

DIGITAL RADIO
MITTELDEUTSCHLAND

Bericht

Digital Radio auf der IFA: Zwischen Ratlosigkeit und Zuversicht

ARD berät über Neuantrag, IMDR hofft auf Politik, Bayern setzt Kampagne fort



ARD-Vize Fritz Raff auf dem IFA-Pressese forum von ARD und ZDF

Auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) äußerten sich Protagonisten der Medienbranche ganz unterschiedlich zu Digital Radio. So sprach der stellvertretende ARD-Vorsitzende Fritz Raff – angesichts der Weigerung der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) 42 Millionen Euro für den Ausbau von Digital Radio freizugeben – von einer „tiefen Ratlosigkeit“ bei ARD und Deutschlandradio. „Die ARD berät zwar über einen neuen Antrag bei der KEF. Doch der Weg für Digital Radio bleibt steinig und wird uns weiter beschäftigen“, schätzte Raff ein.

In einem Pressegespräch der Initiative Marketing Digital Radio (IMDR) appellierte Helwin Lesch, Leiter Programm-Distribution des Bayerischen Rundfunks, an die KEF, das k.o.-Kriterium „Konsens mit privaten Veranstaltern“ zu überdenken. Wie schon bei UKW sollten die Öffentlich-Rechtlichen den Privaten vorangehen und den Markt bereiten. „Mit einem Neuantrag unter bereinigten Bedingungen könnten Optionen erhalten und bisherige Investitionen geschützt werden.“

Dass der Bayerische Rundfunk gerade in dieser kritischen Phase gemeinsam mit Pure Digital und Electronic Partner die bislang größte Marketing-Kampagne für Digital Radio gestartet hat, ist für Lesch kein Widerspruch: „Im Gegensatz zu Großbritannien, Dänemark und der Schweiz müssen in Deutschlands

föderalen Strukturen viele Entscheider über-einkommen. Mit unseren Erfolgen wollen wir die Pessimisten überzeugen.“

Auch habe die Kooperation mit dem Marktführer Pure Digital und Electronic Partner, einem der Top-Fünf der Branche in Europa, Interesse bei anderen ARD-Anstalten ausgelöst, so Lesch. Die Erfahrung in Bayern zeige, dass neue digitale Programme von den Hörern nachgefragt und angenommen würden, selbst von der Altersgruppe 50+. Dass der Global Player Pure Digital an einen Erfolg von Digital Radio auch auf dem deutschen Markt glaubt, bestätigte Ralf Reynolds, Sales und Marketing Manager bei Pure: „Unsere 19 Radiomodelle sind alle Mehrnormgeräte, die DAB, DAB+, DMB-R und UKW unterstützen. Das Argument ‚zu teuer‘ gilt auch nicht mehr – Pure-Geräte gibt es schon ab 69 Euro. Jetzt brauchen wir einen Fahrplan, wann Digital Radio in Deutschland eingeführt wird.“

Michael Richter, Vorstandsvorsitzender der IMDR, erinnerte daran, dass seine Initiative bereits klare Handlungsempfehlungen an die Politik formuliert habe. Und er bekräftigte, dass Sendernetzbetreiber und andere Lobbyisten über das indifferente Verhalten der Politik verärgert sind. „Auf Anfrage beim Bundeswirtschaftsministerium hieß es lapidar: ‚Wir befinden uns im Wahlkampf. Der Markt wird das schon richten‘.“ ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die unklaren Perspektiven von Digital Radio in Deutschland beschäftigten auch auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) die Marktteilnehmer. Während ARD-Vize Fritz Raff von „tiefer Ratlosigkeit“ und „steinigem Weg“ sprach, will der Bayerische Rundfunk seine laufende Kampagne fortsetzen. Die in Bayern angebotenen Endgeräte und neuen Digitalprogramme würden von den Hörern nachgefragt und angenommen (Bericht Seite 1).

Mit Blick auf die deutschlandweit schleppende Entwicklung von DVB-H sieht Dr. Hans Hege, Direktor der Medienanstalt Berlin Brandenburg, die Chance, über ein breitbandiges, flächendeckendes Multimedienetz nachzudenken. Dieses sollte seiner Meinung nach für mobiles Fernsehen, digitales Radio und andere Nutzungen ausgelegt und öffentlich gefördert sein. Hinsichtlich der Versuche, ländliche Regionen über Rundfunkfrequenzen mit Breitbandinternet zu versorgen, sieht er keine Schwierigkeiten, räumt aber für Ballungsgebiete offene Fragen ein. (Interview Seite 2).

Wichtigster Trend der IFA: Fernsehen und Web-Technologien verschmelzen zu neuen, interaktiven Medien. Nahezu jeder Fernsehhersteller präsentierte eine eigenständige Entwicklung. Doch wie werden die neuen Hybridgeräte den Fernsehkonsum der Nutzer beeinflussen? Der österreichische Medienwissenschaftler Dr. Jan Krone sagt ein verändertes Medien-Nutzungsverhalten aber kaum neue Konsumentenwünsche voraus. Auch würde die voranschreitende Internet/TV-Konvergenz keine „digitale Spaltung“ hervorrufen. (Bericht Seite 4).

Mit dem Ziel, Frauen verstärkt für Medientechnologie zu interessieren, hatten ARD, ZDF, Deutschlandradio und Deutsche Welle für 2009 erstmalig einen Förderpreis ausgelobt. Drei Preisträgerinnen erhielten ihn nun im Rahmen einer Sonderveranstaltung der IFA. Ausgezeichnet wurden sie für ihre herausragenden akademischen Abschlussarbeiten zu technischen Fragen der audiovisuellen

Medienproduktion oder -distribution im Rundfunk (Bericht Seite 3).

Eine aufschlussreiche Lektüre wünscht Ihnen Thomas Barthel.



Richter führte an, dass bereits im März alle Bundesländer den Bedarf nach einer bundesweiten DAB-Versorgung festgestellt und die Bundesnetzagentur um Ausschreibung für einen Sendernetzbetreiber gebeten haben. In Bayern

und Sachsen-Anhalt laufe die Suche nach Netzbetreibern bereits. Als nächsten Schritt kündigte er die medienrechtliche Ausschreibung an: „Dann wird sich zeigen, ob die privaten Veranstalter bei Digital Radio mitziehen.“ ■

Interview

MABB-Direktor befürwortet nationales Netz für Fernsehen und Digital Radio

Rundfunkveranstalter sollen zentrale Hörfunkstrukturen einführen

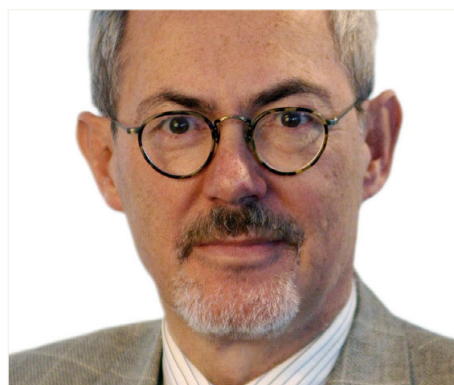
Angesichts der Streitigkeiten um Digital Radio und mit Blick auf die schleppende Entwicklung von DVB-H schlägt Dr. Hans Hege im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk vor, in Deutschland ein breitbandiges flächendeckendes Multimedienetz zu errichten. Dieses sollte für mobiles Fernsehen, digitales Radio und andere Nutzungen ausgelegt und öffentlich gefördert sein. Als Hemmschuh für Digital Radio identifiziert er, dass in Deutschland weder die öffentlich-rechtlichen Anstalten noch die Privaten bereit sind, zentrale Hörfunkstrukturen zulasten der bisherigen regionalen einzuführen.

Herr Dr. Hege, wie schätzen Sie den erreichten Stand der Digitalisierung des Rundfunks in Berlin und Brandenburg ein?

Dr. Hege: Der Anteil der Fernseh-Digitalhaushalte ist wie auch deutschlandweit weiter gestiegen. Die digitale Terrestrik behauptet in Berlin-Brandenburg ihren überdurchschnittlichen Anteil, die analoge Satellitenverbreitung könnte eigentlich abgeschaltet werden, wenn nicht die Problematik der Versorgung der Kabelkopfstellen gelöst werden müsste. Auch das digitale Kabel kommt voran, doch sind wir bei diesem Übertragungsweg noch weit von einem Umstieg entfernt. Die größere Dynamik kommt vom Breitbandinternet. Damit auch die ländlichen Gebiete einen einfachen Zugang zum schnellen Internet bekommen, stellen wir dafür auch Rundfunkfrequenzen zur Verfügung.

Am 15. Juli hat die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten weitere Mittel für den Digitalen Hörfunk nicht freigegeben. Wie plant die MABB nun, Digital Radio in Berlin und Brandenburg zu behandeln?

Die MABB hat vor Jahren die Einführung des Regelbetriebs für DAB in Millionenhöhe gefördert, das dann aber eingestellt, und auf der Grundlage dieser Erfahrungen den Analog-Digital-Umstieg bei der terrestrischen Fernsehversorgung organisiert. Ich bin immer wieder erstaunt, wie schwer es vielen fällt, nun umgekehrt die Voraussetzungen zu analysieren, unter denen digitales Radio erfolgreich



Dr. Hans Hege, Direktor der Medienanstalt Berlin Brandenburg

sein kann. Für mich ist die Frage der Übertragungskosten und ihrer Anerkennung durch die KEF sekundär, ausschlaggebend für den Erfolg sind zusätzliche attraktive Programme, die mit zunächst sehr geringen Reichweiten finanziert werden müssten. Private Veranstalter können dies unter den derzeitigen Voraussetzungen offensichtlich nicht, auch der RBB wird kein neues Digitalprogramm veranstalten, nachdem er die UKW-Verbreitung von Radio multikulti eingestellt hat. Der grundlegende Unterschied zu Großbritannien ist, dass in Deutschland weder die öffentlich-rechtlichen Anstalten noch die Privaten bereit sind, zentrale Hörfunkstrukturen zulasten der bisherigen regionalen einzuführen. Aus meiner Sicht würde die öffentliche Förderung eines breitbandigen, flächendeckenden Netzes für mobiles Fernsehen, digitales Radio und andere Nutzungen, die eine Vielzahl von Teilnehmern erreichen, sinnvoll sein. Man hätte das schon vor Jahren aus dem Verkauf der ARD-Sendernetze finanzieren können. Reine Geldverschwendung wäre es allerdings, im Digitalzeitalter ein Netz ausschließlich für das Radio aufzubauen.

Im März sind in Wittstock erstmals in Europa Endnutzer per Mobilfunk über Rundfunkfrequenzen an das breitbandige Internet angeschlossen worden. Gibt es Einflüsse auf Rundfunk oder Drahtlosanwendungen, die bisher nicht behoben werden können? Beim Einsatz in Wittstock haben wir keine Probleme festgestellt, die sich nicht ▶

NACHRICHTEN

Am 22. September findet der diesjährige Radio Day in den Kölner Rheinparkhallen statt. Die Veranstaltung steht unter dem Motto „Ideas for Ears. So wirkt Radio.“. Präsentiert werden die innovativsten und effizientesten Lösungen rund um Radio, Audiokommunikation, Werbung und Wirtschaft. Der Anspruch „Ein Tag. Alle Antworten.“ findet sich in drei Veranstaltungssäulen wieder: dem Kongress, der parallel stattfindenden Lounge und der abschließenden Party. Dabei dient die Radio Day Lounge als Treffpunkt für den Austausch zu relevanten Trends und Marktthemen. Dort stellen neben den Veranstaltern zahlreiche Vermarkter und Sender den Fachbesuchern ihre aktuellen Radio- und Audio-Angebote vor. Die Radio Day Party bildet mit einer Live-Band den krönenden Abschluss des Events.

Mehr als jeder vierte Internet-Nutzer hört Online-Radio. Insgesamt nutzen fast 16 Millionen Deutsche dieses Angebot, mehr als 10 Millionen Männer und rund 5,5 Millionen Frauen. Das teilte der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) am 2. September in Berlin mit. Grundlage der Angaben ist eine repräsentative Umfrage von Techconsult unter tausend Personen über 10 Jahre. „Online-Radios werden dank schneller Internetzugänge, kostengünstiger Flatrates und der steigenden Verbreitung internetfähiger Handys immer beliebter. Zusätzlichen Schub bringen die neuen WLAN-Radios, die Internet-Sender auch ohne Computer abspielen können“, sagte BITKOM-Vizepräsident Achim Berg.

Der private Programmveranstalter ProSiebenSat.1 Media AG setzt nach wie vor auf die zusätzliche Verbreitung via digitales Antennenfernsehen (DVB-T) in Deutschland. Media Broadcast hat mit der ProSiebenSat.1 Media AG den bestehenden Verbreitungsvertrag um weitere fünf Jahre bis 2014 verlängert. Damit empfangen Zuschauer in den großen Ballungszentren die Programme Sat.1, ProSieben, Kabel eins, N24 und zusätzlich in einigen Großräumen das Programm 9Live via Antenne. Über das DVB-T Sendernetz von Media Broadcast, das in diesem Fall 27 Standorte umfasst, erreicht der Sender mehr als 20 Millionen Haushalte. Hintergrund: Seit Ende 2008 können in Deutschland mehr als 90 Prozent der Einwohner Fernsehen digital über Antenne (DVB-T) empfangen. In Ballungszentren empfangen Zuschauer teilweise bis zu 30 Programmen. Außerhalb dieser Großräume sind überwiegend zwölf Programme empfangbar.

hätten beheben lassen. Ich vermute deshalb, dass die Versorgung in ländlichen Räumen keine besonderen Schwierigkeiten aufwerfen wird. In Ballungsräumen allerdings und bei der Nutzung eines wesentlich größeren Frequenzspektrums aus dem bisherigen Rundfunkbereich durch die Mobilfunkunternehmen gibt es sehr viel mehr Fragen, die noch der Lösung bedürfen.

Sie haben in Berlin-Brandenburg frühzeitig eine Frequenz zur technischen Erprobung von mobilem Fernsehen über

DVB-H zur Verfügung gestellt. Nach dem missglückten Start im vorigen Jahr: Welchen Termin halten Sie für einen Neustart von Mobile TV über DVB-H in Deutschland für realistisch?

Wenn es auch in den nächsten Monaten dabei bleibt, dass sich keine investitionsbereiten Unternehmen zeigen, die Netze für DVB-H oder DAB aufbauen wollen, könnte sich daraus die Chance ergeben, dass wir eingefahrene Wege verlassen und über das bereits von mir angesprochene breitbandige, flächendeckende Multimedienetz nachdenken. ■

PRESSESCHAU

Auf der Funkausstellung IFA in Berlin kündigten die japanischen Branchenriesen Sony und Panasonic 3D-taugliche Fernseher und Blu-ray-Abspielgeräte für das kommende Jahr an. (...) Philips, der größte europäische Hersteller von Verbraucherelektronik, zeigt sich dagegen skeptisch. „3D ist zwar der Traum der Fernsehzuschauer und der Ingenieure. Die Technologie läuft aber noch nicht stabil“, sagte Philips-Manager Andrea Ragnetti in Berlin. (...) Es dürfte noch bis zu sieben Jahre dauern, bis die Technik ausgereift ist, sagte der amerikanische Technologie-Analyst Rob Enderle in Berlin. infosat.de am 03.09.2009 über 3D-Fernsehen für zuhause

Die TV-Branche sieht sich mit den neusten Entwicklungen rund um das hochauflösende Fernsehen HDTV auf gutem Weg. Zum Ende des Jahres werden in Deutschland insgesamt 19 Millionen HD-fähige Fernsehgeräte in den Haushalten stehen, sagte der Vorsitzende der Deutschen TV-Plattform, Gerhard Schaas, (...) auf der Funkausstellung IFA in Berlin. Die Zahl der eingebauten und externen HDTV-Empfänger liege bei 4,7 Millionen. Allerdings dürften die geplanten technischen Verschlüsselungsverfahren unter den Verbrauchern auf wenig Gegenliebe stoßen. (...) So werden die Sendungen möglicherweise nicht mehr unbegrenzt aufzunehmen sein. (...) Auch das Überspringen von Werbeblöcken beim zeitversetzten Fernsehen würden die Satellitenbetreiber und Sender künftig gern unterbinden. heise.de am 04.09.2009 zu Fernsehbranche sieht HDTV auf gutem Weg

Lange Zeit war es ruhig um den digitalen Rundfunk im Lang-, Mittel- und Kurzwellenbereich. Jetzt versucht der deutsche Hersteller Alan Communication wieder etwas Bewegung in den Markt zu bringen. Auf der IFA in Berlin zeigt das Unternehmen auf seinem Stand in Halle 9 einen Empfänger, der den Übertragungsstandard Digital Radio Mondiale (DRM) unterstützt. Das neue Digitalradio von Alan trägt den Arbeitstitel UniWave und empfängt zusätzlich den analogen Rundfunk sowie den DAB-Standard. Die neuere DAB+ Variante, die beispielsweise in der Schweiz noch in diesem Jahr an den Start geht und dank besserer Datenkompression eine größere Programmvielfalt bieten kann, wird dagegen nicht unterstützt. (...) teltarif.de am 05.09.2009 über ein Digitalradio von Alan Communication

Bericht

Für höhere Frauenquote in medientechnischen Berufen

Erstmals Förderpreis für exzellente Abschlussarbeiten vergeben



RBB-Intendantin Dagmar Reim (re.) bei der Überreichung des 1. Preises an Zora Schärer von der TU Berlin

Im Rahmen der IFA verliehen am 7. September ARD, ZDF, Deutschlandradio und Deutsche Welle erstmalig den Förderpreis „Frauen und Medientechnologie“. Ausgezeichnet wurden herausragende akademische Abschlussarbeiten zu technischen Fragen der audiovisuellen Medienproduktion oder -distribution im Rundfunk.

Den mit 5.000 Euro dotierten 1. Preis gewann Zora Schärer, Absolventin der TU Berlin, mit ihrer Masterarbeit zur Binauraltechnik. Ihre Arbeit ist momentan besonders für die Audioforschung und die akustische Planung von Interesse. „In Zukunft wird man sich aber auch beim Musikhören mit Kopfhörern in einen Konzertsaal versetzt fühlen, und es wird klingen, als säße man auf dem besten Platz mitten im Saal“, verspricht Zora Schärer.

Der 2. Preis und damit 3.000 Euro gingen an Janine Liebal von der TU Ilmenau für die Entwicklung eines Leitfadens zur Gestaltung von Software für Kinder. Zum Hintergrund ihrer Diplomarbeit sagt sie: „Heute erscheinen Rundfunk-Sendeformate auch als Computer- oder Lernspiele und bekannte Figuren werden zu interaktiven Begleitern für die Kinder. Mein Leitfaden ermöglicht es, diese neuen Medien kindgerecht umzusetzen, so dass der Beliebtheitsgrad der gesamten Marke unterstützt wird.“

Über den 3. Preis und 2.000 Euro freute sich Friederike Maier von der Leibniz Universität Hannover. Ihre Diplomarbeit beschäftigt sich mit DRM+ (Digital Radio Mondiale im UKW-Bereich). „Meine Arbeit soll dazu beitragen, dass kleine Lokalradios eigene Frequenzen erhalten und mit wattarmen Anlagen senden können“, erklärt die Preisträgerin.

Nach Aussage der diesjährigen Schirmherrin, RBB-Intendantin Dagmar Reim, entstand die Idee einen solchen Preis auszuloben, auf der Produktions- und Technikkonferenz von ARD und ZDF.

Damals fiel uns auf, wie wenig Frauen in diesem Bereich vertreten sind, und das wollten wir ändern. Die Gleichstellungsbeauftragten aller Häuser unterstützen diesen Förderpreis ausdrücklich. ▶

Anzeige



MKH 8050

Niemals näher
am
perfekten
Sound

Die neue elegante MKH 8000-Serie. Hightech, die man hören kann. Die weltweit einzigartige HF-Kondensatortechnik sorgt für unnachahmliche Wärme, Transparenz und Dynamik. Für höchste Ansprüche – im Studio und auf der Bühne. Kurz: Mit den neuen MKHs wird Sound zum unvergesslichen Erlebnis. www.sennheiser.de



SENNHEISER

Mehr Infos hier.

Mit der Anzahl der Bewerbungen zeigte sich Reim zufrieden. In diesem Jahr gebe es den Preis zum ersten Mal, und auf Anhieb hätten sich 27 Frauen beworben. „Sie haben Abschlussarbeiten eingereicht, also Bachelor-, Diplom-, Magister- und Doktorarbeiten. Auch wenn 27 zunächst nicht nach viel klingt – es ist ein Anfangserfolg und natürlich ein Ansporn, im kommenden Jahr mehr daraus zu machen.“ Interessant dabei sei, dass die meisten Frauen nicht von selbst auf die Idee kämen, ihre Arbeiten einzureichen. Es wären Betreuer oder Kommilitonen, die die Bewerberinnen dazu ermutigt hätten. Die Qualität der eingereichten Arbeiten lobte

die Schirmherrin als sehr hoch. Das zeige schon die Bandbreite der Abschlüsse, die mit den eingereichten Arbeiten erzielt werden sollten, angefangen vom Bachelor bis hin zum Dokortitel. „Vor allem die zehn Arbeiten, die es bis ins Finale geschafft haben und von einer Fachjury bewertet wurden, verfolgen sehr innovative Ansätze.“ Dagegen konnte im ersten Jahr des Förderpreises kein Sonderpreis für eine herausragende Bachelorarbeit verliehen werden. „Leider hat es die einzige eingereichte Bachelorarbeit nicht unter die zehn besten Arbeiten geschafft“, bedauert Dagmar Reim. ■

Bericht

Digitales Fernsehen: Internet erobert Wohnzimmer

Hybridgeräte werden Medien-Nutzungsverhalten verändern



Dr. Jan Krone,
Institut für Medienwirtschaft
FH St. Pölten/Österreich

Medienkonsum nach den Vorgaben von Sendeanstalten? Seit der IFA 2009 werden wir solche Einbahnstraßen nicht mehr akzeptieren: Die Top-Modelle unter den neuen Fernsehgeräten holen das Internet ins Wohnzimmer. Ob Videoclips von Youtube-Seiten, Diashows von Online-Fotodiensten, der Wetterbericht, minutenaktuelle News, Sport-Ergebnisse oder Börsenkurse: All diese Angebote gibt es jetzt zum Anklicken auf TV.

Doch mit welchem Tempo Internet und TV vereint in unseren Wohnzimmern Einzug halten werden, sei schwer vorherzusagen. Das meint Dr. Jan Krone vom Institut für Medienwirtschaft der Fachhochschule St. Pölten/Österreich. „In der Regel ist eine Technik-Migration die Summe von Kommunikations- bzw. Unterhaltungsnutzen der Haushalte und Absatzstrategien der Hardware-Hersteller.“ Zudem seien Lebenszyklen von Unterhaltungselektronik je nach Gerätegattung unterschiedlich. Settop-Boxen würden meist nur eine Behelfslösung darstellen.

Perspektivisch sieht Dr. Krone allerdings ein Auflösungsproblem zwischen Computer-Bildschirm und TV-Set. „Die durchschnittliche Entfernung zum Bildschirm beträgt beim TV-Set etwa 2,5 Meter, beim Rechner nur 0,5 Meter.“ Seine Prognose lautet daher: „In Zukunft wird es zwei oder mehr Geräte mit einer kabellosen Datenquelle je Haushalt oder Nutzungsort geben. Das in letzter Zeit zunehmend genutzte Fernsehen auf dem Computer-Bildschirm läuft nach Definition von Dr. Krone dagegen unter „Studenten-Fernsehen“. „Geringe Wohnfläche und die Notwendigkeit eines Computer-Betriebs führt

häufig zum Verzicht auf das TV-Gerät aus Platzgründen. Dieses Raumproblem ändert sich aber meist nach Abschluss des Studiums mit dem Berufseintritt.“

Auch sieht der österreichische Medienwissenschaftler ein verändertes Medien-Nutzungsverhalten durch die neuen Hybridgeräte vorher. „Vor dem Hintergrund eines hybriden Betriebs kommt es verstärkt zur Parallelnutzung. Internet wird aktiv durch den Nutzer gebraucht, TV als Entspannungsmedium („Rauschen“) unterstützend passiv. Mobile TV vereint bereits beide Medien in einem Gerät. Hier überwiegt jedoch das Switchen zwischen den Funktionen TV und Internet und Sprach- oder Satzzeichenkommunikation.“

Dass sich Fernsehveranstalter wegen der hybriden Nutzung auf neue Konsumentwünsche einstellen müssen, glaubt Dr. Krone nicht. „Die Professionalisierung im TV ist bereits sehr hoch. Es werden bereits heute zu allen Programmteilen URLs (Uniform Resource Locator/Internet-Adressen) kommuniziert. Der Zuschauer kann dann optional darauf zurückgreifen und tut dies schon recht häufig. Es besteht nur eine sehr geringe Substitution zwischen TV und Internet – anders dagegen im Vergleich Presse und Online.“

Eine „digitale Spaltung“ der Bevölkerung durch die voranschreitende Internet/TV-Konvergenz erwartet der Medienforscher ebenfalls nicht. „Das halte ich im Raum der Europäischen Union für ein zu vernachlässigendes Phänomen. Es existieren breit angelegte Programme zur Vernetzung der Haushalte in der EU, zum Beispiel durch die Arbeit der Kommission von Viviane Reding. Haushalte, die kein Interesse an einem Internetzugang haben, fallen nach meinem Verständnis nicht unter diese Problematik“, begründet Dr. Krone seine positive Einschätzung. ■

Anzeige



Digital Cinema auf der Zielgeraden.

MEDIA BROADCAST ermöglicht digitalen Kinos erweiterte und attraktive Programmgestaltung.

[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
tbn public & business relations

Autoren dieser Ausgabe
Thomas Barthel, Andreas Stötzner

Fotos
Seite 1: RBB/Oliver Ziebe
Seite 2: MABB
Seite 3: ARD/ZDF/Kielhorn
Seite 4: Dr. Krone

Layout
frischzellen, 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: 09.09.2009

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.