

PRESSE MITTEILUNG



Digital Radio „ON AIR NOW“: Aufwind im Süden - Flaute im Norden

TERRATEC Electronic wird Mitglied der IMDR

Frankfurt am Main, 26. Juli 2001. Dass man mit gebündelten Kräften mehr erreicht, demonstriert derzeit die Initiative Marketing Digital Radio (IMDR). Mit der jüngst angelaufenen Einführungskampagne pro Digital Radio ist das Interesse der Öffentlichkeit am Hörfunkstandard der Zukunft neu erwacht. Damit steigt auch der Druck auf die verschiedenen Marktteilnehmer, die Entwicklung ihrer Digital Radio-Angebote schneller voranzutreiben. Am Markenaufbau von Digital Radio beteiligen sich auf Seiten der Gerätehersteller neben Blaupunkt, Grundig, Kenwood und Pioneer jetzt auch TERRATEC Electronic (www.terratec.de). Das Unternehmen aus Nettetal am Niederrhein hat sich auf die Entwicklung und den Vertrieb von Soundkarten, MP3-CD-Playern, WebCams, TV- und Video-Karten sowie Multimedia-Zubehör spezialisiert und ist darüber hinaus im Bereich der Digital Radio-Technologieentwicklung aktiv.

Digital Radio – ON AIR NOW

Das neue Bewusstsein für Digital Radio will sich die IMDR zunutze machen und endgültig mit alten Vorurteilen aufräumen. Im Mai verabschiedete die Interessengemeinschaft eine auf drei Jahre angelegte Kampagne, die Digital Radio im Markt bekannt und erlebbar machen soll. Gestartet wurde jetzt die erste Anzeigenserie mit vier Motiven und dem übergreifenden Slogan: „Digital Radio – On Air Now“. Der Werbeauftritt von der Hamburger Agentur Büro X markiert einen ersten Höhepunkt innerhalb der breit angelegten Marken-Kampagne mit eigenem Logo, Anzeigenmotiven, Hörfunkspots, Handelskommunikation und dem Online-Auftritt

PRESSE MITTEILUNG



www.digitalradio-info.de.

Etappenziel Internationale Funkausstellung

Auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin vom 25. August bis zum 2. September dieses Jahres wird ebenfalls die Werbetrommel für Digital Radio gerührt. Am ersten Tag der Messe wird die IMDR im Rahmen einer Pressekonferenz eine erste Bilanz ihrer Aktivitäten ziehen. Einen Tag später findet die Preisverleihung des Digital Radio Kunst- und Medienpreises „On Air Now“ statt. Als Neuheit wird auf der IFA die Einbettung von Hörfunk-Add-Ons in ein Hauptprogramm vorgestellt. Dieses „2S“ genannte Digital Radio-Feature kann als echte Innovation bezeichnet werden.

Fortschritte in Hessen, Rheinland-Pfalz und Berlin-Brandenburg

Mit dem ersten Hessen Digital Radio Day am 16. August 2001 feiert die Hessen Digital Radio GmbH im großen Stil in der Frankfurter Zeil-Galerie den Start des Regelbetriebes. Ab sofort sind die Sender Hit Radio FFH, das Wirtschaftsradio der FAZ, der Jugendsender planet radio und der Oldiesender RTL auch digital zu empfangen. In den nächsten Wochen fällt ebenfalls der Startschuss für Digital Radio in Rheinland-Pfalz. Hier wurden auf Initiative der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) die Verhandlungen über die Aufteilung der Übertragungskapazitäten zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern abgeschlossen. Damit beginnt das Bewerbungsverfahren für die privaten Sender. Die Entscheidung über die Vergabe der Sendepplätze fällt im September dieses Jahres. Die Digital Radio Südwest GmbH wird den Sendernetzbetrieb noch 2001 aufnehmen. Erfreuliches gibt es auch aus Berlin-Brandenburg zu vermelden: Hier fördert die Medienanstalt die Einführung des Regelbetriebes von Digital Radio für die beteiligten privaten Hörfunkveranstalter mit einem Betriebskostenzuschuss zwischen 45 und 65 Prozent der Verbreitungskosten. Der Förderzeitraum ist zunächst auf drei Jahre

PRESSE MITTEILUNG



begrenzt, bis zum Jahr 2003.

ARD unterstützt Digital Radio

Der Zuwachs an digitalen Programmangeboten und Geräten entspricht dem allgemeinen Trend: Der Südwestrundfunk hat vor wenigen Tagen angekündigt, dass er das Programmangebot für Digital Radio durch ein innovatives Informations- und Kulturformat bereichern will. Im Süden, Westen und Osten der Republik formiert sich damit eine breite Front an Befürwortern von Digital Radio. Dazu Volker Steiner, Sprecher der IMDR: „Wir sind froh, dass die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten zunehmend dazu übergehen, den für die Einführung des Digital Radio bestimmten Gebührenanteil auch entsprechend einzusetzen. Die Unterstützung aus den Reihen der ARD ermutigt uns, den eingeschlagenen Weg weiterzuverfolgen.“ Steiner wertet dies als entscheidendes Signal an den Verbraucher: „Mit Zunahme der Programmangebote wächst auch stetig die Attraktivität des neuen Mediums.“

Anlass zur Sorge geben ihm in dieser Hinsicht lediglich die Bundesländer im Norden, in denen die Entwicklung eher schleppend vonstatten geht:

„Das Nachsehen haben eindeutig die Hörer und es kann politisch nicht gewollt sein, dass die Hörfunklandschaft in Deutschland zum Zwei-Klassen-System wird. Der Digital Radio-Zug hat seine Fahrt aufgenommen, die Programmveranstalter im Norden müssen einfach auf den fahrenden Zug aufspringen, die IMDR lädt sie dazu ausdrücklich ein.“

DLM spricht sich für Digital Radio aus

Das Digital Radio kommt, daran besteht kein Zweifel mehr - erst vor wenigen Wochen hat sich die verantwortliche Direktorenkonferenz der Landesmedien-anstalten (DLM) erneut ausdrücklich für Digital Radio ausgesprochen.

PRESSE MITTEILUNG



Zentrale Informationsplattform der Kampagne ist der Online-Auftritt www.digitalradio-info.de mit einem umfangreichen Serviceangebot, das von einer Übersicht über das Händlernetz über FAQs bis hin zu Informationen über aktuelle Programme und Endgeräte reicht. Aktuelles Bildmaterial steht hier zum Downloaden zur Verfügung.

Kontakt:

Leipziger & Partner
Martin Gehl
Tel: 069 / 75804 – 200
Fax: 069 / 73 18 72
e-Mail: MartinGehl@leipziger.de