



#### INTERVIEW

## Bayern wird voraussichtlich Anfang 2008 DAB-Sendeleistung erhöhen

Der Chef der Bayerischen Staatskanzlei, Eberhard Sinner, erwartet im „optimalen Fall“ Ende dieses Jahres eine Leistungserhöhung für DAB (Kanal 12D) in Bayern. „Wahrscheinlicher ist aber Anfang 2008“, sagte er im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Bislang war eine Erhöhung stets am Veto des Verteidigungsministeriums gescheitert. Die Bundesbehörde befürchtet Störungen benachbarter Militärfrequenzen. Experten versprechen sich durch eine Leistungserhöhung größere Akzeptanz für Digital Radio, weil sich dadurch auch der Inhouse-Empfang erheblich verbessern würde.

**Meinungsbarometer: Am 30. Juli 2007 haben Vertreter aus Politik, Rundfunk, Industrie, Netzbetrieb und Verbänden die 2. Münchner Erklärung zur Digitalisierung des Hörfunks verabschiedet. Was soll mit diesem Positionspapier bewirkt werden?**

**Eberhard Sinner:** Alle Beteiligten setzen ein klares Signal für den Ausbau des digitalen Radios. Es ist der Auftakt für ein konzertiertes Vorgehen in Deutschland. Neu ist, dass wir bundesweite Angebote anstreben. Von Anfang an soll die Frequenzplanung auch lokale und regionale Bedarfe einbeziehen.

**Der Schwerpunkt der Erklärung ist die Erweiterung der DAB-Sendeleistung in Bayern. Wann ist ihrer Meinung nach mit dieser Erhöhung zu rechnen?**

Die Aufrüstung der 42 Sender wird Zug um Zug erfolgen, denn für jeden Standort muss die mögliche Leistungserhöhung einzeln berechnet und abgestimmt werden. Noch laufen die Gespräche mit dem Bundesverteidigungsministerium. Im optimalen Fall könnten bereits Ende 2007 Sender die Leistung erhöhen, wahrscheinlicher ist aber Anfang 2008. Beginnen werden wir in mehreren bayerischen Ballungsräumen wie München, Nürnberg, Würzburg und Regensburg.

**Gesetz dem Fall, dass in Bayern die DAB-Sendeleistung erhöht wird, in wie fern wird diese Erweiterung Modellcharakter für Deutschland haben?**



Unser bayerisches Beispiel ermutigt die anderen betroffenen Regionen in 12D, ihre Sendestandorte ebenfalls einzeln abzustimmen. Bayern hat zur landesweiten DAB-Versorgung den besonders schwierigen Block D im Kanal 12. 12D hat hohe Schutzauflagen, weil in unmittelbarer Nähe zum militärisch genutzten Kanal 13 gelegen. Regionen mit einer Versorgung durch die Blöcke 12A bis 12C sind schon heute zu Leistungserhöhungen in der Lage. ▶

#### INHALT



„Das wortorientierte Radio wird der Gewinner sein“  
Interview mit Ernst Elitz, Intendant vom Deutschlandradio I Seite 2



IFA-Premiere: ARD zeigt digitales Wohnzimmer  
ARD-Vorsitzender Fritz Raff: „Mehrwert einer digitalisierten Medienwelt erlebbar machen“ Seite 6



Umfrage zu DAB+  
Michael Richter, Geschäftsstellenleiter vom Verein Digital Radio Mitteldeutschland: „Versachlichung der Diskussion ist zu erkennen“ Seite 3



Alleskönner im Hörvergleich  
Erster deutscher Hersteller zeigt Kombi-Empfänger für DAB/DAB+/UKW/Internet-radio I Seite 5



Handy-TV im Alltagstest:  
Hingucker mit Sendelücken  
Erfahrungsbericht von Meinungsbarmeter-Autor Tobias D. Höhn I Seite 4



Originelle Marketingidee aus Bayern  
Mit Multimedia-Jacken DAB und DMB auf die Sprünge helfen I Seite 7

## EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit großen Erwartungen schaut die Rundfunkbranche seit Monaten gespannt nach Bayern und wartet auf den erfolgreichen Abschluss der Verhandlungen über eine Leistungserhöhung im DAB-Kanal. Das bayerische Ergebnis könnte Modellcharakter für ganz Deutschland haben, wenn es darum geht die Sendeleistungen für den digitalen Radioempfang zu erhöhen. Bislang wird vor allem der schlechte Inhouse-Empfang als ein wesentlicher Grund für die schleppende Einführung von Digital Radio in Deutschland angesehen. Offiziell sind die Gespräche mit dem Verteidigungsministerium noch im Gange, doch Bayern plant bereits mit der Leistungserhöhung, wie Staatsminister Sinner im Interview unterstreicht (Seite 1).

Mit einer originellen Marketingidee präsentiert sich Bayern Digital Radio auf der diesjährigen IFA. Der Sendernetzbetreiber aus München hat ein Modelabel gegründet. Unter der Marke badira werden weltweit einzigartige Multimedia-Jacken gezeigt. In den Jacken sind Empfänger integriert, mit denen Radio gehört und TV gesehen werden kann. Mit ihrer Aktion wollen die Bayern mit dafür sorgen, dass die Akzeptanz von Digital Radio in Deutschland schneller wächst (Seite 7).

Die ARD hat sich für die IFA das Ziel gesetzt, Mediennutzern schon heute die Vielfalt der Medienwelt von morgen zu demonstrieren. Aus diesem Grund hat der öffentlich-rechtliche Senderverbund ein digitales Wohnzimmer entworfen, das nun erstmalig auf der Funkausstellung zu sehen ist. Gezeigt werden modernste Übertragungstechniken und Empfangsgeräte für zu Hause und unterwegs (Seite 6).

Was ist geblieben von der Euphorie um Handy-TV mehr als ein Jahr nach dem Start zur Fußball-Weltmeisterschaft? Aus Anlass der Funkausstellung haben wir unseren Reporter Tobias D. Höhn losgeschickt, um das derzeit verfügbare DMB-Angebot auf seine Alltagstauglichkeit zu testen. Das Ergebnis erfahren Sie auf Seite 4.

Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen IFA-Besuch.



Herzlichst Ihr  
Thomas Barthel

**Die Verhandlungen um eine Sendeleistungserhöhung in den bereits genutzten digitalen Radiokanälen ziehen sich schon seit geraumer Zeit hin. Warum konnte bislang noch keine Einigung erzielt werden?**

Das hat zwei Gründe: Deutschland muss sich - nicht zuletzt wegen seiner zentralen Lage in Europa - mit zahlreichen Nachbarn abstimmen. Erst mit der europaweiten Frequenzplanungskonferenz in Genf 2006 kam der Startschuss für eine flächendeckende Leistungserhöhung. Es braucht des Weiteren einen politischen Anstoß gegenüber den Frequenztechnikern bei Rundfunkanstalten und Ländern, aufeinander zuzugehen, auf die jeweilige Optimalforderung zu verzichten und das Machbare zu ermöglichen. Das hat mich einige Zeit und wiederholte Überzeugungsarbeit gekostet.

**Momentan wird der mögliche Wechsel auf den Standard DAB+ in ganz Deutschland heiß debattiert. Ihrer Meinung nach, in wie weit könnte eine Umstellung auf DAB+ die bislang schleppende Einführung von Digital Radio in Deutschland beschleunigen?**

Indem wir den bereits eingeführten Standard DAB verbessern, haben wir eine doppelte Chance: Die neuen Geräte sind abwärts kompatibel, was das Vertrauen in den Standard stärkt. DAB+ verdoppelt die Kapazitäten gegenüber DAB. Bis zu 14 Radioprogramme können auf einem Multiplex in DAB+ übertragen werden. Wenn vier, fünf oder gar sechs Multiplexe am Ort senden, sind bis zu 84 Radioprogramme mobil empfangbar. Selbst in gut versorgten UKW-Regionen sind es höchstens zwischen 12 und 14.

**Laut einem Interview mit dem Meinungsbarmometer rechnet Thomas Langheinrich, Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), mit dem DAB+-Start nicht vor 2009. Wann rechnen Sie mit einer Einführung von DAB+ und könnte der Freistaat hier eine Vorreiterrolle einnehmen?**

Die Einschätzung von Herrn Langheinrich teile ich. Aber das sind nicht mal mehr einhalb Jahre. Gerade ausreichend Zeit, die neuen Geräte in den Markt und an den Nutzer zu bringen! Wir wollen in Bayern Motor dieser Entwicklung sein, daher auch die Initiative der „Münchener Erklärung“. Die Bedarfsträger in Bayern - der Bayerische Rundfunk, das Deutschlandradio und die Bayerische Landeszentrale für neue Medien - sind in den Startlöchern. Allein der Bayerische Rundfunk hat fünf ausschließlich digital verbreitete Programme.

**Welche Chancen und Risiken birgt ein solcher Wechsel für die Programmveranstalter?**

Das digitale Umfeld ist attraktiv durch die Möglichkeit neuer Programmangebote und Datendienste. Kritisch ist, wie die für die Refinanzierung durch Werbung notwendige Reichweite schnell hergestellt wird. Deshalb meine Initiative zur zweiten Stufe der Münchener Erklärung: Jetzt brauchen wir die Mithilfe der Geräteindustrie und des Handels. Sonstige Risiken sind dagegen der Gewinn der Zuhörer: Digitales Radio sorgt für mehr Angebote und damit für Konkurrenz. ■

## INTERVIEW

## „Das wortorientierte Radio wird der Gewinner sein“

Deutschlandradio-Intendant Ernst Elitz blickt digitaler Zukunft optimistisch entgegen

**Meinungsbarometer: Herr Professor Elitz, der Wettbewerb um digitale Frequenzen und um Mediennutzer wird härter. Welche Chance geben Sie der Gattung Radio in der neuen Medienwelt?**

**Ernst Elitz:** Das Radio als das traditionelle Überall-Medium wird seinen Stellenwert in der neuen Medienwelt behalten. Es wird nach wie vor junge und alte Mediennutzer geben, die mit einem Knopfdruck Musik, Hörspiele oder Nachrichten hören wollen, um sich abzulenken, um sich zu informieren oder um ein Kunstereignis zu genießen. ►





Deutschlandradio auf der IFA 2006 | Foto: Deutschlandradio, Bettina Straub

Dennoch kann man nicht alle Radioangebote über einen Kamm scheren. Das Musikradio wird es schwerer haben. Radio ist nicht mehr der bevorzugte Provider für Musikangebote. Das wortorientierte content-Radio wird der Gewinner sein. Nicht nur im Livestream, sondern als Podcast oder audio on demand wird es seine Inhalte in viel stärkerem Maß als bisher für eine zeit- und ortssouveräne Nutzung anbieten.

### Wie wird sich Deutschlandradio aufstellen, um in diesem Wettbewerb zu bestehen?

Inzwischen bieten wir mit großem Erfolg 75 Podcasts einzelner Sendungen an. Schwerpunktthemen sind Politik, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft. In Vorbereitung sind umfangreiche sendungsübergreifende, thematische Podcasts. Unser Internet-Angebot wird interessanterweise nicht nur von unserer Kernzielgruppe, den vorrangig Informations- und Kulturinteressierten genutzt, sondern auch von jungen Leuten. Und das, weil wir Information und Hintergrund ohne jeden Schnickschnack anbieten und unser Markenprofil journalistischer Unabhängigkeit – ohne Werbung und ohne Sponsoring – auch ins Netz übertragen. Dass wir mit [www.dradio.de](http://www.dradio.de) auch bei den Jungen ankommen, belegt das Ergebnis eines Benchmarkings der Süddeutschen Zeitung. Sicher wird es bei uns auch Bewegtbild geben, aber sicher nicht von uns selbst produziert. Schließlich sind wir eine Körperschaft von ARD und ZDF. Und da ist hinreichend Bild-content vorhanden.

### Wird es den klassischen Beruf des Radioreporters künftig noch geben?

Sicher werden junge Journalisten sich im Laufe ihres Berufslebens auf ein oder zwei Medien konzentrieren. Aber derjenige, der heute sagt, ich will bis an mein Lebensende Radioreporter sein, der ist schief gewickelt. Wer heute bestehen will, muss in allen Medien professionelle Arbeit abliefern können. Er muss einen von ihm recherchierten content auf vielen Wegen attraktiv für den Nutzer aufbereiten.

### Mit welchem Gefühl beobachten Sie die Bestrebungen von Programmveranstaltern nach bundesweiten Hörfunkangeboten?

Die Politik hat eine von der Öffentlichkeit nachvollzogene Entscheidung getroffen: Die 64 Hörfunkprogramme der ARD sind genug. Wenn neue dazu kommen, dann nur unter Verzicht auf schon Bestehendes. Das ist die eine Seite. Die andere: Bei der Gründung des Deutschlandradios 1994 hat die Politik eine medienpolitische Grundsatzentscheidung getroffen. Bundesweite Hörfunkprogramme, auf die damals auch das ZDF Anspruch erhob, werden um des medienpolitischen Gleichgewichts willen, nicht bei der ARD angesiedelt, sondern beim Nationalen Hörfunk Deutschlandradio. Deshalb hat der Nationale Hörfunk als einziges öffentlich-rechtliches Medienunternehmen die Ermächtigung zur Ausstrahlung bundesweiter Programme. Natürlich bieten wir der ARD an, auf dieser Rechtsgrundlage mit uns zu kooperieren. Private Anbieter werden sich mit nationalen Programmen zweifellos auf Entertainment und Musik konzentrieren.

### Wie beurteilen Sie den Vorstoß, die Einführung von Digital Radio in Deutschland durch DAB+ beschleunigen zu wollen?

Das ist auch unsere Linie. DAB ist keine Sackgasse, sondern ermöglicht die Entwicklung neuer Standards. Und mit Blick auf den Verbraucher werden Geräte nach dem MPEG-4-Standard auch abwärts kompatibel sein und DAB-Programme auf einem niedrigen Standard empfangen können. Aber genauso wie es auf absehbare Zeit analogen Rundfunk geben wird, wird es auf absehbare Zeit auch DAB im MPEG-2-Verfahren geben. Wer solche Geräte gekauft hat, darf nicht gezwungen werden, sie auf den Schrottplatz zu bringen. Künftig zu produzierende Geräte müssen über ein Software-Update jeweils für neue Standards fit gemacht werden können. Das ist die Industrie den Verbrauchern schuldig.

Halle 2.2, Stand 101 ■

## UMFRAGE

Die Umfrage des „Vereins Digital Radio Mitteldeutschland“ unter den Meinungsbarmeter-Lesern zum erweiterten DAB-Standard DAB+ hat vielfältige Reaktionen ausgelöst. Die zumeist sehr ausführlichen Antworten kamen von Leuten aus der Radiobranche, der Geräteindustrie, der Wirtschaft und von Fachmagazinen.

Die Frage, wie die Meinungsbarmeter-Leser die Ankündigung von DAB+ beurteilen, wurde kontrovers beantwortet. Die meisten waren der Meinung, die Ankündigung eines weiterentwickelten Standards DAB+ verstärke zunächst die Verunsicherung „bei Verbrauchern (Hörern), Radioveranstaltern und Geräteherstellern“. Ein Gerätehersteller bemerkte, die Verunsicherung in der Branche sei seit der Diskussion über DAB+ gewaltig gestiegen. Zum Glück sei dies aber bei vielen Verbrauchern noch nicht angekommen. Ein weiterer Leser meinte: „Noch ist Zeit für Verunsicherung, 2009 muss der digitale Markt aber mit einem lauten Knall kommen und endlich eine breite Öffentlichkeit finden.“

Zur zweiten Frage „Ist die Suche nach immer weiterentwickelten Systemen für Digitales Radio eher befruchtend oder behindert sie die Markteinführung von digitalem Hörfunk?“. Während die einen überzeugt sind, man sollte nicht ständig an neuen Systemen „herumproben“ und sich weiter auf DAB besinnen, sehen andere in DAB+ eine Chance, wenngleich mit Einschränkungen. „DAB+ ist sicher eine sinnvolle Erweiterung des Standards, aber es wird hier wieder der zweite Schritt vor dem ersten getan.“ Ein anderer Leser dazu: „Wir brauchen einen Standard, der das Digital Radio der zweiten Generation auf Dauer tragen kann.“

Inzwischen ist auch wieder eine Versachlichung der Diskussion zu erkennen. Die Branche spricht jetzt von der „DAB-Systemfamilie DAB/DMB/DAB+“. „Und ob wir wirklich schon „ready“ für DAB+ sind, wird die IFA 2007 zeigen.“



Michael Richter  
Digital Radio Mitteldeutschland e.V.  
Geschäftsstellenleiter

## NACHRICHTEN

Auf dem Fachforum medienpolitik@IFA diskutieren in diesem Jahr Medienexperten aus ganz Deutschland Themen wie „Wettbewerb der Infrastrukturen – Internet und klassische Medien“. Gast der Gesprächsrunde ist unter anderem der Vorsitzende der Rundfunkkommission der Länder Kurt Beck. Der rheinland-pfälzische Ministerpräsident Beck ist erneut Schirmherr der dreitägigen Veranstaltungsreihe. Im Rahmen des Fachforums „Medienpolitik@IFA“ kommen während der IFA Experten aus Medienpolitik und Medientechnik sowie Konsumenten miteinander ins Gespräch. Die öffentlichen Gesprächsrunden sind thematisch miteinander verknüpft. Es wird aus europäischer, nationaler und verbraucherorientierter Sicht diskutiert. Veranstalter des Fachforums ist die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH (gfu).

Halle 26, Web 2.0 / BlogHouse

Das Technisch-Wissenschaftliche Forum (TWF) zeigt auf der IFA die nächste Generation der digitalen Medien. Vorgestellt werden auch in diesem Jahr eine Vielzahl technischer Neuerungen, darunter IPTV, DVB 2.0 und Bildschirme sowie Projektionen für dreidimensionale Bilder. Zu den spektakulärsten Innovationen zählt 2007 das mobile Fernsehen über Satellit. Der neue Übertragungsstandard DVB-SH absolviert im Rahmen des TWF einen seiner ersten öffentlichen Auftritte in Europa. Das TWF versteht sich als Kombination aus Fachausstellung und Diskussionsforum für innovative Medientechnologien. Auf dem Forum präsentieren sich in diesem Jahr mehr als 20 Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Projektgemeinschaften. Die Schirmherrschaft der Veranstaltung hat Dr. Annette Schavan, Bundesministerin für Bildung und Forschung, übernommen.

Halle 5.3

Qualität und Zukunft des Rundfunks in der Bundesrepublik stehen im Fokus der DJV-Fachtagung „Zukunft des Rundfunks: Qualität“, die am 3. und 4. September im Rahmen der IFA stattfinden wird. Auf dem Kongress sollen in drei Podiumsdiskussionen unter anderem Fragen nach der Rundfunkfinanzierung, den Arbeitsbedingungen und den medienpolitischen und rechtlichen Rahmenbedingungen im Rundfunk erörtert werden. Auf dem Podium diskutieren namhafte Medienexperten, darunter ZDF-Intendant Markus Schächter, VPRT-Präsident Jürgen Doetz und KEK-Mitglied Dieter Dörr. Neben den Podiumsdiskussionen wird es zudem drei Workshops geben. Diese sollen den Tagungsteilnehmern die Möglichkeit bieten, mit Kollegen über die bestehenden und notwendigen Arbeitsbedingungen im Rundfunk zu diskutieren.

Halle 6.3 / Pressezentrum der IFA

## BERICHT

## Handy-TV im Alltagstest: Hingucker mit Sendelücken

Erfahrungsbericht von Meinungsbarometer-Autor Tobias D. Höhn



Warten auf die Straßenbahn mit Handy-TV | Foto: Nikola Marquardt

Ich lege den Kopf in den Nacken, der warme Wasserstrahl bahnt sich seinen Weg, dann endlich beginnt die wohltuende Kopfmassage. Das schönste am Friseurbesuch. Bis heute. Als der Coiffeur zu Schere und Kamm greift, fummle ich aus meiner Tasche das Samsung P900. Aufklappen, einschalten, Fernsehen gucken – währen die neue Frisur gedeiht. Es ist Freitagmorgen. Auf N24 laufen Nachrichten, Beiträge über Hochwasser in Süddeutschland und der Schweiz. Um mich herum steht plötzlich alles still. Mein Friseur schaut mir begeistert über die Schulter. „Was ist denn das?“ – „Das ist Handy-TV.“ Noch bevor ich ihm den Übertragungsweg, die Vorzüge von DMB und anderer Standards näher bringen kann, holt er Olaf, seinen Kollegen, einen ausgemachten Highend-Technik-Freak. „Wow, man kann ja sogar das Laufband entziffern. Ohne Lupe“, sagt Olaf. Der Mittdreißiger kennt Handy-TV bislang nur in der Theorie, habe wegen der Qualität immer gezögert, sagt er.

Und wieder habe ich einen Mitmenschen vom Fernsehen der Zukunft überzeugt. Ob im Friseursalon, an der Straßenbahnhaltestelle oder vor dem Boarding am Flughafen – Handy-TV kann Wartezeiten nicht nur überbrücken, sondern mit Wissen und Unterhaltung füllen. Einmal kurz den 34x55-Millimeter-Bildschirm (262.144 Farben) drehen und das gestochen scharfe Fernsehprogramm steht einem offen.

Zugegebenermaßen könnte die Auswahl in Leipzig mit ARD, ZDF, N24, MTVmusic, Radio bigFM2see und P7S1 Mobile umfangreicher sein. Doch die Mischung macht's: Information der Öffentlich-Rechtlichen, bewährte Musikqualität von MTV (super Klang!) sowie Comedy und Games des ersten, exklusiv für Handy-TV entwickelten Kanals von

ProSiebenSat.1. Nur wer zwischen den Kanälen zappen will, muss sich an „Ladezeiten“ von rund fünf Sekunden gewöhnen. Und wer Ausflüge außerhalb der DMB-Hochburgen wie Leipzig, Berlin oder München macht, sollte sich vorher informieren, ob im Zielgebiet der Dienst verfügbar ist. Hier hilft ein Blick auf die Internetseite von Mobiles Fernsehen Deutschland ([www.mfd-tv.de](http://www.mfd-tv.de)).

So sehr das Unterwegs-Fernsehen am Strand überzeugt, so müßig ist der Fernsehgenuss innerhalb von dick ummauerten Gebäuden, Glaspalästen oder in der Bahn (es sei denn, der Zug steht). Denn wer im ICE von Leipzig nach Berlin reist und sich vielleicht auf eine Etappe der Deutschland-Tour gefreut hat, wird schnell enttäuscht. Immer wieder bricht der Empfang auf Grund von Sendelöchern ab. „Signal zu schwach“, heißt es auf dem Bildschirm. Dabei hält der Akku, was die Beschreibung verspricht. Mit knapp drei Stunden könnte ein ganzes Fußballspiel verfolgt werden, wenn die Männchen nur nicht so klein wären. Und wo ist eigentlich der Ball? Gerade bei Action-Sequenzen fehlt ein Optimierungsmodus für eine flüssige Bildführung.

Nach einer Woche Alltagstest ist das Samsung (124 Gramm) zum festen Begleiter geworden und der Abschied fällt schwer. Mein Fazit: Auch ein Jahr nach dem ersten deutschen Probelauf für Handy-TV zur Fußball-Weltmeisterschaft ist das mobile Mäusekino noch immer ein Hingucker. Spontan zeigen sich Nicht-Seher begeistert von der Qualität, der Brillanz und dem kleinen Preis des Services. Doch das Angebot hat auch Lücken, die es, will es ernst genommen werden, nun zu schließen gilt.

Halle 26A, Stand 217 ■

PORTRÄT

# Alleskönner im Hörvergleich

Erster deutscher Hersteller zeigt Kombi-Empfänger für DAB/DAB+/UKW/Internetradio



Der Kombi-Empfänger "Sinfonie" | Foto: trinloc

Der neue Übertragungsstandard DAB+ ist derzeit in aller Munde. Da wird geschwätzt von höherer Kompression im MPEG 4-Format und mehr Programmen über eine Frequenz. Der Ein oder Andere verdammt gar den „alten“ Standard DAB als Auslaufmodell und fordert dessen sofortige Abschaltung.



Bert Pröpper, Geschäftsführer der trinloc GmbH

Ein Standpunkt, den Bert Pröpper, Geschäftsführer der trinloc GmbH, nicht nachvollziehen kann. „DAB+ ist bestimmt eine ökologische und auch volkswirtschaftlich sinnvolle Erweiterung der digitalen Broadcast Familie. Als Produzent und Kunde hätte ich es aber gerne gesehen, wenn, wie in anderen Bereichen schon praktiziert, z.B. bei der Erweiterung von ISDN auf ADSL, mehr der ergänzende Gedanke bei der Publikation im Vordergrund gestanden hätte. ISDN besteht noch neben ADSL und DAB ist die Basis für DAB+ und beides hat seinen Anwendungsbereich. Ein Entweder-Oder gibt es nicht.“

Um die Position seines Unternehmens zu untermauern, können am IFA-Stand von trinloc beide Standards empfangen und gehört werden. Damit ist erstmals ein direkter Vergleich der bislang nur theoretisch disku-

tierten Qualitätsunterschiede zwischen DAB und DAB+ live hörbar.

Die trinloc GmbH setze auf die direkte Gegenüberstellung von DAB und DAB+, da der neue Standard die Systemfamilie sinnvoll ergänze und deren Bekanntheitsgrad fördere. „Ein Vergleich der Systeme ist für den Kunden interessant, denn die Vorteile von DAB lassen sich nur so „fühlen“, so Pröpper.

Am DAB-Gemeinschaftsstand auf der IFA stelle die trinloc GmbH als erstes deutsches Unternehmen einen Radioempfänger in der neuen Norm DAB+ vor. Das Gerät „Sinfonie“ werde neben DAB+ auch den bisherigen DAB-Modus und UKW empfangen. Eine Gerätevariante wolle der Hersteller zusätzlich mit der Empfangsmöglichkeit von Internetradio ausstatten. „Zum ersten Mal präsentiert trinloc damit gängige und neue Standards zusammen im Designergehäuse“, sagt Pröpper weiter. „Übrigens geben wir eine Normgarantie für unseren DAB Empfänger Sinfonie. Dabei garantieren wir, dass auch zukünftige Standards nachträglich implementiert werden können.“

Das rheinland-pfälzische Familienunternehmen trinloc hatte die Produktion des UKW-/DAB- Empfängers Sinfonie erst vor kurzem aus China nach Deutschland geholt. Seither werden die neuen Empfänger im Firmensitz Rheinbreitbach bei Bonn produziert. „Mit ausgefeilter Technologie, direktem Einkauf über Niederlassungen und straffer Logistik lassen sich qualitativ hochwertige Geräte in einem angemessenen Preis-Leistungsverhältnis auch in deutschen Ländern produzieren“, erklärt Pröpper weiter. Der neuartige Multi-Empfänger „Sinfonie“ sei zudem vollständig in Deutschland konzipiert und entwickelt worden.

Halle 2.2, Stand 107 ■

Anzeige



Hören Sie!  
Sehen Sie!  
Erleben Sie!



**Auf der IFA 2007 vom 31.08. bis 05.09. in Berlin präsentieren wir Ihnen:**

**In Halle 2.2 / Stand 107**

- ▶ Trends
- ▶ Produktneuheiten
- ▶ zukunftsweisende Technologien und
- ▶ richtungweisende Marktperspektiven

Es begrüßen Sie die DAB-Sendernetzbetreiber, die IMDR (Initiative Marketing Digital Radio) und die Endgerätehersteller PURE, Albrecht und trinloc.



Das Bühnenprogramm bietet Ihnen Informationen rund um Digital Radio mit jeder Menge Unterhaltung.

Attraktive und wertvolle Preise warten.

[www.digitalradio.de](http://www.digitalradio.de)

forward2business  
VISIONS FOR LEADERSHIP

WAS SIE AUF  
DER IFA  
NICHT SEHEN...

Deutschlands innovativster  
Business-ThinkTank präsentiert:

**MEDIENSTRATEGIEN &  
TECHNOLOGIETRENDS  
2008-2010**

10./11. September 2007,  
JAHRESTAGUNG: „Virtuelle Welten“

Nach „Second Life“ starten noch 2007 neue virtuelle Welten, die das künftige 3D-Internet bestimmen. Erfahren Sie alle Basisdaten und Strategien in Marketing und Vertrieb.

Best Cases: IBM, Swisscom, Coca-Cola

18. September 2007,  
SPEZIALSEMINAR: „Behavioral Targeting“

Die neueste Technologie im Onlinemarketing heißt Behavioral Targeting: Streuverluste minimieren, Zielgruppe effizient sondieren und Marketing-Budget um 300 % reduzieren.

Best Cases: WEB.de, GMX, 1&1, nugg.ad, Bundesverband Digitale Wirtschaft

27./28. September 2007,  
JAHRESTAGUNG: „Neue Zielgruppenstrategien für Kinder- & Jugendmärkte“

Die Werte, der Lifestyle und die Mediennutzung der jüngsten Zielgruppe wandeln sich. Bisherige Strategien werden überholt. Exklusiv: Vorab-Ergebnisse der größten deutschen Kinderstudie.

Best Cases u.a.: Lufthansa, Metro, Vita Cola und New Yorker

20./21. November 2007,  
JAHRESTAGUNG: „Werbung nach dem TKP! Marketingtrends für IPTV & Web 2.0“

Die bisherigen Werbestrategien und Abrechnungen sind mit IPTV und Web 2.0 überholt. Lernen Sie die neuen Strategien und Abrechnungsmodelle der Zukunft kennen.

Best Cases u.a.: Microsoft, TNS Infratest, Nokia Siemens Networks, Ogilvy One

#### Information und Anmeldung:

Sandra Rosenkranz,  
Tel.: 0341 - 5643454  
Mail: sandra.rosenkranz@forward2business.com

[www.forward2business.com/seminare/](http://www.forward2business.com/seminare/)

Kooperationspartner:



## IFA-Premiere: ARD mit digitalem Wohnzimmer

Künftige Medienwelten sollen für Nutzer schon jetzt erlebbar gemacht werden



Heimisches Technikvergnügen der Zukunft | Foto: SR/ARD

„Bitte Platz zu nehmen im Wohnzimmer der Zukunft“, so wird es während der IFA des Öfteren am Stand der ARD zu hören sein. Grund dafür ist das Modell eines mobilen digitalen Wohnzimmers, das von den Anstalten der ARD unter Federführung des Saarländischen Rundfunks (SR) realisiert wurde. Dieses kommt nun erstmalig auf der IFA zum Einsatz.

Das Modell soll jedem Interessierten die Vorteile der digitalen Welt in der Praxis demonstrieren und somit moderne Techniken sicht- und hörbar machen. „Im mobilen Wohnzimmer der ARD ist die digitale Zukunft schon Gegenwart. Hier wird modellhaft greifbar und erlebbar, wo für den Nutzer Chancen und Mehrwert einer digitalisierten Medienwelt liegen“, erklärt Fritz Raff, Intendant des Saarländischen Rundfunks und Vorsitzender der ARD.

Im digitalen Wohnzimmer der ARD sind die derzeitigen technischen Möglichkeiten zum digitalen Empfang von Radio- und Fernsehsendern erstmals konzentriert an einem Ort zusammengefasst und aufgebaut. Die einzelnen Geräte sind so kombiniert, dass die derzeit aktuellen Übertragungstechniken in einer vertrauten Wohnzimmer-Atmosphäre präsentiert werden können.

Als Erstes sticht jedem Betrachter der gigantische TV-Bildschirm ins Auge. Ein 50-Zoll Plasma-Display, gestochen scharfe Bilder dank 1080 Zeichen zur optimalen Bildwiedergabe und dreidimensionales Klangvergnügen durch eine Surround-Sound-Anlage,

kombiniert mit einer 6-Kanal-Lautsprecheranlage – so könnte nach Auffassung der ARD der Fernseher der Zukunft aussehen. Ergänzt wird dieser durch einen hochmodernen Blu-ray-disc-Player, dem DVD-Player der Zukunft, der ein noch schärferes Bild verspricht. Kino im Wohnzimmer, sozusagen. In den kommenden Jahren werden sich aber nicht nur die Geräte sondern auch die Empfangstechniken entscheidend verändern. So bietet das digitale Wohnzimmer neben einem konventionellen Satellitenreceiver auch einen HDTV-Satelliten-Receiver für die HDTV-SAT-Übertragungsstandards sowie einen breitbandigen DSL-Anschluss für die neuen Internet-TV-Techniken wie IPTV oder PC-TV.

Experten sagen, dass der zukünftige Mediengebrauch vor allem durch zeitliche und räumliche Unabhängigkeit geprägt sein wird. Dieser Entwicklung wird im digitalen Wohnzimmer beispielsweise durch einen i-Pod zum Herunterladen von Podcasts sowie durch die Integration von Handy-TV via DMB Rechnung getragen. Selbstverständlich findet auch der Hörfunk seinen Platz im Wohnzimmer der Zukunft. Vom analogen UKW-Empfänger über ein DAB-Empfangsgerät bis hin zum Küchenradio mit WLAN-Anschluss und Internet-Radio-Decoder im AV-Receiver für den Empfang von Internet-Radio sind sämtliche Standards vertreten.

Halle 2.2, Stand 101 ■

## PORTRÄT

# Bayern Digital Radio gründet Modelabel

Weltweit einzigartige Multimedia-Jacken sollen DAB und DMB auf die Sprünge helfen



badira-Jacke mit TV-Empfänger | Foto: BDR

DMB und DAB finden bislang in Deutschland nur schleppend Anklang. Dabei ist der digitale Radioempfang via DAB mit bereits 80 Prozent Flächenabdeckung und über 180 sendenden Radiostationen nahezu deutschlandweit verfügbar. Und auch das Handy-TV-Netz DMB wird weiter ausgebaut. Bis zu fünf Fernsehprogramme sind bereits heute in 16 deutschen Großstädten empfangbar. „DAB und DMB sind Meilensteine der europaweiten Digitalisierung. Welches riesige Potential noch in der Digitalisierung schlummert, davon können sich Besucher der IFA auf dem Messestand von Digital Radio ein Bild machen“, so Johannes Trottberger, Geschäftsführer der Bayern Digital Radio (BDR).

Nach seiner Ansicht haben sich die technischen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen für die Durchsetzung der neuen Technologien DAB und DMB in der Bundesrepublik im Anschluss an die Wellenkonferenz RRC06 erheblich verbessert. Auch Themen wie die Erhöhung der Sendeleistung und des Programmangebotes scheinen nach der "Münchener Erklärung zur Digitalisierung des Hörfunks – II. Stufe" in naher Zukunft umgesetzt werden zu können. Um diesen

positiven Trend zu unterstützen, beschreiten Johannes Trottberger und seine Kollegen von der BDR in Kooperation mit dem Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS nun unbekanntes Terrain. Der Sendernetzbetreiber hat das Modelabel badira (kurz für Bayern Digital Radio) gegründet und präsentiert auf der IFA die weltweit erste Multimedia-Jacke mit integriertem TV-Empfänger.

"Mit badira haben wir bewusst einen neuen Ansatz gewählt, das Thema digitale Technologien nicht nur zeitgemäß, sondern auch modisch ansprechend den Nutzern zu vermitteln. Die Jacken stellen sehr anschaulich das Potential der neuen Technologien DAB/DMB in Kombination mit funktionaler Outdoor-Bekleidung dar. Mit einem Mix aus Lifestyle, Technik und Design schafft badira einen völlig neuen Blickwinkel auf die Nutzung aktueller digitaler Technologien. Das starke Interesse von Industrie und Handel zeigt, dass die BDR mit badira hier den richtigen Nerv getroffen hat", sagt Trottberger.

Die Multimedia-Jacke zeigt sich multifunktional: Neben DMB für den mobilen Empfang können mit ihr sowohl UKW- als auch DAB-Radioprogramme empfangen werden. Darüber hinaus ist auch die Wiedergabe von MP3, Bildern und Videos möglich.

Die badira-Jacken sind für Damen und Herren erhältlich. Ihr Design wurde durch die Modeschule Esmod München exklusiv für badira entwickelt und realisiert. Das Empfangsmodul kann jederzeit von der Jacke abgenommen werden. Der Vertrieb wird über die trinloc GmbH erfolgen. Nähere Informationen findet man im Internet unter [www.badira.de](http://www.badira.de).

*Halle 2.2, Stand 107 bei DIGITAL RADIO und Halle 12, Stand 125 bei Smart Textiles* ■

## 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

Tobias D. Höhn  
Nikola Marquardt  
Michael Richter  
Virginie Scheffler

### Layout

frischezellen, vernetzt kreativ

### Unterstützer:

Bayern Digital Radio  
Deutschlandradio  
Digital Radio West

Anmeldung Meinungsbarometer und Archiv  
[www.dr-m.info](http://www.dr-m.info)

Redaktionsschluss: 21.08.2007

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.

# Hört!

# Hört!

Kabel, Satellit, UKW, MW, LW und KW, DAB,  
DRM und Internet, Audio on Demand, Podcast  
und Handy-Radio:

Der nationale Hörfunk ist auf vielfältigen Wegen  
zu empfangen.

Weitere Informationen:  
Hörerservice 01803.37 23 46  
oder [www.dradio.de](http://www.dradio.de)

Hören ist Wissen.®

**Deutschlandfunk**

Kultur ist überall.®

**Deutschlandradio Kultur**