



Interview

Eigener Verbreitungsweg für digitales Radio bleibt auch in Sachsen-Anhalt medienpolitisches Ziel



Staatsminister Rainer Robra

Der Chef der Staatskanzlei von Sachsen-Anhalt, Staatsminister Rainer Robra, hat Rundfunkveranstalter, Geräteindustrie und Netzbetreiber aufgerufen, sich möglichst bald auf ein gemeinsames Digitalradiosystem festzulegen. Im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk machte der Minister deutlich, dass ein eigener Verbreitungsweg für digitales Radio weiterhin medienpolitisches Ziel bleibe. Zugleich erneuerte Robra seine Ankündigung, den festgelegten Zeitpunkt für die Abschaltung der analogen Rundfunkübertragung aus dem Landesmediengesetz zu streichen.

Herr Staatsminister, Ihre Ankündigung, den auf 2010 festgelegten Zeitpunkt der Digitalisierung in Sachsen-Anhalt aufzuheben, hat für große Aufregung in der Branche gesorgt. Sehen Sie die Digitalisierung des Hörfunks tatsächlich gefährdet?

Rainer Robra: Aufgehoben wird der bisherige § 34 Abs. 1 Satz des Mediengesetzes, wonach spätestens ab dem 01.01.2010 die terrestrische Übertragung von Rundfunkprogrammen in Sachsen-Anhalt ausschließlich in digitaler Form zu erfolgen hat. Diese schon im Jahr 2000 mit weiteren Begleitregelungen geschaffene Vorschrift war ein bundesweit wahrgenommenes Signal, dass es zur Digitalisierung des Rundfunks keine Alternative gibt. Dafür wurde Sachsen-Anhalt zunächst belächelt, heute ist diese Erkenntnis allgemein unbestritten. Die Erfolgsbilanz in Sachsen-Anhalt ist beeindruckend: DAB ist technisch flächendeckend ausgebaut, bei DVB-T wird die letzte Lücke in diesem Jahr geschlossen. Aber nicht nur bei der Terrestrik sieht es gut aus: Die vielen mittelständischen Kabelnetzbetreiber haben bei uns schon seit langem in ihre Anlagen investiert, so dass auch auf diesem Gebiet kein

Nachholbedarf besteht. Alles in allem ist die gesetzliche Zielvorgabe damit schon vor dem Jahr 2010 erreicht worden. Neben diesen Erfolgen gibt es aber auch einen Misserfolg, und zwar die Akzeptanz des Digitalradios bei den Verbrauchern. Tatsache ist, dass es zum jetzigen Zeitpunkt unklarer ist als im Jahr 2000, welches digitale Radiosystem UKW ablösen soll und wann es marktreif ist. Die Länder sind dazu da, Rundfunk zu ermöglichen und nicht, Rundfunk zu verhindern. Deswegen wird es wie überall in Deutschland auch in Sachsen-Anhalt nach dem Jahr 2010 noch UKW-Radio geben müssen. Davor kann die Politik nicht die Augen verschließen und die Marktakteure sollten es auch nicht tun.

Bislang galt Sachsen-Anhalt stets als Musterland der Digitalisierung, so ging hier mit „Rockland Sachsen-Anhalt“ bundesweit der erste Radiosender in den digitalen Regelbetrieb. Warum will Sachsen-Anhalt seine Vorreiterfunktion aufgeben?

Die Landesregierung verfolgt generell eine aktive Technologiepolitik, z. B. indem sie im gesetzlichen Rahmen Investitionen fördert. ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

während sich die Radiobranche für den digitalen Neustart im kommenden Jahr rüstet, hat die Landesregierung von Sachsen-Anhalt angekündigt, den Abschaltzeitpunkt für die analoge Rundfunkübertragung aus dem Landesmediengesetz zu streichen. Ein politisches Signal, das in der Branche für Verunsicherung sorgt. Hatte doch Sachsen-Anhalt stets den Ruf, Vorreiter in der Digitalisierung des Rundfunks zu sein. Hier ging mit Rockland der erste Radiosender in den Regelbetrieb und Sachsen-Anhalt war das erste Bundesland, das den digitalen Umstieg ins Gesetz geschrieben hat. Das Land verabschiedet sich jedoch keineswegs von der Digitalisierung, wie in Medienberichten getitelt. Ein eigener Verbreitungsweg für digitales Radio bleibe medienpolitisches Ziel, stellt Staatsminister Robra klar (Interview Seite 1).

Auch seine Vorreiter-Rolle will Sachsen-Anhalt weiter einnehmen, beteuert MSA-Direktor Heine. Der Chef der Medienanstalt Sachsen-Anhalt verweist in diesem Zusammenhang auf die derzeit laufenden Vorbereitungen für ein tragfähiges Digitalisierungskonzept für den Hörfunk (Nachrichten Seite 2).

Mit einem „Call for Interest“ haben die Landesmedienanstalten Radioveranstalter aufgerufen, ihr Interesse für nationale und länderübergreifende terrestrische Hörfunkangebote zu bekunden. Bis Ende April haben interessierte Veranstalter nun Zeit, ihre Konzepte bei der Landesmedienanstalt Saarland (LMS) einzureichen, die die bundesweite Aktion koordiniert. Mit der Abfrage will die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) ermitteln, mit welchen Programminhalten Radioveranstalter künftig auf welche Weise Geld verdienen wollen und welche Übertragungstechnologien dafür in Frage kommen. In unserem Bericht auf Seite 3

haben wir erste Reaktionen interessierter Radioveranstalter zusammengefasst.



Herzlichst
Ihr Thomas Barthel

NACHRICHTEN

Sachsen-Anhalt wird auch weiterhin eine Vorreiterrolle bei der Digitalisierung des Rundfunks einnehmen. Wie Martin Heine, Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt, mitteilte, bedeute die geplante Aufhebung des Abschalttermins für analoge Rundfunkübertragung im Jahr 2010 nicht die Verschiebung des Digitalradios auf unbestimmte Zeit. Anders als beim Fernsehen benötige der digitale Umstieg beim Hörfunk mehr Zeit als vorausgeplant. Heine verwies auf die derzeit laufenden Vorbereitungen zur Entwicklung eines tragfähigen Digitalisierungskonzeptes für den Hörfunk und dessen Umsetzung im kommenden Jahr. Radio müsse digital werden, sonst verspiele die Gattung Hörfunk ihre Zukunftschance. Zugleich erinnert Heine an politische Vorgaben aus Brüssel, die eine EU-weite Abschaltung des UKW-Rundfunks für das Jahr 2015 vorsehen. Heine reagierte auf die Ankündigung der Landesregierung Sachsen-Anhalt, den für 2010 geplanten Abschalttermin für UKW aufgrund der schleppenden Digitalisierung des Radios aus dem Gesetz zu streichen.

Das Internetradio avanciert neben dem Rundfunkstandard Digital Audio Broadcasting (DAB) zu einer weiteren wichtigen digitalen Ergänzung von UKW. Das offenbart eine aktuelle Studie zum Nutzungsverhalten von Internetradio, die von dem deutschen Multimedia-Hersteller TerraTec Electronic und dem Westdeutschen Rundfunk (WDR) in Auftrag gegeben wurde. Gründe für das gute Abschneiden seien vor allem die hohe Programmvierfalt im Internet sowie die gute Klangqualität. Darüber hinaus zeigt die Studie, dass die Verwendung von PC-unabhängigen Endgeräten die Nutzung von Internetradio positiv beeinflusst. Demnach nutzten 86 Prozent der mit einem speziellen Empfangsgerät ausgestatteten Testpersonen täglich Internetradio, während bei den konventionellen PC-Nutzern lediglich 42 % täglich Radio über das Internet hörten.

Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) testet ab Anfang Juli in einem einjährigen Pilotversuch die Internetübertragung mittels DVB-T. Mit Hilfe der digitalen Frequenzen wolle man das schnelle Breitband-Internet auch in die bisher schlecht versorgten, ländlichen Regionen Brandenburgs bringen, so die Medienanstalt. Gegenüber den bislang genutzten Übertragungswegen biete DVB-T eine größere Reichweite und damit einen besseren Empfang in Gebäuden. Wie die mabb weiter mitteilte, wird mit dem nun angekündigten Testversuch zum ersten Mal in Europa eine Rundfunkfrequenz für breitbandiges Internet zur Verfügung gestellt. Mit ersten Testergebnissen wird im kommenden Jahr gerechnet. Laut Medienberichten plant auch die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK), die Internetübertragung via DVB-T-Frequenzen zu testen.

Dabei ist es häufig von Vorteil, Trends zu erkennen und neue Projekte frühzeitig mitzugestalten. Der bei uns erreichte Stand der Digitalisierung ist dafür ein insgesamt positives Beispiel. Die Wahrnehmung einer Vorreiterfunktion darf aber nicht zum Ergebnis haben, dass die hiesigen privaten Radioveranstalter durch eine Zwangsdigitalisierung in den wirtschaftlichen Ruin getrieben werden und der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Grundversorgungsauftrag nicht mehr erfüllen kann, während um uns herum auf analogen Wellen munter weiter gefunkt wird.

Im Hörfunk laufen derzeit die Vorbereitungen für einen Neustart der Digitalisierung im Jahr 2009. Wie kann und wird Sachsen-Anhalt diesen Prozess unterstützen?

Medienpolitisches Ziel bleibt die Bereitstellung eines für die Allgemeinheit überall technologisch frei zugänglichen digitalen Systems, das der Gattung Radio einen eigenen, nutzerfreundlichen, billigen und technisch sicheren Verbreitungsweg erhält. Die Bundesrepublik Deutschland hat sich international dafür eingesetzt, dass die notwendigen Sendekapazitäten für ein solches digitales System zur Verfügung stehen,

aber die tatsächliche Inanspruchnahme kann nur durch die Rundfunkveranstalter selbst erfolgen.

Mit welcher Kommunikationsstrategie kann die Umstellung von analog auf digital im Hörfunk gelingen, immerhin hat es doch auch bei DVB-T geklappt?

Ein Erfolgsfaktor bei der Einführung von DVB-T ist, dass die Nutzer ihre vorhandenen Fernsehgeräte behalten können. Mir hat bisher aber niemand die Frage beantwortet, weshalb es nicht auch möglich sein soll, digitale Set-Top-Boxen für die in den meisten Haushalten vorhandenen teuren Stereoanlagen anzubieten. Vielleicht sollten sich die Kommunikationsstrategen stärker mit den tatsächlichen Lebensgewohnheiten befassen, statt immer wieder neue technologische „Features“ anzupreisen, nach denen niemand gefragt hat. Solange die Ankündigung im Raum steht, dass die Verbraucher Millionen einsatzfähiger UKW-Empfänger wegwerfen müssen, werden auch weitere geplante Abschaltzeitpunkte immer wieder verstreichen. Ich empfehle daher, dass Rundfunkveranstalter, Geräteindustrie und Netzbetreiber möglichst bald festlegen, welches Digitalradiosystem sie anbieten wollen - UKW ist der Maßstab. ■

Interview

Medientreffpunkt Mitteldeutschland erstmals in der media city



Christian Schurig, Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Medientreffpunkt Mitteldeutschland

In Leipzig diskutieren vom 05. bis 07.05.2008 Experten aus Medien, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft über aktuelle Entwicklungen der Medien. Das Schwerpunktthema lautet „Wirklichkeiten und Wünsche - Wer will was wann.“ Der Medientreffpunkt, der in neuer Umgebung stattfindet, feiert in diesem Jahr zehnjähriges Jubiläum. „Der Mix von positiven Grundstimmungen scheint mir ein Geheimnis des Erfolges unserer Veranstaltungen zu sein. Man kommt gern nach Leipzig, wir bekommen in der Regel die Referenten, die wir für das Thema wünschen, weil sie etwas zu sagen haben“, so Christian Schurig, Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Medientreffpunkt Mitteldeutschland im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk.

Herr Schurig, Sie begehen in diesem Jahr das zehnjährige Jubiläum des Medientreffpunkts Mitteldeutschland (MTM). Welche Veränderungen hat die Veranstaltung in diesen Jahren durchlaufen und welche Aspekte haben sich seitdem Jahr für Jahr bewährt?

Christian Schurig: Dass Leipzig eine Messe wert ist, hat sich in den letzten Jahren gerade auch mit dem mitteldeutschen Medientreffpunkt als richtig und erfolgreich unter Beweis stellen lassen. Die Mischung aus Fachkongress für Entscheider und populären Veranstaltungen im Hauptbahnhof für Medienkonsumenten ist einmalig in Europa. ▶

Wir haben erfolgreich ein neues Kongress-element aufgenommen: Der Medientreffpunkt für junge Macher, Studenten und Praktiker.

In den vergangenen Jahren ist der MTM kontinuierlich gewachsen. Die Veranstaltung zählt mittlerweile zu den bedeutendsten und größten Medienkongressen der Bundesrepublik. Wie erklären Sie sich diesen wachsenden Erfolg?

Der Mix von positiven Grundstimmungen scheint mir ein Geheimnis des Erfolges unserer Veranstaltungen zu sein. Man kommt gern nach Leipzig, wir bekommen in der Regel die Referenten, die wir für das Thema wünschen, weil sie etwas zu sagen haben. Nicht zu vergessen sind die abendlichen Partys, bei denen schon so manche Allianzen geschmiedet, berufliche Stellen vergeben und private Partnerschaften begründet worden sind.

Der Medientreffpunkt richtet seinen Fokus nicht nur auf aktuelle Aspekte der Branche, sondern ebenfalls stets auch in Richtung Zukunft. Was halten die kommenden Jahre für die Veranstaltung parat?

Nichts ist in der Medienbranche beständiger als der Wandel. Die Digitalisierung ist technisch in „trockenen Tüchern“, aber im Anwendungssektor tut man sich schwer, wenn ich z.B. an den Hörfunk denke. Der Internet-journalismus wird die Konkurrenz zwischen privaten und gebührenfinanzierten Rundfunkveranstaltern verschärfen und das Nutzungsverhalten wird sich beim jungen und mittleren Alterssegment entscheidend verändern.

Genug spannende Themen für die nächsten 10 Jahre des MTM.

Der Medientreffpunkt Mitteldeutschland wird in diesem Jahr nicht wie traditionell im Hotel The Westin stattfinden, sondern erstmals in der media city. Warum war der Ortswechsel nötig und was versprechen Sie sich von dem neuen Veranstaltungsort?

Der 10. Medientreffpunkt Mitteldeutschland verlangt eine besondere Vorbereitung und nach unserer Auffassung eine besondere Location. Mit der media city sind wir in großzügigen Räumlichkeiten untergebracht und unmittelbar am elektronischen Medienprozess beteiligt. Näher an den Produzenten dran geht nicht. Selbstverständlich bleiben unsere Veranstaltungen im Hauptbahnhof.

Auch in diesem Jahr werden Experten aus Medien, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft wieder auf dutzenden Fachforen die unterschiedlichsten Aspekte der Branche beleuchten. Welche Veranstaltung erwarten Sie persönlich mit größter Spannung und warum?

Wir haben für die Zeit vom 05. bis 07.05.2008 fast 50 hochkarätig besetzte Foren und Panels vorbereitet. Der MTM wird sich sicher wieder als Trend-Setter bewähren, wenn ich z.B. an „Allianzen und Kooperationen im Internet“, an das „Mobile Fernsehen via Handy“ oder an die „Filmförderung“ denke. Besonders freue ich mich auf die Arena-Veranstaltung im Leipziger Bahnhof am 05.05.2008 zum Thema „Parlament oder Fernsehen - Wo findet die Demokratie statt?“. ■

PRESSESCHAU

Die im neuen Rundfunkänderungsstaatsvertrag geplanten Einschränkungen der Online-Angebote von ARD und ZDF stoßen bei diesen weiterhin auf heftigen Widerstand. Anfang der Woche äußerte bereits ZDF-Intendant Markus Schächter in deftigen Worten seinen Unmut über den am Wochenende aufgetauchten Entwurf des neuen Rundfunkstaatsvertrages. Dieser sei ein „Maulkorb“, völlig inakzeptabel und eine „willkürliche Amputation“, so Schächter. Ins gleiche Horn stößt nun auch der SWR-Rundfunkrat, der in einem Appell an die Politik fordert, der öffentlich-rechtliche Rundfunk dürfe „nicht von der digitalen Zukunft im Internet abgeschnitten werden“. dwld.de am 04.04.2008 zum Widerstand der Öffentlich-Rechtlichen gegen den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Es ist soweit: Zehn Monate später als ursprünglich erhofft sendet der Web-TV-Dienst Zattoo nun auch das vollständige Programmpaket der deutschen öffentlich-rechtlichen Sender. Damit ist nun auch online zu sehen, was man sowieso schon empfängt: Auch im Web bleibt die TV-Landschaft nationalstaatlich zersplittert. Unter den zahlreichen Web-TV und IPTV-Diensten nimmt Zattoo eine Sonderstellung ein: Der seit März 2007 aktive Dienst streamt live die Programme zahlreicher Sender ins Netz. Der PC wird so zum TV-Ersatz, aber auch nicht mehr: Man kann die Sendungen weder on-demand abrufen, noch anhalten oder aufnehmen. (...) Zattoo ist nicht mehr und nicht weniger als ein alternativer Vertriebsweg für TV-Inhalte in Echtzeit-Ausstrahlung.

[Spiegel Online](http://SpiegelOnline.de) am 01.04.2008 zur Aufnahme der öffentlich-rechtlichen Sender in den Web-TV-Dienst Zattoo

Was in anderen Regionen noch einige Zeit in Anspruch nehmen wird, ist in Nordrhein-Westfalen bereits in Sack und Tüten. Die Umstellung von analogen Rundfunksignalen auf den modernen Digitalstandard DVB-T ist abgeschlossen. Nahezu flächendeckend werden Programme nun in digitaler Qualität empfangen, lautet das Arbeitsresümee des zuständigen Projektbüros und vermeldet, dass 96 Prozent der nordrhein-westfälischen Haushalte das digitale Antennenfernsehen nutzen. Ende März schloss das vor vier Jahren eigens gegründete Projektbüro endgültig seine Pforten. Auch die Info-Hotline für die Bürger ist abgeschaltet. Bürger, die dennoch Fragen haben, werden aber nicht alleingelassen. Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) wird als Ansprechpartner in Sachen DVB-T-Empfangbarkeit zur Verfügung stehen.

digitalfernsehen.de am 01.04.2008 zum Abschluss des flächendeckenden DVB-T-Ausbaus in Nordrhein-Westfalen

Bericht

Landesmedienanstalten machen mobil für den digitalen Neustart 2009

Bundesweiter „Call for Interest“ soll Interesse für nationalen Hörfunk abfragen



Dr. Gerd Bauer, DLM-Hörfunkverantwortlicher

Mit einem „Call for Interest“ ermittelt die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) derzeit das Interesse für bundesweite und länderübergreifende terrestrische Hörfunkangebote. Die Abfrage richtet sich an alle Hörfunkveranstalter, die länderübergreifende oder deutschlandweite digitale Radio-

programme planen oder eine Programmplattform betreiben wollen. Sie sind aufgefordert, bis Ende April neben einem Gesamtkonzept unter anderem Details zu Programminhalt, Finanzierung und Übertragungsstandard vorzulegen. Der „Call for Interest“ unterstreiche die Ernsthaftigkeit und Zielstrebigkeit der Landesmedienanstalten beim Start in eine hoffentlich erfolgreiche digitale Zukunft des Radios, erklärt Dr. Gerd Bauer, DLM-Hörfunkbeauftragter und Direktor der Landesmedienanstalt Saarland (LMS).

Die einzelnen Landesmedienanstalten setzen sich auf verschiedene Weise mit dem Papier auseinander. Einige, wie die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM), wollen die Ergebnisse der Umfrage abwarten und dann über das Vorgehen auf Landesebene entscheiden. ►

Andere wie die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) sitzen derzeit an Konzepten für die zur Verfügung stehenden landesweiten sowie regionalen Kapazitäten und beabsichtigen in nächster Zeit einen „Call for Interest“ für landesweite Angebote zu veröffentlichen. Weitere Medienanstalten wie die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) und die Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) haben den bundesweiten „Call for Interest“ bereits um eine entsprechende Aufforderung für ihre Länder ergänzt. „Ziel ist es, belastbare Aussagen der sächsischen Veranstalter zu dem von ihnen benötigten Kapazitätsbedarf zu erhalten, damit neben der bundesweiten Bedeckung 2009 in Sachsen auch eine private landesweite Bedeckung an den Start gehen kann, die im übrigen regionalisiert sein wird“, so Martin Deitenbeck, Geschäftsführer der SLM, der sein Vorgehen mit den anderen mitteldeutschen Medienanstalten abgestimmt hat.

Bei den Adressaten des „Call for Interest“ wird die Interessensbekundung positiv aufgenommen. „Nach Jahren der vorbereitenden Diskussion sollte sich damit rasch herauskristalisieren, ob und in welchem Umfang Hörfunk-Anbieter die zur Verfügung stehenden Frequenz-Kapazitäten in Band III nutzen wollen und können“, meint Dominik Kuhn, Pressesprecher DIGITAL 5 und Radio/Tele FFH. Michael Duderstädt, Leiter Kommunikation und Medienpolitik von RTL Radio Deutschland, sieht in den zur Verfügung stehenden digitalen Kapazitäten im Band III, insbesondere in einem nationalen Multiplex, großes Potenzial. Auch die Beteiligungsgesellschaft Regiocast plant, sich um Kapazitäten auf dem nationalen Multiplex zu bewerben. „Dann hoffen wir sehr, dass sich Medienaufsicht und Politik für eine möglichst dynamische und wirtschaftlich sinnvolle Aufstellung der digitalen Terrestrik entscheiden. Wir wollen loslegen“, so Boris Lochthofen, Leiter Medienpolitik bei Regiocast. ■

Porträt

Das „BILD-Radio“ - neue Konkurrenz für Radioanbieter?

Online-Radio mit hoher Reichweite und Möglichkeit der Individualisierung von Musik



Konzernzentrale Axel Springer AG

Der Axel-Springer-Verlag hat sein multimediales Angebot auf Bild.de weiter ausgebaut. Das News- und Entertainmentportal, das mit mehr als 620 Millionen Page Impressions (IVW März 2008) zu den reichweitenstärksten Online-Angeboten in Deutschland gehört, stellt seit Anfang März ein kostenfreies Online-Radio bereit. „BILD-Radio“ verspricht dem Nutzer Musik entsprechend dem individuellen Geschmack. „Der User muss sich nirgendwo registrieren, er kann sein BILD-Radio direkt mit einem Mausklick einschalten und seine Musik wählen“, erklärte Manfred Hart, Chefredakteur von BILD digital, zum Start. Gibt der Nutzer den Namen eines Interpreten ein oder entscheidet er sich für eines der sieben Genres, stellt BILD-Radio automatisch einen Titel-Mix zusammen und spielt diesen per Stream ab. Das zunächst auf sechs Monate ausgelegte Angebot wird in Kooperation mit last.fm realisiert, dem weltweit größten kostenfreien sozialen Musiknetzwerk. Nach Spiegel Online ist last.fm damit bereits auf einem zweiten reichweitenstarken News-Portal in Deutschland vertreten.

Trotz der hohen Reichweite und der Möglichkeit der Individualisierung von Musik sehen die etablierten Hörfunkveranstalter bisher keine

echte Konkurrenz in dem neuen Angebot: „Wir definieren Radio anders als last.fm beziehungsweise BILD-Radio“, meint Mario A. Liese, Geschäftsführer und Programmdirektor von radio SAW, „Radio ist ein Unterhaltungsprogramm, das den Hörer durch den Tag begleitet und nicht ausschließlich nur Musik aneinanderreicht.“ Auch der öffentlich-rechtliche Jugendsender MDR SPUTNIK steht BILD-Radio eher gelassen gegenüber: „SPUTNIK verfolgt ein völlig anderes, ein musikjournalistisches Prinzip, das weg geht vom Mainstream, hin zu Spezialsendungen, in denen es nicht nur Musik zu hören gibt, sondern jede Menge Informationen zur Musik“, so Programmchef Eric Markuse. Dass sich die Radiosender jedoch auf Zusatzinformationen und Höreransprache allein nicht ausruhen können, macht Guy Fränkel, Programmchef beim digitalen Sender Rock Antenne, deutlich: „Diese neue Konkurrenz zu ignorieren wäre falsch.“ Er sehe in der Internet-Radio-Entwicklung jedoch nicht nur eine heranwachsende Konkurrenz, sondern vor allem auch eine gesellschaftliche Entwicklung im Internet mit Chancen für den eigenen Sender. Diese Chance nutze Rock Antenne durch die Etablierung einer eigenen Rock-Community im Internet. Auch SAW und SPUTNIK verweisen bereits auf umfangreiche Online-Angebote.

Prof. Dr. Jo Groebel, der Direktor des Deutschen Digital Instituts, sieht die Radioanbieter indes vor Herausforderungen eines weitreichenden Umbruchprozesses mit neuen Wettbewerbern: „Wir sind momentan in einer Phase, wo sämtliche Medienarten crossmedial agieren. Von einer Einzelkonkurrenz kann keine Rede sein.“ ■

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
Claudia Kullick
Nikola Marquardt
Virginie Scheffler

Fotos
Seite 1: Staatskanzlei Sachsen-Anhalt
Seite 2: Medientreffpunkt Mitteldeutschland
Seite 3: Landesmedienanstalt Saarland
Seite 4: Axel Springer AG

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: 11.04.2008

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.