

**Auswärtiger Ausschuss**  
**UA Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik (3)**  
**Wortprotokoll**  
**14. Sitzung**

Berlin, den 11.06.2007, 17:00 Uhr  
Sitzungsort: Paul-Löbe-Haus

Sitzungssaal: PLH 2.800

Vorsitz: Angelika Krüger-Leißner, MdB

**TAGESORDNUNG:**

**TAGESORDNUNG 17:00 bis 18:30 Uhr – öffentliche Anhörung -**

- 1. Zur Rolle der neuen Medien und des Internet im Rahmen der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik**

Eingeladene Sachverständige:

Professor **Dr. Wolfgang Kleinwächter**

*Professor für „International Communication Policy and Regulation at the Department for Media and Information Sciences“ der Universität Aarhus*

MR **Bernd Weismann**

*Referatsleiter VII C1 (Grundsatzfragen der Informationsgesellschaft, IT- und Medienwirtschaft), Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie*

**Monika Haberer**

*TU Kaiserslautern, eTeaching Service Center*

**Guido Baumhauer**

*Hauptabteilungsleiter Online, Deutsche Welle*

**TAGESORDNUNG ab 18:30 Uhr – nichtöffentliche Sitzung -**

2. Bericht der Bundesregierung  
über **Vorschläge und konzeptionelle Vorstellungen für einen Runden Tisch zum Thema: „Stand, Entwicklung und Herausforderung des transatlantischen Kulturaustausches“**
3. Verschiedenes

## **Tagesordnungspunkt 1:**

### **Zur Rolle der neuen Medien und des Internet im Rahmen der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik**

**Die Vorsitzende:** Guten Tag! Ich darf Sie ganz herzlich begrüßen. Stellvertretend leite ich heute den Ausschuss. Herr Dr. Gauweiler hat sich entschuldigen lassen. Ich freue mich, dass Sie unserer Einladung gefolgt sind. Ich darf ganz herzlich Herrn MR Bernd Weismann für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie begrüßen. Sie sind dort Referatsleiter für Grundsatzfragen der Informationsgesellschaft. Wir haben auch Gäste von außerhalb. Das ist Herr Prof. Dr. Wolfgang Kleinwächter von der Universität Aarhus, dann ist da Herr Guido Baumhauer, Direktor der Direction Distribution Strategie und Marketing bei der Deutschen Welle aus Bonn und Frau Monika Haberer von der TU in Kaiserslautern.

Bevor wir mit der Anhörung beginnen, möchte ich ein paar einleitende Worte sagen. Wir sind jetzt auch in allen Fraktionen vertreten. Wir haben uns vor Wochen dieses Thema vorgenommen, weil wir gerade für die Auswärtige Kulturpolitik auch die Veränderung der neuen Medien mitberaten möchten. Es hat sich ja in vielen Bereichen etwas verändert und der Wandel ist ja noch lange nicht abgeschlossen. Die veränderten Nutzungsgewohnheiten in den verschiedensten Alters- und Bevölkerungsgruppen kommen unterschiedlich zum Tragen und verändern vor allem auch die Bereitstellung und die Aufbereitung von Informationen, das Nutzerverhalten, also die Art und Weise, wie und welche Informationen von wem aufgenommen und verarbeitet werden und sie bringen auch Möglichkeiten der Interaktion mit Zielgruppen. Und wenn ich richtig gelesen habe, so steht in unserem Bericht zur Auswärtigen Kulturpolitik, dass es das Ziel der Auswärtigen Kulturpolitik ist, die Qualität und die Vielfalt der deutschen Kultur unseren ausländischen Partnern zu präsentieren. Und genau dort wollen wir hinschauen, mit welchen Mitteln, also mit welchen Medien wir es zu tun haben, auf welche Art und Weise das geschieht und schließlich, ob die Adressaten auch erreicht werden.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, das genau soll unser heutiger Bezug sein, denn auch in der Auswärtigen Kulturpolitik spielen die neuen Medien eine ganz entscheidende und immer größere Rolle. Wir wollen heute verschiedene Aspekte unter die Lupe nehmen. Es haben sich im Vorfeld einige Fragen herausgebildet. Ich kann mir vorstellen, dass Frau Griefahn ganz genau hinschauen wird, was zum Beispiel die Deutsche Welle macht, ob die großen Investitionen in die neuen Medien gerechtfertigt sind, oder ob wir hier vielleicht nur modische Trends bedienen. Wir wollen auch die Fragen untersuchen, ob sich Synergieeffekte erzielen lassen, oder, wenn wir nach Asien, nach China, schauen, wie sieht es mit den

Zensurmöglichkeiten beim Internetangebot der Auswärtigen Kulturpolitik aus, welche Bevölkerungsgruppen erreicht die Auswärtige Kulturpolitik mit Online-Angeboten usw.. Viele spannende Fragen, die sich allerdings im zweiten Teil erst ergeben können, weil wir im ersten Teil Ihre Statements hören wollen, aber vielleicht können Sie auf diesen Aspekt auch schon eingehen.

Natürlich interessieren uns auch die Probleme, die Sie in diesem Bereich sehen, wie wir diese aufgreifen können und was wir tun können, um die Situation zu verbessern.

Die Anhörung ist wie immer auf eineinhalb Stunden angelegt, es geht also bis 18:30 Uhr. Wir beginnen mit den Statements der Experten, die wir eingeladen haben. Acht bis zehn Minuten würde ich jedem von Ihnen zur Verfügung stellen, danach beginnt die Fragerunde. Das sind für unsere Kolleginnen und Kollegen noch einmal 45 Minuten.

Ich würde folgendes vorschlagen: da Herr Weismann vom BMWi als Experte geladen ist, wir aber auch einen Vertreter des Auswärtigen Amtes, nämlich Herrn Schnelle, hier vorne haben, würde ich in der zweiten Fragerunde auch Herrn Schnelle mit in den Kreis der Experten eingliedern. Ich kann mir vorstellen, dass Herr Schnelle auch aus der Sicht des Auswärtigen Amtes einiges zu sagen hat. Wenn meine Kollegen damit einverstanden sind, dann würden wir so verfahren. Dann würde ich Herrn Weismann bitten, mit seiner Stellungnahme zu beginnen.

**MR Bernd Weismann (BWi):** Vielen Dank, Frau Vorsitzende. Ich darf mich noch kurz vorstellen. Mein Name ist Bernd Weismann. Ich leite im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie das Referat Grundsatzfragen der Informationsgesellschaft IT und Medienwirtschaft. Zu diesem Bereich gehört einmal die Koordinierung der IKT-Politik der Bundesregierung insgesamt. Zum Beispiel gibt es ein Programm, ich komme darauf gleich noch mal, ID 2010, Informationswirtschaft Deutschland 2010, was im letzten Herbst von der Bundesregierung verabschiedet worden ist. In meinen Bereich fällt auch die Koordinierung zum Beispiel des IT-Gipfels mit der Bundeskanzlerin. Es gab einen im letzten Dezember in Potsdam, und wir stehen vor einem neuen IT-Gipfel im Dezember in Hannover. Dazu gehören aber auch der Bereich der Medienpolitik, also Rundfunk und Medienwirtschaft, Digitalisierung der Medien. Wir haben ein Forum für digitale Medien im Bundeswirtschaftsministerium angesiedelt, wo es um die Konvergenz auch der Medien geht im Zusammenhang mit Rundfunk und anderen neuen Medien. Schließlich ist noch hinzugekommen der Bereich Kultur und Kreativwirtschaft, weil der auch sehr stark mit der Digitalisierung zusammenhängt, der auch in diesem Bereich angesiedelt ist.

Zum Thema selbst. Die Rolle der neuen Medien und des Internet in der Auswärtigen Kulturpolitik ist bislang am ehesten konkret beschrieben, und da kommt vielleicht Herr Schnelle vom Auswärtigen Amt nachher noch drauf zurück. In dem Bericht des Auswärtigen Amtes gibt eine kurze Passage wie die Medien genutzt werden für die Auswärtige Kulturpolitik, einmal Rundfunk Deutsche Welle, aber auch Portale, Internetportale zur Auswärtigen Kulturpolitik. Es gibt eine Große Anfrage der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zu dem Thema, wo zur medialen Außenrepräsentanz im Bereich Kulturpolitik auch noch einmal ausführlich geschrieben wird, was die Bundesregierung tut.

Das sind sozusagen die aktuellen konkreten Hintergründe dazu, da will ich jetzt nicht im Einzelnen drauf eingehen. Es gibt Bezüge zu dem Thema auch insgesamt in dem erwähnten Programm Informationsgesellschaft Deutschland 2010 der Bundesregierung. Das Programm beschreibt insgesamt die Leitlinien der Politik im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie und hat im Prinzip vier Säulen, einmal wirtschaftliche Rahmenbedingungen, dann Dienste für die Bürger und für die Wirtschaft, also neue Online-Dienste, die IT-Sicherheit voranbringen und Forschung und Entwicklung und in den Bereich neue Dienste, da fällt E-Government drunter, da ist auch ein Bereich, der ausdrücklich heißt: Kulturgut über das Internet für jedermann erschließen. Themen sind hier digitale europäische Bibliothek, das ist der wichtigste Bereich. Es gibt auch andere Projekte, darauf komme ich auch gleich noch zurück. Es gab ja so ein deutsch-französisches Projekt „Quero“, also Suchtechnologien für neue Dienste und Anwendungen des Internet zu erschließen. Inzwischen gibt es deutsche Projekte von diesem ursprünglichen Gemeinschaftsprojekt „Theseus“. Da gibt es auch u.a. eine Aktionslinie im Bereich dieser neuen Suchtechnologie, wie man Kulturgut besser über das Internet international erschließen kann. Also auch hier konkrete Aktivitäten der Bundesregierung in dem von Ihnen vorgegebenen Themenbereich.

Schließlich gibt es noch neue Verbindungslinien, wo wir mit dem Thema Internet und Auswärtige Kulturpolitik in Berührung kommen, und zwar einmal in dem bereits erwähnten Prozess für den IT-Gipfel und im Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft. Die Linien treffen sich hier insofern, als ein IT-Gipfel, der vorrangig sozusagen den IT-Standort Deutschland stärken will auch das Thema Standort Marketing nicht fehlen kann und auch das selbe Anliegen haben, wie auch im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft. Hier haben wir natürlich einen ganz starken Bezug zum Internet in neuen Medien. Wir wollen einmal die Leistungsfähigkeit dieses Standorts darstellen, und dazu gehört auch der Kreativbereich. Das, was man mit den neuen Medien hier in Deutschland machen kann und umgekehrt auch wie kann man mit Hilfe der neuen Medien unsere sonstigen Kulturleistungen im Ausland darstellen und diesen Standort besser bewerben. Also auch das, was in dem Bericht des Auswärtigen Amtes zur

Auswärtigen Kulturpolitik stand. Also dieser Standortfaktor spielt auch in diesem Gipfel unter der Schirmherrschaft der Kanzlerin auch eine wichtige Rolle und das Auswärtige Amt ist in diesem Bereich aktiv.

Letzter Punkt vielleicht für das Eingangsstatement, wo die Bundesregierung in diesem Bereich aktiv ist. Es gab, wie Sie wissen, zwei Weltgipfel zur Informationsgesellschaft in Genf und in Tunis. Die Bundesregierung hat an beiden Gipfeln aktiv teilgenommen. Das Wirtschaftsministerium hat jeweils die deutsche Delegation und die Beiträge koordiniert. Ich nehme an, dass nachher Herr Professor Kleinwächter auf diesen Bereich noch im Rahmen seines Statements näher eingehen wird. Also für uns war der Bereich, die Ermöglichung des Zugangs zum Internet auf internationaler Ebene, auch im Bereich der Entwicklungsländer, sehr voranzutreiben, auch ein wichtiger Punkt und auch in den Dialog einzutreten. Deswegen haben wir die Gipfel-Erklärung und dann nachher im Nachfolgeprozess des Tunis-Gipfels das sogenannte Internet-Governance-Forum, das allen Mitgliedsstaaten offensteht, Zugangsprobleme zum Internet, aber auch zu Fragen der Organisation des Internets, insbesondere des Namenssystems, also des DNS-Systems, im Internet zu erklären. Auch diese Dinge haben wir sehr stark unterstützt und insoweit auch sehr aktiv bei der Vorbereitung dieser Dinge mit der deutschen UNESCO-Kommission zusammengearbeitet. Hier sind sozusagen die Aktivitäten der Bundesregierung in Kürze zusammengefasst, die für das Thema heute eine Rolle spielen.

**Die Vorsitzende:** Das ist ja ein breiter Bogen. Ich glaube, da müssen wir nachher einige Dinge noch hinterfragen.

**Prof. Dr. Wolfgang Kleinwächter:** Vielen Dank, Frau Vorsitzende, meine sehr verehrten Damen und Herren, sehr geehrte Abgeordnete. Mein Name ist Wolfgang Kleinwächter. Ich bin Professor für Internet-Politik und Regulierung an der Universität in Aarhus. Ich bin seit mehr als zehn Jahren mit dem Thema Internet Governance befasst und war in verschiedenen Funktionen involviert sowohl in ICANN als auch in den Prozess des Weltgipfels zur Informationsgesellschaft (WSIS). Ich war Mitglied der UNO-Arbeitsgruppe für Internet Governance und bin gegenwärtig persönlicher Berater von Nitin Desai, dem Vorsitzenden des neuen Internet Governance Forums (IGF).

Das Thema Ihrer Anhörung ist sehr breit gefasst. Die Rolle der neuen Medien und des Internet im Rahmen der Auswärtigen Kulturpolitik wird weiter schnell wachsen. Insbesondere das so genannte Web 2.0 bietet auch und gerade für die Auswärtige Kulturpolitik neue innovative Möglichkeiten der Außendarstellung der Bundesrepublik Deutschland sowie der Beförderung der Kommunikation mit Bürgern anderer Länder.

Dem politischen und journalistischen Einfallsreichtum hat sich da ein weites Feld eröffnet. Gab es früher für diese Kommunikation die Grenzen von Zeit und Raum, so hat das Internet diese Grenzen beseitigt. All diese möglichen neuen Kommunikationen basieren auf einem einfachen Zugang zu den Kernressourcen des Internet und einem reibungslosen Management dieser Ressourcen, das die Sicherheit, Stabilität und Entwicklung des Internet garantiert.

Unter den Kernressourcen des Internet versteht man primär die Rootserver, die IP-Nummern und die Domainnamen. Die Rootserver werden benötigt, um zwischen verschiedenen Top Level Domains (TLD) wie .de oder .com zu kommunizieren. Die IP-Nummern werden benötigt, um die Computer zu adressieren, und der Domainname gibt Ihrer Email-Adresse oder Ihrer Website einen verständlichen Namen.

Das Management dieser globalen Ressourcen hat sich seit den 80er Jahren schrittweise entwickelt. Im Unterschied zum Management von Telekommunikation und Rundfunk, das durch Fernmelde- und Rundfunkgesetze zunächst national und später auch international geregelt wurde, entwickelte sich das Internet-Management nicht innerhalb eines von oben gesetzten Rechtsrahmens, sondern hat sich schrittweise von unten entwickelt, getrieben durch Innovationen der technischen Community sowie betroffenen und beteiligten Anbietern und Nutzern von Internet-Diensten aller Art.

Im Wesentlichen wurden die benötigten formellen Protokolle, die die universelle, von Zeit und Raum unabhängige Kommunikation in Schrift, Bild und Video ermöglichte, von nichtstaatlichen Organisationen entwickelt und erhielten de facto den Charakter einer Rechtsnorm. Von nicht unerheblicher Bedeutung für diese Entwicklung war auch der Fakt, dass es sich bei den Internetressourcen im Unterschied zu anderen Ressourcen um im Grunde genommen unbegrenzte Ressourcen handelt. Während das Frequenzspektrum natürlich begrenzt ist, gibt es de facto keine Grenzen für IP-Adressen und Domainnamen.

Auch das institutionelle Gefüge für das Management der Internetressourcen hat sich von unten entwickelt, allerdings unter der besonderen Situation der spezifischen Rolle der amerikanischen Regierung, die die Forschung zur Internetentwicklung finanzierte, zunächst bis Ende der 80er Jahre aus dem Haushalt des Verteidigungsministeriums, später unter Aufsicht des US-Handelsministeriums durch die National Science Foundation. Die Rolle der US-Regierung besteht im Wesentlichen darin, dass sie die Publikationen von Zone Files von Top Level Domains wie .com oder .em im Internet-Root autorisiert. Dabei handelt es sich um einen primär technischen Vorgang, der jedoch eine nicht unerhebliche politische

Symbolkraft besitzt, wenngleich hinzugefügt werden muss, dass diese Funktion nicht, wie gelegentlich fälschlicherweise behauptet, dazu missbraucht werden kann, um ganze Länder vom Internet abzuklemmen.

Als sich Mitte der 90er Jahre Pläne breit machten, das Internetmanagement zu internationalisieren, war es der Plan der Clinton-Administration, die Verwaltung dieser Ressourcen einer nicht kommerziellen privaten Corporation zu übertragen, die ICANN. Sie sollte nach einer Übergangsfrist von zwei Jahren allein für das Management der Internet-Kernressourcen zuständig sein. ICANN sollte ausschließlich von den Anbietern und Nutzern von Internet-Diensten geleitet werden. Regierungen sollten innerhalb von ICANN lediglich in einer beratenden Rolle über das sogenannte Governmental Advisory Committee vertreten sein. Zur Entlassung ICANNs in die Unabhängigkeit ist es aber nicht gekommen. Die Bush-Administration hat das Memorandum of Understanding mit ICANN immer wieder verlängert und vergangenes Jahr in ein Joint Project Agreement umgewandelt, das jetzt die Entlassung ICANNs aus der US-Aufsicht für den Oktober 2009 vorsieht.

Die ungelöste Frage der Aufsicht über die Internet-Ressourcen sowohl die Rolle von ICANN führte im Rahmen des UNO-Weltgipfels seit 2002 zu einer globalpolitischen Kontroverse. Die chinesische Regierung forderte, das Management dieser Ressourcen einer UNO-Organisation zu unterstellen. Die US-Regierung dagegen verteidigte das Prinzip der „private sector leadership“ und damit der Rolle von ICANN.

Die von UNO-Generalsekretär Kofi Annan einberufene Working Group kam zu dem Ergebnis, dass Internet Governance aber weit mehr ist als das Management der Internet-Kernressourcen, sondern auch Themen wie Cybersecurity, eCommerce, Schutz geistigen Eigentums, Meinungsäußerungsfreiheit, Schutz der Privatsphäre, Infrastruktur, Verbindungskosten usw. umfasst. Es schließt auch weit mehr Institutionen ein als ICANN. Daraus ergab sich, dass die Idee, eine zentrale Internetorganisation auf globaler Ebene zu schaffen, unpraktisch ist.

Ein Governance-System für das Internet besteht aus vielen Ebenen (Layern) und schließt viele Akteure (Player) ein. Aus diesem Grunde ist eine Zentralisation des Managements dieser Frage keine vernünftige Option. Kurz vor dem Tunis-Gipfel hatte die Europäische Union im September 2005 vorgeschlagen, ein neues Kooperationsmodell zu entwickeln, das auf diesem Gedanken der Public Private Partnership basiert. Im Ergebnis der ziemlich kontroversen Debatte um diesen Vorschlag einigte man sich schließlich auf einen aus zwei Komponenten bestehenden Kompromiss. Einerseits wurde ein Internet-Governance-Forum geschaffen, andererseits ein „Prozess der erweiterten Kooperation“ lanciert.



Das Internet-Governance-Forum wurde nicht als eine neue UNO-Organisation konzipiert, sondern als eine Multistakeholder Plattform, auf der Regierungen, Privatwirtschaft und Zivilgesellschaft in ihren spezifischen Rollen und Verantwortlichkeiten gleichberechtigt miteinander diskutieren, ohne dabei Entscheidungen zu fällen. Diese Entscheidungen sollten im Licht der IGF-Diskussionen von den zuständigen, mit einem Mandat ausgestatteten Institutionen gefällt werden, also für eCommerce die WTO und für den Schutz geistiger Eigentumsrechte die WIPO, für Multilingualismus die UNESCO, für Infrastruktur die ITU, für Domainnamen ICANN, für Internet-Protokolle die IETF usw.

Für den Prozess der erweiterten Zusammenarbeit wurden aber weder Weg noch Ziel definiert. Paragraph 69 der Tunis-Agenda legt lediglich fest, dass alle Regierungen gleichberechtigt in die Zusammenarbeit zur Gewährleistung der Stabilität und Sicherheit des Internet einbezogen sein sollten. Mit anderen Worten, dass die unilaterale US-Aufsicht über Teile der Internet-Ressourcen beendet werden sollte. Der Prozess der erweiterten Zusammenarbeit wurde aber von verschiedenen Gruppen unterschiedlich interpretiert. Die Chinesen wollen nach wie vor eine Regierungsbehörde, die Europäer setzen auf Private Public Partnership und die Amerikaner wollen keine strukturellen Änderungen am bestehenden System vornehmen.

Mittlerweise fand das erste Internet-Governance-Forum ziemlich erfolgreich in Athen statt, das zweite ist in Vorbereitung und findet im November 2007 in Rio statt, und für 2008 und 2009 haben die Planungen bereits begonnen. Der Prozess der erweiterten Kooperation ist dagegen nicht in Gang gekommen. Der noch von UNO-Generalsekretär Kofi Annan eingesetzte Facilitator Nitin Desai hatte im Mai 2006 Konsultationen mit Stakeholdern gestartet, dabei jedoch festgestellt, dass es keine Plattform für gemeinsame Schritte gibt. Das seither entstandene politische Vakuum hat nun bei den letzten IGF-Konsultationen vor zwei Wochen in Genf zu einem massiven Vorstoß der Regierungen von China, Russland, der Gruppe der 77 und GRULAC, der Gruppe lateinamerikanischer Staaten, geführt, die vom UN-Generalsekretär erwarten, dass er diesen in Tunis beschlossenen Prozess mit Leben erfüllt. Sie wollen auch, dass dieses Thema als eine der Schlüsselfragen beim bevorstehenden IGF in Rio in einer Plenarveranstaltung diskutiert wird.

Anstoßpunkt ist nach wie vor die Sonderrolle der USA-Regierung. Diese ist zwar durch das Joint Project Agreement (JPA) vom Oktober 2006 etwas abgemildert worden, im Grund genommen hat sich aber an den Aufsichtsmechanismen nichts geändert. Solange diese Sonderrolle, wie oben gesagt, technisch nicht nötig ist, um ein Funktionieren des Internet zu garantieren, fortgesetzt wird, werden viele Regierungen die etablierte institutionelle Konstruktion herausfordern. Das betrifft

auch neu entstehende Themen wie die Einführung neuer Top Level Domains, die Implementierung von internationalisierten Domains im Root oder die Verschlüsselung der Internet Root Zone Files mit DNSSec.

Nach wie vor ist auch unklar, wie ICANN, das ein eng technisch begrenztes Mandat hat, mit Themen umgeht, die offensichtlich eine politische Komponente haben. Jüngst wurde diese Top Level Domain .xx diskutiert, um ein virtuelles Rotlichtviertel im Internet zu schaffen, was abgelehnt wurde. Das betrifft aber auch datenschutzrechtliche Fragen im Zusammenhang mit der Whois Datenbasis und die Einführung neuer Top Level Domains.

Die Schwierigkeiten der Weiterentwicklung des Mechanismus für Internet Governance besteht darin, die richtige Balance zwischen dem Prinzip der private sector leadership beim Management dieser Ressourcen und der Wahrnehmung der politischen Verantwortung auf hoher Ebene durch Regierungen zu finden. Das Risiko ist groß, dass eine enge Definition der staatlichen Verantwortung zu einer Strangulierung des Internet führen kann, wonach zunächst grundlegende Freiheiten eingeschränkt und technische Entwicklungsmöglichkeiten verbaut werden und damit am Schluss das wirtschaftliche Potential des Internet ruiniert werden kann.

Ein anderes Risiko besteht in der Fragmentierung des Internet, die nicht zuletzt dann weiter stimuliert wird, wenn die US-Regierung an dem System der Autorisierung der Publikation von Root Zone Files für Top Level Domains im Internet Root festhält. Insbesondere große Länder und Märkte, die als primäre Kommunikationssprache eine Sprache verwenden, die sich nicht auf den ASCII Code reduzieren lässt – also z.B. chinesisch, russisch, arabisch oder persisch – könnten ermutigt werden, eigene alternative Root mit Root Zone Files in ihrem Buchstabengefüge aufzubauen, was im Endeffekt zu einem Auseinanderfallen des heute noch universalen Internet führen könnte.

Zwar hat sich die Infrastruktur und damit auch die Architektur des Internet bislang als robust und stabil gezeigt und konnte selbst mit massiven sogenannten „Distributed Denial of Service“-Attacken umgehen, das muss aber nicht so bleiben. Das Internet eröffnet nicht nur neue unbegrenzte Möglichkeiten für einen konstruktiven Gebrauch, es eröffnen sich auch Optionen für einen destruktiven Missbrauch.

Für alle diese Herausforderungen gibt es Lösungen, sowohl politische als auch technische. Die Gefahr eines neuen kalten Internetkrieges kann gebannt werden. Dazu bedarf es aber einer intensiven Kommunikation und neuer innovativer Formen der Koordination und Kooperation zwischen den unmittelbar beteiligten und betroffenen staatlichen und nichtstaatlichen Stakeholdern auf globaler wie auf regionaler und nationaler Ebene.

Der Cyberspace ist noch immer eine „Terra Incognita“, ein unentdecktes Territorium. Rahmenbedingungen zu schaffen, die ermöglichen, dieses Territorium weiter zu entdecken und neue, unergründliche Potentiale zu erschließen, ist nicht zuletzt Aufgabe der Politik. Dazu bedarf es in erster Linie einer weiteren Stärkung der Freiheits- und Menschenrechte der individuellen Nutzer und der Freiheiten für wirtschaftlich relevante Innovationen und Kreationen, ohne dabei die Stabilität und Sicherheit des Internet zu gefährden. Diese Balance zwischen Flexibilität und Stabilität, zwischen Freiheit und Sicherheit im Cyberspace zu finden, gehört zu den großen Herausforderungen der Globalpolitik im nächsten Jahrzehnt.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

**Guido Baumhauer (DW):** Danke schön, Frau Vorsitzende, meine sehr verehrten Damen und Herren. Ich versuche, in den nächsten zehn Minuten die Quadratur des Kreises, indem ich die Themen des Internet, die so breit sind, wie sie ja hier schon angeklungen sind, aus der Sicht der Deutschen Welle zu schildern. Ich habe Ihnen eine Menge Erfahrungen mitgebracht, eine Menge Anregungen, aber auch eine Menge Fragen, die wir haben, die vielleicht gleich mit in die anschließende Diskussion eingebaut werden können.

Eines ist vorneweg ganz klar: das ist für uns der Startpunkt. Das, was wir im Moment sehen, sind sich rapide, schnell, massiv verändernde Medienmärkte. Das passiert überall auf der Welt. Wir sehen die ganzen Stichworte, die wir eben schon haben anklingen hören: Digitalisierung, Medienkonvergenz – all das nimmt zu. Und das Internet, ohne dass man die ganzen Zahlen lesen muss, ist nichts anderes als der Beleg dafür, über was wir hier reden. Das Internet ist mittlerweile ein Massenmedium. Mehr als eine Milliarde Menschen sind online, ungeachtet der Frage, dass diese Menschen über ein höheres Einkommen als der Durchschnitt verfügen, oder ein höheres Bildungsniveau. Wir reden über eine Milliarde Menschen, die man auf diesen Wegen und auch über neue Medien schon erreichen kann. Die Zunahme von Breitbandanschlüssen in der Welt führt auch dazu, dass das Internet mittlerweile anders genutzt wird. In ersten Regionen, gerade in der westlichen Welt, ist dies schon sehr deutlich zu spüren. Das heißt, es wird mehr Video genutzt, mehr Audio, all die Dinge, die im Grunde genommen zu der Startphase des Internet noch keine große Rolle gespielt haben. Das alles führt zu einer veränderten Mediennutzung. Weg vom Linearen, so sah das ja damals alles chic aus, hin zum Non-Linearen, also zu vielen verschiedenen Endgeräten, von denen viele mobil sind. Die Leute können Inhalte mittlerweile auch mitnehmen und an anderen Stellen konsumieren. Damit sage ich nicht, dass die gesamte lineare Art und Weise, Medien zu konsumieren und Inhalte zu nutzen, passé ist. Das ist hier kein Abgesang auf

Fernsehen oder Radio in der klassischen Form. Aber diese Form der Nutzung kommt eben noch zusätzlich dazu.

Wir haben neue Plattformen. All diese Begriffe sind für viele neu. Plötzlich taucht „Joost“ auf, ein Name, der noch vor einem halben Jahr überhaupt kein Thema war, als eine so genannte P2P-Plattform, über die Fernsehen oder Videoinhalte geschaut werden kann. iToons, google, YouTube – all diese Namen haben sich mittlerweile bei uns ja schon eingebürgert und gehören mit zu unserem Alltagsgebrauch. Was diese Plattformen eigentlich genau sind, was sie für Möglichkeiten bieten und auch welche Gefahr in ihnen steckt, so hundertprozentig klar ist das noch gar nicht. Aber wir als Deutsche Welle nutzen sie mittlerweile, um Menschen im Ausland zu erreichen. Dinge wie Livestreams sind heute genauso selbstverständlich, wie wir früher gesagt haben, wir müssen jemanden besuchen fahren. Mobile Dienste, onDemand-Dienste – all diese Dinge sind schon da. Podcasting – was ist eigentlich Podcasting? Jeder benutzt das Wort gerne mal, aber wenn Sie eine Umfrage machen, dann stellen Sie fest, die meisten Leute wissen gar nicht, was es ist. Aber vielleicht hat es der eine oder andere schon auf seinem MP3-Player und hat irgendwas abonniert, weiß aber gar nicht, dass es Podcasting heißt. Wenn man es einmal benutzt hat, dann macht es schon eine ganze Menge Spaß, zu spüren, dass man unabhängig von allen möglichen Sendezeiten plötzlich Dinge konsumieren kann. IPTV – wir können lange Streitfälle und lange Diskussionen darüber führen was das eigentlich ist. IP steht für Internetprotokoll – hat das was mit Internet zu tun? Und wenn ich mir dann IPTV-Fernsehen anschau, dann ist das nichts anderes, als dass ich in meinem Wohnzimmer sitze, habe eine kleine Set-Top-Box, und wenn dort keine zusätzlichen Dienste, sogenannte interaktive Mehrwertdienste drauf sind, dann spüre ich da keinen Unterschied. Das heißt, da kommt das Signal plötzlich über das Internet. All das revolutioniert natürlich, verändert eben auch die Nutzungsform.

Für uns als Deutsche Welle gibt es eine Sache, die uns durchaus schwerer atmen lässt. Wir haben mehr Wettbewerb, mehr Wettbewerber, auf die wir mittlerweile treffen. Die Alleinstellungsmerkmale, an die wir uns durchaus über viele Jahre und Jahrzehnte schon gewöhnt haben, wir sind die Einzigen, die ein Signal an das andere Ende der Welt bekommen, das ist längst passé. Das können andere mittlerweile auch.

Wir haben auf der einen Seite Medienmärkte, die sich verstärkt liberalisieren. Die Märkte, die vorher noch von uns bedient werden wollten, haben mittlerweile ihre eigenen regionalen, nationalen und lokalen Anbieter. Wir haben neue Spieler im Wettbewerb, das heißt, dass andere internationale Anbieter auftauchen, von Al Jazeera über France 24. Was die Franzosen machen, das ist der eine Teil. Auf der anderen Seite sind aber diese neuen Wettbewerber auch wir alle. Jeder

Endverbraucher wird gleichzeitig auch zum Produzenten. Er kann es werden. Und wer im letzten Jahr mitbekommen hat, dass so ein Grimme Online-Preis an Ehrensenft geht, das wird dann ganz nett verkauft. Das ist dann eine furchtbar nette junge Studentin aus dem Rhein-Sieg Kreis, die macht jetzt halt Fernsehen und hat pro Videosendung, die sie anbietet, zum Download ca. 30.000 bis 40.000 Zuschauer. Die Tagesschau ist froh, wenn sie mit ihrem Download 10.000 Leute holt. Das heißt, plötzlich ist jemand, den niemand vorher kannte, in der Lage, dem vermeintlich traditionellen Anbieter durchaus Paroli zu bieten. Auch hier, bitte nicht missverstehen, ich sage nicht, das verändert sich alles, alles dreht sich auf den Kopf. Aber diese neuen Möglichkeiten sind da und für uns steht die Frage, wie gehen wir damit um?

Wie gehen wir vor allem damit um, wenn dieser schöne Spruch „alles ist überall und jederzeit verfügbar“ doch schon längst Realität ist? Was bedeutet das für Alleinstellungsmerkmale, die man vorher noch hatte, und plötzlich eben nicht mehr? Aus Sicht der Nutzer gibt es eine ganz klassische Rollenverschiebung oder eine neue Rollendefinition. Zu sagen, ich bin nur Konsument, ist meines Erachtens längst passé. Der, der konsumiert, ist gleichzeitig auch der, der mitentscheidet, wann er was konsumiert, damit wird er zum Programmdirektor. Ich kann nicht mehr entscheiden, auch als Deutsche Welle nicht, als ARD nicht, wann jemand etwas zu sehen oder zu hören hat, sondern da wird mit entschieden, und er wird, wie eben schon erwähnt, eben auch zum Anbieter von den Inhalten. Das heißt, für alle, die traditionelle Medien in diesem Kontext anbieten, egal ob in Deutschland, also national begrenzt oder eben international, ein klassischer Kontrollverlust.

Wenn wir dann noch dazu diese Begriffe hören, eben wurden einige davon schon genannt, wie Web 2.0, Weblogs, User Generated Content. All diese Dinge klingen in den Ohren. Die Frage ist nur, wie gehen wir damit um? Wie gehen wir damit, dass es so etwas gibt? Ja, wir wollen das irgendwie integrieren, aber wie integriert man so etwas dann? Wie integriert man Inhalte von jedem Menschen, der nutzt, und stellt trotzdem sicher, dass das, was dann mit dem eigenen Namen verknüpft wird, auf eigenen Plattformen angeboten wird, trotzdem noch einen gewissen Gehalt hat oder aber nicht inhaltlich abdriftet?

Ein wichtiger Punkt auch in diesen sich ändernden Medienmärkten: wie funktioniert ein Zugang zu Medien? 20:00 Uhr, Tagesschau, Wohnzimmer, Sofa – alles klar, ganz einfach. Mittlerweile suchen Leute über Suchmaschinen. Was suchen sie? Sie suchen Inhalte, sie suchen vielleicht auch einen Namen, dass nennt man dann neudeutsch eine „Brand“. Mag sein, dass sie dann nach „Tagesschau“ suchen, mag sein, dass sie aber auch einfach nur „Nachrichten“ eingeben und plötzlich an Dinge

gelangen, die wir so gar nicht gedacht haben, und damit eben auch weiter wir alle in der Gefahr stehen, marginalisiert zu werden.

Es gibt immer mehr Nischenangebote und mit diesen Nischen wächst auf der einen Seite das Bedürfnis, Inhalte zu bekommen, die für mich, wenn ich in meiner Region lebe, in meinem Viertel lebe, eine hohe Relevanz, eine Bedeutung haben. Das heißt aber auch, diese Inhalte müssen entweder regionalisiert sein, also einen direkten Bezug zu mir haben. Je weiter diese Inhalte von mir weg sind, desto mehr ziehe ich die Schultern hoch und sage mir, was interessiert das mich. Sie kennen alle den Satz, wenn in China ein Sack Reis umfällt. Was hat das mit mir direkt zu tun? Aber diese Möglichkeiten, dass es diese Nischen gibt, führen auch dazu, dass natürlich auf der anderen Seite diese Bedürfnisse möglichst zielgenau befriedigt werden wollen. Dass jemand, der Inhalte konsumiert, möchte auch etwas bekommen, was auf ihn personalisiert zugeschnitten ist. Wir reden nicht darüber, dass jeder Nutzer so ist. Es gibt noch genug Leute, die wie meine Großmutter am liebsten auf dem Sofa sitzen und nur mal gucken, was so läuft. Aber daneben gibt es auch die viel aktiveren Nutzer, die diese neuen Formen wollen. Das heißt für uns im Klartext: wir müssen Inhalte auf diese Nutzer zuschneiden, wenn wir für sie eine Bedeutung haben wollen. Und die Art und Weise, wie wir die Inhalte distribuieren, kann keine Schrotflinte sein. Es kann nicht sein, dass wir sagen, es ist doch alles irgendwie da. Ihr müsst nur gucken, dass ihr es findet, sondern wir müssen es möglichst nah an die Menschen herankommen. Und der Satz „Content is King“ – ja, er stimmt, als Distributionsdirektor sage ich durchaus noch gerne: „Delivery is King Kong“. Also es passt schon beides, es muss beides zusammenpassen, der Inhalt und der Distributionsweg. Und, wenn Sie mir erlauben, ich hoffe, dass Sie nicht gleich die Glocke nach mir werfen, wenn ich sage, unser Fazit ist: die Welt wartet nicht auf Deutschland. Das muss uns klar sein. Wenn wir uns in dieser neuen Medienwelt nicht vernünftig positionieren, dann werden wir feststellen, dass diese Sorge der Marginalisierung durchaus eben auch uns trifft. Als Deutsche Welle, waren wir von Anfang an bei ganz vielen Dingen mit dabei. 1994 die erste ARD-Anstalt im Internet. Wir waren damit drei Jahre vor der BBC online. Wir sind die ersten, die auch 1994 Audio-Streaming gemacht haben. Da haben alle die Schulter gezuckt und gesagt, was macht ihr denn für einen Quatsch? Es benutzt doch keiner das Internet zum Radiohören. Heute ist es natürlich normal, dass man so etwas tut. Wir waren die ersten, die Audio-Podcasts angeboten haben, die ersten, die Video-Podcasting gemacht haben. Mittlerweile haben wir ein riesiges Portfolio an Podcasts. Und jetzt sind wir seit einem Monat der erste deutsche Sender, der auf YouTube einen eigenen Kanal hat. Und trotzdem sage ich selber, obwohl ich dafür mitverantwortlich bin, na toll, und was sagt uns das jetzt? Noch überhaupt nichts. Weil wir damit nur auf einer Plattform sind, von der wir hoffen, dass sie so nah an den Menschen dran

ist, die wir erreichen wollen, dass wir darüber neue Zielgruppen erschließen können. Und das ist ein ganz wichtiger Punkt, daran eben nicht in Schönheit zu sterben und dafür nur Ruhm und Ehre dafür zu bekommen, sondern das muss auch messbar sein.

Und damit kommen wir zu den letzten Punkten. Wenn ich unterstelle, dass wir diesen Umdenkprozess aktiv betreiben müssen, was ist dann die Konsequenz daraus? Die Konsequenz für uns versteckt sich in diesem wunderschönen Schaubild, auch das hat so ein bisschen etwas von einem Sehtest beim Augenarzt. Der Begriff, der sich in diesem Schaubild verbirgt ist die Multiplattformstrategie. Was damit gemeint ist? Das was Sie hier zu Ihrer Linken sehen, das sind die klassischen, die traditionellen Medien wie TV, Radio und Online. Faktisch steht da zwar TV, gemeint ist aber auch Video. Da steht Radio, gemeint ist aber auch Audio. Und diese Inhalte, wenn da Online steht, damit ist eben auch gemeint Text, Grafik, Bild. Diese Inhalte werden auf verschiedenen Plattformen ausgespielt. Das kann ein Podcast sein, ein Mobil-Angebot, es kann die klassische Radiosendung sein genauso wie ein IPTV etc., auch einige Plattformen, von denen wir vielleicht vor kurzem noch gar nicht wussten, dass es sie gibt, dass sie kommen.

Das sind die damit verbundenen Kernfragen, die wir uns als Deutsche Welle stellen, von denen ich behaupten würde, dass sie für jeden gelten, der versucht, im Ausland Menschen zu erreichen. Das ist zunächst mal, und das klingt extrem banal, und trotzdem halte ich es für die Kernfrage, wer genau ist die Zielgruppe, die wir erreichen wollen? Was heißt es, wir wollen da einen Multiplikator erreichen? Was heißt es, wenn ich sage, die Deutsche Welle verfügt über ein 30-sprachiges Angebot; kann ich es ernsthaft auf eine Sprache herunter brechen? Reicht das, wenn ich sage, ich möchte eine arabische Zielgruppe erreichen? Oder ist nicht der Araber in Ägypten wieder ein ganz anderer als der in den Vereinigten Arabischen Emiraten? Also nicht nur die Sprache ist die Ebene, sondern faktisch reden wir darüber, die Zielgruppe pro Land zu definieren. Das ist der erste Schritt.

Der zweite Schritt ist, für jede dieser Zielgruppen die Inhalte zu definieren, um eben genau das anzubieten, was dort jemand möchte. Das heißt, wir reden auch darüber, ich benutze mal die Formulierung, einen kleinen Köder auszulegen, und zu sagen, da ist etwas, was du magst und was anderes verkaufe ich dir aber gleich mit dazu. Weil es nicht so sein wird, dass automatisch nur jemand sagt: „oh Deutschland“, da wollte ich schon immer mal nach suchen. Das passiert nicht automatisch. Das heißt aber auch, diese Inhalte für diese Zielgruppen zu regionalisieren oder jemandem das Gefühl zu geben, das ist was für dich, das ist nicht etwas, was zufällig da liegt, sondern das habe ich im Grunde genommen für dich konfektioniert. Und damit sind wir bei dem und darüber kann auch keine PowerPoint-Präsentation hinwegtäuschen,

was natürlich für die Deutsche Welle im Moment ein ziemliches Erdbeben ist, was das Unternehmen angeht. Wir reden darüber, dass die traditionellen Strukturen, Organisationsstrukturen nicht mehr kompatibel zu dieser Form der Produktionsnotwendigkeiten sind. Das heißt, im Idealfall berufe ich die Hilfe des Papstes ein. Wir brauchen den Papst, auf Englisch „Pope“- das steht für „produce once - publish everywhere“. Klingt wunderbar. Einmal produzieren, auf allen Plattformen anbieten, dann macht man ein schönes Schaubild dazu und gibt jedem den Eindruck, das ist alles ganz einfach. So einfach ist das halt nicht. Wenn ich eine Radiosendung produziere und die als Podcast anbiete mag es sein, dass sie funktioniert, dass sie auch wirklich von Menschen downgeloadet wird. Kann aber auch sein, dass das nicht so ist. Ich muss sie also noch mal anpacken, ich muss sie neu konfektionieren. Und dann packe ich diese Dinge an. Das heißt, um diesen Mehrwert zu erzeugen muss ich mehr Arbeit aufwenden. Das heißt, diese neuen Produktionen führen dazu, dass plötzlich Menschen, die vorher nicht zusammen gearbeitet haben nun miteinander arbeiten. Das bedeutet für uns schon einen ziemlich deutlichen Umorganisationsprozess, vor dem wir stehen.

Stichwort Vertrieb: hinter jeder dieser Plattformen steht ein neues Vertriebsdenken, denn was heißt es, ich bin auf YouTube, ich bin auf iToons? Kommt dann jeder automatisch und sagt, na toll, dass die Deutsche Welle mit ihren Inhalten da ist? Was ist mit unseren eigenen Angeboten, die wir haben? Das heißt, auch hier gilt es, möglichst nah ran an die Endverbraucher zu kommen und im Grunde genommen genauso auch bis hin zu dem Punkt zu gehen, wo man sagt, na ja, es mag mehr Sinn machen, mit einem Partner vor Ort sogar etwas zu ko-produzieren und dadurch möglichst nah ran an einen Markt zu gehen.

Immer wenn Auswärtige Kulturpolitik aktiv wird, wird irgendwann die Frage gestellt, was hat uns das eigentlich gebracht? Also das große Wort der Evaluation. Im Moment bieten uns die neuen Medien auf der einen Seite die Chance, vielleicht auch die Illusion, dass man Dinge besser messen kann. Das ist sehr real. Jeder User, der bei uns auf den Seiten ist, oder irgendein Mobilangebot abrufen, hinterlässt seinen Abdruck. Je mehr ich versuchen kann, über diese Leute herauszubekommen, desto mehr kriege ich raus wo sie herkommen. Das sind neue Möglichkeiten, die ich in der Form bei Fernsehen und Radio nicht habe. Ich muss mir immer die Frage stellen: was genau heißt eigentlich Relevanz? Wann ist so ein Angebot relevant für mich? Wenn es welche Zielgruppen erreicht? Wenn es welche Größe erreicht? Wenn es wie viele Page Impressions oder Unique Users bekommt? Das mag zunächst so klingen, und ich hoffe, dass Sie das nicht missverstehen, also irgendwie wissen die doch nicht richtig was sie tun. Trotzdem, finde ich, muss eines auch klar sein. In diesen Medienmärkten gibt es immer auch nur Trial and Error. Wir werden immer eine Menge ausprobieren müssen in der Hoffnung, dass es passt. Wir werden immer



feststellen, dass das, was in einem Land wunderbar funktioniert und ein großer Erfolg ist im Nachbarland schon nicht mehr funktioniert. Wenn wir uns das alles erlauben, im Sinne von auch die Fehler erlauben und uns sehr offen damit auseinandersetzen, dann, und meines Erachtens auch nur dann, können wir ernsthaft sagen, dass in den Möglichkeiten der neuen Medien wirklich auch eine Chance liegt für Deutschland, für die Deutsche Welle, und nicht nur eine Gefahr.

Danke schön.

**Monika Haberer:** Guten Tag, verehrte Frau Vorsitzende, sehr geehrte Damen und Herren. Mein Name ist Monika Haberer. Ich komme von der TU Kaiserslautern. Ich bin dort im Bereich e-Learning beschäftigt. Meine Beschäftigung mit dem heutigen Thema geht auf das Jahr 2000 zurück. Damals habe ich eine Magisterarbeit mit dem Thema „Die Herausforderungen der neuen Medien für die Auswärtige Kulturpolitik - Ein interkultureller Vergleich zwischen Deutschland, Frankreich und Quebec“ verfasst. Ich möchte heute diese Arbeit als Ausgangspunkt für meine weiteren Ausführungen benutzen und daraufhin einen Bogen in das Jahr 2007 spannen. Somit erhalten Sie auch einen kleinen Eindruck von den Entwicklungen der letzten Jahre.

Kurz also zu meiner Arbeit. Das war eine Kultur vergleichende Arbeit unter Berücksichtigung sozialwissenschaftlicher und medienwissenschaftlicher Ansätze. Sie beinhaltet einen Analyseteil mit dem Focus auf der Internet-Präsenz von Akteuren, dem Auswärtigen Amt, dem Verein für Internationale Zusammenarbeit, mit dem Portal Deutsche Kultur International, dem Goethe-Institut Inter Nationes, dem Institut für Auslandsbeziehungen und dem Haus der Kulturen der Welt. Diese Auswahl ergab sich einerseits aus den Analyse Kriterien, die ich Ihnen auch noch vorstellen werde, andererseits aber auch aus dem damaligen Ausbau der jeweiligen Angebote. Die Analyse Kriterien waren damals Selbstdarstellung, die Selbstdarstellung des Landes und das Marketing der eigenen Institution. Es ging in einem weiteren Punkt um das Kulturverständnis und in einem dritten Punkt um die Anpassung an die Möglichkeiten des Mediums Internet. Und da war mein Schwerpunkt insbesondere auf Projekten im kulturell-künstlerischen Bereich.

Kurz die Ergebnisse: Es bestand 2000 ein hoher Verzweigungsgrad der Informationen über Deutschland. Vielfach waren die über Datenbanken oder Linklisten abrufbar, die die Mittler zur Verfügung stellten. Deutschland-Informationen in umfangreicherer Form waren nicht an zentraler Stelle abzurufen, zum Beispiel auf der Webpräsenz des Auswärtigen Amtes. Sie waren vielmehr häufig Bestandteil von Lehrmaterialien oder inhaltlichen Projekten, also von Goethe-Institut oder Inter

Nationales. In Planung war damals schon das Deutschland-Portal, das es jetzt auch gibt. Darauf komme ich dann später zurück.

Was das Analysekriterium Kulturverständnis betrifft, da hat sich der erweiterte offene Kulturbegriff widergespiegelt und auch das Dialogprinzip, das der Auswärtigen Kulturpolitik zugrunde liegt. Zu den Ergebnissen im Bereich Möglichkeiten des Mediums Internet: Die damals schon zum Abruf bereitgestellten multimedialen Elemente, also Audio und Video, zum Beispiel Mitschnitte von Konferenzen etc. waren da. Sie waren aber vergleichsweise geringer als zum Beispiel in Frankreich. Es ließ sich eine gewisse Offenheit der Angebote durch die Nutzung der Möglichkeiten der Hyperlinkstruktur ausmachen. In diesem Fall ist es als positives Charakteristikum gemeint, weil damit keine reine Beschränkung auf das Angebot der offiziellen Stellen gegeben war. Die Interaktivität und Kommunikationsangebote zum Beispiel in Form von Online-Diskussionen, fortschreitenden Web-Projekten oder Online-Sprachkursen konnte festgestellt werden, darüber hinaus fanden Internet Kunst- und Web-Ausstellungen im Angebot der deutschen Mittler Berücksichtigung. Dennoch, als allgemeines Fazit, lässt sich ableiten, dass das Medium Internet vielfach in seiner Rolle als Informationsträger oder zur Dokumentation von Offline-Veranstaltungen genutzt wurde. Es ließ sich weiterhin feststellen, dass die interaktiven Möglichkeiten des Mediums insbesondere Ausprägung im Sprachlernbereich fanden und dass der interpersonelle Kulturdialog und die künstlerische Produktion im Netz eine vergleichsweise geringe Rolle spielten. Daher war also das Internet als Ergänzung der Arbeit der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik zu sehen. Der damals sehr diskutierte Paradigmenwechsel war nicht zu erkennen.

Meine Beobachtung in 2007: zunächst sticht natürlich ins Auge, dass die Web-Auftritte der einzelnen Akteure in den vergangenen Jahren mehrfach inhaltlich neu gestaltet und an die technischen und ästhetischen Entwicklungen angepasst wurden. Als Beispiel habe ich das Goethe-Institut gewählt. Seit 1995 gab es da fünf Umgestaltungen von Layout und Struktur. Der Umfang der Seitenzahlen stieg von 17.000 in 1999 auf 120.000 in 2005 an. Das Goethe-Institut berichtet von 2,5 Millionen Zugriffen monatlich und von 300 Redakteuren, die an 130 Goethe-Instituten dafür zuständig sind. Das bringt natürlich eine strukturelle Angleichung an die Aufgabenfelder innerhalb der Institutionen mit sich.

Zu dem Bereich Selbstdarstellung 2007: die damals festgestellte Vielfalt der Angebote bleibt bzw. hat sich erhöht. Im Bereich Informationen zu Deutschland findet man das bereits erwähnte Deutschland-Portal, das sehr gut platziert und durch Suchmaschinen sehr gut aufzusuchen, aber teilweise konzeptionell nicht ganz ausgereift ist. Es gibt darüber hinaus „Tatsachen über Deutschland“, „Handbuch

Deutschland“, „Magazin Deutschland“, „Young Germany“. Dies sind alles Angebote, die unter Beteiligung des Auswärtigen Amtes oder ähnlicher Stellen lanciert wurden und teilweise auch unterschiedliche Zielgruppen betreffen.

Zu den Informationen zum Studienstandort Deutschland ergibt sich ein ähnlich breites Bild. Wir haben zum Beispiel „Study in Germany“ von der Deutschen Welle, wir haben entsprechende Informationen vom DAAD, wir haben das Portal „High Potentials“ usw. Also da gibt es noch eine lange Liste.

Im Vergleich zu damals, da gab es immer schonen dieses übergeordnete Portal „Deutsche Kultur International“, ist jetzt auch eine gelungene Bündelung auf dem Web-Angebot des Auswärtigen Amtes zu finden. All diese Informationen gibt es auf eine sehr übersichtliche Art und Weise.

Zum Spannungsfeld der genannten Bereiche Information, Dokumentation, Interaktion und künstlerische Produktion: Da lassen sich eigentlich die prognostizierten Trends von 2000 wiedererkennen. Der Informations- und Dokumentationsaspekt ist bei den Anbietern weiterhin sehr ....., in diesem Bereich lässt sich auch eine große Fülle von Multimedialität feststellen. Es gibt Musikhörbeispiele, Aufzeichnung von Konferenzen, Ausschreibung von Informationsmagazinen etc. Weiterhin werden interaktive Web-Anwendungen und multimediale Internetprojekte im künstlerischen Bereich lanciert. Hierbei gibt es meiner Einschätzung nach durchaus aber noch Ausbaumöglichkeiten, zum Beispiel im Literaturbereich. Und wie zu erwarten war, ist die Produktion von Materialien und die Erstellung von interaktiven Kurskonzepten, insbesondere im Sprachbereich, angewachsen. Mittlerweile sieht das Goethe-Institut zum Beispiel sogar ein Fernkursangebot vor, aber auch die Deutsche Welle ist in diesem Bereich sehr aktiv.

Noch einige wenige Bemerkungen zur Nutzung der neuen Anwendungen und Technologien des Web 2.0, hier schon wieder der Begriff, das als sogenanntes Mitmachnetz Kommunikations- und Interaktionsprozesse fördern kann. Die Akteure der Auswärtigen Kulturpolitik haben begonnen, Anwendungen wie Podcast, Blogs und RSS-Feeds in ihr Web-Angebot zu integrieren. Ein sehr ausgeprägtes Angebot hat die Deutsche Welle, da ist Herr Baumhauer ja schon drauf eingegangen, mit Nachrichten und Sprachlernmaterialien als Podcast, mit Angeboten für mobile Endgeräte etc.

Das Goethe-Institut nutzt Blogs zur Dokumentation künstlerischer Tätigkeiten, gibt Kulturberichte über Podcast aus, hat zu jedem inhaltlichen Bereich bereits ein Informationsangebot über RSS-Feeds, allerdings ist das noch sehr im Aufbau begriffen. „Young Germany“ ist auch so ein Beispiel für ein Portal, das die Technologien zum Austausch und zur Übermittlung von Sprachlernangeboten nutzt.

Hier besteht in jedem Fall Ausbaupotential, insbesondere weil durch diese Anwendungen in der Kulturbegegnung Austauschmöglichkeiten bestehen und die Benutzergewohnheiten einer jüngeren Generation angepasst sind. Und natürlich eignet sich der Einsatz von Podcast z.B. in einem gewissen Rahmen auch im Sprachlernbereich.

Bevor ich zum Ende komme, noch einige Beobachtungen zum Thema „Digital Divide“. Der Zugang zu Internet und Computer ist natürlich nur für einen Teil der Zielgruppe gewährleistet. PC- und Internetarbeitsplätze zum Beispiel an Informationszentren der Goethe-Institute werden verfügbar gemacht oder werden mit Hilfe der Medienprogramme und des Instituts für Auswärtsbeziehungen eingerichtet. Es gibt mittlerweile Kompetenzvermittlungsangebote im Umgang mit den neuen Informationstechnologien und -ressourcen. InWEnt bietet da Angebote an, aber auch hier besteht nach meiner derzeitigen Einschätzungsweise Ausbaupotential.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

**Die Vorsitzende:** Vielen Dank an alle Vier für Ihre Ausführungen. Für das Gesamtverständnis ist sicherlich auch sehr wichtig, dass wir jeden angehört haben. Wir haben übrigens heute kompetente Vertretung im Ausschuss. Einmal den Vorsitzenden des Ausschusses für Kultur und Medien, Herrn Otto, und den Vorsitzenden des Unterausschusses Neue Medien, der sich ganz explizit mit der heutigen Thematik beschäftigt. Aber heute geht es um Auswärtige Kulturpolitik.

Ich stelle meine eigenen Fragen gern zurück und möchte meinen Kolleginnen und Kollegen jetzt das Wort geben. Bitte.

**Abg. Dr. Uschi Eid, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN:** Ich habe an Herrn Professor Kleinwächter und an Frau Haberer eine Frage. Erst einmal an Herrn Professor Kleinwächter die Frage: Haben Sie sich das Internet-Angebot zur Auswärtigen Kulturpolitik der Bundesrepublik angeschaut und wie bewerten Sie es? Wir sprechen ja heute über die Rolle der neuen Medien und des Internet im Rahmen der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik und unsere Aufgabe, so wie ich es begreife, besteht ja darin, zu gucken, ob das, was die Bundesregierung anbietet, ob das sozusagen auch dem Auge der Expertinnen und Experten standhält. Also ist es angemessen, ist es Adressaten-spezifisch, ist es auf dem neuesten Stand? Frau Haberer hat es ja anhand ihrer Arbeit untersucht. Herrn Weismann das zu fragen, halte ich nicht für angebracht. Deswegen, Sie sind ja hier Vertreter auch der Bundesregierung, und insofern möchte ich diese Frage an Sie nicht stellen. Aber an Sie, Herr Kleinwächter, noch eine zweite Frage zu Ihrem eigentlichen Thema. Ich habe das ein bisschen verfolgt und fand das sehr spannend, was Sie dargestellt haben. Meine Frage: Dieses Internet Governance-Forum als

Multistakeholderplattform, korrigieren Sie mich, wenn ich das völlig falsch sehe. Wir haben eine Parallelentwicklung zum Beispiel bei der Organisation, die zuständig ist bei der UNO für Menschenrechte. Da haben wir versucht, sozusagen die Menschenrechtsverletzer durch eine Neukonstruktion aus verantwortungsvollen Positionen in dem UNO-Menschenrechtsgremium herauszuhalten. Das ist uns nicht ganz gelungen. Wenn ich jetzt höre, dass China in diesem Rahmen eine mächtige Rolle spielt und da ziemlich Mitsprache hat bei dem Internet-Management, da läuft es mir heiß und kalt den Rücken runter. Also da finde ich mich viel besser aufgehoben in US-amerikanischen Händen, um das mal sehr deutlich zu sagen, weil selbst bei politischen Entscheidungen, die die Bush-Administration fällt, wo ich nicht zustimme, ist aber trotzdem der freiheitliche Gedanke und der freiheitliche Ansatz, nämlich Informations- und Meinungsfreiheit zu verteidigen, da sind mir die Amerikaner glaubwürdiger als die Chinesen. Frage an Herrn Professor Kleinwächter: Wie schätzen Sie das ein in solchen Multistakeholderplattformen, wo dann Mächte wie China eine große Rolle spielen, die nachweislich gerade im Internet nicht die Vorkämpfer für Freiheit sind?

**Prof. Dr. Wolfgang Kleinwächter:** Sie haben völlig Recht. Man muss sehr genau hinschauen, dass bei bestimmten Entwicklungen nicht zum Schluss der Bock zum Gärtner gemacht wird. Der Punkt ist der, dass die gewachsene Rolle der US-Regierung, die sie, das muss man fairerweise hinzufügen, bislang kein einziges mal missbraucht hat, und die Welt sollte dankbar dafür sein, dass die USA der Welt das Internet geschenkt hat. Das ist ja ein ganz wichtiger Punkt. Wir sind alle Nutznießer einer Entwicklung, die, aus welchen Gründen auch immer, in den 60er, 70er Jahren in den USA begonnen hat und nicht anderswo. Man sollte aber nicht unterschätzen, dass diese Funktion, die die US-Regierung ausübt, die, wie ich sagte, materiell-technischer Natur ist, aber eine hochpolitische Symbolkraft hat. Und so lange die US-Regierung sich hier nicht bewegt, lädt sie andere dazu ein, das zum Anlass zu nehmen, um das, was ich als die Gefahr eines neuen kalten Internetkrieges genannt habe.

Es ist eben relativ einfach für die chinesische Regierung und auch für die russische Regierung, die sich erstmals in Genf vor 14 Tagen sich sehr ausdrücklich zu diesem Thema plötzlich artikuliert hat, zu sagen, bitteschön, der Prozess einer Corporation ist beschlossen worden und es ist nichts passiert. Insofern wäre meine Empfehlung an die Bundesregierung oder an die Europäische Union, mehr proaktiv zu sein und mit innovativen Modellen zu kommen, um dieses Feld zu besetzen. Wenn man passiv bleibt, dann lädt man andere dazu ein, dieses Feld zu besetzen und es in eine Richtung zu drängen, die in der Tat jene Risiken in sich trägt, die Sie genannt haben: Einschränkungen Meinungsfreiheit, Einschränkung auch wirtschaftlicher Innovationsmöglichkeiten, Fragmentierung des Internet etc. Und da ist also eine

passive Herangehensweise nach der Devise: Tunis hat das Problem gelöst, jetzt können wir im Grunde genommen weitermachen so wie bisher. Das wird der Herausforderung nicht gerecht. Man muss auch sehr schauen, dass es da Unterschiede gibt. Die brasilianische Regierung ist sehr, sehr vorsichtig, um nicht mit den Chinesen in ein Boot gesetzt zu werden, aber sie drängt auch auf bestimmte Regelungen. Indien ist in einer ähnlichen Situation. Man darf nicht unterschätzen, dass diese großen Länder mit großen Internet-Communities gewisse individuelle Vorstellungen darüber haben, wie das organisiert werden soll.

Grundsätzlich muss man sagen, dass Regierungen für die Verwaltung dieser Kernressourcen nicht nötig sind. Das kann man in die Hände von Nichtregierungsorganisationen des privaten Sektors geben, wenn man eine Aufsicht organisiert. Ich würde sehr stark davor warnen, den Gedanken weiterzuverfolgen, so eine Art Internationalisierung der Internet-Aufsicht. Dann haben Sie tatsächlich ein Gremium, welches sich nur noch zerstreitet, und das Internet bleibt dann stehen an dem Punkt, wo es heute ist und kommt nicht weiter, weil alles blockiert wird. Und genau dieses abzubauen ist eben eine pro aktive Politik, die diese hinter der Ecke lauenden Gefahren sozusagen vorausschauend aushebelt. Das ist sehr wichtig, und die sehe ich momentan nicht.

**Die Vorsitzende:** Sind Ihre Fragen damit beantwortet?

**Abg. Dr. Uschi Eid, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN:** Ich bitte, nicht missverstanden zu werden. Die Frage ist wirklich für mich: Sind die Experten, die hier sitzen, der Meinung, dass sozusagen das, was die Bundesregierung mit den neuen Medien anbietet, dass da die Möglichkeiten ausgeschöpft sind in der Auswärtigen Kulturpolitik oder ist besteht da Verbesserungsbedarf, und wo sehen Sie Verbesserungsmöglichkeiten?

**Prof. Dr. Wolfgang Kleinwächter:** Ich habe mir die Website natürlich angeschaut, aber ich muss sagen, ich bin auf diesem Gebiet nicht der Medienexperte. Das würde ich dann dem Kollegen von der Deutschen Welle überlassen. Wobei ich sagen muss, dass das insgesamt eigentlich ganz angemessen ist. Auch dass die Bundeskanzlerin sich jetzt regelmäßig zu Wort über das Internet meldet, ist eine Sache, die, wenn man das mit anderen Regierungs-Webseiten vergleicht, auf keinen Fall hinterher hängt. Man müsste das jetzt genauer analysieren, wenn man ein Ranking machen will, wo man da genau steht. Für meine Zwecke, als Nutzer dieser Seite und nicht als Gestalter, bin ich damit gut bedient. Das, was ich suche, das finde ich und dafür möchte ich den Autoren dieser ganzen Beiträge auch Danke schön sagen.

**Abg. Monika Griefahn, SPD:** Also ich hätte noch eine Nachfrage zu dem Teil, den Sie vorher beantwortet haben, bezüglich der Kontrolle. Sie hatten in Ihrer Darstellung

präsentiert, dass sich die USA eigentlich aus der Aufsicht herausziehen wollten und das eigentlich mehr der Selbstverwaltung überlassen wollte. Wenn es aber keine Aufsicht gibt, welche Chancen sehen Sie dann, das, was ja zur Zeit passiert, durch die Suchmaschinen noch irgendwie in den Griff zu bekommen, dass eine Prioritätensetzung nach Stichwortfindung eigentlich läuft über die, die sozusagen am meisten Anzeigen schalten oder finanziellen Beitrag leisten und dann vielleicht, wenn man zum Beispiel „Deutschkurs“ eingibt, nur um ein Beispiel zu geben, hinterher den Deutschkurs des Goethe-Instituts und der Deutschen Welle gemeinsam nicht findet, sondern nur den von vielleicht besonders teuren Anbietern, weiß ich jetzt nicht, aber irgendeinen anderen, weil das sozusagen kommerziell dominiert ist und die Kontrolle bzw. die Aufsicht nicht mehr erfolgt.

**Prof. Dr. Wolfgang Kleinwächter:** Das ist eine Aufsicht in einer ganz anderen Weise, die Sie hier ansprechen. Das hat ursächlich mit den Kernressourcen des Internet weniger zu tun, sondern mit Aufsicht über ein privates Unternehmen, das eine Suchmaschine betreibt. Das betrifft also Google. Und da es ein Unternehmen ist, welches unter amerikanischem Recht agiert, ist es natürlich ganz wichtig, dass die amerikanische Regierung vielleicht in Diskussionen mit der Europäischen Union und anderen dort ihrer entsprechenden Rolle nachkommt. Am besten lassen sich solche Fragen regeln durch einen besseren Wettbewerb. Das heißt, dass also eine Monopolsituation, wie sie sich momentan herausbildet, vermieden wird. Es gab den Ansatz, da hat Herr Weismann drüber gesprochen, mit dem Quero nicht vielleicht eine Google-Alternative zu schaffen, sondern in neue lukrative Bereiche hineinzugehen, um also praktisch schon bei der nächsten Generation an der Spitze zu stehen. Jetzt gibt es also dieses ausgegliederte deutsche Projekt. Ich glaube, das muss man nach vorn interpretieren. Die Gefahr, die ich bei Google sehe, ist nicht nur die kommerzielle Seite, die da eine gewisse Rolle spielt, wobei man sagen muss, das gleicht sich auch aus durch spezialisierte Dienste und es gibt in Nischen jetzt immer mehr Spezialanbieter, also wer suchen will, der findet dann auch. Die viel größere Gefahr, die ich bei Google sehe, ist, dass dort ein Wissen über den individuellen Nutzer angehäuft wird durch die Eingabe der Suchbegriffe. Die haben sie also noch nach fünf bis sieben Jahren, wenn das nicht gelöscht wird, Datenbanken über die geheimen Wünsche von Internetnutzer, die für alle möglichen Zwecke verwendet werden können. Das heißt, dann weiß der Suchmaschinenbetreiber über den individuellen Internetnutzer möglicherweise mehr Bescheid als sie selber, weil sie vergessen haben, was sie vor fünf Jahren gesucht haben. Aber wenn sie sämtliche Suchbegriffe, die sie in den letzten fünf Jahren eingegeben haben, auf einen Haufen legen, dann lassen sich daraus erhebliche Dinge ableiten zur Profilierung, die auch eine kommerzielle Spur zeigen kann, von der man Daten weiterverkauft. Google wirbt zwar mit dem Slogan „do not harm“, also tu keinem irgendwie weh. Aber

natürlich kann eine Gesellschaft auch durchaus verleitet sein, unter bestimmten kommerziellen Rahmenbedingungen dann von den Prinzipien abzuweichen. Deswegen ist also eine bestimmte Kontrolle, die nicht in dem Sinne ist wie bei ICANN oder was die Kernressourcen betrifft, sondern die die Verhaltensweise eines privaten Unternehmens regelt schon wichtig und so wie bei Microsoft sich im Prinzip ja auch die Europäische Union mit darum kümmert, dass dort kein Missbrauch einer Monopolsituation entstehen kann, so ist wahrscheinlich vergleichsweise auch Google zu behandeln.

**Abg. Monika Griefahn, SPD:** Kann der Herr Weismann dazu auch noch etwas sagen? Weil das ja wirklich auch die Bundesregierung betrifft.

**MR Bernd Weismann (BMWi):** Ja, vielen Dank, Frau Griefahn. Herr Baumhauer hat es gerade schon angesprochen, auch auf diesen Punkt hingewiesen. Die Entwicklung der Konvergenz ist eben unglaublich schnell und wir stellen jetzt fest, dass sozusagen die traditionellen Medien wie TV, Radio usw. nicht so ohne weiteres die Meinungshoheit haben, sondern diese neuen Plattformen, Suchmaschinen wie Google, Yahoo oder andere sich häufig unglaublich schnell entwickeln und in kürzester Zeit hoch innovative Informationsangebote, aber auch interaktive Plattformen bereitstellen. Das geht in einem unglaublichen Tempo.

Wir beobachten ganz stark, die holen sich weltweit die besten Köpfe, bezahlen die natürlich auch gut, aber das sind sehr innovative Leute, die dort hingehen. Da ist es natürlich schwierig für die traditionellen Anbieter, standzuhalten und umzugestalten. Ich habe das vorhin erwähnt. Wir haben dieses digitale Forum digitale Medien gebildet und da werden solche Dinge diskutiert, wie man sozusagen von beiden Seiten sich da annähern kann. Herr Kleinwächter hat es auch schon gesagt, durch eine bessere Regulierung wird man, glaube ich, diesen Dingen schwer beikommen können. Man muss einfach versuchen, sich auf diese neuen Bedingungen einzustellen und dann eben im Wettbewerb entsprechende Dinge anbieten.

Selbstverständlich gibt es in bestimmten Bereichen Grenzen, wo es zum Beispiel um öffentliche Informationen, Archive usw. geht. Da muss man sich gut überlegen, wie weit man den Zugang zum Beispiel zu solchen neuen Plattformen gibt, also wie diese Dinge vermarktet werden und wie man die Rechte an solchen Dingen vernünftig ausbalanciert. Das sind Fragen, die zum Beispiel jetzt diskutiert werden im Rahmen des Projekts „Europäische Bibliotheken“. Einerseits ist es natürlich richtig, dass wir versuchen, eine Antwort für den rein kulturellen Bereich zu finden und unser Kulturgut auf unsere Weise digitalisieren. Auf der anderen Seite muss man aber auch selbstkritisch sagen, in Europa dauern solche Prozesse unglaublich lange und gehen schwierig vonstatten, zum Teil sehr bürokratisch. Das muss sich, glaube ich, ändern.



Um mal ein Beispiel zu nennen aus dem Bereich, den Herr Kleinwächter gerade vorgetragen hat. Zum Beispiel der Aufbau der Toplevel-Domain .eu hat eben fast fünf Jahre gedauert, bloß weil man sich einig werden musste, wo ist der Sitz und wer kommt da hin, welche Regierung darf das betreiben und wer hat da welchen Einfluss. Bis man das dann im Ministerrat ist, dauerte es ewig lange. Solche Probleme hat natürlich Google nicht. Deswegen muss man da überlegen.

Letzter Punkt, wir können nicht als Regierung ein Anti-Google, wie damit ein bisschen Chirac bei diesem deutsch-französischen Projekt „Quero“ den Eindruck erweckt hatte, das kann kein Staat sinnvoll tun. Wir können da nur ermuntern, dass da ein guter Wettbewerb entsteht und die Rahmenbedingung steht. Was wir allerdings machen können, und das tun wir im Rahmen dieser Projekte „Quero“ oder jetzt heißt das „Theseus“ bei uns. Also wir kommen nicht von der Frage, sondern wir versuchen schon einen Weg durch das Labyrinth zu weisen, dass man bei den Technologien schneller zusammenarbeitet. Heute werden vielfältige Angebote und Dienste in das Netz technisch verlagert und jetzt muss man eben sehen, wie man diese Dienste wieder schnell aus dem Netz herausbekommt. Das heißt also, welche Form von Suchtechnologien entwickelt man. Also nicht nur nach der Quantität der Einträge, wie das Google macht, in der einfachen Form, sondern eben auch ein sogenanntes semantisches Web, also man sucht nach Bedeutung und Zusammenhängen und wie kann man das technisch lösen. Und da glauben wir, dass wir in Europa durch den Zusammenschluss dieses Industriekonsortiums, was sich hier unter der Egide von Bertelsmann unter Beteiligung von Siemens und SAP und anderen zusammengestellt hat, wieder prominente Softwareentwickler die dabei sind, dass wir dort versuchen, Technologien zu entwickeln, um das schneller zu bekommen und diese Technologien dann für verschiedene Lebensbereiche. Das ist nämlich bei Theseus so. Das sind Kulturfragen, Fragen der Logistik, Produktionszusammenhänge weltweit, wie man schneller technische Informationen, Patentinnovationen sinnvoll finden und recherchieren kann. Diese verschiedenen Szenarien sollen in diesem Projekt gemacht werden und da können wir Technologien entwickeln und da kann der Staat auch helfen, sozusagen das, was in dem vorkommerziellen Bereich ist, sozusagen zu verfügen und dann zu beschleunigen.

**Abg. Harald Leibrecht (FDP):** Ja, vielen Dank. Meine Frage geht eigentlich auch ein bisschen von der Frage von Frau Dr. Eid. Wenn man mitbekommt, was es alles gibt, welche Medien, welche Zugriffsmöglichkeiten die Menschen haben, dann kommt man doch schon zu dem Punkt, dass wir sagen, Deutschland hinkt bei der Auswärtigen Kulturpolitik, was die Medien betrifft, doch ziemlich hinterher. Natürlich bieten die Goethe-Institute hier einiges an, das sehe ich auch ein, aber wenn ich jetzt nur vergleiche, Sie hatten ja vorhin auch China angesprochen. Die Chinesen bauen ja jetzt ein Netzwerk von ihren Konfuzius-Instituten weltweit aus. Nicht nur, dass es in

die Hunderte geht, sondern in die Tausende. Ich habe das jetzt gerade in Amerika mitbekommen, die bieten sich sogar privat an. Man kann das wie in Franchise kann man sich so ein Konfuzius-Institut als Universität. Die lassen sich das bezahlen und haben natürlich nachher ein Riesennetzwerk. Mir geht es darum, wir sind ja mit unseren Goethe-Instituten nicht schlecht aufgestellt, aber wenn man jetzt die Zugriffsmöglichkeit sieht, auch dass zum Beispiel Menschen in die Institute gehen und dort die Medien dann auch nutzen, nicht nur von zu Hause aus bei den Instituten abrufen, sondern vielleicht auch in Ländern, wo nicht so viel Internet da ist, dass die jungen Menschen oder die Menschen überhaupt zum Goethe-Institut hingehen sind ja oft die Wege nicht da, oder auch der Bekanntheitsgrad. Die Menschen wissen ja oft gar nicht, dass es uns gibt. Da ist natürlich ein Land wie China, die gehen da viel aggressiver voran. Was sollte die Bundesrepublik tun, um hier vielleicht auch noch mehr für seine Angebote zu werben und sind wir technisch überhaupt in der Lage, auch dieses dann letztendlich zu bewältigen? Wenn ich zum Beispiel sehe, dass das German Infocenter in Washington seinen Newsletter ziemlich breit verteilt, 50.000 Abonnenten greifen dort direkt zu, das wäre doch so eine Sache, wo man sagt, das müssten wir weltweit noch mehr anbieten, wo die Menschen drauf zugreifen können. Aber wir haben immer nur Insellösungen. Das ist ja eine gute Sache, aber wir wollen ja in ganz neue Bereiche gehen. Wir wollen ja die Goethe-Institute weit ausbreiten in Staaten wie China und Indien, wo viele Menschen zwar Zugriff haben zum Internet, aber die Masse eben noch nicht. Das wird auch noch dauern, aber wie können wir hier ein noch breiteres Netzwerk ausbauen?

Wäre das Thema Distance Learning an Universitäten noch aktueller, es gibt ja Universitäten, die inzwischen solche Fernstudien anbieten. Aber wenn ich hier wieder den Vergleich zu Amerika nehme, die das sehr viel aggressiver machen, die Studenten tausendfach aus der ganzen Welt haben, die auf ihre Daten, auf ihre Bibliotheken, auf alles zugreifen können und in Deutschland immer noch so etwas langsam angepackt wird. Manche Universitäten machen es ja auch mit Erfolg. Aber dann höre ich immer: ja, aber wichtig ist ja eben Lehre und Forschung und dass sie vor Ort sind. Natürlich ist es immer noch das bessere Erlebnis, wenn man im Vorlesungssaal drin ist. Aber wenn der Mensch nicht den Zugriff hat, dann ist es doch nicht schlecht, wenn er wenigstens am Computer teilnehmen kann. Meine Frage ist, wo hinken wir hinterher und was müssen wir tatsächlich noch machen, um Deutschland hier auf Vordermann zu bringen? Danke schön.

**Die Vorsitzende:** Herr Leibrecht, an wen geht die Frage? An alle?

**Abg. Harald Leibrecht (FDP):** Im Prinzip geht sie schon an alle, denn es ist natürlich eine generelle Frage. Und wo sehen Sie eben einfach die Defizite, wo müssen wir noch mehr tun?

**MR Bernd Weismann (BMWi):** Wo hinken wir hinterher oder wo stehen wir im Augenblick? Es gab Untersuchungen im Bereich E-Government, also elektronische Verwaltung, wie denn so das Informationsangebot der Bundesregierung ist und wie wir insgesamt aufgestellt sind. Da gab es eigentlich immer weltweit ein Ranking World Economic Forum Davos u.a. immer noch Kritik, dass unsere elektronischen Verwaltungsprozesse, also richtig die Interaktion mit dem Bürger, nur Mittelfeld oder schlechter ist. Was aber interessant war zum Beispiel das Informationsangebot nach Außen. Das war immer sehr vorbildlich. Die Webseiten der Regierung, die Angebote vom Auswärtigen Amt aber auch unsere haben regelmäßig eigentlich ganz gute Preise. Sie haben zum Teil erste Preise gewonnen. Sie galten als sehr nutzerfreundlich, interaktiv auch unter sprachlichen Gesichtspunkten, verschiedene sprachliche Darstellungen, in verschiedenen Sprachen dargestellt. Sie galten als recht ordentlich. Da haben wir uns, was technisch möglich ist, immer eher auf der Höhe der Zeit befunden.

Eine andere Frage ist, was man als Inhalte reinstellen kann, was man noch machen kann. Das hat Herr Baumhauer ja auch schon angesprochen. Da gibt es sicherlich noch viele Möglichkeiten über das hinaus, was wir jetzt haben. Es gibt eine ganze Menge, das ist ja in den von mir erwähnten, und Herr Schnelle kann das ja vielleicht weiter erläutern, Portalen und anderen Präsenzen, die in dem Bericht des Auswärtigen Amtes zusammengestellt sind, aber auch in der Großen Anfrage der Grünen zu dem Thema. Das ist eine ganze Menge an Portalen, die wir von staatlicher Seite gemacht haben, schon drin. Auch in dem Bereich Kulturpolitik, nicht nur im Bereich Wirtschaft und in anderen Bereichen, wo wir sehr viele Angebote haben. Ich denke aber auch, wir müssen auch die Potentiale noch nutzen, die sich aus der Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und auch Privaten ergeben. Das bedeutet, dass wir nicht nur Seiten der Regierung haben, sondern auch der öffentlich rechtlichen Medien. Darüber hat Herr Baumhauer gesprochen. Wir beschäftigen uns, weil das eben auch die Digitalisierung mitbringt, dass die ganzen Kreativbereiche, die wir in Deutschland haben, Filmproduktion, Design usw., die alle einen hohen Bezug zur Kultur haben, das, was wir also an Kulturwirtschaft, Kreativwirtschaft haben, über diese Dinge können wir mit Hilfe der neuen Medien natürlich viel besser berichten. Wir wollen diese Fragen auch zu einem Schwerpunkt unseres Standortmarketings machen. Das heißt also auch hier, mit privater Hilfe oder im Zusammenwirken, dass wir da auch neue Aktionslinien aufbauen. Das ist ein Schwerpunkt des IT-Gipfels. Also nicht nur reine IT- oder Software-Angelegenheiten, sondern auch diese Dinge mitbefördern. Die befördern dann auch gleichzeitig kulturelle Aspekte im Bereich des IT-Gipfels und der Kulturwirtschaft mit stark wirtschaftlichem Einschlag, aber eben auch Transport von kulturellen Dingen, die Deutschland ausmachen. Im Zuge dieser Bemühungen, die jetzt auch die durch die

Debatte hier im Bundestag angestoßen sind, wie wir die Chancen, die in Kultur- und Kreativwirtschaft diese neue Form Dienstleistung mit sich bringen, wie wir die stärker nach außen bringen und auch mit dem Ausland darüber stärker kommunizieren.

**Die Vorsitzende:** Herzlichen Dank. Ich würde jetzt an Herrn Baumhauer zur gleichen Frage weitergeben.

**Guido Baumhauer (DW):** Die Schwierigkeit steckt natürlich schon in der Sache. Was kann eine Regierung tun im Internet? Relativ wenig. Deswegen wenig, weil sie natürlich selber wenig aktiv sein kann und wenig selber als eigenständiger Spieler auftreten kann, weil einfach die Beweglichkeit nicht da ist. Das ist genau das, was Deutschland dringend nötig hat. Nämlich die Frage, wie kann sich Deutschland im Internet darstellen. Die Frage die Sie eben gestellt haben, fand ich sehr diplomatisch beantwortet. Ich würde sagen, wir hängen locker im internationalen Bereich zurück, weil wir viele Dinge nicht nutzen, weil wir uns die Freiheit, die wir haben, überhaupt nicht nehmen und extrem viel Zeit mit internen Abstimmungsthematiken verbringen, die am Ende zu einem Konsens führen, der, wie es dann immer so ist, Grau ist nicht immer die beste Farbe, die man hat. Ich glaube, wir haben eine Riesenchance darin, wenn wir die Dinge, die schon da sind, es geht jetzt nicht darum, zu sagen, alles bei der Deutschen Welle ist toll, alles was bei den anderen ist, ist schwierig. Nein, jeder hat seine Stärken, wir haben sie bisher noch in keiner Form so in das Netz gestellt, so auf den Tisch gelegt, dass man sie gemeinsam nutzen kann. Wir haben eine Chance als Deutsche Welle, mit unserer Vielsprachigkeit, die in der Form so keiner hat, um damit schon allein ganz viele Barrieren neben dem Digital Divide einfach mit der Sprache nah an die Leute heranzukommen.

Das Zweite ist die Frage, und das dürfen wir auch nicht vergessen, wir reden hier darüber, Informationen müssen hier verpackt werden. Hier geht es nicht darum, zu sagen, ich habe eine ganz tolle Information, sondern ich muss sie auch so verkaufen, dass sie jemand auch wirklich konsumiert. Es reicht nicht, zu sagen, wir haben die große Grundsatzdarstellung darüber, wie Deutschland ist. Es gibt Fakten über Deutschland alles ist da. Wenn die Darstellung aber sehr formal ist, dann ist einfach der Spaß, das zu konsumieren, nicht da. Dann wird auch eine Suchmaschine, und ich bin da ganz bei Ihnen. Google ist ja wie Coca Cola. Sie erklären ja nicht, wie ihre geheime Suchrezeptur ist. Nur Coca Cola, da werde ich nur ein bisschen dick von, Google ist viel gefährlicher an der Stelle. Insofern besteht für uns eine Chance darin, auch als ein „Trusted Guide“, als ein Wegweiser, uns hier im Netz zu bewegen. Diese Versuche gab es ja, und ich benenne sie trotzdem nur als Versuche. Deutschland.de ist ein netter Versuch, springt viel zu kurz, was Goethe im Internet macht. Sie haben gerade die Zugriffszahlen gesehen. 2,5 Millionen Abrufe im Monat. Das haben wir an einem halben Tag. Das ist doch nichts. Damit kann man doch nicht

ernsthaft sagen wir haben genug getan und genug genutzt. Das allein zeigt, wie viel da noch möglich ist. Und die Basis für alles muss meines Erachtens, und damit komme ich zu dem Ausgangspunkt, liegt nach meinem Verständnis in der Glaubwürdigkeit und eben einer Unabhängigkeit, die derjenige, der dann Deutschland im Internet mit vertritt, haben muss. Das ist das, warum ich meine, die Regierung kann bis zu einem gewissen Punkt über ihren Schatten einfach nicht springen. Das soll sie auch nicht tun. Aber sie kann Zugangswege bieten zu anderen Partnern. So ein Partner können wir sein, so ein Partner können auch andere sein, die diesen Spielraum haben. Wir haben keine Berührungsängste und das gilt, glaube ich, für viele andere auch. Da ist im Internet schon ganz viel da. Wir haben es nur bisher nur noch nicht so gebündelt so zusammengestellt, dass uns am Ende wirklich jemand aus der Hand frisst und sagt, dass er das haben will.

**Die Vorsitzende:** Danke für diese klaren Worte. Frau Haberer, wollen Sie sich zu der Frage noch äußern?

**Monika Haberer:** Ja, vielleicht zu dem Bereich Distance Learning, den Sie angesprochen haben. Sie haben auch das Vorbild Amerika angesprochen, das im Bereich E-Learning auch eine gewisse Vorreiterrolle hat. Teilweise werden zum Beispiel vom MIT die Materialien aus Marketinggründen einfach in das Netz gestellt, weil das Renommee der amerikanischen Hochschulen natürlich so ist, dass sie gar nicht befürchten müssen, dass ihre Studierenden ausbleiben. In Deutschland ist das natürlich etwas anders. Da war man sehr zurückhaltend und man hat durch die Fördermaßnahmen der Bundesregierung natürlich sehr viel aufgeholt im Bereich E-Learning. Das sind aber meistens geschlossene Angebote. Die Hochschulen fangen jetzt an, auch offene freie Vorlesungsmitschnitte, irgendwelche aufbereiteten Materialien zum Download in verstärktem Maße frei anzubieten. Da ist es dann wieder eine Frage der Bündelung und des Hinweisens darauf an entsprechenden Stellen, also dass das auch nach Außen dringt. Sprachlich gibt es da natürlich auch noch ein Problem. Auch da ist es so, dass teilweise Veranstaltungen in Englisch gehalten werden, zum Beispiel an der TU ist das so, so dass auch diese Barrieren auf jeden Fall geringer werden.

**Prof. Dr. Wolfgang Kleinwächter:** Eine ganz kurze Bemerkung nur, weil zum Teil doch öffentlich rechtlicher Rundfunk angesprochen worden ist. Nach dem föderalen deutschen Rundfunksystem ist es ja den öffentlich rechtlichen Rundfunkanstalten nur begrenzt möglich, im Internet aktiv zu werden. Wenn man das zum Beispiel mit der BBC vergleicht, so ist das eigentlich eine Art Beschränkung, die sich als Hindernis erweist. Gerade die BBC 2.0 startet jetzt eine extreme Web-Offensive, um von all den Möglichkeiten, die wir diskutieren, Gebrauch zu machen. Wiewohl das Argument der privaten Rundfunkveranstalter zu würdigen ist, dass man also aufpassen muss,

dass man mit Gebührengeldern nicht den Wettbewerb verzapft bei der Anbietung von neuen Diensten, scheint mir gerade auch vor dem Hintergrund, Suchmaschinen spielten schon eine Rolle, dass man also im Internet bei einer Überflutung von Informationen die vertrauenswürdige Quelle sucht. Das ist nun mal das, was der öffentlich rechtliche Rundfunk zum großen Teil anbietet im Unterschied zu vielen anderen, wo man seine individuellen Erfahrungen macht mit der Vertrauenswürdigkeit der Quelle. Mancher Block ist gut, mancher Block ist schlecht. Ist man in privaten Händen, dann weiß man nicht was sind die kommerziellen Hintergedanken etc. Insofern gesehen ist also der öffentlich rechtliche Rundfunk ein großes Gut, über das Deutschland verfügt. Das ist glaube ich das Land mit dem größten Netzwerk von öffentlichen Rundfunkanstalten und aus diesem Kapital könnte man noch mehr Kapital schlagen, wenn man sich bestimmter regulatorischer Fesseln evtl. befreien könnte.

**Guido Baumhauer (DW):** Wenn ich nur ganz kurz ergänzen darf. Es gibt hier eine klare Unterscheidung zwischen den öffentlich-rechtlichen Anbietern, die für das Inland zuständig sind und für das Ausland. Die Deutsche Welle hat diese Beschränkungen nicht, und auch für die ARD sind diese Beschränkungen mittlerweile mehr und mehr zu Selbstbeschränkungen geworden. Wenn Sie sich anschauen, wie dort mittlerweile Internet betrieben wird, dann kann man zwar auf dem Papier nachlesen, dass es Programm begleitend sein soll, aber das ist schon deutlich eigenständiger, da ist schon mehr möglich. Ich glaube, das wäre einer der Punkte, wo ich sage, das ist meines Erachtens nicht unser Hauptproblem, aber ohne Frage da geht noch mehr. Da haben Sie schon vollkommen Recht.

**Abg. Dr. Uschi Eid, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN:** Ein ganz kurzer Aspekt noch, weil Sie, Herr Baumhauer, gesagt haben, dass man ja auch auf Private zurückgreifen kann. Dabei fällt mir ein, weil darauf geht eigentlich auch die Anregung zu dieser Anhörung zurück, es gibt ja zum Beispiel bei uns auch Produkte wie „Perlentaucher“ oder „Sign Inside“, wo ich finde, dass zum Beispiel „Sign Inside“ immer eine ganz spannende Auswahl bringt und ich mich dann frage, warum brauchen wir so etwas wie Cantarra? Das ärgert mich immer, wenn ich das Blättchen lese, Entschuldigung wenn ich das so deutlich sage, ich verfolge das manchmal, und wenn man die Globalisierungsdebatten und die Islam-Dialog-Debatten im Cantarra verfolgt, dann finde ich die viel langweiliger und durchaus auch ärgerlicher als das, was ich zum Beispiel bei Sign Inside dann finde, wenn ich Sign Inside anklicke. Und da frage ich mich, warum müssen wir von der Regierungsseite her Dinge produzieren, die woanders ja auch da sind und die vielleicht andere Schwerpunkte setzen, aber den Rahmen durchaus auch abdecken. Das ist Doppelarbeit und ich finde, da sollte man vielleicht auch mal fragen was bieten Private an und wo kann das, was wir als

Mittlerorganisationen produzieren, beendet werden, weil andere das vielleicht besser machen. Das nur so als Fußnote.

**Die Vorsitzende:** Herr Baumhauer möchte darauf antworten.

**Guido Baumhauer (DW):** Ganz kurz zu Cantarra. Ich erlaube mir, mich etwas weiter aus dem Fenster zu lehnen. Was in der Deutschen Welle nicht viele Freunde und Förderer hat, das ist ein Versuch, hier mit anderen Mittlern zusammen eine Brücke zum Islam zu schlagen, nach der in der Form keiner fragt. Das ist genau das Ding. Die Frage wer ist die Zielgruppe dafür, die ist am Anfang nicht gestellt worden. Man braucht so etwas. Und das ist ein Beleg dafür, zu sagen, hier haben wir ein Konsensprojekt. IFA ist dabei, Goethe und Deutsche Welle. Es gibt im Grunde genommen eine Art Aufsichtsgremium dieser drei Institutionen. Also keine Zuständigkeit in einem dieser Institute, so dass man hier immer wieder merkt, das spürt man leider und das deckt sich auch mit den Bewertungen bei uns, bei der Deutschen Welle, dass wir am Ende dort ein sehr Konsens getriebenes Projekt haben, wo die Dinge, die man braucht, nicht drin sind, weil sie zu scharf sind. Damit ist der Dialog in all seinen Möglichkeiten natürlich überhaupt nicht genutzt.

**Die Vorsitzende:** Gut, ich glaube, zum Schluss gebe ich an Herrn Schnelle das Wort.

**Herr Schnelle (AA):** Vielen Dank, Frau Vorsitzende. Ich hatte mir ja Anleitung zur Verbesserung erhofft dazu, was wir besser machen können. Ich bin jetzt allerdings etwas verwirrt. Ich habe einerseits von Herrn Abg. Leibrecht ..... Deutschland auf Vordermann bringen, andererseits von Frau Abg. Eid den Hinweis darauf, dass private Initiativen im Netz sehr viel effektiver das rüberbringen, was in einem von der Regierung finanzierten Cantarra-Programm hier angeboten wird. Ich denke, daran wird die Spannweite der Herausforderung natürlich klar. Das ist evident, dass wir hier mit all dem, was wir machen, ich würde nach wie vor sagen, wir machen eine ganze Menge, was sich sehen lässt. Wenn darauf hingewiesen wird, dass die Hits pro Monat beim Goethe-Institut gar nichts sind im Vergleich zu den Hits, die die Deutsche Welle am Tag hat.

Wenn man mal ehrlich ist und sich mal überlegt, wenn wir immer von Zielgruppen sprechen, dann müssen wir erstmal sagen, warum ist das Interesse an China so viel größer oder das Interesse an den USA so viel größer? Ich finde es immer nützlich, wenn man die Perspektive umdreht. Wir haben sehr oft das Problem, dass kleine Nachbarländer und seltene Sprachen sich beklagen, dass hier in Deutschland nicht genug Interesse an ihren Sprachen ist und wir möchten doch mehr tun. Wir sind sozusagen weltweit in der umgekehrten Situation. Wir sind in der Tat weltweit nicht zentraler Akteur und dass wir letztlich ganz wesentlich nur in dem Maße Interesse

wecken können wie wir in der Substanz, in der Politik Aufmerksamkeit erregen. Und wenn man sich jetzt mal fragt, wer kommt denn darauf beim Goethe-Institut im Internet zu suchen? Das ist mit großer Wahrscheinlichkeit eine sehr eingeschränkte Gruppe, nämlich derer, die schon mal mit Deutschland zu tun hatten, die Deutsch lernen und dann haben wir schon gleich, meine ich, von der Vorgabe her, einen viel kleineren Kreis, der sich überhaupt dieser Medien bedienen kann. Es mag ja richtig sein, dass, wenn ich mir noch mal Ihre Fragen ansehe, dass die Chinesen hier Hunderte und inzwischen auf Tausende geplant Konfuzius-Institute planen. Und das mag richtig sein, dass die amerikanische Regierung in den letzten Jahren sehr viel nachdrücklicher sich auf Public Diplomacy wirft. Aber ich meine, die Erfahrungen mit unseren Mittlern über die Jahre ist gar nicht so schlecht im Vergleich zu Dinge auf Vordermann bringen. Ich glaube, die Stärke unserer Präsenz im Ausland ist die Vielzahl der Akteure immer gewesen und auch die Spannweite, die Vielfalt der Positionen, die sich da abgebildet hat und abbilden konnte. Ich glaube, das ist evident. Wenn wir hier ein zentralistisch organisiertes System wollten, wo werden dann die Entscheidungen getroffen? Alleine schon im Hochschulbereich. Wenn man anschaut die Zuständigkeiten sind in den Ländern. Und in den Ländern wiederum werden sich noch nicht mal drei Hochschulen oder Universitäten in einem Land so leicht in einen Topf oder eine Webseite zusammenfassen lassen. Mit anderen Worten, lasst tausend Blumen blühen ist auf diesem Gebiet gar nicht so schlecht. Ich meine, die Lehre von der Geschwindigkeit der Entwicklung dieses Sektors, nämlich durch die Entwicklung von unten, den Wettbewerb, ist mit Sicherheit auch auf dem Gebiet weiterhin gültig. Insofern würde ich da Vorbehalte haben, dass wir hier Regierung erstmal überhaupt könnten, hier eine zusammenfassende dominierende Rolle zu spielen und dann die Frage, ob wir das überhaupt wollen sollten, dass wir hier versuchen, eine Einheitsposition über das Internet, über die modernen Medien zu verbreiten. Insofern, es mag richtig sein, dass man nicht auf Anhieb sämtliche Facetten der Realität in Deutschland erfassen kann, aber jemand, der sich ernsthaft interessiert für das, was in diesem Land passiert, der kann schon über all die Dinge, die wir haben, von der AA-Homepage, ich will das hier jetzt nicht alles aufzählen, vor allen Dingen auch mit Web 2.0 Interaktion. Das entspricht ja zentral unserem Grundansatz, nämlich dem partnerschaftlichen Ansatz. Da sind wir dabei, das ganz wesentlich auszuweiten. Das ist auch etwas, was wir in der Zielvereinbarung mit dem Goethe-Institut als prioritären Bereich herausgehoben haben, dass da sehr viel mehr und schnell geschehen muss. Aber es ist hier, glaube ich, auch schon deutlich geworden, dass für die Pflege solcher Webseiten und, das haben wir hier auch immer wieder gehört, eine Sache sind die Informationen, die andere Sache ist die Verpackung. Dafür brauchen wir Leute. Wir haben gerade einen sehr guten Ansatz, dass wir da hoffentlich mehr Spielraum bekommen werden als in den letzten Jahren. Insofern bin ich da sehr zuversichtlich, dass wir dann eine Menge mehr auf die Beine



stellen können und bin dankbar für die Anregungen hier. Aber ich denke so schlecht stehen wir nicht da. Die Frage ist, was wollen wir und was können wir. Das ist hier ganz entscheidend, dass man sich realistisch überlegt, welche Möglichkeiten haben wir.

**Abg. Harald Leibrecht (FDP):** Es ging mir ja nicht darum, dass das Goethe-Institut die dominante Rolle spielen soll. Die Idee ist ja eben, deutsche Kultur und Sprache zu vermitteln und ob wir bestmöglich alle Ressourcen ausnutzen, um dieses zu erreichen. Ich wollte jetzt nicht Goethe beschimpfen, ganz im Gegenteil. Ich sehe auch, dass sehr viel Positives geschieht. Aber vielleicht haben Sie meine Frage auch etwas missverstanden.

**Die Vorsitzende:** Ich denke, es war eine ganz interessante, zeitweilig auch diplomatische, aber ich finde, auch sehr offene und kritische Diskussion, für die ich Ihnen ganz herzlich danke, dass Sie uns so zur Verfügung gestanden haben, und dass wir uns heute so intensiv um diese Thematik bemüht haben. Ich bin auch ganz sicher, dass die Auswertung zu dieser Thematik im Unterausschuss erfolgen wird. Der Vorsitzende wird das mitnehmen.

Ich möchte mich ganz besonders bei Herrn Weismann bedanken, bei Professor Kleinwächter und bei Herrn Baumhauer und auch bei Ihnen, liebe Frau Haberer, dass Sie gekommen sind und uns zur Verfügung standen.

Herzlichen Dank. Damit schließe ich diesen Teil.

## **Tagesordnungspunkt 2**

Bericht der Bundesregierung

**über Vorschläge und konzeptionelle Vorstellungen für einen Runden Tisch zum Thema: „Stand, Entwicklung und Herausforderung des transatlantischen Kulturaustausches“**

Für die Bundesregierung berichtet MinDirig Schnelle über Stand, Entwicklung und Herausforderung des transatlantischen Kulturaustausches.

Es schließt sich eine Aussprache an, in deren Ergebnis festgelegt wird, dass konkrete Absprachen zum Ablauf und zur Teilnahme an der Veranstaltung im Obleitgespräch am 25. Juni 2007 getroffen werden.

### **Tagesordnungspunkt 3:**

#### Verschiedenes

- Hinweis auf die Tagesordnung für die 15. Sitzung am 25. und 26. Juni 2007 in München.
- Die Verschiebung der 16. Sitzung (ICOMOS) auf den 10. September 2007 wurde wegen der zeitgleich stattfindenden Fraktionssitzungen nicht genehmigt.

Angelika Krüger-Leißner, MdB  
stellvertretende Vorsitzende