



Interview

Raus aus dem Labor: Sachsen-Anhalt unterzieht DAB+ erstmals einem Praxistest



Martin Heine, Direktor MSA

In Vorbereitung des angestrebten Neustarts für Digitalradio im Jahr 2009 testet die Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) in einem gemeinsamen Pilotprojekt mit den Programmveranstaltern im Land und MEDIA BROADCAST die Radio-Verbreitung im DAB+ Standard. Als erster Sender startet Rockland ein DAB+ Programm. Im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk macht der Direktor der MSA, Martin Heine, deutlich, dass es an der Zeit sei, im Echtbetrieb Erfahrungen zur Versorgungs- und Empfangsqualität des neuen Standards zu sammeln. Neben dem Test der technischen Parameter gehe es für die MSA darum, Erkenntnisse zu künftigen DAB+ Zuweisungen im Rahmen des geplanten Neustarts zu sammeln. Damit dieser erfolgreich verläuft, fordert Heine von der Industrie „Mehrnormengeräte“.

Als erste Medienanstalt testet die MSA in einem Pilotprojekt die Radioübertragung im DAB+ Standard. Welche Erwartungen knüpfen Sie an das Projekt?

Martin Heine: Vom bisherigen DAB wissen wir - insbesondere nach Wegfall der Sendeleistungsbeschränkung - dass dieses eine stabile, hochqualitative Hörfunkversorgung sicherstellen kann und den Vergleich mit UKW nicht zu scheuen braucht. An der hervorragenden Klangqualität bei DAB+ konnte ich mich bisher lediglich unter „Laborbedingungen“ erfreuen. Konkrete Erfahrungen über Versorgungs- und Empfangsqualität im Echtbetrieb gibt es nicht. Ziel des Pilotprojektes der MSA ist daher, eine umfassende Erprobung aller Einzelkomponenten und Schnittstellen für DAB+ unter realen Bedingungen vorzunehmen, die Übertragungsparameter am Multiplex/Encoder zu optimieren und die maximal notwendige Kapazität für

die Programmübertragung zu ermitteln. Die MSA erhält Erkenntnisse für künftige DAB+ Zuweisungen im Rahmen des geplanten Neustarts des Digitalradios in 2009. Die privaten Veranstalter können zum Beispiel feststellen, wie hoch Sendeleistung und Programmdateirate für eine optimale Versorgung sein müssen. Erkenntnisse, die nicht zuletzt für die wirtschaftliche Planung von Digitalradio notwendig sind.

Bisher dürften die wenigsten Hörer in Sachsen-Anhalt über DAB+ fähige Geräte verfügen, um das im Pilotprojekt ausgestrahlte Programm zu empfangen. Inwiefern wird dieses Problem den Erfolg des Projektes beeinflussen?

Natürlich sind DAB+ Geräte auch in Sachsen-Anhalt nicht verbreitet. Aber erste Geräte gibt es von Iriver, Albrecht, Pure und Trinloc für die ganze DAB-Systemfamilie und damit auch für ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) hat davor gewarnt, beim Neustart für digitales Radio die gleichen Fehler wie bei DAB zu machen. In seiner Kolumne auf Seite 2 appelliert Sebastian Artymiak, Technologie-Experte beim VPRT, dass am ursprünglichen Plan eines konzertierten bundes- und landesweiten Starts mit mehreren Programmen festgehalten werden sollte. „Vom gescheiterten DAB-Versuch konnte man lernen, dass mehr als ein Multiplex mit attraktiven Programmen zeitnah starten muss“, erklärt Artymiak. Falls dies nun wieder nicht funktioniert, werde auch der zweite Digital-Radio-Versuch scheitern. Einen Neustart hält Artymiak erst im Jahr 2010 für realistisch. Die Markteinführung von DAB+ sei erst sinnvoll, wenn ein ausreichend großer Anteil der Bevölkerung in der Lage ist, die neuen Programme zu empfangen.

In Sachsen-Anhalt hat das DAB+ Zeitalter unterdessen bereits begonnen. Wenn auch noch weitgehend unter Ausschluss der Öffentlichkeit, erprobt die Landesmedienanstalt (MSA) die neue Technologie in einem Praxistest. Vorreiter ist - wie bereits bei DAB - der für seine Innovationen bekannte Sender Rockland. Neben technischen Ergebnissen erwartet MSA-Direktor Martin Heine auch Erkenntnisse, die für die wirtschaftliche Planung von Digitalradio notwendig sind (Interview Seite 1).

Nach dem Aus des kommerziellen DMB-Angebotes in Deutschland geht der Kampf ums Handy-TV in eine neue Runde. Anlass ist die Fußball-Europameisterschaft (07.06. - 29.06. 2008). Während das DVB-H-Konsortium Mobile 3.0 noch hofft, wenigsten in einigen deutschen Städten zumindest mit einem symbolischen Start dabei zu sein, ziehen die Mobilfunkler mit DVB-T-Handys in die PR-Schlacht. Wie viel Fußball aber gibt's tatsächlich zur EM auf dem Handy? Wir haben uns in Deutschland und in den EM-Austragungsländern Österreich und der Schweiz erkundigt. Lesen Sie dazu unseren Bericht auf Seite 3.



Herzlichst
Ihr Thomas Barthel.

NACHRICHTEN

Am 30. April ist die Frist für die Abgabe von Interessensbekundungen für die Nutzung digitaler terrestrischer Übertragungskapazitäten für bundesweite und länderübergreifende Hörfunkangebote bei der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) abgelaufen. Der sogenannte „Call for Interest“ sei nach Auskunft des Hörfunkbeauftragten der DLM und Direktors der Landesmedienanstalt Saarland (LMS), Dr. Gerd Bauer, auf ein „überraschend umfangreiches und differenziertes Interesse“ gestoßen. Insgesamt 21 Unternehmen haben ihr Interesse an der Nutzung bundesweiter und länderübergreifender digitaler terrestrischer Übertragungskapazitäten signalisiert. Sechs weitere Unternehmen haben lediglich Interesse an der Nutzung länderübergreifender digitaler terrestrischer Frequenzen angekündigt. Die eingegangenen Interessensbekundungen sollen nun zügig ausgewertet werden, um die erforderlichen regulatorischen Rahmenbedingungen für die zukünftige digitale Rundfunkordnung auf den Weg zu bringen.

Großbritannien ist weiter Vorreiter bei der Digitalisierung in Europa. Wie aus der Ende April veröffentlichten Studie „Digital Switch Over in Europe – Status Quo and Outlook“ von GOLDMEDIA und der European Media Consulting Association (EMCA) hervor geht, empfangen 86 Prozent aller Haushalte in Großbritannien ihr TV-Signal bereits digital. In Frankreich, Italien, Spanien und Deutschland ist die Digitalisierungsquote dagegen erst halb so groß. Sie lag im Erhebungszeitraum Ende 2007 zwischen 40 und 47 Prozent. Bis digitales Fernsehen in den europäischen Schlüsselmärkten vollständig verfügbar ist, werden nach Auskunft von Mathias Birkel, Leiter des EMCA-Studententeams, noch mindestens vier Jahre vergehen. Die Digitalisierung des Kabels in Deutschland werde vermutlich sogar noch länger dauern.

An der Technischen Universität Ilmenau startet ein neues Digitalrundfunk-Projekt. Wie die Universität mitteilt, soll das im Juni beginnende Forschungsprojekt neue digitale Rundfunk-Technologien hervorbringen. Realisiert wird das Vorhaben gemeinsam mit dem Fraunhofer Institut für Integrierte Schaltungen (IIS), das eine Forschergruppe an die Universität entsendet. Das Thüringer Kultusministerium fördert das Projekt bis 2011 mit rund 2,3 Millionen Euro. Die Fraunhofer Gesellschaft finanziert eine entsprechende Stiftungsprofessur, die Prof. Dr. Albert Heuberger, stellvertretender Institutsleiter des IIS, am 01.06.2008 antreten wird. Wie Heuberger mitteilt, ist das IIS über die Förderungsdauer hinaus an einer längerfristigen Zusammenarbeit mit der TU Ilmenau zur Verbesserung bestehender und zur Entwicklung neuer digitaler Verteilsysteme interessiert.

DAB+. Dies reicht für das Projekt vollständig aus. Denn das Ziel ist ja nicht, die Bevölkerung mit Hörfunk im DAB+ Standard zu versorgen, sondern technische Parameter für den Neustart von Digitalradio auszutesten. Dieser wird natürlich nur erfolgreich, wenn auch kostengünstige Empfangsgeräte am Markt zu kaufen sind. Die Forderung an die Industrie kann daher nur heißen, zukünftig „Mehrnormengeräte“ anzubieten. Hierzu führen wir auch intensive Gespräche.

Welche Vorteile bietet der DAB+ Standard konkret gegenüber dem bisher etablierten DAB?

Der DAB+ Standard gehört in die DAB-Systemfamilie und bietet eine effektivere Audiokodierung, das heißt, es können noch mehr Programme in einem Ensemble in guter Hörfunkqualität inklusive Programmbegleitung angeboten werden. Aber auch die Mischung der Programme in einem Ensemble mit DAB und DAB+ ist natürlich möglich. Während die analoge Welt pro Frequenz nur ein Programm kannte, ermöglicht DAB bereits sechs bis sieben Programmplätze und DAB+ sogar 14 bis 16 Programme. Mit anderen Worten: Die Verbreitungskosten pro Programm werden ganz erheblich gesenkt.

Inwiefern sind die Ausgangsbedingungen für die Markteinführung von DAB+ zum angestrebten Neustart im Jahr 2009 günstiger als seinerzeit bei DAB?

Für die Markteinführung von Digitalradio mit der DAB-Systemfamilie in Deutschland im Jahr 2009 gibt es vier günstige Ausgangsbedingungen. Erstens: Erstmals stehen für Digitalradio flächendeckend leistungsstarke Frequenzen zur Verfügung. Zweitens: Damit kann Digitalradio erstmals auch den sogenannten „good indoor“ Empfang, das heißt den Empfang in geschlossenen Räumen, sicherstellen und seine technische Überlegenheit gegenüber dem analogen UKW unter Beweis stellen. Drittens: Mit neuen innovativen landes- und auch erstmals bundesweit verbreiteten Programmen wird ein Hörfunkangebot kreiert, das ausschließlich digital zu empfangen sein wird und einen tatsächlichen „Hörfunkmehrwert“ bietet. Viertens: Der Endgerätemarkt hat reagiert und stellt eine Vielzahl von Endgeräten zur Verfügung und auch die Automobilindustrie bietet für etwa 50 Fahrzeuge jetzt auch DAB als digitales Radio an.

Mitteldeutschland tritt bei der Digitalisierung des Radios immer wieder als „Schrittmacher“ auf. Welche Wirkungen wird das Pilotprojekt Ihrer Meinung nach auf andere Bundesländer entfalten?

Wir wissen, dass auch in den anderen Bundesländern die Vorbereitungen für die Markteinführung von digitalem Radio angelaufen sind und rechnen damit, dass auch weitere DAB+ Programme zur Verfügung stehen werden. Damit haben auch Endgerätehersteller bereits jetzt ideale Testplattformen zur Verfügung. ■

Kolumne

Neustart für digitales Radio erst 2010 möglich?

Sebastian Artymiak, VPRT Medientechnologie



Wenn nun keiner mehr vom „Big Bang“ sprechen möchte, muss man sich die Frage stellen, inwieweit die bundesweiten und landesweiten/regionalen Multiplexe nun zeitnah zusammenhängend in den jeweiligen Regionen starten sollen oder nicht. Vom gescheiterten DAB-Start konnte man lernen, dass mehr als ein Multiplex mit attraktiven Programmen zeitnah starten muss. Falls dies nun wieder nicht funktioniert, wird der zweite Digitalradio-Versuch wieder scheitern.

Der Start der Aufschaltung der Programme und der Kommunikation an den Kunden verbunden

mit dem Marketing macht erst Sinn, wenn ein gewisser Anteil der Bevölkerung in der Lage ist, die neu aufgeschalteten Programme zu empfangen. Somit sind Mindestanforderungen zu definieren, die festlegen, wie viel Prozent der Bevölkerung mit welcher Versorgungsqualität versorgt werden. Daneben muss auch festgelegt werden, wie sich die drei Startmultiplexe zueinander verhalten und ob daran festgehalten wird, dass alle drei Multiplexe zeitnah starten.

Für genaue Planungen ist es wichtig zu wissen, welche Zeiträume für Bestell- und Lieferzeiten, Aufbau, Test und Inbetriebnahme des Sendernetzes notwendig sind. Der Sendernetzbetreiber wird erst mit dem Sendernetzaufbau starten, wenn Verträge mit dem medienrechtlich zugewiesenen Nutzer der Kapazitäten unterzeichnet worden sind bzw. sich ein entsprechend legitimer Plattformbetreiber bereit erklärt, die Kosten zu übernehmen. Im Zeitplan der ALM-Leitlinien vom November 2007 wurde geschätzt, dass es ab 12/09 zu einem ▶

PRESSESCHAU

Um die möglichen Vorgehensweisen bei der Einführung von Digitalradio in NRW auszuloten, startete die LfM Ende Februar 2008 ein öffentliches Konsultationsverfahren. (...) Die Ergebnisse wurden am 08.05.2008 auf einer öffentlichen Anhörung in Köln vorgestellt. Fast 90 ausgefüllte Fragebögen sowie zusätzlich eine Reihe schriftlicher Stellungnahmen zeigen die positive Resonanz auf den Konsultationsprozess. (...) Die Untersuchung ergab, dass aktive und potenzielle Marktteilnehmer gleichermaßen der Digitalisierung sehr offen gegenüber stehen und darin Chancen für eine größere Radiovielfalt in NRW sehen.

satnews.de am 09.05.2008 zu den Ergebnissen des Konsultationsverfahrens der LfM

Der Fragebogen, erstellt durch die Firma Goldmedia wirkte auf uns so tendenziös, als gelte es mit leidlich schlecht informierten Radiomachern, eine weitere Systemdiskussion vom Zaun zu brechen, die nirgends hinführt. Den Privaten ist der Weg ins Digitalradio durch die alles belegende Strategie des WDR, die nur das Kölner Domradio neben sich erträgt, ohnehin versperrt gewesen. (...) Zitat aus der Pressemeldung: „(...) Immerhin 83 Prozent betrachten UKW nach wie vor als erfolgreichen Übertragungsstandard. Gleichzeitig sehen 81 Prozent der Befragten Internetradio als zukunfts-trächtig. Mit 48 Prozent ist immerhin knapp die Hälfte der Meinung, auch DAB+ sowie HD-Radio seien erfolgversprechende Standards.“ Jetzt mal Klartext: Welche Erkenntnis bringt uns dieses Ergebnis? UKW und Internetradio gehört die Zukunft. Das präferierte DAB+ wird mit dem HD-Radio in eine Tüte geworfen. Das Ergebnis war zu erwarten, die Befragung war sinnlos und hat nur dem Unternehmen Goldmedia Geld der Gebührenzahler in die Kasse gespült.

Rein-hoeren.de am 13.05.2008 zum gleichen Thema

Fast heimlich hat die ARD an Pfingsten ihre bereits zur IFA 2007 angekündigte Mediathek in den Testbetrieb geschickt. Erst am heutigen Dienstag schoben die Verantwortlichen beim öffentlich-rechtlichen Senderverbund eine offizielle Mitteilung zum Start des Online-Angebots nach. Doch da hatte der jüngste Vorstoß des Ersten ins Internet schon erste Prügel bezogen: „Mediales Armutszeugnis“ urteilte der Branchendienst dwdl.de (...) Anders als beim Konkurrenten und Mitstreiter ZDF, das im vergangenen Jahr eine inhaltlich und technisch recht gelungene Mediathek online gebracht hatte, ist die ARD – der Struktur des Senders gemäß – offenbar eher eine Sammelstelle für Inhalte der angeschlossenen Anstalten.

heise online am 13.05.2008 zum Start der ARD-Mediathek

Start des Aufbaus der bundesweiten, landesweiten und regionalen Versorgungsstrukturen kommen soll. Ab dem Start wird ein bislang unbestimmter Zeitraum vergehen, bis notwendige Mindestanforderungen erreicht sind. Der VPRT plädiert hier für eine detaillierte Aufstellung der Zeiträume für den Aufbau des Sendernetzes bis zu Erreichung der Mindestanforderungen (dann wahrscheinlich in 2010).

Mit den Details zu den Zeiträumen des Sendernetzaufbaus und den aktuellen Entwicklungen (Sachstand Bedarfsanmeldung, Call for Interest, weitere Abfragen der verschiedenen Landesmedienanstalten) sollte der gesamte Zeitplan nochmals überarbeitet und aktualisiert werden. Auf Basis des Zeitplanes aus den ALM-Leitlinien vom November 2007 ist bereits zu erkennen, dass der Call for Interest bereits im März 2008 hätte abgeschlossen sein müssen. Eine Auswertung und Veröffentlichung der Ergebnisse im Mai 2008 ist somit bereits eine Herausforderung. Der VPRT plädiert für

eine Einarbeitung dieser ersten Verzögerungen und Berücksichtigung weiterer absehbarer Tendenzen, inkl. der Ausarbeitung eines Zeitplanes bis zum Erreichen der Mindestanforderungen.

Da ein neues Sendernetz nur sukzessive aufgebaut werden kann, wird es nicht zu einem „Big Bang“ im Sinne von ‚alle Multiplexe gehen flächendeckend gleichzeitig an den Start‘ kommen können. Ziel muss aber weiterhin sein, möglichst parallel zu den bundesweiten Netzen auch die landesweiten und regionalen Netze aufzubauen und mit „möglichst vielen Programmen an möglichst vielen Orten“ gleichzeitig zu starten.

Für die Koordinierung der vielen verschiedenen Maßnahmen sollte ein Projektbüro eingerichtet werden. Hierzu sollten finanzielle Mittel von den Landesmedienanstalten genutzt werden. Die Finanzierung eines Projektbüros sollte unabhängig von weiteren Maßnahmen einer „Anschubfinanzierung“ erfolgen. ■

Bericht

Fußball-EM 2008: Neuer Anlauf für Handy-TV

Was Fans tatsächlich sehen können



In Deutschland wurde in den letzten Wochen heftig spekuliert, welche mobilen TV-Angebote es zur Fußball-EM (07. bis 29.06.2008) geben wird. Ende April hat die „Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH“ (MFD) angekündigt, ihren Handy-TV-Dienst „watcha“ einzustellen. Man sehe keine kommerzielle Perspektive für den DMB-Standard in Deutschland, wurde das Unternehmen in den Medien zitiert. Für den Fan bleiben damit drei Alternativen, um die EM auf dem Handy zu verfolgen: der für mobile Endgeräte optimierte DVB-H-Standard, die UMTS-Angebote der einzelnen Mobilfunkanbieter sowie das „Überallfernsehen“ DVB-T.

Im Mittelpunkt der Diskussion steht derzeit DVB-H. Nachdem sich die Landesmedienanstalten Anfang 2008 auf die Frequenzvergabe an Mobile 3.0 geeinigt hatten, schien die EM als Startzeitpunkt gesetzt. Nun deutet alles auf einen „Softlaunch“ hin. Hinter diesem von Henrik Rinnert, Geschäftsführer der an Mobile 3.0 beteiligten MFD, auf dem Medientreffpunkt

Mitteldeutschland geprägten Begriff verbirgt sich die Einführung in vier deutschen Städten ohne große Marketing-Begleitung. „Die Zeit für einen großen kommerziellen Start ist viel zu knapp“, so Rinnert. Bis zum 7. Mai seien erst fünf Lizenzen von den Landesmedienanstalten freigegeben worden. Nach Auskunft eines Mobile 3.0-Sprechers soll das Sendernetz jedoch bis Ende 2008 auf alle 16 Landeshauptstädte ausgebaut werden.

Gesichert ist zur Fußball-EM hingegen der mobile Empfang via DVB-T - sofern der Nutzer über ein entsprechendes Endgerät verfügt und die EM in einem Gebiet verfolgt, in dem das DVB-T-Signal stark genug ist. ARD und ZDF, Inhaber der Live-Übertragungsrechte in Deutschland, sind in allen DVB-T-Gebieten zu empfangen. Verschiedene Mobilfunk-Unternehmen bieten seit kurzem DVB-T-Handys in Verbindung mit ihren Verträgen an. Keine Live-Übertragung, aber zeitversetzte Spielberichte und EM-Sondersendungen erwarten den ▶

deutschen Fan zudem über UMTS. Im benachbarten Österreich bemüht man sich ebenfalls um Handy-TV zur EM. Nach einigem Hin und Her bei der Lizenzvergabe scheint gesichert, dass alle Spielstädte mit DVB-H versorgt werden. Ein Konsortium aus MEDIA BROADCAST und den beiden Mobilfunkern „One“ und „3“ hat den Zuschlag für den DVB-H-Betrieb erhalten. „MEDIA BROADCAST wird zum Start der Euro 2008 die Spielstädte Wien, Salzburg, Innsbruck und Klagenfurt entsprechend den Planungen mit DVB-H versorgen. Unsere Aufbauleistungen sind soweit fortgeschritten, dass wir pünktlich in Österreich

einschalten können“, teilte ein Sprecher von MEDIA BROADCAST mit. Neben dem DVB-H-Angebot stehen Mobilfunk-Kunden in Österreich zur EM bis zu 37 TV- und Radiokanäle über UMTS zur Verfügung.

Auch die Schweizer schwören sich im Vorfeld der EM auf das mobile Fernsehen ein. Unter dem Namen „Bluewin TV mobile“ bietet die Swisscom Handy-TV über DVB-H an. Abgedeckt sind Basel, Bern, Genf, Lausanne und Zürich. 44% der Eidgenossen können so mit DVB-H versorgt werden. 20 Sender sind über den Standard zu empfangen - zehn weitere über das UMTS-Angebot der Swisscom. ■

Bericht

Handy-TV: Was will der Zuschauer wirklich sehen?

Anbieter suchen weiter nach Erfolgsrezepten



Stefan Bielau von dailyme.tv

Kompakte Nachrichten immer und überall - die Tagesschau in 100 Sekunden hat es vorge-macht. Eine verpasste Folge von „Germany's next Top-Model“ - auch die ist unterwegs empfangbar. Wer unterwegs fernsieht, entwickelt neue Ansprüche für das Medium. Eine Herausforderung für die Veranstalter, die sich mit ihren Angeboten zwar am herkömmlichen Fernsehen orientieren, aber Formate weiterentwickeln müssen, um den Endverbraucher zu erreichen. Ob mit DMB, DVB-H oder anderen Technologiestandards.

„Der Kunde reagiert auf Inhalte und nicht auf den Standard“, sagte Dirk Böhm, Kommunikationsleiter von NBC Universal, beim Medientreffpunkt Mitteldeutschland in Leipzig. Dennoch befürchte er, dass der homo oeconomicus seine Kaufentscheidung für ein Endgerät zurückstellen werde, bis sich ein System durch-gesetzt habe. Um dies baldmöglichst Wirklich-keit werden zu lassen, forderte er die Content-anbieter zur Zusammenarbeit auf. „Wichtig ist, dass starke Marken auftreten, daher ist die Kooperation von ARD und ZDF nötig“, meinte er.

Die ARD sieht sich gut aufgestellt und hat mit dem Kurzformat von Deutschlands erfolgreichster Nachrichtensendung vorgelegt. Doch dies bedeutet auch Mehrausgaben durch eine neue Programmierung, wie der Koordinator für den Bereich Digitales Fernsehen, Michael Albrecht, erzählte. Konkret heißt das: kürzer geschnittene Szenen und größere Schriften. „Nicht alles, was auf einem Flatscreen machbar ist, funk-tioniert auch bei Handy-TV.“ Die Diskussion

über eine neue Prime-Time für Mobil-TV, beispielsweise zur morgendlichen und abend-lichen Rush-Hour, hält er für verfrüht. Erst müsse das digitale mobile Fernsehen den Markt durchdrungen haben.

Ebenso sieht es Manfred Neumann, Senior Manager Mobile Services SevenOne Inter-media: „Mit der neuen Programmierung ste-hen wir erst am Anfang. Aber auch die Kunden lernen erst, was mobiles Fernsehen ist.“ Er ist überzeugt, dass spätestens 2013 ein lineares Programm ausgedient habe. Stefan Bielau vom jüngst gestarteten neuen Anbieter „dailyme.tv“ rechnet im gleichen Zeitraum damit, dass sich das Handy als dritter Bildschirm neben Computer und Fernsehen etabliert haben wird. Schon heute bietet er personalisiertes Fernsehen für die Westentasche und das auch überall dort, wo herkömmlicher Empfang bislang tabu war: im Flugzeug oder in der U-Bahn. Jeder kann sich sein Programm individuell aus den großen Marken zusammenstellen und sende-zeitunabhängig abrufen. Erste Ergebnisse zeigten, dass auch beim selbst zusamen-gestellten Fernsehprogramm die Zuschauer auf bekannte Marken vertrauen: das Lifestyle-Magazin „taff“ von ProSieben, die Kompakt-news der Deutschen Welle, Informationen von N24 oder das Wissensmagazin „Galileo“ in Videocast-Form. Die durchschnittliche Nutzungs-zeit liegt bei zwei Minuten.

„Die Nutzung wächst mit zunehmenden Medien-inhalten“, glaubt Henrik Rinnert, Geschäftsführer der Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH. Um dieses euphorische Zukunftsszenario zu gewährleisten, dürfen aber nicht die gleichen Fehler wie bei der Einführung von DMB gemacht werden. „Für DMB gab es keine Unterstützer, weder bei den Endgeräteher-stellern noch im Mobilfunkmarkt. Bei den Contentlieferanten gab es Interesse, aber es fehlte die Infrastruktur.“ Seine Prognose: In fünf Jahren gibt es zehn Millionen mobile Bild-schirme am Markt. ■

Anzeige



Wenn im Juni bei der EURO 2008™ der Fußball im Mittelpunkt der Sportwelt steht, ist MEDIA BROADCAST verlässlicher Partner der TV-Branche um Live-Bilder, Zeitlupen und Einblendungen mit modernster Übertragungstechnik in viele Länder zu übertragen. ([weiter](#))

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
tbn public & business relations

Autoren dieser Ausgabe
Sebastian Artymiak, Tobias D. Höhn, Claudia Kullick,
Virginia Scheffler

Fotos
Seite 3: swisscom/Alessandro Della Bella
Seite 4: Medientreffpunkt Mitteldeutschland 2008

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: 15.05.2008

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.