

MEINUNGSBAROMETER

DIGITALER RUNDFUNK

Mai 2006



Interview

“In der Digitalisierung der Medien sehe ich enormes Entwicklungspotenzial”



Michael Glos, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

Der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Michael Glos (CSU), hat das besondere Interesse seiner Regierung an der Einführung von Handy-TV in Deutschland hervorgehoben. Im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk bekräftigte Glos, dass das mobile Fernsehen zur Fußball-WM zur Verfügung stehen werde. Bei der Digitalisierung des Fernsehens sieht Glos Deutschland als Vorreiter in Europa. Um die Empfangsqualität im digitalen Hörfunk zu verbessern, kündigte Glos eine mit den Nachbarländern abgestimmte Lösung zur Erhöhung der Sendeleistung an.

Meinungsbarometer: Wie sehen Sie Deutschland bei der Entwicklung und vor allem bei der Einführung des Digitalen Rundfunks international aufgestellt?

Michael Glos: Mit der geplanten Abschaltung des analogen Fernsehens im Jahr 2009 wird die Bundesrepublik Deutschland eines der ersten europäischen Länder sein, in denen nur noch digitales Fernsehen zu empfangen ist. Diese Zielstellung entspricht den Vorgaben der Europäischen Kommission, die ihrerseits die Abschaltung des analogen Fernsehens in ganz Europa in den Jahren 2010 bis 2012 anstrebt.

Welches Potenzial sehen Sie im Digitalen Rundfunk auch mit Blick auf Impulse für Wirtschaft und Beschäftigung in Deutschland und Europa?

In der Digitalisierung der Medien insgesamt einschließlich des Rundfunks sehe ich ein enormes Entwicklungspotenzial sowohl für die deutsche als auch europäische Wirtschaft. Erst durch die umfassende Digitalisierung aller Übertragungswege (Satelliten, Terrestrik, Breitbandkabel, Internet) wird es möglich, die Anzahl der übertragenen Programme und Dienstleistungen bedeutend zu erhöhen und damit eine der wesentlichen Voraussetzungen zu schaffen, dass zusätzliche Anbieter uneingeschränkt und diskriminierungsfrei in die neuen digitalisierten Märkte der Medienbranche eintreten können. Dies betrifft nicht nur ausschließlich den Rundfunk und das Fernsehen, sondern übergreifend alle Branchen, die sich zukünftig den Zugang zu digitalisierten Übertragungsmärkten zu nutzen machen wollen, beispielsweise auch Zeitungen oder Zeitschriften. ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit einem Blick in die Zukunft hat das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk den Medientreffpunkt Mitteldeutschland begleitet. Wir haben die Kongressteilnehmer gefragt, über welchen Rundfunk-Übertragungsweg sie 2010 die Fußballweltmeisterschaft von unterwegs erleben werden. Die meisten glaubten, dass sie sich die WM über Digitales Antennenfernsehen ansehen. Fast die Hälfte würde für mobilen Empfang bezahlen wollen (Bericht Seite 3).

Auch wenn die Umfrage nicht repräsentativ war, Bundeswirtschaftsminister Glos dürfte das Ergebnis freuen. Sieht er doch enormes Potenzial in der Digitalisierung der Übertragungswege. Im Interview bekräftigt er den Zeitplan für die Abschaltung des analogen Fernsehens in Deutschland und kündigt eine Verbesserung der digitalen Hörfunkversorgung an. Dabei geht es in erster Linie um die Erhöhung der Sendeleistung, wovon sich Experten einen Schub für die Einführung von Digital Radio Versprechen (Interview Seite 1).

Mit gesunder Skepsis betrachten Verbraucherschützer die Digitalisierung des Rundfunks. In ihrer Kolumne weist Professorin Müller, Vorstand beim Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), sowohl auf Chancen als auch Risiken hin. Besonders kritisch sieht sie die fortschreitende Kommerzialisierung des Fernsehens. Ihr Appell an die Medienaufsicht - Geschäftsmodelle der Anbieter überprüfen (Kolumne Seite 2).

Unterdessen geht auch im Auto die technologische Aufrüstung weiter. Ein neuer Trend in den Zukunftswerkstätten ist das sprechende Auto. Auch bei Audi sind die Entwickler dabei - gemeinsam mit Partnern - diese Vision in die Wirklichkeit umzusetzen. Möglich ist bereits, dass der Wagen seinem Fahrer personalisierte Nachrichten vorliest (Portrait Seite 4).



Herzlichst Ihr
Thomas Barthel

Eine ähnliche Entwicklung sehe ich ebenso im Bereich der Geräteindustrie.

Die bevorstehende Fußball-WM soll gleichzeitig Startsignal sein für Handy-TV in Deutschland. Mit welchen Maßnahmen unterstützt die Bundesregierung die Einführung dieser neuen Technologie?

Die Bundesregierung hat anlässlich der im Jahre 2006 erfolgten Gründung des "Forums Digitale Medien - Aktion für Rundfunk und Neue Medien" gemeinsam mit den Ländern ihr besonderes Interesse an der Einführung von mobilen digitalen Übertragungsverfahren im Fernsehbereich, auch Handy-TV genannt, bekundet. Zur Begleitung der Entwicklung ist bereits eine spezielle Arbeitsgruppe dieses Gremiums gegründet worden. In dieser Arbeitsgruppe sind Mitarbeiter meines Hauses, der Länder, der öffentlich-rechtlichen und auch der privaten Programmveranstalter, der Netzbetreiber und Serviceprovider sowie der Mobilfunkbetreiber vertreten. Dort wird an der Umsetzung von Konzepten, wie z.B. der zeitgerechten Ermöglichung des mobilen Fernsehens über Handy mindestens an den Orten der Fußball-Weltmeisterschaft, gearbeitet. Ich bin weiterhin überzeugt davon, dass Handy-TV in Deutschland zur Fußball-Weltmeisterschaft stattfinden wird.

Die kommenden Wochen bringen für den Rundfunk weltweit wichtige Weichenstellungen für die Zukunft. Mitte Mai hat in Genf die Internationale Wellenkonferenz begonnen. Mit welchen Erwartungen und Zielstellungen ist Deutschland in diese Verhandlungen gegangen?

Deutschland hat aus der Erkenntnis heraus, dass weitere Entwicklungen im Bereich des Rundfunks und der Medien nur durch eine

konsequente Digitalisierung der Medienwelt erreicht werden können, schon im Jahre 2000 die Regionale Funkkonferenz der ITU mit initiiert und im Verlauf der Vorbereitung von Anfang an seine grundlegenden Interessen eingebracht. In der Frage der Frequenzverfügbarkeit für Deutschland kann und will ich den Ergebnissen nicht vorgreifen. Ich gehe jedoch davon aus, dass für alle europäischen Länder ein gewisses Optimum erreicht werden kann, um digitales terrestrisches Fernsehen, sowohl stationär als auch mobil, flächendeckend zu ermöglichen. Dabei setze ich auf die Kompromissfähigkeit der Europäer.

Ob Radio oder Fernsehen - beim Empfang von Programmen über Digitalen Rundfunk wird häufig die noch zu geringe Sendeleistung kritisiert. Ist Besserung in Sicht?

Aussendungen von Frequenzen machen weder an den Landesgrenzen noch an den Kanal- oder Bandgrenzen halt. Es sind z. B. die Interessen der Betroffenen jenseits unserer Staatsgrenzen zu berücksichtigen. Wir beabsichtigen auch zukünftig, bei diesem Thema unsere Interessen mit Nachdruck zu vertreten, um zu einer zufrieden stellenden Lösung für die Hörfunkgemeinde im Lande kommen zu können.

In der Frage der Leistungsbegrenzung beim mobilen digitalen Fernsehen bedarf es noch abschließender Koordinierungen mit den Verwaltungen der Nachbarländer Deutschlands. Nach ersten praktischen Studien im Rahmen von Pilotprojekten kann mit den gegenwärtigen Leistungsparametern eine Versorgung in Gebäuden von bis 90% erreicht werden. Sie können jedoch auch bei einer zukünftigen Verbesserung der Situation nicht davon ausgehen, dass eine Versorgung bis in jede Tiefgarage möglich werden wird. ■

NACHRICHTEN

Das Unternehmen Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD) bietet ein Infoportal zu Handy-TV über DMB im Internet an. Das Internetportal www.watcha.de wendet sich direkt an den Konsumenten und soll allgemeine Fragen nach Programmen, Endgeräten und Kosten beantworten. watcha ist auch der Name der Plattform, über die MFD ab dem 30. / 31. Mai Fernsehen aufs Handy bringen will. Ab Juni soll watcha zunächst beim Mobilfunkbetreiber debitel erhältlich sein. Der Zugang wird über eine Flatrate von unbegrenzter Nutzungsdauer angeboten. "Mobiles Fernsehen bedeutet jederzeit verfügbare Information, aber auch Unterhaltung - und Spaß macht es nur, wenn im Hintergrund kein Gebührenzähler für jedes Byte oder jede Minute tickt," so Paul A. Stodden, Vorstandsvorsitzender der debitel AG. Handy-TV über DMB soll zunächst in den fünf WM-Städten Frankfurt am Main, Berlin, Köln, München und Stuttgart starten.

Rechtzeitig zum Start von Handy-TV in Deutschland bietet das Stuttgarter Wissensradio WILANTIS Bilder zu seinem Radioprogramm an. Ergänzend zu einzelnen Beiträgen können Hörer, Grafiken, Texte, Fotos und Videos abrufen. "Ein Beitrag ist zwei Minuten lang, manchmal auch länger. Dennoch können wir dort nicht alle Informationen vermitteln", sagte Programmdirektor Roman Haase. "Dank der neuen Technik aber ist es möglich, zu einem Gesundheitsbeitrag etwa weiterführende Links und Texte anzubieten." Bislang ist das "Radio mit Bildern" im Internet verfügbar, mit DMB/DAB-fähigen Handys aber künftig auch von unterwegs. Die multimediale Ergänzung sei auch für Werbekunden attraktiv: "Viele Unternehmen haben das Radio bisher nicht bei ihren Buchungen einbezogen oder unterschätzt. Das wird sich nun ändern", so WILANTIS-Geschäftsführer Wolfgang Voßeler.

Während der Fußball-Weltmeisterschaft können Radiohörer in Nordrhein-Westfalen kostenlos Digital Radio testen. 5 Hersteller und 45 Fachhändler stellen in 28 Städten ihren Kunden kostenfrei Testgeräte für die Dauer von einer Woche zur Verfügung. Anlass der vom nordrhein-westfälischen Sendernetzbetreiber Digital Radio West initiierten Aktion sind die zur WM geplanten Live-Übertragungen des Westdeutschen Rundfunks. Der WDR überträgt 21 Spiele live und in voller Länge im Digital Radio. "Aufgrund der Aktion werden nicht nur die Testgeräte, sondern auch höherwertige DAB-Empfänger verkauft", so Katja Schwertzel von Digital Radio West. "Die Händler nutzen die Aktion gezielt, um ihre Stammkunden mit dem Thema Digital Radio zusammenzubringen." Die Digital Radio-Test-Wochen laufen bis zum Finale am 9. Juli. Alle Teilnehmer haben nach Abschluss der Aktion die Chance, einen der DAB-Empfänger zu gewinnen.

Kolumne

"Wir erwarten Überprüfung der Geschäftsmodelle durch die Medienaufsicht"

Prof. Dr. Edda Müller, Vorstand Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)

Die Digitalisierung des Rundfunks bietet für die Verbraucher Chancen wie Risiken. Die Chancen liegen in einer leichteren individuellen Nutzung einer größeren Vielfalt von Programmen, Inhalten und Diensten bei einem erweiterten Wettbewerb der technischen Infrastrukturen. Die Risiken heißen Intransparenz, mögliche Inkompatibilität von Geräten und Systemen und stärkere Kommerzialisierung des Rundfunks. Die besondere Rolle von Netzbetreibern als Programm- und Diensteanbieter stellt die Medienpolitik



vor neue Herausforderungen. Entscheidend für die Akzeptanz der Verbraucher wird sein, dass auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Potentiale der neuen Techniken wird nutzen können. ▶

PRESSESCHAU

Wissenschaftler und Medienkritiker warnten vor überzogenen Erwartungen an das mobile Fernsehen. Die aktuelle Diskussion über mobiles Fernsehen erinnere ihn an das Platzen der New-Economy-Blase, sagte der Publizist Jürgen Krönig ('Die Zeit') auf dem 18. Medienforum NRW. Das Wunschdenken verstelle den klaren Blick für die Realitäten. Sämtliche Hoffnungen der Branche ruhten allein auf den Bedürfnissen und Gewohnheiten der Unter-30-Jährigen. Die mobile Technologie stecke noch voller Mängel, zwischen Digital Video Broadcasting für Handhelds (DVB-H) und Digital Multimedia Broadcasting (DMB) bahne sich ein "Krieg der Plattformen" an. Der Kunde solle die Entwicklung erst einmal abwarten, sagte Krönig. Ohnehin verliere das Medium Fernsehen zugunsten des Internet an Attraktivität, "egal, wie es angeboten wird". Das finanzielle und das zeitliche Budget der Konsumenten sei darüber hinaus begrenzt. [internet.com](#) am 23. Mai über Warnungen vor Handy-TV

Die Einführung von Handy-TV rund um die Städte der Fußball-WM eröffnet der Mobilfunkbranche nach eigener Einschätzung enorme Wachstumschancen. Jetzt hänge alles davon ab, wie viele potenzielle Kunden bereit seien, sich mit dem Beginn des Testbetriebs ein neues Gerät zu kaufen, sagte Christian Friege vom Mobilfunkanbieter debitel beim Medienforum NRW in Köln. Der Geschäftsführer der Medienberatungsfirma Goldmedia, Klaus Goldhammer, äußerte die Erwartung, dass in Deutschland im Jahr 2010 etwa 450 Millionen Euro mit Mobil-TV verdient werden könnten. Die Zahlungsbereitschaft der Kunden für Handy-TV werde nach Befragungen auf 10 bis 20 Euro pro Monat geschätzt. Der Testbetrieb mit dem vor zehn Jahren in Deutschland entwickelten - und mittlerweile in Südkorea erfolgreichen - Standard DMB wird zunächst mit drei TV-Kanälen - ZDF, MTV, N24 - sowie einem Hörfunkkanal aufgenommen. [Frankfurter Rundschau](#) am 24. Mai über die Zukunft von Handy-TV

Über Monate hat sich die REGIOCAST-Unternehmensentwicklung unter Einsatz vieler Ressourcen des REGIOCAST-Beteiligungsnetzwerks intensiv mit dem Thema digitales Radio befasst und ihre Strategie für die digitale Radiowelt vorangetrieben. Die Hamburger REGIOCAST-Tochter RBC befasste sich mit neuen Möglichkeiten interaktiver Radionutzung. Die Leipziger Forschungsgruppe Medien (FGM), ebenfalls eine REGIOCAST-Beteiligung, unterstützte die Marktforschung. Und Programmverantwortliche aus mehreren Senderbeteiligungen entwickelten das Format. Der erste von mehreren Schritten in die Welt des digitalen Radios kann jetzt folgen: Die Verbreitung eines bundesweiten Privatradioprogramms über die kommerzielle DMB-Plattform von Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD), empfangbar auf dem Handy. Den Lizenzantrag der in Mannheim neu gegründeten RCD (REGIOCAST DIGITAL) für das nationale Programm hatte die baden-württembergische LfK bereits am 31. Januar in Partnerschaft mit der MFD positiv beschieden. Die Lizenz wird jetzt sukzessive mit Leben erfüllt. [radiowoche.de](#) am 24. Mai über das Anlaufen der operativen Phase für ein nationales Handy-Radioprogramm

Wie viel Fortschritt die Kunden verkraften, entscheiden sie durch ihr Kaufverhalten. Die Wahl des richtigen Produktes wird in der digitalen Rundfunkwelt erheblich schwieriger als in den Zeiten ausschließlich analoger Übertragungstechnik. Das liegt an der rasanten Technikentwicklung, an oftmals unzureichenden Informationen im Handel, an unklaren Zeitfenstern bei der Einführung neuer Übertragungsverfahren oder an intransparenten Kosten und Vertragsbedingungen für neue Dienste. Potenzielle Unverträglichkeiten neuer technischer Standards, eingeschränkte Nutzungsbedingungen durch restriktive Urheberrechtsauflagen und die Einführung der Verschlüsselung bisher frei empfangbarer Fernsehprogramme erschweren die Entscheidung.

Gerade die Entwicklung unterschiedlicher, miteinander nicht kompatibler technischer Standards ist kritisch zu sehen. Das Risiko einer teuren Fehlinvestition wächst dadurch erheblich. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) fordert daher von den Anbietern solcher Dienste wie Handy-TV, dass sie sich vor dem Start des Regelbetriebs bundesweit auf ein einheitliches Verfahren einigen. Weitere Voraussetzung zur Abwehr von Nach-

teilen für die Kunden ist, dass alle gleichartigen Angebote einer einheitlichen Regulierung und Kontrolle unterliegen. Wo Rundfunk drin ist, muss auch nach Rundfunkrecht reguliert und kontrolliert werden.

Negativ bewertet der vzbv den fortschreitenden Trend der Kommerzialisierung des Fernsehens. Verbunden damit ist die Entscheidung von Kabel-, Satellitenbetreibern und einzelnen privaten Rundfunkanbietern, bisher frei zugängliche TV-Programme im digitalen Format nur noch verschlüsselt zu liefern. Es ist auch zu befürchten, dass attraktive Inhalte mehr und mehr in das Pay-TV-Segment abwandern. Der vzbv erwartet im Interesse der Zuschauer eine Überprüfung der Geschäftsmodelle durch die Medienaufsicht.

Die Frage, ob Verbraucher von neuen Technologien profitieren werden, hängt entscheidend davon ab, wie die Risiken durch geeignete politische und gesetzliche Vorgaben minimiert werden. Wenn am Ende die Einführung neuer Technologien und die Digitalisierung des Rundfunks lediglich höhere Kosten und eine eingeschränkte Nutzung bedeuten würden, würde die Akzeptanz der Verbraucher ebenso gering sein wie der wirtschaftliche Erfolg der Anbieter. ■

Bericht

Trend-Voting zur Zukunft des Digitalen Rundfunks

Digitales Antennenfernsehen knapp vor Handy-TV und Digital Radio



Die glücklichen Gewinner der WM-Tickets beim Voting (Mitte), 89.0RTL-Moderatorin Sarah (links), Michael Richter vom Verein Digital Radio Mitteldeutschland (rechts)

Wie erleben Sie die Fußball-WM 2010? fragte der Verein Digital Radio Mitteldeutschland die Teilnehmer des diesjährigen Medientreffpunkts Mitteldeutschland in Leipzig (8. bis 10. Mai). Anlässlich des Branchentreffens, zu dem über 1400 Experten aus Medien, Politik und Wirtschaft kamen, hatte der Verein zu einem Trend-Voting zur Zukunft des Digitalen Rundfunks aufgerufen. Die Teilnehmer konnten mit Hilfe von Voting-Karten angeben, ob sie im Jahr 2010 die Spiele eher über Handy-TV, Digital Radio oder Digitales Antennenfernsehen verfolgen und wieviel

sie monatlich für die Nutzung des mobilen Rundfunks zahlen würden. Als Belohnung winkten VIP-Karten für die diesjährige Fußball-Weltmeisterschaft, die am zweiten Tag des Medientreffpunktes am Gemeinschaftsstand der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und des Vereins Digital Radio Mitteldeutschland ausgelost wurden. Hier hatten die Kongress-Besucher auch die Möglichkeit, Handy-TV auf Samsung-Mobiltelefonen live vor Ort zu erleben.

Im Ergebnis unterlag Handy-TV mit rund 36 % knapp dem Digitalen Antennenfernsehen (38 %) und Digital Radio (26 %). Mitgemacht hatten 110 Kongressteilnehmer. "Das Ergebnis zeigt deutlich, dass das Digitale Antennenfernsehen bekannt ist und dass viele bereits das Produkt Überallfernsehen schätzen", so Uwe Ludwig, Vorstandsvorsitzender des Vereins Digital Radio Mitteldeutschland. "Die Menschen sind neugierig auf das Handy-Fernsehen, aber es ist schwer, die Vorteile einer noch nicht eingeführten Technologie zu bewerten. Deutlich wird im Ergebnis außerdem, dass gerade bei Sportübertragungen ein visuelles Medium bevorzugt wird. ▶

Trotzdem haben sich über 20 % der Voting-Teilnehmer für Digital Radio entschieden.“ Allerdings waren die Befragten nicht ohne weiteres bereit, für den mobilen Rundfunkgenuss in die Tasche zu greifen. Mehr als die Hälfte der Voting-Teilnehmer (51 %) lehnte es ab, für Handy-TV und Co. überhaupt etwas zu bezahlen. Immerhin 46 % würden ein monatliches Entgelt berappen, davon 41 % bis zu 6 Euro und 5 % bis zu 12 Euro. 3 % machten keine Angaben. Tatsächlich soll das Handy-TV, welches am 30./31.Mai in fünf deutschen WM-Austragungsstädten startet, etwa 10 Euro im Monat kosten. Henrik Rinnert, Geschäftsführer von Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD) sagte auf dem Medientreffpunkt, die entsprechenden DMB-fähigen Handys werde es zunächst

nur vom netzübergreifenden Anbieter debitel geben. Künftig würden jedoch auch andere Mobilfunkbetreiber Verträge anbieten. Was der Kunde für die Nutzung des Handy-TVs zahlen sollte, war auch unter den Experten des Medientreffpunkts nicht unumstritten. Karl-Heinz Laudan von T-Mobile wies darauf hin, dass die Technik schließlich refinanziert werden müsse. Herbert Tillman vom Bayerischen Rundfunk warnte hingegen, der Kunde sei nicht bereit, fünf Euro für diesen und fünf Euro für jenen Dienst zu bezahlen.

Die Zukunft des Handy-TVs ist also noch nicht vollständig geklärt. Aber auch wenn Fernsehen mit dem Handy zur diesjährigen WM noch eine Besonderheit sein wird - 2010 sollte sich das geändert haben. ■

Portrait

Visionen aus der Audi-Zukunftswerkstatt

Von personalisierten Nachrichten bis zum rollenden DAB-Büro



Einsatz von MACS (Mobile Automotive Cooperative Services)

Das sprechende Auto kommt immer mehr in Mode. Nach Mercedes hat jetzt auch Audi ein Fahrzeug vorgestellt, welches seinem Fahrer Nachrichten vorlesen kann. Das System, das das möglich macht, nennt sich MACS (Mobile Automotive Cooperative Services) und wurde in einem Gemeinschaftsprojekt von Audi, der Technischen Universitäten München und Darmstadt und dem Institut für Automobilwirtschaft in Nürtingen / Geislingen entwickelt. Die Projektgruppe hat das System erstmals Ende März auf der Dienstleistungstagung des Bundesbildungsministeriums für Wirtschaft und Forschung vorgestellt. "Die Leute konnten den Dienst direkt an einem A6 ausprobieren und haben begeistert reagiert", sagt Christian Weese, MACS-Projektmitarbeiter am Lehrstuhl für Information, Organisation und Management an der TU München, wo das Projekt koordiniert wird. Mit MACS My News kann sich der Autofahrer unterwegs Nachrichten vorlesen lassen. Anders als bei einer Nachrichtensendung im

Radio kann er dabei entscheiden, wie ausführlich er welche Nachricht wann hören möchte. Dazu legt er vor der Fahrt ein persönliches Profil an. Er gibt ein, welche Art von Nachrichten ihn interessieren und wählt dabei verschiedene Kategorien und Unterkategorien wie Weltnachrichten, Sportinformationen oder Wetterbericht aus. So kann er eingeben, dass ihn zum Beispiel nur Nachrichten aus dem Bereich Sport interessieren und dort lediglich die Unterkategorie Fußball. Wann die Nachrichten vorgelesen werden, kann er ebenfalls selbst bestimmen. "Das Besondere am Forschungsansatz von MACS liegt eben in dieser Personalisierung", erklärt Christian Weese. „Der Fahrer kann selbst bestimmen, wann er mit welcher Information versorgt werden will.“ Der Dienst ist jederzeit verfügbar und kann während der Fahrt per Sprachsteuerung oder mittels des Audi-Systems 'Multi Media Interface' bedient werden. Als Übertragungstechnik verwendet MACS Digital Audio Broadcasting (DAB), das seit 2005 in Audi-Fahrzeugen angeboten wird. MACS My News soll nicht der einzige Dienst bleiben. "MACS My News ist nur einer von vielen möglichen Diensten, der exemplarisch zu Ende geführt wurde. Angedacht sind außerdem Entertainment-Dienste - man könnte Dinge wie iTunes auch im Fahrzeug realisieren - oder Office-Funktionen, die es sozusagen ermöglichen, dass Büro mit ins Fahrzeug zu nehmen", sagt Weese weiter. Ende dieses Jahres soll das seit Mitte 2003 laufende Projekt abgeschlossen werden. Ob und wann MACS von Audi serienmäßig eingeführt werden soll, steht aber noch nicht fest. ■

PROFIL



Dipl.-Kfm. Christian Weese (29) ist seit Juni 2004 am Lehrstuhl für Information, Organisation und Management von Prof. Ralf Reichwald an der TU München tätig. Seit Juli 2005 ist er im MACS-Projekt involviert.

Kontakt: www.tum.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
Philipp Dudek,
Tobias D. Höhn,
Prof. Dr. Edda Müller,
Charlotte Schelten-Peterssen

Layout
frischezellen, vernetzt kreativ

Anmeldung Meinungsbarometer und Archiv
www.dr-m.info

Redaktionsschluss: 26.05.2006

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.