



Pressemitteilung Hessen Digital Radio GmbH

## **Das Radio der Zukunft braucht neue Inhalte – Neue Radioformate auf Frankfurter Zukunftssymposium Digitaler Rundfunk vorgestellt**

**(Frankfurt am Main, 27. 11. 2003) Neue Inhalte werden ausschlaggebend für den Erfolg des Digital Radios in Deutschland sein. Zu diesem Ergebniss kamen Manager und Visionäre der unterschiedlichsten Wirtschaftsbereiche auf dem Frankfurter Zukunftssymposium am 26. November in Eltville. Einen Tag lang tauschten sich auf Schloss Reinhartshausen Rundfunk-Strategen und Manager aus branchenfremden Bereichen über neue Geschäftsmodelle im Bereich des Digitalen Rundfunks aus. Erstmals diskutierten Radio- und Fernsehveranstalter, Wissenschaftler, Manager der Automobil-, Computer- und Musikindustrie, Vertreter des Handels, Financiers sowie Marketing- und Vertriebsexperten in dieser Branchen-Konstellation über neue Geschäftsmodelle, die sich auf Grund der Digitalisierung von Radio und Fernsehen ergeben.**

"Wir haben kein Formatradio, aber wir werden eines kriegen", sagte Dr. Hartmut Spiesecke vom Bundesverband der Phonografischen Wirtschaft auf dem Frankfurter Zukunftssymposium Digitaler Rundfunk am 26. November. Bisher gebe es zu wenig Programmviefalt in der deutschen Rundfunklandschaft. "Genau darin liegt die Chance für Digital Radio", so Spiesecke weiter.

Auf Inhalt und klare Zielgruppen setzt auch Thomas Röhlinger, Geschäftsführer des nicht-kommerziellen Kinderradios RADIJOGO. "Wir brauchen neue Formate und müssen weg vom Einheitsbrei für die Massen", sagte Röhlinger. Dadurch ließen sich neue Synergien und Geldquellen erschließen.

Am Rande der Veranstaltung stellte Kaufradio-Geschäftsführer Oliver Dunk sein Konzept vor. "Die Zukunft des Radios ist digital, der Grundstein für neue Technologien wird jetzt gelegt", erklärte Dunk.

Beide Radiosender – das Kinderradio „RADIJOGO“ und das „Kaufradio“ - sind seit diesem Jahr im Digital Radio von Berlin zu hören.

Auch die Geräteindustrie sieht für den Markterfolg von Digital Radio neben der leichten Bedienung der Geräte die neuen Inhalte. "In England hatten wir zuerst den Inhalt und dann den Massenmarkt", sagte Ralf Reynolds von der englischen Technologie-Schmiede PURE Digital. Seine Firma verkaufe mittlerweile in Großbritannien 25.000 Geräte pro Monat. Großbritannien gilt schon seit Jahren als Vorzeigeland für Digital Radio in Europa.

Auch KarstadtQuelle New Media setzt bei seinen neuen Vertriebskonzepten auf das Medium Radio – Rainer Hohler, Director New Channels bei KarstadtQuelle New Media lud die Beteiligten des Frankfurter Zukunftssymposiums zu gemeinsamen Gesprächen über eine denkbare Hörfunk-Kooperation ein.

Ansprechpartner für die Presse: Dipl.-Journ. Nikola Marquardt  
\*\*\* Tel: 0177 / 5 12 58 63 \*\*\* Email : [presse@zukunftssymposium.de](mailto:presse@zukunftssymposium.de)