



Pressemitteilung

Initiative Marketing Digital Radio

Bundesweit einheitliches Vorgehen bei der Ausrichtung von Digital Radio gefordert – Alleingang einzelner Bundesländer verunsichert die Marktpartner

(Bonn, 24.11.2004) Die Initiative Marketing Digital Radio hat das isolierte und unabhgestimmte Vorgehen einzelner Bundesländer bei der Markteinführung von Digital Radio scharf kritisiert. „Für die Zukunft von Digital Radio in Deutschland ist es unerlässlich, zusammen mit Politik, Industrie, Netzbetreiber und Programmveranstaltern an einem Strang zu ziehen. Alleingänge einzelner Bundesländer verunsichern die Marktpartner“, sagte IMDR- Vorstandsvorsitzender Helmut Egenbauer. Damit reagiert die IMDR auf eine gestern bekannt gewordene Veröffentlichung der Medienanstalt Berlin Brandenburg (mabb), wonach der bisherige „Ansatz von DAB“ in Deutschland nicht weiter verfolgt werden soll.

Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg hat offenbar ohne jede Abstimmung mit den betroffenen Rundfunkanstalten oder der Kfz- und Geräteindustrie in Deutschland in einer Presseerklärung dazu aufgefordert, das europaweit standardisierte Digital Radio (DAB) einfach aufzugeben, obwohl das Sendernetz fast flächendeckend aufgebaut ist. Stattdessen soll im deutschen Alleingang auf bislang noch nicht standardisierte und europaweit auch noch nicht vereinbarte Alternativlösungen ausgewichen werden. Für diese Alternativlösungen, so die IMDR, gibt es allerdings noch kein Sendernetz, keine Sendefrequenzen, keine Endgeräte und damit ist auch kein Markt vorhanden.

Seit der Bekanntgabe des Einführungsbeschlusses der Bundesregierung für Digital Radio anlässlich der EXPO 2000 haben Automobil- und Geräteindustrie die umfassende Einführung von Digital Radio vorbereitet. Den zuständigen Staatskanzleien der Länder wurde von der Industrie immer wieder die notwendigen langen Vorlaufzeiten der Automobilindustrie mitgeteilt. Die Ministerpräsidenten der Länder haben sich außerdem erst am 17.06.2004 darauf verständigt, sich bei der Zuteilung weiterer Frequenzen auf der europäischen Frequenzkonferenz 2006 für Digital Radio einzusetzen.

Die Situation in vielen europäischen Ländern ist ganz anders als in Deutschland: In Großbritannien kauft niemand mehr HiFi-Geräte ohne Digital Radio-Funktion. Dänemark hat ab 1. Dezember 17 flächendeckende öffentlich-rechtliche Digital Radio-Programme. Holland, die Schweiz, Belgien, Portugal und viele andere Länder sind praktisch flächendeckend mit Digital Radio versorgt, wiederum andere haben ihre Einführungsbeschlüsse bekräftigt. China und Korea werden die DAB-Technik nutzen und damit dann sogar Fernsehen übertragen.

In Deutschland hingegen wurde von vielen Rundfunkanstalten die Chance, die Digital Radio am Markt bietet, nicht erkannt. Digital Radio wurde nicht offen genug kommuniziert, obwohl sie Programme und Dienstleistungen anbieten.

Die Haltung der Medienanstalt Berlin-Brandenburg ist umso unverständlicher, als das die MABB für die Markteinführung von DVB-T in Berlin aktiv mit erheblichen finanziellen Mitteln für Marketing eine Vorreiterrolle eingenommen hat. Diese bringt sie aber im Rahmen einer bundesweiten DAB-Einführung nicht ein.



Pressemitteilung

Initiative Marketing Digital Radio

Internationale Fachgremien sind sich einig, dass Digital Radio nicht mehr nur „Digital Audio Broadcast“ ist, sondern mehr. Die Erweiterung zu DMB (=Digital Multimedia Broadcast) wurde vor kurzem auf den Medientagen in München gezeigt. Dies wird von Korea und China aufgegriffen, die ja stets nur die modernsten Verfahren einsetzen wollen.

Datendienste über DAB – gerade auch mit Bilddarstellung auf Mobiltelefonen, PDAs oder Navigationsgeräten – werden in Deutschland daher auch keineswegs abgeschaltet, sondern mit Unterstützung der Europäischen Union eingeführt. Unterstützung hat in der letzten Woche auch Bundesverkehrsminister Stolpe zugesichert.

Aus Sicht der IMDR kann DAB nicht so rigoros eingeführt werden wie DVB-T in Berlin. Digital Radio (DAB, DRM) wird langfristig flächendeckend nicht nur in Deutschland, sondern weltweit eingeführt.

Wenn Deutschland solche Alleingänge, wie die von der MABB vorgeschlagen, zulässt, gerät die Industrie ins Hintertreffen und Deutschland wird eine technologische Insel.

Über die IMDR:

Die Initiative Marketing Digital Radio als Gemeinschaft der Industrie, Netzbetreibern und Programmanbietern fördert die Verbreitung von Digital Radio. Mehr Informationen gibt es online unter www.digitalradio.de mit einem umfangreichen Serviceangebot und Informationen über aktuelle Programme, Geräte und Händleradressen.

Pressekontakt

IMDR GmbH

Geschäftsführer Axel Rudolph

Telefon: 0228 / 70 93 54 90

Email: axel.rudolph@digitalradio.de