



Interview

KEF-Entscheidung wichtiges Signal für Neustart von Digital Radio

Positiver Einfluss auf Verhandlungen zum nationalen Multiplex erwartet



Kurt Beck, Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz und Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder

Am 25. Juni hat die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) maximal 42 Millionen Euro Projektmittel für die Entwicklung des digitalen Hörfunks freigegeben. Im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk wertet der Vorsitzende der Rundfunkkommission der Länder, Kurt Beck, dies als wichtiges Signal für den Neustart von Digital Radio in Deutschland. Die KEF-Entscheidung werde sich positiv auf die Vertragsverhandlungen zum nationalen Digital Radio-Multiplex auswirken.

Herr Ministerpräsident Beck, welche Auswirkungen hat die Freigabe der Digital Radio-Projektgelder durch die KEF auf den geplanten Neustart von Digital Radio in Deutschland?

Kurt Beck: Die KEF hat mit ihrem Beschluss ein wichtiges Signal für einen möglichen Neustart von Digitalradio in Deutschland gegeben. Die Entscheidung der KEF ist im Sinne unseres Beschlusses, mit dem wir unter anderem Deutschlandradio entsprechende Kapazitäten für drei digitale Hörfunkprogramme zugewiesen haben. Auf dieser Grundlage ist es Deutschlandradio nun möglich, die Vertragsverhandlungen mit der Media Broadcast zu führen.

Allerdings muss man auch sehen, dass die KEF mit der Freigabe der Mittel verschiedene Bedingungen verknüpft hat: Den Abschluss der Verträge mit Media Broadcast sowie die Durchführung entsprechender Zulassungsverfahren der Landesmedienanstalten für einen bundesweiten Multiplex. Darüber hinaus wurden ARD und Deutschlandradio aufgefordert, bis September 2010 entsprechende

Aussagen zur Abschaltung ihrer analogen Lang-, Mittel- und Kurzwellen-Sender zu machen. Insofern sind hier die Anstalten noch gefordert, ihre Planungen offenzulegen.

Inwiefern beeinflusst die KEF-Freigabe auch die Entscheidung der Privaten, sich weiter an den Vertragsverhandlungen zum nationalen Digital Radio-Multiplex zu beteiligen?

Grundsätzlich gehe ich davon aus, dass sich die KEF-Freigabe auch auf die Entscheidung der Privatsender, sich an weiteren Vertragsverhandlungen zu beteiligen, positiv auswirken wird. Der Hörfunkbeauftragte der DLM und Direktor der saarländischen Landesmedienanstalt, Dr. Gerd Bauer, hat sich bereits positiv geäußert, in dem er die Entscheidung der KEF als einen unverzichtbaren Schritt zum bundesweiten Digitalradio auch unter Beteiligung der Privaten sieht. Nunmehr sind auch die Landesmedienanstalten gefordert, hier tätig zu werden und die weitere Entwicklung mit Blick auf die gemeinsame Nutzung eines bundesweiten Multiplexes durch ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mehrmals hat die KEF die von ARD und Deutschlandradio beantragten Finanzmittel zum Ausbau des terrestrischen digitalen Hörfunks verweigert. Seit 25. Juni stehen nun maximal 42 Millionen Euro für das „Radio der Zukunft“ unter Auflagen bereit – maximal 30 Millionen für die ARD und 12 Millionen für das Deutschlandradio. Damit scheint der Weg für Digital Radio in Deutschland frei zu sein. Denn jetzt sind nicht nur die Pläne der Öffentlich-Rechtlichen bestätigt. Auch die privaten Bewerber zum nationalen Digital Radio-Multiplex erhalten mehr Planungssicherheit. Wie der Vorsitzende der Rundfunkkommission der Länder, Kurt Beck, die KEF-Entscheidung bewertet, lesen Sie im Interview auf Seite 1.

Anfang Juli hat WorldDMB in München einen „Car Manufacturers Workshop“ zum Thema DAB, DAB+ und DMB veranstaltet. Dieses Branchentreffen hat unsere Redaktion zum Anlass genommen, bei deutschen Autobauern deren Pläne zu Digital Radio nachzufragen. Mit erstaunlichem Ergebnis: Die angefragten Hersteller beschäftigen sich intensiv mit der Produktentwicklung für den deutschen Markt (Bericht Seite 2).

Einen Blick auf die Fernsehwelt von morgen wagten die Teilnehmer des Medienforum NRW. So soll das Zusammenwachsen von Fernsehen und Internet zum Hybrid-TV das Beste aus TV und Web miteinander verbinden. Experten erwarten dadurch neue wirtschaftliche Möglichkeiten für Fernsehveranstalter. Medienforscher sehen gar eine „Erweiterte Realität“ auf uns zukommen und vermuten, dass Werbung schon bald zu einem aktiven Erlebnis werden könnte (Bericht Seite 3).

Am 30. April 2012 stellt der Satellitenbetreiber Astra seine analoge Ausstrahlung ein. Zwei Jahre vor diesem Termin startete mit „klardigital 2012“ eine Initiative zur vollständigen Digitalisierung des Satelliten-

fernsehens. Wir stellen die Kampagne auf Seite 4 vor.

Eine erkenntnisreiche Lektüre wünscht Ihnen Thomas Barthel.



NACHRICHTEN

Die Vertragsverhandlungen zum nationalen Digital Radio-Multiplex haben Mitte Juli ihre entscheidende Phase erreicht. Am 8. Juli verständigten sich in Köln der Sendernetzbetreiber Media Broadcast, das öffentlich-rechtliche Deutschlandradio und die privaten Bewerber über „Startinseln“ und den Zeitplan für den deutschlandweiten Digital Radio-Neustart. Die Preisverhandlungen zwischen den privaten Programmveranstaltern und dem Sendernetzbetreiber finden am 16. Juli in Bonn statt. Bis zum 22. Juli sollen die interessierten Radiosender nun Verträge mit Media Broadcast abschließen und bei der ZAK (Kommission für Zulassung und Aufsicht) vorlegen. Diese will bei ihrer Sitzung am 3. August dann über die Aufteilung der Übertragungskapazitäten entscheiden.

Das Konsortium HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) hat Anfang Juli den neuen Standard für Hybrid-TV von der europäischen Zulassungsbehörde ETSI anerkennen lassen. Die Zulassung geht einher mit der formellen Gründung des HbbTV-Konsortiums. Deren Satzung eröffnet ab sofort weiteren Partnern die Möglichkeit, sich daran zu beteiligen. Die Öffnung von HbbTV ermöglicht es neuen Teilnehmern, sich aktiv bei der Weiterentwicklung des Standards einzubringen und einen frühen Zugang zu aktualisierten Versionen zu erhalten. Mitglieder können ebenso an der Entwicklung der HbbTV-Testversion sowie an Zertifizierungs- und Werbemaßnahmen für den neuen Standard mitwirken. Interessierte wenden sich an die Kontaktadresse membership@hbbtv.org.

Durch den Ausbau des Breitband-Internets hat sowohl die Nutzung als auch die Zahl der Webradios stark zugenommen. Das stellt die aktuelle Marktanalyse „Webradio-monitor 2010“ der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien fest. Demnach sendeten Ende April 2010 knapp 2.700 deutsche Webradios über das Internet. Gegenüber dem Vorjahr ist die Anzahl um über 700 Sender gestiegen. Seit 2006 (mit damals 450 Internetsendern) stieg die Anbieterzahl in Deutschland damit pro Jahr um rund 56 Prozent. Deutlich zugenommen hat auch die mobile Nutzung: Knapp die Hälfte aller Webradios sind heute mobil über das Handy zu empfangen.

Deutschlandradio und private Hörfunkveranstalter zu begleiten. Insofern wird man auch hier die weitere Entwicklung abwarten müssen.

Bei den Vertragsverhandlungen zum nationalen Digital Radio-Multiplex beklagen sich private Programmveranstalter, dass ihnen Preise ohne finanziellen Spielraum diktiert werden. Der Sendernetzbetreiber Media Broadcast und auch die Deutsche Funkturm GmbH haben immer noch eine gewisse Monopolstellung. Sehen Sie hier Handlungsbedarf von Seiten der Politik?

Dies ist ein komplexes Thema. Sendernetze sind Infrastrukturen, die man nicht nur unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten betrachten darf. Die Versorgung in der Fläche und nicht nur in Ballungsräumen ist die Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Insofern bin ich nicht per se gegen Monopole, die dieses Ziel sicherstellen.

Durch die Versteigerung ehemaliger Rundfunkfrequenzen entstehen Rundfunkveranstaltern und Drahtlos-Anwendern diverse Umstellungskosten. Welche Kostenpunkte sehen Sie durch die Bundesländer-Vereinbarung gedeckt?

Die Bundesregierung hat sich in den bisherigen Gesprächen, wie auch durch eine Protokollerklärung im Bundesrat verpflichtet, die durch die Umstellung entstehenden Kosten in angemessener Weise zu tragen. Hierunter fallen aus unserer Sicht ganz klar die notwendigen Kosten für den Umbau der DVB-T-Sender, wie auch ein angemessener Beitrag bei der Anschaffung neuer Drahtlosmikrofone. Hier sind wir von Länderseite nach wie vor mit der Bundesregierung im Gespräch. Die Bundesregierung ist ihrer Zusage aus den Vereinbarungen aus dem Sommer 2009 bisher noch nicht nachgekommen. Wir haben erst kürzlich nochmals nachdrücklich darauf gedrängt, dass die Gespräche im Interesse der Betroffenen zu einem positiven Abschluss geführt werden. Der Bund hatte in einem ersten Entwurf Regelungen für eine Entschädigung, insbesondere der Drahtlosnutzer vorgelegt, die in keiner Weise unseren Erwartungen entsprachen. Vergleichbares gilt für die Entschädigung der Sendernetzbetreiber ARD und Media Broadcast, die nahezu sämtliche Folgekosten aus der Umstellung der Sendernetze selbst tragen sollen. Dies halte ich im Ergebnis für nicht akzeptabel. Insofern werden wir hier schauen müssen, wie wir zu einer befriedigenden Regelung gelangen. ■

Bericht

Digital Radio auf der Überholspur

Aufbruchstimmung bei deutschen Autoherstellern



Digital Radio – bald auf allen Autoradio-Displays?

Eine regelrechte Aufbruchstimmung herrscht derzeit in den Konzernzentralen deutscher Autohersteller. Nach der KEF-Entscheidung steht das Thema Digital Radio bei ihnen wieder

oben auf der Tagesordnung. Diesen Eindruck vermittelt jedenfalls eine Umfrage des Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk.

So verweist etwa die AUDI AG stolz darauf, dass sie bereits seit 2005 in ihren Fahrzeugen Digitalradios anbietet. Aktuell ist DAB in sieben Baureihen verfügbar. „Für alle neuen Fahrzeuge werden wir DAB entwickeln, so dass bald für alle Baureihen DAB/DAB+ angeboten wird“, erklärt Ricky Hudi, Leiter Entwicklung Elektrik/Elektronik bei AUDI. „Wir sehen DAB als technischen Nachfolger für den klassischen UKW-Rundfunk. Nachdem die KEF den Finanzbedarf für den Ausbau des digitalen ▶

Anzeige



MKH 8050

Niemals näher
am
perfekten
Sound

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



Mehr Infos hier.

PRESSESCHAU

Insbesondere in Deutschland ist nach dem DVB-H-Fiasko (...) die Luft aus dem mobilen Fernsehen raus. Das könnte sich mit der Einführung des iPads ändern. Sowohl Sky also auch N24 und Eurosport wollen über den Tablet-PC von Apple ihre Angebote verbreiten.

Das iPad gilt allerdings nicht überall als Heilsbringer. Kritiker werfen Apple bereits seit Längerem eine Zensur der Inhalte, die über die "i"-Produkte übertragen werden, vor. Zudem könnte das iPad zu einer Verschärfung der Diskussion zwischen TV-Anbietern und Zeitungsverlegern führen, da die Verlage über Apples Tablet-PC noch stärker auf audiovisuelle Inhalte setzen können.

digital-insider.de am 28.06.2010: Frischer Wind für Mobil-TV dank iPad

Die Deutsche TV-Plattform hat bei einem Treffen am 25. Juni in Frankfurt/Main ihre neue Arbeitsgruppe „3D-HD-TV“ gegründet. (...) „Wir befinden uns in einer Aufbruch-Situation wie zu den Anfängen von HDTV“, bewertet Dietrich Westerkamp, Vorstandsmitglied der Deutschen TV-Plattform, der einstimmig zum Leiter der AG 3D-HD-TV gewählt wurde, die heutige Lage: „Durch unsere aktive Mitwirkung und Moderation wollen wir dazu beitragen, dass 3D-TV geordnet und auf Grundlage von einheitlichen Standards für alle Marktpartner sinnvoll eingeführt werden kann.“ „Für die Einführung einer neuen Technik wie das stereoskopische 3D-Fernsehen bedarf es eines offenen Dialogs der Gerätehersteller, Infrastrukturanbieter und Sender. Das geeignete Forum dafür bietet die Deutsche TV-Plattform“, so Carine Chardon, Geschäftsführerin des Vereins.

infosat.de am 29.06.2010: Deutsche TV-Plattform gründet Arbeitsgruppe „3D-HD-TV“

Der Fernsehsender „Das Vierte“ (...) hat seinen Sendebetrieb über den analogen Astra-Satelliten eingestellt. Zu diesem Schritt dürften in erster Linie Kostengründe geführt haben. Die analoge Ausstrahlung über Satellit kostet die TV-Sender je nach Vertrag einen Eurobetrag im siebenstelligen Bereich. Ein Sprecher von „Das Vierte“ sagte (...), der Sender habe sich zur Einstellung der analogen Satellitenausstrahlung entschieden, nachdem der Digitalisierungsgrad über den Satelliten sehr weit fortgeschritten sei. „Wir reden hierbei auch nur über die Satellitenverbreitung. Die weitere Verbreitung ist davon nicht betroffen“, so der Sprecher.

digitalfernsehen.de am 01.07.2010: „Das Vierte“ beendet analoge Satelliten-Ausstrahlung

terrestrischen Hörfunks anerkannt hat, erwarten wir einen zügigen, bundesweiten Ausbau des DAB-Sendernetzes“, so Hudi.

Die BMW Group hat seit 2006 die Option Digitalradio (DAB) in ihrem Orderkatalog. Deshalb sieht sich BMW für den deutschlandweiten Neustart von Digital Radio gut gerüstet. „Wir sind vorbereitet und können schon ab September dieses Jahres in allen neuen Radios DAB+ liefern“, äußert Dirk Arnold, Leiter Produktkommunikation. Allerdings vermerkt er rückblickend kritisch: „Mit einer besseren Flächenabdeckung und erweiterter Programmvielfalt würde die von BMW geleistete Vorarbeit den Kundennutzen weiter erhöhen.“

Die Adam Opel GmbH schätzt ein, dass die gemeinsame Vorgehensweise der Bundesländer eine bundesweite und länderweite Konsolidierung der existierenden Digitalradio-Landschaft herbeiführen wird. Digitales Radio sei in Deutschland sowie in vielen europäischen Ländern bereits verfügbar. Deshalb ist Opel gerade dabei, seine Digitalradios einheitlich mit dem Übertragungsstandard DMB Radio auszustatten, wobei eine Kompatibilität zu DAB und DAB+ sichergestellt sein soll. „Somit kann in Europa in jedem Land digital ausgestrahltes Radio empfangen

werden, unabhängig vom jeweils gewählten Standard“, blickt ein Sprecher von Opel voraus.

Die Daimler AG bietet bereits für alle Pkw-Bau-reihen ein digitales Radio optional an. „Da sich der technische Standard von DAB auf DAB+ beziehungsweise DMB-Audio weiterentwickelt, werden wir unser DAB-Radio ebenfalls auf die neuesten Technologien weiterentwickeln“, begründet Georg Walthart, Produktmanager für Telematik. Daher seien Mercedes-Benz und seine Kunden für einen Neustart von DAB mit der neuesten Technik gerüstet.

Bei der Volkswagen AG sind digitale Radio-geräte mit DAB seit 2008 erhältlich. „Speziell für Länder wie England und Frankreich, die bereits eine gut ausgebaute DAB-Versorgung mit facettenreichen Angeboten besitzen, werden wir kurzfristig die DAB-Entwicklungen weiter ausbauen“, verspricht Dr. Ulrich Hackenberg, Entwicklungsvorstand der Marke VW. Für den deutschen Markt sei es wünschenswert, dass die SENDERLANDSCHAFT ausgebaut und die Angebotsvielfalt erweitert werde.

„Über gute Inhalte und eine flächendeckende Verbreitung könnte die Nachfrage auch hier in Deutschland verbessert werden“, ist Hackenberg überzeugt. ■

Bericht

Wie „Hybrid-Fernsehen“ und „Augmented Reality“ den TV-Alltag verändern werden

Medienforum NRW diskutiert über Fernsehen der Zukunft



„Augmented Reality“ auf dem Medienforum NRW

Auf dem Medienforum NRW (28. bis 30. Juni) haben die Teilnehmer von Köln aus eine „Reise in die Fernsehwelt von morgen“ unternommen.

So erwartet SevenOne-Intermedia-Manager Lars Friedrichs durch das Zusammenwachsen von Fernsehen und Internet zum Hybrid-Fernsehen „HbbTV“ (Hybrid broadcast broadband TV) neue wirtschaftliche Möglichkeiten für die TV-Programmanbieter. Diese begründet er damit, dass die Darstellungsformen für Werbung im Vergleich zum einfach strukturierten Teletext deutlich besser seien. „Mit Teletext ist kein Branding und auch keine Imagewerbung möglich“, so Friedrichs. Das

Hybrid-TV hingegen biete außer der attraktiveren Darstellung auch die Möglichkeit zur Entwicklung neuartiger Werbespots, mit denen man direkt auf Bestellmöglichkeiten für die beworbenen Produkte zugreifen könne („Red Button-Modell“). „Es wird ganz viele neue Geschäftsmodelle geben“, sagt Friedrichs voraus.

Matthias Greve, der mit seinem Unternehmen VideoWeb einen hybriden Satelliten-Receiver anbietet, sieht den Vorteil des Hybrid-Fernsehens vor allem in dessen kostengünstiger Einführung, da es HTML-basierte Anwendungen abbilden könne. „Das macht es für die TV-Sender einfach, da sie auf Informationen zurückgreifen können, die sie schon für ihre Webseiten erstellen“, erklärt Greve.

Ein weiterer Bestandteil der Fernseh-zukunft könnte „Augmented Reality“ (Erweiterte Realität) sein. Dieser Begriff bezeichnet die Ergänzung von Bildern oder Videos mit computergenerierten Zusatzinformationen oder virtuellen Objekten mittels Einblendung und Überlagerung. Dieser Effekt wird seit Jahren bei Sportübertragungen im Fernsehen eingesetzt, etwa um beim Fußball zu zeigen, wie weit ein Freistoß-Punkt vom ▶

Tor entfernt ist. „Der eigentliche Mehrwert von Augmented Reality stellt sich jedoch nicht im passiven Fernsehen, sondern in der interaktiven Anwendung dar“, erläutert Dr. Leif Oppermann, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT. Raumdesigner und Architekten können in 3D arbeiten, Monteure unter visueller Anleitung komplizierte Reparaturen verrichten und für Museen ergeben sich völlig neue Darstellungsmöglichkeiten. Werbung, bisher nur passiv rezipiert, kann mithilfe einer solchen Sinneserweiterung zu einem aktiven Erlebnis werden. „Weil die Technologie in diversen Bereichen einsetzbar ist, könnte Augmented Reality dank mobiler Datendienste und Smartphones zum

großen Innovationstreiber der Branche werden“, prophezeit Oppermann. Welchen Einfluss die neuen technischen Möglichkeiten auf den Verbraucher haben, untersuchen Media-Futuristen wie Gerd Leonhard. Er hat beobachtet, dass technische Innovationen immer schneller angenommen werden: das Faxgerät innerhalb von acht Jahren, GPS-Navigation nach fünf Jahren, das iPhone nach zwei Jahren und das iPad/Kindle wohl schon in 18 Monaten. „Es kommt alles auf das Interface also die Navigation an – und die wird immer besser“, schätzt Leonhard ein. Dabei sei der Preis eine kritische Größe: „iPads werden die Bücher von Studenten so schnell nicht ersetzen, aber Billig-Computer oder ultra-billige Netbooks vielleicht schon.“ ■

Porträt

Schon umgeschaltet? klardigital!

Kampagne zur Analog-Abschaltung des Satellitenfernsehens gestartet



Schon umgeschaltet...?

Kein Bildschirm soll schwarz bleiben

Ein Großteil der Fernseh-Satellitenhaushalte in Deutschland ist bereits auf den digitalen Satellitenempfang umgestiegen, wobei die Einführung von HDTV diesen Prozess noch beschleunigt hat. Als Folge davon haben Gerätehersteller und Handel kaum noch analoge Set-Top-Boxen verkauft. Unter diesen Vorzeichen startete am 30. April eine Marketing-Kampagne zur vollständigen Digitalisierung des Satellitenfernsehens. Finanziert wird das Projekt von den Landesmedienanstalten in Zusammenarbeit mit ARD, Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1 Media AG, VPRT und ZDF. Ideengeber für „klardigital 2012“ war die Medienanstalt Berlin Brandenburg (MABB). „Die MABB war schon beim Umstieg auf die digitale Terrestrik federführend, deshalb haben wir auch diesmal die Initiative ergriffen“, begründet Dr. Hans Hege, Direktor der MABB und Digitalbeauftragter der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten. Die Festlegung des Abschaltzeitpunktes 30. April 2012 bezeichnet er als Prozess, „geprägt von der Vorgabe, dass alle Marktbeteiligten genügend Vorlaufzeit bekommen sollten, sich rechtzeitig auf die Abschaltung vorzubereiten.“

Zu den Marktbeteiligten zählt Klaus Hofmann, Leiter des Projektbüros „klardigital“, neben Handel und Handwerk auch indirekt Betroffene von der Wohnungswirtschaft bis hin zu den Kabelnetzbetreibern. „Diese informieren wir in den nächsten Monaten umfänglich über das festgelegte Abschaltdatum 30. April 2012“, kündigt der Projektleiter an. Als Informationsmittel seien persönliche Gespräche, Online-Newsletter und Flyer geplant.

Den stärksten Kommunikationskanal zum Zuschauer sieht Hofmann in den Fernsehsendern. „Die beteiligten Programmveranstalter werden auf ihren Plattformen einen wichtigen Beitrag dafür leisten, dass der Abschalttermin fest im Bewusstsein verankert wird. Bei unserer Kommunikation weisen wir besonders darauf hin, dass die Kabel-, DVB-T- und IPTV-Kunden nicht von der Maßnahme betroffen sind und die jeweiligen Netzbetreiber die Fernseh- und Hörfunkversorgung wie bisher sicherstellen“, so Hofmann.

Auch der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) beteiligt sich an „klardigital 2012“. Präsident Jürgen Doetz begründet: „Bis zum 30. April 2012 muss die Zahl der analogen Satellitenhaushalte auf ein Minimum reduziert werden, damit am 1. Mai 2012 möglichst wenige, am besten keine Bildschirme schwarz bleiben und es weder verärgerte Zuschauer noch Reichweitenverluste für die Sender gibt.“ Deshalb verspricht Doetz: „Unsere beteiligten Sender unterstützen die Information von Handel, Fachhandel und der analogen Satellitenfernsehhaushalte.“ Ab wann die Zuschauer direkt in ihren Fernsehprogrammen informiert werden, befindet sich gerade in der Abstimmung. ■

Anzeige



Wichtiger Schritt für Digital Radio:
MEDIA BROADCAST begrüßt die Entscheidung der KEF.

[Weitere Infos gibt es hier](#)

Lesen Sie mehr im Internet unter:
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

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, Andreas Stötzner

Fotos
Seite 1: PIELmedia
Seite 2: MINI
Seite 3: UweVoelknerFOX
Seite 4: Projektbüro "klardigital"

Layout
frischezellen, vernetzt kreativ

Redaktionsbeirat
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
Dr. Daniel Brückl, Rechtsanwalt Dr. Schwarz & Kollegen

Anmeldung und Archiv
Das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk kann über die Internetseite www.dr-m.info des Vereins Digital Radio Mitteldeutschland bezogen werden. Hier findet sich auch das Meinungsbarometer-Archiv.

Redaktionsschluss: 07.07.2010

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.