



#### Interview

## Digitales Radio: „Da müssen wir jetzt aufs Tempo drücken“



Günther Beckstein, Ministerpräsident Bayern

Der frisch gewählte bayerische Ministerpräsident Günther Beckstein hat sich im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk für eine beschleunigte Digitalisierung des Hörfunks ausgesprochen. Vordringlich sei jetzt, dass sich alle Beteiligten möglichst noch in diesem Jahr auf ein gemeinsames Nutzungskonzept verständigen. Scharf kritisierte Beckstein die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF). „Indem sie fast alle DAB-Anmeldungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gestrichen hat“, habe sie der positiven Gesamtentwicklung einen harten Rückschlag versetzt. Beckstein forderte außerdem Technikneutralität und offene Standards für den Digitalen Rundfunk.

**Herr Ministerpräsident, die Internationale Wellenkonferenz hat die Weichen für die Digitalisierung des Rundfunks gestellt. Hat in Deutschland die Umstellung von analog zu digital an Fahrt gewonnen und ist das gegenwärtige Tempo ausreichend?**

**Dr. Günther Beckstein:** Das digitale terrestrische Fernsehen in Deutschland ist erfolgreich gestartet. Die Ergebnisse der europäischen Wellenkonferenz 2006 in Genf ermöglichen nun einen zügigen Ausbau auch in die Fläche hinein. Für das digitale Radio sind nun erstmals leistungsstarke Frequenzen in großer Zahl möglich. Da müssen wir jetzt aufs Tempo drücken, auch wenn dies im Radio wegen der Vielzahl der UKW-Angebote nicht so schnell geht wie beim Fernsehen.

**Wie muss sich der Hörfunk positionieren, um überlebensfähig zu sein?**

Auch in Zukunft gilt, der Inhalt spielt die erste Geige: Hauptkonkurrent für das klassische Radio sind neue Medien wie der iPod, die sehr individuelle Angebote maßgeschneidert für jeden Geschmack ermöglichen. Auch der Hörfunk muss deshalb innovativer denn je sein, neben Bewährtem Neues bieten und sich vor allem auf seine Stärken besinnen. Wir brauchen Spartenkanäle und Zusatzdienste. Auch im digitalen Zeitalter lebt der Hörfunk von seiner regionalen Verwurzelung. Bayern will, dass möglichst viele lokale und regionale Anbieter bei einem Neustart von Digital Radio von Anfang an dabei sind. ▶

#### EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wenn vom 07.11. - 09.11.2007 auf den Medientagen in München über Medienpolitik, Geschäftsmodelle und Marketingstrategien diskutiert wird, steht auch wieder Radio und dessen Überlebenschancen in der digitalen Welt auf dem Prüfstand (Vorbericht Seite 3).

Bereits Anfang Oktober haben Medienexperten während einer Veranstaltung in Ingolstadt über einen Neustart für digitales Radio in Deutschland debattiert. Zumindest die neue Marketingformel scheint gefunden. Ein „Big Bang“ soll es sein, mit dem private und öffentlich-rechtliche Anbieter im Jahr 2009 endlich auch für das terrestrische Radio die Umstellung auf die digitale Massennutzung einläuten wollen (Nachrichten Seite 2). Doch offenbar haben die Experten die Rechnung ohne die KEF gemacht. Die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten will für DAB weniger Geld genehmigen. Die KEF ist für Industriepolitik nicht zuständig, kritisiert Felix Kovac, der Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) in seinem Gastbeitrag (Kolumne Seite 2).

Wie bereits sein Vorgänger hat sich auch der neue bayerische Ministerpräsident die Digitalisierung des Hörfunks mit auf die Fahne geschrieben. Gerade mal wenige Tage im Amt, hat Günther Beckstein im Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk eine Beschleunigung des bislang eher schleppenden Prozesses angekündigt (Interview Seite 1).

Mobiles Fernsehen erwächst den Kinderschuhen, hat unsere Autorin ihren Artikel über den aktuellen Stand des DMB-Pilotprojektes in Regensburg benannt. Während Mobile 3.0 (MFD/NEVA Media) nach der Empfehlung der Landesmedienanstalten für den DVB-H-Plattformbetrieb jetzt ein Belegungskonzept vorlegen muss, geht das Regensburger Projekt bereits ins zweite Jahr. Mit

welchen Ergebnissen und Erfahrungen lesen Sie im Porträt auf Seite 4.

Herzlichst  
Ihr Thomas Barthel



## Bayern ist bei der Digitalisierung des Hörfunks eine treibende Kraft. Welche Schwerpunkte sehen Sie, um die Einführung des Digital Radios national doch noch zum Erfolg zu bringen?

Wie Sie wissen, werden spätestens 2009 drei sogenannte Bedeckungen für den digitalen Hörfunk zur Verfügung stehen. Vordringlich ist jetzt, dass sich alle Beteiligten schnell, möglichst noch in diesem Jahr, auf ein gemeinsames Nutzungskonzept einigen. Mit der Münchner und der Mainzer Erklärung 2007 haben wir bereits Fortschritte erzielt. Ganz wichtig ist jetzt, die Geräteindustrie einzubinden. Bezahlbare Geräte im Markt, die einen Empfang unabhängig von Fragen der Übertragungstechnik ermöglichen, sind der Schlüssel zum Erfolg beim Verbraucher. Dieser insgesamt positiven Entwicklung hat die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten jetzt einen Rückschlag versetzt, indem sie fast alle DAB-Anmeldungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gestrichen hat.

**Viel diskutiert, aber bislang nicht realisiert ist die DAB-Leistungserhöhung. Können Sie Erfolge verzeichnen?**

Die Programmanbieter sind mit unserer politischen Unterstützung in Gesprächen mit dem Verteidigungsministerium deutlich vorangekommen. Ich möchte dem Bundesverteidigungsministerium für die Kooperationsbereitschaft sehr danken. Bisher ließ die Sicherung des militärischen Funkverkehrs im bayerischen Kanal 12 nur 1 KW Leistung zu. Bald können 42 bayerische Standorte mit 4 KW, 19 Standorte sogar mit 10 KW senden.

**Sie haben den Streit um die künftige Technologie verfolgt. Inwieweit kann und sollte die Politik Vorgaben machen und einen verbindlichen Standard vorschreiben?**

Eigene Verbreitungswege sind eine weitere Voraussetzung dafür, dass der Hörfunk ein eigenständiges Medium bleibt. Gerade für die flächendeckende Versorgung mit regionalem Zuschnitt bietet die schmalbandige DAB-Technik-Familie ideale Voraussetzungen. Trotzdem muss sich die Politik für Technikneutralität und offene Standards einsetzen. Ich bin daher sehr skeptisch, wenn die EU-Kommission derzeit versucht, beim mobilen Fernsehen DVB-H als alleinigen Standard durchzudrücken. ■

## NACHRICHTEN

Vertreter der ARD, des Deutschlandradios sowie der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) haben eine gemeinsame Erklärung abgegeben, nach der die digitale Übertragung von klassischem Radio, sowie von ergänzenden Texten, Bildern und Videos künftig vorrangig auf Frequenzen im Band III realisiert werden sollen. Laut der so genannten „Mainzer Erklärung“ sollen bereits in zwei Jahren neue und bestehende Programme im weiter entwickelten Standard DAB+/DMB empfangbar sein. Die Unterzeichner einigten sich zudem, dass künftig Frequenzkapazitäten auf nationaler, landesweiter und regionaler Ebene aktiv genutzt werden sollen. Geplant seien drei Start-Multiplexe, die einmal bundesweit, einmal nach Landesgrenzen und einmal nach Landesgrenzen mit der Option der Regionalisierung ausgebaut werden. Pro Multiplex sollen bis zu 15 Radio-Programme mit begleitenden Diensten möglich sein.

Die Beteiligungsgesellschaft Regiocast hat der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) einen detaillierten Aktions- und Zeitplan zur Einführung des digitalen terrestrischen Rundfunks in Deutschland vorgelegt. Das Positionspapier mit dem Titel „radio<sup>3</sup> - Der Weg in eine neue Dimension des Hörfunks“ beschreibt die Schritte, die unter anderem seitens der Politik, der Radiounternehmen und der Geräteindustrie nötig sind, um terrestrisches Digital Radio bis 2009 erfolgreich in Deutschland zu etablieren, teilte die Regiocast mit. Um in kürzester Zeit die Digitalisierung des terrestrischen Hörfunks starten zu können, wird der Politik und den Landesmedienanstalten beispielsweise empfohlen, sich auf ein gemeinsames Konzept der Länder zur Digitalisierung des Hörfunks zu einigen sowie die Landesmediengesetze zu novellieren.

Auf der Veranstaltung „Quo Vadis Digital Radio?“ der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) am 09.10. und 10.10.2007 in Ingolstadt haben Medienexperten einen Neustart für das Digital Radio gefordert. Dieser solle im Jahr 2009 erfolgen, um das vorhandene Frequenzspektrum im Band III auf Dauer für das Medium Radio zu sichern. Es müsse einen so genannten „Big Bang“ geben, das heißt einen gemeinsamen Start von öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen, der von gemeinsamen Marketingaktivitäten der Programmanbieter, der Geräteindustrie und der Netzbetreiber flankiert werden müsse. Dieser Neustart verlange vor allem nach einem primären Verbreitungsweg für das Digital Radio, der DAB+ oder DMB sein könne. Wichtig seien zudem innovative Programme und attraktive Angebote.

## Kolumne

## KEF ist für Industriepolitik nicht zuständig

Felix Kovac, Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR)



Foto: RT.1 GmbH

Es gibt viel Einigkeit unter den Radiomachern: Die Genfer Wellenkonferenz RRC06 hat im sogenannten Band III für den Hörfunk neue Frequenzen gebracht und gleichzeitig kann für das digitale Radio die Datenkomprimierung MPEG-4 benutzt werden, wie man sie vom iPod kennt. Und dann erkennen die Militärs noch, dass ihre Jets nicht vom Himmel fallen, wenn man digitales Radio im Kanal 12 mit mehr Leistung betreibt. Zugegeben, auch die Radiomacher selbst haben gelernt und erkannt, dass das Angebot eines Digital Radios an die Hörer mehr sein muss als eine 1:1-Kopie des UKW-Radios.

Das digitale Radio in der Version 2.0 soll 2009 erstmals bundesweite private Radios über Antenne ermöglichen. Neue landesweite Programme sollen gesendet werden. Und in den Bundesländern, die das medienpolitisch für sich entscheiden, soll es auch neue regionale Angebote geben. Das alles soll auf neuen Frequenzen stattfinden. Und die neue, MPEG-4-Audiocodierung wird platzsparend vielfältige Angebote ermöglichen.

„Big Bang“ nennt das die Branche und blickt auf das Jahr 2009. Die öffentlich-rechtlichen und privaten Radiomacher sind sich einig und haben in einer „Mainzer Erklärung“ diesen Plan bei den Ländern angemeldet, damit die bei der Bundesnetzagentur die Frequenzen reservieren lassen.

Und dann kommt die KEF und macht Industriepolitik. Kein Geld will sie geben. Von den angemeldeten 140 Millionen Euro für die Gebührenperiode ab 2009 erkennt sie nur 15 Millionen Euro für die ARD an. Digitales Radio wolle niemand, weiß die KEF. Oder besser: Sie glaubt es zu wissen. ►

Letztendlich aber macht sie Industriepolitik und greift in den Wettbewerb der Normen ein. DVB-T oder DVB-H könne Radio doch auch transportieren, hört man aus dem Gremium. Geheim bleibt ja nichts in dieser Branche. Und dann wird kolportiert, der terrestrische Vertriebsweg werde für den Hörfunk in der Zukunft immer weniger interessant angesichts von Kabel und Satellit. Soviel Irrtum war nie in der KEF. Die terrestrische Verbreitung ist für das Radio lebensnotwendig. Ein Blick in die Reichweitenerhebungen belegt das. Und anders als das Antennenfernsehen DVB-T oder das Mobil-TV DVB-H genügt es nicht, Ballungsräume zu versorgen. Radio braucht die Versorgung in der Fläche. In der KEF scheint man die Eigenständig-

keit der Gattung Hörfunk nicht zu sehen.

Bliebe es bei der Entscheidung der KEF, müssten die ARD-Anstalten intern klären, ob sie Mittel umschichten und die Digitalisierung des Radios zu Lasten anderer Projekte vorantreiben. Es gibt sicherlich eine ganze Reihe von Projekten, bei denen das Geld schlechter angelegt ist als bei der Fortentwicklung der Gattung Hörfunk. Auf die per Pressemitteilung der ARD gestellte Frage, ob sie auch im Falle des angekündigten KEF-Votums zur Digitalisierung des Hörfunks stehe, antwortete der Vorsitzende Fritz Raff der Arbeitsgemeinschaft Privater Rundfunk (APR) per Mail mit einem schlichten „ja“. Der Big Bang kommt also. ■

## PRESSESCHAU

T-Mobile und Vodafone kritisierten den Plan der Landesmedienanstalten, die Lizenz für DVB-H einem Konsortium mehrerer Medienunternehmen zu erteilen. „Wir können die Entscheidung nicht nachvollziehen“, sagte ein T-Mobile-Sprecher. „Das heißt aber nicht, dass mobiles TV nicht mehr interessant ist für uns.“ Marktstudien zeigten, dass die Menschen bereit seien, zwischen fünf und 7,50 Euro im Monat für Handy-TV auszugeben. Die Mobilfunknetzbetreiber hätten ein Angebot vorgelegt, dass schnell den Massenmarkt erreicht hätte, sagte ein Vodafone-Sprecher. Ob dies nun gelinge, sei dahingestellt.

[Handelsblatt.com](#) am 19.10.2007 zur Empfehlung der Gesamtkonferenz der Landesmedienanstalten, das Konsortium Mobile 3.0 (MFD/NEVA Media) als Plattformbetreiber für DVB-H zuzulassen

„Die Vergabe der DVB-H-Frequenzen ist ein weiterer entscheidender Schritt für das mobile Fernsehen in Deutschland“, sagte der Präsident der Bundesnetzagentur, Matthias Kurth. Der Ausbau des Sendernetzes für mobile Rundfunk-Anwendungen beginnt im Frühjahr 2008 in Hannover. „Wir hoffen, dass bereits zur CeBIT 2008 die ersten Sendungen im Wirkbetrieb erfolgen können“, zeigte sich Kurth optimistisch. Die Hauptstädte der anderen 15 Bundesländer werden bis Ende 2008 folgen. Ab 2009 sollen alle deutschen Städte mit mehr als 150.000 Einwohnern versorgt werden sowie die vier einwohnerstärksten Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern in jedem Bundesland. Bis zum Jahr 2015 sollen 90 Prozent der Bevölkerung Deutschlands versorgt sein, vorausgesetzt, die Bevölkerung nimmt das Angebot bis 2013 an.

[PC-WELT.de](#) am 16.10.2007 zum Zuschlag für die T-Systems Media&Broadcast GmbH als Sendernetzbetreiber für DVB-H

Unter Vorsitz von Reinhard Grätz verabschiedete das Gremium eine Entschließung, in der EU-Kommission, Bund, Länder und die deutschen EU-Parlamentarier aufgefordert werden, den Rundfunk bei der künftigen Zuteilung von digitalen Frequenzbereichen angemessen zu berücksichtigen. „Die Überlegungen, die uns aus der EU-Kommission bekannt sind, stellen einen rein marktorientierten Ansatz dar und lassen Schlimmes befürchten. Wir Öffentlich-Rechtlichen, die Privaten, die Landesmedienanstalten, die Bundesnetzagentur und die Länder müssen deshalb an einem Strang ziehen, um die beabsichtigte Einschränkung der terrestrischen Verbreitung von Hörfunk und Fernsehen zu verhindern“, sagte Grätz.

[Digitalfernsehen.de](#) am 22.10.2007 über die Kritik des WDR-Rundfunkrates an der beabsichtigten EU-Frequenzreform

## Vorbericht

# Medienpolitik, Geschäftsmodelle, Marketingstrategien

Experten diskutieren auf den Münchner Medientagen die Zukunft der digitalen Welt



Foto: Medientage München 2006

Digitalisierung heißt das Schlagwort der Stunde. Will man den Medienexperten unserer Zeit glauben, dann gehören IPTV, Radio 2.0 und DVB die Zukunft. Die digitale Generation fordert bereits heute grenzenlosen Medienzugang - Anything, Anywhere, Anytime. Das Motto der diesjährigen Medientage München vom 07.11. - 09.11. lautet daher passend: „Media Yourself! - Wie das Internet Medien und Gesellschaft verändert“.

Auf dem dreitägigen Medienkongress diskutieren auch 2007 Entscheider der Medien-, Werbe- und Kommunikationsbranche zum Beispiel in den Programmschienen Print, Medienpolitik sowie Hörfunk über Entwicklungen und Trends in der digitalen Welt. Im Fokus des Kongresses steht die Veränderung des Nutzungsverhaltens durch das Web 2.0, das eine immense Herausforderung an die klassischen Medien darstellt. Darüber hinaus zählen vor allem die Kapitalisierung des Web 2.0 sowie die Einbindung des User Generated Content in professionelle Angebote

von Radio, TV und Print zu den Kernfragen der Fachdiskussionen. Auf der Agenda finden sich aber auch Themen wie die Risiken des Mitmach-Fernsehens oder die Novellierung des Filmförderungsgesetzes.

Ein Highlight der Programmschiene Hörfunk ist in diesem Jahr das Panel „Intermedial und Crossaktiv: Die Zukunft des Hörfunks im Wettbewerb der Medien“ (Donnerstag, 08.11.2007, 10 Uhr), bei dem unter anderem Eric Markuse, Programmchef MDR Sputnik, ein Kurzreferat zum Thema „Internet Is The Radio Star“ hält. Das Panel „Radio goes digital: Chance für neue Programminhalte?“ (Donnerstag, 08.11.2007, 16 Uhr) stellt sich wiederum der Frage, inwiefern die Digitalisierung des Hörfunks eine Chance für neue Programmformate bietet.

Wie kann Digital Radio erfolgreich positioniert werden und welche Geschäftsmodelle können funktionieren - darüber diskutieren am Donnerstagnachmittag unter anderem ▶

Karlheinz Hörhammer, Vorsitzender der Geschäftsführung Antenne Bayern, Kristian Kropp, Geschäftsführer und Programmdirektor bigFM, sowie Gert Zimmer, CEO RTL Radio Deutschland. In dem Expertengespräch „Radio First: Programming und Branding im Zeitalter der Konvergenz“ (Freitag, 09.11.2007, 10 Uhr) positionieren sich unter anderem Valerie Weber, Programmdirektorin Antenne Bayern, und Elke Schneiderbanger, Geschäftsführerin und Programmdirektorin radio NRW, zu der Frage, wie sich das Radio im Wettbewerb mit anderen Mediengattungen behaupten kann.

Zu den Höhepunkten der dreitägigen Veranstaltungsserie zählen neben dem Medien-

kongress auch in diesem Jahr die bekannten „drei Gipfel“: Der Medien-, der Print- sowie der Zukunftsgipfel avancierten in den vergangenen Jahren zu den meistbeachteten Diskussionsrunden in der deutschen Medienbranche. Parallel dazu präsentieren sich auf der Medienmesse über 100 Aussteller, darunter Bayern Digital Radio, Mobiles Fernsehen Deutschland sowie das ZDF, in den Bereichen Broadcast, Multimedia, Mobilkommunikation, Film, Produktion, Medienfachpresse sowie Medienaus- und Weiterbildung. Schwerpunkt bilden in diesem Jahr die Segmente Musik und Produktion. Die Medientage München gelten als einer der bedeutendsten Branchentreffe in Europa. ■

## Porträt

## PROFIL



Walter Möller ist seit 19 Jahren bei der Bayerischen Landeszentrale für Neue Medien (BLM) tätig. Derzeitig leitet er unter anderem das europäische DMB-Projekt MI FRIENDS, das der Erprobung des Übertragungsstandards DMB und der Entwicklung von geeigneten mobilen Inhalten dient. Die Abkürzung MI FRIENDS steht für Mobiles Interaktives Fernsehen, Radio, Information, Entertainment und Neue Digitale Services. Das BLM-Projekt ist auch auf der Medienmesse der Medientage München 2007 präsent.

Kontakt: [www.mi-friends.org](http://www.mi-friends.org)

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Digital Radio Mitteldeutschland e.V.  
Reichardtstr. 9  
06114 Halle/Saale  
Tel: 0345-530 43 61  
eMail: [presse@dr-m.info](mailto:presse@dr-m.info)

### V.i.S.d.P.

Dipl.-Journ. Nikola Marquardt

### Idee, Konzept, Projektleitung

Dipl.-Journ. Thomas Barthel

### Redaktionsbüro

tbm public & business relations

### Autoren dieser Ausgabe

Tobias D. Höhn  
Felix Kovac  
Virginie Scheffler

### Layout

frischezellen, vernetzt kreativ

### Förderer

Bayern Digital Radio GmbH



Anmeldung Meinungsbarometer und Archiv  
[www.dr-m.info](http://www.dr-m.info)

Redaktionsschluss: 24.10.2007

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.

## Mobiles Fernsehen erwächst den Kinderschuhen

Regensburger DMB-Pilotprojekt prüft Handy-TV auf Herz und Nieren



Fotos: Stadt Regensburg, Peter Ferstl / MI FRIENDS

Gut ein Jahr ist es her, da startete das zweite Teilprojekt des europäischen DMB-Projektes MI FRIENDS in Regensburg. Damals galt es, jede Menge technische Tests zu meistern, das lokale Programmangebot für den Nutzer zu optimieren sowie den Weg für den Einsatz von Multistandard-Endgeräten zu ebnet. Kurzum: Der mobile Standard DMB sollte auf seine Alltagstauglichkeit getestet werden.

„Erfreulicherweise haben wir die technischen Kinderkrankheiten mittlerweile überwunden“, resümiert Walter Möller, Projektleiter MI FRIENDS, auf gut der Hälfte der Strecke. „Der Dienst funktioniert zuverlässig und ist einfach nutzbar.“ Zeit, sich wohlgefällig zurückzulehnen, bleibt dennoch nicht. Noch gilt es, große Herausforderungen zu lösen. Problematisch erscheine beispielsweise die Weiterentwicklung der Endgeräte, da den internationalen Herstellern die notwendige Weiterentwicklung nur schwer vermittelbar sei, erklärt Möller. Zudem hätten die Nutzerumfragen ergeben, dass die Anforderungen

an einen breit akzeptierten Service erheblich seien. Sowohl das Fernsehen als auch der Hörfunk müssten um neue Funktionalitäten erweitert und bestehende Inhaltskonzeptionen angepasst werden. Es bleibt also noch viel zu tun. Bereits mit dem Start der zweiten Phase des DMB-Pilotprojektes in Regensburg im April 2007 wurde daher damit begonnen, das Programmangebot zu optimieren. Dazu Möller: „Neben einem Kanal mit lokalem Schwerpunkt mit dem Namen Rmobil, in welchem in einer 10minütigen Schleife nationale Nachrichten mit lokalen Berichten, dem Wetter, lokalen Kino- und Veranstaltungstipps ausgestrahlt werden, gibt es einen weiteren Videokanal mit Inhalten aus den Bereichen Unterhaltung, Reportagen und neuartigen Experimentalformaten. Die verbleibenden beiden Kanäle werden für „Visual Radio“ eingesetzt, das heißt, einer Verknüpfung von Radio mit ergänzenden Bildinhalten.“

Die technische Verbesserung der Multistandard-Endgeräte soll laut Möller verstärkt in der dritten Phase des Projektes ab kommenden Dezember angegangen werden. Zudem stehe die Entwicklung von zeitunabhängigen Anspieltechnologien über kostengünstige Rundfunk-Netze im Fokus der kommenden Monate. Hier biete vor allem die Speicherung von Inhalten unter Verwendung eines Interessenprofils die besten Ansätze. Weiterhin werde an den Einsatzmöglichkeiten von interaktiven Zusatzoptionen geforscht, so Möller weiter. Darüber hinaus habe die projektbegleitende Marktforschung ergeben, dass lediglich ein geringer Teil der über 850 Befragten überhaupt ein starkes Interesse an der Nutzung mobiler Dienste habe. Es gilt also, die Nutzer von der neuen Technik zu überzeugen. Wie gesagt, es bleibt noch viel zu tun. ■