

„Zeit für Umstieg auf digitales Radio ist gekommen“

Der deutsche Digitalradio-Neustart, der in diesem Jahr mit DAB+ unternommen wird, hat eine wichtige Funktion für die europäische Hörfunklandschaft insgesamt. „Der deutsche Markt hat dem Rest Europas das Signal gegeben, dass die Zeit für den Umstieg auf digitales Radio gekommen ist“, betont Jørn Jensen, Präsident der internationalen Vereinigung WorldDMB. „Diese proaktive, positive Strategie sollten alle Länder in der EU verfolgen, um sicherzugehen, dass alle Verbraucher weiterhin die Vorteile des Radios nutzen können, jedoch mit dem Mehrwert des digitalen Radios“, erklärt Jensen im Gespräch mit INFOSAT. Er fest davon überzeugt, dass der deutsche Markt die Digitalisierung und die Harmonisierung des digitalen Radios in Europa beschleunigen wird.



Jørn Jensen,
Präsident der internationalen Vereinigung
WorldDMB

INFOSAT: Herr Jensen, die Weichen für den bundesweiten Start von DAB+-Programmen in Deutschland sind gestellt. Wie bewerten Sie diesen Durchbruch, der gewissermaßen in letzter Sekunde zustande kam?

Jensen: Der wichtigste Punkt hierbei ist, dass sich die öffentlichen und privaten Betreiber zum ersten nationalen digitalen DAB+-Rundfunknetz verpflichtet haben, um den deutschen Hörern neue Sender, neue Inhalte und mehr Auswahl zu bieten. Deutschland ist ein wichtiger Markt. Aufgrund seiner Größe wird er die Digitalisierung und Harmonisierung des digitalen Radios in Europa beschleunigen. Die Zusage von immer mehr Betreibern zeigt, dass der Wechsel zu digital in unserem digitalen Zeitalter einfach ein Muss ist. Deutschlands Bekenntnis zu DAB+ unterstreicht, dass es in Europa heute nur eine einzige ausgereifte, zur Einführung bereite digitale Radioplattform gibt. Die Einigung des deutschen Marktes bedeutet für den Rest Europas die klare Ansage, dass weitere Entwicklungen im Bereich digitales Radio notwendig sind – und zwar schnell – zum Wohle aller Hörer.

INFOSAT: Wie wird WorldDMB den deutschen Digitalradio-Neustart unterstützen?

Jensen: Deutschland wird von der WorldDMB und ihren Mitgliedern voll unterstützt. Allerdings hängt der Erfolg des digitalen Radios von der deutschen Radioindustrie im nationalen Multiplex-Netz und den einzelnen Bundesländern ab. WorldDMB schützt und fördert die DAB-Normenfamilie zur Harmonisierung des weltweiten digitalen Radiomarktes. Unsere Aufgabe ist es sicherzustellen, dass die Technologie robust, zukunftssicher und die beste Option für die Sender bleibt. Die Technologie ermöglicht den Verbrauchern ein reichhaltiges Multimediaerlebnis, das sie mit der aktuellen analogen Technik nicht bekommen. Deshalb hat die deutsche Radioindustrie erklärt, dass sie engagiert, einig und bereit ist, innovative neue Inhalte anzubieten.

INFOSAT: Welche Signalwirkung geht mit dem deutschen DAB+-Bekenntnis auf andere europäische Hörfunkmärkte aus?

Jensen: Der deutsche Markt hat dem Rest Europas das Signal gegeben, dass die Zeit für

den Umstieg auf digitales Radio gekommen ist. Diese proaktive, positive Strategie sollten alle Länder in der EU verfolgen, um sicherzugehen, dass alle Verbraucher weiterhin die Vorteile des Radios nutzen können, jedoch mit dem Mehrwert des digitalen Radios. Die Vorteile des Digitalradios liegen unter anderem darin, dass es nach wie vor eine massenmarktaugliche, frei empfangbare Lösung mit einem geschützten, harmonisierten Spektrum ist und dass das Radio auch im digitalen Zeitalter konkurrenzfähig ist. Außerdem sind die Empfänger im Einzelhandel heute bereits ab zehn Euro zu haben. Dank der Arbeiten 2010 auf dem deutschen Markt haben jetzt auch andere europäische Märkte Radio-Migrationspläne für 2011 aufgestellt. Damit hat das Radio in Europa weiterhin gute Zukunftsaussichten.

INFOSAT: DAB/DAB+ ist in anderen Ländern wie Großbritannien oder der Schweiz durchaus ein Erfolg. Welche Gründe hat dies, was kann die deutsche Branche davon lernen?

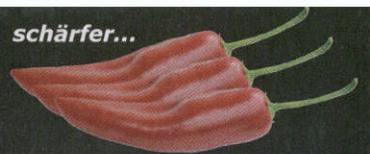
Jensen: 2010 wurden in Großbritannien die Weichen für digitales Radio gestellt. Im April wurde der „Digital Economy Act“ unterzeichnet, in dem der Secretary of State die Möglichkeit erhielt, ein Datum für den Umstieg auf digitales Radio festzulegen. Es wurden bereits zwölf Millionen digitale Funkempfänger verkauft. Digitales Radio wurde zum Standard bei den Autoradios zum Beispiel für den Mini, Ford C-MAX und Ford Focus erklärt. Der Anteil des digitalen Radios ist im dritten Quartal auf 24,8 Prozent angestiegen, eine Steigerung von 19 Prozent seit Anfang 2010. Inzwischen gibt es ganze 20,4 Millionen digitale Empfänger, 2,7 Millionen mehr als im Vorjahr.

In der Schweiz wurden in den letzten vier Jahren über eine halbe Million DAB-Empfänger verkauft, von 15.000 Empfängern 2006 bis zu 700.000 Ende 2010. Dieser Erfolg ist auf eine konsistente Technologieplanung, Inhalte wie die erfolgreichen ausschließlichen DAB-/DAB+-Programme, eine klare Strategie zur Umsetzung von DAB/DAB+ auf dem Markt, B2B- und B2C-Marketing, eine enge Beziehung zwischen den Sendern und B2B-Partnern (Hersteller, Importeure, Einzelhändler), erfolgreiche Werbekampagnen und auf die Beteiligung der gesamten Branche (öffentliche und Privatsender, B2B-Partner) zurückzuführen. Um DAB/DAB+ weiter zu stärken, hat die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG SSR kürzlich das Tochterunternehmen MCDT Ltd. gegründet, das professionelle Beratungs- und Marketing-Dienste für die Einführung neuer digitaler Sendetechnologien

scharf...



schärfer...



NANOXX

... schärfer geht's nicht!



NanoXX Alpha HD

- » HDTV Satelliten Receiver
- » 2 Kartenleser
- » USB-Ready
- » Preis/Leistung: sehr gut!
- » Software Upgrade über Astra (OTA)
- » vorbereitet für den Empfang von **Das Erste HD, ZDF HD & ARTE HD**

USB Universal Serial Bus Ready

NanoXX Alpha HD 1,6 SAT Empfang



TESTED & RECOMMENDED BY DR DISH

DIGITAL fernsehen

04.2009
sehr gut
NANOXX 9800 HD
www.digitalfernsehen.de

INFOSAT

NanoXX 9500HD
Ausstattung: sehr gut
Im Privatsektor: Zweite HDTV-Rezeption
www.infosat.de

DIGITAL fernsehen

TESTSIEGER 6.2008
sehr gut
NANOXX 9500 HD
www.digitalfernsehen.de

HD:TV

NanoXX 9500HD-C
SEHR GUT
AUSGABE 6.2008

DIGITAL fernsehen

TESTSIEGER 10.2008
sehr gut
NANOXX 9500HD-C
www.digitalfernsehen.de

NanoXX 9500 HD

HEIMKINO 1,5
Testurteil: sehr gut
Spitzenklasse 07/2008

HiFi Test

NanoXX 9500 HD
Spitzenklasse Preis/Leistung
1,5
NANOXX NA-9500 HD
video sehr gut 80%
HOHEVISION Preis/Leistung gut

NanoXX 9500 HD

1,5 SAT Empfang

SATELLITE AWARD

NanoXX 9400
Sehr schneller und empfindlicher Blindscan Receiver - für DIXer ideal

NanoXX 9500HD / 9800HD

- HDTV und SDTV Satelliten Empfang in Premium Qualität**
- » Brillantes superscharfes Bild sowohl bei MPEG-4 (HDTV) als auch bei MPEG-2 Sendungen (SDTV)
 - » Hervorragendes Upscaling von PAL auf 720p oder 1080i über HDMI speziell für HD-Ready & Full-HD Flachbildschirme
 - » Produkt Videos: www.nanoxx.info/videos

» Software Entwicklungsplan:
www.omega.nanoxx.eu



CI+ Zertifizierung

NanoXX Omega HD+

- » FULL HD Satelliten Receiver
- » HDMI Version 1.3, Auflösung bis zu Full-HD 1080p (progressiv)
- » Twintuner PVR (2xDVB-S/S2 Tuner)
- » Mediaplayer (MKV, TS, MP4, DIVX, etc.)
- » absolut zukunftssicher durch neueste Schnittstellen Technologie
- » vorbereitet für den Empfang von: **Das Erste HD, ZDF HD, ARTE HD & HD+ (optional über CI+)**
- » CI+ und CI 1.0
- » Internet Browser
- » PVR-Ready: eSATA, 3x USB2.0, interne SATA Festplatte
- » Network Center (UPnP, YouTube, Streaming, etc.)

Vertriebsinformationen

Fachhändler in Deutschland:
Bitte wenden sich an folgende Vertriebspartner.
» Doeblis GmbH, www.doeblis.de, Tel. 02680 98790
» MatrixX Systems GmbH, www.matrixxsystems.eu, Tel. 06196 766880
» Satland GmbH, www.satland.de, Tel. 04329 91130

Importeur Schweiz

Telanor AG
Bachstr. 42
CH - 4654 Lostorf
<http://www.telanor.ch>
Händleranfragen erwünscht!

Importeur Österreich

Pötzelsberger Electronic GesmbH
Münchner Bundesstraße 121a
A - 5020 Salzburg
<http://www.p-sat.at>
Händleranfragen erwünscht!

Endverbraucher wenden sich bitte an den Fachhandel!

NANOXX

NanoXX Produkt Infos

» <http://www.nanoxx.info>



Hintergrund

WorldDMB ist eine internationale Vereinigung, die sich das Ziel gesetzt hat, die Öffentlichkeit über DAB-basierte Technologien zu informieren und dadurch ihre Annahme und Umsetzung zu unterstützen. Der Name der Organisation bezieht sich auf „Digital Multimedia Broadcasting“ inklusive Radio, mobilem Fernsehen und neuen Medienangeboten für den Rundfunk. Zu seinen Mitgliedern zählen öffentlich-rechtliche und private Sender, Hersteller von Empfängern sowie andere Unternehmen und Körperschaften, die sich für Dienste und Geräte auf Basis der DAB-Standardfamilie einsetzen.

und speziell für DAB/DAB+ in der Schweiz und im Ausland anbietet.

Ein weiteres Erfolgsbeispiel ist der australische Radiomarkt, wo die privaten und öffentlichen Sender die DAB+-Radiodienste in enger Zusammenarbeit vorangetrieben haben. So gibt es heute, nach etwas mehr als zwölf Monaten, in denen leistungsfähige DAB+-Dienste in fünf Großstädten angeboten werden, auf dem Markt bereits knapp 400.000 DAB+-Empfänger, über 600.000 Hörer von DAB+-Diensten, fünf Prozent des gesamten Radioempfangs entfällt auf DAB+ und die durchschnittliche Empfangszeit von DAB+ beträgt 10,5 Stunden pro Woche, im Gegensatz zu Online-Radio, das immer noch bei lediglich 5,2 Stunden pro Woche liegt. Die australische Radioindustrie hat geschlossen und eng mit den Herstellern der Empfänger und dem Einzelhandel zusammengearbeitet, um das digitale Radio ab dem Tag seiner offiziellen Einführung in der Bevölkerung zu verbreiten. Diese Anstrengungen dauern an. Dabei werden unter anderem verständliche Anleitungen zur Nutzung der Multimediafunktion des digitalen Radios gegeben (Multi Channelling mit neuen Inhalten und neuen Services, Texten und Grafiken, Breitband-Diashows und andere visuelle Inhalte). In der Marketing-Kampagne werden auch die analogen Sender genutzt, um die Hörer über neue Angebote und Funktionen des digitalen Radios zu informieren, was gut funktioniert. Deutschland ist hingegen ein sehr spezieller Markt, weil er von Norden nach Süden und innerhalb der einzelnen Bundesländer in unterschiedliche Radiomärkte aufgeteilt ist. Es gibt keine allgemeingültige „Einheitslösung“ für das digitale Radio. Die deutschen Sender kennen ihre Hörer und wissen, was in Sachen neue Inhalte und Dienste am besten zu ihnen passt. Die Branche ist sich aber sehr wohl bewusst, wie andere Märkte weltweit den wachsenden Erfolg des digitalen Radios sichergestellt haben, und sie arbeiten vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen Erfahrungen gemeinsam am großen Ziel. Dieses Ziel für die Einführung des digitalen Radios in Deutschland 2011 ist es, die richtigen Programme für den Markt, Marketing-Kampagnen zur Schaffung des Bewusstseins, eine gute Anfangsabdeckung in den Großstädten

und auf Autobahnen zu haben, einen engen Kontakt mit den Herstellern zu pflegen, um die richtigen Empfänger zum richtigen Preis auf den Markt zu bringen, Kontakt und Unterstützung für die Händler bereitzustellen und alle weiteren Voraussetzungen für eine erfolgreiche Einführung des digitalen Radios zu erfüllen.

INFOSAT: Warum ist die Digitalisierung aus Ihrer Sicht unabdingbar, welche Rolle wird in Zukunft die analoge UKW-Verbreitung spielen?

Jensen: Das digitale Radio steckt noch in den Kinderschuhen. Wenn wir die Situation mit dem Computermarkt vergleichen, befänden wir uns immer noch in den Zeiten von MS-DOS! In den nächsten Jahren werden wir immer attraktivere Radios mit Bildschirmen sehen, die mehr Informationen liefern und die Interaktivität bieten, die die Verbraucher heute erwarten. Dieses visuelle Radio hat nicht nur ein moderneres Erscheinungsbild, sondern es ermöglicht auch die Bereitstellung zusätzlicher Informationen und Unterhaltung, weil es den Werbetreibenden einen Mehrwert bietet. Das Radio erfreut sich bei den Verbrauchern großer Beliebtheit, und genau wie digitales Fernsehen bietet auch digitales Radio mehr Auswahl, mehr Services und Informationen wie zum Beispiel elektronische Programmführer (Electronic Programme Guides). Wir wissen, dass FM-Sender während des Übergangs zur digitalen Technik weiterhin ausgestrahlt werden. Wir wissen auch, dass das Internet in der Radiowelt eine gewisse Rolle spielen wird. Das zeigt sich am Erfolg des Hybridradios. Dabei wird in den Radios FM mit den Vorteilen des digitalen Radios und dem Internet kombiniert, sodass sie durchsuchbare, reiche und relevante Inhalte bereitstellen können. Diese bereits marktreifen Radios schenken dem Verbraucher das ultimative digital-analoge Radioerlebnis. Aber um es ganz klar zu sagen: Ich finde es einfach undenkbar, dass das Radio analog bleiben wird, während um es herum alles digital wird!

INFOSAT: Herr Jensen, vielen Dank für das Gespräch.<<

MB 0211/5970

Weitere Informationen unter:

www.worlddab.org