



DIGITAL RADIO
MITTELDEUTSCHLAND

Bericht

Weiter warten auf die ARD

Noch keine Entscheidung über Neustart für digitales Radio



Fritz Raff, ARD-Vorsitzender

Trotz Ankündigung, sich auf ein gemeinsames Konzept für die Digitalisierung des Hörfunks zu verständigen, haben die ARD-Intendanten bei ihrer Tagung in der vergangenen Woche noch keine Entscheidung getroffen. "Wir bereiten uns einerseits auf die digitale Zukunft auch im Radio vor, wir werden aber andererseits im Intendantenkreis die Entwicklung zu DAB nochmals einer kritischen Würdigung unterziehen", sagte der ARD-Vorsitzende Fritz Raff dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk nach dem Treffen. Offen ist, wann die Intendanten abschließend darüber beraten, wie sie den öffentlich-rechtlichen Hörfunk ins digitale Radiozeitalter führen wollen. Auf Nachfrage verwies ein ARD-Sprecher auf die kommenden Wochen, denn in dem Thema sei Bewegung.

Entscheidungsgrundlage für die Intendanten ist ein Projektentwurf, der unter Federführung des Bayerischen Rundfunks erarbeitet wurde. Bereits auf der IFA hatte BR-Hörfunkdirektor Johannes Grotzky mit Verweis auf die kommende Intendantenrunde zumindest einzelne Eckpunkte des Konzeptes erwähnt. So werde die ARD weiter auf die DAB/DMB-Systemfamilie setzen, ohne dabei künftige Möglichkeiten auszuschließen. Weiterhin soll die mobile Nutzung des Radios gewährleistet bleiben. Außerdem müsse die Entwicklung in Deutschland in einem gesamteuropäischen Kontext eingebunden sein.

Mit dem nun vorliegenden Konzeptentwurf wollen die öffentlich-rechtlichen Anstalten die von der unabhängigen Finanzkommission KEF eingefrorenen 42 Millionen Euro zur Entwicklung des digitalen Hörfunks freigekommen. KEF-Mitglied Ulrich Reimers verwies auf 12 Kriterien, die erfüllt sein müssten, damit das Geld fließen könnte, unter anderem sollte das Vorgehen der öffentlich-rechtlichen mit den privaten Anbietern abgestimmt sein. Zugleich schlug Reimers vor, dass die Landesmedienanstalten die Privatradios bei der digitalen Umstellung mit Fördermitteln unterstützen.

Herbert Tillmann, Technikdirektor beim Bayerischen Rundfunk bemängelte die fehlende Abstimmung aller Marktbeteiligten. Als positives Beispiel nannte er die Einführung von DVB-T. Zwar seien die wesentlichen Schritte getan, doch fehle ein Abschaltzeitpunkt für analoges Radio. „Wir brauchen ein kompetentes Projektbüro, um digitales Radio in Deutschland erfolgreich einzuführen“, forderte Detlef Pagel von der Niedersächsischen Landesmedienanstalt. Nach dem Vorbild der „Deutschen TV-Plattform“ schlug er eine „Deutsche Radioplattform“ vor, die dann auf Grundlage einer abgestimmten Roadmap agiert.

Um mehr Planungssicherheit für die Industrie zu schaffen, hat sich der europäische Dachverband der Endgerätehersteller EICTA auf der IFA gemeinsam mit der European Broadcast Union (EBU) und WorldDMB auf Mindestanforderungen für digitale Radiogeräte verständigt. So soll es künftig drei Geräte-Profile für die Standards DAB, DAB+ und DMB geben. Geräte des Profils 1 sind preisgünstig und für den reinen Audioempfang. Bei Profil 2 müssen Audioempfang und Datenservices mit Grafiken und Texten gewährleistet sein. Empfänger mit dem Profil 3 ermöglichen alle Audiodienste und eine Bewegtbildübertragung. ■

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

eigentlich wollte ich Ihnen in dieser Ausgabe das ARD-Konzept zur Digitalisierung des Hörfunks in Deutschland vorstellen. Angekündigt war es zur diesjährigen IFA in Berlin (29.08. bis 03.09.2008). Doch das Konzept ließ auf sich warten. Ob Endgeräte-Hersteller oder Sendernetzbetreiber, wer sich mehr Planungssicherheit für sein Geschäft erhofft hatte, wurde enttäuscht. Zwar hatte die PTKO, die gemeinsame Technikkommission von ARD und ZDF zu einem Workshop eingeladen, dessen Schwerpunkt neben HDTV die Digitalisierung des Hörfunks war, doch die versprochenen Neuigkeiten blieben aus. Die Teilnehmer wurden auf die Intendanten-Tagung vertröstet, die nach der IFA in Brüssel stattfinden sollte. Dort sollte das Konzept beschlossen werden. Aber auch nach diesem Treffen herrscht weiterhin Unklarheit. Der ARD-Vorsitzende Fritz Raff teilte uns mit, dass das Thema im Intendantenkreis nochmals besprochen werden soll. In unserem Bericht auf Seite 1 lesen Sie außerdem eine Zusammenfassung der wichtigsten medienpolitischen IFA-Statements zum digitalen Radio.

Ungeachtet des derzeit noch unklaren Zeitpunktes eines Neustarts für digitales Radio in Deutschland, war das Verbraucherinteresse am Digital Radio-Stand ungebrochen. Bei den Publikumsanfragen am Stand waren die Anfragen von notorischen "Kritikern und Nörglern" weniger geworden als in den Jahren zuvor. Gerade oder trotz der unklaren Situation, wie es mit dem digitalen Hörfunk weiter geht (Bericht Seite 2). Im Mittelpunkt des Interesses standen in diesem Jahr Radiogeräte, die neben UKW und DAB auch Internetradio empfangen können. Einige Hersteller kündigten für den Herbst außerdem Geräte an, die per Upgrade auch DAB+-tauglich sind (Bericht Seite 3).



Viel Vergnügen
bei der Lektüre

Ihr Thomas Barthel

Mehr Fragen als Antworten

Ein Stimmungsbericht vom Digital Radio – Stand auf der IFA 2008



Es war keine leichte Aufgabe, die die Promotoren und Verantwortlichen des Digital Radio-Standes sechs Tage lang auf der IFA zu bewältigen hatten. Sie hatten die Öffentlichkeit über ein Thema zu informieren, bei dem derzeit weder die Zukunfts-Perspektiven noch ein genauer Einführungszeitplan für das neue Digital Radio klar definiert sind.

Gut platziert in der ARD-Halle hofften die Stand-Mitarbeiter immerhin noch am ersten IFA-Tag auf eine klare Positionierung der ARD zum digitalen Hörfunk. ARD und ZDF hatten für den ersten Messtag zum „Presseforum“ geladen mit dem Titel „Investitionen in die Zukunft: HDTV und Digital Radio“. Die konkrete Positionierung der ARD zum digitalen Hörfunk blieb aus. Und so mussten auch die Mitarbeiter des Digital Radio-Standes auf konkrete Antworten verzichten.

Besonders die ausländischen Besucher am Digital Radio-Stand, die beispielsweise aus Dänemark, der Schweiz oder Großbritannien gekommen waren, können das unterschiedliche Taktieren der Marktteilnehmer in Deutschland, der Länder und des Bundes nur sehr schwer nachvollziehen. „Es ist wirklich schwierig, ausländischen Besuchern das unterschiedliche Agieren der Player und auch die Zusammenhänge zwischen föderalem System und dem Bund zu erklären“, sagt Michael Richter, Vorstandsmitglied der IMDR, der drei Tage lang den Messebesuchern Digital Radio erklärte. „Insbesondere die Hersteller von Geräten und von Sendeanlagen forderten einen klaren Einführungszeitplan für die Einführung des digitalen Hörfunks ein“, resümiert Richter die Stimmung der Fachbesucher am Stand.

Thomas Melzer, Sprecher der IMDR übt sich in Optimismus. „Die Fragen der Fachbesucher waren in diesem Jahr eher lösungsorientiert und weniger problemorientiert wie in den Jahren zuvor.“ Am Stand informierten sich beispielsweise der Verwaltungsrat des Bayerischen Rundfunks und des Rundfunks Berlin-Brandenburg, die Rundfunkreferenten der Staatskanzleien und Medienanstalten sowie asiatische Gerätehersteller, die nach Gerätespezifikationen fragten.

In punkto Geräte hatten die Standverantwortlichen – die DAB-Sendernetzbetreiber – ihr Ausstellungskonzept in diesem Jahr leicht geändert. „Wir haben in diesem Jahr nicht mehr die große Quantität von DAB-Geräten präsentiert, sondern haben uns eher auf eine Anzahl von 10 Geräten beschränkt“, sagt Wolfgang Paulus vom IFA-Stand-Organisationsteam der Sendernetzbetreiber. Eher sei es in der Messepräsenz um Gespräche und Diskussionen mit Fachpublikum und dem IFA-Besucher gegangen. Konstant gut besucht seien auch die über den Tag verteilten Bühnenshows gewesen, die mit gutem Infotainment die Leute an den Stand holten.

An der Infotheke, an der das Laufpublikum mit Flyern und Erstinformationen versorgt wurde, hatte man nach sechs Messtagen ein deutliches Fazit: „Im Gegensatz zu den anderen Jahren fehlten die notorischen DAB-Nörgler“, resümiert ein Promotor. Vielmehr seien sehr viele Besucher mit der Frage zum Stand gekommen, was denn nun hinter dem vielbeschworenen „Umbruch“, „Neustart“ und mit „DAB+“ stecken würde. Was nach sechs IFA-Tagen bleibt, sind jede Menge offene und noch zu klärende Fragen. ■

Die Bundesregierung sieht den für 2012 in Europa geplanten Abschluss der Digitalisierung des Fernsehens in Gefahr. „Beim gegenwärtigen Tempo ist zu befürchten, dass das Abschalten der analogen Übertragungswege in Deutschland erst 2020 erfolgen kann“, sagte Staatssekretär Jochen Homann vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie auf der IFA. Homann rief zu mehr Dynamik bei der Digitalisierung auf. Zugleich versprach er die Unterstützung seines Ministeriums, damit der von der Europäischen Union vorgegebene Umstellungstermin doch noch geschafft werde. Der auf der parallel zur IFA veranstalteten Medienwoche vorgestellte Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten verdeutlicht die schleppende Digitalisierung in Deutschland, vor allem beim Kabelempfang. Mehr als die Hälfte der deutschen Fernsehhaushalte (53,3 %) empfängt Programme noch analog. Im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk (IFA-Ausgabe) hatte EU-Medienkommissarin Viviane Reding unterstrichen, am Abschlusstermin für die Digitalisierung des Fernsehens in Europa festzuhalten. Bereits 2010 erwarte sie deutliche Fortschritte.

Die UFA, Deutschlands größter Film- und TV-Produzent, will künftig als Programmveranstalter im Internet aktiv werden. Während der Medienwochen in Berlin begründete Wolf Bauer, Vorsitzender der Geschäftsführung der UFA, diese Neuausrichtung mit der wachsenden Internetnutzung gerade der jüngeren Zielgruppe. „Junge Europäer zwischen 14 und 16 Jahren verbringen bereits zehn Prozent mehr Zeit im Internet als vor dem Fernseher. Wir können nicht darauf warten, dass sie zum Fernsehen zurückkehren, sondern müssen ihnen Programmangebote machen, die sie dort erreichen, wo sie sich aufhalten. Genau das ist die unglaublich spannende und vielfältige Herausforderung, die uns TV-Produzenten zu Programmachern für alle möglichen Plattformen werden lässt.“ Bereits im kommenden Monat soll die erste Online-Serie auf dem Internetportal studiVz starten. Mit über 10 Millionen Nutzern ist studiVz das größte soziale Netzwerk in Deutschland.

Die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) setzt ihre Langzeitstudie zur Erforschung der Hörfunklandschaft in Niedersachsen im kommenden Jahr fort. Ende August hat die Versammlung der NLM die Ausschreibung des Forschungsprojektes „Hörfunklandschaft Niedersachsen 2009“ beschlossen. „Mit dieser bundesweit einzigartigen Langzeitstudie trägt die NLM dazu bei, die langfristigen Veränderungen der Hörfunkpraxis im dualen System sichtbar zu machen und zu dokumentieren. Die mit der Studie verbundene Bestandsaufnahme der analogen Hörfunklandschaft Niedersachsens wird uns auch eine gute Grundlage für die anstehende Digitalisierung der Hörfunkverbreitung bieten“, so Reinhold Albert, Direktor der NLM. Mit dem Projekt wird die bereits 1995 begonnene und in den Jahren 1998, 2001 und 2005 weitergeführte Studie zur Entwicklung der Hörfunklandschaft Niedersachsen fortgesetzt.

Radiohersteller auf der IFA: Multifunktionsgeräte sollen den digitalen Neustart unterstützen



Pure-Manager Ralf Reynolds

Wer sich auf der IFA 2008 darüber informieren wollte, welche digitalen Radiogeräte derzeit auf dem Markt sind, hatte zwei Möglichkeiten. Entweder er versuchte direkt bei den einzelnen Geräteherstellern an Informationen zu gelangen, oder er informierte sich direkt am Digital Radio-Stand der DAB-Sendernetzbetreiber in Halle 2.2. Für fachkundige Besucher stand zunächst die Frage: gibt es bereits DAB+ - fähige Geräte und wie meistern die Hersteller den möglichen Übergang von DAB und DAB+.

Gut aufgestellt zeigte sich PURE Digital mit einem eigenen Stand vis à vis zum Digital Radio-Stand in Halle 2.2. Besonderes Interesse erweckte das EVOKE flow bei Fachhändlern und Programmanbietern, ein digitaler Alleskönner, der sowohl UKW und DAB empfängt, aber auch Internetradio und Podcasts. Das freute insbesondere die Radioveranstalter, die derzeit euphorisch im „Internetradio“ das Allheilmittel für die Digitalisierung des Hörfunks sehen. Ralf Reynolds, Sales und Marketing Manager bei PURE Digital verfolgt eine klare Zielstellung und bleibt auf dem Boden der Tatsachen: „Für uns ist das EVOKE flow viel mehr als nur ein Webradio. Das Internetradio ist für uns lediglich der Weg, DAB weiterhin pushen zu können.“ So lange der Verbraucher noch nicht weiß, ob und wann in Zukunft DAB+ eingeführt wird, halten sie sich verständlicherweise beim Kauf zurück. „Trotzdem können die Kunden jetzt schon Multifunktionsgeräte kaufen, die eine Vielzahl von Radioprogrammen über die verschiedenen Übertragungsplattformen empfangen. Dabei ist es egal, in welchem Bundesland die Kunden wohnen“, erklärt Reynolds. Alle Geräte, die jetzt angeboten werden, sollen ab Oktober 2008 per Software Update auch DAB+-tauglich werden.

Die Firma Bosch/Blaupunkt, lange Zeit bekannt für offensives Marketing für ihre DAB-Autoradios, war in diesem Jahr mit einem recht kleinen Stand auf der IFA vertreten, den man geradezu suchen musste. Ein



Verbraucherinteresse für neue digitale Radiogeräte

gener Blaupunkt-Vertreter war nicht vor Ort, lediglich Mitarbeiter der Firma Lexxum, die seit neuestem den Vertrieb von Bosch/Blaupunkt-Geräten für mittelständische Fachhändler übernommen haben. Bei der Frage, ob DAB-Autoradios auf der IFA ausgestellt werden, bekam man von den Lexxum-Mitarbeitern zunächst nur fragende Blicke als Antwort und die Gegenfrage, ob man denn auch an Navigationsgeräten interessiert sei. Schlussendlich fand sich dann doch noch ein Gerätecatalog, in dem mit dem Nashville 47 zumindest auch ein DAB-Autoradio vorgestellt wurde.

Mit einer eigenen Messepräsenz auf dem Digital Radio-Stand war die Firma Alan Electronics auf der IFA vertreten. „Wir sind jetzt das zweite Jahr am Digital Radio-Stand und der Standplatz in unmittelbarer Nähe zur ARD war gut ausgewählt“, freut sich Christine Albrecht, Geschäftsführerin von Alan Electronics. Das Feedback der Fachhändler und der Besucher wertet sie allerdings als „vorsichtig abwartend“. So lange sich die öffentlich-rechtlichen Programmveranstalter nicht klar zum Neustart von Digital Radio positionieren, seien auch die Händler und Endkunden zurückhaltend. Darum setzt auch ihre Firma auf Kombigeräte, wie das Albrecht DR 315. Dieses Gerät ist DAB-, Internet- und UKW-Radio im einem. Der Kontakt zum Internetradio erfolgt entweder per LAN oder per WLAN. „Ab der nächsten Lieferung sind unsere Geräte auch DAB+-upgradefähig, kündigte Christine Albrecht an.

Direkt am Digital Radio-Stand präsentierten die Aussteller eine Auswahl von zehn verschiedenen digitalen Radiogeräten, die nach den Kriterien „Neu“, „DAB+-fähig“ und „mit besonderen Features“ ausgewählt waren. So war auch hier beispielsweise ein Multi-normgerät von TechniSat zu sehen oder aber auch das erste Solar-Energiespar-Radio „solarDAB“ von Roberts. Vertreter des britischen Radioherstellers nutzten die IFA, um sich in Gesprächen mit Experten mit dem deutschen Radiomarkt vertraut zu machen. ■

Im Hinblick auf den aktuell anstehenden 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, in dem auch das Online-Engagement der öffentlich-rechtlichen Sender neu definiert werden soll, sieht der ARD-Vorsitzende die Gefahr, „dass jetzt in einer Schlusshektik Deals zustande kommen, die dann von uns nur schwer korrigierbar sind“. Insgesamt kritisierte Raff den derzeitigen Entwurf als „zu kleinteilig“, er enthalte „kaum nachvollziehbare Reglementierungen“. Kritik üben die ARD-Intendanten vor allem an dem geplanten Verbot „elektronischer Presse“, diese Formulierung bezeichnete Raff als „zu schwammig“. Zeitungverleger und Privatsender fürchten eine starke Verzerrung des Wettbewerbs, wenn ARD und ZDF Online-Angebote aus Gebühren-Geldern finanzieren, die ohne Bezug zu den gesendeten Inhalten in direkte Konkurrenz zu den privaten Online-Medien treten. Rundschau-online.de am 11.09.2008 über ein Ergebnis der ARD-Hauptversammlung in Brüssel

Statt an Verboten zu feilen, wäre es eher zukunftsweisend, wenn sich alle, die an einem solch neuartigen Kooperationsmodell interessiert sind, über die Abgeltung der Urheberrechte verständigen. Statt über eine Sieben-Tage-Regelung zu sinnieren, nach der Angebote von ARD und ZDF nach Wochenfrist aus dem Netz zu nehmen sind, spricht viel dafür, diese Inhalte auf möglichst vielen Portalen dauerhaft zugänglich zu machen. Je mehr Substanz ein Beitrag hat, desto häufiger wird er über längere Zeiträume nachgefragt. Wer den Bildungsauftrag der Medien ernst nimmt, muss den Kern des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – Information und Kultur – ohne Einschränkung von der 7-Tage-Frist freistellen. Zur Zeit sind dazu noch Ausnahmegenehmigungen einzuholen, die Bürokraten erfreuen und Journalisten nerven.

Tagesspiegel.de am 06.09.2008 mit einer Kolumne von Ernst Eiltz, Intendant von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur, zum Streit über die öffentlich-rechtlichen Angebote im Internet

Seit 20 Monaten muss die BBC einen Public Value Test (PVT) für neue Angebote durchführen lassen. Auch alle bisherigen Programme stehen auf dem Prüfstand und werden innerhalb von jeweils fünf Jahren immer wieder evaluiert. (...) Hilker kritisiert auch die geplante personelle Besetzung der Kontrollgremien: Während die deutschen Intendanten darüber stritten, ob und für welche Fragen externer Sachverständigen zugelassen werden solle, ist dies in Großbritannien selbstverständlich. „Dem Trust stehen festangestellte Experten zur Verfügung, über Gutachten kann er auf weitere beauftragen. In Deutschland sollen die ehrenamtlichen Rundfunkräte den Drei-Stufen-Test durchführen, während in Großbritannien den de facto halbtags tätigen zwölf Trustmitgliedern 60 festangestellte Fachkräfte zur Seite stehen“, kritisiert der Politiker.

Digitalfernsehen.de am 09.09.2008 über die Ansichten des sächsischen Medienpolitikers Heiko Hilker (die Linke) zum geplanten Drei-Stufen-Test für neue digitale Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender

Digitale Dividende versetzt Branche in Goldrausch

Jetzt werden die Claims abgesteckt

Auf 70 Milliarden Euro in den kommenden 20 Jahren veranschlagt die EU-Kommission europaweit das wirtschaftliche Potenzial, das mit der Digitalen Dividende - dem durch die Digitalisierung freiwerdenden Frequenzspektrum - entsteht. Die Hälfte dieser Kapazitäten will Medienkommissarin Viviane Reding nun dafür nutzen, um die europäische Landbevölkerung bis 2010 mit mobilem Breitband-Internet zu versorgen (siehe auch Interview in unserer IFA-Ausgabe). Während Schweden, Dänemark und Frankreich mitmachen wollen, liegen sich in Deutschland die Marktbeteiligten weiter in den Haaren.

Gleich zu IFA-Beginn hat Friedrich P. Jousen, Vorstandschef von Vodafone in Deutschland, den EU-Vorschlag aufgegriffen und in einem Interview mit Deutschlandradio eine bessere Internetversorgung des ländlichen Raumes mit Breitbandverbindungen gefordert. Etwa 10 Prozent der ländlichen Gebiete haben bisher keine entsprechende Infrastruktur. Die Gebiete sollten künftig über Funkfrequenzen versorgt werden.

Jousen sprach sich dafür aus, die benötigten Übertragungsfrequenzen aus dem Fernseh- und Rundfunkband zu versteigern.

„Das durch die Umstellung von analog auf digital freiwerdende Frequenzspektrum, müsse weiterhin für Rundfunkangebote genutzt werden“, macht ARD-Chef Fritz Raff, der auch gleichzeitig Vorsitzender des Digitalausschusses von ARD und ZDF ist, den Anspruch der öffentlichen-rechtlichen Sender deutlich. Auf dem Presseforum IFA 2008 äußert er sich besorgt über die Vorstöße der Telekommunikations- und Mobilfunkunternehmen, die Teile der Digitalen Dividende für rundfunkfremde Dienste beanspruchen. Die angebliche Versorgung des ländlichen Raumes mit breitbandigem Internet diene nur als Vorwand.

Ganz will die ARD aber offensichtlich den Stab nicht über dem mobilen Breitband-Internet in der Provinz brechen. So verriet RBB-Betriebsdirektor Nawid Goudarzi während der Medienwoche Berlin-Brandenburg, einem Kongress, der parallel zur IFA stattfand, dass sich sein Haus zumindest „konsultativ“ an einem Versuchsprojekt beteiligt, das Anfang Dezember im Raum Wittstock startet. Auch die Rundfunkanbieter seien darin interessiert, dass ein Zugriff auf ihr Programm über das Internet bestehe und Lücken bei der Breitbandversorgung geschlossen werden, so Goudarzi. An dem



Matthias Kurth, Präsident der Bundesnetzagentur

Wittstocker Projekt, bei dem mobiles Breitbandinternet ein Jahr lang über nicht benötigte Rundfunkfrequenzen getestet wird, ist neben der Medienanstalt Berlin-Brandenburg mit T-Mobile auch ein Mobilfunkunternehmen beteiligt.

Für RTL unterstrich während der Medienwoche Tobias Schmid, Leiter Medienpolitik, den digitalen Frequenzbedarf. Noch sei allerdings schwierig einzuschätzen, was der Rundfunk beispielsweise für DVB-T brauche. Hier liegen die Privaten zwar noch zurück, wollen aber den Ausbau zumindest in den Ballungsräumen vorantreiben. Die nächste Region sei Halle/Leipzig, kündigte Schmid an.

Der Präsident der Bundesnetzagentur, Matthias Kurth, versuchte die Wogen zu glätten. Auch er war Gast der Medienwoche. So verwies er auf noch völlig brachliegende Frequenzen und stellte zudem in Aussicht, dass die Bundeswehr bis 2012 von ihr genutzte Kanäle räumen würde. Von einer Versteigerung der Frequenzen hält Kurth derzeit nicht viel. Ein solcher Schritt käme erst als letztes in Frage. ■

Anzeige



Im Juni 2008 wurde DVB-H in Österreich durch MEDIA BROADCAST und seine Partner offiziell gestartet.

Die Vermarktung unterstützt MEDIA BROADCAST mit einem neuen Handy-TV Portal das jetzt freigeschaltet wurde.

[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
Tobias D. Höhn, Kathrin König, Nikola Marquardt

Fotos
Seite 1: ARD
Seite 4: Medienboard/Uwe Völkner

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: 11.09.2008

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.