

DIGITALER RUNDFUNK

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

Januar 2015

Bericht

Radioplayer trifft DAB+

VPRT und ARD kündigen gemeinsame Gespräche zur weiteren Digitalisierung des Radios in Deutschland an



Hier spielen Internet- und Digitalradio bereits gut zusammen: Pure Sensia 200D Connect

Sowohl ARD als auch der Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (VPRT) haben gemeinsame Verhandlungen über die Zukunft des Radios in Deutschland angekündigt. Derzeit werden die Gesprächstermine abgestimmt, bestätigten beide Seiten übereinstimmend.

Nach Auskunft von Walter Kehr, dem Sprecher des MDR, der federführenden Anstalt für Digitalradio innerhalb der ARD, werden die öffentlich-rechtlichen Sender mit ihrem aktuellen Positionspapier in die anstehenden Gespräche gehen. In diesem Papier hatten die Intendanten aller ARD-Anstalten bereits Ende des vergangenen Jahres eine Beteiligung am Radioplayer der Privaten in Aussicht gestellt, vorausgesetzt diese würden sich stärker für den Ausbau von DAB+ engagieren.

Mit welcher Position die Privaten in die Verhandlungen gehen werden, ist indes noch weitestgehend unklar. Zwar hatte Radioplayer-Geschäftsführer Hans-Dieter Hillmoth in einem Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk die Bedingungen der ARD als nicht sinnvoll bezeichnet, der VPRT jedoch hat diesen Standpunkt bislang weder bestä-

tigt noch dementiert. Das weitere Vorgehen werde derzeit im Verband diskutiert, sagte ein Sprecher auf Nachfrage.

Unterdessen zeigt sich der Geschäftsführer des deutschen Radioplayer, Hans-Dieter Hillmoth, mit dem bisherigen Testbetrieb des neuen Portals sehr zufrieden. „Wir haben es geschafft, innerhalb eines halben Jahres den Radioplayer an den Start zu bringen, die Gesellschaft zu gründen und Nutzer zu gewinnen.“ Seit wenigen Tagen ist die Radioplayer-App über Apple, Android, Windows und Amazon verfügbar. ■

Hintergründe zu diesem
Thema lesen Sie bei 



ARD will beim Radioplayer mitmachen
Beteiligung allerdings an Bedingungen geknüpft
[Weiterlesen bei MEIBApus -->](#)



„Junktim wäre nicht sinnvoll“
Interview mit Radioplayer-Geschäftsführer
Hans-Dieter Hillmoth
[Weiterlesen bei MEIBApus -->](#)

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das größte deutsche Marktforschungsinstitut GfK hat jetzt im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk neue Zahlen für Digitalradio vorgestellt und einen Ausblick auf 2015 gewagt. So hat es allein im letzten Quartal 2014 nochmals einen Schub gegeben und auch die Prognosen für dieses Jahr lassen einiges erwarten. Was die Marktforscher der GfK konkret vorher-sagen, lesen Sie in unserem Interview mit Alexander Dehmel, Senior Marketing Consultant, Consumer Electronics bei der GfK auf Seite 2.

In unserem Thema auf Seite 3 geht es um die Zukunft des Antennenfernsehens. Glaubt man Deutschlands führenden Verbraucherschützern, steht es gar nicht gut um das künftige DVB-T2. In der Kritik steht vor allem die Ankündigung der Privaten, ihre Inhalte künftig mithilfe eines gemeinsamen Plattformbetreibers nur noch verschlüsselt und kostenpflichtig unter Volk bringen zu wollen. Aber auch der geplante Plattformbetrieb selbst steht schon heute unter strenger Beobachtung des Bundeskartellamts. Präsident Mundt kündigt im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk jedenfalls an, den Prozess um das künftige DVB-T2 aufmerksam verfolgen zu wollen. Warum der Kartellamtschef schon heute mahnend den Finger hebt, erklärt er exklusiv in unserem Interview.

Mit einem neuen Geschäftsmodell wollen die TV-Produzenten künftig besser als bisher an der Wertschöpfung im Fernsehen teilhaben. Bislang allerdings konnten sie sich mit der ARD nicht auf eine neue Form der Zusammenarbeit einigen. Wie geht es nun weiter? Der Vorsitzende des wichtigsten deutschen Produzentenverbands, Alexander Thies von der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen, redet nun Klartext (Seite 4).



Eine erkenntnisreiche Lektüre wünscht Ihnen Ihr

Thomas Barthel

Interview

NACHRICHTEN

Marktforscher prognostizieren weiteres deutliches Wachstum für Digitalradio

Bislang haben Verbraucher in Deutschland über 250 Millionen Euro für DAB+ Geräte ausgegeben



Alexander Dehmel, Senior Marketing Consultant, Consumer Electronics bei der GfK

Herr Dehmel, wie hat sich der Digitalradio-Markt 2014 entwickelt?

Dehmel: Der Markt hat sich 2014 sehr positiv entwickelt. Insbesondere im 4. Quartal hatten wir noch einmal einen deutlichen Wachstumsschub mit Wachstumsraten von über 50 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. In Bezug auf das gesamte letzte Jahr müssen wir derzeit noch mit einer Gesamtjahresschätzung arbeiten, da wir noch an der Dezember-Auswertung arbeiten. Wir rechnen aber damit, dass in Deutschland im vergangenen Jahr über 720.000 Digitalradios verkauft worden sind. Vergleicht man das mit den Zahlen aus dem Vorjahr, wo über eine halbe Millionen DAB+ Radios in Deutschland verkauft wurden, zeigt sich ein Wachstum von über 40 Prozent im Gesamtjahr. Seit der Einführung von Digitalradio im Jahr 2011 wurden in Deutschland insgesamt bereits über 1,7 Millionen Radiogeräte mit DAB+ verkauft. Am besten verdeutlicht aber folgende Zahl die bisherige Erfolgsgeschichte von Digitalradio und deren Bedeutung für den Endgerätemarkt: Die Konsumenten in Deutschland haben seit der Einführung von Digitalradio im Jahr 2011 über 250 Millionen Euro für Geräte mit DAB+ Radiofunktionalität ausgegeben.

Welche Geräte sind Treiber, welche Ladenhüter?

Nach wie vor führend und am meisten gekauft werden kleine tragbare Radios. Die einfachen

Radios, die keine anderen Funktionalitäten haben, wie einen eingebauten CD-Player verkaufen sich derzeit noch am besten. Das ist ein Trend, den wir auch in allen anderen europäischen Ländern, die Digitalradio eingeführt haben, registrieren konnten. Viele Konsumenten, tasten sich scheinbar zunächst mit preiswerten Endgeräten an die neue Technologie heran. Nach dieser Einstiegskategorie folgt als zweitstärkste Kategorie der Bereich der HiFi-Anlagen. Aber auch die anderen Gerätekategorien wachsen sehr stark, wie Radiowecker, Radiorekorder oder einzelne HiFi-Komponenten. Zudem beobachten wir, dass auch der Nachrüstmarkt für Car-Audio-Geräte wächst. Bei den portablen Radios machen mittlerweile DAB+ Geräte mehr als 50 Prozent des Verkaufswerts aus. Gerade der klassischen Henkelware, die in den letzten Jahren unter Druck war, hat die Einführung von Digitalradio neues Leben eingehaucht.

Welchen Anteil haben die Autoradios?

Zunächst können wir als GfK zum Erstausrüstermarkt für Digitalradios im Auto keine Zahlen nennen. Wir erheben solche Geräte, die im Handel verkauft werden. Daher können wir nur etwas zum Nachrüstmarkt sagen. Hier sehen wir aber ganz klar, dass DAB+ ein Treiber ist. ■ ■ ■

Weiterlesen bei MEIBaPlus -->

Der Bayerische Rundfunk hat zahlreiche Neuerungen beim Digitalradio-Empfang vorgenommen. Dazu zählte die vollständige Umstellung des Digitalradio-Angebots auf DAB+ sowie eine neue Programmbelegung der Digitalradio-Programme des BR. Hintergrund der Maßnahmen ist der Sendestart des neuen Volksmusiksenders „BR Heimat“ am 2. Februar 2015. Um das neue Programm „BR Heimat“ und alle anderen digitalen BR-Programme weiterhin im Digitalradio nutzen zu können, müssen die Verbraucher in Bayern einen Sendersuchlauf an ihren Radiogeräten durchführen. Die UKW-Programme sind nicht davon betroffen. Zudem weist der BR darauf hin, dass es bei manchen Gerätetypen für den Besitzer erforderlich ist, sein Digitalradio-Gerät auf Werkseinstellungen zurückzusetzen. In diesem Fall wird der Suchlauf nach dem Wieder-Einschalten automatisch starten. Der bei einigen Programmen übergangsweise verwendete ältere DAB-Standard wird künftig vom BR nicht mehr unterstützt. Damit erfüllt der BR die Vorgabe der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF), ein zukunftsfähiges Konzept für den digitalen terrestrischen Hörfunk auf Basis von DAB+ umzusetzen.

Die beiden bundesweit im Digitalradio verbreiteten Programme Radio Horeb und ERF Plus haben erste Verkaufszahlen ihrer Geräte mit eigenem Label bekannt gegeben. Wie der Vertriebspartner von Radio Horeb, die Sankt Lukas GmbH in Landsberg/Lech mitteilte, wurden seit Einführung von DAB+ im August 2011 knapp 33.000 Digitalradiogeräte mit dem blauen Radio-Horeb-Knopf verkauft. Mit den besonderen Horeb-Radios wollen die Programmverantwortlichen den Verbrauchern einen ganz einfachen Einstieg in die neue digitale Technik ermöglichen. Dafür verfügen die Geräte über den fix belegten und bereits vorinstallierten blauen „Radio-Horeb-Knopf“. Derzeit werden vier unterschiedliche Digitalradios in einer Preisspanne von 50 bis 120 Euro angeboten. Auch das Radioprogramm ERF Plus von ERF Medien hat zusammen mit seinem Dienstleister ERF mediaservice GmbH bereits 30.000 eigens gebrandete Radiogeräte ausgeliefert. Derzeit bietet das Unternehmen zwölf verschiedene Radiogeräte für den digitalen Empfang an, die vor allem für den mobilen Einsatz geeignet sind. Die beiden Programme von Radio Horeb und ERF Plus sind über den bundesweit verbreiteten Digitalradio-Multiplex zu empfangen. Zusätzlich ist seit Juni 2013 auch das Programm ERF Pop über DAB+ in Berlin on air.

Bericht

Verbraucherschützer zweifeln am Erfolg von DVB-T2

Bundeskartellamt nimmt geplanten Plattformbetrieb unter Beobachtung



Vom Berliner Fernsehturm laufen seit Ende 2014 erste DVB-T2-Tests

Deutschlands führende Verbraucherschützer zweifeln am künftigen Markterfolg von DVB-T2. Wie Ilja Braun, Referent Telekommunikation Team Digitales und Medien bei der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv), dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk sagte, „ist DVB-T2 als Fernsehangebot bei Weitem nicht alternativlos“. Seine Skepsis begründet der vzbv vor allem in Bezug auf das derzeitige Gerangel um die 700-MHz-Frequenzen. Nicht zuletzt aufgrund dessen ist es für den Interessenverband „unsicher, ob der neue Standard noch eine Chance hat“.

Kritik erntet das künftige DVB-T2-Fernsehen auch aufgrund der Ankündigung der Privaten, ihre Angebote künftig mithilfe eines Plattformbetreibers nur noch verschlüsselt und kostenpflichtig über die Antenne anzubieten. Für Ilja Braun sollte, „was in der Vergangenheit als Überall-Fernsehen angekündigt wurde, jedoch nicht als Pay-TV enden“. Denn wenn außer den öffentlich-rechtlichen Sendern keine Inhalte mehr unverschlüsselt zu empfangen sind, werden nach Ansicht der vzbv „entweder die Kabelnetzbetreiber oder die gängigen Video-on-Demand-Plattformen die lachenden Dritten sein“. Der vzbv plädiert daher ganz klar dafür, dass das private Fernsehen den Verbraucher auch künftig nichts zusätzlich kosten darf, da es werbefinanziert ist. Zudem

kann sich Braun nicht vorstellen, dass die Verbraucher bereit sind, für die Freischaltung der Privaten zusätzlich zu zahlen. Schließlich seien sie schon durch die Anschaffung DVB-T2 fähiger Endgeräte genug finanziell belastet.

Das Bundeskartellamt hat unterdessen im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk angekündigt, den geplanten Plattformbetrieb der Privaten bei DVB-T2 unter Beobachtung zu nehmen. Demnach will Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes vor allem darauf achten, „dass die Geschäftsbeziehung zwischen Plattformbetreiber und Sendergruppen kartellrechtskonform ausgestaltet werden. So darf beispielsweise im Rahmen der Verhandlungen nicht zu Koordinierungen zwischen den Sendergruppen kommen.“ Dafür will sich die unabhängige Wettbewerbsbehörde „unter Umständen auch einmal die Konditionen ansehen, die der künftige Plattformbetreiber einfordert“. Gesetzlich verboten wären nach Ansicht des Bundeskartellamtes, „Verhaltensweisen von marktbeherrschenden Unternehmen, die einem Unternehmen nur aufgrund seiner Marktmacht möglich sind und durch die andere Unternehmen oder auch Abnehmer von Unternehmen in einer Weise behindert oder benachteiligt werden, die bei wirksamem Wettbewerb nicht möglich wäre.“ In Bezug auf das künftige DVB-T2 sei es für eine konkretere Einschätzung möglicher kartellrechtlicher Verstöße derzeit aber noch zu früh, so Präsident Mundt.

Hintergrund der Diskussionen ist die am 30. Januar endende Bewerbungsfrist für den künftigen DVB-T2 Plattformbetreiber. Dazu hatten im Vorfeld die Ministerpräsidenten entschieden, den Plattformbetrieb für die Terrestrik in Deutschland einzuführen. Damit wird es auf absehbare Zeit nur einen Plattformanbieter für DVB-T2-Übertragungen der Privaten geben. ■

Hintergründe bei

MEIBA

Bundeskartellamt nimmt DVB-T2 ins Visier



Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes

Das Bundeskartellamt will DVB-T2 unter Beobachtung nehmen. Präsident Mundt kündigt im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk an, den Prozess aufmerksam verfolgen zu wollen.

[Weiterlesen bei MEIBApplus -->](#)

DVB-T2 darf kein PAY-TV werden



Ilja Braun Referent Telekommunikation Team Digitales und Medien bei der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Nach Ansicht Deutschlands führender Verbraucherschützer steht es nicht gut um das künftige DVB-T2. In der Kritik steht vor allem die Ankündigung der Privaten, ihre Inhalte künftig mithilfe eines gemeinsamen Plattformbetreibers nur noch verschlüsselt und kostenpflichtig unters Volk bringen zu wollen.

[Weiterlesen bei MEIBApplus -->](#)

Anzeige

ERLEBEN SIE UNSERE PROGRAMME IN NEUER QUALITÄT IM DIGITALRADIO.

WWW.DIGITALRADIO.DE

Deutschlandradio

Deutschlandfunk | Deutschlandradio Kultur | DRadio Wissen

Interview

Mehr Geld! Produzenten erhöhen Druck auf ARD

Wie jetzt noch eine Einigung zustande kommen kann



Alexander Thies, Vorsitzender des Gesamtvorstands der Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen

Herr Thieß, die Rundfunkanstalten der ARD und die Allianz Deutscher Produzenten – Film und Fernsehen haben ihre Eckpunktevereinbarung nach bisweilen zähen Verhandlungen zunächst nur verlängert. Wo lagen die Schwierigkeiten und wann wird es ein neues und gemeinsames Papier geben?

Thieß: Wir haben mit den ersten Eckpunkten Ende 2009 Neuland betreten. Solche Vereinbarungen zwischen Sendern und Produzenten gab es ja vorher nicht. Jetzt haben wir fünf Jahre damit gearbeitet und dabei natürlich auch die Erfahrung gemacht, dass es auch grundsätzlichen Anpassungsbedarf gibt, der nicht von heute auf morgen ausverhandelt werden kann, wie wir gesehen haben. Das Jahr, um das wir die Eckpunkte verlängert haben, gibt uns die Zeit, hier zu weiter reichenden Lösungsansätzen und Verbesserungen zu kommen.

Welche Forderungen verbinden Sie an eine neue Vereinbarung mit den öffentlich-rechtlichen Programmen?

Die Produzenten wollen einen Paradigmenwechsel in der sogenannten „vollfinanzierten Auftragsproduktion“, wir wollen das Ende des anachronistischen und inzwischen in den meisten Ländern aus gutem Grund abgeschafften „Total-Buyouts“. Stattdessen fordern wir ein Lizenzmodell, nach dem die Sender die Rechte für eine bestimmte Zahl von Ausstrahlungen in einer bestimmten Zeit erwerben – und nicht mehr alle Rechte für alle Zeiten besitzen. Für die verschiedenen Sendeplätze und Formatformen sollen Preiskorridore definiert werden, die etwa dem entsprechen, was die Sender heute für entsprechende Programme ausgeben. Und nach dem Ablauf der Lizenzzeit fallen die Verwertungsrechte an den Produzenten zurück, der entscheiden kann, wer die Zweitverwertung organisiert und den Sender mit 50 % an den Erlösen beteiligen muss. Die-

ses Modell hat seit seiner Einführung in Großbritannien 2004 dafür gesorgt, dass sich die Umsätze des Produktionssektors fast verdoppelt haben und dass es dort heute eine der erfolgreichsten und kreativsten Fernsehindustrien weltweit gibt.

Wie wollen Sie für die Produzenten ein qualitativ verbessertes Geschäftsmodell ermöglichen, das sie befähigt, über Rechte zu verfügen und erhöhte Zweitverwertungserlöse zu generieren?

Naturgemäß hält sich die Begeisterung der Sender über unsere Vorschläge in gewissen Grenzen – niemand gibt gerne etwas weg, was er früher selbstverständlich und immer hatte. Daher müssen wir dort noch Überzeugungsarbeit leisten. Flankierend versuchen wir auch die Politik vom Nutzen des Lizenzmodells zu überzeugen, den es übrigens nicht nur für Produzenten hat: Auch die Standorte profitieren durch das zu erwartende Wachstum in dieser seit vielen Jahren stagnierenden Branche.

Welche Chancen und Risiken birgt generell der voll digitalisierte Fernsehmarkt mit seinen Smart-TV-Mediatheken?

Im Prinzip überwiegen natürlich die Chancen: Immerhin entsteht hier ein gewaltiger Verwertungsmarkt mit einem ebenso gewaltigen Programmbedarf. Allerdings muss man feststellen, dass die Produzenten davon derzeit noch so gut wie gar nichts haben. Die Nutzung unserer Produktion steigt immer mehr, schlägt sich aber in unserer Wertschöpfung praktisch nicht nieder, im Gegenteil: Die Bereitstellung der Programme in den kostenlosen Mediatheken – für die die Produzenten wie gesagt nicht vergütet werden – verhindert eine Vermarktung auf anderen Plattformen. . . .

[Weiterlesen bei MEIBApus -->](#)

BERICHT

UKW-Markt vor Liberalisierung: Droht Szenario wie bei den Fernbussen?
Was Radioveranstalter schon jetzt beachten müssen



Erfolgreich am Markt: MeinFernbus GmbH

Bis zum 30. Juni 2015 können sich die privaten Radioveranstalter in Deutschland entscheiden, über welchen Sendernetzbetreiber sie künftig ihre Programme verbreiten wollen. Grund für die neue Freiheit ist die TKG-Novelle aus dem Jahr 2012. Darin gibt der Gesetzgeber vor, den UKW-Sendernetzbetrieb zum Stichtag 31. Dezember 2015 mit dem ausdrücklichen Ziel einer Wettbewerbsbelebung liberalisieren zu wollen. Damit könnte das bisherige Quasi-Monopol des Sendernetzbetreibers Media Broadcast fallen, der mehr als 1.000 UKW-Sendeanlagen in Deutschland betreibt und dessen Technik nahezu alle privaten UKW-Rundfunksender in Deutschland nutzen. Künftig ist der bisherige Branchenprimus in der Regulierungsverfügung dazu verpflichtet, die Mitbenutzung seiner Antennenanlagen zu einem vorher regulierten Preis auch anderen Mitbewerbern zu gewähren.

Droht jetzt ein Szenario wie bei den Fernbussen: mit Dumpingpreisen Marktanteile erobern, aber überleben werden am Ende nur die wirklich Großen? Tatsächlich hat die gewonnene Marktfreiheit für die Radio-Inhalteanbieter einige Tücken. So bestätigt ein Sprecher der BNetzA, dass die finanziellen Belastungen für die wechselwilligen Radioveranstalter derzeit noch nicht gänzlich abzusehen sind. Vielmehr werde es in den nächsten Monaten darum gehen, „in weiteren Verfahren die Einzelheiten der Zugangsgewährung sowie die für die verschiedenen Leistungen zu entrichtenden Entgelte festzulegen“. Ausdrücklich weist in diesem Zusammenhang die BNetzA daraufhin hin, „dass die zu treffenden Regulierungsentscheidungen im Hinblick auf den genannten Stichtag am 31.12.2015 zügig getroffen werden müssen, damit die Inhalteanbieter rechtzeitig vorher über einen Wechsel des Sendernetzbetreibers beraten und ggf. einen Wechsel vorbereiten und vornehmen können.“

[Weiterlesen bei MEIBApus -->](#)

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 Horeb



Leben mit Gott

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

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 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
Heike Straßburger, Pressesprecherin
E-Mail: presse@erf.de
www.erf.de

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

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-Repeaters gibt es bei der Repeaterstelle.

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

... 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: Pure; FFH; MDR/Martin Jehnichen

Seite 2: GfK

Seite 3: Media Broadcast; Bundeskartellamt; vzbv/Gert Baumbach

Seite 4: Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen; MFB MeinFernbus GmbH

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: 27.01.2015

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 Rund-
funks aktiv?

Sie haben neue Produkte
und Unternehmensinfos?
Hier werden Informationen
auf den Punkt gebracht.

Mit Firmenporträt, Logo
und Kontaktdaten.

Möchten Sie Ihre Unter-
nehmensdaten auch hier
veröffentlichen?

Dann lassen Sie sich
ein Angebot erstellen und
schreiben Sie an

kontakt@barthelmarquardt.de.