

DIGITALER RUNDFUNK

Der Fachinformationsdienst für Entscheider
aus Medien | Politik | Industrie | Handel | Wissenschaft
und für Journalisten

März 2014

Interview

„Einnahmen aus künftigen Frequenzversteigerungen sollen in die Digitalbranche zurückfließen“

Interview mit Alexander Dobrindt (CSU), Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur



Herr Minister Dobrindt, Sie haben die „Netzallianz Digitales Deutschland“ ins Leben gerufen mit der Sie Deutschland in der Informationstechnologie an die Weltspitze führen wollen. Was hat es damit auf sich?

Dobrindt: Die Digitalisierung aller Lebens- und Wirtschaftsbereiche vollzieht sich in atemberaubendem Tempo. Die damit einhergehenden Zukunftschancen für mehr Innovation, Wachstum und Beschäftigung müssen wir nutzen und Deutschland zum führenden digitalen Standort in Europa ausbauen. Gleichzeitig ist es unsere gesellschaftspolitische Verantwortung, überall in Deutschland die Teilhabe an dieser digitalen Welt zu ermöglichen. Der flächendeckende Zugang zu modernsten digitalen Netzen für Personen und Unternehmen ist hierfür die entscheidende Voraussetzung. Die Bundesregierung hat im Koalitionsvertrag ein ambitioniertes Ziel formuliert: Bis zum Jahr 2018 soll es in Deutschland eine flächendeckende Breitbandversorgung mit einer Datenübertragung von mindestens 50 MBIT in der Sekunde geben. Das gelingt nur gemeinsam mit den Unternehmen, die in die Infrastruktur investieren. Ich habe deshalb

die „Netzallianz Digitales Deutschland“ ins Leben gerufen. Wir werden das gemeinsame Ziel auch gemeinsam erreichen.

Können Sie uns etwas zu den Ergebnissen dieser ersten Runde sagen?

Die Netzallianz ist eine Investitions- und Innovationsplattform für den Breitbandausbau. Beim ersten Treffen habe ich große und mittelständische Unternehmen zusammengebracht. Kernfragen der Auftaktrunde waren: Wie ambitioniert stellen sich die Unternehmen in Deutschland in den nächsten Jahren auf? Welche Anreize bedarf es, um zusätzliche Innovationen und Investitionen zu generieren? Und wie können Deutschland und Europa den Anschluss an die digitale Spitzengruppe in der Welt halten? Das Treffen war sehr konstruktiv. Alle verfolgen das gleiche Ziel und ziehen an einem Strang. Das ist bei so verschiedenen Interessen keine Selbstverständlichkeit. Bis zum Herbst werden wir einen Fahrplan vorlegen, wie wir das Ziel 2018 erreichen können.

Welche konkreten Maßnahmen haben Sie in Ihrem Paket vorgesehen? ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Alexander Dobrindt (CSU) und sein Ministerium für digitale Infrastruktur wollen Deutschland zum Weltmeister in Bezug auf schnelle Internetnetze machen. Jetzt kündigt er im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk an, dass ein großer Teil der Einnahmen aus den zukünftigen Frequenzversteigerungen, der sogenannten Digitalen Dividende, in die Digitalbranche für den Aufbau schneller Netze zurückfließen soll. Welche Pläne Dobrindt noch hat und wie er sie umsetzen will, lesen Sie auf Seite 1. Nicht überall stoßen Dobrindts Netzpläne nur auf Wohlwollen. Machen doch in der Branche Befürchtungen die Runde, die eben vorgestellte „Netzallianz Digitales Deutschland“ könnte zum Verhängnis für den Rundfunk und die Drahtlosanwender werden. Denn die nächsten bereits fest eingeplanten Digitalen Dividenden könnten tatsächlich dafür sorgen, dass die Drahtlosanwender und der Rundfunk weitere Frequenzen verlieren (Seite 2).

Das bevölkerungsstärkste Land der Bundesrepublik ist derzeit abgekoppelt von der Digitalisierung des lokalen privaten Hörfunks. Denn Stand heute ist, dass die meisten Programme des Landes auch aufgrund fehlender technischer Voraussetzungen beim Digitalradio nicht mitmachen können. Unter welchen Umständen die Digitalisierung der privaten Hörfunklandschaft in NRW doch noch gelingen kann, diskutieren in unserem Beitrag Landespolitik und die Verlegerverbände, zu denen die privaten Radios in NRW gehören (Seite 3).

Aufatmen in der Digitalradio-Branche: Die KEF gibt die Mittel für den weiteren Digitalradio-Ausbau bis 2016 frei. Allerdings behält die Behörde sich vor, über den weiteren DAB+ Ausbau erst 2016 eine endgültige Entscheidung zu treffen. Für die Sender soll diese jedoch nur dann positiv ausfallen, wenn ein Abschalttermin für die UKW-Sender feststeht. Für unseren Beitrag haben wir uns die Bewertungen der Branche zur KEF-Entscheidung eingeholt mit durchaus kontroversen Stellungnahmen in Bezug auf

das geforderte Ende der UKW-Verbreitung (Seite 4).

Eine erkenntnisreiche Lektüre wünscht Ihnen

Thomas Barthel



Ich will, dass der Staat die Rahmenbedingungen für ein investitionsfreundliches Klima setzt. Die Digitalisierung ist ein dynamischer Prozess, den man nicht mit einem Betrag oder einem Fixpunkt erledigt. Die Datenmengen werden sich jedes Jahr verdoppeln. Dahinter steckt eine permanente Herausforderung. Aber natürlich geht es beim Breitbandausbau auch um Finanzierung. Deshalb setze ich mich dafür ein, dass ein großer Teil der Einnahmen aus

den zukünftigen Frequenzversteigerungen, der so genannten Digitalen Dividende, in die Digitalbranche zurückfließen.

Ich werde auch sicherstellen, dass wir in dieser Legislatur aus einem eigenen Forschungstitel 100 Millionen für einen Modernitätsfonds bereit stellen. Damit wollen wir junge innovative Köpfe gewinnen, ihre Ideen in Deutschland zu verwirklichen. Innovative Ideen sollen in Zukunft genauso in München oder Berlin entwickelt werden können wie in Silicon Valley. ■

Bericht

Rundfunk und Drahtlosnutzer frequenztechnisch künftig auf der Verliererstraße?

Stimmen und Reaktionen auf die geplante „Netzallianz Digitales Deutschland“



Auftakt der Netzallianz mit Minister Dobrindt

Die Pläne des neuen Bundesministers für digitale Infrastruktur, Alexander Dobrindt (CSU), die von ihm ausgerichtete „Netzallianz Digitales Deutschland“ auch mit den Einnahmen künftiger Frequenzversteigerungen voranzutreiben, stoßen derzeit auf ein geteiltes Echo in der Branche.

Michael Moskob, Leiter Regulierung und Public Affairs bei Media Broadcast, begrüßte zwar in einer Stellungnahme im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk den Breitbandausbau in Deutschland und damit auch die Netzallianz des Bundesministers für digitale Infrastruktur. Jedoch bestünde nach Ansicht Moskobs die kurz- und mittelfristige Herausforderung darin, die legitimen Interessen der Breitband- als auch der Rundfunkbranche in Einklang zu bringen. Dies entspräche, so Moskob weiter, auch dem Koalitionsvertrag, der zum einen darauf abzielt, die Breitbandversorgung gerade im ländlichen Raum zu verbessern, zum anderen aber den Erhalt der für den beschlossenen Umstieg auf DVB-T2 notwendigen Voraussetzungen fordert. Für die Media Broadcast ist eine dieser zwingenden Voraussetzungen die uneingeschränkte Nutzung des sogenannten 700 MHz-Bandes bis zum Abschluss der technischen Migration zu DVB-T2.

Unabhängig von Dobrindts Plänen fordert Dr. Ulrich Liebenow, Vorstandsmitglied und Leiter der AG Infrastruktur der Deutschen TV-Plattform, eine intelligente Kombination von modernen Rundfunk- und Mobilfunknetzen, um die Zukunft der Terrestrik zu sichern. Zumal nach Einschätzung von Branchen-

insidern, zu denen auch die Drahtlosbranche gehört, seitens der Mobilfunkbranche in den nächsten Jahren kein tatsächlicher Bedarf und keine Investitionsbereitschaft für das 700 MHz-Band besteht. Nach Ansicht des Präsidenten der Association of Professional Wireless Production Technologies e.V. (APWPT), Matthias Fehr, sind die bisher bekannten Pläne zur Versteigerung von Funkfrequenzen der Bundesregierung eher als theoretisches Konstrukt geeignet. Offen bleibt derzeit nach Ansicht Fehrs, ob es sich bei der angekündigten Versteigerung um die auslaufenden Mobilfunkgenehmigungen, z.B. im 900 MHz-Mobilfunkbereich, die 700 MHz-Rundfunkfrequenzen oder um beide Frequenzbereiche handelt.

Zudem hatte sich nach Aussagen Fehrs der Bundesrat in den letzten Jahren mehrfach und nachdrücklich gegen eine 700 MHz-Versteigerung ausgesprochen. Weiterhin habe sich die Länderkammer vehement dafür eingesetzt, dass vor jeder Änderung auch die Mikrofonfrequenznutzung zu sichern ist. „Demnach besteht aus unserer Sicht überhaupt kein Spielraum für eine Frequenzversteigerung vor einer nationalen Einigung und notwendigen Anpassungen, die mindestens bis 2021 dauern dürften“, so Fehr abschließend. Die große Befürchtung der APWPT ist, dass die Bundesregierung jetzt ohne ausreichende Erfahrung über die langfristige und intensive Frequenznutzung im Rundfunkfrequenzbereich dem in Frankreich favorisiertem Modell folgen könnte. Dort soll eine 700 MHz-Versteigerung vordergründig dazu dienen, schnell Geld in die Staatskassen zu spülen. Eine erneute Diskussion der aktuellen UHF-TV-Frequenznutzung würde nach Aussagen des APWPT-Präsidenten dazu führen, dass in der Branche der Drahtlosnutzer, wie seit Jahren, weiter keine Planungssicherheit bestünde. „Vielmehr laufen wir Gefahr, dass nach einer Art Salamtaktik auch irgendwann nicht mehr ausreichend und hochqualitative ▶

KOLUMNE

von Nikola Marquardt, Herausgeberin
Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk

Ein bayerischer Gipfel mit nationaler Ausstrahlung



Mit der Wahl des Titels ihrer Fachtagung hatten die Initiatoren des Bayerischen Rundfunks Weitblick bewiesen. Dem Aufruf, zum „Digitalradio-Gipfel“ des BR nach München zu reisen, waren 200 Teilnehmer aus

6 Nationen gefolgt. Am 11. März diskutierten sie auf höchster Ebene aktuelle Fragen der Programmentwicklung sowie des Vermarktens und Verbreitens von digitalem Radio. Vom Digitalradio-Gipfel gehen jetzt jede Menge Impulse für die Branchen aus. Erstmals wurde ernsthaft und in großem Rahmen darüber diskutiert, wie Digitalradio für die Werbewirtschaft überhaupt zu vermarkten ist. Denn immer noch gibt es keine einheitliche „Währung“ für die Hörerzahlen von Digitalradio, wie sie beispielsweise für die UKW-Sender zwei Mal jährlich erfasst werden. Ludger Lausberg, Geschäftsführer des Vermarktungsunternehmens BRmedia, sieht für die Zukunft große Chancen bei der Vermarktung von Digitalradio. Diese bestünden vor allem im Zuwachs von Reichweite, in der Ansprache neuer attraktiver Zielgruppen und in der besseren Ausschöpfung des nationalen Werbemarktes. Dies gilt vor allem für die rund 10 privaten Veranstalter, die ihre Programme seit Sommer 2011 bundesweit ausstrahlen. Wie Lausberg weiter ausführt, sollten perspektivisch die Werbemarktanteile und Erlöse im Digitalradio-Geschäft steigen. Doch derzeit gibt es weder eine vermarktbar Reichweite noch sind belastbare Nutzungsdaten über die Media-Analyse verfügbar. Seine Empfehlung, um aus dem Dilemma herauszukommen, ist die Entwicklung eines gemeinsamen Vermarktungskonzeptes (Story) und „Marketing, Marketing, Marketing“.

Ein zweites großes Thema des Digitalradio-Gipfels wird jetzt in Fachkreisen weiter diskutiert. Deutschlandradio-Intendant Willi Steul forderte die ARD auf, bis zum Jahr 2025 den UKW-Hörfunk abzuschalten und auf Digitalradio umzusteigen. Dann habe die Industrie Klarheit, so Steul. BR-Intendant Ulrich Wilhelm nahm diesen Gedanken auf und meinte: „Niemand glaubt, dass UKW als analoge Insel in einer digitalen Medienwelt überleben wird.“ Nun müssen auch die ARD-Intendanten der anderen Bundesländer darüber befinden, ob sie das Signal aus Bayern aufnehmen wollen oder nicht.

Frequenzen für die Produktionsteams des Rundfunks und das überaus erfolgreiche Kreativsegment Deutschlands zur Verfügung stehen.“ Fehr hofft deshalb, dass die Bundesregierung ihr wiederholt formuliertes Bekenntnis zu Ausbildung, Kunst, Kultur, Kreativ-

industrie und Meinungsfreiheit unmissverständlich auf die bestehende und wachsende Nutzung von Funkfrequenzen ausweitet. Nicht zuletzt deshalb setzt Matthias Fehr auf einen fairen nationalen Konsens aller Beteiligten unter Aufsicht der Politik. ■

Bericht

Zeitungsverleger in NRW denken über Einstieg ins Digitalradio nach

Voraussetzung seien marktgerechte Preise und eine technische Lösung für die regional begrenzte Ausstrahlung von lokalen Programmen



Vorzeigeland NRW mit Nachholbedarf beim lokalen Digitalradio

In einer groß angelegten Studie hat aktuell ein britisches Wirtschaftsmagazin Deutschlands bevölkerungsreichstes Bundesland Nordrhein-Westfalen auf den ersten Platz von 25 europäischen Top-Regionen gekürt. Kaum zu glauben, dass ausgerechnet NRW derzeit abgekoppelt ist von der Digitalisierung des lokalen privaten Hörfunks. Denn Stand heute ist, dass die vielen kleinen Lokalprogramme des Landes auch aufgrund fehlender technischer Voraussetzungen beim Digitalradio nicht mitmachen können. Ein Hemmschuh ist auch das in der bundesrepublikanischen Medienlandschaft einmalige „Zwei-Säulen-Modell“, das für eine Trennung von wirtschaftlicher und programmlicher Verantwortung im privaten Lokalfunk in NRW sorgt.

Für Bewegung in der Digitalradio-Frage sorgt jetzt ausgerechnet Hendrik Wüst, Geschäftsführer des Verbandes der Zeitungsverleger in Nordrhein-Westfalen (ZVNRW), dessen Mitglieder die lokalen Radiosender in NRW durch Kapitaleinlagen finanzieren. Wie Wüst dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, könnten sich die Verleger unter bestimmten Umständen künftig durchaus eine Beteiligung am Digitalradio vorstellen. Voraussetzung wäre aber ein „Angebot der Landesmedienanstalten zu marktgerechten Preisen“ und eine technische Lösung, die es vermag, die ganze Bandbreite der lokalen Programme regional begrenzt auszustrahlen. Wüst rechnet allerdings nicht damit, dass in den nächsten fünf Jahren eine praktikable technische Umsetzung für das Digitalradio marktreif ist.

Das Ministerium für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nord-

rhein-Westfalen argumentiert dagegen mit Verweis auf die großen Erfolge von DAB+ in NRW, dass die technischen und regulatorischen Rahmenbedingungen für Digitalradio in NRW längst gegeben sind. Den schwarzen Peter schiebt man dort den privaten Hörfunkveranstaltern zu, die die gegebenen Möglichkeiten nicht im möglichen Umfang genutzt hätten, so eine Sprecherin aus dem Ministerium im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Als Beweis führt das Ministerium an, dass die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) bislang nicht alle ihr zur Verfügung stehenden Übertragungskapazitäten auf dem landesweiten DAB+ Multiplex (Kanal 11D) belegen konnte. Zudem sei ein weiterer DAB+ Kanal, der dem Land bereits grundsätzlich zur Verfügung steht, von Seiten der LfM noch nicht eingefordert worden.

An der Notwendigkeit kleinzelliger regionaler Digitalradio-Inseln für die Lokalradios in NRW ändern die landesweit zur Verfügung stehenden Übertragungskapazitäten jedoch nichts. Aktuell kommt eine mögliche technische Lösung zum Aufbau kleiner DAB+ Netze von der Technischen Universität Kaiserslautern sowie dem Fraunhofer Institut für Integrierte Schaltungen. Sie haben einen portablen, digitalen Hörfunksender für DAB+ entwickelt, um lokalen Hörfunkveranstaltern eine bezahlbare DAB+ Sendeinfrastruktur bereitstellen zu können und ihnen damit den Weg in die digitale terrestrische Verbreitung zu erleichtern. Vor zu viel Optimismus warnt allerdings Johannes Trotzberger von der Bayern Digital Radio GmbH, der das Problem regional kleinteiliger Senderstrukturen auch aus seinem Bundesland kennt. Nach Ansicht Trotzbergers müssen auch bei einem kleinen Sender Qualität und Service stimmen. Schließlich wäre bei einem Sendeausfall sofort die Werbewirtschaft in Aufruhr. Zudem sei es in seinen Augen keine Zukunftslösung, das „klein, klein im UKW“ auch im Digitalradio nachzubilden. Sinnvoller wären eher größere und zielgruppenorientierte Programme, für die sich dann gut Werbung akquirieren ließe. ■

NACHRICHTEN

Die vor drei Wochen gestartete crossmediale Werbekampagne für Digitalradio in Nordrhein-Westfalen ist nach Angaben ihrer Initiatoren hervorragend angelaufen. Unter dem Slogan „Ich will es einfach!“ sind seit dem 10. März in den Großräumen Köln-Bonn, Düsseldorf, Siegen und Leverkusen die Digitalradio-Spots bereits 4,5 Millionen Mal gesehen worden. Die gemeinsame Aktion des Westdeutschen Rundfunks, des Deutschlandradios, der bundesweiten und regionalen privaten Programmanbieter sowie des Netzbetreibers Media Broadcast läuft noch bis Anfang Juni in insgesamt 33 NRW-Städten.

Bereits zum 11. Mal wurde am 29. März 2014 im Rahmen einer festlichen Gala in Magdeburg der Deutsche Regionalfernsehpreis Regiostar verliehen. Die Auszeichnung, mit der Fernsehmacher aus ganz Deutschland für herausragende Leistungen im Lokal- und Regionalfernsehen geehrt werden, ist eine feste Größe in der Medienlandschaft. 23 Sender waren mit 115 Einreichungen beim diesjährigen Wettbewerb vertreten. Zur Preisverleihung kamen 150 Gäste aus Rundfunk, Politik, Kultur und Wirtschaft. Zu den Gewinnern des Abends zählten Oberpfalz TV („Bestes Gesellenstück“ und „Beste Moderatorin“), rheinmainTV („Bester Moderator“), Regionalfernsehen Harz („Zuschauerpreis“), Donau TV („Bester Beitrag“) und center.tv („Beste Nachrichten“).

LESERAKTION

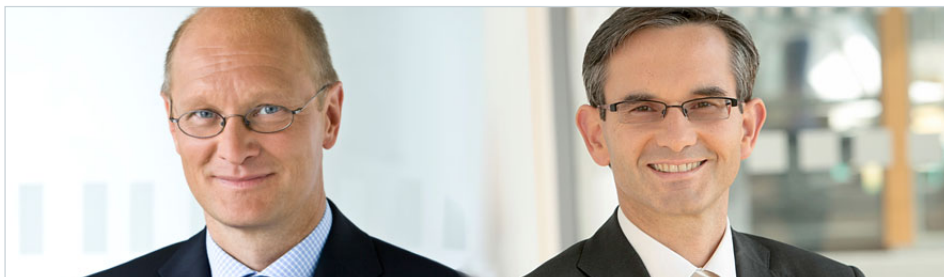
Staus, Unfälle, Straßensperrungen, aktuelle Baustellen – digitale Reise- und Verkehrsinformationen sollen schon bald über den intelligenten Dienst „TPEG“ ins Auto kommen. Doch noch immer sind selbst in Fachkreisen viele Fragen bis zur tatsächlichen Einführung offen. Die Bayerische Medien Technik (bmt) hat es sich zur Aufgabe gemacht, Techniker und Ingenieure aus der Automobilindustrie, Hersteller von Empfangsgeräten und von Rundfunktechnik, Sendernetzbetreiber sowie Programm- und Diensteanbieter umfassend über die TPEG zu informieren. In einem Workshop „Getting in touch with TPEG“, am 27. Mai 2014 in München, bekommen die Teilnehmer exklusive Einblicke in die Materie, erhalten einen Überblick über TPEG-Spezifikationen, TPEG-Verbreitung und können TPEG in der Praxis erleben.

Leser des Meinungsbarometers Digitaler Rundfunk erhalten 100 Euro Rabatt auf den Workshop-Preis bei Buchung bis zum 15. April 2014 (Code MB_DR2014 auf Anmeldung vermerken). Rabattaktionen sind nicht kombinierbar. Info/Anmeldung unter www.WEcanTPEG.com

Bericht

UKW-Abschaltermin: ARD kündigt eigenen Vorschlag für Ende 2014 an

KEF verlangt Abschalttermin - VPRT weiter strikt dagegen



Joachim Knuth (li), NDR Programmdirektor Hörfunk und Vorsitzender der ARD-Hörfunkkommission und Dr. Michael Rombach (re), NDR Produktionsdirektor und Vorsitzender der Produktions- und Technik Kommission der ARD

Die öffentlich-rechtlichen ARD-Radios können die Forderung aus dem aktuellen KEF-Bericht nach einem zeitlich klar geplanten Projektverlauf für das Digitalradio, an dessen Ende ein Abschalttermin für die UKW-Technik steht, gut nachvollziehen. Wie Joachim Knuth, Vorsitzender der ARD-Hörfunkkommission und NDR Programmdirektor Hörfunk sowie Dr. Michael Rombach, Vorsitzender der Produktions- und Technik Kommission der ARD und NDR Produktionsdirektor, dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagten, könnten die ARD und das Deutschlandradio allerdings einen solchen UKW-Abschaltermin weder allein festsetzen noch allein durchsetzen. Dazu brauche es nach Ansicht von Knuth und Rombach viele Mitwirkende, nicht zuletzt im Bereich der Regulierung. Bis zum Ende des Jahres will der verantwortliche NDR allen Intendantinnen und Intendanten der ARD einen Vorschlag und die damit verbundenen strategischen Entscheidungen für das Digitalradio vorlegen. Hintergrund der Debatte ist der im letzten Monat vorgelegte 19. Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF). In Bezug auf das Digitalradio hatte die KEF zwar die Mittel für den weiteren Digitalradio-Ausbau bis 2016 freigegeben. Allerdings hatte sich

die Behörde vorbehalten, über den weiteren DAB+ Ausbau erst 2016 eine endgültige Entscheidung treffen zu wollen. Für die betroffenen Programme soll diese jedoch nur dann positiv ausfallen, wenn ein Abschalttermin für die UKW-Sender feststeht. Zudem mahnte die Behörde ein verstärktes Digitalradio-Marketing und eine stärkere Einbindung der Autoindustrie an. Wie Klaus Schunk, stellvertretender Vorstandsvorsitzender Radio und Audiodienste im Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT), dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, beobachten auch die Verantwortlichen im privaten Radio sehr genau den Umstieg von der analogen in die digitale Verbreitung. Im Gegensatz zu den Kollegen aus dem öffentlich-rechtlichen Lager hält Schunk jedoch ein UKW-Abschaltdatum via Gesetz für „industriepolitischen Nonsens“. Zumal der UKW-Rundfunk nach Ansicht Schunks im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk derzeit das einzig funktionierende Geschäftsmodell der Branche ist, „es sei denn, man subventioniert den Umstieg mit dreistelligen Millionenbeträgen wie bei den Öffentlich-Rechtlichen!“ Für den VPRT ist die neuangestoßene Diskussion um einen UKW-Abschaltermin „heute nicht richtiger, nur weil man glaubt, alte, längst widerlegte Argumente erneut ▶

FOTOGALERIE



Klaus Schunk, stellvertretender Vorstandsvorsitzender Radio und Audiodienste, VPRT



Digitalradio-Marketing in NRW: U-Bahn-Station in Köln



KEF fordert mehr Digitalradio im Auto

Anzeige

ERLEBEN SIE UNSERE PROGRAMME IN NEUER QUALITÄT IM DIGITALRADIO.

WWW.DIGITALRADIO.DE

Deutschlandradio

Deutschlandfunk | Deutschlandradio Kultur | DRadio Wissen

ins Feld führen zu müssen“. Nach Ansicht Schunks soll diese Phantomdiskussion einen industriellen Einschnitt befördern, „gerade so, als würde man der deutschen Automobilindustrie den Verbrennungsmo-

tor verbieten um den Elektromotor zu fördern“. Zudem hätten nach Ansicht des VPRT auch die Hörer und Konsumenten längst noch nicht endgültig über die Akzeptanz von Digitalradio entschieden. ■

Bericht

Gerätefrühling bringt neue Digitalradio-Vielfalt

Osteraktionen, Händlerschulungen und attraktive Margen für den Handel



Mit dem Frühling kommen auch zahlreiche Digitalradio-Neuheiten auf den Markt

Mit einer Produktoffensive startet die Digitalradio-Endgeräteindustrie in den Frühling. Neben frechen Farben, neuen Digitalradios für den Einsatz im Freien und der Einbindung von Streamingdiensten setzen die großen Hersteller zudem vermehrt auf große Kampagnen, Händler-schulungen und attraktive Margen für den Digitalradio-Handel.

Der Hersteller Sangean begrüßt den Digitalradio-Frühling mit dem neuen, einfach bedienbaren DAB+ Empfänger DPR-67, der unter anderen in den frischen Farben Rot und Gelb lieferbar ist. Durch Netzbetrieb, Batterie- und Akku-Betrieb sind den Einsatzmöglichkeiten keine Grenzen gesetzt. Zusätzlich stellt Sangean mit dem DPR-39 ein federleichtes DAB+ Taschenradio für unterwegs bereit.

Einer der derzeit führenden Digitalradio-Hersteller, Dual, bringt ebenfalls neue Geräte auf den deutschen Markt. So wurde das beliebte Modell „RadioStation IR6“ mit der Streamingfunktion von Spotify versehen. Zudem kommt mit dem bereits in der Schweiz sehr erfolgreichem Stereogerät „NR 5 DAB“ ein zeitlos schönes Digitalradio auch auf den deutschen Markt. Auch hier ist eine Bluetooth-Verbindung für den Transfer von Smartphones oder Tablets an Board.

Neuheiten offeriert auch der deutsche Markenhersteller TechniSat. Besonders für unterwegs ist das winzige Digital-Taschenradio DigitRadio GO gemacht. Mit einem Gewicht von gerade einmal 100 g lässt sich das Gerät in jeder Hosentasche verstauen. Zudem bringt TechniSat mit den DigitRadio 400 und DigitRadio 450 gleich zwei neue und netzwerkfähige Digitalra-

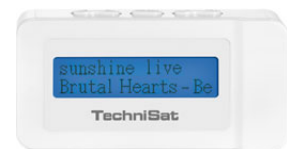
dio-Standgeräte auf den Markt. Über eine spezielle App lassen sich die Geräte bequem auch per Smartphone oder Tablet steuern.

Auch die beiden britischen Hersteller Roberts und Pure glänzen mit einer Neuheiten-Offensive im Frühjahr 2014: Allein Roberts bringt fünf neue Modelle mit Bluetooth auf den Markt! Bei Pure hat man die gefragte Evoke Serie einem Refresh unterzogen und die Geräte mit neuester Technik versehen, wie Bluetooth und teilweise mit Fernbedienung. Roberts hat zudem angekündigt, mit einer Kampagne in diesem Frühjahr den Fachhandel stärken zu wollen, in dem man die Handelsmargen für den Fachhandel gegenüber den Internethändlern verbessert. Damit will Roberts die Präsentation und Beratung im Fachhandel belohnen.

Bei Tivoli Audio werden zwar erst im September zur IFA neue Digitalradio-Geräte erwartet, doch derzeit schult der Außendienst seine Händler verstärkt in Sachen Digitalradio. Auf eine Osteraktion setzt dagegen die Expert Gruppe mit ihren Mitgliedern. Im Fokus stehen dabei vor allem die Digitalradios von Albrecht. Etwa der neue DR 900 BT, ein edles Digitalradio, das unter anderem mit kabellosem Musikstreaming punktet. Daneben haben Albrecht und einige weitere Hersteller auch das Auto für sich entdeckt. So kann mit dem Digitalradio-Adapter DR 56 von Albrecht jetzt jeder Autofahrer sein Radio zur digitalen Empfangsstation umwandeln. Ein ähnliches Modell hält ab sofort auch Noxon mit dem DigiDrive bereit, mit dem sich jedes Autoradio mit USB-Anschluss um den DAB+ Empfang erweitern lässt.

Aber auch im Bereich der echten Autoradios mit DAB+ tut sich im Frühjahr einiges. So startet Kenwood mit einer Digitalradio-Initiative in den Autofrühling 2014 und stellt gleich 10 neue Modelle mit Digitalradio-Empfang vor. Vom Standardautoradio bis hin zum kompletten, mobilen Multimedia-system im Doppel-DIN-Format bietet Kenwood in diesem Jahr wohl die breiteste Modellpalette für den digitalen Radiogenuß im Auto. ■

FOTOGALERIE



Digitalradio-Neuheiten von Roberts, Noxon, Pure, Albrecht, Sangean, TechniSat, Dual und Kenwood (von oben nach unten)

Interview

Ein Jahr Multithek über DVB-T

Lineare Fernsehhalte werden am häufigsten genutzt



Daniel Kleinbauer, Vice President Business Unit New Media bei Media Broadcast

Herr Kleinbauer, die multithek ergänzt seit genau einem Jahr in etlichen Ballungsräumen das DVB-T-Angebot. Wo kann die multithek heute überall empfangen werden?

Daniel Kleinbauer: Die multithek ist via DVB-T in dreizehn großen deutschen Ballungsgebieten – Berlin, Hamburg, Saarbrücken, Rhein/Main, Hannover, Braunschweig, Stuttgart, München, Nürnberg, Bremen, Lübeck, Kiel und Nordrhein-Westfalen – sowie deutschlandweit über Astra 19,2° Transponder 113 kostenlos verfügbar. Voraussetzungen für die Nutzung sind ein HbbTV-fähiger Fernseher und ein mindestens 2 Mbit/s schneller Internetzugang.

Welche Services und Dienste kommen beim Nutzer der multithek besonders gut an und welche Dienste finden nicht den großen Widerhall?

Das Angebot wird von den Nutzern insgesamt sehr gut angenommen. Allerdings ist das Thema HbbTV noch nicht in der täglichen Nutzung angekommen. Besonders gut wird das Thema der DVB-T Kanäle über IP, d.h. das Streaming von linearen TV-Kanälen, genutzt. Ein einfach zu verstehender Mehrwert.

Seit September gibt es eine Verbindung der multithek mit dem Smartphone oder Tablet. Wie genau funktioniert das?

Wir nutzen dort eine Verbindung der Geräte über QR-Code oder eine Eingabe eines kurzen Zahlencodes, um Geräte im Heimnetzwerk unter einem User Account zu verbinden. Anschließend kann eine Steuerung des Angebots über den Second Screen durchgeführt werden. Vor allem Apps mit Texteingabe werden dabei „easy to use“.

Was passiert mit der multithek, wenn DVB-T2 eingeführt wird?

Die multithek wird ein integraler Bestandteil des Angebots sein. Wir planen DVB-T2 als hybride Lösung. Der Ansatz dabei ist eine Mischung aus Massenmarkt-TV-Kanälen via DVB-T2 sowie Spartenkanälen und non-linearen Inhalten wie beispielsweise Video-on-Demand über IP.

Was können die Nutzer in den kommenden Wochen und Monate an neuen Angeboten in der multithek erwarten?

Insbesondere hochwertigen Content für diverse Zielgruppen. Wobei wir auch stark auf innovative Contents wie casual Gaming setzen. Dadurch haben Nutzer die Möglichkeit, sich mit Spielen wie Sudoku, Schach oder Mühle auf dem großen TV-Bildschirm, beispielsweise während einer Werbepause, die Zeit zu vertreiben. Wir freuen uns mit it'smyTV einen der stärksten Partner für diese Plattformen in der multithek mit an Bord zu haben.

Wie refinanziert sich die multithek und wie sieht deren Geschäftsmodell aus?

Daniel Kleinbauer: Wir bilden diverse Geschäftsmodelle ab: vom Transportmodell bis hin zu Revenue Sharing. Worüber wir uns sehr freuen, ist die Weiterentwicklung unseres Plattformansatzes hin zum One-Stop-Shop: Wir bieten nicht nur die Reichweitenzuführung, sondern auch die Signalaufbereitung (Encoding und Streaming) und Monetarisierung (Werbevermarktung und/ oder Paid Content via Mobile Payment). ■

INFOKASTEN

Die multithek von Media Broadcast verknüpft Internet und TV auf einfache Weise und liefert kostenlos neue Fernsehvielfalt über DVB-T und DVB-S. Fernseher und Internet werden miteinander verbunden, dann den Programm-suchlauf starten, anschließend bequem mit der Fernbedienung auf den Kanal „multithek“ navigieren und das gewünschte Angebot auswählen. Die jeweiligen Inhalte werden dann sofort über das Internet auf den großen Bildschirm übertragen. Die Oberfläche der multithek ist übersichtlich gestaltet. Alle Anwendungen sind in Kategorien – wie beispielsweise Mediatheken, Nachrichten, Wetter, Sport und Musik – eingeteilt. Zum kostenlosen Angebot der multithek gehören beispielsweise die Mediatheken von ARD und ZDF sowie weitere Fernsehkanäle wie Bloomberg TV, JuweloTV und 1-2-3.tv oder das Musikfernsehen Putpat. Voraussetzungen für die Nutzung der multithek sind ein HbbTV-fähiger Fernseher und ein mindestens 2 Mbit/s schneller Internetanschluss.

Anzeige

Gute Nachrichten:
DIGITALRADIO

Gute Technik:
DIGITALRADIO

Gute Nachrichten:
ERF Plus

Testen Sie uns!

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

Anzeige

Branchenporträts

DUAL



Dual bietet als führender Hersteller von Digitalradio ein breites Sortiment an innovativen Geräten. Qualität und Preis-Leistungs-Verhältnis stehen an erster Stelle.

Kontakt für Medienanfragen
Christoph Homberg, Geschäftsführer
E-Mail: info@dual.de
www.dual.de

ROBERTS

ROBERTS RADIO

Seit über 80 Jahren - Radios von ROBERTS Gewachsen aus langer Tradition gehört ROBERTS zu den größten Herstellern von Radiogeräten weltweit. Im Jahr 2000 brachte ROBERTS das erste tragbare DAB-Radio auf den Weltmarkt. ROBERTS Geräte zeichnen sich aus durch gute Klangeigenschaften und durchdachte technische Konzepte.

Kontakt für Medienanfragen
Karl-Heinz Köster, Presse PR
E-Mail: presse@robertsradio.de
www.robertsradio.de

IMPRESSUM

Herausgeber

Barthel Marquardt GbR
Friedensstraße 4, 04155 Leipzig
Tel: 0341-24664390
E-Mail: marquardt@barthelmarquardt.de

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,
Nikola Marquardt

Fotos

Seite 1: BMVI
Seite 2: BMVI; Barthel Marquardt GbR
Seite 3: Foto Oliver Franke/Tourismus NRW e.V.
Seite 4: ARD/NDR; VPR; ARD-Projektbüro
Digitalradio; Barthel Marquardt GbR
Seite 5: BR/Gerry Schläger; Roberts; Noxon;
Pure; Albrecht; Sangean; TechniSat;
Dual; Kenwood
Seite 6: Media Broadcast

Layout

frischezelle, vernetzt kreativ

Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk

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

Anmeldung und Archiv

Das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk kann über kontakt@barthelmarquardt.de bezogen werden.
Auf www.digitalerrundfunk.de findet sich das Meinungsbarometer-Archiv.

Redaktionsschluss: 29.03.2014

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.

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

ERF Medien



ERF Medien produziert Fernsehsendungen und -beiträge, zwei Radioprogramme und unterhält 15 Internetangebote.

Das Leitbild: „Wir möchten nichts lieber, als dass Menschen 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

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

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

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-Repeater gibt es bei der Repeaterstelle.

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

... und hier könnte Ihr Branchenporträt stehen!