



Deutschlandradio
Deutschlandfunk
Deutschlandfunk Kultur
Drama



Pressemitteilung Initiative Digitalradio Deutschland

Digitalradio mit erfolgreicher Jahresbilanz dank robusten Wachstums 2014: Neue Senderstandorte, neue DAB+ Programme, wachsender Gerätemarkt und wirksame Händlerkommunikation

Köln, 17. Dezember 2014

Digitalradio und der Übertragungsstandard DAB+ haben sich 2014 robust entwickelt. Dank neuer Senderstandorte, zusätzlicher Programme und wachsender Gerätevielfalt hat das komplette Marktumfeld für Digitalradio im aktuellen Jahr deutlich an Dynamik gewonnen. Das kräftige Wachstum spiegelt sich auch im Nutzungsverhalten der deutschen Radiohaushalte wider. So stieg der Gebrauch von Digitalradio-Endgeräten gegenüber dem Vorjahr um satte 80 Prozent. Laut aktuellem Digitalisierungsbericht befinden sich derzeit fünf Millionen DAB+ Endgeräte in den deutschen Haushalten. Den Ergebnissen von TNS Infratest zufolge hat sich auch der Anteil von DAB+ Autoradios seit dem Vorjahr mehr als verdoppelt. Als impulsgebend für diese positive Marktentwicklung erwies sich neben den großangelegten medialen Werbekampagnen etwa in NRW, im Rhein-Main-Gebiet und in Süddeutschland auch das stark intensivierte Händlermarketing in ganz Deutschland. Im Zuge dessen hat sich die Marketing-Initiative Digitalradio Deutschland als erster Ansprechpartner für die Elektrofachmärkte und die Fachhändler fest etabliert.

Im Fokus: Digitalradio-Sendernetzausbau entlang der Autobahnen

Gut entwickelt hat sich 2014 die Reichweite des bundesweiten Digitalradio-Sendernetzes und der regionalen Netze. Derzeit werden 92 Prozent der Bevölkerung mit Digitalradio-Programmen versorgt. Auf 75 Prozent der deutschen Autobahnen ist Digitalradio bereits empfangbar. **Dr. Willi Steul, Intendant von Deutschlandradio**, bewertet den bundesweiten Netzausbau so: „Die flächendeckende Versorgung mit Digitalradio ist uns ein großes Anliegen. Wir haben in diesem Jahr unter anderem mit dem Ausbau im Norden Deutschlands ein großes Stück des Weges hin zur bundesweiten Versorgung geschafft.“

Unter anderem wurde 2014 der Senderstandort Rostock-Toitenwinkel neu in Betrieb genommen (1. September 2014), zum Jahresende wurden die Sendernetze in Sachsen, Thüringen und in Baden-Württemberg verbessert, Ende Januar 2015 wird das DAB+ Netz in Sachsen-Anhalt ausgebaut. Den sehr guten Ausbaustand des Sendernetzes bestätigt auch der erste bundesweite Digitalradio-Stresstest. In diesem kamen die kritischen Prüfer der Fachzeitschrift „connect“ zum Ergebnis: Der

Netzausbau ist erstaunlich weit fortgeschritten, die Empfangslücken werden immer kleiner. Der Netztest bestätigt auch die Empfangsprognose unter digitalradio.de und attestiert einen guten, verlässlichen Indoor/Outdoor-Empfang.

Neue Programme im regionalen Digitalradio

Seit Dezember verbreiten unter anderem in Baden-Württemberg regional etablierte Sender ihre Programme auch landesweit, mit zum Teil neuen Programmelementen. Zudem wird in Hamburg im ersten Halbjahr 2015 die erste private Digitalradio-Plattform starten. Damit ist der Weg in Norddeutschland frei für die Verbreitung eines ersten regionalen Programmpakets mit privaten Hörfunkangeboten über DAB+.

Wachsender Gerätemarkt auch dank intensiviertem Händlermarketing

Ein besonderer Fokus lag 2014 auf einem stark intensivierten Händlermarketing. So wurden bis Anfang Dezember 2014 bereits 1.876 Elektrofachmärkte und -geschäfte von der Initiative Digitalradio Deutschland betreut. Im gesamten Vorjahr waren es 1.156 Märkte und Geschäfte. Mit dem verstärkten Händlermarketing kommt die Initiative Digitalradio Deutschland dem Wunsch vieler Fachhändler und Elektrofachmärkte nach kontinuierlichen Digitalradio-Schulungen und aktuellem Informations- und Werbematerial für den Point of Sale nach. Für die Initiative hat das Händlermarketing in den zurückliegenden zwölf Monaten sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht sehr gute Erfolge erzielt. Die Reaktionen vor Ort waren fast ausnahmslos positiv. Informationen, Schulungsangebote und vor allem Werbemittel für den Point of Sale werden von den Händlern dankbar angenommen, so die Einschätzung der Initiative Digitalradio Deutschland.

Erfolgreiche Kampagnen in den Regionen

Neben dem kontinuierlichen Händlermarketing hat die Initiative Digitalradio Deutschland zudem 2014 mehrere regionale Werbekampagnen gefahren - unter anderem im bevölkerungsreichsten Bundesland NRW und im Rhein-Main-Gebiet unter dem Slogan „Digitalradio. Ich will es einfach.“ Das ARD-Projektbüro Digitalradio koordiniert diese Kampagnen und erstellt das Material. Das erfolgreiche Konzept der Digitalradio-Werbekampagnen in NRW und Rhein-Main ist Ende dieses Jahres mit dem anlaufenden Weihnachtsgeschäft auch in Bayern und Baden-Württemberg fortgesetzt worden. In Bayern standen allgemeine Informationen zu Digitalradio im Mittelpunkt verbunden mit Informationen über die Vielzahl der privaten und öffentlich-rechtlichen Programme. In Baden-Württemberg hebt die jüngste Kampagne besonders auf den Start der privaten Sender auf DAB+ ab.

Hintergrund: Über die Initiative Digitalradio Deutschland

Die „Initiative Digitalradio Deutschland“ ist ein Zusammenschluss von Landesrundfunkanstalten der ARD, Deutschlandradio, der DRD Digitalradio Deutschland und der MEDIA BROADCAST. Die in dieser Marketing-Initiative zusammengefassten Partner koordinieren seit 2012 ihre Aktivitäten zur Markteinführung von Digitalradio (DAB+).

Weitere Fragen zu Geräten, Versorgungsgebieten und Programmen werden auf dem zentralen Informationsportal www.digitalradio.de beantwortet.

Kontakt für die Vertreter der Medien

Nikola Marquardt (Pressebüro Initiative Digitalradio Deutschland)

Michael Reichert (Leiter ARD-Projektbüro Digitalradio)

Tel. +49 341 24664372

E-Mail: presse@digitalradio.de

Web: www.digitalradio.de