicht oder weitgehend erreicht. Negativ beeinflusst wurde die Projektarbeit durch das äußere Umfeld, das durch den Krieg in der Ukraine geprägt war, sowie durch administrative und finanzielle Themen innerhalb der DW Akademie.

Entwicklungspolitische Wirkung: Voll uns ganz erfüllt – Das Projekt hat alle Teilnehmenden mit den Fähigkeiten ausgestattet, die sie benötigten, um ihre Arbeit effektiver zu gestalten. Es trug zur psychologischen Widerstandsfähigkeit der Journalistinnen und Journalisten vor Ort bei und ermutigte sie dazu, tiefer über ihre Arbeit nachzudenken. Das Projekt trug auch wichtige Erkenntnisse zum Verständnis der Psychologie älterer Ukrainerinnen und Ukrainer bei, insbesondere in Bezug auf die Erwachsenenbildung.

Nachhaltigkeit: *Teilweise erfüllt* – Die Projektpartner hatten Mühe, von der DW Akademie unabhängige Finanzierungsquellen zu finden. Die Hoffnungen auf eine Kommerzialisierung hatten noch keine Früchte getragen. Daher war es unwahrscheinlich, dass Programme wie *JTA* und *SUR* nach dem Ende des Projekts weitergeführt werden. Die Wirkungen des Projekts im Sinne von Kapazitätenstärkung würden aber bestehen bleiben, so der Gutachter.

Masterstudiengang, Volontariat und Programme

Innerhalb der DW Akademie gibt es drei weitere vom *BMZ* finanzierte Projekte, die jeweils den Abteilungen *Media Development, Education and Training* und *Policy and Learning* zugeordnet sind. Das Programm *Filmwirtschaft* zielt darauf ab, den Filmsektor in Ländern des Globalen Südens strukturell zu stärken. Der viersemestrige Master-Studiengang *International Media Studies* existiert seit 2017 und wurde 2024 um einen französischsprachigen Master erweitert. Das Programm *Meinungsfreiheit und Medienentwicklung* besteht seit 2014 und adressiert übergreifende Themen der Medienentwicklungszusammenarbeit auf konzeptioneller und sektoraler Ebene.

Filmwirtschaft

Das Programm (2021–2023) bestand aus 13 Einzelprojekten in zehn Ländern und zielte darauf ab, den Filmsektor in diesen Ländern strukturell zu stärken und einen Beitrag zur fundierten Meinungsbildung zu sozial relevanten Themen zu leisten. Konkret wurden im Rahmen des Programms international wettbewerbsfähige Filme produziert, die durch finanzielle Förderung und Mentoring unterstützt wurden, Filmemacherinnen und -macher erhielten Zugang zu Qualifikationen und wurden mit wichtigen Stakeholdern aus der Branche vernetzt und schließlich wurden existierende Strukturen der Filmbranche in Richtung Nachhaltigkeit entwickelt.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Insgesamt deckte das Programm einen klaren Bedarf an finanzieller Unterstützung und Kompetenzaufbau für Filmschaffende ab, da es in der Filmbranche, insbesondere auf dem afrikanischen Kontinent, nur wenige Förder- und Ausbildungsmöglichkeiten gab. Das Programm trug dazu bei, die internationale Sichtbarkeit der geförderten Filmprojekte zu erhöhen und insbesondere afrikanischen Filmschaffenden große Aufmerksamkeit zu verschaffen.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Es bestand eine Kohärenz zwischen den Projektaktivitäten, die jedoch nicht immer voll ausgeschöpft wurde. Die Durchführungspartner arbeiteten umfassend mit anderen Organisationen zusammen und an vielen Projekten war ein Kollektiv beteiligt. Die Kohärenz hätte durch eine bessere Förderung von Synergien zwischen Projekten und eine verbesserte Kommunikation zwischen den Teams in Bereichen, die breiter entwickelt werden können, erhöht werden können.

Effizienz: *Teilweise erfüllt* – Das *Filmwirtschaft*-Programm schnitt hinsichtlich der Mittelverwendung und der erzielten

Wirkung sehr gut ab. Insgesamt führten die kurzfristigen Zuschüsse allerdings zu Unsicherheit bei den Durchführungspartnern, da sie nicht wussten, ob das Projekt fortgesetzt wird und wann sie mit den Folgeaktivitäten fortfahren können.

Effektivität: *Voll und ganz erfüllt* – Die Intervention war im Rahmen der Programmbewertung insgesamt sehr erfolgreich. Insbesondere der Kompetenzaufbau von Filmemacherinnen und Filmemachern und Produzentinnen und Produzenten sowie die Unterstützung der Produktionsbemühungen waren sehr erfolgreich.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Insgesamt erfüllt* – Das Programm leistete einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung des Programmziels, die Filmindustrie im Globalen Süden und lokale Stimmen zu stärken sowie die Sichtbarkeit zu erhöhen. Die Ergebnisse und Erfolge der meisten Interventionen wären ohne die Unterstützung der DW Akademie nicht möglich gewesen.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Generell blieben die geförderten Produkte und Kapazitätsentwicklungsmaßnahmen auch nach Ablauf der Förderung relevant und anwendbar.

International Media Studies

Das Master-Programm *International Media Studies (IMS)* zielte im Evaluationszeitraum (2021–2024) und auch weiterhin darauf ab, Medienfachleute nach internationalen Standards auszubilden, damit sie in ihren heimischen Arbeitsmärkten eine führende Rolle im Mediensektor einnehmen können. Mit jährlich etwa 25 bis 30 zugelassenen Studierenden ist *IMS* ein viersemestriges Vollzeit-Weiterbildungsprogramm mit internationaler und praxisorientierter Ausrichtung, das sich vorrangig an Medienfachleute aus Partnerländern der Medienentwicklungszusammenarbeit in Afrika, Asien, Lateinamerika und Osteuropa richtet. Das Programm war und bleibt weiterhin durch offizielle Partnerschaften mit lokalen Universitäten regional verankert. Die Capacity-Building-Initiative des Studiengangs umfasste Mentoring-Aktivitäten für Gastdozentinnen und -dozenten, eine Austauschplattform für den Wissenstransfer sowie Maßnahmen zur Unterstützung der Regionalisierung und Vernetzung mit den Länderprojekten der Abteilung *Medienentwicklung (MDEV)* der DW Akademie. Für Studierende aus französischsprachigen Ländern, die nicht über die erforderlichen Englischkenntnisse für die Zulassung zu diesem Masterstudiengang verfügen, wurde 2024 ein zusätzlicher französischsprachiger Masterstudiengang lanciert.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Programm erfüllte das Relevanzkriterium umfassend, da es den Studierenden eine hochrelevante Qualifikation vermittelte. Die Ergebnisse zeigten, dass das Curriculum den Anforderungen an internationale Fach- und Führungskräfte im Mediensektor sehr gut entsprach.

Kohärenz: *Voll und ganz erfüllt* – Die Befragten waren sich einig, dass die Umstrukturierung des *IMS*-Programms, bei der Stipendiatinnen und Stipendiaten ihr viertes Semester in ihren Heimatländern verbringen, den Studierenden den Einstieg in den Arbeitsmarkt erleichterte. Die Kohärenz zeigte sich auch in der Koordination und Zusammenarbeit der Länderteams der DW Akademie für das französische Programm.

Effizienz: *Insgesamt erfüllt* – Dozentinnen und Dozenten deutscher Partneruniversitäten stimmten darin überein, dass die Ressourcen des Programms gut genutzt wurden. Einige Befragte wiesen jedoch darauf hin, dass es einige Aspekte in der Organisation des *IMS*-Programms gibt, die optimiert werden müssten, insbesondere im Hinblick auf den Auswahlprozess der neuen Studierenden sowie die Entscheidungsprozesse mit den Partneruniversitäten.

Effektivität: *Voll und ganz erfüllt* – Das Curriculum erfüllte das Kriterium der Wirksamkeit umfassend, da es die Anforderungen der Zielgruppe erfüllte. Dozierende und Koordinatorinnen und Koordinatoren deutscher Partneruniversitäten stimmten darin überein, dass das Curriculum mit der aktuellen Forschung übereinstimmt, was insbesondere für Fachkräfte in Führungspositionen wichtig ist.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Voll und ganz erfüllt* – Dozierende und Koordinatoren der deutschen Partneruniversitäten lobten den internationalen Ansatz und die Struktur des Programms sowie seine Fähigkeit, den Austausch zu fördern und wichtige globale Themen wie Fake News und Medienkompetenz zu behandeln. Die Studierenden wurden ermutigt, über ihre nationalen Gegebenheiten zu diskutieren und zu reflektieren.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Dieses Kriterium wurde insgesamt als erfüllt bewertet, da Dozierende der Partneruniversitäten davon überzeugt waren, dass starke Verbindungen zu lokalen Institutionen, das Programm nachhaltiger machen könnten. *IMS*-Alumni waren der Ansicht, dass eine häufigere Vernetzung mit den Alumni der Schlüssel zur Nachhaltigkeit wäre.

Meinungsfreiheit und Medienentwicklung

Das Programm *Meinungsfreiheit und Medienentwicklung (MuM)* (2021–2023) war darauf ausgerichtet, Akteure der Medienentwicklungszusammenarbeit in ihrer Leistungsfähigkeit und Innovationskraft zu stärken, damit sie die Projektpartner vor Ort, insbesondere Medienorganisationen, effektiv unterstützen und in ihrer Resilienz stärken konnten. Im Fokus standen dabei drei Akteursgruppen als strategische Partner: Das *BMZ* wurde bei der Anwendung und Weiterentwicklung seiner entwicklungspolitischen Ansätze beraten. Mit den Regionalabteilungen der DW Akademie wurden kollaborativ innovative Ansätze in den fünf Handlungsfeldern entwickelt und erprobt. Mit weiteren Akteuren der Medien-EZ wurden zudem erfolgversprechende Ansätze vertieft und anderen Organisationen aus EZ und Zivilgesellschaft zur Verfügung gestellt sowie gemeinsame Anliegen öffentlich positioniert. Dabei fokussierte das Programm auf Partnerorganisationen aus den Projektländern, die darin unterstützt worden sind, ihre Themen und Erfahrungen einzubringen.

Relevanz: *Voll und ganz erfüllt* – Das Projektziel, die Konsolidierung der fünf Handlungsfelder, war auf die Prioritäten der Zielakteure (*BMZ, MDEV*-Teams und -Partner sowie Akteure der internationalen Medienentwicklung) abgestimmt. Darüber hinaus spielte die Abteilung *Policy and Learning* innerhalb der DW Akademie eine zentrale Rolle bei der Entwicklung von theoretischen Rahmenbedingungen und Methoden, die für Praktikerinnen und Praktiker relevant sind.

Kohärenz: *Insgesamt erfüllt* – Das *MuM*-Projekt war mit anderen Aktivitäten der Abteilung *Policy and Learning* abgestimmt, und der Projektrahmen konnte neue Aktivitäten kohärent integrieren. Die Entwicklung von Angeboten entsprechend einer zentrale Projektmethodik hätte in allen Phasen des Design-, Entwicklungs- und Implementierungsprozesses besser auf die Ziele der Hauptabteilung *Media Development (MDEV)* abgestimmt werden können.

Effizienz: *Insgesamt erfüllt* – Insgesamt lieferte das *MuM*-Projekt effiziente Ergebnisse und passte Aktivitäten während der Corona-Pandemie an Remote- und Hybridarbeit an. Es wurden einige Probleme im Zusammenhang mit der gestiegenen Arbeitsbelastung und der Notwendigkeit, die Anzahl gleichzeitiger Aktivitäten zu reduzieren, angesprochen.



Berichten bei Wind und Wetter: die Volontärinnen und Volontäre der DW.

Effektivität: *Insgesamt erfüllt* – Die Projektergebnisse wurden erreicht. Die Projektlogik war schlüssig. Interne und externe Stakeholder bewerteten die Produkte und Dienstleistungen der Abteilung *Policy and Learning* in allen fünf Handlungsfeldern als qualitativ hochwertig. Die Pläne zur gemeinsamen Entwicklung von Servicepaketen mit den *MDEV*-Teams verzögerten sich, was Fragen zu effektiven Kooperationsmodellen innerhalb der DW Akademie aufwarf.

Entwicklungspolitische Wirkung: *Insgesamt erfüllt* – Es gab Hinweise, dass die Ergebnisse bis zum Ende des Projekts voraussichtlich zum erwarteten Ergebnis des *MuM*-Projekts führen würden: der Stärkung der Zielakteure und des Medienentwicklungssektors. Dies wiederum dürfte sich indirekt auf die Stärkung der Medienakteure in den Fokusländern auswirken, so die Gutachterin.

Nachhaltigkeit: *Insgesamt erfüllt* – Nachhaltigkeit war in die Entwicklung wichtiger Methoden integriert. Die Unterstützung der *MDEV*-Partner durch *Policy and Learning* bei der Anwendung von agilen Methoden wurde als wahrscheinlich hervorgehoben, da sie zu langfristigen Veränderungen der Kapazitäten der Partner führen könnte. Zukünftige MuM-Projekte hätten mehr Daten sammeln können, um die Nachhaltigkeit ihrer Ergebnisse zu belegen.

Das Volontariat

Die DW Akademie leistet im Auftrag der DW die Ausbildung der Volontärinnen und Volontäre. Im Rahmen des Volontariats wird der journalistische Nachwuchs an die Fähigkeiten und Fertigkeiten herangeführt, die für den journalistischen Einsatz innerhalb des DW-Programms notwendig sind.

Das DW-Volontariat wurde für die Jahre 2016–2024 durch den Bereich *Research and Evaluation* intern evaluiert. Grundlage waren narrative Interviews mit Absolventinnen und Absolventen, zudem mit Trainerinnen und Trainern sowie Redaktionsleiterinnen und -leitern. Die Evaluation kam zu dem Ergebnis, dass die Ausbildung ein breites Spektrum an Kompetenzen vermittelte, wobei der Schwerpunkt auf der Erprobung neuer journalistischer Formate und Arbeitsweisen lag. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren Teil einer vielfältigen, internationalen Gruppe von hochmotivierten Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten. Sie profitierten von einer positiven Lernatmosphäre und brachten sich in ein fortdauerndes Netzwerk von Kolleginnen und Kollegen ein, bestehend aus Mitvolontärinnen und -volontären sowie älteren Kolleginnen und Kollegen, die sie während der Ausbildung kennenlernten. Der Ansatz zielte auf praktisches *Learning by Doing* und ermöglichte es den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, Erfahrungen in vielen verschiedenen Redaktionen (einschließlich internationaler Stationen) innerhalb der DW zu sammeln. Empfehlungen wurden ausgesprochen in den Bereichen Vernetzung, Diversität, Führungsqualifikationen und Vermittlung von Grundkompetenzen.



Die damalige deutsche Außenministerin Annalena Baerbock im Interview bei JaafarTalk am 20.11.2023 in Berlin.

Ronka Oberhammer/DW

5 Wirkung der Angebote

Als freiheitlicher, demokratischer Rechtsstaat steht Deutschland für Presse- und Meinungsfreiheit ein. Denn uneingeschränkter Zugang zu akkuraten Informationen und das Recht auf freie Meinungsäußerung gehören zu den wichtigsten Grundpfeilern einer funktionierenden Demokratie: Jedes Individuum soll gleichberechtigt mit anderen an der öffentlichen Meinungsbildung teilnehmen können. Grundlage dafür sind frei zugängliche, verlässliche Informationen und Foren für Meinungsäußerung. Entsprechend deutlich bekennen sich sowohl die UN-Menschenrechtscharta[885] als auch das deutsche Grundgesetz[886] zur Meinungs- und Pressefreiheit.

Als Stimme Deutschlands in der Welt ist die DW diesen Werten verpflichtet. Die Erfahrung in vielen Zielländern zeigt, wie notwendig dieses Engagement geworden ist: Wie in den Kapiteln 1 und 4 beschrieben, schränken immer mehr Regierungen weltweit die Presse- und Meinungsfreiheit ein. Das vorliegende Kapitel geht der Frage nach, inwiefern die DW im zurückliegenden Evaluationszeitraum einen Beitrag zur **weltweiten Informationsfreiheit, zu Meinungsbildung und zum Dialog sowie zur Vermittlung freiheitlich-demokratischer Werte** leisten konnte.

Das Wirkungsmodell

In manchen Fällen lassen sich die Wirkungen von DW-Inhalten direkt nachweisen. Beispiele dafür gibt es im vergangenen Evaluationszeitraum immer wieder. So sorgte die mit dem *Human Rights Press Award* ausgezeichnete investigative Recherche *Inside the Death Squad* für internationale Aufmerksamkeit. Zum ersten Mal sprachen Whistleblower der berüchtigten Eliteeinheit *Rapid Action Battalion* öffentlich über politische Morde und Folter in Bangladesch. Die Recherche erreichte Millionen Menschen; trotz massiver Zensur ließ die Regierung eine begrenzte Berichterstattung zu – ein Novum in einem sonst repressiven Umfeld. Auch *Nieren für Geld* führte zu hoher Resonanz: Die DW-Dokumentation enthüllte ein internationales Netzwerk des illegalen Organhandels mit Verbindungen nach Deutschland. Die Recherche führte zu politischen Reaktionen, diversen Untersuchungen und Aktivitäten seitens der Regierung, Der kenianische Gesundheitsminister kündigte Konsequenzen für ein beteiligtes Krankenhaus an. In sozialen Medien fordern Bürgerinnen und Bürger Aufklärung. Die Veröffentlichung zeigt, wie DW-Inhalte internationale Aufmerksamkeit erzeugen und konkrete politische Maßnahmen anstoßen können Die DW-Dokumentation *Scam Factory* deckte Menschenhandel und Zwangsarbeit im Kontext südostasiatischer Online-Betrugsnetzwerke auf. Besonders brisant: Die Verbindung einer Betrugsfabrik in Myanmar zu den Triaden in Hongkong. Die Veröffentlichung hatte konkrete Folgen – nur vier Wochen später wurden 1.200 chinesische Staatsbürger aus der Fabrik befreit und ausgeflogen. Auch andere Recherchen der DW erzielten große Reichweiten und gesellschaftliche Wirkung. Die Investigation zu *Bilge Dumping* sensibilisierte ein Millionenpublikum für Umweltverbrechen auf See. Die Analyse zu Drohnenangriffen in der Ukraine führte zu einem Austausch mit den zuständigen Staatsanwaltschaften in der Ukraine und Frankreich über mögliche Kriegsverbrechen. Diese Beispiele zeigen, dass die DW-Inhalte durch Aufklärung, internationale Aufmerksamkeit und konkrete politische Reaktionen direkte Wirkungen zur Folge haben können.

Solche unmittelbaren Zusammenhänge offenbaren sich allerdings selten. In vielen Fällen entfalten **DW-Inhalte ihre Wirkung nicht unmittelbar, sondern eher mittelbar – durch öffentliche Aufmerksamkeit, politische Reaktionen oder gesellschaftliche Debatten**. Auch im aktuellen Evaluationszeitraum zeigen sich solche Effekte deutlich. Dabei ist es nicht trivial, die Wirkung einer internationalen Informationsorganisation wie der DW systematisch nachzuweisen. Angenommen, eine Nutzerin in einem autoritär regierten Land beginnt sich in Onlineforen für freie Meinungsäußerung einzusetzen, nachdem sie eine DW-Reportage über Presse- und Meinungsfreiheit und Zensurumgehungstools gefunden hat. Vielleicht hat die DW-Reportage sie dazu bewogen, vielleicht aber auch der Kontakt zu Menschen aus anderen, ebenfalls betroffenen Ländern. Vielleicht hat sie den DW-Beitrag auch gesehen, weil ihr das Thema ohnehin wichtig ist. Ähnlich verhielte es sich beispielsweise mit einem Nutzenden, der eine DW-Dokumentation über die Abholzung des Amazonas sieht und beginnt, sich in einer lokalen

885 Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen vom 10. Dezember 1948, 217 A (III).

886 § 5 des Grundgesetzes für die Bundesrepublik Deutschland in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 100-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, das durch Artikel 1 des Gesetzes vom 13. Juli 2017 (BGBl. I S. 2347) geändert worden ist.

Umweltgruppe zu engagieren oder seinen Konsum von Lebensmittelprodukten zu überdenken.

Ursache und Wirkung von Mediennutzung lassen sich nicht ohne größeren Aufwand identifizieren. Selbst aufwendige Forschungsdesigns nähern sich der tatsächlichen Wirkung medial vermittelter Kommunikation nur an. So müssen sich Medien in realen Märkten in einer komplexen Umgebung und teils unter schwierigen Rahmenbedingungen durchsetzen, was die Konzeption experimenteller Designs erschwert.

Daher fußt die Wirkungsevaluation bei der DW auf dem sogenannten **Wirkungsmodell** (Abbildung 87): Im Sinne einer „Ursache-Wirkung"-Logik formuliert es vermutete lineare Zusammenhänge.[887] Der bisherige Bericht beschäftigte sich mit vier der fünf Stufen in dem Modell. So fasste das Kapitel *Ressourcen und Aktivitäten* die ersten beiden Stufen des Modells zusammen und legte dar, wie die DW die ihr zur Verfügung stehenden **Ressourcen** einsetzt, um journalistische Angebote in 32 Sprachen zu erstellen. Zu diesen **Aktivitäten** gehören alle Veränderungen, die sie im Evaluationszeitraum hinsichtlich inhaltlicher Ausrichtung, Distribution, Organisation und Technik vornahm.

Das Kapitel *Output und Outcom*e fasste die dritte und vierte Stufe zusammen. Es beschrieb jeweils Umfang und Art des **Outputs**, also der journalistischen Angebote in den verschiedenen Regionen und Sprachen. Das Kapitel verdeutlichte, wie die DW sich an den Bedürfnissen der Zielgruppe[888] orientiert und entsprechend ihre Angebote an die regionalen Bedingungen anpasst. Es zeigte auch, dass die Qualität der Angebote den höchsten Standards entspricht und die Distribution sich am Nutzungsverhalten der Zielgruppe orientiert. Dadurch schafft die DW die Voraussetzung für eine möglichst große Verbreitung und in Folge die Grundlage für die Rezeption der Inhalte durch die Zielgruppe. Diese verortet die DW unter **Outcome**. Darüber hinaus kann die DW theoretisch auch durch indirekte Rezeption Wirkung erzielen, zum Beispiel wenn andere Medien ihre Berichterstattung aufgreifen. Ob die Zielgruppe die Angebote überhaupt rezipiert, liegt allerdings nicht allein in der Hand der DW. Deshalb verdeutlichte Kapitel 4 eine **Vielzahl externer Kontextfaktoren wie politische Lage, Medienregulierung und Wettbewerbssituation**. Ein weiterer Kontextfaktor, auf den die DW nur teilweise Einfluss nehmen kann, ist die Bekanntheit. Sie kann als Katalysator für Rezeption dienen, ist aber prinzipiell nicht notwendig, um Wirkung zu erzielen. Wichtiger ist die tatsächliche Wahrnehmung der Inhalte: Nimmt die Zielgruppe sie als vertrauenswürdig, relevant und hochwertig wahr, können die Angebote die intendierten Wirkungen entfalten.

Impact-Ebene und Wirkungsmessung

Das Modell geht davon aus, dass Wirkungen eintreten können, wenn alle Bedingungen auf den ersten Stufen erfüllt sind. Die vorliegende Evaluation hat den Nachweis dafür in den Kapiteln 3 und 4 erbracht. Um zu ermitteln, ob dies auch zum erhofften Impact führt, nämlich zur Verbesserung der weltweiten Informationsfreiheit, zur Förderung von Meinungsbildung und Dialog und zur Vermittlung freiheitlich-demokratische Werte, führt die DW Wirkungsforschung durch. Dabei greift sie auf ein spezielles Studiendesign zurück, das Online-Befragungen, Experimentalstudien, Feedback von Fachleuten aus der Medienbranche und der Wissenschaft sowie qualitative Befragungen von Mitgliedern der Zielgruppe integriert. Die Ergebnisse helfen der DW, ihre Angebote besser auf die erwünschte Wirkung auszurichten. Die Wirkungsevaluation fließt in die Aufgabenplanung und in die strategische Angebotsentwicklung ein.

Für das vorliegende Wirkungskapitel hat die DW ihre **Forschungsmethodik erweitert, um so im Vergleich zu vergangenen Evaluationen tiefere Einblicke in die Wirkweise der Inhalte** zu bekommen. Das ist allerdings ressourcenintensiv. Deshalb analysierte die DW die Wirkung ihrer Inhalte für den Geltungszeitraum dieses Berichts exemplarisch in einer Auswahl von Märkten. Nicht alle Zielländer der DW können für den Evaluationszeitraum in gleichem Umfang beforscht werden. Aussagen zum gesamtgesellschaftlichen Impact erfordern experimentelle Studiendesigns oder Langzeit-Studien, um diese indirekt abzuleiten. Beides wäre mit den gegebenen Ressourcen nicht für alle Angebote und Zielländer der DW zu realisieren. Zudem wirken vielfältige Kontextfaktoren wie politische und kulturelle Rahmenbedingungen, etwa Änderungen im politischen System eines Landes, von außen auf die Wirkziele und ein und können mögliche Effekte verstärken oder abschwächen. Ziel ist also, über mehrere Evaluationszeiträume und -berichte hinweg die Märkte umfassend abzudecken und mit Blick auf die Zielregionen auch neu hinzukommende Länder zu beforschen. Aufgrund dieser komplexen Situation hat die DW in unterschiedlichen Märkten unterschiedliche Methoden zum Einsatz

887 Dieses Vorgehen entspricht als Theorie des Wandels dem gegenwärtigen Stand der Wirkungsevaluation. Caspari 2016.
888 Siehe Kapitel 3.

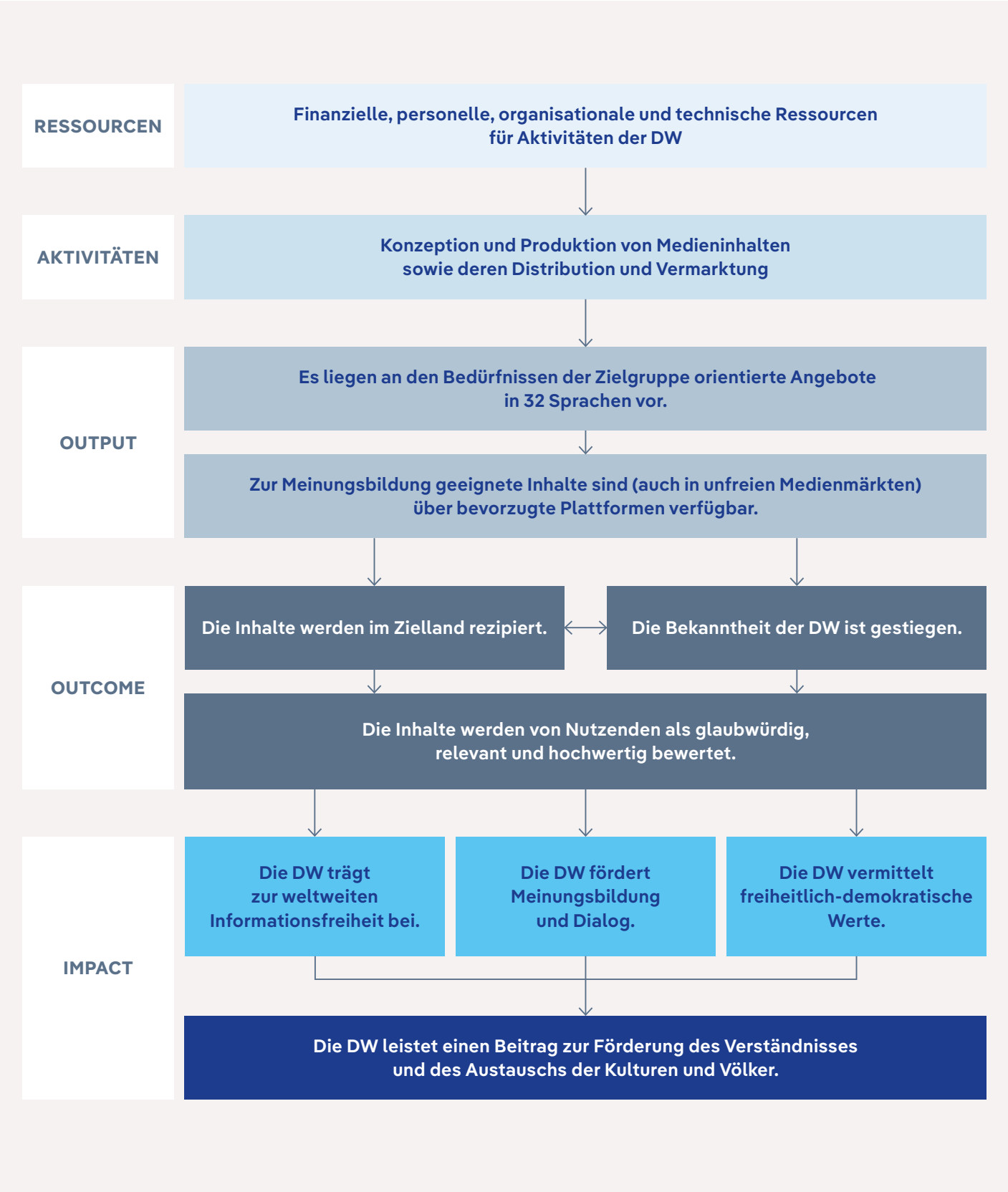


Abbildung 87: Das Wirkungsmodell der DW

gebracht.[889] Die Märkte wurden ausgewählt, weil sie für die DW von hoher strategischer Bedeutung sind.

Der Mehrmethoden-Ansatz erlaubt einen umfassenderen Blick auf Wirkweisen der DW-Inhalte. Online-Befragungen zum Beispiel ermöglichen über Ländergrenzen hinweg Vergleiche und können bestimmte Korrelationen zwischen Einstellungen und DW-Nutzung aufzeigen. Interviews mit Medienexpertinnen und -experten und Zielgruppenmitgliedern dienen dazu, weitergehende Rückschlüsse zu ziehen und kausale Zusammenhänge offenzulegen.

Wie im Wirkungsmodell dargelegt, geht die DW davon aus, dass sie den anvisierten Impact erzielt hat, wenn drei Ziele erfüllt sind:

- Die DW trägt zur weltweiten Informationsfreiheit bei.
- Die DW fördert Meinungsbildung und Dialog.
- Die DW vermittelt freiheitlich-demokratische Werte.

Impact-Ziel 1: Die DW trägt zur weltweiten Informationsfreiheit bei

Weltweit treiben immer mehr politische Kräfte ihre Agenda voran, indem sie gesellschaftliche Debatten mit falschen Informationen verzerren. Propaganda und Desinformation bedrohen deshalb in vielen DW-Zielländern die Informationsfreiheit und verhindern so eine freie Meinungsbildung. Desinformation führt zu einem generellen Vertrauensverlust in die Medien und schwächt damit die Leistungsfähigkeit der Mediensysteme. Auch ist die Medienfreiheit bedroht. Dabei spielen sowohl die zunehmende Kontrolle der Medien als auch die Verbreitung von regierungsfreundlicher Berichterstattung durch Staatsmedien und gezielte Angriffe auf andere Medien eine Rolle.

Zur Stärkung der Presse- und Informationsfreiheit sieht es die DW als ihre Aufgabe an, verlässliche Informationen bereitzustellen und falsche Informationen als solche zu entlarven. Dabei setzt die **Glaubwürdigkeit einer Informationsanbieterin wie der DW die konsequente Bereitstellung faktenbasierter Berichterstattung** voraus und trägt zur Pluralisierung des Meinungs- und Themenspektrums insbesondere in restriktiven Zielgebieten bei. Bereits die reine Existenz der DW-Angebote trägt damit zum Impact-Ziel bei: Vor allem in eingeschränkten Medienmärkten sticht die DW mit ihrer unabhängigen Berichterstattung heraus und ermöglicht es den Menschen, sich auf Basis verlässlicher Informationen eine Meinung zu gesellschaftlichen und politischen Themen zu bilden. Die TV-Kanäle der DW sind in weltweit 483 Millionen TV-Haushalten empfangbar. In Ghana ist die DW dank starker Partnerschaften mit lokalen TV-Sendern sogar Marktführerin unter den internationalen Anbietern. Das Online-Angebot der DW ist weltweit verfügbar; in restriktiven Märkten wie China, Russland oder der Türkei, wo die DW-Webseite zeitweise gesperrt war, ermöglicht die DW dies durch Zensurumgehungsinstrumente wie *Psiphon*. Medienexpertinnen und -experten bestätigen, dass die DW auf diese Weise das Meinungsspektrum in vielen ihrer Zielländer erweitert.[890] Auch Zielgruppenmitglieder aus verschiedenen Regionen bestätigen dies. Einen Beitrag zur Informationsfreiheit leistet die DW selbst für weitgehend freiheitliche Länder, indem sie den Fokus auf Themen richtet, die in den heimischen Medien kaum berücksichtigt werden. Das gilt beispielsweise für Bulgarien, wo die DW mit ihrem Fokus auf Menschenrechte und die Rolle Russlands in der internationalen Politik das Spektrum an Themen und Meinungen in den Medien erweitert.[891]

> ***Die Deutsche Welle bietet dem chinesischen Publikum eine europäische Perspektive auf die Weltlage.***
>
> **Zielgruppenmitglied, China, männlich**

Eine wichtige Voraussetzung für die Erreichung des ersten Impact-Ziels ist die Glaubwürdigkeit, und tatsächlich genießt die DW in ihren Zielregionen ein großes Vertrauen. In der Wahrnehmung der überwiegenden Mehrheit der DW-Nutzenden ist die DW eine glaubwürdige Quelle (Abbildung 88), die in klarer und angemessener Sprache plausible und gut recherchierte Inhalte publiziert. Die DW gilt als zuverlässiges internationales Medium mit ausgezeichneter Regionenkenntnis.[892] Gerade in Krisenregionen stellt sie eine glaubwürdige Alternative zu den oft parteiischen Angeboten in polarisierten oder unfreien lokalen Medienlandschaften dar. Ihre Nutzerinnen und Nutzer befähigt die DW zudem, Falschinformationen zu erkennen.[893] Aufgrund ihrer hohen Qualität und Glaubwürdigkeit wird die DW auch von anderen Medien als Quelle verwendet und nimmt damit eine Position als

889 Siehe Kapitel 2.

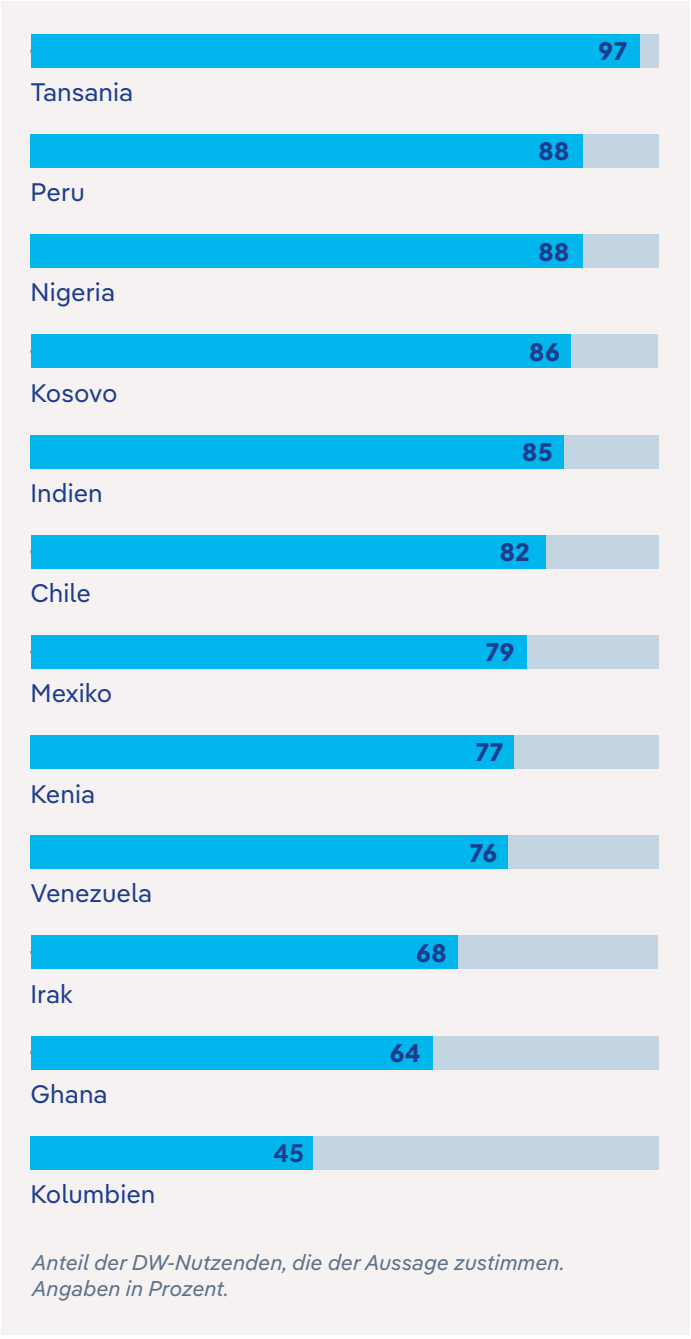
890 Program Monitoring DW Chinesisch, 2024; Program Monitoring DW Persian Instagram, 2023.
891 Program Monitoring DW Bulgarisch Text, 2023.
892 Program Monitoring DW Brasil Instagram, 2024.
893 Program Monitoring DW Español Instagram, 2023; Program Monitoring DW Persisch Instagram, 2023.

Leitmedium ein.[894] In der Ukraine, wo das Vertrauen in die Nachrichtenangebote der nationalen TV-Sender gering ausfällt, berichten die Partnersender der DW von ausschließlich positivem Publikumsfeedback zu den DW-Angeboten.[895]

> ***Dank der DW erhalten die Zuschauenden unvoreingenommene, zuverlässige Informationen.***
>
> **Medienexpertin, Ukraine**

Auch mit Themen wie Cybersicherheit und Desinformation im Internet setzt sich die DW auseinander, etwa mit Formaten wie *Click IT Easy* und *Learning by Ear*, die in Subsahara-Afrika über Social Media und das Radio vertrieben werden. Sie leistet in ihrer Zielgruppe erfolgreich Aufklärungsarbeit und trägt dazu bei, dass die Nutzenden sicher und reflektiert an der Onlinekommunikation teilhaben können und Informationen auf Social Media nicht unhinterfragt weiterverbreiten. Das zeigt sich in mehreren qualitativen Wirkungsstudien zu den Programmen.[896] Auch eine Woche nach dem Konsum der Inhalte erinnerten sich die Befragten an die zentralen Informationen, bewiesen ein deutlich höheres Bewusstsein für Cybersicherheit und die Gefahren von Desinformation. Zudem teilten sie die Informationen mit anderen Menschen in ihrem Umfeld. Die DW leistet damit einen entscheidenden Beitrag, die lokalen Medien- und Kommunikationssysteme auch über Aufklärungsarbeit zu verbessern, indem sie die Nutzerinnen und Nutzer in ihrer Medienkompetenz stärkt.

Mit ihrem medialen Angebot füllt die DW außerdem Lücken in der Berichterstattung und bietet Perspektiven auf bestimmte Themen, die in den Mediensystemen der Zielländer aufgrund von Zensur, Tabuisierungen oder mangelnden Artikulationschancen von einzelnen gesellschaftlichen Gruppen nicht vorkommen. Dies geschieht zum einen über die **Sichtbarkeit und Sichtbarmachung von gesellschaftlichen relevanten Themen** – im Bereich von Menschenrechten, politischer Missstände, digitaler Medienkompetenz, Geschlechtergerechtigkeit und gesundheitlicher Aufklärung. So erhöht das Format *+90* in der Türkei die Informationsfreiheit der Menschen im Land.[897]



Anteil der DW-Nutzenden, die der Aussage zustimmen. Angaben in Prozent.

Abbildung 88: **„Die DW ist eine glaubwürdige Informationsquelle“.**
Quellen siehe Studienverzeichnis: RM_2, RM_7, RM_10, RM_11, RM_13, RW_18, RM_19, RM_21, RM_22, RM_23, RM_24, RM_25.

894 Program Monitoring DW Portugiesisch für Afrika, 2024.
895 Siehe Studienverzeichnis: RM_3.
896 Siehe Studienverzeichnis: WS_1, WS_2.
897 Program Monitoring DW +90, 2024.



Ich finde es gut und erfolgreich, dass ihr in euren Videos alle möglichen Menschen und verschiedene Perspektiven einbezieht – das ist freier und offener Journalismus, wie man ihn in den Mainstream-Medien in der Türkei niemals sieht.

Zielgruppenmitglied, Türkei, männlich

Einen Beitrag zu mehr Pluralismus leistet die DW auch über die Darstellung von gesellschaftlichen Tabu-Themen, wie die Prävention gegen sexuelle Gewalt und mentaler Gesundheit und Abtreibung, etwa mit Formaten wie *Healthy Me – No Cap!*, *The 77 Percent* und *Global Us*.[898]

Das sind Themen, über die zu sprechen vielen Menschen unangenehm ist, aber wenn man The 77 Percent sieht, hat man das Gefühl, dass es ein normales Gespräch ist, und ich denke, dass dies ein Schritt in die richtige Richtung ist.

Zielgruppenmitglied, Kenia, weiblich

Euer Sender spricht sensible Themen an, über die Sender aus dem Nahen Osten nicht sprechen können.

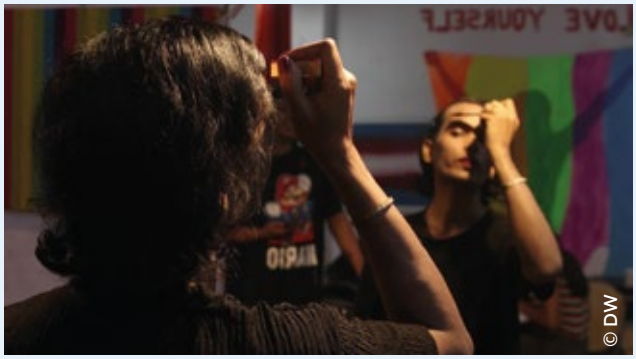
Zielgruppenmitglied, Marokko, männlich

Die DW fördert die gesellschaftliche Akzeptanz und Normalisierung sensibler Themen, indem sie diese sichtbar macht und zugänglich aufbereitet. Besonders in stark patriarchalisch geprägten Gesellschaften – wie etwa im Norden Nigerias – können ihre Inhalte innerhalb von Familien als wertvolle Grundlage für Aufklärung und Diskussion dienen.[899]

Meine Schwester war, glaube ich, zwölf Jahre alt, als ich ihr erklärte, was Vergewaltigung ist. Ich musste es tun, denn wenn ich es ihr nicht beibringe, wird es die Gesellschaft ihr beibringen. […] Mit solchen Programmen können Eltern, die schüchtern sind, diese zur Aufklärung verwenden.

Zielgruppenmitglied, Nigeria, weiblich

Die DW erreicht mit ihren Inhalten auch Personen, die eine konservative und skeptische Haltung gegenüber derartigen Themen haben. Durch das *Storytelling*[900] gelingt es, für dieses tabubehaftete Thema Toleranz und Empathie zu fördern.[901]



In Indien macht man sich über trans Personen lustig, nur sie erleben diese Schwierigkeiten, also ist es wichtig, ihnen den Respekt zu geben, den sie verdienen.

Zielgruppenmitglied, Indien, weiblich

898 Siehe Studienverzeichnis: AS_2, AS_6, AS_7.

899 Siehe Studienverzeichnis: AS_2.
900 Siehe Glossar.
901 Siehe Studienverzeichnis: AS_7.

Dies zeigte sich beispielsweise anhand Studien zu *Global Us* zum Thema LGBTQIA+, mit dem in Indien, Mexiko und den USA durch empathisches *Storytelling*[902] Wirkungen in eben dieser kritisch eingestellten Gruppe erzielt werden konnte.

Zur **Informationsfreiheit und Erweiterung des Meinungsspektrums gehört nicht zuletzt die kritische Auseinandersetzung** mit der Politik und politischen Akteuren – Formate entfalten ihre Wirkung hier mitunter auch über den Einsatz von Humor und Satire. Im Irak, wo Kritik an der Regierung in den heimischen Medien nur schwer möglich ist, erreicht die DW mit ihrer Satiresendung *Albasheer Show* ein großes Publikum und kann kritische Perspektiven auf die politische Situation einbringen. Ein Online-Experiment[903] belegt die hohe Bekanntheit, Beliebtheit und Nutzung der Satireshow in der irakischen Zielgruppe und weist Wirkungen nach. Die *Albasheer Show* informiert über politische und gesellschaftliche Missstände (Nepotismus; Kinderehen) innerhalb des Systems, hinterfragt dabei kritisch das Regierungshandeln und zeigt andere Perspektiven auf. Nach der Rezeption eines Ausschnitts aus der DW-Satiresendung bestätigten die Teilnehmenden der Experimentalgruppe, Neues gelernt und interessantes Hintergrundwissen erhalten zu haben.

Impact-Ziel 2: Die DW fördert Meinungsbildung und Dialog

Prozesse der öffentlichen Verständigung und Meinungsbildung tragen zur Integration in Gesellschaften bei und ermöglichen gemeinschaftliche Willensbildung. Zudem sorgen sie dafür, dass die politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger Rechenschaft ablegen müssen. Eine freie **Verständigung und Meinungsbildung wird von Gesellschaftsmitgliedern getragen, die sich aktiv mit Themen auseinandersetzen, sich artikulieren und mit widerstreitenden Meinungen in einen Dialog** treten. Längst nicht in allen Ländern und Regionen werden die Menschen zu diesen Aktivitäten befähigt und können ihre Meinung ohne Angst vor Konsequenzen äußern. Deshalb setzt sich die DW für einen freien, sachlichen und faktenbasierten Dialog ein. Sie stärkt die Selbstbefähigung der Nutzenden, sich eine Meinung zu bilden und mit anderen – auch argumentativ – in den Dialog zu treten. Dafür produziert sie Inhalte und schafft Dialogformate, die den Austausch unterstützen. Nicht zuletzt aber müssen die Teilnehmenden bereit sein, sich auf andere Perspektiven einzulassen, sie kritisch zu reflektieren und in Betracht zu ziehen.

DW-Inhalte führen dabei zu einer gestärkten Selbstbefähigung und Lerneffekten – durch Dialogformate, Auswahl von Inhalten mit Alltagsbezug sowie passenden Protagonistinnen und Protagonisten. In vielen ihrer Video- und Audioformate arbeitet die DW mit starken Vorbildern. In den Studienergebnissen zeigt sich, dass diese das Selbstbewusstsein der Zielgruppe stärken und die Nutzenden erfolgreich zu einem engagierten und konstruktiven Selbstausdruck ermutigen.[904] Auch bieten DW-Angebote den Nutzenden inhaltliche Orientierung für informierte Diskussionen. So gaben die Befragten der DW an, dass die Informationen sehr gut an ihren Alltag und ihre eigenen Erfahrungen anschließen, neue Informationen und Sichtweisen enthalten und ihnen handlungsrelevantes Wissen an die Hand geben. Auch zeigten sich regelmäßig Lerneffekte, die von Inhalten der DW ausgingen und zeitlich beständig blieben.[905] Das gilt sowohl für längere Formate wie TV-Magazine als auch für Kurzvideos auf *TikTok*, die als lehrreich und informativ wahrgenommen wurden. Darüber hinaus motivierte die Auseinandersetzung mit DW-Inhalten die Befragten, regelmäßig nach weiterführenden Informationen zu suchen und sich ein Bild über den Stand der Diskussion der Inhalte auf Social Media zu machen. Damit geben auch die Kurzvideos auf *TikTok* wichtige Anstöße für die aktive eigene Meinungsbildung.[906]

Besonders wichtig ist der Impact bei Themen, die an anderer Stelle wenig Raum in den Medien und im gesellschaftlichen Diskurs finden. In den Studien zeigte sich zudem, dass die Befragten nicht nur Hintergrundwissen und Argumentationslinien der Formate im Anschluss erinnerten, sondern auch, dass diese länger nachklangen. Auch bestätigten sie, dass die **Inhalte zu einem stärkeren Bewusstsein für unterschiedliche Perspektiven** beigetragen haben. Sie fühlten sich in die Lage versetzt, sich eine informierte und differenziertere Meinung auch zu Fragestellungen zu bilden, über die sie sich zuvor wenig bewusst waren. Zu den in den Formaten abgebildeten Themen der Befragung gehörte etwa der *Gender Pay Gap* (der Verdienstabstand pro Stunde zwischen Frauen und Männern) im Fußball in *The 77 Percent*[907] oder auch die Lebenswirklichkeit von Transgender-Personen in *Global Us*.[908]

902 Siehe Glossar.
903 Siehe Studienverzeichnis: WS_8.
904 Siehe Studienverzeichnis: AS_2, AS_29.
905 Siehe Studienverzeichnis: WS_1, WS_2, WS_4, WS_5, WS_7.
906 Siehe Studienverzeichnis: WS_4, WS_7.
907 Siehe Studienverzeichnis: WS_6.
908 Siehe Studienverzeichnis: AS_7.

Auch lassen sich in experimentellen Studiendesigns Lerneffekte nachweisen, die für die Meinungsbildung relevant sind, darunter auch die Aufklärung und kritische Auseinandersetzung mit der politischen Situation und Führung. So führte die Satiresendung *Albasheer Show* mit dem prominenten Politiker Mahmoud al-Mashhadani zu einem höheren wie informiertem Hintergrundwissen über Al-Mashhadani bei den Teilnehmenden der Experimentalgruppe. Auch in ihren Positionen stimmten die Teilnehmenden den in der Sendung vermittelten Botschaften zu, dass Al-Mashhadani einen eingeschränkten Blick auf wichtige Themen habe und darüber hinaus schon zu lange politisch aktiv sei und den Weg für eine neue Generation frei machen solle.[909]

Die Angebote der DW legen den Fokus häufig auf Regionen und nicht auf einzelne Länder. Vergleiche zwischen den Ländern einer Region ermöglichen den Nutzenden den Abgleich mit positiven wie negativen Entwicklungen des eigenen Landes.[910] Vor allem aber wird ein Gefühl von Gemeinsamkeit und Übereinstimmung vermittelt. Beispielsweise fördert das Lifestyle-Magazin *Afrimaxx* bei den Nutzenden Stolz auf die kulturelle Kreativität und die Traditionen in Subsahara-Afrika. Das in *Afrimaxx* angelegte positive *Storytelling* schafft Identifikation mit der Region. Der **länderübergreifende Fokus auf Regionen ermöglicht es den Nutzenden außerdem, Perspektiven benachbarter Länder kennenzulernen** und zu verstehen. Diese Auseinandersetzung trägt laut Mitgliedern der Zielgruppe wesentlich dazu bei, Konflikte in Regionen von beiden Seiten zu betrachten und potenziell zu lösen.[911] Dafür gibt es explizit auf Dialog ausgerichtete Formate wie *Amader Kotha Amra Boli*, das die Menschen in beiden bengalischen Regionen in Indien und Bangladesch adressiert, oder *The 77 Percent*, das sich explizit mit den Belangen junger Menschen in Subsahara-Afrika beschäftigt. Beide Formate helfen, die Verständigung zwischen unterschiedlichen Gruppen zu erhöhen, Stereotype abzubauen und ein Gefühl von Einheit und Zusammengehörigkeit auf beiden Seiten zu erreichen.[912]

> ***Vor dem Video war ich sehr voreingenommen gegenüber Frauen aus dem Norden. […]. Dass sie keine Informationen haben und alle mit elf oder zwölf Jahren heiraten.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Nigeria, weiblich**

> ***Es ist sehr viel Gleichheit und Einheit zwischen uns, wir sind uns recht ähnlich.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indien, weiblich**

Bei verschiedenen Angeboten der DW können sogar Wirkungen auf das Verhalten bzw. die Verhaltensabsichten der DW-Nutzenden ausgemacht werden. Beiträge zu Umwelt und Nachhaltigkeit stärken bei den Befragten das Bewusstsein für einen nachhaltigeren Lebensstil und motivieren sie, das eigene Verhalten zumindest im Kleinen anzupassen.[913]



> ***Ich verwende jetzt eine wiederverwendbare Wasserflasche, anstatt ständig Plastikflaschen zu kaufen. Es ist ein kleiner Schritt, aber es ist ein Schritt.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indonesien, weiblich**

> ***Ich habe meine Gewohnheiten nicht komplett geändert, aber ich denke jetzt mehr über meinen Müll nach. Ich versuche, etwas achtsamer zu sein.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Indonesien, weiblich**

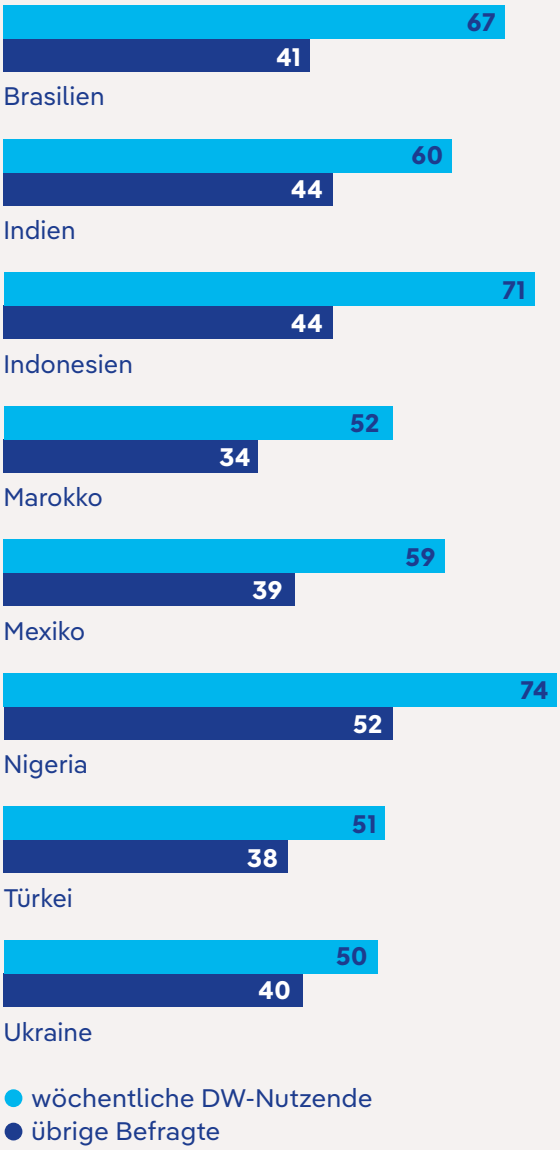
Im Bereich Cybersicherheit gaben die Befragte an, Informationen aus den Videos und Audios der DW wie z. B. Ratschläge für sichere Passwörter und Tipps zum Umgang mit Scam-Anrufen in praktische Handlungen umgesetzt zu haben.

909 Siehe Studienverzeichnis: WS_8.
910 Siehe Studienverzeichnis: AS_4.
911 Siehe Studienverzeichnis: AS_29.
912 Siehe Studienverzeichnis: AS_2, AS_9.
913 Siehe Studienverzeichnis: WS_4, WS_5, WS_7.

> ***Ich habe jetzt mein Passwort geändert. Bisher hatte ich ein Wort verwendet, dass mir sehr geläufig war und jetzt verwende ich etwas völlig Zufälliges, auf das niemand kommen kann.***
>
> **Zielgruppenmitglied, Kenia, weiblich**

Innerhalb der Zielgruppe unterscheiden sich wöchentliche DW-Nutzende hinsichtlich ihrer Dialogbereitschaft erheblich von Menschen, die die DW gar nicht oder nicht regelmäßig nutzen.[914] DW-Nutzende gaben mehrheitlich an, in Diskussionen über Politik eine aktive Rolle einzunehmen (Abbildung 89). Deutlich häufiger äußerten sie auch, dass sie über die Medien Informationen bekommen, auf die sie in Debatten und Diskussionen zurückgreifen können. Das gilt nicht zuletzt für besonders sensible Themen, bei denen die Mediennutzung die Befragten darin bestärkt, sich öffentlich zu artikulieren (Abbildung 90). Die Effekte traten bei beiden Geschlechtern auf, Frauen fühlten sich durch den medialen Informationsgewinn in Diskussionen und Debatten aber besonders gestärkt.

Dass die **DW ihre Nutzenden zur Anschlusskommunikation befähigt, belegen zahlreiche landesweite Umfragen**[915] sowie Befragungen zu konkreten Angeboten der DW wie *Business Beyond*[916] oder der *Albasheer Show*[917]. Darin bestätigten die Befragten regelmäßig, dass sie mit anderen über die Programme und deren Inhalte sprechen und in Diskussionen von den Inhalten der DW profitieren. Ähnlich wurde in Interviews in der DR Kongo deutlich, dass die Befragten durch Programme der DW zwar eine Sensibilisierung zu bestimmten Themen (etwa Korruption) im Alltag stattfindet, es aber viel Selbstvertrauen braucht, um andere in der Anschlusskommunikation über die negativen Folgen aufzuklären.[918] Dieses Selbstvertrauen kann nur mittelfristig aufgebaut werden. Über die wiederholte Auseinandersetzung mit tabubehafteten Themen steigt die Wahrscheinlichkeit, dass die Nutzenden den Schritt in die Anschlusskommunikation wagen.

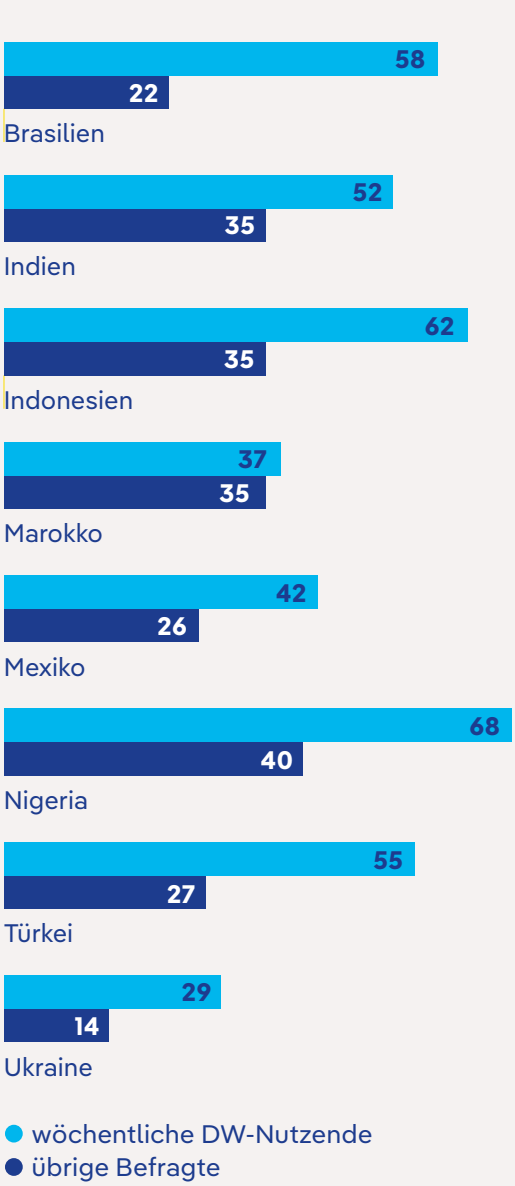


Anteil der wöchentlichen DW-Nutzenden im Vergleich zu den übrigen Befragten innerhalb der Zielgruppe, die der Aussage zustimmen. Angaben in Prozent.

Abbildung 89: **„Wenn es darum geht, heikle Themen zu kommentieren oder zu diskutieren, geben mir die von mir genutzten Medien ein sicheres Gefühl, meine Meinung offen zu äußern."**

Quelle siehe Studienverzeichnis: WS_3.

914 Siehe Studienverzeichnis: WS_3.
915 Siehe Studienverzeichnis: RM_17, RM_18, RM_19.
916 Programm Monitoring Business Beyond, 2024.
917 Siehe Studienverzeichnis: WS_8.
918 Siehe Studienverzeichnis: WS_6.



Anteil der wöchentlichen DW-Nutzenden im Vergleich zu den übrigen Befragten innerhalb der Zielgruppe, die der Aussage zustimmen. Angaben in Prozent.

Abbildung 90: **„Ich traue mich, eine aktive Rolle in einer Gruppe zu übernehmen, die sich mit politischen Themen beschäftigt."**
Quelle siehe Studienverzeichnis: WS_3.

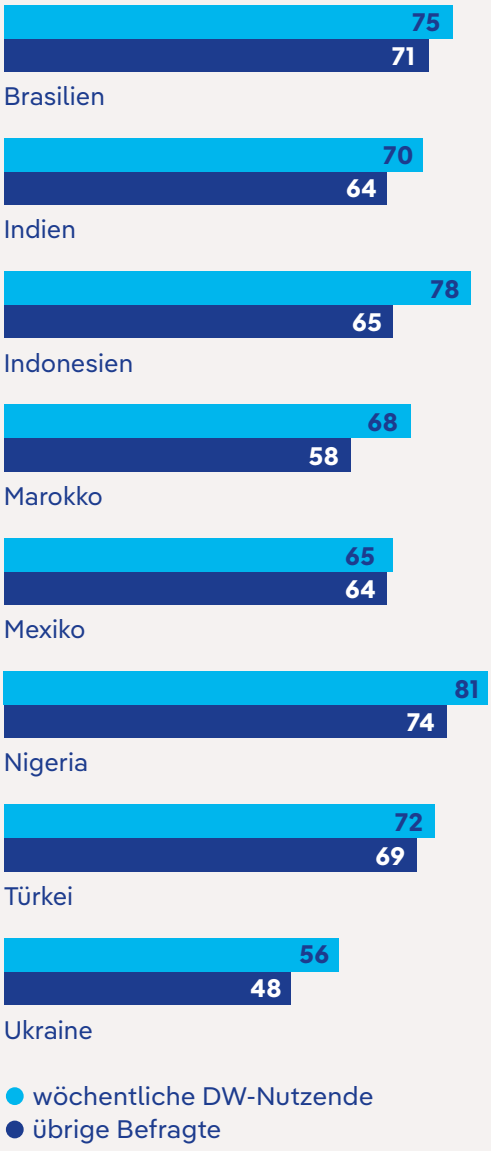
Impact-Ziel 3: Die DW vermittelt freiheitlich-demokratische Werte

Während liberale Demokratien und die Freiheit der Medien weltweit immer stärker unter Druck geraten, setzt sich die DW für freiheitliche Werte ein und verbildlicht als Stimme Deutschlands die Prinzipien, für die auch die Bundesrepublik einsteht. Schon in der Vergangenheit zeigten zahlreiche interne Untersuchungen wie auch öffentliche Berichte, dass die Nutzenden der DW das freiheitlich-demokratische Wertegerüst der DW größtenteils teilen. Allerdings ist gerade bei diesem Ziel die Kausalitätsrichtung schwer nachzuweisen: Haben die Menschen eine positive Einstellung zur Demokratie, weil sie die DW nutzen, oder nutzen sie die DW, weil sie eine positive Einstellung zur Demokratie haben? Es ist anzunehmen, dass sich für beide Kausalzusammenhänge zahlreiche Beispiele unter den Nutzenden finden lassen. Damit ist auch über den Kreis demokratisch eingestellter Bevölkerungsteile hinaus ein Wirkungspotenzial zu erwarten.

Befragungen in den Zielregionen demonstrieren, dass die Nutzung von DW-Inhalten eine positive Einstellung zur Demokratie stärkt.[919] Vor allem in Indonesien und Marokko hielten Nutzende, die wöchentlich die DW-Angebote wahrnehmen, die Demokratie häufiger für die beste Regierungsform als die übrigen Befragten, die die DW nicht oder nicht regelmäßig nutzen (Abbildung 91). DW-Nutzenden in Brasilien, Indien, Mexiko und in der Türkei war es besonders wichtig, in einer Demokratie zu leben, und sie befürworteten demokratische Prinzipien stärker. Dazu gehören die Abwahl von Regierungsparteien und die öffentliche Begründung von Politikentscheidungen. In die gleiche Richtung weisen die Befunde der experimentellen Studie zur *Albasheer Show*.[920] Den Teilnehmenden, die einige Tage zuvor einen Ausschnitt aus der DW-Satiresendung gesehen haben, war es wichtiger, in einem demokratisch regierten Land zu leben, als denjenigen, die keine Inhalte aus der Albasheer Show gezeigt bekommen haben.

In Brasilien, Mexiko und der Türkei hängt die wöchentliche **Nutzung von DW-Inhalten außerdem mit einer höheren Wertschätzung von Rechtsstaatlichkeit zusammen**. Wer die DW nutzt, stimmte eher den Prinzipien zu, dass Regierung und Gerichte sich an Verfassung und Gesetze halten müssen, dass Gerichte jeden einzelnen gleich behandeln müssen und gegenüber der Regierung eine Kontrollfunktion ausüben. Gerade in Ländern mit eingeschränkter Medien- und Meinungsfreiheit wie Indien und der Türkei hatten die

919 Siehe Studienverzeichnis: WS_3.
920 Siehe Studienverzeichnis: WS_8.



Anteil der wöchentlichen DW-Nutzenden im Vergleich zu den übrigen Befragten innerhalb der Zielgruppe, die der Aussage zustimmen. Angaben in Prozent.

Abbildung 91: **„Alles in allem ist die Demokratie die beste Art, ein Land zu regieren."**
Quelle siehe Studienverzeichnis: WS_3.

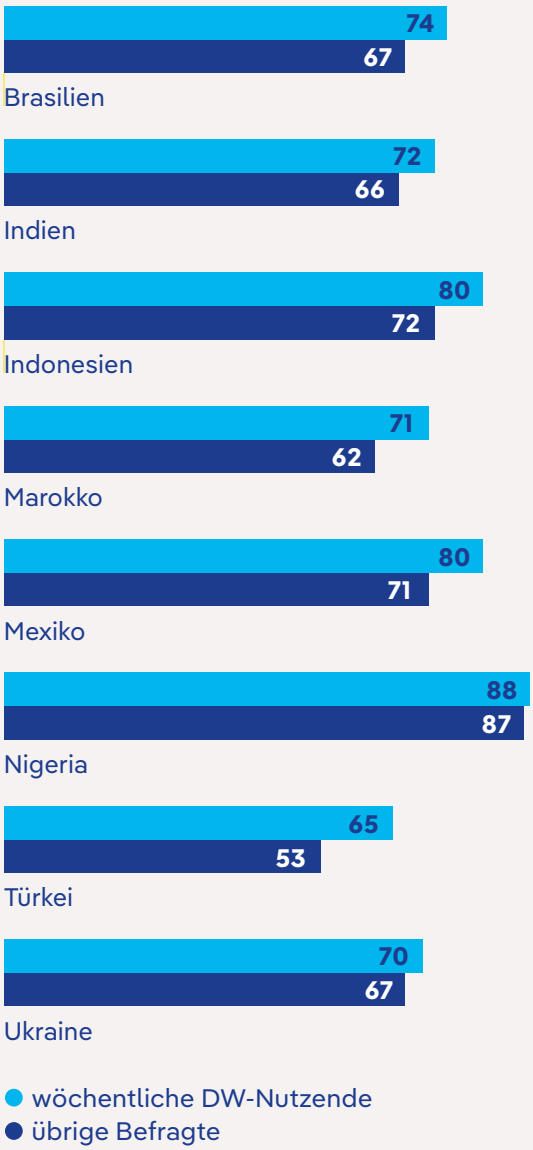
DW-Nutzenden auch eine positivere Einstellung zur Meinungsfreiheit als die übrigen Befragten. Das beinhaltet die Freiheiten zur individuellen Meinungsäußerung und zu öffentlichen Demonstrationen, wie auch die Freiheit von Medien und Opposition, die Regierung zu kritisieren.[921]

Menschen, die wöchentlich die DW nutzen, zeigten ein stärkeres Bewusstsein für Gleichberechtigung im Vergleich zu den anderen Befragten, die DW-Inhalte gar nicht oder nicht regelmäßig konsumieren.[922] Sie befürworteten den Schutz von Minderheiten und eine diskriminierungsfreie Gleichbehandlung aller gesellschaftlicher Gruppen durch den Staat (Abbildung 92). In Indien, wo die Rechte von Frauen nur schwach ausgeprägt sind, befürworteten knapp 90 Prozent der weiblichen DW-Nutzenden die Gleichberechtigung von Frauen und Männern. Darin zeigt sich, dass die DW auch eine bestärkende Wirkung hat.

Diese allgemeinen Befunde werden durch Befragungen zu einzelnen DW-Formaten unterstrichen: Aus den Jugendmagazinen der DW, wie *The 77 Percent* und *¿Cómo te afecta?* ziehen die Befragten Ermutigung, mit gesellschaftlichen Hürden und Problemen wie Arbeitslosigkeit, Armut, Kriminalität, Drogenmissbrauch und Korruption fertig zu werden und sich eine gute Zukunft zu erarbeiten. Die Befragten etwa in der DR Kongo erkannten über die Angebote der DW die Notwendigkeit, ihren eigenen Weg zu gehen, unternehmerisch einfallsreich zu sein, sich Ziele zu setzen und negative Einflüsse zu vermeiden.[923] Von dem Lifestyle-Magazin *Afrimaxx* fühlten sich die Befragten darin bestärkt, ihre eigene Kreativität auch gegen Widerstände auszuleben.[924]

Die Rezeption von DW-Inhalten führte überdies zu einer **verstärkten Empathie gegenüber marginalisierten Gruppen**.[925] Themen wie mentale Gesundheit treffen in afrikanischen Ländern einen Nerv und Fokusgruppen in Kenia, Nigeria und Tansania offenbarten ein großes Bedürfnis nach Information und nach einem empathischen Umgang mit psychischen Problemen. Mit Formaten wie *Healthy me – No Cap!* gelingt es der DW, die Zielgruppe emotional und informativ abzuholen. Die Nutzenden identifizieren sich mit den Moderatorinnen und Moderatoren, vertrauen ihrer Expertise und ziehen aus ihren Informationen und Einordnungen Hilfestellungen für eigene Probleme. Protagonistinnen und Protagonisten in den Formaten werden über ihre soziale Zugehörigkeit als nah

921 Siehe Studienverzeichnis: WS_3.
922 Ebd.
923 Siehe Studienverzeichnis: WS_6.
924 Siehe Studienverzeichnis: AS_29.
925 Siehe Studienverzeichnis: z. B. AS_2, AS_6, AS_7.



Anteil der wöchentlichen DW-Nutzenden im Vergleich zu den übrigen Befragten innerhalb der Zielgruppe, die der Aussage zustimmen. Angaben in Prozent.

Abbildung 92: **„Die Rechte von Minderheitengruppen müssen geschützt werden."**
Quelle siehe Studienverzeichnis: WS_3.

empfunden und als Vorbilder anerkannt, die den Nutzenden einen konstruktiven Umgang mit Themen aufzeigen.[926]

Fazit

Die Ergebnisse der Wirkungsforschung decken sich mit Erkenntnissen aus früheren Berichten und belegen, dass die DW weiterhin ihre drei Wirkungsziele erfüllt. Wie eingangs beschrieben, nutzt die DW für die Erbringung dieses Wirkungsnachweises für den Evaluationszeitraum Studien aus verschiedenen Jahren und Regionen. Aus der Studienlage lässt sich klar ablesen, dass **die DW die Menschen in ihren Zielländern in ihrer Informationsfreiheit und Meinungsbildung stärkt**, indem sie ihren Nutzenden unabhängige Informationen und verlässliche Fakten an die Hand gibt und gleichzeitig die Medienkompetenz der Nutzenden stärkt. Damit wirkt sie Propaganda und Desinformation entgegen und schult die Menschen in kritischem Medienkonsum. Über die Thematisierung von Tabuthemen schließt die DW außerdem Lücken in der Berichterstattung der nationalen Medien. Auf diese Weise trägt sie erheblich zur Informationsvielfalt und Informationsfreiheit in ihren Zielländern bei.

Darüber hinaus leistet **die DW einen erfolgreichen Beitrag zur Meinungsbildung und zum Dialog in ihren Zielländern**, indem sie ihre Zielgruppe zu einer aktiven und reflektierten Beteiligung an der öffentlichen Meinungsbildung ermutigt. Über relevante journalistische Inhalte motiviert sie ihre Zielgruppe zur Auseinandersetzung mit Themen und befähigt sie, informiert in Diskussionen einzutreten. Die DW fördert so den Dialog innerhalb und zwischen Gesellschaften einer Region und unterstützt ihre Nutzenden dabei, über den Tellerrand zu schauen und in Konflikten auch die andere Seite anzuerkennen.

Nicht zuletzt befördert **die DW das Verständnis für freiheitlich-demokratische Werte. Ihre Nutzenden haben eine besonders positive Einstellung zu Demokratie**, Rechtsstaatlichkeit und Meinungsfreiheit. Die Angebote der DW geben der Zielgruppe Mut zur Selbstverwirklichung und bestärken sie darin, freiheitlichen Werten auch gegen Widerstände zu folgen. Indem die DW Verständnis und Empathie gegenüber marginalisierten Gruppen fördert, trägt sie zum Minderheitenschutz bei. Insgesamt erfüllt die DW damit ihre Ziele mit Blick auf die Wirkungen auf die Menschen in den Zielregionen, die individuelle Befähigung zu **Meinungsbildung und Dialog und zur Vermittlung von Werten, für die auch Deutschland** einsteht.

926 Siehe Studienverzeichnis: AS_6.

DW AKADEMIE

Weltweit Meinungsfreiheit durch Medienentwicklung stärken

Die Projekte der DW Akademie zielen auf eine bleibende Wirkung ab, um das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung und den ungehinderten Zugang zu Informationen weltweit zu gewährleisten. Gemeinsam mit Partnerorganisationen in Ländern des Globalen Südens werden Veränderungen angestoßen, die besseren Journalismus, nachhaltige Medien, medienkompetente Bürgerinnen und Bürger, konstruktiven Dialog und sichere Arbeitsbedingungen für Medienschaffende ermöglichen.

Die DW Akademie setzt gezielt vier Methoden ein, um Wirkungen nachzuweisen:

1. **Wirkungsorientiertes Monitoring:** Mit Hilfe von Indikatoren wird die Wirkungsmessung in die Logik jedes Projekts der DW Akademie eingebaut. Die Zielerreichung wird permanent im Rahmen eines regelmäßigen Monitorings und Reportings erfasst, anhand von Soll- und Ist-Werten. Dabei spielen Baseline- und Endline-Daten[927] eine wichtige Rolle. So erfolgte beispielsweise die Wirkungsmessung einer Projektlinie

927 Baseline-Daten sind Ausgangsdaten, die vor Beginn eines Projekts erhoben werden; Endline-Daten sind Abschlussdaten, die nach Beendung eines Projekts gesammelt werden.



Saber Sliti/DW Akademie

Austausch zwischen Medien und Zivilgesellschaft zu Umweltfragen – Einblick in einen Workshop der DW Akademie.

im *BMZ*-finanzierten Projekt in Moldau mit Hilfe von Wissenstests zur Medienkompetenz in Schulen.

2. **Studien zur Wirkungsmessung:** An ausgewählten Stellen, etwa wo ein neuer Ansatz erprobt wird oder die Wirkung langjähriger Maßnahmen gemessen werden soll, kommen tiefergehende empirische Studien zum Einsatz. So konnte die Wirksamkeit von Dialogveranstaltungen mit Binnenvertriebenen und den Gastgebergemeinschaften in der Sahel-Region mit Hilfe einer Studie nachgewiesen werden.

3. **Projektevaluationen:** In Kapitel 4 wurden die Ergebnisse der Evaluationen der *BMZ*-finanzierten Projekte der DW Akademie präsentiert. Diese in der Regel von externen Gutachterinnen und Gutachter durchgeführten, kriteriengeleiteten Evaluationen stellen ebenfalls einen wichtigen Baustein für den Wirkungsnachweis dar.

4. **Aggregierte Wirkungen:** Über die genannten Methoden hinaus präsentieren die aggregierten Wirkungen die über alle Projekte hinweg akkumulierten Wirkungen der *BMZ*-finanzierten Projekte der DW Akademie.

Aggregierte Wirkungen

Die aggregierten Wirkungen liefern Antworten auf Fragen wie: In wie vielen Ländern ist es der DW Akademie mit ihren Partnern gelungen, Medienkompetenz in Schulcurricula unterzubringen? Wie viele Medienhäuser wurden zur Stärkung ihrer wirtschaftlichen Grundlagen beraten? Oder: Wie viele Medienschaffende konnten mit Hilfe der DW Akademie aus- und fortgebildet werden?

In diesem Berichtszyklus wurden die aggregierten Wirkungen auf eine komplett neue Grundlage gestellt. Anstelle einer großen Bandbreite an Wirkungen auf verschiedenen Ebenen in diversen Feldern wurden die Wirkungen mit Hilfe von Aggregationsindikatoren den fünf Handlungsfeldern der DW Akademie[928] und jeweils der gesellschaftlichen Makro-, organisatorischen Meso- oder individuellen Mikro-Ebene zugeordnet. So konnte die Wirkung der Projekte viel genauer erfasst werden als bisher.

Die Messung der aggregierten Wirkungen erfolgte nach Beendigung des jeweiligen Projektzyklus, was auch bedeutete, dass die Erhebung für die verschiedenen Regionen zeitversetzt geschah: Asien 2022, Afrika 2023 und Lateinamerika, Nahost/Nordafrika und Osteuropa 2024. Insgesamt wurden 26 *BMZ*-finanzierte Projekte einbezogen.

Media and Information Literacy (MIL)

- *Makroebene:* Medienkompetenz wurde in 19 Ländern gefördert. In sieben dieser Länder gelang es, *MIL* in Schulcurricula zu verankern und in sieben Ländern wurden auch Faktencheck-Initiativen initiiert oder unterstützt.

- *Mesoebene:* Zehn Organisationen entwickelten sich zu nationalen oder regionalen *MIL*-Zentren. Insgesamt wurden 221 NROs sowie 58 Medien bei der Vermittlung von Medienkompetenz unterstützt.

- *Mikroebene:* 53.750 Bürgerinnen und Bürger konnten ihre Medienkompetenz steigern, darunter 42.272 Schülerinnen und Schüler. 2.672 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wurden zur Vermittlung von Medienkompetenz aus- und fortgebildet.

Media and Journalism Education (MJE)

- *Makroebene*: In 19 Ländern wurden Medienschaffende und Journalistinnen und Journalisten aus- und fortgebildet. In acht von diesen Ländern wurden nationale oder Modell-Trainingsprogramme pilotiert oder gefördert.

- *Mesoebene*: Acht Organisationen stellten sich als nationale oder regionale *MJE*-Zentren auf. Insgesamt wurden 818 Bildungsinstitutionen und 137 NROs unterstützt, wovon 444 Medienhäuser mit einer geschätzten Gesamtreichweite von 85 Millionen Nutzerinnen und Nutzer profitierten.

- *Mikroebene*: 3.184 professionelle Medienschaffende, 2.792 Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten und 1.701 Bürgerjournalistinnen und -journalisten wurden aus- und fortgebildet. 437 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren erhielten Unterstützung bei der Vermittlung journalistischer Fähigkeiten und Fertigkeiten.

928 Da das Handlungsfeld Media Safety erst im Laufe der Erhebung das Handlungsfeld Digital Rights ersetzt hatte, fand es in diesem Zyklus der aggregierten Wirkungen noch keine Berücksichtigung, siehe Kapitel 3.

Media Viability (MV)

- *Makroebene*: In zwölf Ländern wurden Medienhäuser zur Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Tragfähigkeit unterstützt. In sieben dieser Länder wurden Stakeholder-Netzwerke und -Allianzen geschmiedet.

- *Mesoebene*: 43 NROs erhielten Unterstützung im Bereich *MV*. 61 Formate wurden geschaffen, um Medieninnovation zu fördern. Davon profitierten 214 Medienhäuser mit einer geschätzten Gesamtreichweite von 28 Millionen Nutzerinnen und Nutzer.

- *Mikroebene*: 428 professionelle Medienschaffende, 146 Medienmanagerinnen und -manager und 97 Bürgerjournalistinnen und -journalisten wurden insgesamt zu *MV* aus- und fortgebildet, ebenso 138 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren.

Innovation for Dialogue (I4D)

- *Makroebene*: *I4D*-Aktivitäten fanden in zwölf Ländern statt. Dabei gelang es in zehn dieser Länder, zuvor ausgeschlossene Teile der Bevölkerung einzubeziehen.

- *Mesoebene*: Fünf Organisationen konnten zu nationalen oder regionalen *I4D*-Zentren ausgebaut werden. Insgesamt acht neue Formate förderten konstruktiven Dialog im Kontext polarisierter Gesellschaften. 222 NRO wurden einbezogen sowie 80 Medienhäuser und 32 Start-Ups, die gemeinsam rund 23 Millionen Nutzerinnen und Nutzer erreichten.

- *Mikroebene*: Insgesamt nahmen 15.027 Menschen an Präsenz-Dialog-Veranstaltungen teil. Beteiligt waren auch 366 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, 732 professionelle Medienschaffende und 360 Bürgerjournalistinnen und -journalisten.

Digital Rights (DR)

- *Makroebene*: In acht Ländern hatten Projekte Bezüge zu digitalen Rechten. In zwei dieser Länder beriet die DW Akademie nationale Behörden zum Thema Internetregulierung.

- *Mesoebene*: Zwei Organisationen konnten zu nationalen oder regionalen *DR*-Zentren ausgebaut werden. 85 NROs wurden zu digitalen Rechten beraten. Mit vier *DR*-Kampagnen und 15 DR-Events wurden insgesamt rund 250.000 Menschen erreicht.

- *Mikroebene*: Insgesamt nahmen 1.157 Menschen an Präsenz-Veranstaltungen zu digitalen Rechten teil. 350 rechtliche Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, 387 professionelle Medienschaffende sowie 40 Bürgerjournalistinnen und -journalisten wirkten an der Vermittlung von *DR*-Wissen mit.



Jugendliche in São Paulo im Gespräch. Insbesondere die junge, weibliche Zielgruppe will die DW in Zukunft mit noch passgenaueren Angeboten ansprechen.

Gustavo Basso/DW

6 Fazit und Ausblick

Die Herausforderungen für Demokratie und Pressefreiheit haben sich im Evaluationszeitraum weiter verschärft. Weltweit haben autoritäre Regime und populistische Bewegungen an Einfluss gewonnen und die Rechte von Bürgerinnen und Bürgern zunehmend eingeschränkt. Besonders betroffen ist die Informations- und Meinungsfreiheit: In vielen Ländern sind **unabhängige Medien mit Zensur, Blockaden und repressiven Mediengesetzen** konfrontiert. Digitale Räume werden zunehmend abgeschottet, Plattformen gesperrt und Inhalte systematisch kontrolliert. Diese Entwicklungen vertiefen die globale Spaltung und fördern die Bildung autoritärer Allianzen. Zudem werden Auslandsmedien zunehmend gezielt zur Beeinflussung internationaler Diskurse eingesetzt – auch in demokratischen Gesellschaften.

Die DW positionierte sich in diesem Umfeld klar als verlässliche, weltweit präsente mediale Stimme aus Deutschland. Sie vertritt die Werte, für die Deutschland international steht: Freiheit, Pluralismus, soziale Gerechtigkeit und Völkerverständigung. In Zeiten wachsender Desinformation, ideologischer Polarisierung und geopolitischer Spannungen bietet sie ihrer Zielgruppe **glaubwürdige und unabhängige Informationen**, Impulse und Foren für offenen Austausch. Diesen Fokus wird sie auch künftig weiter vertiefen.

Wie die Evaluation zeigt, war diese Strategie erfolgreich – auch dank der strukturellen und finanziellen Stärkung der DW. Die produzierten Inhalte waren im Evaluationszeitraum relevanter denn je: Die DW orientierte sich konsequent an den **Bedürfnissen ihrer Zielgruppen und entwickelte neue, innovative Formate, insbesondere für digitale Plattformen und *On-Demand*-Nutzung**. Sie präsentierte sich als weltoffene Informationsanbieterin, die Raum für einen freien und sachlichen Meinungsaustausch schafft. Wo viele nationale Medien polarisierten, berichtete sie glaubwürdig und ausgewogen, zeigte gesellschaftliche Vielfalt und förderte konstruktive Debatten. Die DW konnte ihre internationale Wirksamkeit unter herausfordernden Bedingungen deutlich ausbauen und ihre Rolle als unabhängige, globale Informationsanbieterin weiter festigen. Mit 337 Millionen wöchentlichen Nutzenden im Jahr 2025 konnte die DW trotz wachsender Zensur, eingeschränkten Distributionswegen und Blockaden sowie einem zunehmenden Wettbewerb auf digitalen Plattformen ein Reichweitenplus erzielen.

Die DW hat im Evaluationszeitraum ihr digitales Portfolio strategisch gestrafft und setzte auf reichweitenstarke Plattformen wie *YouTube* und *TikTok*. Weniger erfolgreiche Social-Media-Kanäle wurden eingestellt. Auch reagierte die DW flexibel auf die algorithmischen Veränderungen großer Plattformen. Die Nutzung von *On-Demand*-Inhalten wächst rasant – besonders bei jungen Zielgruppen. Die DW schöpft dieses Potenzial mit **hochwertigen audiovisuellen Inhalten aus, die zeitunabhängig nutzbar sind**.

Zugleich stand und steht die DW vor neuen Herausforderungen: Die Bindung der Nutzenden gewinnt zunehmend an Bedeutung. In Zeiten von Desinformation und fragmentierter Mediennutzung wird daher der dialogische Austausch zentral. **Dialogräume spielten in den letzten Jahren eine wichtige Rolle und werden auch künftig eine hohe Relevanz haben.** Die DW wird daher noch verstärkter auf Interaktion, Community-Formate und Plattformen setzen. Eine weitere Fokussierung und Professionalisierung ihrer Angebote werden erforderlich sein, um auf den zunehmend fragmentierten und personalisierten Plattformen konkurrenzfähig zu bleiben.

Die Evaluation zeigt auch: Die weitere Regionalisierung der Angebote war entscheidend für den Erfolg. Antidemokratische Regierungen erzeugen ein Defizit an relevanter Berichterstattung – dem wirkt die DW mit regionenspezifischen Inhalten entgegen. Die Produktion vor Ort wurde ausgebaut. **Um näher an der Zielgruppe zu sein, muss die DW künftig noch stärker aus den Regionen berichten.** Insbesondere die junge, weibliche Zielgruppe will die DW in Zukunft mit noch passgenaueren Angeboten ansprechen.

Der **DW Akademie** kommt dabei eine zentrale Rolle zu. In mehr als 70 Ländern stärkt sie durch journalistische Ausbildung und Infrastrukturaufbau das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung und ungehinderten Zugang zu Informationen. Durch verstärkte Aktivitäten in den Bereichen *Fact-Checking* und KI leistet die DW zudem einen wichtigen Beitrag zur Bekämpfung von Desinformation. Tools und spezialisierte Teams helfen dabei, manipulierte Inhalte zu entlarven und Medienkompetenz zu fördern. Diese Kompetenzen werden in den kommenden Jahren gerade mit Hinblick auf die weiter fortschreitende digitale Transformation immer wichtiger werden.

Die aktuelle Weltlage verdeutlicht, dass die DW auch in Zukunft vor großen Herausforderungen stehen wird. Geopolitische Konflikte, der Einfluss von autoritären Regimen und Bewegungen, die Einschränkungen der Meinungsfreiheit, die Verbreitung von Desinformation und hybrider Kriegsführung werden eher weiter zunehmen als verschwinden. Deutschland wird als demokratischer Rechtsstaat eine zunehmend wichtigere Rolle in der Welt übernehmen müssen. Die DW wird dabei als **mediale Stimme Deutschlands und als Vermittlerin europäischer Werte in der Welt** ihren Beitrag leisten. Gerade vor dem Hintergrund der De-facto-Einstellung der Angebote von *USAGM*, dem zunehmenden Wettbewerb mit Auslandsmedien autokratischer Länder, die dieses Vakuum nutzen werden, den Bedrohungen durch Zensur und dem Rückgang der Pressefreiheit weltweit ist es umso wichtiger, Menschen auch weiterhin mit unabhängigen Informationen für einen offenen, demokratischen Diskurs zu versorgen.

Damit die DW ihren Auftrag auch in Zukunft erfüllen kann, werden die Ergebnisse dieser Evaluation in die Aufgabenplanung 2026-2029 einfließen. Dieser Prozess gewährleistet, dass die DW ihre Angebote **kontinuierlich an die wichtigsten Veränderungen in den Märkten anpassen und so ihre Relevanz ausbauen** kann. Eine weitere strukturelle Stärkung ist angesichts der vielen Herausforderungen für die DW und für die DW Akademie von großer Bedeutung.

Glossar

Benchmark: Ein Benchmark ist ein Vergleichsmaßstab oder eine Referenzgröße, mit der Leistungen, Prozesse oder Produkte bewertet werden können. Benchmarks dienen dazu, den eigenen Status im Vergleich zu anderen Akteuren, Branchenstandards oder Best Practices einzuordnen.

Content Creator: Eine Person, die digitale Inhalte wie Texte, Bilder, Videos, Podcasts oder Social-Media-Posts eigenständig produziert und veröffentlicht, meist über Online-Plattformen wie YouTube, Instagram, TikTok oder Blogs – oft mit dem Ziel, eine Community aufzubauen, Reichweite zu generieren oder Einnahmen zu erzielen.

Crossmedial: Bezeichnet die medienübergreifende Verbreitung und Verknüpfung von Inhalten über verschiedene Kanäle wie Fernsehen, Radio, Online-Plattformen und soziale Medien hinweg.

Data Bias (Datenverzerrung): Der Begriff bezieht sich auf systematische und ungewollte Verzerrungen, die sich bei der Auswertung von Datensätzen zeigen. Eine solche Verzerrung kann während des gesamten Datenverarbeitungsprozesses auftreten, weshalb der Auswahl und dem Monitoring von qualitativ hochwertigen und ausgewogenen Datensätzen eine hohe Bedeutung zukommt. Ein typisches Beispiel ist die mangelnde Berücksichtigung bzw. Sorgfalt im Bereich Geschlecht und Herkunft.

DG8: Die DG8 umfasst acht internationale öffentlich-rechtliche Medienorganisationen aus Australien (ABC), Kanada (CBC/Radio-Canada), Frankreich (France Médias Monde), Deutschland (DW), Japan (NHK WORLD-JAPAN), der Schweiz (SRG SSR), dem Vereinigten Königreich (BBC World Service) und den Vereinigten Staaten (US Agency for Global Media). Gemeinsam haben die DG8-Mitglieder jede Woche mehr als 1,5 Milliarden Nutzende in mehr als 75 Sprachen und verfügen damit weltweit über eine erhebliche journalistische Wirkung.

Digital-First-Strategie: Bezeichnet den Entwicklungsansatz, bei dem Inhalte und Anwendungen primär für digitale Plattformen wie beispielsweise YouTube, TikTok und Instagram, konzipiert werden.

Direct-to-home (DTH) Satelliten: Direct-to-Home (DTH) bezeichnet ein Übertragungsverfahren, bei dem TV- und Radioprogramme direkt per Satellit an Haushalte gesendet werden – ohne Zwischenschaltung von Kabelanbietern oder terrestrischen Netzen.

Explainer: Kurze Aufklärungsstücke zu bestimmten Themen oder Sachverhalten. Meistens sind Explainer-Videos, die den Nutzenden auf Webseiten und in Social Media zur Verfügung gestellt werden.

Face-to-Face Interview: Persönliche Befragung durch einen Interviewer, wobei es zum direkten Kontakt zwischen Interviewer und Interviewtem kommt. Es können komplexere Fragestellungen untersucht werden.

Fact-Checking: Im Deutschen übersetzbar mit Faktencheck. Prozess der Überprüfung der faktischen Genauigkeit von Medieninhalten, Berichten und Aussagen. Bezeichnet auch ein journalistisches Konzept, das die Aussage einer oder mehrerer Personen anhand von recherchierbaren und objektiv nachprüfbaren Fakten (Tatsachen) überprüft.

Freegate: Ein Zensurumgehungstool, das ursprünglich für Nutzerinnen und Nutzer in China entwickelt wurde. Freegate nutzt ein Netzwerk von Proxy-Servern und dynamische IP-Adressen, um staatliche Internetfilter zu umgehen und Zugang zu gesperrten Webseiten zu ermöglichen.

Freemium-Geschäftsmodell: Das Freemium-Modell ist ein hybrides Geschäftsmodell, bei dem ein Unternehmen einen Basisdienst kostenlos anbietet, während zusätzliche Premium-Funktionen kostenpflichtig sind.

Gamification: Gamification ist die Anwendung von Spielmechaniken (z. B. Punkte, Level, Ranglisten, Belohnungen) in spielfremden Bereichen wie Bildung, Arbeit, Marketing oder Medien, um zur aktiven Teilnahme zu motivieren und Prozesse unterhaltsamer oder effizienter zu gestalten.

High-Impact-Storytelling: High-Impact-Storytelling bezeichnet eine erzählerische Herangehensweise, die Inhalte emotional, prägnant und wirkungsvoll vermittelt, um maximale Aufmerksamkeit und Resonanz beim Publikum zu erzeugen.

Holding-Gesellschaft: Organisationsstruktur, deren Betriebszweck darin besteht, Kapitalbeteiligungen an anderen Unternehmen zu halten.

Hub: Regionale Produktions- und Koordinationsstelle, von der aus Inhalte für eine bestimmte Zielregion erstellt, angepasst und über verschiedene Plattformen verbreitet werden.

IPTV (Internet Protocol Television): Ermöglicht das Fernsehen über das Internet und wird von verschiedenen Anbietern und Plattformen angeboten, wobei die Nutzung von IPTV grundsätzlich legal ist, solange dies von den Rechteinhabern erlaubt wurde. Hierfür sind sehr schnelle Internetleitungen nötig.

Jamming: Gezieltes Stören eines Funksignals (Radio, Fernsehen, Mobilfunk oder GPS) durch Störsender. Jamming wird von totalitären Staaten oft eingesetzt, um zu verhindern, dass die Bevölkerung ausländische Rundfunk- oder Fernsehsendungen über Kurzwelle oder Satellit empfangen kann.

Mobile-First: Bezeichnet den Entwicklungsansatz, bei dem digitale Inhalte und Anwendungen primär für mobile Endgeräte konzipiert und erst anschließend für größere Bildschirme angepasst werden.

Monothematisch: Monothematisch bezeichnet eine inhaltliche Ausrichtung, die sich ausschließlich oder vorrangig einem einzigen Thema widmet, z. B. bei Sendungen oder Publikationen.

On-Demand: Bereitstellung von Inhalten, auf die Nutzende zeitsouverän zugreifen können. Inhalte wie Videos und Audios sind damit nicht mehr an die lineare Ausstrahlung und somit die Ausstrahlungszeiten gebunden. Stattdessen können sie jederzeit abgerufen werden.

OTT/Streaming: Bezeichnet die internetbasierte Übertragung von Medieninhalten, bei der Audio- und Videoangebote direkt – also „over the top“ – bereitgestellt werden, ohne klassische Rundfunkwege wie Kabel oder Satellit zu nutzen. Typische Plattformen sind Netflix und Amazon Prime Video.

Pixelbasiertes Zählverfahren: Ein pixelbasiertes Zählverfahren ist eine Tracking-Methode zur Erfassung von Webseiten-Zugriffen, bei der ein unsichtbares Bild (Tracking-Pixel) in eine Webseite oder einen digitalen Inhalt eingebettet wird. Dieses Pixel löst beim Laden der Seite einen Zählvorgang auf einem Server aus und ermöglicht so die Erhebung von Nutzungsdaten.

Prompting: Prompting bezeichnet im Kontext von generativen KI-Modellen das Formulieren von Eingaben („Prompts“), um eine bestimmte Antwort, Handlung oder Ausgabe des Modells zu erzeugen.

Proxy-Server: Ein Proxy-Server ermöglicht es, Zensur zu umgehen, indem dieser Anfragen über seine eigene Adresse (Domain) weiterleitet. So wird die tatsächliche Identität oder IP-Adresse der gesperrten Domain verborgen und blockierte Inhalte bleiben zugänglich. Im Kontext von Zensurumgehung werden Proxy-Server als sogenannter Mirror eingesetzt. Sie spiegeln die Inhalte 1:1 von der gesperrten auf die zugängliche Domain.

Psiphon: Ein Zensurumgehungstool, das eine Kombination aus VPN, SSH- und HTTP-Proxy-Technologien nutzt, um Nutzerinnen und Nutzern den Zugang zu gesperrten Webseiten zu ermöglichen. Es wird besonders in Ländern mit stark eingeschränkter Internetfreiheit verwendet.

Reels: Kurze und unterhaltsame Videos, die hauptsächlich auf sozialen Plattformen wie Instagram und Facebook zu finden sind und sich durch ihre maximale Länge von bis zu 90 Sekunden auszeichnen. Sie ermöglichen es Nutzern, kreative Inhalte mit Musik, Texten, Effekten und Filtern zu gestalten und in einer Endlosschleife abzuspielen.

Robots: Programme, mit denen insbesondere Suchmaschinenbetreiber automatisiert die Inhalte von Internetseiten untersuchen und indexieren. Zugriffe von Robots werden, soweit möglich, aus den Nutzungszahlen der Webanalyse ausgeschlossen.

Social-Only-Angebot: Bezeichnet den Entwicklungsansatz, bei dem Inhalte ausschließlich für digitale Plattformen – und zwar primär Social Media, also vor allem TikTok, Instagram und Facebook – konzipiert werden.

Storytelling: Bezeichnet im Journalismus die erzählerische Aufbereitung von Inhalten, bei der Fakten in eine nachvollziehbare, oft emotional ansprechende Struktur gebracht werden. Ziel ist es, komplexe Themen durch persönliche Perspektiven, Dramaturgie und klare Narrative greifbarer und wirkungsvoller zu vermitteln.

Technische Reichweite: Die technische Reichweite bezeichnet die theoretisch maximal erreichbare Anzahl von Personen oder Haushalten, die ein mediales Angebot technisch empfangen könnten – unabhängig davon, ob sie es tatsächlich nutzen.

Telenovelas: Eine Telenovela ist ein fiktionales TV-Format mit täglichen oder wöchentlichen Folgen, das eine fortlaufende, meist melodramatische Liebesgeschichte erzählt. Ihren Ursprung haben Telenovelas in Lateinamerika.

The Onion Router (TOR): Ein anonymisierendes Netzwerk, das Internetverkehr über ein globales, verschlüsseltes Servernetzwerk umleitet. TOR schützt die Privatsphäre der Nutzerinnen und Nutzer und hilft, Zensur zu umgehen, indem es die Herkunft und den Inhalt der Internetverbindung verschleiert.

Think Tank: Ein Think Tank ist eine Organisation, die sich mit der Forschung und Analyse gesellschaftlicher, wirtschaftlicher, politischer oder technologischer Themen beschäftigt. Ziel ist es, durch Studien, Gutachten und Empfehlungen zur öffentlichen Meinungsbildung und politischen Entscheidungsfindung beizutragen. Think Tanks können unabhängig, staatlich oder privat finanziert sein und arbeiten oft interdisziplinär.

Ultrasurf: Ein anonymisierendes Anti-Zensur-Tool, das sicheren Zugang zu blockierten Webseiten ermöglicht. Ultrasurf verschlüsselt die Internetverbindung und leitet sie über internationale Server um, um Online-Aktivitäten vor Überwachung zu schützen. Es wurde von Exil-Chinesinnen und Chinesen entwickelt und ist besonders in restriktiven Internetumgebungen verbreitet.

User-Generated Content: „Nutzergenerierte Inhalte“, d. h. Medieninhalte, die nicht vom Anbieter eines Webangebots, sondern von dessen Nutzenden erstellt werden.

Verticals: Spezialisierte Themenbereiche innerhalb eines Unternehmens oder einer Plattform, z. B. Sport, Nachrichten oder Lifestyle. Sie helfen, Inhalte gezielt für bestimmte Zielgruppen anzubieten.

Video-on-Demand (VoD, Video auf Abruf): Möglichkeit, digitale Videos auf Anfrage von einem Onlinedienst herunterzuladen oder per Streaming direkt anzusehen.

Virtual Private Network (VPN): Virtuelles Privates Netzwerk, beschreibt eine Technik, die es erlaubt, von jedem Ort auf der Welt sicher auf Ressourcen im privaten Netzwerk zuzugreifen. VPN verschlüsselt die Internetverbindung vollständig und kann zuverlässig Mitschnitte bzw. das Abhören der übertragenen Informationen verhindern. Werden VPN-Dienste Dritter genutzt, so muss diesem Anbieter vertraut werden, weil er grundsätzlich alle Meta-Daten, wie Zieladressen, Verbindungsdauer usw., mitlesen kann.

Vodcast: Ein Video-Podcast, also ein Podcast, der nicht nur als Audio, sondern auch als Videoformat veröffentlicht wird.

Voice-over: Bezeichnet eine Produktionstechnik, bei der eine Stimme aus dem Off über ein Bild-, Film- oder Videomaterial gelegt wird. Die sprechende Person ist dabei nicht sichtbar, sondern kommentiert, erklärt oder erzählt Inhalte ergänzend zur visuellen Darstellung. Voice-overs werden häufig in Dokumentationen, Nachrichtenbeiträgen, Werbespots oder Erklärvideos eingesetzt.

Abkürzungsverzeichnis

I4D	Innovation for Dialogue Research
AA	Auswärtiges Amt
ABC	Australian Broadcasting Corporation
ACM	Association of Community Media
AEJ	Association of European Journalists
AGG	Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz
AKP	Adalet ve Kalkınma Partisi
ANSA	Agenzia Nazionale Stampa Associata
AP	Associated Press
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
ASEC	Asociación de Servicios educativos y Culturales
BAMF	Bundesamt für Migration und Flüchtlinge
BBC	British Broadcasting Corporation
BKM	Beauftragte(r) der Bundesregierung für Kultur und Medien
BMI	Bundesministerium des Innern
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
BpB	Bundeszentrale für politische Bildung
BMVg	Bundesministerium der Verteidigung
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
BZ	Berliner Zeitung
CBC	Canadian Broadcasting Corporation
CCIM	Cambodian Centre for Independent Media
CCTV	China Central Television
CEPA	Center for European Policy Analysis
CIBAR	Conference of International Broadcasters' Audience Research Services
CITE	Centre for Innovation and Technology
CMG	China Media Group
CNN	Cable News Network
COP	Community of Practice
CPJ	Committee to Protect Journalists
CRI	China Radio International
CRSS	Centre for Research and Security Studies
DAC	Development Assistance Committee
DEI	Diversity, Equity and Inclusion
Degeval	Deutsche Gesellschaft für Evaluation
DIT	Department of Information Technology
DR	Digital Rights
DW	Deutsche Welle
DWA	DW Akademie
DWDL	DWDL.de - Medienmagazin
DWG	Deutsche-Welle-Gesetz
EAPN	Europäischen Netzwerks gegen Armut
EBU	European Broadcasting Union
ESOMAR	European Society for Opinion and Market Research
EU	Europäische Union
EWSA	European Economic and Social Committee
EZ	Entwicklungszusammenarbeit
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FCPS	Family and Childhood Protection Society
FMM	France Médias Monde
FP	Foreign Policy Magazine
GFMD	Global Forum for Media Development
GIZ	Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
GSMA	Groupe Spécial Mobile Association
HRW	Human Rights Watch
IFCN	International Fact-Checking Network
IMS	International Media Studies
IMS	International Media Support
IPU	Interparlamentarische Union
JMI	Jordan Media Institute
JTA	Journalismus-Lehrer-Akademie
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
KI	Künstliche Intelligenz
KIIS	Kyiv International Institute of Sociology
KPCh	Kommunistische Partei China
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
LRA	Landesrundfunkanstalten
lpb	Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg
MBN	Middle East Broadcasting Networks
MCIR	Mongolische Center for Investigative Research
MCM	Medienrat der Mongolei
MDEV	Medienentwicklung
MENA	Middle East and North Africa (Nahost/Nordafrika)
MIL	Medienkompetenz
MJE	Media and Journalism Education
MoEYS	Ministry of Education, Youth and Sport
MSJ	Moldova School of Journalism
MuM	Meinungsfreiheit und Medienentwicklung
MV	Media Viability
NHK	Nippon Hōsō Kyōkai
NRO	Nichtregierungsorganisation
OCB	Office of Cuba Broadcasting
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
OIG	Office of Inspector General United States Department of State
OONI	Open Observatory of Network Interference
OSCE	Organisation for Security and Co-operation in Europe
OTT	Over-the-Top
PIM	Presseinstitut der Mongolei

PiS	Partei Recht und Gerechtigkeit
PYALARA	Palestinian Youth Association for Leadership and Rights Activation
RFA	Radio Free Asia
RFE/RL	Radio Free Europe/Radio Liberty
RFI	Radio France Internationale
RoG	Reporter ohne Grenzen
RT	Russia Today
RTK	Radio Television of Kosovo
RTP	Rádio e Televisão de Portugal
SAP	Systeme, Anwendungen und Produkte in der Datenverarbeitung
SDGs	Sustainable Development Goals
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
SUR	Schule für Universalredakteure
SWP	Stiftung Wissenschaft und Politik
SZ	Süddeutsche Zeitung
TOR	The Onion Router
TPLF	Tigray People's Liberation Front
TRT	Turkish Radio and Television Corporation
UIMK	Ukrainisches Institut für Medien und Kommunikation
UN	United Nations
UNCA	United Nations Correspondents Association
UNCTAD	United Nations Trade and Development
UNDESA	United Nations Department of Economic and Social Affairs
UNESCO	UN-Behörde für Bildung, Wissenschaft und Kultur
UNDP	United Nations Development Programme
UNESCO	UN-Behörde für Bildung, Wissenschaft und Kultur
UNFPA	United Nations Population Fund
UNHCR	Hoher Flüchtlingskommissar der Vereinten Nationen
USAGM	United States Agency for Global Media
USAID	United States Agency for International Development
VOA	Voice of America
VoD	Video-on-Demand
VPN	Virtual Private Network
WHO	World Health Organisation
WMO	World Metereological Organisation
WWF	World Wide Fund for Nature
YMN	Young Media Network
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

Bibliographie

AA 2020, Deutsch als Fremdsprache weltweit. Datenerhebung 2020, eingesehen am 24.03.2025, verfügbar unter: *https://www.auswaertiges-amt.de/resource/blob/2344738/b2a4e47fdb9e8e2739bab2565f8fe7c2/deutsch-als-fremdsprache-data.pdf*.

AA 2025, Afghanistan – Politisches Porträt, vom 19.03.2025, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.auswaertiges-amt.de/de/service/laender/afghanistan-node/politisches-portraet-204718*.

ABC 2024, Australian Broadcasting Corporation Annual Report 2024, eingesehen am 15.05.2025, verfügbar unter: *https://live-production.wcms.abc-cdn.net.au/b4ee2afa69a0f6e1a000c42aeb27ed01*.

Access Now 2025a, Emboldened offenders, endangered communities: internet shutdowns in 2024 annual report, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.accessnow.org/wp-content/uploads/2025/02/KeepItOn-2024-Internet-Shutdowns-Annual-Report.pdf*.

Access Now 2025b, The worst year in shutdowns: a blow to democracy and human rights in Africa, vom 23.02.2025, eingesehen am 10.04.2025, verfügbar unter: *https://www.accessnow.org/press-release/africa-keepiton-internet-shutdowns-2024*.

AEJ 2024, BBC events on media freedom and investigative journalism, vom 21.04.2024, eingesehen am 10.04.2025, verfügbar unter: *https://aej-uk.org/2024/04/21/bbc-events-on-media-freedom-and-investigative-journalism*.

Afolabi, O. 2023, Rebuilding old empire: BBC and indigenous language broadcasting in Nigeria, Cogent Arts & Humanities, 10 (2), *https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2283950*.

Africa Center for Strategic Studies 2024, Mapping a surge of disinformation in Africa, vom 13.03.2024, eingesehen am 27.06.2025, verfügbar unter: *https://africacenter.org/spotlight/mapping-a-surge-of-disinformation-in-africa*.

African Development Bank 2023, African economic outlook 2023: mobilizing private sector financing for climate and green growth in Africa, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.afdb.org/sites/default/files/documents/publications/afdb23-01_aeo_main_english_0602.pdf*.

Africa No Filter & The Africa Center 2024, Global Media Index for Africa 2024 (abridged report), eingesehen am 02.07.2025, verfügbar unter: *https://africanofilter.org/documents/Global-Media-Index2024-mini.pdf*.

Al Jazeera o.D. a, About us, eingesehen am 18.02.2025, verfügbar unter: *https://www.aljazeera.com/about-us*.

Al Jazeera o.D. b, Al Jazeera Balkans, eingesehen am 22.04.2025, verfügbar unter: *https://balkans.aljazeera.net*.

Al Jazeera 2023, Bola Tinubu wins controversial Nigerian presidential election, vom 01.03.2023, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.aljazeera.com/news/2023/3/1/bola-tinubu-wins-controversial-nigerian-presidential-election*.

Amnesty International 2023a, Regionalkapitel Amerika 2022, vom 28.03.2023, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.amnesty.de/informieren/amnesty-report/regionalkapitel-amerika-2022*.

Amnesty International 2023b, Brasilien: Menschenrechte, eingesehen am 30.04.2025, verfügbar unter: *https://www.amnesty.de/informieren/laender/brasilien*.

Amnesty International 2023c, Brasilien. Risiko Recherche, vom 24.05.2023, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.amnesty.de/informieren/amnesty-journal/brasilien-pressefreiheit-medien-journalist-dom-phillips-indigenen-experte-bruno-pereia-ermordet-risiko-recherche*.

Amnesty International 2024a, Regionalkapitel Amerika 2023, vom 24.04.2024, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.amnesty.de/informieren/amnesty-report/regionalkapitel-amerika-2023*.

Amnesty International 2024b, Indien 2024, vom 29.04.2024 eingesehen am 29. April 2025, verfügbar unter: *https://www.amnesty.de/informieren/amnesty-report/indien-2024*.

Amnesty International 2024c, Iran: two years after 'Woman Life Freedom' uprising, impunity for crimes reigns supreme, vom 11.10.2024, eingesehen am 11.06.2025, verfügbar unter: *https://www.amnestyusa.org/press-releases/iran-two-years-after-woman-life-freedom-uprising-impunity-for-crimes-reigns-supreme*.

Amnesty International 2025a, Human rights in Africa, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.amnesty.org/en/location/africa*.

Amnesty International 2025b, Frieden ist anderswo, eingesehen am 12.05.2025, vom 06.01.2025, verfügbar unter: *https://www.amnesty.de/aethiopien-tigray-bewaffneter-konflikt-vertreibung-kaempfe-repression-frieden-ist-anderswo*.

Ammon, U. 2015, Die Stellung der deutschen Sprache in der Welt, De Gruyter Mouton, Berlin/München/Boston, *https://doi.org/10.1515/9783110241075*.

Anton, A., Bognar, E., Codău, A., Glowacki, M. et al. 2025, Hooked on the feed: an analysis of how Facebook, TikTok, and X shape information consumption in Eastern Europe, Media and Journalism Research Center & Thomson Foundation, London, *http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.12154.81608*.

AP News 2022, Turkey blocks access to Deutsche Welle and Voice of America, vom 01.07.2022, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://apnews.com/article/middle-east-turkey-f963d16987d5fb1e4baa4b44fa92737c*.

AP News 2024, Attacks on Hindu minority in Bangladesh spark tensions, vom 02.11.2024, eingesehen am 13.05.2025, verfügbar unter: *https://apnews.com/article/bangladesh-hindu-minority-attacks-hasina-yunus-beaddefd93f1b9dcf14d287543b023f5*.

Asia-Pacific Broadcasting Union 2025, TRT Turkey launches Persian-language service for global viewers, eingesehen am 12.07.2025, verfügbar unter: *https://www.abu.org.my/2025/03/28/trt-turkey-launches-persian-language-service-for-global-viewers*.

Babbel 2024, Babbel unveils a bold new chapter: a transformational rebranding, vom 01.02.2024, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://www.babbel.com/press/en-us/releases/babbel-unveils-a-bold-new-chapter-a-transformational-rebranding*.

Balkan Insight 2024, Political influence remains major challenge to Balkan media freedom, vom 20.11.2024, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://balkaninsight.com/2024/11/20/political-influence-remains-major-challenge-to-balkan-media-freedom-report*.

BAMF 2025, Asylzahlen Dezember und Gesamtjahr 2024, vom 09.01.2025, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.bamf.de/SharedDocs/Meldungen/DE/2025/250109-asylzahlen-dezember-und-gesamtjahr-2024.html?nn=284830*.

BBC o.D. BBC Learning English, eingesehen am 24.03.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.com/learningenglish*.

BBC 2023, BBC announces restructure to India operations, vom 12.12.2023, eingesehen am 15.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.com/news/world-asia-india-67690617*.

BBC 2024a, BBC Annual Plan 2024/2025, eingesehen am 17.02.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.co.uk/abouttthebbc/documents/bbc-annual-plan-2024-2025.pdf*.

BBC 2024b, BBC Group Annual Plan and Accounts 2023/24, eingesehen am 17.02.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.co.uk/abouttthebbc/documents/ara-2023-24.pdf*.

BBC 2024c, BBC's global audience holds firm despite increased competition, vom 18.07.2024, eingesehen am 18.02.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.com/mediacentre/2024/bbc-global-audience-measure*.

BBC 2024d, Timeline: attacks on worldwide media freedom – October 2024, vom 31.10.2024, eingesehen am 10.04.2025, verfügbar unter: *https://monitoring.bbc.co.uk/product/b0002ok1*.

BBC 2025a, BBC Studios our locations, eingesehen am 23.06.2025, verfügbar unter: *www.bbcstudios.com/contact/our-locations*.

BBC 2025b, 'Discarded like a dirty rag': Chinese state media hails Trump's cuts to Voice of America, vom 19.03.2025, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.com/news/articles/cvgwzmj9v34o*.

BBC 2025c, BBC's Mark Lowen deported from Turkey after covering protests, vom 27.03.2025, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.com/news/articles/cly34rg5ee5o*.

BBC News Indonesia 2022, Radio BBC Indonesia 'undur diri' setelah 73 tahun mengudara (BBC Indonesia Radio tritt nach 73 Jahren auf Sendung zurück), vom 13.12.2022, eingesehen am 14.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.com/indonesia/majalah-64093068*.

BBC News Indonesia 2024, Para awak BBC News Indonesia (Das Team von BBC News Indonesia), vom 20.10.2024, eingesehen am 14.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bbc.com/indonesia/institutional-37818424*.

Bickman, L. 1987, The functions of program theory, New Directions for Program Evaluation, 1987 (33), *https://doi.org/10.1002/ev.1443*.

Biometric Update.com 2025, China's online ID plans could inspire authoritarian regimes say human rights groups, vom 06.02.2025, eingesehen am 20.06.2025, verfügbar unter: *https://www.biometricupdate.com/202502/chinas-online-id-plans-could-inspire-authoritarian-regimes-say-human-rights-groups*.

Birr Metrics 2025, VOA Amharic, Tigrigna, Afan Oromo off air after Trump's agency reduction order, vom 17.03.2025, eingesehen am 24.06.2025, verfügbar unter: *https://birrmetrics.com/4306-2*.

BMI 2025, Migrations- und Mobilitätspartnerschaft mit Kenia, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.bmi.bund.de/DE/themen/migration/migrationsabkommen/kenia/kenia-node.html*.

BMVg 2025, Was sind hybride Bedrohungen?, eingesehen am 25. April 2025, verfügbar unter: *https://www.bmvg.de/de/themen/sicherheitspolitik/hybride-bedrohungen/was-sind-hybride-bedrohungen--13692*.

BMZ 2023a, Politische Situation in Mosambik: Starre Machtverhältnisse behindern gute Regierungsführung, vom 18.01.2023, eingesehen am 07.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/mosambik/politische-situation-16264*.

BMZ 2023b, Shaping the future with Africa. The strategy of the BMZ, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/resource/blob/137602/bmz-afrika-strategie-en.pdf*.

BMZ 2023c, Kenia, vom 02.05.2023, eingesehen am 26.03.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/kenia*.

BMZ 2023d, Tansania, vom 30.03.2023, eingesehen am 25.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/tansania*.

BMZ 2024a, Kolumbien, vom 25.06.2024, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/kolumbien#anc=id_51538_51538*.

BMZ 2024b, Brasilien. Innenpolitische Spannungen, vom 28.06.2024, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/brasilien/politische-situation-10928*.

BMZ 2024c, Pakistan – Politische Situation, vom 07.08.2024, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/pakistan/politische-situation-15396*.

BMZ 2024d, Pakistan, vom 07.08.2024, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/pakistan*.

BMZ 2024e, Pakistan – Soziale Situation, vom 07.08.2024, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/pakistan/soziale-situation-15408*.

BMZ 2024f, Soziale Situation in Bangladesch, vom 15.01.2024, eingesehen am 13.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/bangladesch/soziale-situation-10692*.

BMZ 2024g, Umweltsituation in Bangladesch, vom 15.01.2024, eingesehen am 13.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/bangladesch/umweltsituation-10704*.

BMZ 2025a, Afghanistan – Entwicklungszusammenarbeit, vom 05.02.2025, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/afghanistan*.

BMZ 2025b, Politische Situation in Serbien, vom 05.02.2025, eingesehen am 22.04.2025, verfügbar unter: *https://www.bmz.de/de/laender/serbien/politische-situation-16316*.

BpB 2023a, Analyse: Der innere Kampf: Korruption und Korruptionsbekämpfung als Hürde und Gradmesser für den EU-Beitritt der Ukraine, Ukraine-Analyse Nr. 280, vom 08.03.2023, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.bpb.de/themen/europa/ukraine-analysen/nr-280/518979/analyse-der-innere-kampf-korruption-und-korruptionsbekaempfung-als-huerde-und-gradmesser-fuer-den-eu-beitritt-der-ukraine*.

BpB 2023b, Mit zunehmender Macht schwanden die Freiheiten: Pressefreiheit in der Türkei, vom 05.05.2023, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://www.bpb.de/themen/europa/tuerkei/520711/mit-zunehmender-macht-schwanden-die-freiheiten*.

BpB 2024a, Auswirkungen der chinesischen Außenpolitik in Afrika, vom 16.04.2024, eingesehen am 07.05.2025, verfügbar unter: *https://www.bpb.de/themen/afrika/dossier-afrika/547454/auswirkungen-der-chinesischen-aussenpolitik-in-afrika*.

BpB 2024b, Iran, eingesehen am 22.06.2025, verfügbar unter: *https://www.bpb.de/themen/naher-mittlerer-osten/iran/539706/proteste-in-iran-2022-23*.

BpB 2024c, Massud Peseschkian wird iranischer Präsident, vom 10.07.2024, eingesehen am 07.08.2025, verfügbar unter: *https://www.bpb.de/kurz-knapp/taegliche-dosis-politik/550317/massud-peseschkian-wird-iranischer-praesident*.

Bundesregierung 2020, 8 Dinge, die Sie noch nicht über die deutsche Sprache wussten, vom 21.02.2020, eingesehen am 27.03.2025, verfügbar unter: *https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/archiv/fakten-deutsche-sprache-1723168*.

Bundeswehr 2025, Ein modernes Gefechtsfeld: Der Krieg um Informationen, vom 21.03.2025, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.bundeswehr.de/de/organisation/cyber-und-informationsraum/aktuelles/uebung-informationskrieg-5922390*.

BZ 2024, Vollständige Sperrung von YouTube in Russland: Politiker bestätigt, dann dementiert, vom 21.09.2024, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.berliner-zeitung.de/news/youtube-wird-in-russland-vollstaendig-gesperrt-li.2256029*.

Canal+ 2023, M7 vereinbart HD-Satellitenverbreitung mit Current Time TV, vom 13.03.2023, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.m7deutschland.de/2023/03/13/m7-vereinbart-hd-satellitenverbreitung-mit-current-time-tv*.

Caritas International 2025, Zur politischen und humanitären Lage im Kongo, eingesehen am 07.05.2025, verfügbar unter: *https://www.caritas-international.de/hilfeweltweit/afrika/kongo/politische-humanitaere-lage*.

Carnegie Europe 2024, Turkey's assertive foreign policy and its implications for NATO, vom 12.09.2024, eingesehen am 25. April 2025, verfügbar unter: *https://carnegieendowment.org/europe/strategic-europe/2024/09/turkeys-foreign-policy-ambitions-meet-reality?lang=en*.

CEPA 2022, Tracking Chinese online influence in Central and Eastern Europe, vom 28.09.2022, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://cepa.org/comprehensive-reports/tracking-chinese-online-influence-in-central-and-eastern-europe*.

Chatham House 2023, China–Africa relations, vom 18.01.2023, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://www.chathamhouse.org/2023/01/china-africa-relations*.

Chegg 2024, Busuu launches new AI conversation practice feature, vom 22.10.2024, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://investor.chegg.com/Press-Releases/press-release-details/2024/Busuu-Launches-New-AI-Conversation-Practice-Feature/default.aspx*.

China Media Project 2025, Influencer diplomacy, vom 13.03.2025, eingesehen am 19.05.2025, verfügbar unter: *https://chinamediaproject.org/2025/03/13/influencer-diplomacy*.

Christlich Demokratische Union Deutschlands (CDU), Christlich-Soziale Union in Bayern e.V. (CSU) & Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) 2025, Verantwortung für Deutschland - Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD. 21. Legislaturperiode, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://www.koalitionsvertrag2025.de/sites/www.koalitionsvertrag2025.de/files/koav_2025.pdf*.

Chuma, W., Nyaku, R. F., Matsilele, T., Tredoux, C., Itumbiri, G. 2024, Global Media Index for Africa 2024, abgerufen am 11.07.2025, verfügbar unter: *https://africanofilter.org/our-research/global-media-index-for-africa*.

CiberCuba 2025, Federal judge orders the restoration of Voice of the Americas in the U.S., vom 24.04.2025, eingesehen am 11.07.2025, verfügbar unter: *https://en.cibercuba.com/noticias/2025-04-24-u1-e199894-s27061-nid301556-juez-federal-ordena-restituir-voz-americas-eeuu*.

CNET 2024, Duolingo brings adventure and AI to your language learning journey, vom 24.04.2025, eingesehen am 06.05.2025, verfügbar unter: *https://www.cnet.com/tech/services-and-software/perplexity-introduces-an-ios-voice-assistant-amid-apple-ai-delays*.

CNN 2023, CNN Worldwide Fact Sheet, eingesehen am 15.05.2025, verfügbar unter: *https://cnnpressroom.blogs.cnn.com/cnn-fact-sheet*.

CNN Indonesia 2025, Tentang Kami (Über uns), eingesehen am 15.05.2025, verfügbar unter: *https://www.cnnindonesia.com/tentang-kami*.

CNN 2025, CNN to expand its Middle East presence with new operation in Media City Qatar, vom 02.02.2025, verfügbar unter: *https://commercial.cnn.com/latest-news/press/cnn-to-expand-its-middle-east-presence-with-new-operation-in-media-city-qatar*.

Communications Authority of Kenya 2023a, Kenya, Media Landscape Report, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://www.ca.go.ke/sites/default/files/2024-02/Audience%20Measurement%20and%20Industry%20Trends%20Report%20Q1%202023-2024.pdf*.

Communications Authority of Kenya 2023b, Audience measurement and industry trends report Q2 2023/2024, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://www.ca.go.ke/sites/default/files/2024-03/Audience%20Measurement%20and%20Industry%20Trends%20Report%20Q2%202023-2024.pdf*.

Conroy-Krutz, J., Amakoh. K., Amewunou, K. 2024, Africa's shifting media landscapes: digital media use grows, but so do demographic divides, Afro Barometer, vom 30.04.2024, eingesehen am 18.06.2025, verfügbar unter: *https://www.afrobarometer.org/publication/ad800-africas-shifting-media-landscapes-digital-media-use-grows-but-so-do-demographic-divides*.

CPJ 2022, Turkey blocks websites of Voice of America and Deutsche Welle, vom 01.07.2022, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://cpj.org/2022/07/turkey-blocks-websites-of-voice-of-america-and-deutsche-welle*.

CPJ 2024, 11th Pakistani journalist killed in 2024 amid growing wave of violence, vom 13.12.2024, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://cpj.org/2024/12/11th-pakistani-journalist-killed-in-2024-amid-growing-wave-of-violence*.

CPJ 2025a, In record year, China, Israel, and Myanmar are world's leading jailers of journalists, vom 16.01.2025, eingesehen am 24. April 2025, verfügbar unter: *https://cpj.org/special-reports/in-record-year-china-israel-and-myanmar-are-worlds-leading-jailers-of-journalists*.

CPJ 2025b, Data on missing and imprisoned journalists in Ukraine (2022–2025), eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://cpj.org/data/location/?cc_fips=UP&start_year=2022&end_year=2025&report-builder-type=year&motiveConfirmed%5B%5D=Confirmed&status%5B%5D=Missing&status%5B%5D=Imprisoned*.

CPJ 2025c, Data on missing and imprisoned journalists in Azerbaijan (2023–2025), eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://cpj.org/data/location/?cc_fips=AJ&start_year=2023&end_year=2025&report-builder-type=year&motiveConfirmed%5B%5D=Confirmed&status%5B%5D=Missing&status%5B%5D=Imprisoned*.

CRSS 2024, Pakistan's violence-related fatalities mark a fecord 6-year high: 56% surge in violence recorded in 2023 – CRSS annual security report, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://crss.pk/pakistans-violence-related-fatalities-mark-a-record-6-year-high-56-surge-in-violence-recorded-in-2023-crss-annual-security-report*.

Datareportal 2022, Digital 2022: Pakistan, vom 16.02.2022, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2022-pakistan*.

Datareportal 2023a, Digital 2023: Brazil, vom 12.02.2023, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil*.

Datareportal 2023b, Digital 2023: Global Overview Report, vom 26.01.2023, eingesehen am 21.03.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report*.

Datareportal 2023c, Digital 2024: Tanzania, vom 14.01.2023, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2023-tanzania*.

Datareportal 2024a, Digital 2024: Kenya, vom 23.02.2024, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2024-kenya*.

Datareportal 2024b, Digital 2024: Nigeria, vom 23.02.2024, eingesehen am 03.04.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2024-nigeria*.

Datareportal 2024c, Digital 2024: Niger, vom 23.02.2024, eingesehen am 03.04.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2024-niger*.

Datareportal 2024d, Digital 2024: Ethiopia, vom 23.02.2024, eingesehen am 26.06.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2024-ethiopia*.

Datareportal 2024e, Digital 2024: Angola, vom 23.02.2024, eingesehen am 25.05.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2024-angola*.

Datareportal 2024f, Digital 2024: Pakistan, vom 23.02.2024, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2024-pakistan?rq=pakistan%202024*.

Datareportal 2025a, Digital 2025: Mozambique, vom 03.03.2025, eingesehen am 25.05.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2025-mozambique*.

Datareportal 2025b, Digital 2025: Iran, vom 03.03.2025, eingesehen am 12.05.2025, verfügbar unter: *https://datareportal.com/reports/digital-2025-iran*.

Der Spiegel 2022, Angola: Regierungspartei von Präsident João Lourenço gewinnt Parlamentswahl – wieder einmal, vom 29.08.2022, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.spiegel.de/ausland/angola-regierungspartei-von-praesident-joao-lourenco-gewinnt-parlamentswahl-wieder-einmal-a-f9e7f16a-12bc-44d5-833f-96734e9c5596*.

Der Spiegel 2024, Burkina Faso zensiert Radiosender nach Bericht über Massentötung, vom 26.04.2024, eingesehen am 19.06.2025, verfügbar unter: *https://www.spiegel.de/ausland/burkina-faso-human-rights-watch-wirft-armee-massentoetung-vor-radiosender-abgesetzt-a-1ac84a9d-c126-4cd7-aa24-d0252a3aa5b1*.

Deutsche Gesellschaft für Evaluation e.V. 2017, Standards für Evaluation, Erste Revision 2016, Mainz, verfügbar unter: *https://www.degeval.org/fileadmin/content/Z03_Publikationen/DeGEval-Standards/DeGEval-Standards_fuer_Evaluation.pdf*.

Deutschlandfunk 2022, Lula da Silva gewinnt Stichwahl ums Präsidentenamt, vom 31.10.2022, eingesehen am 29.07.2025, verfügbar unter: *https://www.deutschlandfunk.de/wahl-in-brasilien-2022-100.html*.

Deutschlandfunk 2024, Prorussischer Populist Georgescu in erster Runde der Präsidentschaftswahl überraschend vorne, vom 27.11.2024, eingesehen am 17.04.2025, verfügbar unter: *https://www.deutschlandfunk.de/prorussischer-populist-georgescu-in-erster-runde-der-praesidentschaftswahl-ueberraschend-vorne-100.html*.

Deutschlandfunk 2025, Israel greift Iran an, vom 13.06.2025, eingesehen am 23.06.2025, verfügbar unter: *www.deutschlandfunk.de/israel-iran-angriff-krieg-atomprogramm-100.html*.

Diplo.news 2025, Die EU verliert den Balkan, vom 20.01.2025, eingesehen am 22.04.2025, verfügbar unter: *https://www.diplo.news/articles/die-eu-verliert-den-balkan*.

Duolingo 2025a, About us - approach, eingesehen am 06.05.2025, verfügbar unter: *https://www.duolingo.com/approach*.

Duolingo 2025b, Company strategy overview, eingesehen am 06.05.2025, verfügbar unter: *https://duolingo.gcs-web.com/company-strategy-overview-0*.

DW 2021a, DW-Journalisten aus Afghanistan in Deutschland gelandet, vom 28.09.2021, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/dw-journalisten-aus-afghanistan-in-deutschland-gelandet/a-59338060*.

DW 2021b, DW-Korrespondent in Belarus festgenommen, vom 28.03.2021, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/dw-korrespondent-in-belarus-vor%C3%BCbergehend-festgenommen/a-57027543*.

DW 2021c, Evaluationsbericht 2021, eingesehen am 15.03.2025, verfügbar unter: *https://corporate.dw.com/de/evaluationsbericht-2021/a-59966776*.

DW 2022a, Russland stuft DW als "ausländischen Agenten" ein, vom 28.03.2022, eingesehen am 09.12.2024, verfügbar unter *https://www.dw.com/de/russland-stuft-dw-als-ausl%C3%A4ndischen-agenten-ein/a-61282343*.

DW 2022b, Türkei sperrt das Angebot der Deutschen Welle, 01.07.2022, eingesehen am 09.12.2024, verfügbar unter *https://www.dw.com/de/t%C3%BCrkei-sperrt-das-angebot-der-deutschen-welle/a-62325138*.

DW 2022c, Fake News: Pro-russische Stimmungsmache in Nahost, vom 26.08.2022, eingesehen am 09.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/fake-news-pro-russische-stimmungsmache-in-nahost/a-62917168*.

DW 2022d, Linksruck in Lateinamerika?, vom 22.06.2022, eingesehen am 28.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/lateinamerikas-neue-linke-auf-dem-vormarsch/a-62221434*.

DW 2022e, Taliban hits DW, BBC with broadcast bans in Afghanistan, vom 27.03.2022, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/en/taliban-hits-dw-bbc-with-broadcast-bans-in-afghanistan/a-61274630*.

DW 2022f, Türkische Rundfunkbehörde sperrt Deutsche Welle, vom 01.07.2022, eingesehen am 25. April 2025, verfügbar unter: *https://corporate.dw.com/de/t%C3%BCrkische-rundfunkbeh%C3%B6rde-sperrt-deutsche-welle/a-62323324*.

DW 2023a, DW-Kameramann durch russische Streumunition in Ukraine verletzt, vom 22.07.2023, eingesehen am 27.06.2025, verfügbar unter: *https://corporate.dw.com/de/dw-kameramann-durch-russische-streumunition-in-ukraine-verletzt/a-66319110*.

DW 2023b, DW-Mitarbeiter in der Türkei verurteilt, vom 06.05.2023, eingesehen am 27.06.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/dw-mitarbeiter-in-der-t%C3%BCrkei-verurteilt/a-65538638*.

DW 2023c, Polen: Tusk-Regierung baut umstrittene Justizreform zurück, vom 21.12.2023, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/polen-tusk-regierung-baut-umstrittene-justizreform-zur%C3%BCck/a-67789622*.

DW 2023d, Kampf um Medien in Polen: Opposition spricht von Putsch, vom 21.12.2023, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/kampf-um-medien-in-polen-opposition-spricht-von-putsch/a-67789647*.

DW 2024a, Offener Brief: Aufruf zum Zugang für Medien nach Gaza, vom 17.09.2024, eingesehen am 09.04.2025, verfügbar unter: *https://corporate.dw.com/de/offener-brief-aufruf-zum-zugang-f%C3%BCr-medien-nach-gaza/a-70229676*.

DW 2024b, Mozambik: Regierung sieht sich Protesten über Wahlergebnis gegenüber, vom 06.11.2024, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/en/mozambique-election-result-fresh-opposition-protests/a-70692769*.

DW 2024c, Wie Russland sich in Afrika militärisch neu aufstellt, vom 03.02.2024, eingesehen am 11.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/wie-russland-sich-in-afrika-milit%C3%A4risch-neu-aufstellt/a-68159348*.

DW 2024d, Bangladesh: communal tension grow amid Hindu protests, vom 29.11.2024, eingesehen am 16.05.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/en/bangladesh-communal-tensions-grow-amid-hindu-protests/a-70920418*.

DW 2024e, India: doctors protest after medic raped and murdered, vom 13.08.2024, eingesehen am 13.05.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/en/india-doctors-protest-after-medic-raped-and-murdered/a-69928932*.

DW 2024f, Nusantara – Will Indonesia's new capital city ever be finished?, vom 15.08.2024, eingesehen am 16.05.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/en/nusantara-will-indonesias-new-capital-city-ever-be-finished/a-69930944*.

DW 2024g, Deutsche Politiker besorgt über ‚Agentengesetz' in Georgien, vom 17.05.2024, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/deutsche-politiker-besorgt-%C3%BCber-agentengesetz-in-georgien/a-69096916*.

DW 2024h, Türkei – Kritiker wegen Desinformationsgesetz unter Druck, vom 11.12.2024, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/t%C3%BCrkei-kritiker-desinformation-zensur-meinungsfreiheit-menschenrechte/a-70985574*.

DW 2024i, Von der Leyen kündigt Freigabe von EU-Geldern für Polen an, vom 23.02.2024, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/von-der-leyen-k%C3%BCndigt-freigabe-von-eu-geldern-f%C3%BCr-polen-an/a-68354619*.

DW 2024j, Wahlkampf in Polen: Tusk will Asylrecht aussetzen, vom 14.10.2024, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/wahlkampf-in-polen-tusk-will-asylrecht-aussetzen/a-70487454*.

DW 2024k, China und Serbien festigen ihre freundschaftliche Beziehung, vom 08.05.2024, eingesehen am 22.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/china-und-serbien-festigen-ihre-freundschaftliche-beziehung/a-69027297*.

DW 2025a, Fears DR Congo conflict could widen, vom 02.01.2025, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/en/fears-dr-congo-conflict-could-widen/video-71484013*.

DW 2025b, Tansania: Demokratie in Gefahr nach Wahlausschluss von CHADEMA, vom 15.04.2025, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/en/tanzania-democracy-at-stake-after-chadema-election-ban/a-72253079*.

DW 2025c, Wie hart treffen die Kürzungen von Trump bei USAID Afrika?, vom 07.05.2025, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/wie-hart-treffen-die-k%C3%BCrzungen-von-trump-bei-usaid-afrika-donald-usa-us-amerika-hilfe-v2/a-72447527*.

DW 2025d, Kämpfe im Ostkongo: Flüchtlinge auf dem Weg nach Goma, vom 18.02.2024, eingesehen am 11.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/k%C3%A4mpfe-im-ostkongo-fl%C3%BCchtlinge-auf-dem-weg-nach-goma/a-68280809*.

DW 2025e, DW chief warns US Media cuts open 'vacuum' for China, Russia, vom 17.03.2025, eingesehen am 26.06.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/en/dw-chief-warns-us-media-cuts-open-vacuum-for-china-russia/a-71940041*.

DW 2025f, Wahl in Polen: Rechtskonservativer Nawrocki wird Präsident, vom 02.06.2025, eingesehen am 12.06.2025, verfügbar unter: *https://www.dw.com/de/stichwahl-wahlen-pr%C3%A4sident-polen-rechtskonservativer-karol-nawrocki-liberalen-rafal-trzaskowski-v2/a-72754520*.

DW 2025g, Orbán will Kritik an seinem Regime gesetzlich verbieten, vom 16.05.2025, eingesehen am 24.05.2025, verfürgbar unter: *https://www.dw.com/de/orban-will-kritik-an-seinem-regime-gesetzlich-verbieten/a-72564615*.

DWA 2021, Pandemie beeinträchtigt Medienfreiheit, vom 12.08.2021, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://akademie.dw.com/de/studie-pandemie-beeintr%C3%A4chtigt-medienfreiheit/a-58838402*.

DWA 2023, DW Akademie Report 2023/24, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://static.dw.com/downloads/68033951/dwa-akquisekarten-eu-projekte-20231130.pdf*.

DWA 2025a, Entspricht die internationale Medienentwicklung den OECD-Stadards?, vom 22.04.2025, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://akademie.dw.com/de/neue-studie-entspricht-die-internationale-medienentwicklung-den-oecd-standards/a-72305875*.

DWA 2025b, Media Viability Manifesto, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://mediaviabilitymanifesto.org*.

DWA 2025c, The State of Media Development vis-à-vis the OECD Principles, vom 11.04.2025, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://akademie.dw.com/en/the-state-of-media-development-vis-%C3%A0-vis-the-oecd-principles/a-71897327*.

DWA 2025d, Impact – DW Akademie, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://akademie.dw.com/en/impact/s-64592883*.

DWDL 2024, Deutsche Welle fliegt aus venezolanischem Kabelnetz, vom 05.03.2024, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://www.dwdl.de/nachrichten/97093/deutsche_welle_fliegt_aus_venezolanischem_kabelnetz*.

Eberhard, D.M., Simons, G.F. & Fennig, C.D. 2025, Ethnologue: Languages of the World, 28. Auflage, SIL International, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.ethnologue.com/insights/most-spoken-language*.

Elswah, M. & Howard, P.N. 2020, "Anything that causes chaos": the organizational behavior of Russia Today (RT), Journal of Communication, 70 (5), *https://doi.org/10.1093/joc/jqaa027*.

Euractiv 2023, Polen: Änderung an umstrittenem Gesetz räumt Bedenken der EU nicht aus, vom 04.08.2023, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.euractiv.de/section/innenpolitik/news/polen-aenderung-an-umstrittenem-gesetz-raeumt-bedenken-der-eu-nicht-aus*.

Euronews o.D., Contact us, eingesehen am 23.04.2025, verfügbar unter: *https://de.euronews.com/contact*.

Euronews 2023a, Euronews 2023 Transparency Report, eingesehen am 17.02.2025, verfügbar unter: *https://static.euronews.com/website/pdf/euronews-transparency-report-2023.pdf*.

Euronews 2023b, Nach Amtseinsetzung: Brasiliens Lula da Silva steht vor großen Herausforderungen, vom 02.01.2023, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://de.euronews.com/2023/01/02/nach-amtseinsetzung-brasiliens-lula-da-silva-steht-vor-grossen-herausforderungen*.

Euronews 2025, Welche europäischen Länder sind häufig Opfer russischer Desinformation?, vom 18.04.2025, eingesehen am 23.04.2025, verfügbar unter: *https://de.euronews.com/my-europe/2025/04/18/welche-europaischen-lander-sind-haufig-opfer-russischer-desinformation*.

Europäische Investitionsbank 2023, Large majority of Latin Americans demand stricter climate politics, EIB survey reveals, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.eib.org/de/surveys/climate-survey/6th-climate-survey/latam*.

Europäische Kommission 2024a, Results of the 2024 call for pan-European audiovisual reporting, vom 07.10.2024, eingesehen am 28.03.2025, verfügbar unter: *https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/results-2024-call-pan-european-audiovisual-reporting*.

Europäische Kommission 2024b, Statement by President von der Leyen on the Global Digital Compact, vom 18.07.2024, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT_24_3871*.

Europäische Kommission 2024c, EU-Kommission leitet förmliches Verfahren gegen TikTok wegen Risiken bei Wahlen ein, vom 17.12.2024, eingesehen am 17.04.2025, verfügbar unter: *https://germany.representation.ec.europa.eu/news/eu-kommission-leitet-formliches-verfahren-gegen-tiktok-wegen-risiken-bei-wahlen-ein-2024-12-17_de*.

EU 2022, Verordnung (EU) 2022/350 des Rates vom 1. März 2022 über restriktive Maßnahmen angesichts der Handlungen Russlands, die die Lage in der Ukraine destabilisieren, Official Journal of the European Union, 2022 (65), eingesehen am 28.03.2025, verfügbar unter: *https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2022:065:FULL&from=EN*.

Europäischer Rat 2022, Schlussfolgerungen des Europäischen Rates, 23./24. Juni 2022, vom 24.06.2022, eingesehen am 13.06.2025, verfügbar unter: *https://www.consilium.europa.eu/de/press/press-releases/2022/06/24/european-council-conclusions-23-24-june-2022*.

EWSA 2024, Serbia: draft law on foreign agents risks democratic and EU integration goals, vom 03.12.2024, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://www.eesc.europa.eu/en/news-media/presentations/serbia-draft-law-foreign-agents-risks-democratic-and-eu-integration-goals*.

FAZ 2022a, Letzte Chance für Euronews, vom 10.06.2022, eingesehen am 17.02.2025, verfügbar unter: *https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/euronews-investor-alpac-aus-portugal-uebernimmt-den-sender-18091959.html*.

FAZ 2022b, Die neue rote Welle, vom 07.08.2022, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/wie-links-sind-die-linken-regierungen-lateinamerikas-18222499.html*.

FAZ 2024a, BBC will 500 Stellen streichen, vom 23.07.2024, eingesehen am 17.02.2025, verfügbar unter: *https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/bbc-will-in-naechsten-zwei-jahren-500-stellen-streichen-19874994.html*.

FAZ 2024b, Russland stört YouTube, vom 02.08.2024, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/russland-setzt-youtube-unter-druck-19896337.html*.

FAZ 2025, Der Mythos von der russischen Einmischung, vom 08.01.2025, eingesehen am 12.08.2025, verfügbar unter: *https://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/praesidentenwahl-in-rumaenien-der-mythos-von-der-russischen-einmischung-110216282.html*

Fengler, S., Eberwein, T., Karmasin, M., Barthel, S. & Speck, D. 2022, Media accountability: A global perspective, in S. Fengler, T. Eberwein & M. Karmasin (Hrsg.), The global handbook of media accountability, Routledge, London, *https://doi.org/10.4324/9780429326943*.

FMM 2022, Le français facile avec RFI : un nouveau site d'apprentissage du français avec l'actualité internationale, vom 16.11.2022, eingesehen am 24.03.2025, verfügbar unter: *https://www.pressefmm.com/%E2%80%AFle-francais-facile-avec-rfi%E2%80%AF-un-nouveau-site-dapprentissage-du-francais-avec-lactualite-internationale*.

FMM 2023, France Médias Monde inaugure son centre regional "Europe centrale et orientale" à Bucarest, vom 23.11.2023, eingesehen am 23.04.2025, verfügbar unter: *https://www.francemediasmonde.com/fr/actualites/france-medias-monde-inaugure-son-centre-regional-europe-centrale-et-orientale-a-bucarest*.

FMM 2024, Projet annuel de performances, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.budget.gouv.fr/documentation/file-download/21879*.

FMM 2025a, Projet annuel de performances, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.budget.gouv.fr/documentation/file-download/28154*.

FMM 2025b, France Médias Monde launches a regional hub in Lebanon, vom 27.02.2025, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.france24.com/en/france-24/20250226-france-m%C3%A9dias-monde-launches-regional-hub-beirut-lebanon-arabic-language-near-east-middle-east*.

Frąckiewicz, M. 2025, Internet access in Afghanistan – A comprehensive overview, TS2 SPACE, vom 24.02.2025, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://ts2.tech/en/internet-access-in-afghanistan-a-comprehensive-overview*.

France 24 2025, Trump freezes VOA, Radio Free Asia, Radio Free Europe, vom 15.03.2025, eingesehen am 24.06.2025, verfügbar unter: *https://www.france24.com/en/live-news/20250315-trump-freezes-voa-radio-free-asia-radio-free-europe*.

Freedom House 2022a, Freedom in the World 2022: Afghanistan, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/afghanistan/freedom-world/2022*.

Freedom House 2022b, Beijing's global media influence 2022 – Indonesia, eingesehen am 19.05.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/indonesia/beijings-global-media-influence/2022*.

Freedom House 2024a, The struggle for trust online, eingesehen am 09.12.2024, verfügbar unter *https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2024/struggle-trust-online*.

Freedom House 2024b, Freiheit in Brasilien 2023 - Übersicht, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/brazil/freedom-world/2024*.

Freedom House 2024c, Bericht über die Freiheit in der Welt – Länder und Territorien, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/countries/freedom-world/scores*.

Freedom House 2024d, Freedom on the Net 2024: Kenya, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/kenya/freedom-net/2024*.

Freedom House 2024e, Freedom in the World 2024: Nigeria, eingesehen am 03.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/nigeria/freedom-world/2024*.

Freedom House 2024f, Freedom in the World 2024: Niger, eingesehen am 03.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/niger/freedom-world/2024*.

Freedom House 2024g, Freedom in the World 2024, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/sites/default/files/2024-02/FIW_2024_DigitalBooklet.pdf*.

Freedom House 2024h, Freedom on the Net 2024: Angola, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/angola/freedom-net/2024*.

Freedom House 2024i, Freedom in the World 2024: Afghanistan, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/afghanistan/freedom-world/2024*.

Freedom House 2024j, Freedom in the World 2024: Indonesia, eingesehen am 16.05.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/indonesia/freedom-world/2024*.

Freedom House 2024k, Freedom in the World 2024: Turkey, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/turkey/freedom-world/2024*.

Freedom House 2024l, Freedom in the World 2024: Serbia, eingesehen am 22.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2024*.

Freedom House 2025a, Uphill battle to safeguard rights, eingesehen am 09.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2025/uphill-battle-to-safeguard-rights*.

Freedom House 2025b, Freedom in the World 2025: countries and territories, eingesehen am 03.07.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/scores*.

Freedom House 2025c, Freedom in the World 2025: Somalia, eingesehen am 03.07.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/somalia*.

Freedom House 2025d, Freedom in the World 2025: Ethiopia, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/ethiopia/freedom-world/2025*.

Freedom House 2025e, Freedom in the World 2025: China, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/china/freedom-world/2025*.

Freedom House 2025f, Freedom in the World 2025: Bangladesh, eingesehen am 13.05.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/bangladesh/freedom-world/2025*.

Freedom House 2025g, Freedom in the World 2025: Serbia, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2025*.

Fruscione, G., Ambrosetti, E. 2025, Fact vs. fiction: understanding Russia's influence in the Western Balkans, ISPI Policy Paper, vom 23.05.2025, eingesehen am 21.06.2025. Verfügbar unter: *https://www.ispionline.it/en/publication/fact-vs-fiction-understanding-russias-influence-in-the-western-balkans-209430*.

Gamaan Institute 2022, The Iranians' attitudes toward domestic and foreign media, eingesehen am 22.06.2025, verfügbar unter *https://gamaan.org/2023/09/08/iranians-attitudes-toward-media-2023*.

GFMD 2025, Who will tell the story if no one is left in the newsrooms?, vom 25.02.2025, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://gfmd.info/briefings/who-will-tell-the-story-if-no-one-is-left-in-the-newsrooms*.

Global Media Kit 2024, Advertising in Angola: exploring key media channels and opportunities, vom 31.05.2024, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://globalmediakit.com/adbuzz/adbuzz-detail/37e6958b-260a-4ff0-a7b6-814b29f77ad1*.

Goethe-Institut 2025, Kostenlos Deutsch üben, eingesehen am 22.04.2025, verfügbar unter: *https://www.goethe.de/de/spr/ueb.html*.

González, D.R., 2024, Der Stand des Podcastings in Lateinamerika, Podnews, vom 15.02.2024, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://podnews.net/article/podcasting-in-latin-america*.

Great Firewall Report 2024, How the great firewall of china detects and blocks fully encrypted traffic, vom 12.01.2024, eingesehen am 26.06.2025, verfügbar unter: *https://gfw.report/publications/usenixsecurity23/en*.

GSMA 2023, Connectivity gaps in Latin America, eingesehen am 30.04.2025, verfügbar unter: *https://www.gsma.com/about-us/regions/latin-america/wp-content/uploads/2023/03/FINAL-Brechas-de-conectividad-en-America-Latina_-LONG-report-ENGLISH-DIGITAL-30-03-2023.pdf*.

Haylemariam, D. A. 2024, IWF-Proteste in Ostafrika: Lehren für Äthiopiens Wirtschaftsreformen, Megatrends Afrika, vom 24.09.2024, eingesehen am 10.04.2025, verfügbar unter: *https://www.megatrends-afrika.de/publikation/mta-spotlight-39-iwf-proteste-lehren-fuer-aethiopien*.

Hickey, D., Fessler, D.M.T., Lerman, K. & Burghardt, K. 2025, X under Musk's leadership: Substantial hate and no reduction in inauthentic activity, PLOS One, 20 (2), *https://doi.org/10.1371/journal.pone.0313293*.

HRW 2023a, The perils of journalism in Cameroon: high level arrests as another journalist murdered, vom 10.02.2023, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/news/2023/02/10/perils-journalism-cameroon*.

HRW 2023b, Rwanda: ensure independent investigation into John Williams Ntwali's death, vom 31.01.2023, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/news/2023/01/31/rwanda-ensure-independent-investigation-john-williams-ntwalis-death*.

HRW 2023c, Questions and answers: Turkey's control of the internet and the upcoming election, vom 10.05.2023, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/news/2023/05/10/questions-and-answers-turkeys-control-internet-and-upcoming-election*.

HRW 2024a, World Report 2024, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/world-report/2024*.

HRW 2024b, Unchecked injustice: Kenya's suppression of the 2023 Anti-government protests, vom 25.11.2024, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/report/2024/11/25/unchecked-injustice/kenyas-suppression-2023-anti-government-protests*.

HRW 2024c, New mass media law threatens freedom of speech, information in Kazakhstan, vom 22.06.2024, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/news/2024/06/22/new-mass-media-law-threatens-freedom-speech-information-kazakhstan*.

HRW 2025a, Ukraine: escalating Russian attacks on civilians, vom 22.05.2025, eingesehen am 25.06.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/news/2025/05/22/ukraine-escalating-russian-attacks-civilians*.

HRW 2025b, Mozambique: events of 2024, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/world-report/2025/country-chapters/mozambique*.

HRW 2025c, China: events of 2024, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/world-report/2025/country-chapters/china*.

HRW 2025d, India: events of 2024, eingesehen am 15.05.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/world-report/2025/country-chapters/india*.

HRW 2025e, World Report 2025 – Indonesia, eingesehen am 16.05.2025, verfügbar unter: *https://www.hrw.org/world-report/2025/country-chapters/indonesia*.

Hulwanullah, H. 2025, Press freedom and democracy in Indonesia: Is the constitution still on their side?, Modern Diplomacy, vom 26.03.2025, eingesehen am 16.05.2025, verfügbar unter: *https://moderndiplomacy.eu/2025/03/26/press-freedom-and-democracy-in-indonesia-is-the-constitution-still-on-their-side*.

ICC & ESOMAR 2016, International code on market, opinion and social research and data analytics, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://esomar.org/uploads/attachments/cmcd459np32exqr3vuwwwap9y-icc-esomar-international-code-on-market-opinion-and-social-research-and-data-analytics.pdf*.

IFJ 2025, Russia: US shutdown of RFE/RL broadcasting in Russian language further undermines the public's right to know, vom 10.04.2025, eingesehen am 08.07.2025, verfügbar unter: *https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/press-releases/article/russia-us-shutdown-of-rfe-rl-broadcasting-in-russian-language-further-undermines-the-publics-right-to-know*.

International Crisis Group 2024a, High stakes for the South Sudan talks in Kenya, vom 11.09.2024, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.crisisgroup.org/africa/horn-africa/south-sudan-kenya/high-stakes-south-sudan-talks-kenya*.

International Crisis Group 2024b, What future for military intervention in Mozambique?, vom 08.05.2024, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.crisisgroup.org/africa/east-and-southern-africa/mozambique/what-future-military-intervention-mozambique*.

Internationale Politik 2024, Desinformation: Moskaus hybrider Krieg gegen Moldau, Internationale Politik – Magazin für globales Denken, vom 26.06.2024, eingesehen am 17.04.2025, verfügbar unter: *https://internationalepolitik.de/de/desinformation-moskaus-hybrider-krieg-gegen-moldau*.

IPU Parline 2024, Romania: parliamentary elections, eingesehen am 17.04.2025, verfügbar unter: *https://data.ipu.org/parliament/RO/RO-LC01/election/RO-LC01-E20241201*.

KIIS 2023, Динаміка довіри соціальним інституціям у 2021-2023 роках (Dynamik des Vertrauens in soziale Institutionen in den Jahren 2021–2023), eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1335&page=1*.

Kurlantzick, J. 2024, Bangladesh's sham election and the regression of democracy in South and Southeast Asia, Council on Foreign Relations, vom 10.01.2024, eingesehen am 13.05.2025, verfügbar unter: *https://www.cfr.org/blog/bangladeshs-sham-election-and-regression-democracy-south-and-southeast-asia*.

Lechner, J. und Eledinov, S. 2024, Is Africa Corps a rebranded Wagner Group?, Foreign Policy Magazine, vom 07.02.2024, eingesehen am 18.06.2025, verfügbar unter: *https://foreignpolicy.com/2024/02/07/africa-corps-wagner-group-russia-africa-burkina-faso*.

Le Monde 2022, Turkey blocks Deutsche Welle and Voice of America, vom 01.07.2022, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://www.lemonde.fr/en/international/article/2022/07/01/turkey-blocks-deutsche-welle-and-voice-of-america_5988649_4.html*.

Levada Center 2024, The role of television and the internet as the main sources of news and the top most popular Russian journalists, vom 07.06.2024, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.levada.ru/en/2024/06/07/the-role-of-television-and-the-internet-as-the-main-sources-of-news-and-the-top-most-popular-russian-journalists*.

lpb-BW o.D. Serbien: EU-Beitritt, eingesehen am 22.04.2025, verfügbar unter: *https://osteuropa.lpb-bw.de/serbien-eu-beitritt*.

McLaughlin, J. & Jordan, G. 2015, Using logic models, in K. Newcomer, H. Hatry & J. Wholey (Hrsg.), Handbook of Practical Program Evaluation, Jossey-Bass, San Francisco, *https://doi.org/10.1002/9781119171386.ch3*.

Media Diversity Institute 2024, Freedoms under fire: Pakistan's shrinking media space and recent internet censorship, vom 16.12.2024, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://www.media-diversity.org/freedoms-under-fire-pakistans-shrinking-media-space-and-recent-internet-censorship*.

Media Ownership Monitor Tanzania 2022, Tanzania Broadcasting Corporation (TBC), eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://tanzania.mom-gmr.org/en/owners/companies/detail/company//tanzanian-broadcasting-corporation-2*.

Modern Ghana 2024, Kenyan TV station threatened with shutdown over Anti-finance bill protest coverage, vom 25.06.2024, eingesehen am 25.05.2025, verfügbar unter: *https://www.modernghana.com/news/1322413/kenyan-tv-station-threatened-with-shutdown-over.html*.

Mpako, A. & Ndoma, S. 2024, Mozambicans endorse media's watchdog role but wary of media freedom, Afrobarometer, eingesehen am 25.05.2025, verfügbar unter: *https://www.afrobarometer.org/wp-content/uploads/2024/06/AD812-Mozambicans-endorse-medias-watchdog-role-but-wary-of-media-freedom-Afrobarometer-14june24.pdf*.

Mpako, A. & Ndoma, S. 2025, Mozambicans welcome foreign influence, though China and U.S. lose ground, Afrobarometer, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.afrobarometer.org/wp-content/uploads/2025/02/AD949-Mozambicans-welcome-foreign-influence-though-China-and-U.S.-lose-ground-Afrobarometer-14feb25.pdf*.

Mwangi, N. 2025, Sudan suspends imports from Kenya as relations deteriorate over RSF support, peoples dispatch, vom 15.03.2025, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://peoplesdispatch.org/2025/03/18/sudan-suspends-imports-from-kenya-as-relations-deteriorate-over-rsf-support*.

National Portal of India 2025, Census Report, eingesehen am 31.07.2025, verfügbar unter: *https://www.india.gov.in/my-government/documents/census-report*.

Netzwelt 2023, Facebook: News-Bereich wird eingestellt, vom 07.09.2023, eingesehen am 11.07.2025, verfügbar unter: *https://www.netzwelt.de/news/221960-facebook-news-bereich-eingestellt.html*.

NHK 2024, NHK Corporate Profile 2024-2025, eingesehen am 19.05.2025, verfügbar unter: *https://www.nhk.or.jp/corporateinfo/about/assets/pdf/profile_2024-2025.pdf*.

NHK 2025, Learn Japanese, eingesehen am 31.03.2025, verfügbar unter: *https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/learnjapanese*.

NPR 2025a, 'Bloody Saturday' at Voice of America and other U.S.-funded networks, vom 15.03.2025, eingesehen am 01.07.2025, verfügbar unter: *https://www.npr.org/2025/03/15/nx-s1-5329244/bloody-saturday-voiceofamerica-radio-free-asia-europe-trump-kari-lake*.

NPR 2025b, Trump tried to shutter Radio Free Europe, the EU threw it a lifeline, vom 22.05.2025, eingesehen am 24.06.2025, verfübar unter: *https://www.npr.org/2025/05/21/g-s1-68363/trump-tried-to-shutter-radio-free-europe-the-eu-threw-it-a-lifeline*.

OECD 2024, Development co-operation principles for relevant and effective support to media and the information environment, vom 03.05.2024, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://www.oecd.org/en/publications/development-co-operation-principles-for-relevant-and-effective-support-to-media-and-the-information-environment_76d82856-en.html*.

OECD 2005, Paris declaration on aid effectiveness, vom 02.03.2005, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://www.oecd.org/en/publications/paris-declaration-on-aid-effectiveness_9789264098084-en.html*.

Office of the Registrar General & Census Commissioner, India 2025, Offizielle Webseite der indischen Volkszählung: language data, eingesehen am 24. April 2025, verfügbar unter: *https://language.census.gov.in*.

OIG 2023, Review of the U.S. Agency for Global Media response to Russia's 2022 full-scale invasion of Ukraine, eingesehen am 24.06.2025, verfügbar unter: *https://www.stateoig.gov/uploads/report/report_pdf_file/isp-ib-23-14.pdf*.

OONI 2023, How Internet censorship changed in Russia during the 1st year of military conflict in Ukraine, vom 24.02.2023, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://ooni.org/post/2023-russia-a-year-after-the-conflict*.

OONI 2024, Censorship Chronicles: The systematic suppression of independent media in Russia, vom 09.12.2024, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://ooni.org/post/2024-russia-report*.

OSCE 2022, Stellungnahme zum Krieg in der Ukraine. Bericht des Ersten Ausschusses zur Jahrestagung 2022, eingesehen am 25. April 2025, verfügbar unter: *https://www.oscepa.org/en/documents/general-committees/political-affairs-and-security/4428-first-committee-report-for-the-2022-annual-session-ger/file*.

OSCE 2024, Decision not to invite OSCE observers to parliamentary elections contrary to Belarus' international commitments, vom 08.01.2024, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.osce.org/odihr/elections/561463*.

OSCE 2025, Poland, presidential election, second round, 1 June 2025: statement of preliminary findings and conclusions, vom 30.05.2025, eingesehen am 05.06.2025, verfügbar unter: *https://www.osce.org/odihr/elections/poland/591761*.

Politico 2022, EU officially boots Russia's RT, Sputnik outlets, vom 02.03.2022, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.politico.eu/article/russia-rt-sputnik-illegal-europe*.

Politico 2024a, RT running covert military supply operation for Russian forces, State Dept. says, Politico, vom 13.09.2024, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.politico.com/news/2024/09/13/rt-military-supply-russia-00179107*.

Politico 2024b, Romania court cancels presidential election runoff amid TikTok, Russian influence scandal, vom 06.12.2024, eingesehen am 17.04.2025, verfügbar unter: *https://www.politico.eu/article/romania-court-cancels-presidential-election-runoff-tiktok-russian-influence-calin-georgescu*.

Politico 2024c, Romania's presidential frontrunner benefited from Russia-style booster campaign, declassified docs say, vom 05.12.2024, eingesehen am 17.04.2025, verfügbar unter: *https://www.politico.eu/article/romanias-presidential-frontrunner-benefited-from-russia-style-booster-campaign-declassified-docs-say*.

Politico 2025a, Radio Free Asia set to furlough most US-based staff due to government funding freeze, vom 14.03.2025, eingesehen am 25.06.2025, verfügbar unter: *https://www.politico.com/news/2025/03/14/radio-free-asia-funding-freeze-layoffs-00231780*.

Politico 2025b, Pro-EU moderate Nicușor Dan wins Romanian presidential election stunner, vom 18.05.2025, eingesehen am 05.06.2025, verfügbar unter: *https://www.politico.eu/article/romanian-presidential-election-results-nicusor-dan-george-simion*.

Public Media Alliance 2024, DG8 2024: journalist safety, censorship and 3rd-party platforms, vom 27.11.2024, eingesehen am 09.12.2024, verfügbar unter *https://www.publicmediaalliance.org/dg8-summit-2024-journalist-safety-censorship-public-media*.

Republik Belarus 2023, Александр Лукашенко подписал Закон “Об изменении Закона Республики Беларусь “О средствах массовой информации” (Alexander Lukaschenko unterzeichnete das Gesetz „Zur Änderung des Gesetzes der Republik Belarus – Über Massenmedien“), vom 01.07.2023, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://president.gov.by/ru/events/aleksandr-lukashenko-podpisal-zakon-ob-izmenenii-zakona-respubliki-belarus-o-sredstvah-massovoy-informacii*.

Reuters 2020, Greek-Turkish tensions rise in crisis over eastern mediterranean, vom 13.10.2020, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/article/world/greek-turkish-tensions-rise-in-crisis-over-eastern-mediterranean-idUSKBN26X15B*.

Reuters 2021, BBC World News barred in mainland China, radio dropped by HK public broadcaster, vom 11.02.2021, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/china/bbc-world-news-barred-mainland-china-radio-dropped-by-hk-public-broadcaster-2021-02-12/#:~:text=Feb%2012%20(Reuters)%20%2D%20China,Chinese%20state%20television's%20broadcast%20licence*.

Reuters 2022, Pakistan’s parliament set to elect new prime minister, vom 12.04.2022, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/asia-pacific/pakistans-parliament-set-elect-new-prime-minister-2022-04-11*.

Reuters 2023a, Burkina Faso suspends France 24 broadcasts in the country after al Qaeda interview, vom 27.03.2023, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/article/world/burkina-faso-suspends-france-24-broadcasts-in-the-country-after-al-qaeda-intervi-idUSKBN2VT0FP*.

Reuters 2023b, Egypt says talks over Grand Ethiopian Renaissance Dam have failed, vom 20.12.2023, eingesehen am 12.05.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/africa/egypt-says-talks-over-grand-ethiopian-renaissance-dam-have-failed-statement-2023-12-19*.

Reuters 2023c, Supporters of Pakistan ex-PM Khan plan march on capital to protest arrest, vom 10.05.2023, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/asia-pacific/supporters-pakistan-ex-pm-khan-plan-march-capital-protest-arrest-2023-05-10*.

Reuters 2024a, Trump picks hardline Republican Kari Lake to lead Voice of America, vom 12.12.2024, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/us/trump-picks-hardline-republican-kari-lake-lead-voice-america-2024-12-12*.

Reuters 2024b, Sheinbaum wird als erste Präsidentin in der Geschichte Mexikos vereidigt, vom 03.10.2024, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/americas/sheinbaum-be-sworn-first-woman-president-mexican-history-2024-10-01*.

Reuters 2024c, Somalia rejects port deal between Ethiopia and Somaliland, vom 12.01.2024, eingesehen am 12.05.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/africa/somalias-cabinet-calls-emergency-meet-ethiopia-somaliland-port-deal-2024-01-02*.

Reuters 2024d, Moderate Pezeshkian wins Iran presidential election, vom 06.07.2024, eingesehen am 11.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/middle-east/moderate-pezeshkian-wins-iran-presidential-election-urges-people-stick-with-him-2024-07-06*.

Reuters 2024e, Ukraine steps up wartime anti-graft push with payouts for whistleblowers, vom 31.10.2024, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/europe/ukraine-steps-up-wartime-anti-graft-push-with-payouts-whistleblowers-2024-10-31*.

Reuters 2025a, Russia vows military backing for Sahel juntas' joint force, vom 04.04.2025, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/africa/russia-vows-military-backing-sahel-juntas-joint-force-2025-04-04*.

Reuters 2025b, Israeli strikes push Iran's leadership into a corner, vom 14.06.2025, eingesehen am 20.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/middle-east/israeli-strikes-back-irans-leadership-into-corner-2025-06-13*.

Reuters 2025c, Turkish households see inflation at 59.3% in 12 months, cenbank says, vom 25.04.2025, eingesehen am 15.01.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/world/middle-east/turkish-households-see-inflation-593-12-months-cenbank-says-2025-04-25/#:~:text=ANKARA%2C%20April%2025%20(Reuters),from%20market%20turmoil%20last%20month*.

Reuters 2025d, Duolingo raises 2025 forecast as AI-powered subscription garners wider appeal, vom 01.05.2025, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/business/duolingo-raises-2025-forecast-ai-powered-subscription-garners-wider-appeal-2025-05-01*.

Reuters 2025e, Duolingo Inc financial data, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://www.reuters.com/markets/companies/DUOL.O*.

Reuters Institute for the Study of Journalism 2024a, Digital News Report 2024, verfügbar unter: *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf*.

Reuters Institute for the Study of Journalism 2024b, Digital News Report 2024: Nigeria, verfügbar unter: *https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/nigeria*.

RFA 2025, RFA radio transmissions to China, Tibet halted, vom 04.04.2025, eingesehen am 11.06.2025, verfügbar unter: *https://www.rfa.org/english/asia/2025/04/04/china-tibet-shortwave-radio-free-asia*.

RFI 2025, Notre mission: la promotion de l'apprentissage et l'enseignement du français, eingesehen am 24.03.2025, verfügbar unter: *https://francaisfacile.rfi.fr/fr/qui-sommes-nous*.

RFE/RL o.D. a, About RFE/RL, eingesehen am 24.03.2025, verfügbar unter: *https://about.rferl.org/about-rfe-rl/?utm*.

RFE/RL o.D. b, Afghan Service, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://about.rferl.org/service/afghan-service*.

RFE/RL 2021, New Euronews owner, Alpac Capital, linked to hungarian PM's adviser, vom 21.12.2021, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.rferl.org/a/hungary-euronews-orban-david/31619957.html*.

RFE/RL 2023, Moscow court declares RFE/RL bankrupt for refusal to pay 'Foreign Agent' fines, vom 13.03.2023, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.rferl.org/a/russia-rferl-foreign-agent-fines-bankruptcy/32315459.html*.

RFE/RL 2024, Romanian service – Europa Liberă România, eingesehen am 17.04.2025, verfügbar unter: *https://about.rferl.org/service/romanian-service*.

RFE/RL 2025, USAGM terminates some satellite broadcasts by Radio Free Europe's Russian-language current time, vom 04.04.2025, eingesehen am 24.06.2025, verfügbar unter: *https://www.rferl.org/a/usagm-satellite-broadcasts-radio-free-europe-russian-language-current-time/33373678.html*.

RoG o.D. Svoboda satellite, eingesehen am 08.07.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/svoboda-satellite*.

RoG 2023, Ukraine's year-old media law brings progress, but adjustments are needed, vom 28.12.2023, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/ukraine-s-year-old-media-law-brings-progress-adjustments-are-needed*.

RoG 2024a, From Russia to Serbia: how RT spreads the Kremlin's propaganda in the Balkans despite EU sanctions, vom 30.09.2024, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/russia-serbia-how-rt-spreads-kremlin-s-propaganda-balkans-despite-eu-sanctions*.

RoG 2024b, Brasilien, eingesehen am 28.04.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/brasilien*.

RoG 2024c, Journalismus unter politischem Druck, vom 03.05.2024, eingesehen am 21.03.2025, verfügbar unter: *https://www.rog.at/pm/weltrangliste-der-pressefreiheit-2024*.

RoG 2025a, Rangliste der Pressefreiheit 2025, eingesehen am 18.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2025/RSF_Rangliste_der_Pressefreiheit_2025.pdf*.

RoG 2025b, Massive Gewalt und Festnahmen, Pressemitteilung vom 24.03.2025, vom 24.03.2025, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/pressemitteilungen/meldung/massive-gewalt-und-festnahmen*.

RoG 2025c, FAQ zur Situation der Medien im Gazastreifen, vom 01.03.2025, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/pressemitteilungen/meldung/faq-zur-situation-der-medien-im-gazastreifen*.

RoG 2025d, Mexiko, eingesehen am 24. 06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/mexiko*.

RoG 2025e, Kenia, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/kenia*.

RoG 2025f, Tansania, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/tansania*.

RoG 2025g, Niger, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/niger*.

RoG 2025h, Ethiopia, eingesehen am 10.04.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/ethiopia*.

RoG 2025i, Mozambique, eingesehen am 20.06.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/mozambique*.

RoG 2025j, China, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/china*.

RoG 2025k, Iran, eingesehen am 22.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/iran*.

RoG 2025l, Afghanistan, eingesehen am 20.06.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/afghanistan*.

RoG 2025m, Indien, eingesehen am 05.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/indien*.

RoG 2025n, India, eingesehen am 15.05.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/india*.

RoG 2025o, Pakistan, eingesehen am 08.06.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/pakistan*.

RoG 2025p, Bangladesh, eingesehen am 13.05.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/bangladesh*.

RoG 2025q, Indonesia, eingesehen am 07.06.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/indonesia*.

RoG 2025r, Belarus, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/belarus*.

RoG 2025s, Ukraine, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/ukraine*.

RoG 2025t, Türkiye, eingesehen am 23.06.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country-t%C3%BCrkiye*.

RoG 2025u, Neues Gesetz droht freie Medien zu ersticken, vom 18.05.2025, eingehsehen am 12.06.2025, verfügbar unter: *https://www.reporter-ohne-grenzen.de/pressemitteilungen/meldung/neues-gesetz-droht-freie-medien-zu-ersticken*.

RoG 2025v, Serbia, eingesehen am 12.06.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/serbia*.

RoG 2025w, Polen, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/poland*.

RoG 2024x, Moldova, eingesehen am 17.04.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/moldova*.

RoG 2025y, Bulgaria, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/bulgaria*.

RoG 2025z, Hungary, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/hungary*.

RoG 2025aa, Albania, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/albania*.

RoG 2024ab, North Macedonia, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://rsf.org/en/country/north-macedonia*.

Russia Today 2025, About RT, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.rt.com/about-us*.

Sadowska, M. 2025, Doulingo social media strategy: how effective is it?, Brand24, vom 28.03.2025, eingesehen am 05.05.2025, verfügbar unter: *https://brand24.com/blog/duolingo-social-media-strategy*.

Schatz, H. & Schulz, W. 1992, Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem, Media Perspektiven 11 (92), eingesehen am 10.07.2025, verfügbar unter: *https://www.researchgate.net/publication/231383152_Qualitat_von_Fernsehprogrammen_Kriterien_und_Methoden_zur_Beurteilung_von_Programmqualitat_im_dualen_Fernsehen*.

Sciences Po 2024, Hungary: a key country in the populist reshaping of the old continent, vom 01.07.2024, eingesehen am 23.04.2025, verfügbar unter: *https://www.sciencespo.fr/en/news/hungary-a-key-country-in-the-populist-reshaping-of-the-old-continent*.

Shabanova, Y. 2022, How the Ukrainian media landscape has changed after February 24?, Betterplace Lab, vom 22.11.2022, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.betterplace-lab.org/en/wie-sich-die-ukrainische-medienlandschaft-nach-dem-24-februar-ver%C3%A4ndert-hat*.

Smithsonian Magazine 2024, More than 98 percent of Costa Rica's energy is renewable—here's how, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://www.smithsonianmag.com/sponsored/more-than-98-percent-of-costa-ricas-energy-is-renewableheres-how-180984371*.

State Media Monitor 2024a, RT, Media and Journalism Research Center, vom 20.09.2024, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://statemediamonitor.com/2024/09/rt*.

State Media Monitor 2024b, China, Media and Journalism Research Center, vom 24.09.2024, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://statemediamonitor.com/2024/09/china-media-group*.

State Media Monitor 2024c, Turkish Radio and Television (TRT), Media and Journalism Research Center, vom 28.08.2024, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://statemediamonitor.com/2024/08/turkish-radio-and-television-trt*.

State Media Monitor 2025, Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB), Media and Journalism Research Center, vom 07.07.2025, eingesehen am 28.03.2025, verfügbar unter: *https://statemediamonitor.com/2024/07/islamic-republic-of-iran-broadcasting-irib*.

Statistica Moldovei 2025, Rezultatele preliminare ale Recensământului Populației și Locuințelor 2024 (Vorläufige Ergebnisse der Volks- und Wohnungszählung 2024), vom 30.01.2025, eingesehen am 13.06.2025, verfügbar unter: *https://statistica.gov.md/ro/rezultatele-preliminare-ale-recensamantului-populatiei-si-locuintelor-2024-10077_61626.html*.

Stefanoni, P. 2022, Silberstreif am Horizont. Progressiver Aufschwung in Lateinamerika? Journal für internationale Politik und Gesellschaft, vom 18.01.2022, eingesehen am 28.04.2025, verfügbar unter: *https://www.ipg-journal.de/regionen/lateinamerika/artikel/silberstreif-am-horizont-5647*.

Stockmann, R. 2004, Was ist eine gute Evaluation? Einführung zu Funktionen und Methoden von Evaluationsverfahren, CEval-Arbeitspapier, 9, Universität des Saarlandes - Centrum für Evaluation, eingesehen am 10.07.2025, verfügbar unter: *https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-118018*.

Stockmann, R. 2007, Einführung in die Evaluation, in R. Stockmann (Hrsg.), Handbuch zur Evaluation. Eine praktische Handlungsanleitung, Waxmann, Münster.

Stockmann, R. 2016, Entstehung und Grundlagen der Evaluation, in D. Großmann & T. Wolbring (Hrsg.), Evaluation von Studium und Lehre: Grundlagen, methodische Herausforderungen und Lösungsansätze, Springer VS, Wiesbaden, *http://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-10886-1*.

SWP 2023, Strategien gegen Desinformation: Vom Umgang mit Russlands Einflussversuchen in Europa, SWP-Studie 12, vom 11.10.2023, eingesehen am 23.04.2025, verfügbar unter: *https://www.swp-berlin.org/10.18449/2023S12*.

SWP 2024, Mosambik nach den Wahlen: Risiken einer Eskalation, vom 17.12.2024, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.swp-berlin.org/publikation/mta-spot43-mosambik-nach-den-wahlen-risiken-einer-eskalation*.

SZ 2023, Blackout in Südafrika, vom 04.03.2023, eingesehen am 04.05.2025, verfügbar unter: *https://www.sueddeutsche.de/politik/suedafrika-stromversorgung-korruption-1.5762161*.

Tadesse 2024, 2024 Annual Ethiopia Safety of Journalists Assessment Report, IMS, eingesehen am 10.04.2025, verfügbar unter: *https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2025/03/IMS-Ethiopia-Journalists-Safety-Assessment-Report-2025.pdf*.

Tagesschau 2023, Rechtspopulist Milei gewinnt Präsidentschaftswahl in Argentinien, ARD-Aktuell, vom 20.11.2023, eingesehen am 29.04.2025, verfügbar unter: *https://www.tagesschau.de/ausland/amerika/argentinien-stichwahl-100.html*.

Tagesschau 2024a, IRC: Zahl der Krisen weltweit auf Rekordhoch, ARD-Aktuell, vom 11.12.2024, eingesehen am 27.06.2025, verfügbar unter: *https://www.tagesschau.de/ausland/afrika/irc-krisen-beobachtungsliste-100.html*.

Tagesschau 2024b, EU-Kommission geht erneut gegen Ungarn vor, ARD-Aktuell, vom 07.02.2024, eingesehen am 23.04.2025, verfügbar unter: *https://www.tagesschau.de/ausland/europa/ungarn-eu-verfahren-100.html*.

Tagesschau 2025, Russland erkennt als erster Staat Taliban an, ARD-Aktuell, vom 04.07.2025, eingesehen am 10.07.2025, verfügbar unter: *https://www.tagesschau.de/ausland/asien/russland-afghanistan-taliban-100.html*.

taz 2022, Einschüchterung von DW-Mitarbeitern: Iran droht deutschen Journalisten, vom 28.11.2022, eingesehen am 14. Juni 2025, verfügbar unter: *https://taz.de/Einschuechterung-von-DW-Mitarbeitern/!5895318*.

TechAfrica News 2024, Africa's mobile connectivity: has the internet access gap narrowed in 2024?, vom 31.10.2024, eingesehen am 22.05.2025, verfügbar unter: *https://techafricanews.com/2024/10/31/africas-mobile-connectivity-has-the-internet-access-gap-narrowed-in-2024*.

TheDesk.net 2025, Alhurra calls out USAGM over funding cuts, vom 13.06.2025, eingesehen am 11.07.2025, verfügbar unter: *https://thedesk.net/2025/06/alhurra-calls-out-usagm-funding-cuts*.

The Guardian 2022, Imran Khan shot in assassination attempt in Pakistan, vom 03.11.2022, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://www.theguARDian.com/world/2022/nov/03/imran-khan-shot-in-assassination-attempt-in-pakistan*.

The Guardian 2023, How Imram Khan became the man who divided Pakistan, vom 09.05.2023, eingesehen am 23.06.2025, verfügbar unter: *https://www.theguARDian.com/world/2023/may/09/how-imran-khan-became-the-man-who-divided-pakistan*.

The Guardian 2024, Instagram users to see less of what Meta deems 'political' content unless they opt in, vom 26.03.2024, eingesehen am 26.03.2024, verfügbar unter: *https://www.theguARDian.com/technology/2024/mar/26/instagram-meta-political-content-opt-in-rules-threads*.

The Guardian 2025, Why did Mark Zuckerberg end Facebook, Instagram fact-checking?, vom 07.01.2025, eingesehen am 27.06.2025, verfügbar unter: *https://www.theguardian.com/technology/2025/jan/07/why-did-mark-zuckerberg-end-facebook-instagram-fact-checking*.

The United States-Indonesia Society 2025, About Indonesia, eingesehen am 22.05.2025, verfügbar unter: *https://usindo.org/information-on-u-s-and-indonesia/about-indonesia*.

The White House 2025, Continuing the reduction of the federal bureaucracy, vom 14.03.2025, eingesehen am 01.07.2025, verfügbar unter: *https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/03/continuing-the-reduction-of-the-federal-bureaucracy*.

Trading Economics 2025, Turkey Inflation Rate (CPI), eingesehen am 25. April 2025, verfügbar unter: *https://tradingeconomics.com/turkey/inflation-cpi*.

Transparency International 2024, Die Selenskyj-Regierung begeht einen großen Fehler, wenn sie behauptet, es gebe keine Korruption, 10.11.2024, eingesehen am 20.02.2025, verfügbar unter: *https://www.transparency.de/aktuelles/detail/article/die-selenskyj-regierung-begeht-einen-grossen-fehler-wenn-sie-behauptet-es-gebe-keine-korruption*.

TV5 Monde 2023, TV5 Monde s'associe au métavers éducatif Winkyverse pour diversifier ses publics, vom 10.12.2023, eingesehen am 27.03.2025, verfügbar unter: *https://presse.tv5monde.com/tv5monde-rejoint-le-metavers-educatif-the-winkyverse-lacademie-de-tv5monde-est-disponible-des-maintenant-sur-la-plateforme-ludo-educative-the-winkyverse-creee-par-mainbot*.

TV5 Monde 2025a, Dossier de presse, eingesehen am 27.03.2025, verfügbar unter: *https://presse.tv5monde.com/wp-content/uploads/2025/03/DP-Fevrier-2025.pdf*.

TV5 Monde 2025b, Dialogue avec, eingesehen am 27.03.2025, verfügbar unter: *https://langue-francaise.tv5monde.com/d-ia-logue-avec*.

TV5 Monde 2025c, Apprendre le français, eingesehen am 27.03.2025, verfügbar unter: *https://apprendre.tv5monde.com*.

UN 2025a, Global Digital Compact, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://www.un.org/digital-emerging-technologies/global-digital-compact*.

UN 2025b, Sustainable Development Goals (SDGs), eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://sdgs.un.org/goals*.

UNCTAD 2024, UN list of least developed countries, eingesehen am 15.05.2025, verfügbar unter: *https://unctad.org/topic/least-developed-countries/list*.

UNDP 2023a, Missed connections: an incomplete digital revolution in Latin America and the Caribbean, vom 04.08.2023, eingesehen am 30.04.2025, verfügbar unter: *https://www.undp.org/latin-america/blog/missed-connections-incomplete-digital-revolution-latin-america-and-caribbean-0*.

UNDP 2023b, Factsheet Democratic Republic of Congo,eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-10/democratic%20republic%20of%20congo.pdf*.

UNDP 2024, Africa sustainable development report 2024, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-07/asdr_2024_-_en_0.pdf*.

UNDP 2025, Information integrity, eingesehen am 25.04.2025, verfügbar unter: *https://www.undp.org/information-integrity*.

UNHCR 2024a, Global trends: forced displacement in 2024, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.unhcr.org/global-trends-report-2024*.

UNHCR 2024b, Afghanistan refugee crisis explained, vom 29.07.2024, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.unrefugees.org/news/afghanistan-refugee-crisis-explained*.

Universität Erfurt 2025, Das Ende von Metas Fact-Checking-Programm: Warum Community Notes professionelle Faktenchecks nicht ersetzen können, vom 24.02.2025, eingesehen am 11.07.2025, verfügbar unter: *https://www.uni-erfurt.de/forschung/aktuelles/forschungsblog-wortmelder/das-ende-von-metas-fact-checking-programm*.

USAGM 2024a, USAGM FY 2023 Agency Financial Report, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2023/11/USAGM-FY-2023-AFR95.pdf*.

USAGM 2024b, USAGM FY 2025 Congressional Budget Justification, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2024/03/USAGMBudget_FY25_CBJ_03-08-24-1.pdf*.

USAGM 2025a, USAGM FY 2024 Agency Performance Report, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2025/01/USAGM-FY-2024-Agency-Performance-Report_Final_1-17-25_Web-Version.pdf*.

USAGM 2025b, USAGM, Senior Advisor Kari Lake cancels obscenely expensive 15-year-lease that burdened the taxpayers and enforces Trump's Executive Order to drastically downsize agency, vom 15.03.2025, eingesehen am 14.07.2025, verfügbar unter: *https://www.usagm.gov/2025/03/15/u-s-agency-for-global-media-complies-with-presidential-executive-order-to-reduce-the-federal-bureaucracy*.

VOA 2017, VOA Around the World, vom 13.11.2017, eingesehen am 10.04.2025, verfügbar unter: *https://www.voanews.com/a/voa-around-the-world/4113370.html*.

VOA 2023, Despite Taliban's censorship, VOA continues broadcasting to millions in Afghanistan, vom 15.08.2023, eingesehen am 24.04.2025, verfügbar unter: *https://www.insidevoa.com/a/despite-taliban-s-censorship-voa-continues-broadcasting-to-millions-in-afghanistan-/7226001.html*.

VOA 2024a, VOA broadcasting to Pakistan in Urdu, eingesehen am 08.05.2025, verfügbar unter: *https://docs.voanews.eu/en-US-INSIDE/2024/02/28/01000000-c0a8-0242-8b81-08dc38855fd1.pdf*.

VOA 2024b, China expands media influence in Indonesia, vom 06.02.2024, eingesehen am 19.05.2025, verfügbar unter: *https://www.voanews.com/a/china-expands-media-influence-in-indonesia/7473675.html*.

VOA 2024c, Report focuses attention on Serbia's spread of Russian propaganda, vom 11.10.2024, eingesehen am 22.04.2025, verfügbar unter: *https://www.voanews.com/a/report-focuses-attention-on-serbia-s-spread-of-russian-propaganda/7819500.html*.

VOA 2025a, Trump selects nominee to lead US global media agency, vom 23.01.2025, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.voanews.com/a/trump-nominates-usagm-head/7947135.html*.

VOA 2025b, USAGM announces Kari Lake as special adviser, vom 27.02.2025, eingesehen am 17.01.2025, verfügbar unter: *https://www.voanews.com/a/usagm-announces-kari-lake-as-special-adviser-/7990843.html*.

VOA 2025c, Tentang Kami (Über uns), eingesehen am 14.05.2025, verfügbar unter: *https://www.voaindonesia.com/p/3970.html*.

VOA 2025d, VOA Learning English, eingesehen am 24.03.2025, verfügbar unter: *https://learningenglish.voanews.com*.

VOA 2025e, About us, eingesehen am 24.03.2025, verfügbar unter: *https://learningenglish.voanews.com/p/5373.html*.

Washington Post 2025, Voice of America brings back 75 staffers amid Iran-Israel conflict, vom 13.06.2025, eingesehen am 25.06.2025, verfügbar unter: *https://www.washingtonpost.com/style/media/2025/06/13/voa-staff-iran-israel*.

WELT 2022, Wo Klimaschützer in Lebensgefahr schweben, vom 12.04.2022, eingesehen am 28.04.2025, verfügbar unter: *https://www.welt.de/politik/ausland/article238063377/Lateinamerika-Wo-Klimaschuetzer-in-Lebensgefahr-schweben.html*.

Weinmann, D. 2024, #WAR: Der Krieg gegen die Ukraine in den sozialen Netzwerken, in M. Lehmann & A. Schuhmann (Hrsg.), Die Wirklichkeit ist angekommen, ZZF - Leibniz-Zentrum für Zeithistorische Forschung: zdbooks, Potsdam, verfügbar unter: *https://doi.org/10.14765/zzf.dok-2781*.

Weiss, S. 2023a, Oberste Gehilfen - Lateinamerikas Autokraten hebeln mit Hilfe der Justiz die Demokratie aus, Journal für internationale Politik und Gesellschaft, vom 12.12.2023, eingesehen am 28.04.2025, verfügbar unter: *https://www.ipg-journal.de/regionen/lateinamerika/artikel/oberste-gehilfen-7185*.

Weiss, S. 2023b, Versteckter Verrat. Ist Lulas Umweltpolitik schon am Ende? Journal für internationale Politik und Gesellschaft, vom 05.06.2023, eingesehen am 28.04.2025, verfügbar unter: *https://www.ipg-journal.de/regionen/lateinamerika/artikel/versteckter-verrat-6749*.

Weltspiegel 2025, Chinas langer Arm - mitten in London, vom 11.05.2025, eingesehen am 12.05.2025, verfügbar unter: *https://www.tagesschau.de/ausland/grossbritannien-china-gefluechtete-hongkong-100.html*.

WHO 2023, World Health Statistics 2023: Monitoring health for the Sustainable Development Goals, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://cdn.who.int/media/docs/default-source/gho-documents/world-health-statistic-reports/2023/world-health-statistics-2023_20230519_.pdf*.

Widmer, T. 2000, Qualität der Evaluation – wenn Wissenschaft zur praktischen Kunst wird, in R. Stockmann (Hrsg.), Evaluationsforschung: Grundlagen und ausgewählte Forschungsfelder, Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, *https://doi.org/10.1007/978-3-322-92229-8_4*.

Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages 2021, Sachstand: Völkerrechtliche Aspekte des Gaza-Konflikts vom Mai 2021, WD 2 – 3000 – 043/21, eingesehen am 15.04.2025, verfügbar unter: *https://www.bundestag.de/resource/blob/853618/b2f73bc3f4cb16e4ae72903c-cc6e71d4/WD-2-043-21-pdf-data.pdf*.

WMO 2024, State of the global climate 2023, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://library.wmo.int/idurl/4/68835*.

World Bank 2023, Nigeria Development Update - Turning the corner: from reforms and renewed hope, to results, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://thedocs.worldbank.org/en/doc/88d5ed4248d7063ece-d528070a83173e-0360012023/original/NDU-december-2023-presentation.pdf*.

World Bank 2025, Mozambique Overview, eingesehen am 14.04.2025, verfügbar unter: *https://www.worldbank.org/en/country/mozambique/overview*.

World Economic Forum 2024, Why strong regional value chains will be vital to the next chapter of China and Africa's economic relationship, vom 25.06.2024, eingesehen am 16.06.2025, verfügbar unter: *https://www.weforum.org/stories/2024/06/why-strong-regional-value-chains-will-be-vital-to-the-next-chapter-of-china-and-africas-economic-relationship*.

WorldData.info 2025, Spread of the Hausa Language, eingesehen am 18.06.2025, verfügbar unter: *https://www.worlddata.info/languages/hausa.php*.

Worldometer 2025, Indonesia Population (2025), eingesehen am 05.06.2025, verfügbar unter: *https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population*.

World Population Review 2025, Indien. Bevölkerung und demografische Daten, eingesehen am 22.05.2025, verfügbar unter: *https://worldpopulationreview.com/countries/india*.

WWF 2024a, Der Amazonas vor dem Kollaps. Höchstzeit zu handeln, vom 04.06.2024, eingesehen am 28.04.2025, verfügbar unter: *https://www.wwf.de/themen-projekte/projektregionen/amazonien/der-amazonas-vor-dem-kollaps*.

WWF 2024b, Dunkle Wolken über dem Amazonas, vom 04.09.2024, eingesehen am 28.04.2025, verfügbar unter: *https://www.wwf.de/2024/september/dunkle-wolken-ueber-dem-amazonas*.

Anhänge

Reichweitenstudien

Nr.	Land	Feldzeit	Auftrag-geber	Institut	Methode	Befragte
RM_1	Bangladesch	März – August 2021	DW	Impetus	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die Bevölkerung Bangladesch ab 15 Jahren	3.104
RM_2	Indien	November – Dezember 2023	DW	Global Vox Populi	Online, Zielgruppenstudie ab 14 Jahre	5.533
RM_3	Ukraine	Mai – Juni 2024	DW	KIIS	CATI (Computer Assisted Telephone Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 18 Jahren	2.000
RM_4	Jordanien	Januar – Februar 2021	DW	IPSOS	CATI (Computer Assisted Telephone Interviews), repräsentativ für die jordanische Bevölkerung ab 15 Jahren hinsichtlich Geschlecht, Alter und Region	1.000
RM_5	Saudi Arabien	September 2021	DW	IPSOS	CATI (Computer Assisted Telephone Interviews), repräsentativ für die saudi-arabische Bevölkerung ab 15 Jahren hinsichtlich Geschlecht, Alter und Region	5.999
RM_6	Vereinigte Arabische Emirate	September 2021	DW	IPSOS	CATI (Computer Assisted Telephone Interviews), repräsentativ für die lokale und arabische Bevölkerung ab 15 Jahren hinsichtlich Geschlecht, Alter und Region	2.240
RM_7	Irak	Mai 2023	DW	Alkoun Mea	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 15 Jahren	2.213
RM_8	Jemen	November 22	DW	Alkoun Mea	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 15 Jahren	1.213

Nr.	Land	Feldzeit	Auftrag-geber	Institut	Methode	Befragte
RM_9	DR Kongo	September – Oktober 2022	DW	IMMAR	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interview), repräsentativ für die städtische Bevölkerung ab 15 Jahren	4.295
RM_10	Nigeria	August – Oktober 2022	DW	Positive Insights	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interview), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren	5.303
RM_11	Tansania	Juni 2022	DW	Reinet Research	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interview), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung zwischen 14 und 65 Jahren	3.048
RM_12	Côte d'Ivoire	Dezember 2023 – Januar 2024	DW	Kantar	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die Bevölkerung ab 15 Jahren in Abidjan	2.000
RM_13	Kenia	Juni 2023	DW	Infotrak	repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren	3.199
RM_14	Mali	Februar – März 2023	DW	IMMAR	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interview), Teilnehmendenalter über 15 Jahren (aufgrund der schwierigen Sicherheitslage vor Ort)	2.905
RM_15	Senegal	Dezember 2023 – Januar 2024	DW	Kantar	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die Bevölkerung ab 15 Jahren in Dakar und Pikine	2.000
RM_16	Uganda	November – Dezember 2023	DW	Infinite Insights	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren	3.070

Nr.	Land	Feldzeit	Auftrag-geber	Institut	Methode	Befragte
RM_17	Äthiopien	März – April 2024	DW	Infotrak	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren (außer Tigray)	4.284
RM_18	Ghana	Juni – August 2024	DW	Afro Eye	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren	3.028
RM_19	Kosovo	Dezember 2023	DW	Ubo Consulting	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews),repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 18 Jahren	1.066
RM_20	Kanada	Mai 2021	DW	maru/Blue	CAWI (Computer Assisted Web Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 18 Jahren	1.513
RM_21	Mexiko	März 2025	DW	More Inovacion	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren	2.049
RM_22	Kolumbien	März 2025	DW	More Inovacion	CATI (Computer Assisted Telephone Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren	2.000
RM_23*	Venezuela	2025	DW	More Inovacion	CATI (Computer Assisted Telephone Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren	2.003
RM_24	Chile	November – Dezember 2021	DW	Business Fisher	CATI (Computer Assisted Telephone Interviews), repräsentativ für die städtische Bevölkerung ab 16 Jahren	1.000
RM_25	Peru	November – Dezember 2021	DW	Datum Internacional	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die städtische Bevölkerung ab 18 Jahren	1.053

** Studie außerhalb des Evaluationszeitraums*

Nr.	Land	Feldzeit	Auftrag-geber	Institut	Methode	Befragte
RM_26	USA	Mai 2021	DW	maru/Blue	CAWI (Computer Assisted Web Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 18 Jahren	3.233
RM_27	Ruanda	September – Oktober 2024	DW	Infotrek Research and Consulting	CAPI (Computer Assisted Face-to-Face Interviews), repräsentativ für die landesweite Bevölkerung ab 14 Jahren	2.003

Akzeptanztests

Nr.	Titel	Land	Feldzeit	Auftrag-geber	Institut	Methode	Befragte
AS_1	DW Business Facebook	Indien, Pakistan, Mexiko, Philippinen, USA	Oktober 2021	DW	Monheimer Institut	Qualitative Interviewstudien, Teilnehmendenalter 25 bis 40 Jahre	30
AS_2	77 Percent	Nigeria, Kenia	Juli – August 2022	DW	Afro Eye (für Kenia), Ipsos Nigeria (für Nigeria)	Fokusgruppen-Diskussionen, Teilnehmendenalter zwischen 16 und 34 Jahren	60
AS_3	When we clash	Indien, USA	April 2022	DW	Monheimer Institut	Fokusgruppen-Diskussionen, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 30 Jahren	36
AS_4**	ENTR	Frankreich, Polen, Portugal, Rumänien	Januar 2022	DW	SIS Inter-national Research	Fokusgruppen-Diskussionen, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 34 Jahren	32
AS_5**	ENTR	Frankreich Polen, Portugal, Rumänien, Irland, Schweden, Deutsch-land, Österreich	Januar 2023	DW	SIS Inter-national Research	Fokusgruppen-Diskussionen, Teilnehmendenalter 18 und 34 Jahren	64
AS_6	Healthy Me! No Caps!	Nigeria, Kenia, Tansania	März 2023	DW	Infinite Insights	Fokusgruppen-Diskussionen, Teilnehmendenalter zwischen 18 und34 Jahren	18
AS_7	Global US	Indien, Mexiko, USA	März 2024	DW	More, Ipsos, Connexion Research	Qualitative Interviewstudien, Teilnehmendenalter 24 bis 34 Jahre	33
AS_8**	ENTR	Bulgarien, Frankreich, Deutsch-land, Polen, Portugal, Rumänien	2024	DW	SIS Inter-national Research	Fokusgruppen-Diskussionen, Teilnehmendenalter 18 bis 34 Jahre	30

*** nicht berücksichtigt*

Nr.	Titel	Land	Feldzeit	Auftrag-geber	Institut	Methode	Befragte
AS_9	Bengali Talk	Bangla-desch, Indien	Oktober 2024	DW	Kadence	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 25 und 34 Jahren	14
AS_10	WAYS: GirlzOffMute	Kenia	Oktober 2024	DW	Infinite Insights	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 15 und 18 Jahren	40
AS_11	WAYS: Kalabi	Nigeria	Oktober 2024	DW	Infinite Insights	Fokusgruppen-Diskussion und Tiefeninterviews, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 40 Jahren	20
AS_12	WAYS: Sehat Talk	Indien	Oktober 2024	DW	Impetus	Fokusgruppen-Diskussionen, Teilnehmendenalter zwischen 15 und 55 Jahren	16
AS_13	WAYS: HER: Women in Asia	Indonesien	Oktober 2024	DW	Acorn	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 35 Jahren	16
AS_14	WAYS: Women in Tech	Indonesien	Oktober 2024	DW	Acorn	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 17 und 24 Jahre	16
AS_15	WAYS: Forbid-den Love	Indonesien	Oktober 2024	DW	Acorn	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 30 Jahre	16
AS_16	WAYS: Berlin Travel	Indonesien	Oktober 2024	DW	Acorn	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 24 Jahre	16
AS_17	WAYS: Fuerza Latina	Mexiko	Oktober 2024	DW	Goldfarb	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 20 und 34 Jahren	20
AS_18	WAYS: Cómo te afecta	Mexiko	November 2024	DW	Goldfarb	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 20 und 34 Jahren	20
AS_19	WAYS: Jaafar Talk	Irak	Dezember 2024	DW	IPSOS	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 40 Jahren	16
AS_20	WAYS: Jaafar Talk	Saudi-Arabien	Dezember 2024	DW	IPSOS	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 40 Jahren	12

Nr.	Titel	Land	Feldzeit	Auftrag-geber	Institut	Methode	Befragte
AS_21	WAYS: Jaafar Talk	Marokko	Dezember 2024	DW	IPSOS	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 40 Jahren	16
AS_22	WAYS: Ask DW USA	USA	Dezember 2024	DW	Connexion Research	Fokusgruppen- Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 25 und 35 Jahren	16
AS_23	WAYS: Ask DW India	Indien	November – Dezember 2024	DW	Impetus	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 25 und 35 Jahren	16
AS_24	DW News on TV	Indien	Mai 2021	DW	Impetus	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 40 Jahren	20
AS_25	DW News on TV	Uganda	Mai 2021	DW	Infinite Insights	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 40 Jahren	20
AS_26	DW News Africa on TV	Ghana	Mai 2021	DW	Infinite Insights	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 40 Jahren	20
AS_27	DW News Asia on TV	Philippinen	Mai 2021	DW	Accorn	Fokusgruppen-Diskussion, Teilnehmendenalter zwischen 18 und 40 Jahren	24
AS_28	News on dw.com/ english	Kenia, Nigeria, Malaysia, Indien	Mai 2021	DW	Infinite In-sight (Kenia, Nigeria), Accorn (Malaysien), Impetus (Indien)	Qualitative Tiefeninterviews mit Mitgliedern der DW-Zielgruppe	40
AS_29	Afrimaxx	Kenia, Nigeria, Südafrika	März 2025	DW	B&M Consult	Fokusgruppen mit Mit-gliedern der DW Zielgruppe	36

TV-Ratings

Nr.	Land	Feldzeit	Institut	Methode	Befragte
TV_1	Albanien	2023	Telemetrix	Technische Messung landesweit, repräsentativ für ca. 1 Million Menschen	375 Haushalte im Panel
TV_2	Bosnien und Herzegowina	2024	Audience Measurement b.o.o.	Technische Messung landesweit, repräsentativ für ca. 2,8 Millionen Menschen	694 Personen im Panel
TV_3	Brasilien	2023	Kantar Ibope	Technische Messung Metropolen, repräsentativ für ca. 72 Millionen Menschen	16.748 Personen im Panel
TV_4	Bulgarien	2021	GARB	Technische Messung landesweit	1.045 Haushalte im Panel
TV_5	Kolumbien	2023	Kantar Ibope	Technische Messung Metropolen, repräsentativ für ca. 20 Millionen Menschen	3.311 Personen im Panel
TV_6	Kroatien	2024	Nielsen	Technische Messung landesweit, repräsentativ für ca. 3,6 Millionen Menschen	2.131 Personen im Panel
TV_7	Mexiko	2023	Kantar Ibope	Technische Messung Metropolen, repräsentativ für ca. 58 Millionen Menschen	7.945 Personen im Panel
TV_8	Polen	2024	Nielsen	Technische Messung landesweit, repräsentativ für ca. 34 Millionen Menschen	8.201 Personen im Panel
TV_9	Rumänien	2021	AMAR Kantar Media	Technische Messung landesweit, repräsentativ für 17,3 Millionen Menschen	1.365 Haushalte im Panel
TV_10	Serbien	2024	Nielsen	Technische Messung landesweit, repräsentativ für ca. 6,5 Millionen Menschen	2.984 Personen im Panel
TV_11	Südafrika	2023	Nielsen	Technische Messung landesweit, repräsentativ für ca. 50 Millionen Menschen	2.610 Haushalte im Panel
TV_12	Ungarn	2024	Nielsen	Technische Messung landesweit, repräsentativ für ca. 8 Millionen Menschen	3.377 Personen im Panel
TV_13	Griechenland	2024	Nielsen	Technische Messung landesweit, repräsentativ für ca. 10 Millionen Menschen	1.402 Haushalte im Panel

Wirkungsforschung

Nr.	Beschreibung	Land	Feldzeit	Auftrag-geber	Institut	Methode	Befragte
WS_1	Wirkungs-forschung: Click IT Easy	Nigeria, Kenia	November – Dezem-ber 2024	DW	Afroeye	Qualitative Tiefeninterviews mit Zielgruppenmitgliedern in Nairobi und Lagos zwischen 18 und 35 Jahren	20
WS_2	Wirkungs-forschung: Learning by Ear	DR Kongo, Côte d'Ivoire	Dezember 2024	DW	Infotrak	Qualitative Tiefeninterviews mit Zielgruppenmitgliedern in Kinshasa und Abidjan zwischen 18 und 40 Jahren	36
WS_3	Wirkungs-forschung: Online-befragung	Brasilien, Indien, Indone-sien, Marokko, Mexiko, Nigeria, Türkei, Ukraine	November 2024 – Januar 2025	DW	Market and Audience Insights der DW, Toluna	Quantitative Online-befragung von DW-Nutzenden und Zielgruppenmitgliedern	10.900; davon 4.700 über das Nutzer-panel
WS_4	Wirkungs-forschung: Brazil TikTok	Brasilien	Dezember 2024	DW	1-2-3 Insights Brazil	Qualitative Tiefeninterviews mit Zielgruppenmitgliedern, städtisch mindestens High School Abschluss zwischen 18 und 35 Jahren	18
WS_5	Wirkungs-forschung: Eco Latinoamerica	Mexiko	Dezember 2024	DW	Racio-nal and Emocional	Qualitative Tiefeninterviews mit Zielgruppenmitgliedern, städtisch, mindestens High School Abschluss zwischen 18 und 35 Jahren	18
WS_6	Wirkungs-forschung: 77 Percent Radio	DR Kongo	Dezember 2024 – Januar 2025	DW	Infinite Insight	Qualitative Tiefeninterviews mit Zielgruppenmitgliedern, in Kinshasa (Frz)und Goma (Kis) zwischen 18 und 40 Jahren	40
WS_7	Wirkungs-forschung: DW Indonesia	Indone-sien	Januar 2025	DW	Impetus	Qualitative Tiefeninterviews mit Zielgruppenmitgliedern, in Jakarta zwischen 18 und 30 Jahren	20
WS_8	Wirkungs-forschung: Albasheer Show	Irak	Februar 2025	DW	IIACSS	Experimentalstudie mit Zielgruppenmitgliedern	500

DW-Indikatoren für die journalistische Qualität

Die DW operationalisiert die journalistische Qualität anhand von vier Kriterien. Jedes Kriterium widmet sich einem inhaltlichen Schwerpunkt, sodass nur unter Berücksichtigung aller vier Kriterien die journalistische Qualität im Sinne der DW als erfüllt gelten kann.

1. **Inhaltliche Qualität:** Die DW konzipiert, produziert und distribuiert ihre Inhalte so, dass Nutzende zufrieden sind, die Inhalte regelmäßig nutzen und online DW-Inhalte teilen.

   Indikatoren für die inhaltliche Qualität sind zum Beispiel:

   - **Inhaltstiefe:** Sind die Inhalte vollständig und gehen sie über aktuelle Meldungen hinaus? Zeigen sie Zusammenhänge auf und erläutern sie Ursachen sowie Konsequenzen? Können sich die Nutzenden als Ergebnis der DW-Nutzung eine eigene Meinung bilden und das große Ganze verstehen?
   - **Glaubwürdigkeit:** Sind die Inhalte richtig, transparent, unabhängig und verlässlich? Nehmen die Nutzenden diese Werte wahr und vertrauen sie der DW aufgrund dieser?
   - **Professionalität:** Sind die DW-Inhalte integer, trennen sie Meinungen und Berichterstattung und greifen sie auf eine Vielfalt von Quellen zurück?
   - **Ausgewogenheit:** Zeigt die DW verschiedene Perspektiven? Berücksichtigt sie fair alle Standpunkte?

2. **Thematische Relevanz:** Im Fokus steht hier die Antwort auf die Frage: „Wann interessiert ein Thema einen Nutzer oder eine Nutzerin?“ Die DW setzt dabei auf Themen, die die Zielgruppe zur Nutzung anregen.

   - **Nähe zur Lebenswirklichkeit der Zielgruppe:** Sind die DW-Themen regional relevant, tangieren sie Bedürfnisse, Werte oder Meinungen der Nutzenden und gibt es einen Nutzwert im Alltag?
   - **Von den Nutzenden gefühlte Relevanz:** Empfinden die Nutzenden die DW-Themen als relevant?
   - **Relevanz:** Sind die Themen für die Nutzenden von Bedeutung? Betreffen die Themen das aktuelle Tagesgeschehen und sind sie aus Sicht der Nutzenden auf Höhe des aktuellen Wissensstandes?
   - **Originalität:** Bietet die DW investigative, exklusive und ungewöhnliche Geschichten?
   - **Wesentliches:** Behandelt die DW die wesentlichen Themen? Verpasst die Zielgruppe etwas, wenn sie die DW-Inhalte nutzt?

3. **Präsentation und Form:** Unter diesem Kriterium erfasst die DW, ob ihre Inhalte in ansprechender, zeitgemäßer und angemessener Weise präsentiert werden. Dabei berücksichtigt sie aktuelle Nutzungsgewohnheiten.

   - **Verständlichkeit:** Sind die Inhalte in Bezug auf Sprache und Stil angemessen vereinfacht? Entspricht die Komplexität dem Sachverhalt?
   - **Lebendiger Stil:** Wie ausdrucksstark ist das Storytelling? Sind die DW-Inhalte unterhaltsam und fesselnd?
   - **Personalisierung:** Wie authentisch sind die DW-Inhalte? Gibt es Dialogmöglichkeiten für die Nutzenden?
   - **Machart und Aufbereitung:** Wie hoch ist die Usability der Online-Angebote? Sind die DW-Inhalte optisch und akustisch einwandfrei?
   - **Auffindbarkeit:** Findet die Zielgruppe die Inhalte? Ranken Suchmaschinen die DW-Inhalte gut? Macht die DW durch gute Promotion auf ihre Inhalte aufmerksam?

4. **Marke:** Mit dem Kriterium Marke möchte die DW feststellen, ob die Nutzer erkennen, wofür sie steht.

   - **DW-Profilthemen:** Behandeln die Inhalte die Profilthemen Freiheit, Wissen und Dialog?
   - **DW-Werthaltungen**: Sind die Werte, für die die DW steht, etwa klare, fundierte und weltoffene Berichterstattung, in den Inhalten erkennbar?
   - **Markenkern:** Ist erkennbar, dass die DW freie Informationen für freie Entscheidungen bietet?

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co. KG, Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin, www.heenemann-druck.de
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlag GmbH, Postfach 10 05 34, 50445 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Fax (02 21) 97 66 83 44, www.bundesanzeiger-verlag.de
ISSN 0722-8333