



Interview

Sachsen startet Radio über lokales DVB-T-Netz: „Wir erwarten spannende Experimente“



Martin Deitenbeck, Geschäftsführer Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM)

Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) erhofft sich von ihrem jetzt gestarteten lokalen DVB-T-Projekt auch neue Erkenntnisse für die Digitalisierung des Hörfunks. „Unser digitales Netz gibt Hörfunkveranstaltern eine sehr preiswerte Möglichkeit, neue Ideen auszuprobieren“, sagte SLM-Geschäftsführer Martin Deitenbeck im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Allerdings sehe er DVB-T nicht als den künftigen Übertragungsstandard für digitales Radio, sondern lediglich als ergänzenden Verbreitungsweg.

Herr Deitenbeck, bundesweit steht die Einführung von DVB-T in der Fläche unmittelbar vor dem Abschluss. Warum braucht Deutschland nun auch noch ein lokales DVB-T-Projekt?

Unsere Erfahrungen haben ergeben, dass es für lokale Veranstalter aufgrund der finanziellen Belastungen nicht finanzierbar war, in die digitale Terrestrik einzusteigen. Dies liegt an der Netzstruktur, die sich an den Bedürfnissen der bundesweiten Veranstalter orientiert, die mit möglichst wenig Standorten möglichst viel Fläche erreichen wollen. Der lokale Rundfunk braucht hingegen bezahlbare Reichweite in einem begrenzten Raum. Unsere dezentrale Netzstruktur bietet hier die Lösung.

Was kostet das lokale Überallfernsehen und wie wird es finanziert?

Die Kosten richten sich nach der Anzahl der Sendestandorte, die ihrerseits von der

Topografie abhängt. Leipzig ist topografisch einfach zu versorgen, wir arbeiten mit fünf Standorten und geringer Sendeleistung. Dadurch lässt sich unsere oberste Prämisse für das Projekt einhalten: Die Kosten für einen digitalen TV-Sendeplatz dürfen die Kosten nicht übersteigen, die bislang für die analoge terrestrische Verbreitung zu zahlen sind. Ich gehe davon aus, dass sich dies mit unserem Konzept auch an anderen Standorten in Deutschland erreichen lässt.

Das Projekt ist vorerst ein sächsischer Alleingang. Inwieweit ist dieses Projekt mit den anderen Landesmedienanstalten abgestimmt?

Wir haben die anderen Landesmedienanstalten im Rahmen der DLM frühzeitig und fortwährend über den Stand unseres Projektes informiert. Es gibt aus einigen Bundesländern großes Interesse an dem Konzept. ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit einem lokalen DVB-T-Projekt will Sachsen speziell kleineren Rundfunkanbietern den Einstieg in die digitale Welt erleichtern. Das Projekt, das in diesem Monat in Leipzig gestartet ist, richtet sich vor allem an lokale und regionale Anbieter. Neben 4 TV-Kanälen werden auch zwei Radioprogramme übertragen. Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) sieht in DVB-T allerdings keinen Ersatz für einen eigenständigen Übertragungsweg fürs Radio. DVB-T sei lediglich als ergänzender Verbreitungsweg vorstellbar, beteuert SLM-Geschäftsführer Deitenbeck im Interview auf Seite 1.

Für die Branche mag das beruhigend klingen, denn soll derzeit doch die Industrie für den angestrebten Neustart von digitalem Radio 2009 mit ins Boot geholt werden. Von den Endgeräteherstellern kommen Signale, dass sie schon Ende dieses Jahres Empfänger bereitstellen wollen, die alle gängigen Übertragungsstandards empfangen können. Führende Chiphersteller, wie Texas Instruments, verlangen eine klare Bedarfsanalyse, um Planungssicherheit zu bekommen. Ein Ja-Aber kommt vom Verband der Automobilindustrie (VDA). DAB+ ja, aber schrittweise. Bis 2018 sollte auch das „alte“ DAB noch in der Luft bleiben, denn immerhin seien bereits 50 Fahrzeugmodelle mit DAB-Empfängern erhältlich (Bericht Seite 2).

Mit GCap hat die größte private Radio-Gruppe Großbritanniens ihren Ausstieg aus der Digitalisierung angekündigt. Nicht nur hierzulande haben die Meldungen aus dem DAB-Musterland für Verunsicherung gesorgt. Einige sehen plötzlich die gesamte Digitalisierung des Hörfunks in Frage gestellt. In unserem Bericht auf Seite 3 zeigen wir auf, was hinter dem DAB-Ausstieg von GCap steckt. Lesen Sie außerdem in unserer Kolonne auf Seite 4, wie Marketingexpertin Larissa Erismann die Situation in England bewertet. Larissa Erismann vertritt WorldDMB,

eine weltweit tätige Organisation, die sich auch um die Digitalisierung des Radios kümmert.



Herzlichst Ihr
Thomas Barthel

Eine bundesweite Strategie gibt es allerdings nicht, da sich die lokale TV-Landschaft in Deutschland sehr unterschiedlich gestaltet.

Mit dem katholischen Kirchenprogramm „Horeb“ und „Radio Leipzig“ sind auch zwei Hörfunkprogramme über DVB-T zu empfangen. Mit welcher Absicht haben Sie Radio in einen ursprünglich fürs Fernsehen vorgesehenen Übertragungsweg genommen?

Unser digitales Netz gibt Hörfunkveranstaltern zunächst einmal eine sehr preiswerte Möglichkeit, neue Ideen auszuprobieren. So hat Radio Leipzig auch mehr Kapazität beantragt, als für die Ausstrahlung eines Programms erforderlich ist. Wir erwarten dort spannende Experimente. Für uns wie für die Hörfunkveranstalter steht allerdings fest, dass DVB-T nicht der künftige digitale Hörfunkübertragungsweg ist. Der wird sich vielmehr im Band III auf Basis der Eureka-147-Familie etablieren.

Für die Digitalisierung des Hörfunks werden in diesem Jahr die Weichen gestellt, die Branche plant für 2009 den „Big Bang“ und damit eine bundesweit abgestimmte Markteinführung von DAB+. Wie lässt sich Ihr lokales DVB-T-Projekt in die geplante Marketingkampagne fürs digitale Radio integrieren?

DAB+ wird, sofern sich durch die unmittelbar bevorstehende Interessensabfrage seitens der Landesmedienanstalten genügend und belastbares Interesse seitens der Hörfunkveranstalter abzeichnet, der von den Marktbeteiligten geforderte Hauptverbreitungsweg für Audiosignale sein. Dies bedeutet aber nicht, dass dies der einzige Weg sein muss. Radio gibt es im Internet, Radio gibt es weiterhin über AM und FM, warum soll es Radio nicht auch ergänzend über lokale oder regionale DVB-T-Netze geben? Für den Empfang ist lediglich ein winziger Chipsatz erforderlich. Bereits jetzt gibt es kleine Geräte, die neben DAB und DMB auch den DVB-T-Empfang ermöglichen. Solche Multinormempfänger werden die Zukunft sein. ■

NACHRICHTEN

In Mitteldeutschland haben sich private und öffentlich-rechtliche Radioveranstalter sowie die Landesmedienanstalten klar zum digitalen Hörfunk positioniert. In einer gemeinsamen mitteldeutschen Erklärung sind sich private und öffentlich-rechtliche Veranstalter darüber einig, dass die digitale Übertragung von Radio künftig vorrangig auf Basis der DAB-Systemfamilie erfolgen soll. Die Programmanbieter und Medienanstalten plädieren darin für eine konzertierte, deutschlandweit abgestimmte Einführung der neuen Digital-Kanäle ab 2009 im Rahmen des Big-Bang-Szenarios. Das Positionspapier unterzeichnet haben der MDR und das Deutschlandradio sowie nahezu alle in Mitteldeutschland lizenzierten privaten Radioveranstalter.

Der Südwestdeutsche Rundfunk (SWR) will gemeinsam mit dem britischen Konzern The Technology Partnership (TTP) das Digitalradio in Deutschland in das Mobilfunkzeitalter führen. Mit dem Projekt „Future Radio“ wolle man Hand in Hand Lieferspezifikationen erarbeiten, die den Empfang neuer visueller Inhalte, interaktiver Dienste und Download-Angebote auf jedem Digitalradioempfänger ermöglichen. Dies würde den Mobilfunknutzern künftig erlauben, Digitalradio zu hören und parallel dazu visuelle Inhalte wie beispielsweise Bilder, Podcasts oder Wetterinformationen anzusehen und zu speichern. Ein erster Testversuch mit 500 jungen Nutzern ist bereits in diesem Sommer in Stuttgart geplant. Plattform wird das Nano DAB-Zubehör von TTP sein, das weltweit erste Bluetooth Headset-Zubehör mit eingebautem DAB-Digitalradio.

Sachsen-Anhalts Privatradiosender machen sich weiter stark für das digitale Radio. Seit Ende Februar sendet 89.0 RTL Sachsen-Anhalt jeweils zweimal am Tag einen Werbebeitrag, der unter anderem auf die über 100 in Deutschland verfügbaren DAB-Programme hinweist und über die hohe digitale Tonqualität von DAB informiert. „Gerade die jüngere Generation und damit der Großteil der Hörer von 89.0 RTL fordert zusätzliche Features, die über das klassische Radiohören hinaus gehen. Das ist mit DAB problemlos möglich. Darauf müssen und wollen wir uns einstellen“, erklärt 89.0 RTL-Geschäftsführer Olaf Hopp die Aktion. Der Werbespot ist noch bis Mitte April zu verschiedenen Zeiten zu hören. Bereits seit Anfang des Jahres ist zudem ein DAB-Trailer im Programm von Rockland Sachsen-Anhalt zu hören. Der Spot laufe noch rund vier Wochen, so Unternehmenssprecher Jens Kerner. Derzeit plane Rockland bereits einen weiteren Spot.

Bericht

Endgeräte-Industrie zeigt sich gerüstet für den „Big Bang“

Geräteproduzenten, Chiphersteller und Automobilbranche unterstützen digitalen Neustart



DAB-Geräte bald auch mit DAB+

Mit großen Erwartungen blicken alle Marktbeteiligten auf das Jahr 2009. Dann setzt die Branche auf einen koordinierten Neuanlauf für digitales Radio. Neben Programmen, die über DAB ausgestrahlt werden, sollen neue Radioprogramme auch im Audiocodierstandard DAB+ versendet werden, das Ganze begleitet von einer abgestimmten Einführungskampagne. Zunächst ist die Industrie gefragt, die spätestens ab dem kommenden Jahr multistandardfähige, bezahlbare und verbraucherfreundliche Digitalradio-Empfänger bereitstellen muss. Neben der Entwicklung von neuen Inhalten und deren terrestrischer Verbreitung seien die Produktion und der Vertrieb von Empfängern für ortsgebundene und mobile Anwendungen des neuen digitalen Radios die wichtigsten Elemente des Neustarts, so die einstimmige Meinung der Branchenexperten

auf einem Endgeräte-Workshop im Bundesministerium für Technologie und Wirtschaft am 03. März in Berlin.

Grundsätzlich seien solche Geräte bereits heute im Markt erhältlich beziehungsweise stünden kurz vor dem Marktstart, bekräftigten die Industrievertreter, die an dem eintägigen Workshop des „Forum Digitale Medien-Aktion für Rundfunk und Neue Medien“ teilgenommen haben. Geräte für den Standard DAB seien ausreichend vorhanden. Für das laufende Jahr 2008 kündigten namhafte Hersteller zudem an, ihre bisherigen DAB-Radios auch DAB+ -upgradefähig anzubieten. „80% unserer Produkte werden DAB+ -aufrüstbare Geräte sein oder bis Ende 2008 DAB+ als Standard enthalten“, bestätigte Ralf Reynolds, Sales & Marketing Manager PURE Digital. Alle Geräte würden auch weiterhin UKW-Empfang garantieren. ►

PRESSESCHAU

Die EU-Kommission will dem technischen Standard DVB-H für das Fernsehen per Mobiltelefon zum Durchbruch verhelfen. Die Kommission beschloss in Brüssel die Aufnahme des Standards in ein Register technischer Normen, die die Mitgliedsstaaten fördern müssen. Ziel ist es, eine europaweit einheitliche Technik zu etablieren, damit sich die Masseneinführung von Mobilfernsehdiensten lohnt. „Das wird den Krieg der Standards beenden“, sagte ein Sprecher von EU-Telekommunikationskommissarin Viviane Reding. Die Bundesregierung hatte sich vor einigen Monaten kritisch dazu geäußert, dass die Anbieter von TV-Angeboten per Mobiltelefon auf eine Norm festgelegt werden sollen. Dies solle dem Markt überlassen bleiben. Nach Angaben der Kommission ist DVB-H aber schon jetzt am weitesten verbreitet in der EU. In 16 Ländern stehe die Technik vor der Markteinführung, weitere wollten noch in diesem Jahr folgen. „Wir schreiben DVB-H nicht vor, wir unterstützen nur die Marktentwicklung“, sagte Redings Sprecher Martin Selmayr.

stern.de am 17.03.2008 zur Entscheidung der EU-Kommission den DVB-H – Standard zu unterstützen

Das Fernsehen wird mobil - endlich. Handyhersteller und Netzbetreiber zeigen verschiedene Wege, wie das Handy zum Mini-TV-Gerät werden soll. Peinlich dabei: Ausgerechnet Mobile 3.0, das Konsortium mit der Lizenz zum Mobil-TV-Netz, fehlt als Aussteller auf der CeBIT. Man sei mit derzeit „umfangreichen Aktivitäten“ beschäftigt, erklärte eine Mobile-3.0-Sprecherin. Ein Messeauftritt würde zum jetzigen Zeitpunkt „zu viele Ressourcen bündeln“, denn das Unternehmen arbeite „mit Hochdruck“ daran, Mobil-TV zu starten. Vertreter des Unternehmens führten aber sehr wohl Gespräche auf der CeBIT - mit Mobilfunkunternehmen, Netzausrüstern und Handyherstellern. Hannoversche Allgemeine (Online-Ausgabe) am 08.03.2008 zur fehlenden Präsenz von Mobile 3.0 auf der CeBIT

Weil Vodafone in Deutschland nicht nur reiner Durchleiter für die DVB-H-Plattform Mobile 3.0 sein will, versucht der Mobilfunkbetreiber die digitale Terrestrik (DVB-T) als Konkurrenz für den mobilen Empfang aufzubauen. Dies ist durchaus als große Gefahr für DVB-H einzustufen, da die DVB-T-Angebote kostenlos zu empfangen sind - Mobile 3.0 will für sein Handy-TV-Paket fünf bis zehn Euro monatlich von den Kunden. Möglich geworden ist der Angriff durch neue technische Entwicklungen: LG und Garmin haben auf der CeBIT Handys vorgestellt, die den Empfang von DVB-T ermöglichen.

Digitalfernsehen.de am 06.03.2008 zu denn auf der CeBIT präsentierten DVB-T-Handys

Ebenfalls gut vorbereitet zeigten sich auf dem Workshop die Chiphersteller. Die nötige Technologie für einen koordinierten Umstieg auf die DAB-Systemfamilie mit DAB und DAB+ sei ausgereift und könne bei Bedarf in den Markt eingeführt werden. „Wir wollen und brauchen aber unbedingt Planungssicherheit. Wenn wir bald einen kosteneffektiven Chipsatz produzieren sollen, müssen wir uns darauf verständigen, was er können muss“, gab Anton Hierhager, Director Business Development Texas Instruments Deutschland, zu bedenken.

Einige Schwierigkeiten mit der Erweiterung auf DAB+ gab jedoch die Automobilbranche zu, die bereits erhebliche Summen in DAB investiert hat. „Anfang 2008 sind in Deutschland 50 Fahrzeugmodelle im Standard DAB erhältlich, von Oberklasse über Mittelklasse bis zur Kompaktklasse. Allerdings derzeit alle im ‘Standard DAB alt’“ resümierte Klaus Bischof vom Verband der Automobilindustrie. Dennoch würden auch die technischen Weiterentwicklungen von den Automobilherstellern positiv bewertet. Doch aufgrund

langwieriger Planungs- und Entwicklungszeiten könne man die Geräte nicht so schnell um DAB+ erweitern. Die Automobilbranche brauche daher mehr Zeit und fordere noch bis mindestens 2018 den Empfang von Radioprogrammen im „alten“ DAB-Standard. Parallel dazu sollten schrittweise die DAB+-Programme eingeführt werden. „Wir sprechen uns daher für ein sanftes Migrations-Szenario aus“, erklärte Bischof. So wird in den kommenden Jahren eine Vielzahl von Herstellern ihre Fahrzeuge weiterhin mit Geräten ausstatten, die nicht die Signale des neuen digitalen Radios empfangen können. Alternativ sei es jedoch beispielsweise möglich, eine DAB+ -Konverterbox in die Autos einzubauen, schlug Hierhager vor.

Im Resümee zeigte der Workshop deutlich, dass sich bereits zum jetzigen Zeitpunkt ein Großteil der Marktteilnehmer intensiv auf einen digitalen Neustart vorbereitet und diesen aktiv unterstützt. Nun gelte es, die individuellen Zeitpläne zu koordinieren und zu Papier zu bringen. ■

Bericht

Aufregung um DAB-Kürzungen im digitalen Vorzeigeland Großbritannien

Plötzlicher Sparkurs von größter britischer Radio-Sendergruppe löst Verwirrung aus



Wieder besseres Wetter für DAB?

Die Nachricht schlug ein wie eine Bombe: Die Radiogruppe GCap Media steigt aus dem Digital Radio aus. Die DAB-Spartensender „theJazz“ und „Planet Rock“ werden geschlossen, die Anteile am DAB-Bouquet „Digital One“ verkauft, so hieß es Mitte Februar von Fru Hazlitt, neue CEO bei GCap Media. Kaum wurde dieses Vorhaben öffentlich, sahen die Medien, allen voran die britische Presse, schwarz für DAB auf der Insel. GCaps Entscheidung sei ein Fausthieb für das digitale Radio, titelte The Times am 12. Februar, und

The Guardian schrieb bereits einen Tag früher: „GCap's Digitalradio-Stationen auf der Abschlusliste“.

Doch wie können die Sparpläne eines einzelnen Unternehmens einen solchen medialen Aufschrei auslösen? Erstens ist GCap Media nicht irgendein Medienkonzern, sondern vielmehr Großbritanniens führende kommerzielle Radiogruppe mit rund 15 Millionen Hörern täglich. Zur Sendergruppe zählen rund 30 Prozent aller kommerziellen Radiostationen im Vereinigten Königreich, darunter auch so bekannte Sender wie Classic FM, Xfm oder Choice FM. Zweitens zählte das Unternehmen unter seinem früheren CEO Ralph Bernard zu einem der größten Befürworter und Förderer von DAB in Großbritannien. In den vergangenen Jahren tätigte GCap Media erhebliche Investitionen in das digitale Radio und Bernard forderte mehr als einmal das Abschalten des analogen Rundfunks spätestens bis 2015. Für seine Nachfolgerin Fru Hazlitt ist DAB hingegen nur noch „wirtschaftlich untragbar“.

Wie kann man sich diese gravierende Kehrtwende erklären? Bei genauerem Hinsehen entpuppt sich der Sparplan der GCap Media nicht als Schlag gegen DAB sondern vielmehr als interner Versuch, das wirtschaftlich äußerst angeschlagene Unternehmen zu sanieren. ►

Anfang des Jahres wurde publik, dass das Konkurrenzunternehmen Global Radio versucht, GCap Media zu übernehmen. Mittlerweile liegt das endgültige Gebot bei 371 Millionen Pfund, eine Entscheidung über die Zukunft von GCap Media wird bis Anfang April erwartet. Um eine feindliche Übernahme abzuwenden, setzte das Unternehmen daher auf Umstrukturierungen in Millionenhöhe. Alle unprofitablen Zweige der Sendergruppe sollten schnellstmöglich abgestoßen werden. So erhoffte man sich jährliche Einsparungen von weit über acht Millionen Pfund. Diese massiven Kürzungen betrafen unter anderem das Engagement im Bereich DAB, aber bei weitem nicht nur. Gravierende Einschnitte

vermeldete GCap auch in den Bereichen UKW und der Mittelwelle. Mittlerweile rudert GCap mit seinen Sparplänen aber teilweise schon wieder zurück, zumindest im Bereich DAB. So soll „Planet Rock“ nach Medienangaben wahrscheinlich doch nicht geschlossen, sondern eher verkauft werden und auch die ursprünglichen Pläne, das landesweite DAB-Bouquet „Digital One“ für eine symbolische Summe an Mitbetreiber Arqiva zu verkaufen, hat man zwischenzeitlich auf Eis gelegt - wohl auf Druck von Global Radio. Im Gegensatz zu GCap will das Unternehmen bei einer möglichen Übernahme des Medienkonzerns nämlich weiterhin fest auf die Digitalisierung setzen. ■

Kolumne

Außer Panik nichts gewesen?

Larissa Erismann, Mitglied des WorldDMB Steering Board



Digital Audio Broadcasting: eine äußerst robuste Technologie! - so wirbt die internationale Organisation WorldDMB seit Jahren für ihr digitales Radio DAB. Tatsächlich wurde DAB in den letzten zehn Jahren von der Presse immer wieder totgesagt. Doch wie es so schön heißt: Totgesagte leben länger. Wieder einmal wird dem DAB-Digitalradio mit Grabesmiene der Tod vorausgesagt. In England, dem Musterland von DAB, werde der Betrieb eingestellt, die Privatradios hätten dort nach jahrelangem Kampf endlich eingesehen, dass die Technologie null Zukunft habe, und Hörer hätte DAB sowieso keine - so oder ähnlich tönte es aus verschiedenen Meldungen, die in den letzten Wochen durch die europäische Presse geisterten. „Zwei DAB-Radios gehen ein!“, ging der Aufschrei durch die Presse. Kaum jemand erwähnte, dass es sich dabei um 2 von insgesamt 440 britischen DAB-Radiostationen handelt und dass GCap, um weiterhin unabhängig im Radiomarkt bestehen zu können, auch im analogen Bereich arg sparen muss.

In den darauffolgenden Tagen relativierte sich das Bild dann doch etwas. Die Geräteindustrie ließ lakonisch verlauten, die finanziellen Probleme eines einzelnen Privatradiobetreibers würden ihre DAB-Verkaufsstrategen kaum

beunruhigen. Andere Player im britischen Digitalradio-Markt gaben gar Expansionspläne bekannt. 4Digital Radio kündigte die baldige Inbetriebnahme eines zweiten DAB-Multiplexes an und der Netzbetreiber Arqiva die Übernahme eines 60 %-Anteils am digitalen Sendernetz der maroden GCap. Heerscharen „nicht existierender“ Hörer protestierten aufgebracht gegen den angeblich bevorstehenden Verlust des digitalen DAB-Radios. Da mittlerweile rund 6.5 Millionen DAB-Empfänger in britischen Haushalten stehen, fiel dieser Protest ziemlich laut aus. Aber verlassen wir doch einmal den königlich vereinten Boden und werfen einen Blick auf Festlandeuropa. 40 % der Dänen hören schon Radio über DAB. Die Niederlande und Norwegen reden davon, UKW im Jahr 2015 einzustellen - in kaum 7 Jahren! In der Schweiz werden jeden Monat neue Sender gebaut, und das kürzlich lancierte DAB-Only-Programm DRS 4 News wies schon am ersten Tag 100'000 HörerInnen auf. In Italien herrscht zwar offiziell noch „DAB-Testbetrieb“, digitales Radio erreicht jedoch mittlerweile rund drei Viertel der Bevölkerung. In Belgien wird längst das ganze Land mit DAB versorgt. Auch die Industrie hat sich offensichtlich für DAB entschieden: Über 270 Gerätehersteller lassen mit einem Angebot von fast 1000 Geräte-Modellen die Wahl zur Qual werden. Allein in der kleinen Schweiz gibt es über 320 Empfängermodelle. Und wer schon in Richtung MP4 schießt, wird sogar eine Reihe von DAB+ fähigen Geräten finden.

Wagen wir deshalb die Diagnose: DAB wird auch diesen Pressetod wohlbehalten überleben. ■

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
Larissa Erismann
Tobias D. Höhn
Claudia Kullick
Virginie Scheffler

Fotos
Seite 1: SLM
Seite 2: Digital Radio West
Seite 3: pan/www.pixelio.de
Seite 4: Larissa Erismann

Layout
frischzellen, 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 des Vereins Digital Radio Mitteldeutschland bezogen werden. Hier findet sich auch das Meinungsbarometer-Archiv.

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.