



Interview

Handy-TV über DVB-H: „Der Traum scheint von der Realität eingeholt.“



Thomas Langheinrich, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)

Die Landesmedienanstalten wollen Handy-TV über DVB-H auf den Prüfstand stellen. „Sollte Mobile 3.0 nicht weitermachen, werden die Karten neu gemischt“, kündigte Thomas Langheinrich, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk an. Es müsse geklärt werden, ob das bestehende Geschäftsmodell noch Bestand habe. Immerhin gebe es jetzt auch mobiles Fernsehen über DVB-T. „Möglicherweise muss vor diesem Hintergrund neu gedacht werden“, so Langheinrich. Eine Mitschuld der Landesmedienanstalten am drohenden Aus von Mobile 3.0 wies er zurück. Das gehöre ganz klar in die Abteilung Legendenbildung.

Herr Langheinrich, das Konsortium Mobile 3.0 steht Medienberichten zufolge vor dem Aus. Warum ist das Projekt aus Ihrer Sicht gescheitert?

Von einem Scheitern zu sprechen, wäre zu früh. Die Landesmedienanstalten haben Mobile 3.0 in einem Brief aufgefordert, die weiteren Planungen für das Projekt zu skizzieren. Danach sehen wir alle vielleicht klarer. Mobile 3.0 ist auf jeden Fall in der Pflicht, klar zu erklären, ob ein Ausstieg - wie in der Presse zu lesen war - geplant ist. Nach wie vor fehlen die Verträge über den Netzbetrieb und den Handy-Vertrieb. Ohne diese essentiellen Vereinbarungen sehe ich keine Basis für das Pilotprojekt.

Gibt es nach Ihrer öffentlichen Aufforderung an Mobile 3.0 sich zu positionieren bereits eine Reaktion vom Konsortium.

Bis wann erwarten Sie eine Antwort?

Nein. Sicher liegt es im eigenen Interesse von Mobile 3.0 zeitnah zur Klärung des Sachverhaltes beizutragen.

Mobile 3.0 hat unter anderem die langsame Arbeitsweise der Landesmedienanstalten bei der Lizenzierung für das Scheitern mit verantwortlich gemacht. Warum verlief der Genehmigungsprozess so langsam?

Das gehört ganz klar in die Abteilung Legendenbildung. Das Management von Mobile 3.0 weiß sehr wohl, dass die Landesmedienanstalten schnell und effektiv die Lizenzierung vorangetrieben haben. Alle Gremien hatten sich im Frühjahr für die Zuweisung der Plattform an Mobile 3.0 entschieden und die Bescheide lagen im Postausgang der Landesmedienanstalten. In einigen Bundesländern ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

nach DMB scheint nun auch DVB-H in Deutschland zu scheitern, obwohl die Europäische Kommission vor einem Jahr die Einführung von DVB-H als einheitliches europäisches System für Mobile TV vorgeschrieben hat. In Deutschland sollte das Handy-TV-Konsortium Mobile 3.0 DVB-H einführen. In vier Großstädten hatte Mobile 3.0 den Testbetrieb nach einigen Verschiebungen aufgenommen. Nun aber soll laut Medienberichten der Betrieb demnächst wieder eingestellt werden, weil der Gerätevertrieb nicht voran gehe (Presseschau Seite 3). Das Mobile-3.0-Konsortium hält sich bedeckt. „Wir kommentieren diese Gerüchte nicht.“ Der Testbetrieb laufe und sobald die Produktstrategie feststehe, werde es auch mehr Informationen geben. Das könnte nach Angaben einer Sprecherin Ende August sein.

Die Medienanstalten wollen Handy-TV über DVB-H wieder auf den Prüfstand stellen. Der Traum scheint von der Realität eingeholt, meint DLM-Vorsitzender Langheinrich im Interview auf Seite 1. Unterdessen geht die Erfolgsgeschichte von DVB-T offenbar weiter. Mit großem Aufwand hatte der südkoreanische Handyhersteller LG zur Fußball-EM eine Werbekampagne für sein DVB-T-Handy losgetreten. Das Unternehmen spricht von einem Erfolg, wollte allerdings nicht mitteilen, wie viele Geräte verkauft wurden, in Branchenkreisen ist von 200.000 bis 500.000 Stück die Rede (Bericht Seite 2).

Mit besonderer Spannung blickt die Branche in diesem Jahr auf die Internationale Funkausstellung in Berlin (29.08. - 03.09.2008). Die ARD hat angekündigt, ihre abgestimmte Strategie für die Digitalisierung des Hörfunks bekanntzugeben. Zwar haben sich Politik und Programmveranstalter bereits auf einen Neustart von digitalem Radio in Deutschland verständigt, bislang ist jedoch noch unklar, welche Rolle der öffentlich-rechtliche Rundfunk dabei übernehmen kann und wird. Welche

weiteren Themen in diesem Jahr auf der IFA präsentiert werden, lesen Sie in unserem Vorbericht auf Seite 3.



Herzlichst
Ihr Thomas Barthel

NACHRICHTEN

Die Radiobeteiligungsgesellschaft Regiocast sieht in dem drohenden Aus für Mobile 3.0 einen herben Rückschlag für die technologische Modernisierung des Medienstandortes Deutschland. „Es ist schade, dass der zusätzliche terrestrische Verbreitungsweg DVB-H nun wohl vorerst nicht zur Verfügung stehen wird“, sagte Boris Lochthofen, Leiter Medienpolitik bei Regiocast, dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Der Fehlstart zeige, dass nicht jede Form der digitalen Verbreitung ein Selbstläufer ist. Nicht alles, was digital daherkommt, wird automatisch zu einem Erfolg „à la Internet“. Das müsse vor allem der deutschen Medienaufsicht zu denken geben. „Wenn wir neue Technologien an den Start bringen wollen, müssen die Erfolgsvoraussetzungen stimmen. Erst etablieren, dann regulieren - das muss die Konsequenz aus dem Desaster sein. Jeder Versuch, das Thema jetzt noch zu stemmen, wäre richtig. Wie groß die Lust dazu ist, weiß im Moment niemand“, so Lochthofen.

Pünktlich zum Beginn der Olympischen Spiele in Peking ist am 08. August Handy-TV über DVB-H in weiteren österreichischen Regionen gestartet. Mit den Großräumen Bregenz Eisenstadt, Graz, Linz und St. Pölten sind jetzt auch alle Landeshauptstädte von Österreich versorgt, teilte MEDIA BROADCAST mit. Seit Anfang Juni gibt es DVB-H bereits in Wien, Salzburg, Innsbruck und Klagenfurt. In den Gebieten werden insgesamt 15 TV-Programme sowie fünf Radioprogramme über DVB-H ausgestrahlt. Neben vier eigens für Mobil TV produzierten Kanälen ist auch der ORF1 und ORF2, VOX, RTL2 oder etwas N24 mit DVB-H-Geräten empfangbar. Die in Österreich beteiligte Mobilfunkanbieter sind mit der Nachfrage der Endkunden bislang zu friedem: „Die Fußball-Europameisterschaft war ein wichtiger Motor für TV am Handy und hat Österreich zum Vorzeigeland für Mobile-TV gemacht“, so die Einschätzung von Berthold Thoma, CEO von Hutchison 3G Austria.

Das WorldDMB-Forum hat seinen Internetauftritt neu gestaltet und setzt auf übersichtlichere Informationen und größere Interaktivität in der Nutzerführung. Nach einer mehmonatigen Testphase sind nun alle Features des Internetauftritts www.worldab.org im Netz. Besonders gut angenommen wird die neue Länderübersicht. Mittels Mausbewegung fährt man über die Weltkarte und kann übersichtlich aufbereitete Informationen zum Ausbaustand von DAB, DAB+ und DMB der einzelnen Länder abrufen. „Diese Seite sowie die Seite mit Produkt- und Herstellerinformationen werden von den Nutzern am besten angenommen“, sagt Rosemary Smith dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Die meisten Nutzer kommen aus Großbritannien, gefolgt von Deutschland und China. Besonders interessant ist derzeit der chinesische Teil der Website, über den man Informationen über die während der Olympischen Spiele in Peking ausgestrahlten DAB und DMB-Programmen erhält.

konnten sie allerdings nicht verschickt werden, da es Verzögerungen bei der Frequenzzuweisung durch die verantwortlichen Staatskanzleien gab. Hintergrund waren Vertragsunstimmigkeiten zwischen Mobile 3.0 auf der einen, ARD und ZDF auf der anderen Seite, die an die Staatskanzleien herangetragen wurden. Das führte in einigen Bundesländern zum Stopp des Zuweisungsverfahrens durch die Politik. Erst nach einer Klärung gab es grünes Licht aus den Staatskanzleien und erst dann konnten die Lizenzkunden von den Landesmedienanstalten verschickt werden. Was einige fehlende Urkunden allerdings mit den immer noch nicht geschlossenen Verträgen zu tun haben, ist mir nicht ganz klar. Von Ablenkungsmanövern sollte man sich nicht beeindrucken lassen.

Ist der Traum von Handy-TV in Deutschland damit ausgeräumt ?

Zumindest scheint der Traum von der Realität eingeholt. Sollte Mobile 3.0 nicht weitermachen wollen, dann werden die Karten neu gemischt. Dazu muss intensiv der Markt sondiert und geklärt werden, ob das bestehende Geschäftsmodell noch Bestand haben kann. Immerhin gibt es seit einigen Monaten mobiles Fernsehen via DVB-T-Handys. Möglicherweise muss vor diesem Hintergrund neu gedacht werden.

Zahlreiche Programmveranstalter wie z.B. Digital 5 oder Regiocast haben in ihren Planung auf DVB-H gesetzt. Muss in diesen

Häusern nun komplett umgeplant werden?

Natürlich ist die offenkundige Stagnation bei Mobile 3.0 für die Inhalteanbieter, die voll auf die Zusammenarbeit mit diesem Betreiber gesetzt haben, mehr als ärgerlich. Allerdings ist das eben manchmal das Schicksal der Vorreiter, dass es zu Verzögerungen kommen kann. Darum haben Digital 5 und die anderen Programmanbieter konsequent auch auf das Internet gesetzt und starten jetzt manche ihrer Portale und Inhalte zuerst im Web. Insofern zeigen sie die nötige Flexibilität. Aber insgesamt ist es für sie natürlich sehr unbefriedigend.

Welche Lehren sind aus dem Scheitern von Mobile 3.0 bei der Einführung von DAB+, dem neuen digitalen Radio zu ziehen?

Der Verlauf von DMB und auch DVB-H zeigen, wie wichtig es ist, dass alle Marktteilnehmer gemeinsam bei der Einführung einer neuen Technologie an einem Strang ziehen. Nur gemeinsam lassen sich neue digitale Übertragungswege etablieren. Die Landesmedienanstalten setzen den regulatorischen Rahmen, die Player müssen dieses Gerüst mit Leben erfüllen. Darauf kommt es auch beim Neustart vom digitalen Radio an. Die Landesmedienanstalten übernehmen gerne die Moderatorenrolle - eine Erfolgchance hat digitales Radio aber nur, wenn es unabhängig von Lippenbekenntnissen auch von allen tatsächlich gewollt wird und auch die Bereitschaft besteht, entsprechende finanzielle Investitionen zu tätigen. ■

Bericht

Mobiles Fernsehen interessantes Thema für Endkunden



Vor dem Anpfiff der Fußball-EM im Juni hat der Handyhersteller LG mit Plakaten und TV-Spots großflächig für sein Handy-TV über DVB-T geworben. Jedes Tor, alle Spiele und Infos schnell und überall zugänglich auf dem Handy, lautete die Botschaft. „Nach der tollen EURO 2008 können wir sagen, dass wir einen guten Schritt nach vorn gemacht haben und Mobiles Fernsehen ein interessantes Thema für den Endkunden ist“, sagt Daniel Optendrenk, Marketing Manager bei LG Mobile. Ähnlich schätzt das

auch Wolfgang Speer von Media Broadcast ein. Der Sprecher von Europas größtem Full-Service-Provider der Rundfunkbranche sieht die Lage „weiterhin optimistisch“.

Das nächste globale Sportereignis läuft jetzt in Peking - die Olympischen Sommerspiele. Und wie interessiert die Verbraucher daran in Verbindung mit Handy-TV sind, zeigt eine repräsentative Umfrage des Hightech-Brancheverbandes Bitkom. Demnach steigt die Akzeptanz von Handy-TV, vor allem bei Jungen im Alter von 10 bis 17 Jahren. Hochgerechnet 5,6 Millionen Bundesbürger wollen die Olympischen Spiele mobil verfolgen. Weitere fünf Millionen Deutsche hätten laut Bitkom grundsätzliches Interesse am TV übers Handy gezeigt.

„Das Potenzial für diese Technologie ist sehr groß. Selbstverständlich wird der Fernseher nicht ersetzt werden, jedoch können so zu jeder Zeit Berichterstattungen oder ▶

PRESSESCHAU

Das Handy-TV-Konsortium Mobile 3.0 gibt auf. Wie das Handelsblatt (Online-Ausgabe) aus unternehmensnahen Kreisen erfuhr, wird der Betrieb in Kürze eingestellt. Mobile 3.0 wollte Fernsehen auf Handys empfangbar machen und arbeitete auf Basis des DVB-H-Standards. Nach zahlreichen Verschiebungen hatte Mobile 3.0 Anfang Juni in vier Großstädten seinen Testbetrieb aufgenommen. Hauptgrund für das Scheitern ist nach Informationen von Handelsblatt.com die Verweigerungshaltung der Telefonkonzerne und Netzbetreiber, entsprechende Geräte zu vertreiben. Vodafone-Sprecher Jens Kürten wies die Schuld am Scheitern des Handy-TV allerdings von sich: „Mobile 3.0 hat auf Arbeitsebene zuletzt im Oktober 2007 mit uns gesprochen.“ Dann habe man nichts mehr gehört: „Wir wären für Gespräche und Tests offen gewesen“, sagt Kürten. Zu den Anteilseignern von Mobile 3.0 gehören unter anderem die Verlagsgruppen Burda und von Holtzbrinck, der südafrikanische Medienkonzern Naspers sowie der Pixelpark-Gründer Paulus Neef und der Düsseldorfer Anwalt Horst Piepenburg. Handelsblatt.com am 30.07.2008 über das drohende Ende von Mobile 3.0

Die Bundesbürger verbringen immer mehr Zeit im Internet. Im Schnitt ist jeder Erwachsene täglich 58 min online, 4 min länger als im Vorjahr. Zu diesem Ergebnis kommt die am Freitag vorgestellte Onlinestudie 2008 von ARD und ZDF. Parallel zur längeren Internetnutzung blieb der Fernseh- und Hörfunkkonsum im ersten Halbjahr 2008 mit 225 min (wie im Vorjahreszeitraum) beziehungsweise 186 min (plus eine Minute) stabil. «Der Medienkonsum steigt weiter an, und das Internet ist auf Platz drei der tagesaktuellen Medien fest etabliert», heißt es in der Studie. Ein anderes Bild zeigt sich bei den 14- bis 19-Jährigen: Mit 120 min täglich verbringen sie mehr Zeit im Netz als vor dem Fernseher (100 min) oder am Radio (97 min). Besonders attraktiv für Jugendliche sind multimediale Anwendungen und hier vor allem Videos im Netz: 92 % der Jugendlichen rufen Videos ab und schauen live oder zeitversetzt Fernsehsendungen im Netz. Insgesamt interessieren sich 55 % für bewegte Bilder im Netz (nach zuvor 45 %).

Netzzeitung.de am 01.08.2008 über die neue Onlinestudie von ARD und ZDF

„Digitalradio hat so, wie es jetzt läuft, in Deutschland keine Zukunft“, sagt Herbert Tillmann, Technischer Direktor des Bayerischen Rundfunks. (...) Bis der Relaunch des digitalen Radios wirklich kommt, wird es allerdings noch etwas dauern. Experten fassen die Jahreswende 2009/2010 ins Auge. „Diesmal aber muss es eine Werbeoffensive geben“, fordert Herbert Tillmann. „Außerdem müssen sich alle Programmanbieter auf das gleiche Vorgehen einigen. Es darf nicht nochmal passieren, dass der Norden etwas anderes macht als der Süden.“ Aus der Sicht der Landesmedienanstalten stellt sich das übrigens genauso dar, wie Thomas Langheinrich unterstreicht: „Die alte DAB-Diskussion war zu sehr von Technik geprägt. Wir müssen vielmehr den Mehrwert für den Hörer betonen.“

FR-Online.de am 05.08.2008 über DAB als Ladenhüter und die Zukunft des digitalen Radios

Fernseh-Highlights überall und an jedem Ort verfolgt werden“, meint LG-Manager Daniel Optendrenk. Er ist sich sicher, dass an vielen Stellen noch Aufklärungsarbeit zum Thema mobiles Fernsehen via DVB-T geleistet werden müsse.

Die Werbekampagne des Handyherstellers wird weiter gehen. Derzeit blickt LG stärker auf Online-Aktionen und kooperative Maßnahmen mit LG-Kunden. Das HB620T war eines der ersten Geräte, das DVB-T empfangen hat. Wie viele Geräte LG im Umfeld der Fußball-EM verkauft hat, gibt das Unternehmen nicht bekannt. In Branchenkreisen ist von 200.000 bis 500.000 verkauften LG-Handys die Rede. Auch über die Vermarktungserwartung im Umfeld der Olympischen Spiele hält sich LG bedeckt. Nur so viel: „Der Geräteverkauf war bisher sehr erfolgreich und nach derzeitigen Informationen wird sich das Gerät auch in einer guten Position einreihen.“

Die Europäische Kommission hatte vor einem Jahr die Einführung von DVB-H als einheitliches europäisches System für Mobile TV empfohlen und unterstützt dessen Verbreitung. Handyhersteller LG sieht momentan allerdings keine Gefahr für seine DVB-T-Angebote. Sprecher Daniel Optendrenk: „Die beiden Formate stehen derzeit in keiner Konkurrenz, da DVB-H noch nicht flächendeckend verfügbar ist. Für die Zukunft könnten aber beide Formate individuelle Services bieten.“ Zum Beispiel könnten sich die Öffentlich-Rechtlichen und Pay/TV oder Sonderformate auf DVB-T und DVB-H aufteilen. Für Wolfgang Speer von Media Broadcast war es nur eine Frage der Zeit, bis kleine Endgeräte und Handys auch DVB-T empfangen könnten. „Allerdings ist DVB-T nicht für kleine Handy-Bildschirme vorgesehen, dafür wurde DVB-H entwickelt. Nur DVB-H bietet die entsprechende Empfangbarkeit auch indoor und Möglichkeiten zu Geschäftsmodellen für die Vermarktung von Programmangeboten für mobile Nutzer.“

Vorbericht

IFA-Vorschau: Schwerpunkte des digitalen Rundfunks



ARD-Stand auf der IFA 2007

Digitalisierung im Rundfunk ist in Deutschland schon lange keine Frage des Ob mehr, sondern des Wie. ARD und ZDF wollen am Berliner Funkturm ihre Wege zeigen, die sie im HDTV und Digitalen Radio gehen. Am ARD-Stand „Digitale Welt“ steht die „Digital-Arena“ im Zentrum. Messebesucher können bei Shows mehr über digitale Trends und deren Mehrwert bei der ARD erfahren. Die nationalen Hörfunksender Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur zeigen moderne digitale Übertragungstechnik und senden während der IFA über DAB ein Sonderprogramm im Surround-Sound.

Bei einer Fachpressekonferenz am 29.08.2008 (von 12.30 h - 16.00 h im IFA Pressezentrum) beschreiben die beiden öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten ihre Investitionen in die Zukunft. Der ARD-Vorsitzende Fritz Raff wird über digitalen Hörfunk und TV sprechen, über Mobile Broadcast und IPTV. Außerdem soll es um die künftige Nutzung des Frequenz-

spektrums gehen. 2010 überführen ARD und ZDF das hochauflösende Fernsehen HDTV in den Regelbetrieb. Das wird Vorteile bringen, aber auch Probleme und Ungewohntes. Wie sich die Produktionsabläufe ändern, erklärt ZDF-Produktionsdirektor Dr. Andreas Bereczky. Anschließend diskutieren das Für und Wider der Umstellung Helfried Spitra für den WDR-Programmbereich, für die Geräteindustrie Gerhard Schaaß als Vorstand der Loewe AG und Vorstandsvorsitzender der deutschen TV-Plattform und Matthias Arkenstette für den Verbraucherschutz. Weniger konkret sind aus Sicht der Öffentlich-Rechtlichen die Fortschritte im Bereich Digitalisierung des Radios. Laut Sender-Schätzungen sind etwa 500.000 DAB-Empfänger heute im Markt. Die KEF hat der ARD und dem Deutschlandradio (DLR) Geld für DAB bis 2012 gekürzt, zugleich aber den Weg geöffnet für einen Neustart zur Digitalisierung des terrestrischen Hörfunks. ARD und DLR arbeiten dazu jetzt ein Entwicklungsprojekt aus. Über die Zukunft des Radios diskutieren Dr. Johannes Grotzky, der stellvertretende Vorsitzende der ARD-Hörfunkkommission, Prof. Dr. Ulrich Reimers für die KEF, Dr. Stephan Ory, Geschäftsführer der AG Privater Rundfunk, Dr. Chris Weck vom DLR, Gerold Hug, SWR3 und Herbert Tillmann, Vorsitzender der PTKO. Direkt neben der ARD in Halle 2.2 ist der Messtand der deutschen DAB-Sendernetzbetreiber zu finden. Bei einer stündlichen Bühnenshow erfahren Besucher alles

rund ums Thema DAB und können Empfänger gewinnen. Endgerätehersteller zeigen ihre Produkte. Die Sendernetzbetreiber erwarten auf der IFA klare Ansagen, wie es mit DAB in Deutschland mittelfristig weiter geht. „Wir warten gespannt auf die Erklärung der ARD zu DAB und erwarten uns positive Signale und abgestimmte Meinungen zum Netzausbau und zur Koordinierung. Alle Beteiligten brauchen Planungssicherheit“, sagt Wolfgang Paulus, Sprecher des IFA-Teams der DAB-Sendernetzbetreiber.

Beim Gesprächsforum „medienpolitik@IFA“, das unter Schirmherrschaft von Kurt Beck, Ministerpräsident des Landes Rheinland-Pfalz und Chef der Rundfunkkommission der Länder steht, beschäftigen sich Entscheider aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik mit „Strategien für Massenmärkte“. Als Praxis-Beispiel werden im Panel 3 (02.09.2008 von 15 h - 16 h) „Alternativen für (digitale) Hörfunkangebote“ diskutiert. ■

Kolumne

Handwerkszeug und Medienethik wichtig im digitalen Alltag

Prof. Harald Eichsteller, Hochschule der Medien (HdM) Stuttgart, Studiendekan Masterstudiengang Elektronische Medien (M.A.)



Fragt man Schüler, wo Digitalisierung überall eine Rolle spielt, dann wird man wohl ratlose Blicke ernten. Die Power-User-Generation hat Computer im Kinderzimmer stehen und bedient virtuos und selbstverständlich Digitalkameras, USB-Sticks, Handys und die Software dazu. Sie hinterfragt das auch nicht. So sind in den letzten 5 Jahren auch die Fähigkeiten und digitalen Ansprüche der Studienanfänger enorm gestiegen. Viele erschließen sich die multimediale Basis autodidaktisch, auf teilweise beeindruckendem Niveau. Aber Handwerkszeug und medienethische Normen müssen den jungen Leuten dennoch auf professionellem Niveau vermittelt werden. Das gilt für alle Berufe und wird auch künftig wichtig bleiben. Grundlegend ändert sich aber die Bedeutung von Nutzern und Kunden. Mit dem Internet haben sie eine enorme Meinungsmacht und können diese rasend schnell verbreiten. Unternehmen müssen also viel stärker als früher kundenorientiert agieren. Im Journalismus wird die traditionelle Aufgabenteilung oftmals wegfallen. Der Journalistennachwuchs wird zukünftig seinen Beitrag so erstellen, dass man ihn crossmedial verbreiten kann. Grenzen werden verschwimmen, das

Anspruchsniveau wird wachsen, Spezialisierungen werden obsolet.

Interessant sind zwei weitere Punkte. Die digitalen Skills der jungen Menschen wachsen zwar stetig, nicht aber ihr Vermögen konzeptionell und strategisch zu denken. An der HdM suchen Master-Studenten gezielt interdisziplinäre Aspekte beispielsweise in Kursen wie Internetstrategien und -konzepten, Personalmanagement und Existenzgründung. Ziel dabei ist, nicht nur attraktive Inhalte multimediale aufbereiten zu können, sondern auf sinnvolle und tragfähige Konzepte aufzubauen. Durch das zwölfjährige Abitur und kürzere Studiengänge werden die Absolventen zukünftig immer jünger. Freiräume im Reifeprozess während der Hochschulausbildung sind kleiner. Das turbomäßige Durchschleusen der Hochschulabsolventen sehen auch die Personalverantwortlichen skeptisch. Man wird wieder mehr Trainee-Programme und längere Einführungsphasen anbieten, in denen auf Arbeitsfähigkeit und Sozialkompetenz Wert gelegt wird.

Durch die Digitalisierung sehe ich insgesamt keine Wachstumshemmnisse für die Wirtschaft. Die Schüler bewegen sich selbstverständlich im digitalen Alltag, viele Schulen integrieren die Digitalisierung in Schulalltag und Lehrpläne. Auch die Berufsbilder der IHK waren schon immer flexibel. Die Ausbildungsberufe haben schnell Schritt gehalten. Deutsche Hochschulen stellen gerade auf Bachelor/Master um und modernisieren sich. Ich bin optimistisch, dass die Digitalisierung alle sozialen Schichten und Berufsbilder auf breiter Ebene gleichmäßig durchdringt und die Veränderungen die Mitarbeiter in ihren Herausforderungen im globalen, wachstumsorientierten Wettbewerb unterstützt. ■

Anzeige



MEDIA BROADCAST mit aktuellen Themen auf der IFA 2008: Neue SNG mit HD-Produktion, BROADCAST NGN, Mobile-TV, Digital Radio und DVB-T. Besuchen Sie uns in Halle 2.2 am Stand 112.

[Weitere Infos dazu gibt es hier](#)

Lesen Sie mehr im Internet unter:

www.media-broadcast.com

IMPRESSUM

Herausgeber
Digital Radio Mitteldeutschland e.V.
Reichardtstr. 9, 06114 Halle/Saale
Tel: 0345-530 43 61
eMail: presse@dr-m.info

V.i.S.d.P.
Dipl.-Journ. Nikola Marquardt
Idee, Konzept, Projektleitung
Dipl.-Journ. Thomas Barthel

Redaktionsbüro
tbm public & business relations

Autoren dieser Ausgabe
Prof. Harald Eichsteller, Kathrin König, Nikola Marquardt

Fotos
Seite 1: Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)
Seite 2: MEDIA BROADCAST
Seite 3: rbb / Schulz
Seite 4: Hochschule der Medien (HdM) Stuttgart

Layout
frischezellen, vernetzt kreativ

Redaktionsbeirat
Ralf Otto Reisel, reiselnet
Michael Richter, Geschäftsstellenleiter Verein Digital Radio Mitteldeutschland (Lektorat Technik)

Vorstand des Digital Radio Mitteldeutschland e.V.
Vorsitzender
Uwe Ludwig, Leiter Vertriebsmanagement und Marketing bei MEDIA BROADCAST

stellvertretende Vorsitzende
Martin Heine, Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Olaf Hopp, Geschäftsführer 89.0 RTL und Radio Brocken
Jens Kerner, Leiter Unternehmenskommunikation VMG Mediengruppe, radio SAW/Rockland Sachsen-Anhalt
Ralf Otto Reisel, reiselnet

Anmeldung und Archiv
Das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk kann über die Internetseite www.dr-m.info des Vereins Digital Radio Mitteldeutschland bezogen werden. Hier findet sich auch das Meinungsbarometer-Archiv.

Redaktionsschluss: 08.08.2008

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.