



Radio der Zukunft

Pressemitteilung Projektbüro Digitalradio

Starke Technik fürs Auto: „Deutschland ist wichtiger Schlüsselmarkt für Digitalradio“

Knapp 100 Experten diskutieren auf internationalem „Expertenforum – Digitalradio im Auto“ anlässlich der Automobilausstellung AMI 2012

(Leipzig/Baden-Baden, 05. Juni 2012) Die zügige Etablierung von Digitalradio im Auto wird eine der entscheidenden Erfolgsformeln für die Marktdurchdringung des neuen Mediums sein. Vor allem Deutschland sei jetzt als Schlüsselmarkt für das neue Digitalradio gefragt. Entscheidend hierbei sind vor allem die vielfältigen sicherheits- und verkehrsrelevanten Dienste, wie der digitale Mobilitätsservice TPEG, der dem bisherigen TMC-Dienst über UKW weit überlegen ist. Zu diesem Ergebnis kam das „Expertenforum - Digitalradio im Auto“, welches am 4. Juni 2012 im Rahmen der Internationalen Automobilmesse AMI und der Branchenmesse für mobile Unterhaltung, Kommunikation und Navigation, AMICOM, in Leipzig stattfand. Knapp 100 Experten öffentlich-rechtlicher und privater Veranstalter, Vertreter der Geräte- und Automobilindustrie und Vertreter aus der Politik waren der gemeinsamen Einladung des Projektbüro Digitalradio, der weltweit agierenden Organisation World DMB und der Regiocast Digital GmbH gefolgt.

Nick Piggott von WorldDMB unterstrich die wichtige Position Deutschlands bei der Einführung von Digitalradio. "Deutschland ist der Schlüsselmarkt für Digitalradio und insbesondere auch für Digitalradio im Auto. Was hier passiert ist prägend für die Entwicklung in ganz Europa. WorldDMB sieht die bisher erzielten Erfolge und insbesondere den engen Austausch zwischen Industrie und Programmanbietern sehr positiv. Diese positive Grundstimmung spiegelt auch das Expertenforum wieder. Alle Marktbeteiligten wollen Digitalradio gemeinsam zum Erfolg führen. Digitalradio in Deutschland ist auf einem sehr guten Weg."

Gerade im Hinblick auf den Automobilsektor sei jetzt der deutsche Markt besonders interessant. Piggott machte deutlich, dass 20 bis 30 Prozent des Radiokonsums im Auto stattfindet. In Großbritannien hätten nach Aussage Piggotts die Automobilhersteller die riesigen Marktchancen bereits erkannt. Bereits mehr als 20 Prozent der Autos auf der Insel seien mit Digitalradio-Empfangsgeräten unterwegs.

Auch **Christoph Kruse** vom privaten Programmanbieter Regiocast Digital betonte auf dem Expertenforum die essentielle Bedeutung von Digitalradio im Auto. Nach Aussagen Kruses sollte das neue Medium noch stärker und bewusster in die Markenstrategie der Hersteller integriert werden. In diesen Zusammenhang stellt Kruse auch die aktuelle Zusammenarbeit mit Mercedes-Benz zur Fußball-Europameisterschaft. Im Rahmen der Technikpartnerschaft liefert – neben dem Empfang des Radioprogramms von 90elf über die in den Fahrzeugen verbauten DAB+ Radios – eine spezielle 90elf-App die Daten und Fakten zur Fußball-EM 2012 direkt in die Fahrzeuge von Mercedes Benz.

Für ein stärkeres Nebeneinander von mobilem Internet und Digitalradio warb **Thomas Kusche** vom WDR. Für ihn sei die Zukunft des Radios gesichert, wenn es ein hybrides Zusammenspiel aus beiden Technologien gäbe. So kann das Digitalradio die Autofahrer mit kollektiven Informationen versorgen, während der Mobilfunk spezielle und personalisierte Daten liefert. In diesem Zusammenhang wies Kusche auf die besondere Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit des Radiomediums hin. Außerdem nehme die Radionutzung im Auto sogar weiter zu.

Für **Sebastian Kett** von der ARD und Mitglied der vom Bundeswirtschaftsministerium initiierten AG Endgeräte, ist Digitalradio mit seiner Programm- und Dienste-Vielfalt bereits in der Gegenwart angekommen. „Größtes Faustpfand“ der neuen Technologie seien die Verkehrs- und Mobilitätsdienste. Hier werden erstmals präzise und spezialisierte Mobilitätsinformationen in einer neuen und inhaltlich stark verbesserten Qualität für den Hörer angeboten. Die Verbindung eines starken Radioprogramms mit den neuen modernen Servicediensten – wie FileCollector, mit dem ein zeitversetztes Abrufen von Nachrichten möglich ist, oder der verbesserten Slideshow etwa zur Verringerung der Fahrerablenkung – würde außerdem verhindern, dass es im Radio einen Generationenabriss wie beim Fernsehen gibt, glaubt Kett. „Hier zahlt sich der Digitalradio-Grundsatz aus, dass die Technik dem Inhalt folgt und nicht umgekehrt“, so Kett. Die größte Baustelle sei derzeit jedoch, dass es noch kein TPEG-fähiges Digitalradio auf dem Markt gebe. Erste Testgeräte liegen den Programmanbietern zwar schon vor und werden von der ARD bereits auf der IFA für Demonstrationszwecke gezeigt. Digitale Radios mit TPEG für den Endkonsumenten werden jedoch erst nach intensiven Tests der Hersteller verfügbar sein.

Auch **Dr. Christhard Gelau** vom Bundesverkehrsministerium (BMVBS) gab ein klares Statement pro Digitalradio aus. Denn nur mit dem Verkehrsinformationsdienst TPEG im Digitalradio gäbe es eine technische Möglichkeit, die europäische ITS-Richtlinie nach freier Verfügbarkeit von sicherheitsrelevanten Verkehrsinformationen umzusetzen. Derzeit sei die

Bundesregierung nach Aussagen Gelaus dabei, die EU-Verkehrssicherheitsrichtlinie von 2010, in nationales Recht umzusetzen. Bereits im August 2012 soll der daraus resultierende deutsche Aktionsplan der EU-Kommission vorgelegt werden.

Auf die praktischen Aspekte von Digitalradio im Auto ging **Alexander Klett** von der EMMA, der Branchenplattform für alle Incar-Anbieter, ein. Dabei plädierte Klett vor allem dafür, über den Nachrüstmarkt kontinuierlich den Nachfragedruck nach Digitalradio zu erhöhen und so zu einer schnellen Marktdurchdringung beizutragen. Würden nur Neuwagen mit der Digitaltechnik ausgestattet werden, vergingen Jahre bis zu einem Massenmarkt, „da in Deutschland ein Automobil im Durchschnitt 8,5 Jahre gefahren wird“, so Klett. Für den Fachhandel sei das jetzt eine große Chance, neues Geschäft zu generieren. Um das Digitalradio erfolgreich im Markt zu positionieren, brauche es jedoch eine verstärkte Promotion der Programmanbieter, die das Thema Digitalradio emotionaler anpackt sowie eine weitere Verbesserung der Klangqualität.

Nach Einschätzung von **Michael Reichert** vom Projektbüro Digitalradio war das Expertenforum „ein wichtiger Gradmesser für das Thema Digitalradio und eine wichtige Plattform, um aktuelle Themen zu diskutieren. Uns kommt es außerdem verstärkt auf die Bedeutung der Radionutzung im Auto an, die eine Schlüsselfunktion darstellt.“ Hier gebe es nach Aussage Reicherts ein großes und ungenutztes Potential für den Handel – das gelte sowohl für den Bereich der eingebauten Autoradios als auch für Nachrüstlösungen aller Art. „Daran arbeiten wir derzeit verstärkt und werden das auch in den nächsten Monaten weiter tun, so in Gesprächen mit den Herstellern und durch die Präsenz auf Veranstaltungen. Das Expertenforum habe aber auch gezeigt, dass das Thema Digitalradio in Deutschland derzeit international große Beachtung findet. „Wir sehen das als Bestätigung unseres Weges und werden weiter versuchen, diese Dynamik zu nutzen.“

Kontakt

Leiter Michael Reichert
Projektbüro Digitalradio, Baden-Baden
E-Mail: office@digitalradio.de

Ansprechpartner für die Medien

Nikola Marquardt (Dipl.-Journ.)
Barthel Marquardt, Leipzig
Telefon: 0341 – 24664390
E-Mail: presse@digitalradio.de