



DIGITAL RADIO
MITTELDEUTSCHLAND

Interview

„Wir brauchen mehr Dynamik beim Übergang in eine digitale Welt“



Andreas Krautscheid, Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien in Nordrhein-Westfalen

NRW will beim Relaunch des digitalen Hörfunks eine Lokomotiv-Funktion einnehmen. Medienminister Andreas Krautscheid will öffentlich-rechtliche und private Programmanbieter an einen Tisch bringen, da nur so das Projekt erfolgversprechend sei.

„Wir wollen von unserer bundesweit einmaligen Lokalradio-Landschaft möglichst viel in die digitale Welt mitnehmen“, sagte er im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Die Landesregierung werde mit „geeigneten rechtlichen Rahmenbedingungen der Digitalisierung den Weg bereiten“. Eine finanzielle Förderung schloss er aber aus.

Herr Minister Krautscheid, Nordrhein-Westfalen gilt seit Jahren als eine der Medienhochburgen Deutschlands. Wo sehen Sie die Gründe für die hohe Attraktivität Ihres Bundeslandes für die Medienindustrie?

Andreas Krautscheid: Die Mischung stimmt: sehr gute Ausgangsvoraussetzungen mit erfolgreichen Unternehmen und hervorragend qualifiziertem Personal sowie exzellente Rahmenbedingungen, an deren Verbesserung Regierung und Branche gemeinsam mit Nachdruck arbeiten. Zudem ist Nordrhein-Westfalen ein in Deutschland unvergleichlicher Konvergenz-Standort: als Film- und Fernsehstandort die Nummer eins, ein herausragendes Zeitungsland, der führende deutsche Telekommunikationsstandort mit neuen Wachstumsfeldern, wie mobilem Content und einer wachsenden Games-Szene.

Derzeit beherrschendes Thema medienpolitischer Diskussionen sind die Heraus-

forderungen der Digitalisierung. Welche Impulse kann NRW für einen bundesweiten Erfolg geben?

In erster Linie kommt es auf die am Digitalisierungsprozess Beteiligten wie die Rundfunkveranstalter an. Wir brauchen für den Standort Deutschland mehr Dynamik beim Übergang in eine digitale Welt. Entscheidend ist weniger die Technologie, denn der Content und entsprechende Geschäftsmodelle. Die Landesregierung begleitet derzeit diesen Prozess nicht nur durch intensive Gespräche, sondern auch durch eine konstruktive Mitarbeit im Forum Digitale Medien des Bundes und der Länder.

Vor wenigen Wochen kündigten der WDR und die WAZ-Mediengruppe ihre Zusammenarbeit im Internet an. Dies ist die erste Online-Kooperation einer öffentlich-rechtlichen Anstalt und eines Verlagshauses. Wo sehen Sie darin die Vorteile und was sagen Sie Kritikern der Kooperation? ▶

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Nordrhein-Westfalen zählt zu den Medienhochburgen Deutschlands. Immer wieder werden hier Weichen für Entwicklungen in der Medienlandschaft gestellt. Erst vor wenigen Wochen wurde beispielsweise mit der Kooperation des WDR mit der WAZ-Mediengruppe die erste Online-Zusammenarbeit einer öffentlich-rechtlichen Anstalt und eines Verlagshauses besiegelt. Anlässlich des 20.medienforum.nrw (09.06.-11.06.08) haben wir bei Andreas Krautscheid, dem zuständigen Medienminister, nachgefragt, welche spezifischen Herausforderungen die Digitalisierung an Nordrhein-Westfalen stellt und wie sich das Bundesland auch künftig als einer der führenden Medienstandorte in Deutschland behaupten will (Interview Seite 1).

Brauchen wir einen Abschaltzeitpunkt für UKW, um den angestrebten Neustart für digitales Radio im kommenden Jahr erfolgreich angehen zu können? Die Diskussion ist neu entfacht. Scharfe Worte kommen aus Nordrhein-Westfalen. Eine Diskussion über einen Abschalttermin sei wenig hilfreich, meint Bert Pröpfer, Geschäftsführer von Digital Radio West, in seinem Gastbeitrag auf Seite 2.

Die fortschreitende Digitalisierung stellt auch die Radiovermarkter vor neue Herausforderungen. Am 12.06.2008 diskutiert die Branche in Köln auf dem RADIODAY 2008 unter anderem darüber, wie sich Radio auf die veränderten Bedingungen einstellen muss, um seinen Platz als eigenständige Gattung im Medienmix der Zukunft zu behaupten. Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale, appelliert an den Unternehmergeist. So müssten auch mal mutig Geschäftsmodelle ausprobiert werden. Lesen Sie dazu unseren Bericht auf Seite 4.

Herzlichst Ihr Thomas Barthel



NACHRICHTEN

Eine neue Interessengemeinschaft für konzernunabhängige Fernsehveranstalter und Mediendienste hat sich Anfang Mai in Hamburg gegründet. Die Arbeit der „ProDigitalTV-Interessengemeinschaft der Zielgruppensender“ soll hauptsächlich den Umstieg auf die digitale Verbreitungstechnik voranbringen und die Vermarktung der Programme verbessern. Unter den Mitgliedern sind unter anderem Bibel TV, Gute Laune TV, Deutsches Gesundheitsfernsehen und Volksmusik TV. Dr. Carl A. Claussen, Sprecher des Sprecherrates „ProDigitalTV“, sieht Zielgruppensender auch als Arbeitgeber und wichtigen Teil der Medienlandschaft. Deshalb fordert er: „Die Digitalisierung des TV-Marktes muss in Deutschland erheblich schneller vollzogen werden.“ Die Interessengemeinschaft konnte sogar schon zwei internationale Mitglieder gewinnen: BBC Worldwide News und BGP Medien GmbH.

Vom 22.05. - 25.05.2008 fand das 36. ADAC Zurich 24h-Rennen am Nürburgring statt. Erstmals konnten Fans während des Rennens über das Projekt „Fan-TV via DVB-T“ entlang der Strecke vier digitale Programme empfangen. Neben Bildern vom Rennen wurden auch Zusatzinformationen wie Zwischenstände und Ergebnisse gesendet. Ein Low-Power-Sender einer temporären DVB-T-Sendeanlage deckte einen Großteil der Rennstrecke ab. Möglich wurde das Projekt durch eine temporäre Event-TV-Lizenz, die der regionale TV-Sender wwtv (Westerwald-Wied) von der rheinland-pfälzischen Landesmedienanstalt erhalten hatte. Für die technische Realisation des Projektes zeichnet die Mugler AG Oberlungwitz verantwortlich. „Die Übertragung hat sehr gut funktioniert“, zeigte sich Michael Kramp, Pressesprecher des 24-h-Rennens, nach dem Renn-Wochenende zufrieden.

Digital Radio West präsentierte beim Auftakt der WDR Studiofeste im WDR-Studio Münster Mitte Mai unterhaltsames Infotainment. 8.000 Besucher kamen zum „Tag der offenen Tür“ und blickten hinter die Kulissen von Hörfunk und Fernsehen. Techniker, Moderatoren und Reporter des WDR stellten sich den Fragen der kleinen und großen Gäste. Die Digital Radio West GmbH als Sendernetzbetreiber für Digital Radio in Nordrhein-Westfalen veranstaltete eine Bühnenshow und brachte an einem Aktionsstand den Besuchern näher, wie digitaler Hörfunk funktioniert, warum auch in der digitalen Welt immer noch Antennen eine Rolle spielen und welche Hörfunkprogramme über DAB zu hören sind. Die WDR-Studiofeste gehen den Sommer über weiter. Der nächste Termin ist der 22.06.2008 in Rietberg bei Bielefeld. Mit dabei ist dann auch wieder Digital Radio West.

Es ist erfreulich, dass die Anregung von Ministerpräsident Rüttgers zu einem verstärkten Dialog zwischen dem WDR und interessierten Verlagshäusern aufgegriffen wurde. Wenn sich der Pulverdampf wegen der aktuellen Diskussionen um die Internet-Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Sender gelegt hat, werden sicher weitere Kooperationen dieser Art folgen. Wenn beide Seiten, die sich durch den rasanten Wandel der elektronischen Medien außerordentlichen Herausforderungen ausgesetzt sehen, aufeinander zugehen, stärkt das im Interesse aller Beteiligten und der Nutzer den Qualitätsjournalismus.

Welche Änderungen planen Sie im Landesmediengesetz, um den Weg in die digitale Welt zu ebnet?

Bei der Änderung des Landesmediengesetzes im vergangenen Jahr wurden vor allem die Vorschriften über den Bürgerfunk novelliert. Bei der nächsten Novellierung wird das Regelwerk an die Erfordernisse, welche die Digitalisierung des Hörfunks mit sich bringt, angepasst werden. Dabei ist abzusehen, dass die medienkonzentrationsrechtlichen Bestimmungen mit den Bedingungen der digitalen Welt in Einklang gebracht werden müssen.

Seit acht Jahren befindet sich der digitale Hörfunk über DAB in Nordrhein-Westfalen im Regelbetrieb und ist heute nahezu flächendeckend empfangbar. Wie fördert Ihre Landesregierung Unternehmen im Bereich des digitalen Hörfunks?

Ein Relaunch von DAB wird nur gelingen,

wenn die privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunkveranstalter gemeinsam mit der Geräteindustrie an einem Strang ziehen. Eine finanzielle Förderung des Vorhabens durch die Landesregierung wird es dabei schon deshalb nicht geben, weil deren europarechtliche Zulässigkeit höchst problematisch ist. Wir konzentrieren uns deshalb darauf, alle Beteiligten an einen Tisch zu bringen und von der Notwendigkeit eines gemeinsamen Vorgehens zu überzeugen. Denn weder der öffentlich-rechtliche noch der private Rundfunk werden allein die Digitalisierung zum Erfolg bringen können. Darüber hinaus wird die Landesregierung durch Setzen der geeigneten rechtlichen Rahmenbedingungen der Digitalisierung den Weg bereiten.

Nordrhein-Westfalen ist geprägt durch eine besondere lokale Radiostuktur. Wie können langfristig auch die zahlreichen lokalen Hörfunkveranstalter in die digitale Radiowelt integriert werden?

Für den analogen lokalen Hörfunk ist die Digitalisierung der terrestrischen Übertragungswege nicht einfach. Es ist eine inzwischen bekannte Tatsache, dass durch die technische Zusammenfassung von Programmen in Multiplexen neue Marktmodelle entwickelt werden müssen, die medienrechtliche Veränderungen mit sich bringen werden. Daran arbeiten wir mit allen Beteiligten. Wichtig ist dabei, dass der private Hörfunk auch in der Zukunft eine solide wirtschaftliche Basis vorfindet. Wir wollen von unserer bundesweit einmaligen Lokalradio-Landschaft möglichst viel in die digitale Welt mitnehmen. ■

Kolumne

„Diskussion über UKW-Abschalttermin unnötig und nicht hilfreich“

Bert Pröpper, Geschäftsführer Digital Radio West



Viele Bundesländer haben den zehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der am 01.09.2008 in Kraft treten soll, zum Anlass genommen, eine Anpassung und Aktualisierung ihrer Mediengesetze zu prüfen. In Ländern wie beispielsweise Sachsen und Sachsen-Anhalt, wo in den Gesetzen eine Abschaltung analoger Übertragungen für das Jahr 2010 vorgesehen ist, führt dies zu heftigen Diskussionen: Ist der im Medien-

gesetz bereits festgelegte Termin für die Abschaltung der UKW-Übertragung weiterhin realistisch und notwendig? Die EU-Kommission hat das Jahr 2015 als EU-weiten Abschalttermin des UKW-Rundfunks in Aussicht gestellt. Um eine Abschaltung der UKW-Übertragung angemessen diskutieren zu können, gilt es jedoch verschiedene Aspekte zu berücksichtigen.

Digital Radio / DAB bekommt mit der Anwendung eines neuen Kodierverfahrens, das die endliche Ressource Frequenz noch besser nutzt, einen neuen „Charme“. Zusammen mit zusätzlichen Frequenzen, die nach RRC06 seit 2006 für die Beschaltung in Deutschland zur Verfügung stehen, hat der Radiorundfunk nun mehr Kapazitäten zur Verfügung als Inhalte vorhanden bzw. vermarktbar sind. ▶

PRESSESCHAU

ARD und ZDF sind relativ spät auf das Internet gekommen. Und es will ihnen niemand das Recht bestreiten, dort präsent zu sein. Nur nicht mit einem gebührenfinanzierten und damit wettbewerbsverzerrenden Angebot, das dem der Verlage entspricht. Mit dieser Meinung stehen wir als Verleger ja nicht alleine da. Auch der BDI hat sich dementsprechend geäußert. ARD und ZDF können online ein sendungsbezogenes Programm auffahren, aber keine Textportale. Das aber haben wir: die „Tagesschau“ als Sendung und als Textversion, die über hundert Seiten umfasst. Das ist elektronische Presse, die Zeitschriften und Zeitungen verdrängt. Das ist nicht mehr Fernsehen, auch nicht Fernsehen oder Rundfunk im Internet, sondern die umgekehrte Herangehensweise: textbasierte Angebote, die nicht nur Nachrichten umfassen, sondern unendliche Datenbänke und jede erdenkliche Art von Service, wie er wiederum das Wesen der Presse ausmacht.

Verleger Hubert Burda im Interview mit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 21.05.2008 zu den Online-Aktivitäten der Öffentlich-Rechtlichen

Ich sehe keine Große Koalition gegen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Drei entscheidende Punkte stehen allerdings zur Rede: Es gibt unterschiedliche Auffassungen darüber, wie unser Programmauftrag umgesetzt werden sollte. Dann gibt es abweichende Ansichten über das, was Brüssel erwartet und ermöglicht. Drittens müssen wir die Frage beantworten, was publizistischer Wettbewerb in einer Zukunft bedeutet, in der sich Fernsehen weitgehend verändern wird - technologisch wie auch in der Art der Nutzung.

ZDF-Intendant Markus Schächter im Interview mit epd medien am 17.05.2008 zum gleichen Thema

In Sachsen soll es noch in diesem Jahr digitales Fernsehen für Handys und andere mobile Geräte geben. Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) hat (...) am Montag eine entsprechende Zulassung für die Deutschland 24 GmbH (Hamburg) und die Sachsen 24 GmbH (Leipzig) erteilt. Die Deutschland 24 GmbH werde bis zu 14 Stunden Mantelprogramm bereitstellen, die Sachsen 24 GmbH bis zu zehn Stunden ein Regionalangebot, sagte SLM-Sprecher Martin Deitenbeck. Die ursprüngliche Planung, das für drei Jahre befristete Modellprojekt für DVB-H (Digital Video Broadcasting-Handhelds) schon zur Fußball-EM zu starten, könne aber wackeln, fügte er an. Hinter der Sachsen 24 GmbH stünden „Sachsen Fernsehen“ und die „Leipziger Volkszeitung“, sagte Deitenbeck. Der Betreiber der Plattform, auf der das DVB-H angeboten werden soll, ist das Joint Venture „Mobile 3.0“, das aus MFD Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH und der NEVA Media GmbH besteht.

Leipziger Volkszeitung Online am 21.05.2008 zur DVB-H-Zulassung für die Deutschland 24 GmbH und die Sachsen 24 GmbH durch die SLM

Aber auch „nicht radiokonforme“ Inhalte erheben Anspruch auf diese Kapazitäten. Was dann für die originäre Radiolandschaft übrig bleibt, wird sich zeigen.

Die Radioprogrammstruktur selbst wird durch neue Formate, die durch die Digitaltechnik möglich wurden, beeinflusst und ergänzt. Hörerverhalten und schwindende Hörerzahlen zwingen auch zum Überdenken der „alten“ Programmstruktur.

Radioalternativen wie Internet, MP3-Player, Streaming, Podcasting etc. lassen die Verkaufszahlen von UKW-Empfängern stagnieren bzw. zurückgehen. In Großbritannien werden seit einiger Zeit mehr DAB- als UKW-Empfänger verkauft. In manchen Läden ist dort das analoge FM-Gerät schon gänzlich aus dem Regal verschwunden. Das Interesse der potentiellen Hörer liegt aber in wachsendem Maß an der großen und grenzübergreifenden Zahl von Internetradioprogrammen. Der „Big Bang“ ist hier nicht mehr aufzuhalten seit es Geräte gibt, die einfach zu bedienen sind und eine zu UKW vergleichbare Qualität ausweisen. Es ist zu erkennen, dass ein Abschalten von UKW oder schon

die Diskussion darüber unnötig und nicht hilfreich ist. Auf der einen Seite regt man z.B. mit einem zukünftigen Abschalttermin jetzt keine zusätzlichen Aktivitäten an, es kann aber auf der anderen Seite zur weiteren „Diskussions-Verstopfung“ des Prozesses DAB2009 (Neustart oder „Big Bang“) kommen. Einer Abschaltung folgt eine Einschaltung oder besser Neuvergabe, was den jetzigen Lizenznehmer nicht freut und die potentiellen Lizenzanwärter in eine „Warteschleife“ drängt.

Diskutieren sollte man, wie und wann dem Kunden welche neuen Programmstrukturen, die die digitale mit der analogen Welt vereinigen und nicht das eine zu Gunsten des anderen ausschließen, anbieten kann. Dass es kein Entweder-oder in der Medienwelt gibt, hat schon Wolfgang Riepl vor fast 100 Jahren erkannt: „Neue, höher entwickelte Medien haben die alten nie verdrängt, es entstanden Analogien“. Zu den Analogien gibt es auch schon erfreuliche Projekte und sinnvolle Kooperationen zwischen Hardware- und Programm-Lieferanten. Die Zukunft heißt nicht analog oder digital, vielleicht „digilog“. ■

Bericht

Lokalradios: Derzeit noch wenig Investitionsbereitschaft in digitale Zukunft

Kernfrage nach tragfähigen Geschäftsmodellen noch nicht beantwortet



Öffentliche Anhörung zu „Perspektiven des digitalen Hörfunks“ am 08.05.2008 in Köln

Die Hörfunklandschaft Nordrhein-Westfalens mit ihrer regionalen Aufteilung und ihren 45 lokalen Radiostationen ist deutschlandweit einmalig. In dieser Einmaligkeit liegt bereits das Grundproblem. Denn schon die Frage, wie diese spezifische Lokalradio-Struktur in einer digitalen Hörfunklandschaft abgebildet werden kann, treibt allen Beteiligten Sorgenfalten auf die Stirn. Um die möglichen Vorgehensweisen bei der Einführung von Digital Radio in NRW auszuloten, hatte die Landesmedienanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) zu einem öffentlichen Konsultationsprozess aufgerufen. Und das ging so: Im Februar wurden 180 standardisierte Fragebögen verschickt, bis Mitte April kamen 90 ausgefüllte Bögen wieder zurück, dazu eine Reihe schriftlicher Stellungnahmen. Es

äußerten sich Betriebsgesellschaften und Veranstaltergemeinschaften, der Bürgerfunk, Vermarkter, Verbände und Hörfunkveranstalter, Produzenten und Verleger, ja sogar Radiohörer.

Am 08.05.2008 lud die LfM dann zur öffentlichen Anhörung nach Köln ein, um die Ergebnisse der Befragung vorzustellen und mit den Markteteiligen zu diskutieren. Laut Studie halten 83 Prozent der Befragten nach wie vor die Übertragung ihrer Radioprogramme über UKW für erfolgversprechend. 48 Prozent können sich vorstellen, ihr Programm über DAB+ auszustrahlen und 42 Prozent über DMB-Radio - Mehrfachnennungen waren möglich. Knapp 50 Prozent der Befragten würden sich an einer möglichen Ausschreibung für neue Digital Radio - Kapazitäten beteiligen. Diese Ergebnisse stimmten beim ersten Hinhören hoffnungsfroh. Doch schon bei der Gretchenfrage, ob bei den potentiellen Bewerbern auch eine Investitionsbereitschaft vorhanden ist und wie viel Geld sie für die digitale Übertragung ihrer Programme investieren würden, knickten die meisten ein. Gerade einmal 12 der Befragten würden überhaupt zusätzliche Mittel in die digitale Übertragung ihrer Programme investieren. Für 40 Prozent ist eine Finanzierung unklar und ▶

60 Prozent erwarten Fördermittel.

Ein Vertreter des Zeitungsverlegerverbandes brachte es auf den Punkt: Der Verband setze zwar weiterhin auf die Verbreitung regionaler und lokaler Inhalte und sei auch an der Verbreitung der Inhalte über den digitalen Hörfunk interessiert. Doch der Verband, dessen Mitglieder indirekte Beteiligungen an radio NRW halten, sehe einfach keine konkreten Geschäftsmodelle im Bereich des digitalen Hörfunks. Damit sei die Kernfrage, wo nun das Geschäftsmodell liege, für NRW immer noch nicht beantwortet. Ratlose Blicke bei allen Anwesenden!

Diese pessimistische Stimmung im Saal konnte die LfM nicht so stehen lassen und auch ein

Vertreter des WDR hielt noch einmal ein flammendes Plädoyer auf die Möglichkeiten des digitalen Hörfunks. Die deutschlandweiten Bemühungen beim digitalen Hörfunk seien aussichtsreich, auf bundesweiter Ebene würde das Thema intensiv diskutiert, fasste Dr. Jürgen Brautmeyer, Stellvertreter des LfM-Direktors, die Situation rund um NRW zusammen. Brautmeyer rief dazu auf, dass NRW den Anschluss an die bundesweiten Aktivitäten und die der anderen Bundesländer nicht verpassen dürfe. „Hier kann und muss NRW eine wichtige Rolle spielen. Im Kern, so Brautmeyer, gehe es darum, das Radio als eigenständige Gattung zu erhalten und zukunftstauglich zu machen. ■

Bericht

„Auch mal mutig Geschäftsmodelle ausprobieren“

Wie sich Radiovermarkter auf die digitale Welt vorbereiten



Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale

Die fortschreitende Digitalisierung stellt nicht nur Medienpolitik, Industrie und Inhalte-Produzenten vor neue Herausforderungen - auch die Radiovermarkter müssen sich auf veränderte Bedingungen einstellen. Beim RADIODAY 2008 am 12.06.2008 in Köln diskutiert die Branche, wie neue Geschäftsmodelle im digitalen Zeitalter aussehen können.

Dass es für das Radio bereits heute alles andere als einfach ist, am Werbemarkt zu bestehen, zeigt ein Blick auf die Zahlen: Rund 80 Prozent der über 14-Jährigen hören an einem durchschnittlichen Tag Radio (ma 2008 Radio I), dennoch hält das Medium nur einen Brutto-Werbemarktanteil von rund sechs Prozent (Nielsen Media Research).

Mit der Digitalisierung ergeben sich nun neue Chancen für die Vermarkter. Mit interaktiven Zusatzdiensten und Rückkanälen wird Digital Radio nicht mehr nur Radio im klassischen Sinne sein. „Durch die Medienkonvergenz, zum Beispiel im Internet und Mobile - aber auch im zukünftigen Digitalradio - ist die Interaktivität ohne Medienbruch möglich und wird gerade für Radio ein wichtiger Benefit der digitalen Zukunft“, so Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale. Hinzu komme, dass mit neuen Radioformen auch kleinere Zielgruppen bedient werden könnten:

„Neben seiner bekannten Rolle als unverzichtbares Reichweitenmedium wird Radio/Audio somit künftig also auch als Individualmedium eingesetzt. Das ist besonders für die Werbungstreibenden ein wesentlicher Faktor, um noch zielgenauer kommunizieren zu können.“

In zunehmendem Maße entdecken die Sender das Internet als wichtigen Verbreitungsweg für Radioinhalte und programmbegleitende Informationen. „Sowohl die Parallelnutzung als auch die starke Bereitschaft, Impulse aus der Radiowerbung sofort am PC online umzusetzen, machen Radio und Internet zu attraktiven Partnern“, verdeutlicht Kuckuck die Bedeutung des Internets für neue Geschäftsmodelle. Um neue Finanzierungsquellen im Netz zu erschließen, hat beispielsweise auch AS&S Radio, die Radio-Vermarktungstochter der ARD, in diesem Jahr die Bereiche Podvertising, Customized Podcasting und Webradio-Werbung in ihr Vermarktungsportfolio aufgenommen. Natürlich bietet die Digitalisierung auch Risiken. So verdeutlicht Kuckuck, dass der digitale Umstieg, die Vielzahl der neuen Empfangswege und die erforderlichen zusätzlichen innovativen Formate ein hohes Maß an Investitionen erfordern. Zur Sicherung der Programmqualität brauche es Programmfamilien, die derzeit in ihrem Gestaltungsgrad aber stark limitiert seien. Der Gesetzgeber müsse hier die Voraussetzungen für die digitale Zukunft schaffen. Kuckuck zeigt sich jedoch optimistisch: „Ich sehe insgesamt mehr Vorteile als Risiken - Wir müssen das derzeit geöffnete Window of Opportunity jedoch entsprechend nutzen. Wir müssen es unternehmerisch angehen, und auch mal mutig Geschäftsmodelle ausprobieren.“ ■

Anzeige



Wenn im Juni bei der EURO 2008™ der Fußball im Mittelpunkt der Sportwelt steht, ist MEDIA BROADCAST verlässlicher Partner der TV-Branche, um Live-Bilder, Zeitlupen und Einblendungen mit modernster Übertragungstechnik in viele Länder zu übertragen. [weiter]

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
tbt public & business relations

Autoren dieser Ausgabe
Claudia Kullick, Nikola Marquardt, Bert Pröpfer, Janine Scharf

Fotos
Seite 1: Staatskanzlei NRW
Seite 4: Radiozentrale

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.

Redaktionsschluss: 25.05.2008

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.