



#### Interview

## Bislang kaum beachtet: Ministerpräsidenten wollen Rundfunk neu definieren

Experten mahnen Überarbeitung des vorliegenden Entwurfs an



Thomas Fuchs, Direktor der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein

Der Direktor der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein, Thomas Fuchs, hat die Ministerpräsidenten aufgefordert, die geplanten Änderungen an der Rundfunkdefinition zu überdenken. Im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk verdeutlichte er die Auswirkungen. So würden plötzlich viele Angebote, die bislang nicht zum Rundfunk zählen, weil sie keinen nennenswerten Einfluss auf die öffentliche und private Meinungsbildung haben, aufgrund ihrer Linearität Rundfunk und müssten lizenziert werden. Andererseits wäre dann beispielsweise die Tagesschau zum Abruf im Internet kein Rundfunk mehr. Fuchs kritisierte zugleich, dass die Neudefinition des Rundfunkbegriffs in der aktuellen Diskussion über den Funktionsauftrag und die Internetaktivitäten der öffentlich-rechtlichen Sender bislang völlig untergegangen sei.

### Herr Fuchs, was konkret ist der Inhalt der im Entwurf zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vorgesehenen Neudefinition des Rundfunkbegriffs?

**Thomas Fuchs:** Rundfunk (linearer Informations- und Kommunikationsdienst) ist die für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten aller Art in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendepfades unter Benutzung elektronischer Kommunikationsnetze. Das bedeutet, dass die Rundfunkdefinition auf einen technischen Ansatz reduziert und

allein an der Verbreitungsform eines Angebots orientiert wird: Lineare Angebote sind Rundfunk, non-lineare (auf Abruf) sind es nicht.

### Warum halten Sie die neue Definition für problematisch?

Sie bedeutet eine Abkehr vom traditionellen deutschen Rundfunkverständnis, das die Frage, was Rundfunk ist, inhaltlich bewertet. Hintergrund für die besondere Regulierung des Rundfunks in Deutschland ist sein großer Einfluss auf die Meinungsbildung, den der Rundfunk dadurch hat, dass er mit identischen ▶

#### EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

einmal im Jahr wird Halle/Saale für zwei Tage zur Hauptstadt der Visionäre. Auch in diesem Jahr trafen sich Mitte Juni Vordenker aus Deutschland und anderen europäischen Staaten auf dem forward2business-Zukunftskongress, um Geschäftsmodelle für die kommende Generation zu entwickeln. Branchenübergreifend diskutierten Innovationsmanager großer Konzerne gemeinsam mit Mittelständlern und Kreativagenturen Szenarien der Welt von morgen. Wie sieht der Rundfunk der Zukunft aus? In seiner Kolumne wirft Kongress-Initiator und Trendforscher Sven Gábor János seinen Blick voraus aufs Jahr 2020 (Seite 3).

Umdenken, heißt es auch für die rund 10.000 Rundfunkjournalisten in Deutschland. Nicht nur Geschäftsmodelle müssen neu entwickelt werden, auch Redaktionsabläufe und Berufsbilder ändern sich. Wie sind die Medienmacher, die Journalisten auf die Zukunft vorbereitet? Unsere Reporterin Janine Scharf hat einen Workshop für Radioredakteure in Leipzig besucht (Bericht Seite 4).

Bislang weitgehend unbeachtet haben die Ministerpräsidenten einen Vorstoß unternommen, um den Rundfunkbegriff an die Anforderungen der digitalen Welt anzupassen. Der Entwurf sieht vor, neu zu definieren, was künftig alles Rundfunk ist und was nicht. Der Direktor der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein, Thomas Fuchs, schlägt nun Alarm. Er befürchtet mehr Bürokratie und außerdem würden Abrufsendungen im Internet, wie beispielsweise die Tagesschau, dann nicht mehr Rundfunk sein (Interview Seite 1).

Brauchen wir einen Abschalttermin für UKW? Die Branche sagt nein (Bericht Seite 2). Die Rufe werden lauter, die das Telekommunikationsgesetz (TKG) geändert haben wollen. Dieses sieht den Widerruf für analoge Frequenzen spätestens im Jahr 2015 vor. In unserem Bericht fordert der Chef der ARD-Hörfunkkommission, Frank Johannsen, dass über die Entfernung entsprechender Soll-Vorschriften aus dem TK nachgedacht werden sollte.



Herzlichst Ihr  
Thomas Barthel

## NACHRICHTEN

Inhalten gleichzeitig eine unbegrenzte Zahl von Empfängern erreichen kann. Dieser Kombination aus Reichweite und Inhalt, die die Sonderrolle des Rundfunks ausmacht, kann die neue Definition nicht gerecht werden.

### Welche Auswirkungen hätte die beschriebene Definitionsänderung konkret auf die deutsche Medienlandschaft? Welche Angebote fallen dann unter den Begriff „Rundfunk“ und welche nicht?

Viele Angebote, die bislang nicht zum Rundfunk zählen, weil sie keinen nennenswerten Einfluss auf die öffentliche und private Meinungsbildung haben, wären aufgrund ihrer Linearität Rundfunk. Die Landesmedienanstalten müssten dann im Prinzip unzählige Angebote lizenzieren, die bislang zulassungsfrei waren. Das kann keiner wollen. Auf der anderen Seite wären meinungsbildungsrelevante Inhalte, die beliebig vielen Nutzern auf Abruf zur Verfügung stehen, kein Rundfunk. Die Tagesschau im Fernsehen - ohne Zweifel Rundfunk - wäre es im Internet auf Abruf nicht. Noch schwieriger wird es bei der Vermischung von Angebotsformen.

**Im Zuge der fortschreitenden Medienkonvergenz wurde schon häufiger über einen neuen Rundfunkbegriff diskutiert. Wie müsste eine Rundfunkdefinition, die der Medienkonvergenz gerecht wird und dennoch die besondere Relevanz des Rundfunks berücksichtigt, Ihrer Meinung nach lauten?**

Die Landesmedienanstalten setzen sich für eine inhaltliche Ergänzung des technischen Ansatzes ein, die dem deutschen Rundfunkverständnis Rechnung trägt und zugleich verhindert, dass Angebote ohne Einfluss auf die Meinungsbildung durch den Rundfunkbegriff „geadelt“ werden. Neben der Verbreitungsform sollten Kriterien wie Reichweite und Wirkungsweise (Suggestivkraft) ebenso eine Rolle spielen wie die kommunikative Intention eines Anbieters. Insgesamt ist der Rundfunkbegriff vielleicht sogar enger zu fassen und auf seinen Kernbereich zu reduzieren, aber was dann noch Rundfunk ist, muss Rundfunk bleiben, unabhängig davon, wie ein Angebot ins Haus kommt.

### Konnten Sie erfahren, welche Position die Ministerpräsidenten zur Rundfunkdefinition vertreten und wie sie in diesem Punkt bei den endgültigen Beratungen zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag im Herbst abstimmen werden?

Die Neudefinition des Rundfunks ist in der aktuellen Diskussion über den Funktionsauftrag und die Internetaktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter bislang völlig untergegangen. Verfolgt man die Presseberichte, war sie auch nicht Kern der Beratungen der Ministerpräsidenten. Wenn der Vertragsentwurf jetzt zunächst mit der EU-Kommission beraten werden soll, bietet das Gelegenheit, auch die Rundfunkdefinition noch einmal zu überdenken. ■

Der Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, will beim geplanten Neustart für digitales Radio auch die Sendernetzbetreiber mit am Risiko beteiligen. „Wir haben es hier mit einem Grundsatzproblem zu tun.“, sagte Ring zur Eröffnung der 16. Lokalrundfunktagung (01.07. - 02.08.08 in Nürnberg). Der Sendernetzbetreiber übernehme im Gegensatz zu den Anbietern kein vergleichbares Risiko, auch wenn er in die Technik investiert. Er bekomme von Anfang an sein Geld, während die Programmanbieter erst mühsam einen Markt aufbauen und ein Geschäftsmodell etablieren müssen. „Eine solche Ungleichverteilung ist nicht akzeptabel“, so Ring. Die lokalen Hörfunkanbieter sieht der BLM-Präsident nicht als Vorreiter der Digitalisierung: „Die BLM wird für die 18 bayerischen Planungsregionen keinen ‚Call for Interest‘ durchführen, sondern sich mit den Anbietern vor Ort zusammensetzen, um zu abgestimmten Lösungen zu kommen.“ Für Ring ist jedoch klar, dass die Lokalradios nicht die Lokomotivfunktion bei der Digitalisierung des Hörfunks übernehmen können. Diese müssten bundes- und landesweite Anbieter und der öffentlich-rechtliche Rundfunk übernehmen.

ARD und ZDF wollen nun doch kein gemeinsames Programm für Handy-TV veranstalten. Der ARD-Vorsitzende Fritz Raff und ZDF-Intendant Markus Schächter haben in einem Schreiben an den Chef der Rundfunkkommission der Länder, Martin Stadelmaier, den finanziellen und administrativen Aufwand für ein solches Projekt als unangemessen hoch bezeichnet. Sie bitten die Länder von der im Arbeitsentwurf zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vorgesehenen Beauftragung für das gemeinsam veranstaltete Programm abzusehen. Ungeachtet des Wegfalls eines gemeinsamen Programms werden die Hauptprogramme von ARD und ZDF weiterhin über die DVB-H-Plattform Mobile 3.0 verbreitet.

Die ARD startet zu den Olympischen Sommerspielen 2008 (08.08. - 24.08.2008) unter dem Titel „ARD Olympiaradio“ ein temporäres Hörfunkangebot. Übertragen wird das Angebot auf verschiedenen ARD-Sendern sowie Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur über Mittel- oder Langwelle, DAB und DVB-S sowie als Live-Stream im Internet. Neben Live-Reportagen aller wichtigen Wettbewerbe bietet das „ARD Olympiaradio“ Interviews, Hintergrundberichte, Porträts, Gespräche mit Olympiaexperten und zu jeder vollen Stunde Nachrichten. Aufgrund der sechsstündigen Zeitdifferenz fallen die meisten Entscheidungen in Peking zwischen 4:00 und 16:00 Uhr unserer Zeit und damit außerhalb der üblichen TV-Zeiten in Deutschland. „Viele Menschen werden sich verstärkt im Radio über die Wettbewerbe informieren, etwa im Auto auf dem Weg zur Arbeit“, so Lutz Marmor, Intendant des beim Projekt federführenden NDR.

## Bericht

## Marktteilnehmer lehnen festen UKW-Abschaltetermin ab

Auch im Telekommunikationsgesetz sollten die Vorgaben geändert werden



In einer vielbeachteten Entscheidung hat Sachsen-Anhalts Landesregierung im April den bis dato im Mediengesetz festgeschriebenen Abschaltetermin 2010 für analoge Übertragungen auf 2015 angepasst. Nach wie vor sieht auch das Telekommunikationsgesetz (TKG) in Deutschland den Widerruf der analogen Frequenzzuweisungen bis 2015 vor. Die EU stellt gar das Jahr 2012 als Abschaltetermin für analoge Übertragungen in

Aussicht. Doch sind solche Termine angesichts der bisherigen Entwicklung des Digital Radios noch sinnvoll und haltbar? Glaubt man den Marktteilnehmern, lautet die Antwort eindeutig „nein“. „Wer 300 Millionen von unserem Publikum intensiv genutzte Endgeräte zum Elektronikschrott erklären will, der gefährdet die Grundlage des Erfolges der Gattung Radio“, weist der Vorsitzende der ARD-Hörfunkkommission Frank Johannsen einen festen Abschaltetermin entschieden zurück. Man sollte über die Entfernung der entsprechenden Soll-Vorschrift aus dem TKG nachdenken, so Johannsen weiter. Eine solche Forderung könnte bei Marktteilnehmern und Politikern auf fruchtbaren Boden fallen. Eine Sprecherin des zuständigen Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zeigte sich offen: „Die Frage eines festen Abschaltetermins für analoges Radio im UKW ist nicht entscheidend ▶“

für einen erfolgreichen Start des digitalen Radios.“

Neben der ARD äußern auch die Privaten Bedenken an der Zweckmäßigkeit eines festen Abschalttermins. Hans-Dieter Hillmoth, Vizepräsident des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien, gibt zu bedenken: „Selbst bei einem UKW-Abschalttermin würden sich die Endgerätezahlen für Digital Radio über viele Jahre hinweg nicht in vergleichbaren Größen bewegen - falls sie sie überhaupt jemals erreichen. Im Übergang wären die Reichweitenverluste für die Radiounternehmen und damit die Risiken für die Gattung Radio enorm.“ Die Einnahmen aus den UKW-Programmen müssten zudem erhalten bleiben, um die Digitalisierung zu finanzieren.

Thomas Langheinrich, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, spricht sich ebenfalls für einen analog-digitalen Parallelbetrieb aus: „Momentan zeichnet sich am Markt ab, dass Digital Radio sich zu einem eigenständigen Übertragungs-

weg entwickelt, der den analogen UKW-Empfang zunächst nicht ersetzt, sondern ergänzt.“ Es sei heute nicht absehbar, ob es je zu einer vollständigen Ablösung der UKW-Übertragung kommen werde.

Auch der Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) übt Kritik an einem festen Abschalttermin: „Aus Industriesicht erscheint es nicht sinnvoll, in die Marktentwicklung einzugreifen und einen Abschalttermin für UKW festzulegen“, so Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI. Neben der hohen Zahl an UKW-Empfängern in deutschen Haushalten begründet er seinen Standpunkt auch mit der fehlenden Einigung auf einen einheitlichen Standard. Wie die meisten Marktteilnehmer sieht er bisher noch kein tragfähiges Geschäftsmodell für eine UKW-Ablösung: „Letztendlich wird der Verbraucher für die neue Technologie allein kein Geld ausgeben, sondern das Programmangebot im digitalen Hörfunk muss ihn überzeugen.“ ■

## PRESSESCHAU

Die Landesmedienanstalten haben die ersten Weichen für ein neues bundesweites digitales Radio gestellt. In ihrer Sitzung am Dienstag beschloss die Direktorenkonferenz (DLM), auf Grundlage des voran gegangenen so genannten „Call for Interest“ die Länder um eine Prüfung einer Bedarfsanmeldung für das Band III gegenüber der Bundesnetzagentur zu bitten. „Die Ausweitung der Konzepte und Überlegungen der Radioveranstalter hat ergeben, dass Interesse an einer bundesweiten Verbreitung besteht. Allerdings erwarten die Veranstalter überwiegend, dass sie nicht die Kosten für die digitale Verbreitung tragen müssen. (...) Nach Ansicht der Direktorenkonferenz erscheint ein Neustart des digitalen Radios ausschließlich mit bundesweiten Angeboten und ohne zusätzliche landesweite öffentlich-rechtliche Programme nicht erfolgsversprechend. Daher regen die Direktoren an, dass die zuständigen Stellen der Länder gleichzeitig auch den Bedarf an länderspezifischen und länderübergreifenden Übertragungskapazitäten prüfen und zeitlich koordinieren. Digitalfernsehen.de am 25.06.2008 zum Neustart von digitalem Radio in Deutschland

Der Lizenznehmer Mobile 3.0 kommt in den Verhandlungen mit TV-Stationen nicht voran. Zudem wurde bislang kein Vertriebskanal gefunden. Die Wahrscheinlichkeit eines kommerziellen Sendestarts bis Frühjahr 2009 läge bereits unter 50 Prozent, berichten Insider. Ursprünglich sollte das mobile TV auf Basis der DVB-H-Technik bereits zur Europameisterschaft zu sehen sein. Dazu hatten sich die Landesmedienanstalten zwar bereits im Januar auf das Konsortium Mobile 3.0 als Betreiber verständigt. (...) Die Vergabe von Frequenzen in allen Bundesländern verzögert sich aber bis heute - so in Bremen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Angesichts der anhaltenden Probleme sei die Rückgabe der Lizenzen möglich. Mit jeder weiteren Verspätung sinken die Chancen eines kommerziellen Erfolgs, urteilen Experten. Insbesondere der kostenlose Empfang des regulären Fernsehsignals (DVB-T) durch immer leistungsfähigere Telefone berge für Mobile 3.0 ernste Gefahren. Financial Times Deutschland am 20.06.2008 zu den Erfolgsaussichten von DVB-H in Deutschland

Die Wochenzeitung „Die Zeit“ und das ZDF haben eine Kooperation im Internet vereinbart. Seit Montag präsentiert die Website „Zeit Online“ das ZDF-Nachrichtenformat „ZDF 100 Sekunden“. Außerdem wird „Zeit Online“ nach ZDF-Angaben weitere Videobeiträge des Mainzer Senders anbieten. Bei allen Beiträgen handle es sich um Inhalte, die das ZDF bereits für seinen eigenen Redaktionsbetrieb produziert hat. Für die Überlassung berechnet das ZDF nach eigenen Angaben „marktübliche Preise“. Die Laufzeit des Vertrags beträgt zwei Jahre.

Welt online am 23.06.2008 zur Online-Kooperation von ZEIT und ZDF

## Kolumne

# Medienszenario 2020: Wie sich Deutschlands Vordenker den Rundfunk der Zukunft vorstellen

Sven Gábor Jánoszy, Trendforscher und Initiator des forward2business-Zukunftskongresses



Der Morgen des 19.06.2020 wird für Peter kein besonderer sein. Ein kurzer Blick in den Badezimmerspiegel sagt ihm, dass es kurz nach sechs Uhr ist. Er beginnt die allmorgendliche Prozedur eher gelangweilt als voller Elan. Sein Tagesprogramm ist mörderisch voll. Während Peter den Rasierer ansetzt, schaltet er den Badspiegel an. Sofort erscheinen seine üblichen sechs Monitore: Die wichtigen Börsenkurse, das Wetter in Berlin, seine Lieblingsaufstehmusik. Doch anstelle des normalen Nachrichtenzuschnitts im Hauptfenster hat ihm jemand die Übertragung des Tokio Marathons in seinen Spiegel gebracht. Peter ist Marathon-Fan. Präsentiert von GilletteTV.

Woher weiß sein Spiegel...? „Manchmal übertrifft Rob sich selbst“, denkt Peter dankbar über die Aufmunterung. Noch vor einem halben Jahr hätte er misstrauisch und allein mit sich selbst vor dem Spiegel gestanden. Doch bei seinem Umzug hat er festgestellt, dass Wohnungen in seiner Preisklasse inzwischen nur noch mit den „Smart Mirrors“ angeboten werden. Genau wie in Schrankwänden, Betten und Kühlschränken sind auch in Badspiegeln verschiedene Monitore integriert, die über WLAN vom Zentralcomputer der Wohnung mit Inhalten versorgt werden. Rob ist sein elektronischer Assistent, der Peters Mediennutzung beobachtet und automatisch seine individuellen Musik- und Bildprogramme nach seinen Vorlieben zusammenstellt.

„Morgen Peter!“, klingt es aus dem Spiegel. Er schaut auf und sieht Klaus, seinen Trainingspartner, im Monitor oben rechts im Spiegel auftauchen. „Rob hat mir gerade gesagt, dass du auch den Tokio Marathon schaust. Was meinst du: Wird der Kenianer die anderen beiden noch abschütteln?“ Peter und Klaus plaudern kurz. Bevor er den Spiegel ausschaltet poppt über der Marathon-Übertragung ein rot blinkendes Fenster auf: „BetKing“ bietet eine Wette an: „Liegen die 3 Führenden bei Kilometer 35 immer noch gemeinsam vorn?“ Peter zögert nicht: ▶

„NEIN!“ wählt er und einen Einsatz. Bei „Bet-King“ hat er schon einmal 50 Euro gewonnen. „Jetzt aber schnell!“ 20 Minuten sind es ins Büro. Peter schaltet die Brille an, sagt zu Rob er möchte die Marathonübertragung weitersehen und geht los. Zum Glück hat er sich zu Weihnachten diese neue Brille schenken lassen, durch die man durch sehen aber gleichzeitig auch Programme sehen kann.

Zwölf Stunden später. Abends zu Hause tut er, was alle Väter tun: Er fragt seinen Sohn Max nach Schularbeiten. Max schaut verwirrt: „Papa ich hab was nicht verstanden. Die

Lehrerin hat heute über Radio gesprochen. Was ist denn das?“ Die Frage kam unerwartet. Peter versucht es mit Historie: „Das Radio wurde vor 90 Jahren eingerichtet, als viele Menschen hören sollten, was an einem anderen Ort gesagt wurde. Später dann wurde nichts mehr gesagt, sondern nur noch Musik gespielt.“ Max blickt auf: „Hast Du damals auch schon den alten Grönemeyer gehört?“ Peter grinst: „Ja, aber nicht im Radio! Dort kam nicht für jeden seine Lieblingsmusik wie heute bei Rob, sondern ein Mix, den sich ein Programmdirektor ausgedacht hat: Für jeden etwas!“ „Wie langweilig“, sagt Max. ■

## Bericht

# „Digitalisierung als Chance sehen“

Wie sich Journalisten auf die Zukunft vorbereiten



Workshop für Radiomacher des SAEK in Leipzig

Längst glauben nicht mehr nur Digital Radio-Befürworter an die digitale Zukunft des Radios. Auch rund 10 000 Rundfunkjournalisten in Deutschland müssen sich auf eine Umstellung ihrer Arbeitsweise einstellen. Durch die rasante Internetentwicklung gibt es heutzutage nahezu keinen Radiosender mehr, der ohne Webauftritt und Online-Mithör-Möglichkeiten auskommt. Radiohören allein soll dem Hörer, durch aktive Mitgestaltung des Programms, zu wenig werden. Die Umstellung der terrestrischen Radiofrequenzen kann also nur noch ein Element des Konzepts Radio sein und muss sich diesem anpassen.

Obwohl die UKW-Abschaltung noch umstritten ist, bereiten sich viele Radiomacher schon auf das digitale Zeitalter vor. Jürgen Kühn ist technischer Verantwortlicher beim Bürgerradio Radio Blau in Leipzig. Er weiß um den umstrittenen Abschalttermin für UKW und muss sich deshalb Gedanken um die Zukunft ‚seines Radios‘ machen: „Mit der Digitalisierung kommen mehr Programme in Umlauf und auch die Empfangsqualität wird sich ändern. Für Radio Blau muss die Studiotechnik umgestaltet werden.“

Michael Richter vom Verein Digital Radio Mitteldeutschland bietet Kurse für Rundfunkjournalisten und Interessierte an, um über

Chancen des digitalen Hörfunks zu informieren und ‚die digitale Welt‘ zu ordnen. Er will die Redakteure motivieren: „Die Welt wird digital und man muss darüber nachdenken, wie man selbst darin aussehen kann.“ Die Entwicklung, so glaubt Richter, geht stetig voran und er sieht die Digitalisierung als Chance für vorhandene Berufsfelder im Bereich Rundfunk.

Marcel Winkler, Auszubildender zum Mediengestalter für Bild und Ton, ist froh, an diesem Workshop teilgenommen zu haben. Die Veranstaltung brachte ihm einen Überblick über die Möglichkeiten von DAB, DAB+ oder DRM. Zugleich sieht er aber auch Probleme und glaubt, dass es für das Radio der Zukunft noch schwerer wird, sich durchzusetzen: „Ich sehe das jetzt schon beim Fernsehen. Ich empfangen 120 Programme und in Wirklichkeit sehe ich höchstens 20 davon.“

Beim Deutschen Journalisten-Verband weist Sprecher Hendrik Zörner vor allem auf die Schnelligkeit hin, die mit der Digitalisierung in den Journalistenberuf Einzug halten wird. „Digitalisierung bedeutet zum einen, dass sich Journalisten technisch permanent auf dem Laufenden halten müssen und zum anderen eine sehr viel höhere Geschwindigkeit beim Recherchieren entwickeln. Das wird man dann daran merken, dass Beiträge schneller gesendet werden können.“

Angesprochen auf neue Berufsfelder, die die Digitalisierung mit sich bringen könnte, reagieren die Journalisten noch skeptisch. Überzeugt sind sie aber davon, dass die vorhandenen Berufsfelder mit neuen technischen Voraussetzungen konfrontiert werden und jeder Einzelne sich Know-How erarbeiten muss, um den digitalen Herausforderungen gewachsen zu sein. ■

## Anzeige



Am 06. Juni wurde DVB-H in Österreich durch MEDIA BROADCAST und seine Partner offiziell gestartet.

Die Vermarktung unterstützt MEDIA BROADCAST mit einem neuen Handy-TV Portal, das jetzt freigeschaltet wurde.

[Weitere Infos dazu 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  
Sven Gábor Jánszky, Claudia Kullick, Janine Scharf

Fotos  
Seite 1: Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH)  
Seite 2: Tim Heinrichs-Noll / [www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)  
Seite 3: forward2business  
Seite 4: Janine Scharf

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: 02.07.2008

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.