



DIGITAL RADIO  
MITTELDEUTSCHLAND

#### Interview

## Gute Chancen auf Projektmittel für Digital Radio

Nach Medienpolitikern nun Hörfunkveranstalter in der Pflicht

Im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk äußert sich der Vorsitzende der Rundfunkkommission der Länder, Kurt Beck, zuversichtlich, dass die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) doch noch die von der ARD beantragten Projektmittel für Digital Radio freigibt. Nach der Zuordnung der Übertragungskapazitäten für bundesweiten digitalen Hörfunk liege es nun an den Hörfunkveranstaltern, innovative neue Programmangebote zu konzipieren.



Kurt Beck, Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder

**Herr Ministerpräsident Beck, was bedeutet die Zuweisung der Übertragungskapazitäten für die geplante Einführung von Digitalradio plus in Deutschland?**

**Kurt Beck:** Auf der Ministerpräsidentenkonferenz am 30. Oktober 2009 in Mainz haben die Regierungschefs der Länder einstimmig über die Zuordnung der Übertragungskapazitäten für bundesweiten digitalen Hörfunk entschieden. Danach erhält das öffentlich-rechtliche Deutschlandradio ein Drittel der zur Verfügung stehenden Frequenzen und die Landesmedienanstalten bekommen für private Veranstalter bundesweiten Digitalradios zwei Drittel der Übertragungskapazitäten zugeordnet. Darauf hatten sich auch die Beteiligten selbst im Vorfeld verständigt. Gleichzeitig haben sich die Länder im Rahmen des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrages darauf geeinigt, dass die ARD-Landesrundfunkanstalten pro Land jeweils ein weiteres ausschließlich über Digitalradio plus verbreitetes neues Hörfunkprogramm veranstalten können. Damit hat die Medienpolitik die Rahmenbedingungen für den Start von Digitalradio plus geschaffen.

**Ist nun die Zeit reif, um – wie aktuell in Österreich – ein nationales Projektbüro einzurichten, das die Radiodigitalisierung moderiert und koordiniert?**

Meines Erachtens brauchen wir für die

Digitalisierung kein nationales Projektbüro. Auch die Einführung von DVB-T verlief ohne die Einrichtung eines solchen Büros erfolgreich. Wichtig ist vielmehr, dass jetzt innovative neue Angebote konzipiert werden. Dies bedeutet auch, dass für die privaten Veranstalter wirtschaftlich tragfähige Konzepte erforderlich sind. Nur bei einem gemeinsamen Vorgehen aller Beteiligten kann Digitalradio plus zum Erfolg werden.

**Welche Möglichkeiten sehen Sie, die Erlöse der Versteigerung von Rundfunkfrequenzen (790-862 MHz) für den Start von Digitalradio plus einzusetzen?**

Gar keine. Den Versteigerungserlös der Digitalen Dividende erhält der Bund. Zwischen Bund und Ländern wurde bereits vereinbart, dass sowohl Rundfunkbetreiber wie auch Betreiber von drahtlosen Mikrofonen eine angemessene Erstattung der Umstellungskosten, die ihnen durch die Vergabe der Digitalen Dividende entstanden sind, erhalten. Über die Verwendung darüber hinausgehender Beträge wird allein das Bundesfinanzministerium entscheiden.

**Wie sieht der Zeitplan der Länder zur Digitalisierung der deutschen Radiolandtschaft aus?**

Mit der Zuordnungsentscheidung der Ministerpräsidenten hat die Politik die ▶

#### EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit der Zuordnung der Übertragungskapazitäten für bundesweiten digitalen Hörfunk haben die Ministerpräsidenten Ende Oktober die Weichen für Digital Radio gestellt. Nach dieser Entscheidung sieht der Vorsitzende der Rundfunkkommission der Länder, Kurt Beck, gute Chancen, dass die ARD im zweiten Anlauf doch noch die beantragten Projektmittel von der KEF erhält. Den Start von Digitalradio plus direkt aus Versteigerungserlösen der Digitalen Dividende mitzufinanzieren, hält er allerdings nicht für möglich. Auch spricht sich Beck gegen die Schaffung eines nationalen Projektbüros zur Koordinierung der Radiodigitalisierung aus (Interview Seite 1).

Genau solch ein Gremium wird Österreich im Januar 2010 einrichten. Es soll aus Mitteln eines staatlichen Digitalisierungsfonds finanziert werden und auch den Pilotbetrieb von Digital Radio unterstützen. Dass auch in Deutschland eine bundesweite Plattform gebildet werden müsse, fordert der IMDR-Vorsitzende Michael Richter. Er empfiehlt, eine solche Plattform direkt nach der medienrechtlichen Frequenz-Ausschreibung zu installieren. Zu deren Finanzierung sieht Richter vor, auch Erlöse aus der Versteigerung der Rundfunkfrequenzen zu verwenden (Bericht Seite 3).

Unterschiedliche Geschwindigkeiten gibt es bei der Einführung von Digital Radio auf Länderebene zu verzeichnen. Während einige Landesmedienanstalten das Tempo forcieren, wollen andere abwarten, was die bundesweite Ausschreibung an Erfahrungen bringt. Als Termin für deren Veröffentlichung stellt der ZAK-Vorsitzende Thomas Langheinrich das Frühjahr 2010 in Aussicht (Bericht Seite 2).

Große deutsche Unternehmen setzen zunehmend auf bewegte Bilder, um Ihre Kunden zu erreichen. Dass Firmen-TV einmal am klassischen Fernsehen vorbeiziehen könnte, glauben zwar nicht einmal dessen Verfechter, wie zum Beispiel die Macher von BMW TV.



Doch Programmveranstalter befürchten jetzt schon Werbeeinbußen (Porträt Seite 4).

Eine aufschlussreiche Lektüre wünscht Ihnen Thomas Barthel.

Weichen für Digital Radio gestellt. Nun liegt die Umsetzung der Digitalisierung bei den Hörfunkveranstaltern.

**Welche Chancen sehen Sie jetzt, dass die KEF doch noch die von der ARD beantragten Projektmittel für Digital Radio freigibt?**

## Bericht

# Digital Radio: Neben bundesweiter bald auch landesweite Frequenz-Ausschreibung?

Landesmedienanstalten mit unterschiedlichem Tempo



Besonders für mobilen Empfang wichtig: Ab wann ist Digital Radio bundesweit zu empfangen?

Ende Oktober haben die Ministerpräsidenten der Länder einstimmig über die Zuordnung der Übertragungskapazitäten für bundesweiten digitalen Hörfunk entschieden. Zum nächsten Schritt – der medienrechtlichen Ausschreibung – sagt Thomas Langheinrich, Vorsitzender der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK): „Wir gehen von einem Ausschreibungstermin im Frühjahr 2010 aus.“ Die Anträge der Sender für eine bundesweite Verbreitung seien danach zentral an die saarländische Landesmedienanstalt zu richten. „Die Kommission für Zulassung und in letzter Instanz die Gremienvorsitzendenkonferenz werden dann über die Anträge entscheiden“, so Langheinrich. Den Neustart von Digital Radio hält er frühestens Anfang 2011 für realistisch.

Für den bundesweiten Radiomultiplex wurde bereits am 17. September der Netzbetreiber Media Broadcast zugelassen. „Wir erwarten,

Die ARD hat nach der Entscheidung der KEF angekündigt, einen neuen Projektantrag zu stellen. Da die Mittel für Digital Radio bereits in die Finanzplanung eingestellt worden sind, sehe ich gute Chancen für eine Freigabe der Projektmittel. ■

dass bei Nutzung des DAB+ Standards etwa 15 Hörfunkprogramme national angeboten werden“, erklärt Geschäftsführer Helmut Egenbauer. Dagegen ist unklar, wann und mit welchen finanziellen Mitteln die Anstalten der ARD pro Land je ein weiteres nur über Digitalradio plus verbreitetes neues Hörfunkprogramm starten werden. Und ob dazu ein neuer Antrag bei der KEF eingereicht wird. Zu beiden Fragen gab es von der ARD kein offizielles Statement.

Während dessen tut sich auf der Ebene der einzelnen Bundesländer einiges. Allen voran plant die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) die Ausschreibung weiterer Kapazitäten im landesweiten Digital Radio-Netz 12D. Diese will die BLM mittelfristig weitgehend privaten Anbietern zuordnen. Auch die Landesmedienanstalten in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen haben bereits ihren Bedarf für einen landesweiten Digitalradio-Multiplex bei der Bundesnetzagentur angemeldet. So plant die Sächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM), die Ausschreibung der Programmplätze zeitnah zur erwarteten Ausschreibung der ZAK für die bundesweite DAB-Bedeckung zu veröffentlichen. Die Bundesnetzagentur hatte das landesweite Frequenzvergabeverfahren am 18. November eröffnet. SLM-Geschäftsführer Martin Deitenbeck erwartet eine Entscheidung zu Beginn des kommenden Jahres. Die Medienanstalt

## NACHRICHTEN

Der Sitz des Initiative Marketing Digital Radio e.V. (IMDR) ist von Bonn nach Halle an der Saale verlegt worden. Auf ihrer Mitgliederversammlung, am 20. November in München, haben die Mitglieder der IMDR zudem einen neuen Vorstand gewählt. Als Vorsitzender wurde Michael Richter (Verein Digital Radio Mitteldeutschland) bestätigt, sein Stellvertreter bleibt Helwin Lesch (Bayerischer Rundfunk). Neu in den Vorstand gewählt wurden Thomas Wächter (MEDIA BROADCAST), Ralf Reynolds (Endgerätehersteller PURE digital) sowie Ulrich Hürter (sunshine live). Der neue Vorstand sieht seine Aufgabe zukünftig auch in der Gestaltung der Umsetzung der bundesweiten und landesweiten Ausschreibungen für Digital Radio. Außerdem will er die Kommunikation über digitale Übertragungstechnologien wie Radio per Internet, Radio über die digitale Terrestrik und die Telematik zusammenführen. Nicht zuletzt will der Vorstand das über Jahre hinweg aufgebaute personelle Know-how nutzen, um eine nationale, deutschlandweit agierende Plattform aufzubauen.

In Norwegen läuft digitales Radio offenbar dem Fernsehen den Rang ab. Nach Aussage von Gunnar Garfors von Norway's Mobil-TV war das auf dem DAB/DMB-Standard basierende „MiniTV“ als mobiles Fernsehangebot geplant, die eigentliche „Killerapplikation“ sei inzwischen jedoch das Radio: Außer sechs Fernsehangeboten werden von MiniTV im Raum Oslo 14 Radioprogramme über DAB verbreitet. Empfangbar ist das kostenlose Angebot über kleine Empfänger, die in der norwegischen Hauptstadt an jedem Kiosk zu kaufen sind. Dabei zeige das Beispiel, wie erfolgreich Digital Audio Broadcasting sein könne. Bewährt habe sich hier, dass öffentliche und private Programmanbieter bei der technischen Plattform zusammenarbeiten, aber mit ihren Programmen im Wettbewerb stehen.

## Anzeige



MKH 8050

Niemals näher  
am  
perfekten  
Sound



**SENNHEISER**

Die neue elegante MKH 8000-Serie. Hightech, die man hören kann. Die weltweit einzigartige HF-Kondensatortechnik sorgt für unnachahmliche Wärme, Transparenz und Dynamik. Für höchste Ansprüche – im Studio und auf der Bühne. Kurz: Mit den neuen MKHs wird Sound zum unvergesslichen Erlebnis.  
[www.sennheiser.de](http://www.sennheiser.de)

Mehr Infos hier.

Sachsen-Anhalt hält einen Neustart von Digital Radio auf Landesebene sogar schon im 1. Halbjahr 2010 für möglich. Über die Nutzung der privaten Kapazitäten und die einzelnen Ausbauphasen soll eine Verständigung noch 2009 erfolgen. In Thüringen erfolgte die Bedarfsmeldung Mitte November. Der Termin für die dortige fernmelderechtliche Ausschreibung steht noch nicht fest.

Dagegen hat die Mehrheit der Bundesländer aktuell keinen Bedarf bei der Bundesnetzagentur angemeldet. So sieht die Medienanstalt Berlin Brandenburg derzeit keine Notwendigkeit, die bereits im Jahr 1998 umgesetzten Bedarfsmeldungen von vier Bedeckungen

im Ballungsraum Berlin und zwei landesweiten Bedeckungen in Brandenburg zu erweitern. Auch die Landesmedienanstalt Saarland verweist auf die vergleichsweise gute Versorgung des Bundeslandes mit DAB-Programmen.

Ein Nord-Süd-Gefälle bei der landesweiten Einführung von terrestrischem Digital Radio beweisen die Einschätzungen der Landesmedienanstalten von Bremen, Hamburg/Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen. Diese erklären unisono, dass die Erfahrungen mit der bundesweiten Ausschreibung in die landesweiten Überlegungen einbezogen werden sollten. ■

## PRESSESCHAU

Die bisher für Wettbewerbsfragen zuständige [EU]-Kommissarin Neelie Kroes übernimmt den Bereich Informationsgesellschaft und Medien von Viviane Reding, die Justizkommissarin wird. Kroes leitet künftig auch die Europäische Agentur für Netz- und Informationssicherheit und die Generaldirektion für Informationsgesellschaft und Medien. Sie ist damit unter anderem für den Wettbewerb innerhalb der ITK-Industrie zuständig. (...) Viviane Reding ist in der neuen EU-Kommission für Justiz, Grundrechte und Bürgerrechte zuständig. Sie hatte in ihrer Amtszeit die neuen Telekommunikationsgesetze auf den Weg gebracht (...). Das Europäische Parlament muss der neuen Kommission im Januar noch seine Zustimmung erteilen. ZDNet.de am 30.11.2009 zu Kroes wird EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft

Das im Oktober von Pure angekündigte Sensia WLAN-Radio (...) soll nächsten Monat [Dezember] auf den Markt kommen. Neben seinem 5,7 Zoll großem Touchscreen-Display zeichnet sich das Gerät insbesondere durch die DAB+-Unterstützung sowie WLAN-Funktion aus. Durch verschiedene Applikationen (Apps) soll der Nutzer laut Hersteller auch auf Online-Communities wie Twitter oder Facebook zugreifen können. (...) Für digitalen Empfang stehen DAB und DAB+ zur Verfügung. Das Display bietet eine Auflösung von 640 x 480 Pixeln und soll sich mit einfachen Berührungen steuern lassen.

player.de am 25.11.2009 über WLAN-Radio mit Touchscreen und DAB+ von PURE Digital

Die Mugler AG bewirbt sich nach dem Zuschlag in Leipzig auch um den Netzbetrieb für DVB-T in den fünf neuen sächsischen Regionen Dresden, Chemnitz, Zwickau, Görlitz und Plauen-Auerbach. (...) Das Technikkonzept sei unabhängig von der Verbreitungstechnik und für DVB-T, DVB-T2, DVB-H sowie Digitalradio und mit MPEG-2 wie MPEG-4 geeignet. Der besondere Vorteil liege in der kleinzelligen Struktur, so dass gerade für lokale Programme der Versorgungsbereich zielgerichtet abgestimmt werden kann, hieß es. Zudem trügen kleine Sendeanlagen mit ihrer günstigeren Energiebilanz und niedrigen Standortmieten zur wirtschaftlichen Effizienz bei.

satnews.de am 23.11.2009 zu Mugler AG will DVB-T-Kleinsendernetze aufbauen

## Bericht

# Projektbüro für Digital Radio: Österreich geht voran

## Kann Deutschland folgen?



Dr. Alfred Grinschgl, Geschäftsführer der RTR-GmbH



Michael Richter, Vorstandsvorsitzender der IMDR

Im Rahmen der Ergebnispräsentation des Projektes „Digitaler Hörfunk in Österreich“ haben Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) und KommAustria am 3. November in Wien entschieden, eine „Interessengemeinschaft Digitaler Hörfunk“ zu gründen. Als Aufgabenstellung nennt Dr. Alfred Grinschgl, Geschäftsführer der RTR-GmbH: „vor dem konkreten Hintergrund der weiteren Entwicklungen – insbesondere in Deutschland und in anderen Nachbarländern – Vorschläge für den Start des Digitalen Hörfunks in Österreich zu unterbreiten.“

Zu den Mitgliedern der IG Digitaler Hörfunk zählt Grinschgl insbesondere österreichische Hörfunkveranstalter – den ORF, private kommerzielle Radios und Freie Radios. „Es kann sich aber jeder weitere fachlich in Frage kommende Interessent bei uns melden“, lädt Grinschgl ein. Die Finanzierung der Interes-

sengemeinschaft werde aus den Mitteln des staatlich vorgesehenen Digitalisierungsfonds erfolgen. „Wir denken hier neben dem Koordinierungsaufwand auch an die Unterstützung des Pilotbetriebs“, blickt der Geschäftsführer voraus. Der Forderung privater Radioveranstalter, höhere Verbreitungskosten der Privaten müssten aus dem Digitalisierungsfonds zum Start des digitalen Hörfunks kompensiert werden, hält Grinschgl entgegen, die Finanzierung müsse letztlich über den Markt erfolgen. „Im Rahmen einer zeitlichen Begrenzung von einigen wenigen Jahren könnten wir uns auch eine Förderung vorstellen, die aber degressiv gestaltet sein müsste“, so Grinschgl.

Dass auch in Deutschland eine nationale Plattform alle Beteiligten der Hörfunkdigitalisierung zusammenführen muss, fordert Michael Richter, Vorstandsvorsitzender der Initiative Marketing Digital Radio (IMDR). Diese solle ein Einführungszenario erarbeiten und umsetzen – verbunden mit einem konkreten und verbindlichen Zeitplan. Zu den Interessengruppen, die in eine solche Plattform integriert werden müssten, zählt Richter: „private Veranstalter, Vertreter der privaten Hörfunkverbände, den öffentlich-rechtlichen ▶

## Anzeige

### DIE NEUESTE SENSATION IN SACHEN VERNETZTES RADIO

Das weltweit erste Multimediaradio mit großem, berührungsempfindlichen Touchscreen. Sensia vereint PUREn Audioklang in HiFi-Qualität mit atemberaubendem Design und ist eine perfekte Kombination aus Form und Funktionalität. Mit Sensia können Internet-Inhalte, DAB+ - und UKW-Radio und sogar Musik, die auf dem PC gespeichert ist, gestreamt werden. Auch Internetanwendungen wie z.B. Wetter, Twitter oder Facebook sind abrufbar.

www.touchmyradio.com/de www.pure.com/de

+49 (0)6158 878872 sales\_gmbh@pure.com/de



sensia

Digitales Audiosystem mit WLAN, Farbdisplay und Touchscreen



PURE

Rundfunk mit dem Deutschlandradio, Infrastrukturbetreiber, die Medienpolitik, Fachverbände der Elektro- und Elektronikindustrie, den Handel, Verbraucherverbände, den Verband der Automobilindustrie und die Telematikindustrie.“

Für die Koordination der Plattform schlägt Michael Richter vor, bereits bestehende Strukturen wie das Forum digitale Medien (FDM) und die IMDR zu nutzen, um Verbände, Veranstalter und medienpolitisch Verantwortliche an einen Tisch zu bringen. „Die Akteure kurzfristig nach der medienrechtlichen bundesweiten und den landes-

weiten Frequenz-Zuweisungen zu aktivieren, sollte machbar sein.“

Zur Finanzierung von Digital Radio verweist Richter auf die bereits im Sommer von der IMDR formulierten Handlungsempfehlungen. Darin werde die Politik aufgefordert, den digitalen „Rundfunkstraßenbau“ durch die Errichtung eines Infrastrukturfonds – sprich Digitalisierungsfonds – abzusichern. „Unsere Forderung ist es, die zu erwartenden Erlöse aus der Versteigerung von Rundfunkfrequenzen natürlich auch zur Finanzierung der Infrastruktur des Rundfunks einzusetzen“, so der IMDR-Vorstandsvorsitzende. ■

## Porträt

# Konkurriert Firmen-TV mit etablierten Sendern?

Programmveranstalter befürchten Werbeeinbußen



Mit der iPhone-Applikation von BMW ist Firmen-TV auch unterwegs verfügbar

International agierende deutsche Firmen setzen zunehmend das Unternehmensfernsehen – auch Business- oder

Firmen-TV genannt – als leistungsfähiges und vielseitiges Medium der Unternehmenskommunikation ein. Die Vorzüge liegen auf der Hand: Neben der schnellen, preiswerten und leicht verständlichen Übermittlung komplexer Informationen überzeugt vor allem die gute Kombinierbarkeit mit anderen elektronischen Medien.

So startete Ende August auf [www.bmw.tv](http://www.bmw.tv) das neue weltweite IPTV-Angebot von BMW. Seitdem können die Besucher von BMW TV auf „clickable videos“ zugreifen. Über diese ist es möglich, direkt Informationen zum Fahrzeug oder zu anderen Produkten abzurufen. Zudem bietet BMW TV Text- und Videoinhalte zu diversen Themenbereichen, wie Lifestyle und Motorsport. Nach Aussage von Micaela Sandstede, Pressesprecherin Wirtschafts- und Finanzkommunikation der BMW Group, ist das TV Angebot von BMW ein tragendes Element des gesamten Online-Auftritts.

Der Anspruch sei dabei, nachhaltig über BMW zu informieren, und zwar nicht werblich, sondern redaktionell. „Das stärkt unsere Glaubwürdigkeit“, so Sandstede. Besonderer Wert legt der bayerische Automobilhersteller zudem auf eine nutzerorientierte Verknüpfung von Entertainment und Information. Für alle iPhone-Nutzer gibt es zum Beispiel seit kurzem eine Applikation für BMW TV, mit der sich Nutzer die Videos unterwegs ansehen können.

Auch die Volkswagen AG verfolgt das Ziel, neben Sendeformaten, die den eigenen Konzern bewerben, redaktionelle Inhalte im Firmen-

TV zu präsentieren. Ursprünglich sollte das Angebot im Sommer dieses Jahres in Deutschland, Österreich, Frankreich und Belgien auf Sendung gehen. Allerdings wurde der Start für unbestimmte Zeit verschoben. Zu den Gründen wollte sich VW nicht äußern.

Auf die Frage, ob Firmen-TV langfristig Nutzer vom klassischen Fernsehen abziehen könnte, erklärt Micaela Sandstede: „Auftrag und Inhalt von BMW TV stehen nicht in Konkurrenz zu klassischen TV-Sendern. Uns geht es darum, die zur Verfügung stehenden Kanäle möglichst gut zu nutzen und zu vernetzen – mit unseren eigenen Websites aber auch mit Plattformen wie YouTube.“

Zur gleichen Fragestellung äußert Sabine Schray von der ZDF-Pressestelle, dass ihre Sendeanstalt die Konkurrenz im Netz nicht fürchte und es bisher keinerlei Berührungspunkte gebe. „Die digitale Welt kennt viele Nischen, von denen ein paar auch richtig groß werden können.“ Viel bedeutender sei für den öffentlich-rechtlichen Sender die Tatsache, dass Firmen-TV möglicherweise Werbegeld vom Fernsehen abziehen werde, was allerdings die kommerziellen Programmveranstalter noch weitaus mehr treffen würde. „Dieses Verhalten kann man schon heute beim Sportartikel-Hersteller Nike sehr deutlich sehen, der das Medium Fernsehen kaum noch für seine Werbung nutzt.“

Auch Petra Fink, Sprecherin ProSiebenSat.1 und Leiterin des Bereichs Kommunikation/PR der German Free TV Holding GmbH, glaubt nicht, dass Firmen-TV vom klassischen Fernsehen langfristig Nutzer abziehen wird, da Fernsehveranstalter die Profis in der Herstellung unterhaltsamer Formate seien. „Daher reagiert die ProSiebenSat.1-Gruppe auch gelassen auf diese Entwicklung, denn wir bieten bereits seit über einem Jahr selbst Web-TV an – mit Fernsehformaten, aber auch eigens für das Web produzierten Inhalten“, so Fink. ■

## Anzeige



SNG und Produktion für HDTV aus einer Hand. MEDIA BROADCAST ergänzte seine SNG Flotte mit neuen HD-Kameras.

[Weitere Infos gibt es hier](#)

Lesen Sie mehr im Internet unter: [www.media-broadcast.com](http://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](mailto: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  
Thomas Barthel, Sandra Rescher, Andreas Stötzner

Fotos  
Seite 1: PIELmedia  
Seite 2: SWR/Krause-Burburg  
Seite 3: RTR-GmbH; IMDR  
Seite 4: BMW

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](http://www.dr-m.info) des Vereins Digital Radio Mitteldeutschland bezogen werden. Hier findet sich auch das Meinungsbarometer-Archiv.

Redaktionsschluss: 01.12.2009

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.