

Sonderausgabe zur IFA 2014

Interview

Vier Jahre Digitale Agenda in Europa

EU-Kommissarin zieht im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk Bilanz



Neelie Kroes, Vizepräsidentin der Europäischen Kommission und EU-Kommissarin für die Digitale Agenda

Frau Kroes, seit vier Jahren gibt es die Digitale Agenda für Europa. Wie fällt Ihre Bilanz aus und wie weit sind Sie Ihrem Ziel einer „Connected World“ näher gekommen?

Kroes: Seit dem ersten Tag im Amt war mein Motto jeder Europäer wird digital. Und wir haben erhebliche Fortschritte gemacht. Das beginnt mit dem Thema Breitband. Ich bin froh, dass jetzt jeder Europäer Zugang zu mindestens einer grundlegenden Breitband-Internet-Verbindung hat. Aber die neuesten Innovationen - vom Cloud Computing bis zum Connected TV erfordern viel schnellere Verbindungen. Unser Ziel ist, dass jeder Haushalt 2020 mit mindestens 30 Megabit versorgt werden kann. Einige Länder liegen bei 90 % auf dem Weg dorthin; aber häufig gibt es noch eine signifikante Kluft, was die Versorgung angeht. Wir haben wichtige Schritte unternommen, damit Europa die digitale Revolution annehmen kann. Wir haben Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und Breitband in der EU-Regionalförderung zu einem vorrangigen Thema gemacht. Und wir haben ehrgeizige neue Partnerschaften in strategischen Bereichen von der nächsten Generation der „5G“-Netze über die digitalen Fabriken der Zukunft bis zu den grund-

legenden Bausteinen der digitalen Welt, den Bausteinen und Chips der Nanoelektronik.

Wie viele Maßnahmen haben Sie in Ihrer Amtszeit in Angriff genommen und was beinhalten diese?

Insgesamt haben wir bereits weit über 100 der Maßnahmen abgeschlossen, die wir zu Beginn meiner Amtszeit angekündigt hatten. Aber der Auftrag ist noch nicht abgeschlossen. Ich werde bis zum Schluss bezahlt - und ich werde bis zum letzten Tag daran arbeiten, dass die gesetzten Ziele verwirklicht werden. Zum Beispiel möchte ich Barrieren in unserem Binnenmarkt beseitigen - wie die hohen Roaming-Gebühren, die dafür sorgen, dass sie ihr Handy im Ausland nicht benutzen. Dies ist in unserem Gesetzesvorschlag für einen ‚vernetzten Kontinent‘ enthalten. Mit der Umsetzung dieses Vorschlages, der derzeit zwischen den Mitgliedsstaaten diskutiert wird, wären die Roaminggebühren abgeschafft, das offene Internet für alle wäre durch Verbot von Sperrung und Verlangsamung bestimmter Inhalte garantiert, die Frequenzzulassung für drahtloses Breitband wäre koordiniert, Internet- und Breitbandkunden hätten mehr Transparenz in ihren Verträgen und für Kunden wäre es einfacher, zwischen den Anbietern zu ▶

INHALT



Digitalradio: KEF räumt Intendanten mehr Zeit für Entscheidung ein
Beim Abschalttermin für UKW bleibt die Kommission aber hart | Seite 3



Im Blickpunkt von Europa
Warum Digitalradio in Deutschland gelingen muss | Seite 4



Neue Studie: DAB+ und die Autoindustrie
Ein Viertel aller PKW-Marken in Deutschland wartet auf UKW-Abschalttermin | Seite 5



Smart Radio-Initiative bei den Herstellern noch nicht angekommen
Bislang nur Programmveranstalter mit dabei | Seite 6



Ostvereine wollen Imagewechsel
Verband unterstützt mit digitalen Medienstrategien | Seite 7



Technologiewettstreit um das Fernsehen der Zukunft
Forschung und Industrie wittern das große Geschäft | Seite 8



TV-Produzenten wollen bei Mediatheken künftig mitverdienen
Öffentlich-rechtliche Sender sollen Bezahlmarkt für Fernsehhalte entwickeln | Seite 9

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

seit 4 Jahren gibt es die Digitale Agenda für Europa, die sich um Themen wie Breitbandausbau, Roaminggebühren oder die Liberalisierung von Rundfunkdiensten kümmert. Jetzt zieht Neelie Kroes, Vizepräsidentin der Europäischen Kommission und EU-Kommissarin für die Digitale Agenda, im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk Bilanz ihrer Amtszeit, die zum 31. Oktober 2014 endet. Auch künftig will Kroes sich auf europäischer Ebene für einen zukunftssicheren Rundfunkmarkt stark machen, der einen europaweit freien und technikneutralen Zugang zu Radioinhalten garantiert. Allerdings lehnt die EU-Kommissarin eine „obligatorische Standardisierung“, wie sie im Rahmen der Smart Radio-Initiative von der EBU gefordert wird, ab (Seite 1-2).

Seit die KEF in ihrem jüngsten Bericht von der ARD ein konkretes Einführungsszenario für DAB+ gefordert hat, wartet die Branche nun gespannt auf die ersten Ergebnisse. Im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk kündigte ein Sprecher des MDR an, bis November 2014 ein internes Digitalradio-Strategiepapier vorzulegen, auf dessen Grundlage die KEF-Anmeldung für die neue Beitragsperiode vorbereitet werden kann. Die KEF bekräftigte unterdessen im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk ihre Forderung nach einem konkreten Abschalttermin für die UKW-Sender (Seite 3).

Unterstützung für die Forderung nach einem deutschen UKW-Abschalttermin kommen auch von internationaler Seite. Wie Patrick Hannon, Präsident von WorldDMB, dem Weltverband für digitales Radio, im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, wäre ein präzise formuliertes Datum zur Abschaltung von UKW ein wichtiges Element auf dem Weg hin zu einer vollständig digitalisierten Zukunft des Radios. Zudem betonte Hannon, dass Deutschland als entscheidender Schlüsselmarkt im Blickpunkt der gesamteuropäischen Radio-Digitalisierung steht (Seite 4).



Eine erkenntnisreiche Lektüre wünscht Ihnen

Thomas Barthel

wecheln. Ich hoffe, dass bald eine endgültige Einigung über diese Vorschläge erreicht werden kann: das wäre ein großer Schritt vorwärts für unsere Bürger und unsere digitale Gesellschaft.

Wie sieht die Zukunft für Radio und Fernsehen innerhalb der digitalen Agenda aus?

Im Laufe meiner Amtszeit habe ich im Mediensektor viele Veränderungen gesehen. Wir sind an Konsum auf Verlangen gewöhnt, auch von unseren Fernsehbildschirmen. Millionen von uns schauen sich heute Medieninhalte „unterwegs“ an, auf Tablets und Smartphones. Dies ist verständlicherweise beliebt, vor allem bei jungen Menschen: das zeigt, die Zukunft ist online und ohne Grenzen. Dennoch ist der „traditionelle“ TV-Konsum nach wie vor sehr wichtig; und in der Tat hat er in einigen Ländern in den letzten Jahren zugenommen. Deshalb glaube ich, dass die „traditionelle“ lineare Übertragung von TV und Radio in der Mediennutzung in Europa auch weiterhin wichtig sein wird. Für das Fernsehen freue ich mich auf Pascal Lamys Bericht über den Weg nach vorn für die Zukunft des Ultrahochfrequenzbands (UHF). Mein Ziel ist es, auch für den Rundfunk eine gute Zukunft sicherzustellen.

Deutschland will seine Mediengesetze an die Anforderungen der digitalen Welt anpassen und wartet nun auf Vorgaben aus Brüssel. Wann werden Sie die neue Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste vorstellen und was wird diese enthalten?

Die Europäische Kommission plant, die regulatorische Eignung der Richtlinie in Bezug auf audiovisuelle Mediendienste im Jahr 2015 zu prüfen. Unsere Rechtsvorschriften sollen den europäischen Bürgern und der Branche ermöglichen, die Vorteile der audiovisuellen Dienstleistungen im Internet-Zeitalter zu nutzen. Die Debatte begann schon im letzten Jahr mit einer Konsultation: mit dem Grünbuch zur Vorbereitung auf die vollständige Konvergenz der audiovisuellen Welt. Es wurde mit offenem Geist in Bezug auf eine mögliche Überarbeitung der Richtlinie gestartet. Die

Kommission hat viele Antworten von Betroffenen erhalten, darunter aus Deutschland. Wir werden bald eine Zusammenfassung dieser Antworten veröffentlichen.

Die Endgerätehersteller tun sich dagegen schwer, sich auf technische Standards zu einigen. Leidtragende sind die Verbraucher. Wie beurteilen Sie von der EBU angeschobenen Eurochip-Initiative für Radiohersteller, um verbraucherfreundliche digitale Standards durchzusetzen?

Standardisierung ist ein Thema, welches im Grünbuch vom letzten Jahr angesprochen wurde. Die Konvergenz zwischen audiovisuellen Diensten eröffnet die Frage, welcher Ansatz standardisiert werden könnte oder sollte und mit welchen Zielen: auf der einen Seite Kostenminderungseffekte und Interoperabilität; auf der anderen Seite das Risiko der Innovationsbegrenzung. Wir wollten wissen, ob die Leute glauben, dass es notwendig ist, für Maßnahmen der EU die aktuelle oder potenzielle Fragmentierung zu überwinden, die Interoperabilität über die Grenzen hinweg zu garantieren, und ob es notwendig ist, neue oder aktualisierte Standards im Markt zu entwickeln. Die Antworten auf das Grünbuch zeigen ein weites Spektrum unterschiedlicher Einschätzungen. Die Ansichten, ob EU-Maßnahmen überhaupt erforderlich sind, sind geteilt. Jede Initiative, die eine größere Auswahl, verbesserte Erfahrung und effizientere Nutzung des Frequenzspektrums anbieten kann, ist herzlich willkommen – deshalb verfolge ich diese „Euro-Chip“ Initiative der Branche mit Interesse; sie könnte den traditionellen und den digitalen Empfang in einem einzigen Chip integrieren. Die Branche sagt, das würde den Nutzern einen besseren Zugang zu ihrem Lieblingsradioprogramm geben, während die Belastung drahtloser Breitbandnetze verringert würde. Es ist also eine sehr interessante Initiative. Aber die Verbraucher und die ganze Branche werden durch neue attraktive Dienstleistungen und Produkte angetrieben. Ich sehe deshalb derzeit keine Notwendigkeit für eine obligatorische Standardisierung in diesem Bereich. ■

Anzeige

HIT MUSIC ONLY!
JETZT AUCH DEUTSCHLANDWEIT ÜBER DAB+



Bericht

Digitalradio: KEF räumt Intendanten mehr Zeit für Entscheidung ein

Beim Abschalttermin für UKW bleibt die Kommission aber hart



Die KEF erwartet von der ARD bis zum 30. April 2015 eine Programmverbreitungsstrategie

Die ARD hat im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk angekündigt, bis November 2014 ein internes Digitalradio-Strategiepapier vorzulegen, auf dessen Grundlage die KEF-Anmeldung für die neue Beitragsperiode vorbereitet werden kann. Wie ein Sprecher der ARD dem Fachinformationsdienst weiter sagte, haben dazu die ARD-Intendanten in ihrer jüngsten Sitzung die Lenkungsgruppe DAB+ gebeten, einen entsprechenden Entwurf vorzulegen. Nach Aussagen des ARD-Sprechers steht die Lenkungsgruppe DAB+ nach dem Beschluss der Senderchefs unter Leitung von MDR-Intendantin Prof. Dr. Karola Wille. In Bezug auf die „Kernaussagen der Strategie“ wollte sich die ARD jedoch noch nicht äußern, um der Lenkungsgruppe nicht vorzugreifen.

Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) erwartet nach Aussagen von Dr. Horst Wegner, Geschäftsführer der KEF, im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk das ARD-Papier bis zum 30. April 2015, um dann zu entscheiden, ob der ARD auch über 2016 hinaus Mittel zum weiteren Digitalradio-Betrieb bewilligt werden. Wie Wegner weiter ausführte, ist es allerdings nicht ausgeschlossen, dass die Regierungschefs der Länder für die medienpolitischen Entscheidungen (Evaluierung Rundfunkbeitragsstaatsvertrag, Werbung und Sponsoring) noch Zeit bis Juni 2015 benötigen. In diesem Fall wäre die KEF bereit – damit die öffentlich-rechtlichen Anstalten diese Ergebnisse bei den Anmeldungen noch berücksichtigen können –

den Zeitplan zur Erstellung des 20. Berichts um vier Monate zu verschieben. Erscheinen soll der 20. KEF-Bericht dann regulär im Januar 2016. Sollte es zu einer Verschiebung der Anmeldung kommen, verzögert sich die Veröffentlichung bis Ende April 2016.

Nicht rütteln will die KEF dagegen an ihren Forderungen gegenüber der ARD. Wie Wegner dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, gelte weiterhin die im 19. KEF-Bericht getroffene Aussage, dass die KEF von der ARD präzise Aussagen zur Dauer des Simulcast – also der Parallelausstrahlung von DAB+ und UKW – und die Angabe eines Abschalttermins für die UKW-Sender erwartet.

Unterstützt werden die Forderungen der KEF auch von der Endgeräteindustrie. Wie Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, muss das Digitalradio-Einführungsszenario als Entscheidungsgrundlage für alle Marktteilnehmer klar und zielgerichtet formuliert sein. Wie Kamp weiter ausführte, zeigen gerade die Erfahrung aus anderen Technologie-Einführungen und Umstellungen, dass eindeutig definierte Abschalttermine die besten Voraussetzungen auf Erfolg sind. „Um das umzusetzen, müssen jedoch alle Beteiligten aus Handel, Sendern und Industrie die Vorteile von Digitalradio klar und verständlich kommunizieren. Ein festgelegter UKW-Abschalttermin wäre eine gute Basis“, so Kamp abschließend. ■

FOTOGALERIE



Dr. Horst Wegner, Geschäftsführer der KEF



Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu

Anzeige

radio horeb
Leben mit Gott



So hören Sie uns

- bundesweit über DAB+
- Satellit Astra, Kabel, Internet, App für mobile Geräte
- Einfach die blaue Taste drücken und sofort radio horeb hören mit den verschiedenen Modellen der Sankt Lukas GmbH.



Radio Horeb Hörerservice

Tel.: +49 8328 921-110
www.horeb.org

Sankt Lukas Bestellservice

Tel.: +49 8191 305 30 32
www.sanktlukas.com



Auf der IFA 2014 stellt der weltweit führende Anbieter von Technologielösungen für Digitalradio, Frontier Silicon, die 4. Generation seines Digitalradio-Chips vor. Der sogenannte „Kino 4 digital radio chip“ ist der weltweit erste Rundfunkchip, der die neuesten Technologien und Applikationen beispielsweise zur Audio-Codierung auf einem winzigen Stück Silizium integriert. Die wichtigsten Vorteile von „Kino 4“ sind eine verbesserte Leistung und Funktionalität, geringerer Stromverbrauch (50 Prozent weniger als der Vorgänger-Chip), sowie reduzierte Produktionskosten. Der für 12 Millionen Dollar entwickelte Chip ist vor allem für den Einsatz in preiswerten portablen Radios und Radioweckern, Home-Audio-Systemen und Radio-Empfängern mit Bluetooth-Konnektivität optimiert. Interessant ist der Chip aber auch für den Nachrüstmarkt im PKW-Bereich. Beispielsweise für den Einsatz in Digitalradio-Adaptoren zum Aufrüsten bestehender Autoradio-Systeme. Mit dem Chip soll künftig aber auch der Markt für Hybrid- und Smartradios weiter befördert werden, da „Kino 4“ Rundfunkdienste und IP-Rückkanal-Funktionalität besonders intelligent kombiniert. Frontier Silicon plant in den nächsten 18 Monaten eine Reihe von neuen Features, auf Basis des neuen Chips einzuführen. Wie Anthony Sethill, CEO bei Frontier Silicon, sagte, „Digitalradio macht in Europa und darüber hinaus enorme Fortschritte. Es ist wichtig, dass mit zunehmender Reife des globalen Marktes neue Technologielösungen diesen Fortschritt weiterhin entscheidend vorantreiben“.

Bis Ende Oktober 2014 veranstaltet der Bayerische Rundfunk gemeinsam mit großen Elektronikmärkten in 14 bayerischen Städten eine Roadshow zum Thema Digitalradio. Jeweils an den besucherstarken Verkaufstagen Freitag und Samstag steht ein BR-Team in den jeweiligen Märkten bereit, um sachkundig alle Fragen rund um den digitalen Radioempfang zu beantworten. Neben der Präsentation der über DAB+ empfangbaren BR-Programme erwarten die Besucher besonders vergünstigte Geräte sowie zahlreiche Gewinnspiele. Gestartet wurde die Infokampagne des BR am 29. August in Landshut. Letzte Station der zweimonatigen Roadshow ist am 25. Oktober in Würzburg.

Im Blickpunkt von Europa

Warum Digitalradio in Deutschland gelingen muss



Patrick Hannon, Präsident von WorldDMB, dem Weltverband für digitales Radio

Patrick Hannon, wie wichtig ist der deutsche Markt für die Einführung von Digitalradio in Europa und der Welt?

Hannon: Deutschland gehört ohne Frage zu den wichtigsten Märkten für den künftigen Erfolg von Digitalradio in ganz Europa. In Großbritannien, Norwegen, Dänemark und der Schweiz ist Digitalradio ohnehin gut etabliert und die Markteinführung von DAB+ in Deutschland im Jahr 2011 und in den Niederlanden (2013) hat die Dynamik in ganz Europa deutlich untermauert. Auch neuere Märkte, wie Italien, Frankreich, Polen und Schweden, sind auf den Digitalradiozug aufgesprungen und jetzt dabei, die Einführung von Digitalradio anzugehen. Dabei haben die genannten Märkte schon ein waches Auge auf Deutschland, in welcher Weise auch die dortige Entwicklung dazu beiträgt, dass DAB+ zur zukünftigen Radio-Plattform für ganz Europa wird.

In Deutschland entspinnt sich derzeit eine große Debatte darüber, ob wir einen „UKW-Abschalttermin“ brauchen.

Halten Sie einen derartigen Termin für sinnvoll, um die Digitalisierung des Hörfunks zu beschleunigen?

Nach meiner Einschätzung ist ein Datum zur Abschaltung von UKW ein wichtiges Element auf dem Weg hin zu einer vollständig digitalisierten Zukunft des Radios. Der Nutzen, den ein festes Abschaltdatum in sich trägt, ist, dass es sowohl den Verbrauchern als auch der Industrie Sicherheit gibt. Allerdings ist es nur sinnvoll, einen solchen Termin zu setzen, wenn er von einer klaren Strategie für den Umstieg und abgesteckten Schritten dahin gestützt wird.

Was können Sie unseren privaten Radiostationen antworten, die einen Abschalttermin für „nicht förderlich für ihr Radiogeschäft“ halten?

In diesem Zusammenhang sind drei besonders wichtige Aspekte zu berücksichtigen: In erster Linie geht es um die Bedürfnisse der Hörer – und da gilt: DAB+ ist gegenüber UKW die viel stärkere Plattform fürs Radio. DAB+ bietet eine größere Auswahl von Programmen, bessere Klangqualität und eine Reihe von zusätzlichen Funktionen. Zweitens: Das Wettbewerbsumfeld zum Medium Radio ist im Wandel begriffen. Radio-Entscheider und Radio-Macher müssen diesen Wandel entschlossen aufgreifen, um die Gattung in eine sichere Zukunft zu führen. Und drittens, die Unternehmen, die bereits stark im UKW-Hörfunk sind, dürften, meiner festen Überzeugung nach, auch über DAB+ erfolgreich sein. Ich möchte meinen deutschen Kollegen zurufen: Haben Sie keine Angst vor den anstehenden Veränderungen, nutzen Sie die Gunst der Stunde!

Brauchen wir für Europa eine „Switch-over-Strategie“ und wie sieht diese aus?

Eine europäübergreifende strategische Ausrichtung auf einen Umstieg zu DAB+, über die großartigen Aktivitäten der vielen einzelnen Länder hinaus, würde ganz sicher sowohl die Endgerätehersteller als auch die diversen Technologieanbieter und die Entscheider aus der Autoindustrie ermutigen, noch mehr an Unterstützung für die Etablierung von Digitalradio zu leisten. Ganz konkret würde ein europaweit koordinierter Zeitplan zu solch einem Umstieg ▶

den Übergang in eine digitale Radiozukunft beschleunigen helfen.

In der WorldDMB „Switchover Group“ geht es darum, den eher neuen Märkten die Möglichkeit zu geben, im direkten Austausch mit den Etablierten von deren guten Ansätzen zu profitieren. Beteiligte mit viel Erfahrung aus den Bereichen der Rundfunkveranstalter, Aufsichtsbehörden und Hersteller zeigen ihre Perspektiven auf und vermitteln zwischen den Partnern, wo dies von Vorteil ist. Norwegen etwa kann darauf verweisen, bereits im Jahr 2011 als erstes Land in Europa ein festes Umschaltdatum für den Zeitraum 2017 bis 2019 gesetzt zu haben. Seit dieser Ankündigung hat sich der Absatz von Digitalradio-Empfängern nahezu vervierfacht. Der „best practice“-Ansatz funktioniert allerdings auch umgekehrt. So kommen etwa aus den „jüngeren“ Märkten Italien und den Niederlanden höchst innovative Marketing-Ideen. Wie groß das Interesse der Branche am Switchover-Thema ist, zeigt der Umstand, dass an unserem letzten Treffen in Dublin Vertreter aus acht europäischen Ländern sowie der Europäischen Vereinigung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten EBU teilgenommen haben.

Die ARD wird Anfang kommenden Jahres der KEF einen Bericht vorlegen, in dem

sie ihre Einführungsstrategie für Digitalradio erläutert und auch einen Termin formulieren wird. Was erhoffen Sie sich von diesem Bericht?

Seit ihrem umfassenden Einstieg in 2011 unterstützen die Landesrundfunkanstalten der ARD Digitalradio in stetig wachsendem Maß. Parallel dazu hat auch das Deutschlandradio das Thema DAB+ sehr gefördert. Jetzt hat die KEF die Landesrundfunkanstalten aufgefordert, sich auf eine langfristige Programmverbreitungsstrategie zu verständigen. Der Erfolg des Digitalradios in Deutschland hängt maßgeblich davon ab, dass die öffentlich-rechtlichen Programmveranstalter ihre Rolle als Wachstumsmotor weiterhin geschlossen annehmen. Das Deutschlandradio stellt 2025 als Switchover-Datum in den Raum, der Bayerische Rundfunk hat vor einiger Zeit angemerkt, es sei schwer vorstellbar, dass der Umstieg von UKW auf DAB+ in Deutschland mehr Zeit in Anspruch nehmen solle als die Energiewende. Mit Blick auf die Statements, die sowohl ARD-Politiker in Deutschland als auch ARD-Vertreter abgegeben haben, sind wir guter Dinge, dass die Landesrundfunkanstalten der ARD an ihrem fortschrittlichen Engagement für das digitale Radio der Zukunft gemeinsam festhalten werden. ■

Anzeige



ROBERTS RADIO



NEUHEIT



STREAM 93I

DAB+/FM/WiFi
Internet Radio mit
Media Streaming

www.robertsradio.de

Bericht

Neue Studie: DAB+ und die Autoindustrie

Ein Viertel aller PKW-Marken in Deutschland wartet auf UKW-Abschaltermin



Großes Interesse bei der Automobilindustrie: Über 90 Prozent haben sich an der Umfrage beteiligt

Ein Viertel aller in Deutschland verkauften PKW-Marken wartet auf ein fest terminiertes UKW-Abschaltdatum, um künftig DAB+ in ihre Car-Infotainment-Konzepte zu integrieren. Noch wichtiger als ein fixes UKW-Abschaltscenario war den Automobilherstellern eine größere Kundennachfrage und eine noch bessere Digitalradio-Netzabdeckung.

Zu diesem und vielen weiteren Ergebnissen kommt der DAB+ Autoreport 2014. Darin hat das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk erstmals alle in Deutschland verkäuflichen PKW-Automarken nach ihrem DAB+ Engagement befragt. Jetzt steht der gut 80-seitige Report kurz vor seiner Veröffentlichung. Aufgeschlüsselt nach ▶

DAB+ Autoreport

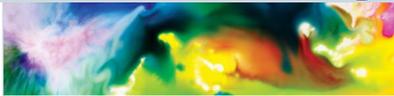


Nikola Marquardt, Mitherausgeberin des Fachinformationsdienstes Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk

Weitere Informationen zum aktuellen DAB+ Autoreport 2014 gibt es telefonisch oder per E-Mail: 0341-24664370 oder marquardt@meinungsbarometer.info

Direkt bestellen kann man die Studie auch unter www.meinungsbarometer.info/dab-plus-autoreport

Anzeige



Pop... Pop... Pop Music



DIGITALRADIO
Radio der Zukunft



PURE
www.pure.com

Marken berichtet der DAB+ Autoreport über den Ausstattungsgrad mit DAB+ Empfängern, über Kundeninteresse, Verkaufserfolge und Prognosen. Er blickt voraus auf die noch in diesem Jahr geplanten Marketingmaßnahmen der einzelnen Marken. Er macht aber auch deutlich, wo noch dringender Nachholbedarf besteht und welche Unterstützung sich die Marken wünschen.

Wie Nikola Marquardt, Mitherausgeberin des Fachinformationsdienstes Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk und damit auch für den DAB+ Autoreport mitverantwortlich, sagte, wurden im Zuge der redaktionellen Branchenumfrage im Zeitraum Mai bis Juli 2014 alle 46 in Deutschland verfügbaren PKW-Automarken nach deren DAB+ Strategien befragt. „Mit der Umfrage wollten wir herausfinden, wie die Automobilbranche in Deutschland tatsächlich bei DAB+ aufgestellt ist, um Politik, Industrie

und Medien ein wichtiges Instrument für die anstehenden Entscheidungen an die Hand zu geben“, so Marquardt. „Gerade weil die Branche derzeit dabei ist, Entscheidungen treffen zu müssen, wie die DAB+ Einführung weiterhin angegangen werden muss.“ Einig sind sich die Branchenexperten nach Einschätzung des Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk zudem darin, dass die Automobilindustrie bei der Einführung von Digitalradio in Deutschland eine Schlüsselbranche ist, denn die meiste Zeit wird Radio im Auto gehört.

Dass die DAB+ Thematik auch bei der Automobilbranche angekommen ist, zeigt sich auch in der enormen Beteiligungsquote an der aktuellen Digitalradio-Studie des Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. So haben 42 von 46 PKW-Marken an der umfangreichen Befragung teilgenommen, was einer Quote von 91,3 Prozent entspricht. ■

Umfrage

Smart Radio Initiative bei den Herstellern noch nicht angekommen

Bislang nur Programmveranstalter mit dabei



Im Vorfeld der IFA hat das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk die Digitalradio-Hersteller nach der EBU-Initiative befragt

Eine Umfrage des Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk im Vorfeld der IFA 2014 hat ergeben, dass bei den Digitalradio-Endgeräteherstellern in Bezug auf die europäische EBU-Smart Radio-Initiative viele Unsicherheiten herrschen. So gibt es bereits bei der Definition der Smart Radio-Initiative der EBU Unklarheiten und Deutungsspielräume. Nach Aussagen von Dr. Christian Vogg, Head of Radio im Media Department der EBU, „zielt die aktuelle Smart Radio-Kam-

pagne nicht auf einen konkreten technischen Standard, sondern will generell erreichen, dass in allen Mobilgeräten analoger und digitaler terrestrischer Rundfunk ohne Zusatzkosten empfangbar ist, vor allem in Smartphones und Tablets“. Dafür hat die EBU ein „Memorandum of Understanding“ aufgesetzt, das nach dem Willen der europäischen Initiative alle Marktteilnehmer unterschreiben sollen. Eine Nachfrage des Fachinformationsdienstes bei der EBU ▶

hat ergeben, dass das Papier bis dato 22 öffentlich-rechtliche und private Programmveranstalter aus ganz Europa unterzeichnet haben, darunter die ARD, Deutschlandradio, Klassik Radio, Neue Welle sowie das private Radiounternehmen Regiocast. Nach Aussagen Voggs hätten auch Rundfunkanstalten aus Asien, Australien und Amerika großes Interesse an dem Konzept.

Unter den Unterzeichnern des EBU-Memorandums ist allerdings bis dato noch kein einziger Endgerätehersteller. So verweist beispielsweise der Hersteller TechniSat – der seine Vertriebsaktivitäten auf den deutschsprachigen Raum konzentriert – darauf, dass er sich nicht durch eine europäische „Zwangsverpflichtung“ auf Hybrid-Geräte einschränken lassen wird. Daher werde sich TechniSat nach Aussagen einer Unternehmenssprecherin nicht an dem Papier beteiligen.

Rob Roeffen von Sangean Europe BV meint: „Die EBU-Initiative sollte nicht überschätzt werden, da diese nicht mehr als eine öffentliche Positionsmeldung darstellt.“ Für die Produktion und Verbreitung von hybriden oder smarten Radioempfängern sei aber nach Aussagen Roeffens ausschließlich die Kundennachfrage in den Märkten maßgeblich. „Statt ein Memorandum

zu unterschreiben, hat Sangean mit seiner Produktpalette die Ziele der Initiative bereits umgesetzt“, so Roeffen abschließend.

Nach Ansicht von Joachim Uhrig, Geschäftsführer der NOXON Vertriebsgesellschaft mbH macht die EBU-Initiative eigentlich nur da Sinn, „wo man immer noch reine FM-Radios zu Hunderttausenden importiert. Unsere Geräte sind dagegen entweder mit DAB+ ausgestattet oder von vornherein schon hybrid“.

Dagegen kündigte Valentino Hatterscheid von Roberts Radio an, dass der britische und auf Digitalradio spezialisierte Hersteller künftig eine Beteiligung an der Smart Radio-Initiative plant. Auch der Hersteller Dual begrüßt grundsätzlich das Vorhaben der EBU, da die Umsetzung eine Standardisierung und somit Vereinfachung bei der Digitalisierung des Mediums Radio nach sich ziehen würde. Das Papier hat Dual allerdings bisher noch nicht unterzeichnet.

Die EBU will mit ihrer Smart Radio-Initiative sicherstellen, dass alle Radionutzer in Europa die Möglichkeit haben, zukunftssichere Empfangsgeräte zu kaufen, die einen europaweit freien und technikneutralen Zugang zu Radioinhalten garantieren. ■

FOTO



Dr. Christian Vogt, Head of Radio im Media Department der EBU

Bericht

Ostvereine wollen Imagewechsel

Verband unterstützt mit digitalen Medienstrategien



Mit dem Fußball im Osten soll es aufwärts gehen

Rainer Milkoreit ist mit der jüngsten sportlichen Entwicklung und dem damit verbundenen Imagewechsel im Fußballosten zufrieden. Milkoreit ist als Präsident des Nordostdeutschen Fußballverbandes

(NOFV) Ostdeutschland höchster Fußballfunktionär und damit für alle Fußballvereine im Osten der Republik verantwortlich. Gerade sind fünf seiner Mannschaften in teilweise sensationellen Partien gegen ▶

Anzeige

Fahren Sie
in Zukunft rauschfrei.



Der Digitalradio-Navitainer DNX7250DAB mit extragroßem Touch-Screen-Monitor.

Mit den neuen Car Entertainment-Systemen mit DAB+ für brillanten, störungsfreien Empfang.

Die neuen Navigations- und Multimediasysteme mit DAB+ sind da. Das bedeutet glasklarer Empfang komfortable Bedienung, mehr Vielfalt und im Bedarfsfall unterbrechungsfreiem Hin- und Herschalten zwischen digitalem und analogem Empfang. Dazu ein erstklassiges Navigationssystem und perfekte Smartphone-Anbindung.

www.kenwood.de

KENWOOD

FOTOGALERIE



Rainer Milkoreit, Präsident des Nordostdeutschen Fußballverbandes (NOFV)

renommierte Erstbundesligisten in die 2. Runde des DFB-Pokals eingezogen. Derzeit spielen neben Hertha BSC in der 1. Bundesliga auch drei Vereine aus dem Bereich des NOFV in der 2. Bundesliga sowie sechs Vereine in der 3. Liga. Zufrieden ist der engagierte Präsident aber erst dann, „wenn wir fünf oder sechs Mannschaften aus dem Osten in der 2. Bundesliga haben“. Auch was das umstrittene Projekt RB Leipzig angeht, ist der Funktionär nach Aussagen im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk „positiv eingestellt“ und glaubt, dass die Leipziger schon bald in der Beletage des deutschen Fußballs angekommen sein werden.

Damit der Fußballosten künftig noch nachhaltiger und erfolgreicher wird, will Milkoreit dafür sorgen, dass seine Clubs auch mithilfe neuer Medienangebote ihr teilweise noch immer rampo- niertes Image verbessern können und

für die Vermarktung attraktiver werden. In diesem Zusammenhang soll vor allem die vom Mutterverband DFB neu auf- gesetzte Plattform, fussball.de, auch den Fußball-Amateurvereinen in Ostdeutsch- land helfen, sich weiter zu professiona- lisieren. Auf der neuen Plattform, die es auch als App für Tablets und Smart- phones gibt, können sich alle Vereine, Spieler, Funktionäre, Trainer und Fans einbringen und miteinander vernetzen. Eine Plattform, die nach Aussagen Milkoreits „so weltweit einmalig ist“. Un- terstützt werden die Vereine vom NOFV aber auch im Bereich der lokalen Fern- sehvermarktung, „um sich“, wie es der Verbandspräsident ausdrückt, „nach außen noch professioneller darzustellen und effizienter zu arbeiten. So bieten wir schon heute den Stadtsendern für wenig Geld Übertragungsrechte an, damit auch lokal ausführlich über den Fußball berichtet werden kann“. In Zu- kunft will der Fußballfunktionär diese Zusammenarbeit weiter intensivieren.



Kaum Handlungsbedarf sieht Milkoreit dagegen bei der TV-Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. „Da sind wir durch die Übertragungen des MDR aus der 3. Liga und der Regionalliga so gut aufgestellt wie kein anderer Regio- nalverband. Das ist auch in der deut- schen Medienlandschaft einzigartig, vor allem im Hinblick auf die zahlreichen Livespiele im Internet.“ Davon, dass das Fernsehen live vor Ort ist, profitieren nach Ansicht Milkoreits die Vereine ungemein, gerade weil sich lokale und regionale Sponsoren dadurch eins zu eins im Fernsehen wieder finden. Das helfe wiederum den Clubs, neue Partner und Unterstützer zu finden, die den Vereinen vor Ort finanziell unter die Arme greifen.



Besonders freut Milkoreit aber das eigens von den Vereinen initiierte Projekt zur engeren Vernetzung der Fußballvereine im Osten, um im Ergebnis, die Fußball- region gemeinschaftlich zu stärken. „Wir sind sehr daran interessiert, dass dieses Projekt – welches auch zur Imagekor- rektur der Fußballvereine hierzulande beitragen kann – weiter geführt und von uns unterstützt werden kann. Auch wenn dann gleich der ein oder andere Verein wieder Angst vor zu viel Vereinnahmung durch den Verband hat“, so Milkoreit schmunzelnd. Doch davon wird sich der NOFV-Funktionär nicht beirren lassen, schließlich geht es darum, die Entwick- lung im Fußballosten positiv zu forcieren und weiter voranzubringen. ■

Fußballalltag im ostdeutschen Amateurfußball

Bericht

Technologiewettstreit um das Fernsehen der Zukunft

Forschung und Industrie wittern das große Geschäft



Die digitale Fernseh-terrestrik hat derzeit keinen leichten Stand in Deutschland. Zum einen geht es für die Branche darum, eine erfolgreiche und schnelle Migration auf den Standard DVB-T2 bis 2016 zu schaffen, ohne allzu viele Fernsehzuschauer bei der Umstellung zu verlieren. Schließlich erfordert das neue DVB-T2-Fernsehen die Anschaffung von neuen Empfangsgeräten, da die herkömmlichen DVB-T-Receiver den neuen Standard nicht darstellen können. Zudem drängen derzeit neue Fernsehstandards, wie das Ultra-HD-Fernsehen auf den Markt, die das DVB-T2-System schon vor seiner Einführung wieder obsolet machen könnten.

Nach Einschätzung des Miterfinders des DVB-T-Verfahrens, Prof. Dr.-Ing. Ulrich Reimers, Vizepräsident für Strategische Entwicklung und Technologietransfer an der Technischen Universität Braunschweig, ist zwar der für den Einsatz bei DVB-T2 vorgesehene Videocodierungsstandard HEVC für Ultra-HD grundsätzlich optimiert, wäre aber eine „Frequenzspektrums-Vergeudung“. Wie Reimers im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk weiter ausführte, „wären pro DVB-T2-Kanal nur zwei UHDTV-Programme übertragbar“. Allerdings ist der Technikentwickler in Bezug auf das neue und noch hochauflösendere HD-Fernsehen ohnehin skeptisch: „Vielleicht kommt das als Nischenangebot, aber flächendeckend sehe ich es auch künftig nicht.“

Gute Chancen räumt Reimers der Fernseh-terrestrik aber auch in Zukunft ein. Dafür forscht sein Institut für Nachrichtentechnik unter anderem an neuen intelligenten Systemen, die weit über die bisherige Rolle des klassischen DVB-T-Fernsehens hinausgehen. Die Forschungsschwerpunkte heißen derzeit

in erster Linie „Dynamic Broadcast“ (das auf eine flexiblere Nutzung des Rundfunkspektrums setzt) oder „Tower Overlay über LTE-A+“. Gerade das Tower Overlay-System bietet nach Aussagen des Forschers die Möglichkeit, Fernsehinhalte über die vorhandene Rundfunkinfrastruktur – in dem DVB-T2 als Datenkanal genutzt wird – auf Smartphones und Tablets zu übertragen. Das habe den Vorteil, dass die Mobilfunknetze mit Hilfe von Rundfunkübertragungen entlastet werden können. Ein Feldversuch vom Eiffelturm in Paris soll noch in diesem Jahr gestartet werden. Einen anderen Weg geht derzeit der Mobilfunkkonzern Nokia, der auf das Thema LTE-Broadcast setzt. Dazu führt Nokia im Großraum München einen großflächigen Feldtest durch, der nachweisen soll, dass Fernsehen über den Mobilfunkstandard LTE als Alternative bzw. Ergänzung für das DVB-T-Fernsehen geeignet ist. Wie ein Sprecher von Nokia Networks dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, „sind wir davon überzeugt, dass über LTE eine Übertragung von Rundfunk- als auch von Mobilfunkdiensten technisch machbar ist“. Ziel dieses Forschungsprojekts sei es nach Aussagen des Sprechers, herauszufinden, ob sich dafür ein neuer Standard realisieren lässt.

Von den Plänen des Mobilfunkkonzerns Nokia, Fernsehen über LTE zu übertragen hält Ulrich Reimers dagegen wenig. „Gerade in Bezug auf das eingangs erwähnte Ultra-HD-Fernsehen sehe ich LTE nun überhaupt nicht. Zudem gibt es bereits von der EBU eine aktuelle Studie, die LTE als TV-Verbreitungsweg vollkommen in Frage stellt“, so der Technikexperte abschließend. ■

FOTO



DVB-T-Miterfinder Prof. Dr.-Ing. Ulrich Reimers von der Technischen Universität Braunschweig

NACHRICHTEN

Nach dem großen Erfolg der Kooperation zwischen Radio Horeb und dem Digitalradio-Endgerätehersteller Dual hat jetzt auch das Schlagerparadies ein eigenes Radio mit „Schlagerparadies“-Knopf. Nach Einschätzung von Christoph Homberg, Geschäftsführer bei Dual „ist die Kooperation insbesondere für die Radioprogramme interessant, die eine ganz bestimmte Sparte bedienen, wie eben Radio Horeb mit seinem kirchlichen Zielpublikum oder das Schlagerparadies mit seinen zahlreichen Schlagerfans.“ Seit seiner Einführung im Jahr 2013 wurde das Digitalradio von Dual mit der Horeb-Taste bereits sehr erfolgreich verkauft. Der ab sofort erhältliche DAB+ Radioempfänger im Schlagerparadies-Corporate Design ist an dem orangefarbenen Schlagerparadies-Knopf zu erkennen. Während das Schlagerparadies-Gerät hauptsächlich über Amazon und über eine Telefonhotline verkauft wird, bei der auch die Kunden über die Empfangsmöglichkeiten beraten werden, verkauft sich das christliche Radio über den Sankt Lukas Onlineshop. Die beiden Sparten-Programme sind im bundesweiten Digitalradio zu hören.

INTERVIEW



Dr. Christoph Palmer, Geschäftsführer der Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen – Interview auf www.meinungsbarometer.info

Bericht

TV-Produzenten wollen bei Mediatheken künftig mitverdienen

Öffentlich-rechtliche Sender sollen Bezahlmarkt für Fernsehinhalte entwickeln



Die TV-Produzenten lehnen eine Ausweitung der 7-Tage-Frist in den Mediatheken ab

Anzeige



Gute Technik:
DIGITALRADIO



Jetzt auch ERF Pop in Berlin/Brandenburg!

Gute Nachrichten:

ERF Plus

Testen Sie uns!

Infos: www.erf.de/dab+
ERF Medien, Wetzlar

Mit Skepsis und Unverständnis reagiert die Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen auf die Pläne des Berliner Abgeordnetenhauses die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender aufzuwerten, in dem die umstrittene 7-Tage-Frist gekippt werden soll.

Wie Dr. Christoph Palmer, Geschäftsführer der Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen, dem maßgeblichen deutschen Produzentenverband, dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, „können und werden wir die Forderung der Politik nach einer Ausdehnung der Mediathekenutzung nicht unterstützen, da die Produzenten von der Forderung nicht profitieren, sondern sie schadet“. „Schließlich“, so Palmer weiter, „verdienen die Produzenten keinen Euro an der Mediathekenutzung, da diese nicht kommerziell sei“. Vielmehr führe nach Aussagen des Geschäftsführers eine ausgedehnte Mediathekenutzung dazu, den für die Produzenten unentbehrlichen Video-on-Demand-Markt zu beschädigen. „Wer soll schließlich eine attraktive Serie oder einen attraktiven Film noch käuflich als Video-on-Demand-Angebot erwerben, wenn er es in der Mediathek – insbesondere bei unbegrenzter Mediathekenutzung – umsonst sehen kann“, so Palmer.

In diesem Zusammenhang verwies der Interessenvertreter der deutschen Film- und Fernsehproduzenten darauf, dass gerade die Video-on-Demand-Rechte als „der“ Wachstumsmarkt in einer Medien-

branche gelten, bei denen zusätzliche Erlöse nur durch neue Geschäftsfelder zu generieren sind. Umso dringlicher ist die Forderung von Palmer an die öffentlich-rechtlichen Programmveranstalter, endlich auch einen Video-on-Demand-Markt auf den Plattformen von ARD und ZDF zu entwickeln.

Dafür wäre es nach Auffassung der Produzentenallianz für eine kommerzielle Entwicklung des künftigen angestrebten Video-on-Demand-Marktes sinnvoll, wenn die inhaltlichen Rechte nicht durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk selbst oder deren Vertriebsstöchter verwertet werden, sondern in den Händen der Produzenten läge. Ziel der deutschen Produzenten ist ein Lizenzmodell, bei dem primäre Sende-rechte dem Rundfunk als primären Auftraggeber eingeräumt werden, die Verwertung der Nichtrundfunkrechte allerdings beim Produzenten liegen.

Hintergrund der Diskussionen um die 7-Tage-Frist in den deutschen Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Programmveranstalter ist die Regelung, dass bislang Fernseh- und Radiobeiträge nur 7 Tage lang im Internet stehen dürfen. Danach müssen sie aus den Mediatheken gelöscht werden, so sieht es der Rundfunkstaatsvertrag vor. Die Forderung der Berliner Landespolitiker diese Frist zu streichen, wird damit begründet, dass die Zuschauer die entsprechenden Produktionen bereits mit ihren Beiträgen bezahlt hätten. ■

Anzeige

Branchenporträts

Radio Schlagerparadies



...die ganze Welt des deutschen Schlagers. Gute Laune zum Zuhören und Mitsingen. Von deutschen Oldies über Schlagerklassiker bis hin zu aktuellen Melodien. Das 24-Stunden-Programm wird gespickt mit aktuellen Nachrichten, interessanten redaktionellen Beiträgen und bunten Neuigkeiten aus der Schlagerwelt. Es sendet bundesweit über DAB+, Internet, ASTRA-Satellit und in einigen Bundesländern über Breitbandkabel.

Kontakt für Medienanfragen
Franz Grosse
E-Mail: franz.grosse@schlagerparadies.de
www.schlagerparadies.de



radio SAW / ROCKLAND

Die VMG Mediengruppe produziert mit radio SAW den reichweitenstärksten privaten Radiosender im Osten und mit ROCKLAND Deutschlands 1. Programm im Regelbetrieb von Digital Radio. Beide Programme sind über UKW, DAB+ und im Internet zu empfangen.

Kontakt für Medienanfragen
Jens Kerner, Leiter Unternehmenskommunikation
E-Mail: JKerner@radiosaw.de
www.radiosaw.de, www.rockland.fm

PURE

Pure – Imagination Technologies GmbH

Pure ist der weltweit führende Hersteller von Wireless-Musik- und Radiosystemen, der weltweit führende Digitalradiolieferant und der Hersteller des Evoke-1S, des beliebtesten Digitalradios der Welt.

Kontakt für Medienanfragen
Pia Fauerbach
E-Mail: Pia.Fauerbach@pure.com
www.pure.com/de



Digitalradio – Repeater für den Fachhandel

Bislang konnte es im Verkaufsraum von Fachmärkten vorkommen, dass der Digitalradio-Empfang auf Grund der bautechnischer Gegebenheiten nicht möglich war. Jetzt gib es für den Fachhandel eine technisch und wirtschaftlich einheitliche Empfangs-Lösung. Alle Infos rund um Nutzung, Installation und Genehmigung eines Digitalradio-Repeaters gibt es bei der Repeaterstelle.

Kontakt für Händleranfragen
E-Mail: repeater@digitalradio.de
www.digitalradio.de/repeater

Radio Horeb



Radio Horeb ist ein privater, christlicher und rein spenden-finanzierter Radiosender. Unser 24-Stunden-Programm ist deutschlandweit über DAB+ zu empfangen. Seit fast 20 Jahren ist es unser Anliegen, die Freude am Glauben und an der Botschaft Christi hörbar zu machen.

Kontakt für Medienanfragen
Sabine Römer, Leiterin PR/Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: sabine.roemer@radiohoreb.de
www.horeb.org

ERF Medien



ERF Medien produziert Fernseh-sendungen und -beiträge, zwei Radioprogramme und unterhält 15 Internetangebote. Das Leitbild: „Wir möchten nichts lieber, als dass Men-schen Gott kennen lernen und er ihr Leben verändert. Dafür suchen wir die besten medialen Möglichkeiten.“

Kontakt für Medienanfragen
Michael vom Ende, Pressesprecher
E-Mail: presse@erf.de
www.erf.de



Funkhaus Halle (89.0 RTL & Radio Brocken)

Das Funkhaus Halle produziert zwei überregionale Programme, die zusammen fast 2 Millionen Hörer pro Tag erreichen. 89.0 RTL und Radio Brocken sind zu empfangen auf UKW, im Web, per App und im Digitalradio DAB+.

Kontakt für Medienanfragen
André Gierke, Leiter Unternehmenskommunikation
E-Mail: Andre.Gierke@funkhaus-halle.de
www.radiobrocken.de; www.89.0rtl.de

... und hier könnte Ihr Branchenporträt stehen!

IMPRESSUM

Herausgeber

Barthel Marquardt GbR
Ludwig-Erhard-Straße 51
04103 Leipzig
Tel: 0341-24664390
E-Mail: marquardt@meinungsbarometer.info
www.meinungsbarometer.info

V.i.S.d.P.

Dipl.-Journ. Nikola Marquardt

Idee, Konzept, Projektleitung

Dipl.-Journ. Thomas Barthel

Redaktionsbüro

Barthel Marquardt

Autoren dieser Ausgabe

Thomas Barthel, Alexander Hiller

Fotos

- Seite 1: European Commission
- Seite 3: ARD; gfu; KEF
- Seite 4: WorldDMB
- Seite 5: Leipziger Messe GmbH/Tom Schulze; Redaktion
- Seite 6: Messe Berlin
- Seite 7: NOFV; EBU
- Seite 8: NOFV
- Seite 9: Sony Europe Limited/gfu; Institut für Nachrichtentechnik Universität Braun-schweig
- Seite 10: Frank Thürmer/CFT Video Berlin; Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V.

Layout

frischezelle, vernetzt kreativ

Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk

begründet vom Digital Radio Mitteldeutschland e. V.
www.dr-mf.info

Anmeldung und Archiv

Das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk kann über jahner@meinungsbarometer.info bezogen werden.

Redaktionsschluss: 26.08.2014

Der Inhalt dieses Meinungsbarometers darf nicht ohne schriftliche Erlaubnis der Redaktion vervielfältigt und verbreitet werden. Das Meinungsbarometer wurde mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem können wir für die enthaltenen Informationen keine Garantie übernehmen. Die Redaktion schließt jegliche Haftung für Schäden aus, die aus der Nutzung von Informationen dieses Meinungsbarometers entstehen können.

Sie sind im Bereich der Digitalisierung des Rundfunks aktiv? Sie haben neue Produkte und Unternehmensinfos? Hier werden Informationen auf den Punkt gebracht. Mit Firmenporträt, Logo und Kontaktdaten. Möchten Sie Ihre Unternehmensdaten auch hier veröffentlichen? Dann lassen Sie sich ein Angebot erstellen und schreiben Sie an kontakt@barthelmarquardt.de.

Anzeige

BUNDESWEIT GUTES PROGRAMM MIT DEUTSCHLANDRADIO.



Erleben Sie unsere Programme in neuer Qualität im Digitalradio.

WWW.DIGITALRADIO.DE

20 Jahre Deutschlandradio
Deutschlandfunk | Deutschlandradio Kultur | DRadio Wissen