

November 2014

Interview

Zweiter nationaler Digitalradio-Multiplex wirksamer als fixer UKW-Abschaltermin



Olaf Hopp, CEO NRJ Germany

Herr Hopp, was spricht aus Ihrer Sicht für DAB+?

Insbesondere die Kostenvorteile. DAB+ ist für die Programmveranstalter durch eine deutlich effizientere Frequenznutzung und geringere Sendeleistung günstiger zu verbreiten als über die analoge UKW-Übertragungstechnik und für die Konsumenten weiterhin kostenfrei zu empfangen. Wohingegen beim Hören über das Internet immer ein kostenpflichtiger Datentarif in Anspruch genommen werden muss.

Wie stehen Sie zu einem festen UKW-Abschalzeitpunkt?

Ich bin nicht davon überzeugt, dass es der richtige Weg ist, einen fixen Abschaltzeitpunkt für UKW zu fordern, ohne die Marktparameter zu berücksichtigen. Ich würde zunächst vielmehr dem Ansatz folgen, die Hörer mit positiven Anreizen, etwa durch einen zweiten nationalen Multiplex, für den Übertragungsweg DAB+ zu gewinnen. Und ab dem Zeitpunkt einer quasi bundesweit flächendeckenden Versorgung von 95% und einer DAB+ Nutzung von mindestens 50% könnte eine 5-Jahresfrist beginnen, an deren Ende dann die Abschaltung von UKW steht.

Was spricht gegen einen ausschließlich digitalen Verbreitungsweg über das Internet?

Die Machtfülle der Mobilfunknetzbetreiber würde zu groß werden und könnte das System in Gänze gefährden. Rundfunk, also Radio und

TV, gehören in der Bundesrepublik Deutschland zur Grundversorgung und sind öffentliches Gut, das aus gutem Grund besonders geschützt ist und auch weiterhin geschützt werden muss. In Fällen von Katastrophen und anderen unvorhersehbaren Ereignissen, bei denen eine schnelle und umfassende Information der Bevölkerung notwendig ist, muss der freie und ungehinderte Zugang zu Rundfunkprogrammen sichergestellt sein. Dies wäre jedoch nicht der Fall, wenn nach einer Abschaltung der UKW-Frequenzen der Hörfunkempfang nur noch über das Internet möglich sein sollte. Dann hätten unter Umständen kommerziell orientierte und internationale Telekommunikationsunternehmen die Entscheidungshoheit darüber, ob es Einschränkungen beim Radioempfang in Deutschland – wie beispielsweise durch die Drosselung von Datenmengen schon geschehen – gibt oder nicht.

Radio als deutsches Kulturgut und dessen ungehinderte Verbreitung muss in der Verantwortung der deutschen Medienpolitik und ihrer Organe verbleiben. Die DAB+ Technologie gewährleistet, dass die terrestrische Verbreitung und der kosten- und barrierefreie Empfang von Radioprogrammen, auch über das mögliche Ende der UKW-Verbreitung hinaus, für jeden Bürger gesichert ist.

Das ausführliche Interview
lesen Sie auf
www.meinungsbarometer.info

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das größte private Radiounternehmen Europas, NRJ, glaubt nicht, dass ein fixer UKW-Abschaltermin ‚die‘ Erfolgsformel für die künftige Radio-Digitalisierung ist. Entscheidend sei vielmehr ein Plus an attraktiven Programmen über DAB+. Wie Olaf Hopp, CEO NRJ Germany, dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, ist es nach seiner Einschätzung nicht der richtige Weg, einen fixen Abschaltzeitpunkt für UKW zu fordern, ohne die Marktparameter zu berücksichtigen. Hopp folgt vielmehr dem Ansatz, die Hörer mit positiven Anreizen, etwa durch einen zweiten nationalen Multiplex, für den Übertragungsweg DAB+ zu gewinnen. „Erst ab dem Zeitpunkt einer quasi bundesweit flächendeckenden Versorgung von 95% und einer DAB+ Nutzung von mindestens 50% könnte eine Fünfjahresfrist beginnen, an deren Ende dann die Abschaltung von UKW steht“, so Hopp.

Die etablierten Radio-Aggregatoren im Internet sehen für ihr Geschäft keine Gefahr durch den bevorstehenden Start von radioplayer.de, dem gemeinsamen Portal der deutschen Radiosender. Dafür ist nach Einschätzung der derzeit führenden Radioplattformen der Markt mit entsprechenden Webradio- und Audiportalen bereits zu gesättigt. Auch die Radiosender selbst sind nach Einschätzung von Bernhard Bahners, Geschäftsführer von Marktführer radio.de, mit den etablierten Plattformen heute bereits mehr als zufrieden. Mitkonkurrent Rainer Heinze, Gründer und Vorstand der laut.ag, fragt sich zudem, „wie sich der neue Radioplayer gegen die am Markt erfolgreichen Radio-Apps mit einem auf konventionelle Privatsender beschränkten Angebot durchsetzen möchte“.

Die Medienanstalten wollen mit einer Neuausrichtung des terrestrischen Rundfunks die Zukunft von Radio und Fernsehen sichern. Dafür planen sie beim terrestrischen Rundfunk, bundesweite Plattformbetreiber für die privaten Programme bei DVB-T2 und im Digitalradio einzusetzen. Diese sollen künftig die Rundfunkprogramme zusammenstellen und eigenständig vermarkten.



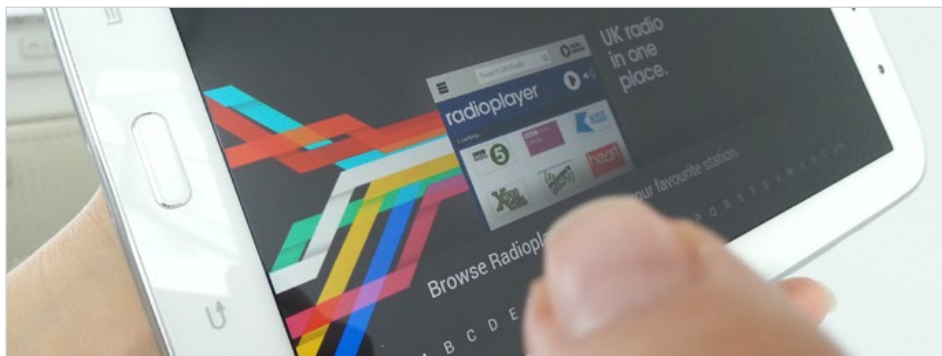
Eine erkenntnisreiche
Lektüre wünscht Ihnen

Thomas Barthel

Bericht

Keine Gefahr durch Radioplayer.de

Warum die etablierten Aggregatoren nicht an den Erfolg der neuen Plattform der deutschen Radiosender glauben



Der britische Radioplayer ist bereits online und ein Erfolgsmodell

Mit großer Gelassenheit haben die etablierten Webradio- und Audioportale, wie radio.de oder laut.fm auf den unmittelbar bevorstehenden Marktstart von radioplayer.de, dem neuen gemeinsamen Portal der deutschen Radiosender, reagiert.

Rainer Henze, Gründer und Vorstand der laut.ag, zeigte sich im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk skeptisch, ob sich der neue Radioplayer gegen die am Markt erfolgreichen Radio-Apps mit einem auf konventionelle Privatsender beschränkten Angebot durchsetzen kann. Zudem befürchtet Henze nicht, dass die Radiosender, die künftig über die neue Plattform ihr Programm verbreiten, bei laut.fm aussteigen werden. Dafür sei die Nummer drei unter den deutschen Radio-Plattformen mit derzeit knapp 700.000 Unique Users im Monat, „bei den UKW-Sendern als Experimentierplattform gerade für Genre-Kanäle zu beliebt“, so Henze.

Auch radio.de, mit derzeit gut einer Millionen Unique Users im Monat der Platzhirsch unter den deutschen Radioportalen, sieht keine Gefahr für sein Geschäft durch den Marktstart des neuen Radioplayer. Wie Bernhard Bahners, Geschäftsführer von radio.de, im

Fachinformationsdienst sagte, „sind Berührungspunkte mit den deutschen Radiosendern im digitalen Raum für uns nichts Unbekanntes“. Entscheidend ist, dass die Radiosender „aufgrund der positiven Auswirkungen auf ihre Reichweite mit unserer Plattform radio.de heute bereits sehr zufrieden sind“. „Mittlerweile“, so Bahners weiter, „hat sich ein intensiver partnerschaftlicher Austausch entwickelt, mit großem Mehrwert für beide Seiten“. Als Vorteil gegenüber der Konkurrenz sieht Bahners auch, „dass neben den Online-Streams bekannter privater und öffentlich-rechtlicher UKW-Stationen die Nutzer bei radio.de auch rein internetbasierte Sender finden. Immerhin beweise aber die Initiative einiger deutscher UKW-Privatradios und ihrem Radioplayer, dass sie die digitale Zukunft erkannt haben“, so der Geschäftsführer von radio.de.

Derzeit verbreitet radio.de mehr als 20.000 nationale und internationale Sender unter anderem über seine Handy-App, die allein in Deutschland bereits mehr als 6,5 Millionen Mal heruntergeladen wurde. ■ ■ ■

Den vollständigen Bericht lesen Sie auf www.meinungsbarometer.info

FOTOGALERIE



Bernhard Bahners, Geschäftsführer von radio.de



Rainer Henze, Gründer und Vorstand der laut.ag

NACHRICHTEN

Der Audio- und Digitalradio-Endgerätehersteller Sonoro erhielt erstmals die begehrte Sonderauszeichnung als „Beste Designmarke 2014/2015“ des international renommierten Plus X Awards. Mit der Auszeichnung in der Produktgruppe Unterhaltungselektronik Audio würdigen die Initiatoren des Designsiegels die besondere Design- und Formsprache von Sonoro, die sich bewusst nicht an kurzlebigen, modischen Trends orientiert. Vielmehr steht die Marke Sonoro für nahezu perfekt auf den Raum zugeschnittene Musiksysteme. Dafür setzt die Marke aus Köln auf hochwertige Materialverarbeitung, komfortable Bedienung, Wiedererkennbarkeit, Einfachheit und hohe Ästhetik. Das exklusive Siegel des Plus X Awards für die beste Designmarke ist ausschließlich Marken vorbehalten, die in ihrer Produktgruppe innerhalb des gesamten Jahres die meisten Gütesiegel der Kategorie Design erhalten haben. Der Plus X Award gilt nach Aussagen von Donat Brandt, Präsident Plus X Award, „als Sinnbild für die Kraft und die Beständigkeit der Marken und des Handels und stellt eine wichtige Entscheidungshilfe für Einkäufer und Endverbraucher dar“.

Anzeige

ERLEBEN SIE UNSERE PROGRAMME IN NEUER QUALITÄT IM DIGITALRADIO.

WWW.DIGITALRADIO.DE

Deutschlandradio

Deutschlandfunk | Deutschlandradio Kultur | DRadio Wissen

Bericht

Neuausrichtung des Digitalen Rundfunks nimmt Fahrt auf

Plattformbetreiber sollen für Fernsehen und Radio die Zukunft sichern



Mit einer Neuausrichtung des terrestrischen Rundfunks wollen die Medienanstalten die Digitalisierung weiter beflügeln. Dafür wollen sie künftig auf dem Gebiet des terrestrischen Fernsehens erstmals einen bundesweiten Plattformbetreiber für die privaten Programme installieren. Dieser soll nach Aussagen von Martin Deitenbeck, Fachausschuss II der Medienanstalten (Netze, Technik, Konvergenz) und Geschäftsführer der Sächsischen Landesmedienanstalt (SLM), dafür sorgen, künftig die Rundfunkprogramme zusammenzustellen und eigenständig zu vermarkten, also auch die Endkundenbeziehungen zu unterhalten. Dies könnte nach dem Vorbild von Anbietern wie Sky, Kabel Deutschland oder Telekom Entertainment geschehen, so Deitenbeck weiter. Zudem müsse der Plattformbetreiber nicht identisch mit dem Sendernetzbetreiber sein.

Die nationalen Pläne für einen Plattformbetrieb innerhalb des terrestrischen Rundfunks sollen erstmals mit dem Umstieg von DVB-T auf DVB-T2/HEVC im Jahr 2016 umgesetzt werden. Im November 2014 haben die Medienanstalten den künftigen DVB-T2-Plattformbetrieb ausgeschrieben, mit dem Ziel, dass im März 2015 der Plattformbetreiber feststeht. Ob sich Media Broadcast, die Brancheninformationen zufolge als ein Sendernetzbetreiber bereits gesetzt sind, auch als Plattformbetreiber bewirbt, wurde von Media Broadcast noch nicht bestätigt.

Sehr engagiert beim Übergang von DVB-T auf DVB-T2 im HEVC-Standard zeigt sich Media Broadcast. Zusammen mit Partnern

des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks, von Geräteherstellern und Verbänden testet Media Broadcast seit Oktober 2014 DVB-T2/HEVC in Berlin. „Unser Ziel ist es, einen umfassenden Test durchzuführen, der über die gesamte Rundfunk-Systemkette hinweg angelegt ist“, erklärte Ulf Heggenberger, Geschäftsführer Sales und Marketing der Media Broadcast zum offiziellen Start des Testbetriebs in Berlin. Dadurch erhoffe man sich zum einen wichtige Erkenntnisse für die spätere DVB-T2-Einführung in Deutschland, zum anderen schaffe man eine Testumgebung für die Endgeräteindustrie und wolle damit auch die Entwicklung des Marktes beschleunigen. So werden während des Testbetriebs ARD, ZDF, ARTE, ProSieben, RTL und eine Programmschleife des Verbandes VPRT über DVB-T2 im HD-Format und in vier unterschiedlichen technischen Leistungsparametern ausgespielt. Geplant ist, den Testbetrieb dann Mitte 2016 direkt in den offiziellen DVB-T2-Regelbetrieb münden zu lassen.

Nach dem Vorbild des terrestrischen Fernsehens soll auch für den geplanten, aber noch nicht terminierten, zweiten nationalen Digitalradio-Multiplex ein Plattformbetreiber gesucht werden. Für einen regionalen Digitalradio-Multiplex hat jetzt erstmals die MA HSH für Hamburg mit der Media Broadcast einen DAB+ Plattformbetreiber erfolgreich lizenziert. Diese regionale Plattform wird ihren Sendebetrieb Ende des ersten Quartals 2015 aufnehmen und verbreitet dann private Programme über Digitalradio im Raum Hamburg. ■

FOTOGALERIE



Vom Berliner Fernsehturm aus testet Media Broadcast das neue DVB-T2



Ulf Heggenberger (li.) und Holger Meinzer von Media Broadcast stellen den DVB-T2-Testbetrieb in Berlin vor

Anzeige

Style & Sound @home



ALBRECHT DR 52
der Digitalradio-Adapter
für die Stereo-Anlage

 **ALBRECHT**® Audio
www.albrecht-audio.de · +49 4154-849-0

Bericht

Endgerätehersteller als Contentproduzenten

Neues Sennheiser-Musiklabel setzt auf Synergien zur eigenen Produktpalette



Bisher ist Sennheiser vor allem als Mikrofonspezialist erfolgreich

A Bu aus China ist 14 Jahre alt und gilt als das größte Jazz-Wunderkind unserer Tage. Seine erste CD ist auch die Geburtsstunde eines neuen Musiklabels, mit dem Sennheiser derzeit die Branche überrascht. Denn Sennheiser ist bis dato als weltweit führender Hersteller von Drahtlos-technik, wie Mikrofonen und als Hersteller von Kopfhörern bekannt, jedoch nicht als Produzent von eigenen Audioinhalten.

Unter dem Label Sennheiser MEDIA will das Unternehmen zunächst aus seiner Zweigstelle in Schanghai Aufnahmen aus den Bereichen Jazz, Klassik, Soul und R&B für den chinesischen Markt produzieren und selbst vermarkten und dabei vor allem auf junge Musiker aus aller Welt setzen. Hintergrund der Ausweitung des Geschäftsfeldes bei Sennheiser ist der Plan, von neuen Synergien zu profitieren, die sich aus der Zusammenarbeit mit den anderen Sparten des Unternehmens ergeben. Nach Medieninformationen sollen die Künstler und deren Produkte künftig über Sennheisers globales Verkaufnetzwerk promotet werden. Auf Nachfrage des Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk will das Unternehmen bis Ende des Jahres an der endgültigen Struktur und Marktpositionierung von Sennheiser MEDIA arbeiten. Geplant ist, bis 2015 in der Schanghaier Konzerthalle ein professionelles Aufnahmestudio einzurichten.

Vorbild für das neue Sennheiser-Geschäftsmodell – als Gerätehersteller auch Inhalte selbst anzubieten – ist die 1972 gegründete schottische Hifischmiede Linn. Berühmt wurde Linn zunächst mit seinen hochpreisigen Premium-Stereoanlagen. Bereits seit 2007 produziert Linn aber auch erfolgreich eigene Musikinhalte mit hauseigenen Exklusivkünstlern. Neben der CD-Produktion entfällt das Hauptgeschäft bei Linn mittlerweile auf den Vertrieb von besonders hochauflösenden Musikdownloads (24-Bit Studio-Master-Aufnahmen), die qualitativ weit über den CD-Standard hinausgehen. Neben den Downloads kann das Musikprogramm der Schotten aber auch im Internet gestreamt werden.

Als Pionier in Bezug auf eine hauseigene Musiksparte gilt der japanische Endgerätehersteller Sony, der vor allem im Bereich der Consumer Electronic erfolgreich agiert. Unter der Marke Sony Music existiert aber auch seit 1991 ein Tochterunternehmen, dass zu den erfolgreichsten Plattenfirmen weltweit gehört. Neben der Universal Music Group und Warner gehört Sonys Musiksparte zu den letzten drei großen verbliebenen Major-Labels. Bei Sony stehen Künstler wie Depeche Mode, Bob Dylan, Christina Aguilera oder Peter Maffay, aber auch Klassikstars wie der Pianist Lang Lang oder der Cellist Yo-Yo Ma unter Vertrag, die von dem breit aufgestellten Konzernumfeld bei Sony profitieren. ■

Gewinnspiel



Gewinnen Sie ein NOXON NOVA im Wert von 600 Euro

Das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk verlost ein hochwertiges Lifestyle Audiocenter mit Digitalradio. Mit dem NOXON NOVA im Wert von 600 Euro können Sie Radio über Internet, DAB+ und UKW empfangen.

Beantworten Sie einfach unsere Gewinnspielfrage und schicken Sie die richtige Antwort unter Angabe Ihrer Kontaktdaten bis zum **6. Dezember 2014** an jahner@meinungsbarometer.info

Gewinnspielfrage

Wie heißt die neue Hörfunkplattform der deutschen Radiosender im Internet, die noch in diesem Jahr starten will?

- a) Germanradio.fm
- b) Radioplayer.de
- c) Wellenreiter.fm
- d) surfradio.de

Den richtigen Hinweis zur Beantwortung der Frage finden Sie übrigens auch in unserer aktuellen Ausgabe. Unter allen richtigen Einsendungen wird der Gewinner per Losverfahren ermittelt. Der Sieger wird von uns schriftlich benachrichtigt.

Teilnehmen können alle Abonnenten des Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Das Mindestalter der Teilnehmer beträgt 18 Jahre. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

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



ALBRECHT Audio



ALBRECHT Audio ist eine Marke der Alan Electronics GmbH, unter der seit mehr als 10 Jahren ein umfangreiches Sortiment an innovativen und leistungsstarken Digital- und Internetradios angeboten wird. Besonderer Wert des auf Kommunikationstechnik und Unterhaltungselektronik spezialisierten Unternehmens wird auf Design und Qualität der Produkte gelegt, die im gut sortierten Fachhandel erhältlich sind.

Kontakt für Medienanfragen
 Konstantina Koch
 E-Mail: kkoch@alan-electronics.de
www.albrecht-audio.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



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 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



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, Nikola Marquardt

Fotos

Seite 1: NRJ
 Seite 2: Redaktion; radio.de GmbH; laut.ag
 Seite 3: Media Broadcast; Redaktion
 Seite 4: Sennheiser

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 jahner@meinungsbarometer.info bezogen werden.

Redaktionsschluss: 25.11.2014

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.