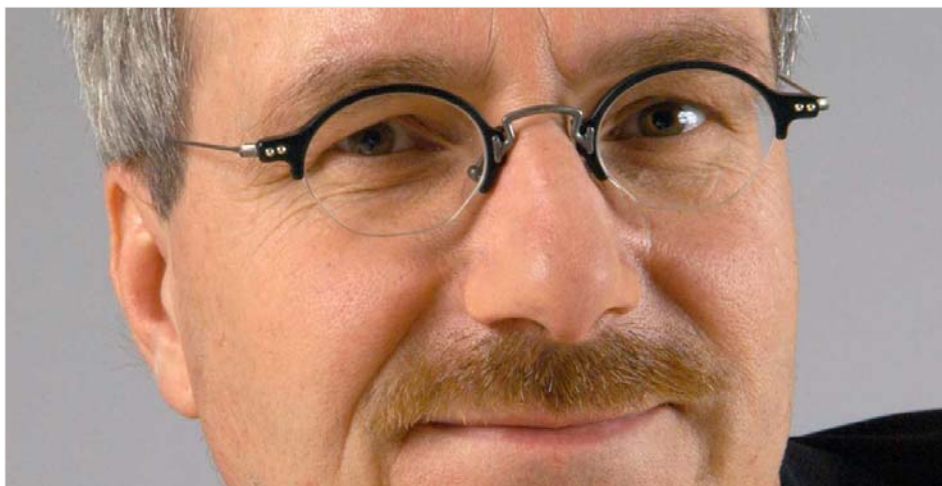




Interview

Digital Radio vor Neuanfang? Erste Geräte mit DAB+ auf der IFA erwartet



Thomas Langheinrich, Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) und Vorsitzender der Technischen Kommission der Landesmedienanstalten (TKLM)

Politik und Industrie wollen einen neuen Anlauf für die Marktdurchdringung von Digital Radio in Deutschland wagen. Im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk kündigt Thomas Langheinrich - Präsident der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) und Vorsitzender der Technischen Kommission der Landesmedienanstalten (TKLM) - bereits für die Internationale Funkausstellung in Berlin (31.08. - 05.09.) Empfänger an, die sowohl den DAB-Standard als auch den weiter entwickelten Standard DAB+ verarbeiten können. Mit einer bundesweiten Markteinführung von DAB+ rechnet Langheinrich allerdings nicht vor dem Jahr 2009.

Meinungsbarometer: Herr Langheinrich, die Internationale Funkausstellung steht vor der Tür - was sollen Aussteller den Verbrauchern sagen, die sich in den letzten Monaten ein DAB-Gerät gekauft haben bzw. sich vielleicht gerade eins kaufen wollen?

Thomas Langheinrich: Für digitales Radio wurde ein neuer Standard zur Datenkompression entwickelt, der die Übertragung von mehr Programmen pro DAB-Kanal erlaubt. Damit werden die Verbreitungskosten gesenkt und die Frequenzökonomie gesteigert. Gegenwärtig on air befindliche Programme im alten DAB-Standard werden aber wohl kaum morgen abgeschaltet, sondern zunächst weiter im bisherigen Kompressions-

standard verbreitet. Ich gehe allerdings davon aus, dass auf der IFA die ersten Geräte zu sehen sein werden, die sowohl den neuen als auch den alten Standard verarbeiten können. Auch haben wir von einzelnen Herstellern gehört, dass es upgrade-fähige Empfänger geben soll, die später auf den aktuellen Standard hochgerüstet werden können.

Nach dem erfolglosen Experimentieren mit DAB - wie wollen Sie private Programmanbieter jetzt motivieren auf die neue Technologie DAB+ zu setzen?

Viele Radioveranstalter haben inzwischen erkannt, dass sie ein zukunftsorientiertes Übertragungssystem brauchen, mit dem sie dem Radio ein neues Gesicht geben ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Suche nach einem Erfolgsrezept für Digital Radio in Deutschland geht weiter. Nachdem DAB von den Konsumenten (noch) nicht wie gewünscht angenommen wurde, soll jetzt DAB+ den lang ersehnten Durchbruch bringen. Den Befürwortern des Technologiewechsels weht der Wind derzeit allerdings heftig ins Gesicht. Sowohl Verbraucher als auch Programmveranstalter werden weiter verunsichert, monieren die Kritiker. Dennoch sehen die Befürworter in DAB+ die Chance eines Neuanfangs für Digital Radio in Deutschland (Interview Seite 1).

Wie sich Radioveranstalter im neuen digitalen Rundfunkmarkt behaupten können, soll jetzt ein Denkmodell aus Mitteldeutschland deutlich machen. Der Ansatz: Weg von der Formel „eine Frequenz gleich ein Programm“ hin zu mehr Flexibilität. So soll neben der Übertragung des eigentlichen Hauptprogrammes die Einbindung von mehreren Unterkanälen möglich sein. Diese Unterkanäle würden, dynamisch in Anzahl und Kapazität, den programmlichen Erfordernissen angepasst. So könnte beispielsweise in den Nachrichten ein Thema angeschnitten werden, zu diesem dann im Unterkanal ein längeres Interview ausgestrahlt wird (Porträt Seite 4).

Mit den Sorgen und Nöten kleinerer Rundfunkveranstalter haben sich Anfang Juli die Lokalrundfunktage in Nürnberg befasst. In mehreren Diskussionsrunden und Workshops suchten Teilnehmer und Experten nach Möglichkeiten, wie lokalen Programmveranstaltern der Weg in die digitale Welt geebnet werden kann. Ein Schwerpunktthema war die Finanzierung und damit verbunden die Frage, auf welche Verbreitungswege sich Lokalradios künftig konzentrieren sollen? Und ob es sinnvoll sei, auf möglichst vielen digitalen Plattformen vertreten zu sein (Bericht Seite 3).



Herzlichst Ihr
Thomas Barthel

NACHRICHTEN

Die britische Medienaufsichtsbehörde Ofcom hat am 6. Juli eine landesweite Lizenz zur Verbreitung digitaler Radioprogramme nach DAB-Standard in Großbritannien vergeben. Den Zuschlag erhielt die „4 Digital Group Limited“, ein Gemeinschaftsunternehmen von Channel 4 Radio, Sky News Radio sowie vier weiterer Betreiber. Die Lizenz ist zunächst auf 12 Jahre befristet. Laut Behördenauflagen muss der Betreiber den Dienst spätestens bis Juli 2008 in den Markt bringen und dabei mindestens acht nationale Radioprogramme sowie neun Podcast-Angebote binnen der kommenden zwölf Monate verbreiten. Wie Ofcom weiter berichtete, hat sich die „4 Digital Group Limited“ zudem verpflichtet, 4,5 Millionen Pfund in die allgemeine Vermarktung von DAB sowie mehr als 25 Millionen Pfund in das Marketing der einzelnen Radiosender zu investieren. Zu den lizenzierten Programmen zählen unter anderem das Jugendradio E4 Radio sowie der Nachrichten- und Unterhaltungskanal Talk Radio.

Das Deutschlandradio wird zum 31.07. sein digitales Zusatzprogramm D-Plus einstellen. Wie die Nachrichtenagentur epd mitteilte, ist die Abschaltung Folge einer Untersagung durch die Rundfunkkommission der Länder. Laut Auffassung der Länder verstoße die Digitalwelle gegen den Staatsvertrag, der dem Deutschlandradio lediglich zwei Programme zuweist. D-Plus sei ein nicht zulässiges drittes Programm und müsse daher eingestellt werden. Laut Deutschlandradio, sei D-Plus ohnehin lediglich als Erprobungsprojekt für das Digitalradio geplant gewesen und habe nun seinen Zweck erfüllt. D-Plus ging erstmalig am 04.12.2006 on air und sendet seither werktags von 9.00 - 13.00 Uhr Sonderübertragungen sowie Wiederholungen aus Hörfunk und Fernsehen.

Das Bundeskartellamt beabsichtigt, ein Gemeinschaftsunternehmen der Mobilfunkanbieter T-Mobile, Vodafone und O2 zum Aufbau und Betrieb einer Plattform für mobile Fernsehübertragung nach dem DVB-H-Standard freizugeben. Wie die Behörde am 17.07. mitteilte, führt das Vorhaben fusionskontrollrechtlich nicht zur Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung der Beteiligten. Eine endgültige Entscheidung werde bis zum 13.08. fallen. Wie die Behörde weiterhin bekannt gab, soll auch die kartellrechtliche Prüfung zeitnah abgeschlossen werden. Im Rahmen des Konsortiums wollen T-Mobile, Vodafone sowie O2 unter anderem gemeinsam Programminhalte einkaufen sowie ihr technisches Know-How bündeln. Ab Frühjahr 2008 sollen in Deutschland bis zu 16 Programme über DVB-H empfangbar sein.

können, um für Zuhörer und Werbewirtschaft noch attraktiver zu werden. Dazu kommt, dass bestehende Leistungseinschränkungen des heutigen DAB-Radios, z. B. beim In-house-Empfang, beim neuen Digital Radio, kein Thema mehr sein sollten. Durch die Wellenkonferenz in Genf haben wir im Band III Platz für leistungsstarke Sender.

Wie bekommen Sie die ARD mit ins Boot, die ja aufgrund fehlender Endgeräte für DAB+ weiter auf DAB/DMB setzen?

Die geänderten Nutzungsgewohnheiten beim Medienkonsum und auch neue Möglichkeiten der Werbung haben Auswirkungen auf private und öffentlich-rechtliche Veranstalter. Deswegen hat wohl auch die ARD ein großes Interesse bei DAB+ dabei zu sein. In einer gemeinsamen Arbeitsgruppe der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der Landesmedienanstalten erstellen wir gerade ein Frequenzkonzept als Grundlage für eine Einführung von DAB+ und DMB.

Für DAB+ werden neue Empfänger benötigt. Bei DAB hat es lange gedauert bis auch in Deutschland eine Vielfalt an Endgeräten im Handel war. Werden wir uns auf einen ähnlich zähen Prozess einstellen müssen?

Wir haben heute andere Verhältnisse als

beim Einstieg in DAB vor zehn Jahren. Viele sind heute an einem gemeinsamen Start des neuen Digital Radio interessiert. Wenn ein solcher Start etwa im Jahr 2009 von nahezu allen Veranstaltern getragen wird und wir dies vorher auch der Geräteindustrie deutlich machen können, dann wird es auch passende Endgeräte zu marktgerechten Preisen geben.

Der Chef der Rundfunkkommission der Länder, Kurt Beck, hat hier im Meinungsbarometer die Landesmedienanstalten aufgefordert, ein Umstiegsszenario für digitales Radio zu entwickeln. Wann wird ein solches Szenario vorliegen?

Die Landesmedienanstalten, die öffentlich-rechtlichen und privaten Programmveranstalter haben kürzlich Positionspapiere veröffentlicht, die ein eindeutiges Bekenntnis zum digitalen Hörfunk enthalten. Die Bundesnetzagentur ist an einer effektiven Frequenznutzung interessiert und arbeitet deshalb intensiv an der Koordinierung von Frequenzen. Wir haben also alle wichtigen Partner grundsätzlich an Bord. Wenn dann auch noch eine vernünftige Aufteilung der Kapazitäten zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern gelingt und die Kreativität der Programmierer richtig genutzt werden kann, dann haben wir eine gute Basis für eine marktgetriebene Ergänzung des guten analogen UKW-Radios mit einem noch mehr Vielfalt bietendem Digital Radio. ■

Kolumne

Inhalte als Erfolgsgarant der Digitalisierung

Frank Johannsen, Hörfunkdirektor des Saarländischen Rundfunks und Vorsitzender der ARD-Hörfunkkommission



Das Radio ist das älteste elektronische Medium, und der Hörfunk wird auch in Zukunft für viele das Ohr zur Welt sein. Im Hörfunk der Landesrundfunkanstalten der ARD arbeiten wir mit viel Freude an der Weiterentwicklung der Gattung Radio in der digitalen Welt. Und die Ausgangsbasis ist für den ARD-Hörfunk ja bekanntlich erfreulich. Laut Media-

Analyse belegen die Programme der ARD-Sender den Spitzenplatz auf dem deutschen Hörfunkmarkt. 34 Millionen Menschen hören jeden Werktag öffentlich-rechtliches Radio. Aber ohne Zweifel werden sich im digitalen Universum Medienkonsum, Wünsche und Ansprüche der Hörer verändern. Nicht in Form einer „digitalen Revolution“, sondern eher als - allerdings rascher - evolutionärer Prozess. Ortsunabhängige, zeitsouveräne und interaktive Nutzungsformen werden immer wichtiger.

Aber eines ist klar: Die ARD will das Radio als eigenständiges Medium weiterentwickeln, das sein Publikum über verschiedene technische Wege erreichen wird. Wir gehen dabei davon aus, dass - bei aller notwendigen Diskussion um digitale Standards - auch die Radioversorgung per UKW von den Nutzern noch längere Zeit gewünscht wird, allein schon aufgrund der riesigen Zahl vorhandener Empfangsgeräte. ▶

PRESSESCHAU

Redings Entscheidung zwingt alle EU-Staaten dazu, DVB-H besonders zu fördern. Mit dieser Vorgabe will die Luxemburgerin Europa eine führende Rolle im Zukunftsmarkt für mobiles Fernsehen sichern, der Schätzungen zufolge schon im Jahr 2010 ein Volumen von neun Milliarden Euro erreichen könnte. „Wir dürfen nicht so lange warten, bis auch die letzte deutsche Landesmedienanstalt endlich entschieden hat, mit welchen Frequenzen Handy-TV stattfinden soll“, warnt Reding. Deutsche Sender müssen sich umstellen: Bisher verschickt nicht nur RTL Video-News auch im UMTS-Standard auf Anfrage aufs Handy, auch das ZDF sowie die ARD planen eigene UMTS-Angebote.

Focus am 16.07.2007 über die Festsetzung von DVB-H als einzigen Standard für Handy-TV in der Europäischen Union

Der Vize-Medienminister aus Seoul überreichte im vatikanischen Staatssekretariat einen in Südkorea produzierten Apparat, der dem Vatikan-Fernsehen und Radio Vatikan eine Ausstrahlung in einer neuen digitalen Technik (T-DMB) erlaubt. Der Gast aus Seoul überreichte Kardinalstaatssekretär Tarcisio Bertone außer dem Sender auch gleich etwa hundert DMB-Empfänger. Südkorea setzt sich aktiv ein für die Verbreitung der neuen digitalen Übertragungstechnik, die u.a. auch vom italienischen Fernsehen genutzt wird.

Radio Vatikan am 19.07.2007 zum Gastgeschenk der Republik Südkorea an den Vatikan

„Der Hörer im Rhein-Neckar-Raum kann mit seinem normalen UKW-Radio wie bisher das Radio Regenbogen-Programm auf der Frequenz 102,8 empfangen. Mit einem neuen HD Radio kommt er darüber hinaus in den Genuss unserer neuen Formate 'Regenbogen Gold' sowie 'Regenbogen Comedy'“, so Gregor Spachmann, Geschäftsführer von Radio Regenbogen. Dieser evolutorische Ansatz war für Spachmann ausschlaggebend, die Technologie, mit der in den USA bereits mehr als 1300 Stationen senden, auch in Deutschland zu testen. Auch der Netzbetreiber Media and Broadcast von T-Systems betrachtet HD Radio als eine weitere Option bei einer zeitlich späteren Digitalisierung des UKW-Bandes und beteiligt sich als technischer Projektpartner an diesem Betriebsversuch.

Digitalfernsehen.de am 25.07.2007 zum bundesweit ersten Feldversuch mit dem HD Radio-Standard

Derzeit hat sich vor allem das Internet als digitaler Ausspielweg für den Hörfunk etabliert, beispielsweise in Form von Streaming- und Podcast-Angeboten. Schon heute überwinden unsere Programme so spielerisch regionale Sendegebiete und nationale Grenzen. Dieses „neue Radio“ erfordert auch neues Denken, jenseits analoger Gewissheiten und Glaubenssätze.

Das Internet ist für die Hörfunkprogramme der ARD-Landesrundfunkanstalten dabei auch ein wichtiger Weg, um die technikaffine Jugend zu erreichen. Zu unserer Freude stellen wir dabei fest, dass auch die jüngeren Internetnutzer nach gehaltvollen hochwertigen Audioangeboten suchen. Bemerkenswert ist, dass Podcasts nicht als Konkurrenz zum klassischen Hörfunk, sondern als Ergänzung wahrgenommen werden. Es zeigt sich, dass die Wahrscheinlichkeit, dass ein bestimmter Podcast abgerufen wird, umso höher ist, je profilierter das Angebot im Radioprogramm ist. Unsere Inhalte sind der Erfolgsgarant der Digitalisierung. Dabei

gilt es dafür zu sorgen, dass Audioangebote immer als Hörfunk erkennbar bleiben.

Weil der digitale Mehrwert also durch inhaltlichen Mehrwert erzeugt werden muss, bereiten die Landesrundfunkanstalten unter anderem programmbegleitende Zusatzinformationen und gemeinsame programmliche Konzepte vor. Digitale Zusatzangebote sind z. B. in den Themenbereichen Kinder, Wissen und Integration mit klarem öffentlich-rechtlichen Profil denkbar. Gespeist mit ohnehin vorhandenen Beiträgen der beteiligten Sender, von einer Landesrundfunkanstalt federführend zusammengestellt, können diese mit geringem redaktionellen Aufwand als Gemeinschaftsleistung der ARD angeboten werden. Natürlich sind das Deutschlandradio und - soweit zulässig - die Deutsche Welle dabei zur Mitarbeit eingeladen.

Fest steht doch, dass ein leistungsfähiger öffentlich-rechtlicher Rundfunk als gesellschaftliches Bindeglied und Leuchtturm für verlässliche Orientierung in der digitalen Informationsflut nötiger denn je sein wird. ■

Bericht

Lokalrundfunktage Nürnberg: Kleine Sender am Scheideweg

Neue Übertragungstechniken und veränderte Hörgewohnheiten müssen gemeistert werden



Foto: BLM

Während der Lokalrundfunktage in Nürnberg (03. - 04.07.) haben rund 1.000 Medienexperten, Politiker und Veranstalter aus Deutschland, Österreich sowie der Schweiz über die Zukunft des lokalen Rundfunks diskutiert. An den beiden Veranstaltungstagen fanden insgesamt 19 Workshops statt, debattiert wurde unter anderem über die möglichen Konzepte zur Digitalisierung des Hörfunks, die veränderten Hörgewohnheiten sowie die künftige Finanzierung des Lokalrundfunks in Bayern.

Bereits in seiner Eröffnungsrede forderte der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, die Vertreter des lokalen Hörfunks auf, die Potentiale der Digitalisierung zu nutzen. „Die ideale Ausgangsposition wäre, wenn Lokalradio auf allen digitalen Plattformen verbreitet werden würde. Da wir mittlerweile von etwa einem Dutzend unterschiedlicher

Plattformen reden, ist dies jedoch aus wirtschaftlichen Gründen illusorisch. Es kommt also darauf an, sich auf die wichtigsten Verbreitungswege zu konzentrieren und die eigenen Stärken optimal einzusetzen.

Für Ring steht fest, dass das Lokalradio künftig vor große Herausforderungen gestellt werde. Nicht nur die neuen Übertragungstechniken, sondern auch die veränderten Hörgewohnheiten gelte es zu meistern, so der BLM-Präsident im Workshop „Die neue Finanzierung des Lokalrundfunks“. Vor allem junge Hörer würden sich vom klassischen Radio abwenden und sich an neuen technischen Standards, wie beispielsweise MP3-Playern, orientieren.

Eine generelle „Überlebensstrategie“ für die lokalen Programmveranstalter hatten die Workshop-Teilnehmer jedoch nicht parat. ►

Die Runde gab jedoch zwei Ratschläge: Zum einen sollten die Sender die Information nicht vernachlässigen, zum anderen sollten sie das Internet nicht als Risiko, sondern als Chance begreifen. „Damit sie jedoch im Wettbewerb bestehen können, brauchen die Sender Planungssicherheit“, so Ring weiter. Derzeit liege der Zuschussbedarf der privaten Lokalsender in Bayern bei rund einem Drittel der Gesamtausgaben.

CSU-Generalsekretär Markus Söder und CSU-Medienpolitiker Hans Gerhard Stockinger sicherten diese Planungssicherheit zu. Die beste Lösung wäre eine gesplittete Rundfunkgebühr, waren sich alle Diskussionsteil-

nehmer einig. Stockinger wies jedoch darauf hin, dass dafür eine Änderung des Rundfunkgebührenstaatsvertrages nötig sei. Dem müssten allerdings alle 16 Bundesländer zustimmen. „Wir bemühen uns derzeit um eine Lösung.“ Sollte keine Einigung erzielt werden, werde man andere Finanzierungsmöglichkeiten finden. „Wir wollen und werden die Vielfalt des bayerischen Lokalrundfunks erhalten“, betonte Söder.

Derzeit werden in Bayern über 60 Lokalradioprogramme und circa 30 lokale Fernsehangebote verbreitet. Der Aufbau wurde vor allem durch das Teilnehmerentgelt, den so genannten Kabelgroschen, finanziert, das jedoch in zwei Jahren ausläuft. ■

Porträt

Mehr Bandbreite für mehr Kanäle

BCS Broadcast Sachsen mit Denkmodell zur Zukunft des Radios



Foto: BCS Broadcast Sachsen

Der Kampf ums Überleben hat begonnen. Vorbei sind die Jahre kontinuierlich steigender Hördauer, Reichweite und Hörerzahlen. Es kommt die Zeit der Ernüchterung und mit ihr wächst auch die Angst vor einer Bedrohung von außen. Technische Innovationen wie iPods, Handy-TV und Webradios bauen ihre Machtposition stetig aus. Das Radio steht am Scheideweg, nun heißt es Niedergang oder Auferstehung.

Tino Utassy, Geschäftsführer BCS Broadcast Sachsen, zählt nicht zu denen, die diese Situation beklagen, er sucht vielmehr nach Wegen aus der Krise. Fest steht: Nur tiefgreifende Veränderungen werden dem Radio in der digitalen Zukunft das Überleben sichern. „Das reine Umschalten der analogen Programme auf digitale Verbreitung bringt dem Konsumenten kaum Vorteile, bessere Klangeigenschaften und rauschfreier Empfang sind keine ausreichenden Gründe für einen Wechsel. Der Mehrwert liegt in den Inhalten, sowohl qualitativ als auch quantitativ. Die Hörer wollen mehr Auswahl, mehr Flexibilität und auch aktiv an der Programmgestaltung mitwirken“, so Utassy. Die meisten Hörer möchten in dieser digitalisierten Welt aber dennoch nicht auf ihre etablierten Lieblingssender verzichten.

„Wir vertreten die Ansicht, dass die Schaffung

von so genannten Radioportalen ein Ansatz ist, den bestehenden Programmen im digitalen Zeitalter eine neue Dimension zu geben“, stellt Utassy klar. Neben der Übertragung des eigentlichen Hauptprogramms sei die Einbindung mehrerer Unterkanäle Bestandteil eines möglichen Programmkonzeptes. Die jeweiligen Kanäle stünden im direkten Zusammenhang mit dem Hauptprogramm und würden in ihrer Anzahl und Kapazität dynamisch den Programmierfordernissen angepasst. „Neben einer wesentlich größeren musikalischen Vielfalt lassen sich somit auch Inhalte in einem Umfang transportieren, die sonst bei einem massentauglichen Mainstreamformat keine Beachtung finden. Denkbar sind zum Beispiel die Ausstrahlung längerer Interviews, die in den Nachrichten nur angeschnitten werden oder auch die komplette Liveberichterstattung von Fußballspielen.“

Für die Umsetzung dieser Ziele benötigen die Hörfunkveranstalter jedoch mehr Bandbreite für ihr Programm, da es in Zukunft nicht mehr nur aus einem Audiokanal, sondern zum Teil auch aus vielen dynamischen Kanälen bestehen werde, so Utassy weiter. „Nur durch die Abkehr vom analogen „eine Frequenz gleich ein Programm“-Denken werden sich die Hörfunkanbieter auch in Zukunft im Markt behaupten können.“ ■

PROFIL



Tino Utassy ist Geschäftsführer der BCS Broadcast Sachsen GmbH & Co. KG. Die Gesellschaft bündelt seit zwei Jahren den Sender Hitradio RTL Sachsen sowie die Sächsischen Lokalradios (u. a. Radio Dresden, Radio Leipzig, Radio Chemnitz) unter einem Dach. Die BCS Broadcast Sachsen ist Mitglied im Verein Digital Radio Mitteldeutschland.

Kontakt: www.bcs-sachsen.de

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
Tobias D. Höhn
Frank Johannsen
Virginie Scheffler

Layout
frischezellen, vernetzt kreativ

Förderer
89.0 RTL
Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Anmeldung Meinungsbarometer und Archiv
www.dr-m.info

Redaktionsschluss: 25.07.2007

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.