



Bericht

Parteien uneins über Weg zum digitalen Hörfunk



Deutscher Bundestag

Die Zukunft des Hörfunks ist digital. Darüber sind sich auch die politischen Parteien einig. „Es ist ein Irrglaube, die Digitalisierung aufhalten zu können“, zeigt sich Wolfgang Börnsen, medienpolitischer Sprecher der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, überzeugt. An der Frage des „wie“ scheiden sich jedoch die parteipolitischen Geister. Während die CDU/CSU und der SPD-Vorsitzende Kurt Beck Kritik an der Entscheidung der KEF üben, die Mittel für DAB drastisch zu kürzen, zeigen sich die Grünen auf einer Linie mit den Gebührenwächtern: „Die Entscheidung der KEF ist hart aber richtig. Wir Grüne haben die Etablierung digital terrestrischen Hörfunks lange Zeit unterstützt. Die Gebührenzahler aber haben DAB nicht akzeptiert.“

Die Erfolgsaussichten für den geplanten Neustart des digitalen Radios im Jahr 2009 beurteilen die Volksvertreter generell vorsichtig. „Bleibt es bei den ursprünglichen Ansätzen, ist schwer zu vermitteln, weshalb analoge durch digitale Empfangsgeräte ausgetauscht werden sollten“, gibt etwa Christoph Waitz, medienpolitischer Sprecher der FDP, zu bedenken.

Aus Sicht der Radiohörer blicken auch CDU/CSU auf den Neustart. Wolfgang Börnsen: „Dem Kunden ist die Technik letztlich egal, solange das Endprodukt, nämlich das programmliche Angebot, stimmt. Dies ist bei allen Diskussionen über DAB, DAB+, DVB-H oder DVB-T zu berücksichtigen.“ Damit eine Umstellung von analog auf digital gelingt, ergänzt sein liberaler Amtskollege Waitz, müssten öffentlich-rechtliche und private Anbieter an

einem Strang ziehen. Kritische Töne kommen von der Linkspartei: Der Parteivorsitzende Lothar Bisky, zugleich auch medienpolitischer Sprecher der Partei, schätzt die Erfolgsaussichten für den angestrebten Neustart als gering ein. Schon mehrfach sei schließlich ein solcher Neustart versprochen worden. „Die kommerziellen Anbieter wie auch Gerätehersteller müssen bereit sein, in DAB zu investieren“, beschreibt Bisky die erforderlichen Voraussetzungen für die Zukunft des digitalen Standards. Er betont besonders die Bedeutung von erschwinglichen Endgeräten. Die Geräteindustrie müsste einen preiswerten Empfänger bieten, der sowohl UKW - als auch DAB-Empfang ermögliche. „So könnte die Politik beschließen, dass ab dem 01.01.2009 nur noch solche Geräte anzubieten sind“, schlägt Bisky vor.

Wichtig für den Erfolg scheint allen Parteien die Etablierung eines Mehrwertes gegenüber der herkömmlichen UKW-Verbreitung. Die medienpolitische Sprecherin der Grünen macht deutlich: „Prinzipiell sehen wir, dass digital-terrestrische Hörfunkübertragung Mehrwert für NutzerInnen bringt: mehr Kanäle, bessere Übertragungsqualität, Möglichkeit ergänzender Texte, Bilder und Videos, Schließung weißer Flecken.“

Unionsmann Börnsen schließt für einen erfolgreichen Übergang auch staatliche Unterstützung nicht aus: „Zu prüfen ist, was der Staat gerade für kleinere Lokalradios, die zur Vielfalt beitragen, tun kann, um diesen den Start in die Digitalisierung zu erleichtern.“ ■

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

was dürfen ARD, ZDF und Deutschlandradio im Internet anbieten? Nachdem sich Öffentlich-Rechtliche und Verleger monatelang medial bekriegt haben, ist nun offenbar eine Vorentscheidung durch die Ministerpräsidenten gefallen. Demnach sollen die öffentlich-rechtlichen Sender nur noch ein inhaltlich und zeitlich eingeschränktes Angebot präsentieren dürfen. Dieses Angebot muss „sendungsbezogen“ sein. Sportliche Großereignisse dürfen nur 24 Stunden abrufbar sein. Für alle anderen Sendungen ist eine Sieben-Tage-Frist vorgesehen. Eine von den Verlagen gefürchtete „elektronische Presse“ soll nicht erlaubt werden. Für ihren Vorschlag wollen sich die Länderchefs jetzt noch den Segen der EU-Kommission holen, anschließend noch mal mit Verlegern und Rundfunkchefs sprechen, bevor der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag dann im Herbst unterschriftsreif vorliegt. Wie die Betroffenen den Vorschlag aufgenommen haben, lesen Sie in unserer Presseschau auf Seite 3.

Ungeachtet der kommenden neuen gesetzlichen Regelung wird im Internet weiter mit bewegten Bildern experimentiert. Ob etablierte TV-Anbieter oder Newcomer, viele versuchen ihre Seiten mit Filmen oder Videos attraktiver zu machen. Seit ein paar Wochen hat auch die ARD ihre Mediathek im Netz. Unser Autor Tobias D. Höhn hat diese ausprobiert und mit anderen Angeboten verglichen (Bericht Seite 4).

In guter Laune haben sich in diesem Jahr wieder die Besucher des Radioday in Köln gezeigt, obwohl die Branche gleich an mehreren Stellen zu kämpfen hat. Zum einen wandern die jungen Hörer ab, zum anderen ist noch unklar mit welchem Verbreitungsstandard die Gattung Radio in der digitalen Welt überleben will. Und so wurde nicht nur gefeiert, sondern auch eifrig diskutiert (Bericht Seite 3). Politisch ist unterdessen noch unklar, wie der Hörfunk in Deutschland digitalisiert werden soll. Die Parteien haben

zwar Vorschläge, die jedoch weichen zum Teil erheblich voneinander ab, wie unser Bericht auf Seite 1 zeigt.

Herzlichst
Ihr Thomas Barthel.



Zweifel am KEF-Verfahren zur künftigen Finanzierung des digitalen Radios

Der Leiter der Hauptabteilung Programmdistribution beim Bayerischen Rundfunk, Helwin Lesch, hat das Verfahren kritisiert, welches die Kommission zu Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) anwendet, um ARD und Deutschlandradio zusätzliche Mittel für digitales Radio freizugeben. „Zu bezweifeln ist, ob die KEF-Forderung nach einer Zustimmung privater Wettbewerber zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks der richtige Weg ist“, sagte Lesch im Interview mit dem Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk. Die KEF hat die Freigabe von 30 Mio. Euro für die ARD und 12 Mio. für das Deutschlandradio an ein Gesamtkonzept zur Entwicklung des digitalen Hörfunk geknüpft, das sowohl von öffentlich-rechtlichen als auch privaten Sendern mitgetragen wird.



Helwin Lesch, Leiter Hauptabteilung BR-Programmdistribution

Herr Lesch, wie muss aus Ihrer Sicht das neue Gesamtkonzept für den digitalen Hörfunk in Deutschland aussehen?

Helwin Lesch: Konsens zwischen allen Marktbeteiligten ist, dass der digitale terrestrische Hörfunk einen eigenständigen Verbreitungsweg benötigt, um seine besonderen Stärken auszuspielen zu können.

Die für DAB errichtete Senderinfrastruktur ist technologieneutral, das heißt, darüber können Programme und Dienste in DAB, DAB+ und/oder DMB verbreitet werden. Daher spricht viel dafür, diese Netzinfrastruktur weiter zu verwenden.

Schon angesichts der Vielzahl existierender UKW-Empfänger ist von einem längeren Umstellungszeitraum auszugehen. Politik, KEF, öffentlich-rechtliche und private Programmbieter benötigen also einen langen Atem, um dieses Ziel zu erreichen.

Wie ist der derzeitige Stand? Auf welcher Ebene werden Gespräche innerhalb der ARD, mit dem Deutschlandradio und den Privaten geführt und was sind die ersten Ergebnisse?

Seit Jahren finden intensive Gespräche zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk zu diesem Thema statt. Die Produktions- und Technik-Kommission von ARD, ZDF und Deutschlandradio (PTKO) und die Technische Kommission der Landesmedienanstalten (TKLM) haben gemeinsam sehr weitreichende und detaillierte Vorschläge für den neuen digitalen terrestrischen Hörfunk erarbeitet. Auch im Rahmen des von Bund und Ländern eingesetzten Forums Digitale Medien wurden gemeinsame Konzepte erarbeitet. Spitzengespräche zwischen dem ARD-Vorsitzenden und dem Vorsitzenden der

DLM oder gegenseitige Einladungen zwischen Privatfunkverbänden und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind weitere Beweise dafür, dass beide Seiten des dualen Rundfunks in dieser Frage eng zusammenwirken.

So konnte ein Konsens über das Frequenznutzungskonzept, die Anforderungen an Endgeräte und den zukünftig zu verwenden Standard sowie die Leitlinien zur Migration auf ein effizienteres Codiervorgehen erzielt werden. Problematisch bleibt, dass die Finanzierung für diesen langen Umstieg sowohl für den privaten wie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk derzeit noch nicht befriedigend gelöst ist.

Halten Sie das Verfahren der KEF, die Privaten in die Konsensfindung einzubeziehen, insgesamt für geeignet?

Grundsätzlich hat die KEF an einigen Stellen richtige Fragen gestellt. Auch der Ansatz, ein breites und abgestimmtes Vorgehen von öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk zu fordern, ist nachvollziehbar und richtig. Tatsächlich findet diese Abstimmung ja, wie geschildert, bereits auf vielen Ebenen statt. Zu bezweifeln ist allerdings, ob die KEF-Forderung nach einer Zustimmung privater Wettbewerber zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks der richtige Weg ist.

Welche Signale hinsichtlich der Entwicklung des Gesamtkonzeptes kommen bisher aus der Politik sowie aus Industrie und Handel?

Mit dem erfolgreichen Abschluss der Funkverwaltungskonferenz stehen für den digitalen terrestrischen Hörfunk weitere Frequenzen in beachtlichem Umfang zur Verfügung. ►

Seit Mitte Juni ist Deutschlands erster DVB-H-Radiosender auf Sendung. Der Comedy- und Karaoke-Kanal „MyFun Radio“ wird über die Plattform Mobile 3.0 übertragen. Hinter dem Sender steht das Radiokonsortium DIGITAL 5. „Wir sind den deutschen Landesmedienanstalten dankbar, dass sie auch innovatives Radio für diese neue digitale Plattform vorgesehen haben“, so Hans-Dieter Hillmoth, Geschäftsführer bei DIGITAL 5. Momentan ist das DVB-H-Signal nur in Hamburg, Hannover, Frankfurt/Main und München aufgeschaltet. Der eigentliche Start der DVB-H-Plattform soll im Herbst erfolgen. „MyFun Radio“ überträgt Zusammenschnitte aus den Comedy-Redaktionen der sechs am Konsortium beteiligten Radiostationen sowie Aktuelles zu den Ereignissen des Tages und Live-Programme namhafter Künstler. Abends wird ein Karaoke-Programm gesendet. Durch die DVB-H-Technik wird es möglich, parallel zur Musik den Song-Text auf dem Handy-Display darzustellen.

Auf einem Fachsymposium sind Ende Mai in Kaiserslautern die Ergebnisse eines DRM+-Feldversuchs vorgestellt worden. Seit März dieses Jahres läuft an der Fachhochschule Kaiserslautern ein UKW-Versuchssender, der den neuartigen digitalen Standard „Digitale Radio Mondiale Plus“ (DRM+) ins Stadtgebiet und ins Umland abstrahlt. Nach Auskunft der FH Kaiserslautern ist es in dem Projekt weltweit erstmals gelungen, die komplette Übertragungskette für DRM+ zu realisieren. Joachim Lehnert von der ebenfalls am Projekt beteiligten Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz erklärte, DRM+ könnte das System sein, das gerade für den regionalen und lokalen Hörfunk den Weg in die digitale Welt weise. DRM+ ist konform zum UKW-Raster.

Die derutec GmbH & Co. KG, ein Dienstleister für den Betrieb von UKW-Sendern, hat Klage gegen die von der Bundesnetzagentur (BNetzA) im April veröffentlichten „Eckpunkte zur Vergabe von Frequenzen des terrestrischen Rundfunkdienstes“ eingereicht. Das Gemeinschaftsunternehmen von RTL Radio Deutschland und der REGIOCAST begründet die Klage mit dem fehlenden Wettbewerb beim Sendernetzbetrieb in Deutschland. Laut derutec-Geschäftsführer Florian Fritsche hätten die Radiosender bisher keine Chance, auf die Auswahl des Sendernetzbetreibers Einfluss zu nehmen. Außerdem kritisiert die derutec, dass laut dem Eckpunktepapier der BNetzA dem Bewerber, der eine „maximale Versorgung“ sicherstelle, der Vorzug zu gewähren ist. Dies diskriminiere Wettbewerber, die keinen Zugang zu den höchsten Senderstandorten hätten, aber dennoch von dem Versorgungsanspruch genügenden Standorten sendeten.

Zusätzlich erlauben weiterentwickelte Codierverfahren eine noch effizientere Frequenznutzung. Beides wird dazu führen, dass sich der programmliche Mehrwert durch mehr und regional differenziertere Programme sowie multimediale Zusatzdienste spürbar erhöht. Hinzu kommt, dass die bisherigen Beschränkungen der Sendeleistungen, die einen Empfang in Gebäuden bisher beeinträchtigten, überwunden sind. Schließlich wird das „Neustart“-Konzept eines bundesweiten und mehrerer regionaler/lokaler Multiplexe Aufmerksamkeit wecken und besonders die bundesweite Verbreitung einen wichtigen medienpolitischen und Marketingimpuls auslösen.

Dies haben Politik und Industrie aufgegriffen; nicht zuletzt die Bestellbarkeit von Empfängern bei nahezu allen Neuwagen, wie vom Verband der Automobilindustrie

angekündigt, belegt dies eindrucksvoll.

Bis wann soll das Gesamtkonzept stehen und wie geht es danach weiter?

Gemeinsam mit den Landesmedienanstalten hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine Erweiterung der Standardfamilie initiiert, um ein modernes, digital-terrestrisches Hörfunksystem zu ermöglichen. Erfreulich ist, dass auch aus Großbritannien und Frankreich gleichgerichtete Vorstöße kommen.

Parallel hierzu erarbeitet der öffentlich-rechtliche Rundfunk derzeit das darauf aufbauende Konzept für ein neues digital-terrestrisches Hörfunksystem, wie von der KEF gefordert. Wir hoffen, dass die KEF dann zügig die notwendigen Entscheidungen trifft und damit wieder Planungssicherheit für öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunk in Deutschland schafft. ■

PRESSESCHAU

Die Ministerpräsidenten sind sich über den neuen Staatsvertrag nun weitgehend einig. Der ARD-Vorsitzende Raff hält die neuen Regeln für viel zu eng. (...) „Wir gehen davon aus, dass das, was wir im Netz haben, auch im Netz bleibt. Für einige Angebote wird sich aber die Frage stellen, wie lange sie im Netz bleiben können und was wir unternehmen müssen, um die Einstellzeiten im Netz zu verlängern.“ (...) „Meine persönliche Sicht ist folgende: In fünf Jahren wird kein Mensch mehr diese Diskussionen verstehen, die hier zwischen Verlegern, privaten Rundfunkveranstaltern, der Politik und den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zum Thema Online stattgefunden haben.“

Der ARD-Vorsitzende Fritz Raff im Interview mit tagesschau.de am 15.06.2008 zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag

Die Zeitschriftenverleger begrüßen den von den Ministerpräsidenten beschlossenen Entwurf für einen neuen Rundfunkstaatsvertrag. Der geforderte Sendungsbezug sei ein „Schritt in die richtige Richtung“. Christoph Fiedler, zuständig für Medienpolitik beim Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) forderte neben dem Kriterium des Sendungsbezugs aber weitere Einschränkungen. Rechtsstreitigkeiten seien vorprogrammiert, wenn ARD und ZDF behaupteten, ihre redaktionelle Text- und Bildberichterstattung sei nicht presseähnlich. Es müsse deshalb zusätzlich geregelt werden, dass sendungsbezogene Texte nur als begleitende Randbetätigung und damit höchstens als Zusammenfassung gesendeter Nachrichten zulässig sein dürften, erklärte der VDZ.

Focus Online am 12.06.2008 zum gleichen Thema

Im Streit um die Expansion von ARD und ZDF im Internet schert Springer-Chef Mathias Döpfner aus der bisherigen Position der Verlage aus. Der Entwurf für einen Rundfunkänderungsstaatsvertrag (...) sei auf Dauer nicht handhabbar, sagt Döpfner im SPIEGEL. (...) Döpfner: „Neue Medien aber brauchen mehr Kreativität und Freiheit, nicht Beschränkung. Das entspräche nicht meinem Verständnis von Pressefreiheit.“ Es sei „lebensfremd, wenn man eine neu entstehende multimediale Welt durch Überwachungsinstanzen und Abmahnungen regulieren will.“ (...) „Ich glaube, es gibt nur einen ordnungspolitisch sauberen und vor der EU-Kommission vertretbaren Weg: ARD und ZDF dürfen im Internet inhaltlich tun und lassen, was sie wollen - und verzichten dafür im Netz, aber auch im TV und allen anderen Kanälen auf Werbung, Sponsoring oder E-Commerce und finanzieren sich nur aus Gebühren.“

Spiegel Online am 15.06.2008 zum gleichen Thema

Bericht

„Wer guten Content hat, braucht den iPod nicht zu fürchten“

Trotz rückläufiger Hörerzahlen bleibt Radiobranche optimistisch



Lounge-Atmosphäre auf dem Radioday

„Ich habe noch nie eine Branche erlebt, in der die Leute über so viele Jahre so gut gelaunt sind wie die Radiobranche“, stellte ein Radioday-Besucher mit ungläubigem Kopfschütteln fest. Er gehört der Endgeräteindustrie an. Die rund 3.000 Besucher und Aussteller des Radioday 2008, die am 12.06.2008 nach Köln gekommen waren, zelebrierten 24 Stunden lang ihre gute Radio-Laune - am Tag auf den Messeständen in der Köln-Messe und auf den Diskussionsforen sowie am Abend und in der Nacht bei ausgelassener Party Stimmung in den Rheinterrassen.

Der normale Radioalltag versetzt hingegen die Radio-Manager nicht in so positive Stimmung. Die Branche hat seit den letzten Jahren mit einem Phänomen zu kämpfen: Die Zeit, die der Nutzer einem einzelnen Medium widmet, nimmt in der fragmentierten Medienlandschaft immer weiter ab. Im Jahr 2007 gaben Unternehmen erstmals mehr Geld für Werbung im Internet als für Radiospots aus. Auf dem Radioday wurde deutlich, dass die Radiosender - wenn auch etwas schleppend - end-

lich auf diesen Trend reagieren. Mit immer neuen Konzepten versuchen die Radiostrategen gegen den kleiner werdenden Werbe Kuchen anzukämpfen.

Jörg Howe, Sprecher des Handels- und Touristikonzerns Arcandor AG, sprach in seiner Keynote darüber, welche Chancen die Digitalisierung dem Radio bietet und welche Herausforderungen sie gleichzeitig stellt. Er habe den Eindruck, dass der Radioalltag noch weitgehend analog ist. „Jedenfalls sind sich fast alle Experten darüber einig, dass der Endgerätemarkt eines der großen - wenn nicht sogar unüberwindbaren Hindernisse - auf dem Weg zur Verbreitung des digitalen Radios ist.“ Dafür werde der Computer zum Radio. Webradios würden wie Pilze aus dem Boden schießen und bedienen ein immer kleineres, spezialisiertes Publikum. „Der Trend zum webbasierten Radio ist aus meiner Sicht schon absehbar.“ Und doch, meint Howe, ist das klassische Radio mit all seinen Werbeformen noch lange nicht am Ende. Denn die Bindung zum Medium Radio und zu einzelnen Sendern sei in Deutschland ganz besonders ausgeprägt. Eine aktuelle Untersuchung hat gezeigt, dass die Deutschen ihr Radio stark bis sehr stark vermissen würden, wenn es auf einmal nicht mehr da wäre.

Auch Eric Markuse, Programmchef der MDR-Jugendwelle „Sputnik“, scheut die neue Konkurrenz aus dem Web keinesfalls: „Wer guten Content hat, braucht den iPod nicht zu fürchten.“ In einer aufwändig aufbereiteten Multi-Mediashow stellten die drei Programmchefs der ARD-Jugendwellen „Sputnik“, „Fritz“ ▶

und „You FM“ in ihren Radiokonzepten vor, wie das Radio der Zukunft klingt und aussieht. „Die neue Medienwelt bedeute für das Radio keinesfalls das Ende.“ Für Markuse ist das Trio aus Radio, Mobile Broadcast/Visual Radio und dem Internet der Verbreitungs-Mix der Zukunft. Dabei sei das Radio, so wie wir es kennen, weiterhin als Kern zu sehen. Doch wie dieses „klassische Radio“ überhaupt zu-

künftig verbreitet wird, darüber schwiegen sich die drei ARD-Radioteleute aus. Vielmehr erläuterten sie detailliert ihre Web- und Mobile Broadcasting-Aktivitäten. „Auf der Plattform MySputnik.de wurden allein im Mai 161.000 Downloads gezählt“, freut sich Markuse. Egal wo die Reise in nächster Zeit hingehet, die Radiobranche wird wohl auf dem Radioday 2009 wieder so ausgelassen und froh gelaunt sein wie alle Jahre zuvor. ■

Bericht

Bewegtbild auf Abruf - Was spricht den Nutzer am besten an?

Meinungsbarometer-Autor T. D. Höhn hat sich durch verschiedene Angebote geklickt



ARD-Mediathek

Das Angebot der ARD-Mediathek erinnert ein bisschen an die wilden Zeiten des Internets Anfang des neuen Jahrtausends, als emsige Programmierer die html-Funktionen ausloteten. Navigation im Überfluss, verschachtelte Informationen, der Nutzer kann Klicken, was das Zeug hält und verliert sich irgendwann im Nirwana der Regionalsender oder angebotenen thematischen Kategorien. So breit das Spektrum der ARD ist, so unübersichtlich ist es.

Ein Beispiel: Wer das verpatzte EM-Spiel Deutschland gegen Kroatien verpasst hat oder sich das Desaster der Nationalelf noch einmal zu Gemüte führen will, wird bei der ARD-Mediathek schwer enttäuscht. Der Link „Deutschland verliert gegen Kroatien“ entpuppt sich als Irrläufer. Statt des Fußball-Matches öffnet sich ein Fenster - noch dazu mit einem Stream in minderer Qualität - und zeigt die 20-Uhr-Ausgabe der Tagesschau. Irgendwann kommt dann auch der Spielbericht, aber dann ist der Internet-User längst beim nächsten Thema, schließlich wird weitaus schneller die Maustaste gedrückt als der Knopf der Fernbedienung. Aber auch das Gegenteil ist häufig genug der Fall: Anstatt kompletter Sendungen werden dem Betrachter Schnipsel vorgesetzt. Die Fans von „Schmidt & Pocher“ beispielsweise finden nur Ausschnitte aus dem Satireprogramm. Umso erfreulicher, dass das Archiv wenigstens lange zurückreicht. Keine Frage, die ARD-Mediathek ist eine Fundgrube mit Inhalten zum Mitnehmen. Doch die Suche des passenden Stücks ist zu aufwändig. Da hilft auch die launig aufbereitete Videotour durch das Angebot von Armin

Maiwald und der „Sendung mit der Maus“ wenig. Im Herbst soll das Angebot komplettiert (und hoffentlich übersichtlicher gestaltet) sein, verspricht die ARD.

RTL hingegen bleibt sich auch im Internet treu. „Ganz Deutschland trauert wegen der Niederlage“ ist der 1:15-Minuten-Stimmungsbeitrag überschrieben. Wer auf den Play-Button klickt, bekommt jedoch zunächst - und das ist kein Einzelfall - fünf Sekunden Werbung. Auf Unterseiten werden Clips einzelner Sendungen angeboten. Eine gezielte Suchfunktion fehlt, der Nutzer kann nur wahllos von Filmchen zu Filmchen springen.

Wesentlich aufgeräumter präsentiert sich dagegen die ZDF-Mediathek. Zugegeben, hier müssen beim ersten Aufruf gleich zwei Seiten übersprungen werden, bevor Inhalte heruntergeladen werden können, doch dann überzeugen Auswahl und Qualität. Sendungen, Themen und ein Top-Thema können in der horizontalen Navigationsleiste ausgewählt werden, in der rechten Spalte finden sich die meistgesehenen, am besten bewerteten sowie von der Redaktion ausgewählten Beiträge. Jeder einzelne in Top-Qualität. Aber auch die WDR-Mediathek, jüngst ausgezeichnet mit dem Grimme-Award, erfüllt die Anforderungen des mobilen Mediums. Die Beiträge sind geordnet nach Themen, Sendungen, Sendedatum und Region, so dass der Nutzer schnell zum Gesuchten kommt oder auf Regionalliga hingewiesen wird. Dass das beim großen Bruder ARD nicht realisierbar ist, hängt vermutlich (wie so oft) mit der Gremienstruktur zusammen.

Doch auch Zeitungshäuser wie „Die Welt“ drängen in den neuen Markt. Bei „Welt TV Online“ findet der Nutzer kleine Filme zu aktuellen Themen. Der Umfang ist (noch) beschränkt, die Gliederung richtet sich nach den klassischen Zeitungsressorts Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissen und Aus aller Welt. Die Qualität der bis zu 90-Sekunden-Beiträge schwankt, bietet aber schnelle Informationen. ■

Anzeige



Wenn jetzt 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
tbn public & business relations

Autoren dieser Ausgabe
Tobias D. Höhn, Claudia Kullick,
Nikola Marquardt, Janine Scharf

Fotos
Seite 1: Claudia Kullick
Seite 2: Bayerischer Rundfunk
Seite 3: Kurt Steinhausen, AS&S und RMS
Seite 4: SWR-Pressestelle

Layout
frischezellen, 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: 16.06.2008

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.