

Radiomärkte Deutschland, Österreich, Schweiz

## **DAB+ kann Radio vor dem Bedeutungsverlust retten**

Basel/Berlin, 1. September 2008

*Die Formel ist einfach: Je erfolgloser die Einführung von DAB+ im deutschsprachigen Raum, desto bedeutungsloser wird Radio in seiner heutigen Form. Ohne eigenständiges digitales Radio-Übertragungssystem könnte dem Radio auf lange Sicht sein Status als Massenmedium abhanden kommen, befürchten die Autoren des neuen Themenreports Radio 2012 aus der Reihe mediareports Prognos. Radio hätte gegen die digitale Konkurrenz im Internet keine Chance mehr.*

Die jahrelange Resistenz der deutschsprachigen Radiomärkte gegen die Digitalisierung des terrestrischen Übertragungsweges wird immer mehr zum gravierenden Marktnachteil: Bislang profitierten die etablierten Sender vom Stillstand bei der Digitalisierung, weil die UKW-Frequenzknappheit eine hohe Eintrittshürde für neue Konkurrenten darstellten. Jetzt fehlen ihnen selbst die Spielräume für Expansion oder Diversifikation. Heute wäre wünschenswert, wenn die Radiosender auf sinkende Reichweiten und Hörerzahlen auch anders reagieren könnten als mit wenig zukunftsfähigen Cost-Cutting-Maßnahmen.

### **Individuelles Radio ist noch Zukunftsmusik**

Wie der Report zeigt, ist schon jetzt das Internet der meistgenutzte digitale Übertragungsweg für Radio im deutschsprachigen Raum. Internetbasierte Übertragungstechnologien sind zukünftig am besten geeignet, das individuelle digitale Radio für jeden Haushalt in Reinform zu realisieren, scheitern heute aber noch an technischen Restriktionen im Bereich des mobilen und portablen Empfangs.

Dagegen kann digitales terrestrisches Radio über den neuen Standard DAB+ den sich wandelnden Bedarf nach Radio und Audio durch neue und andersartige Programme flexibel auffangen. DAB+ löst auch in Zukunft die heutigen Stärken des Radios ein: Überall empfangbar, kabellos und einfach zu bedienen. Die Chancen stehen gut, dass die Erosion der Radionutzung vor allem bei jungen Altersgruppen mit Hilfe von DAB+ gestoppt werden kann.

### **Markteinführung von DAB+ jetzt oder nie**

Die erfolgreiche Migration von der analogen UKW-Verbreitung zum digitalen Standard DAB+ beruht auf drei einfachen Grundvoraussetzungen: Die gesamte Branche muss DAB+ als radiospezifisches System durchsetzen. Die Durchsetzung erfolgt schnell und im Rahmen einer umfassenden Markteinführungsstrategie. Die Fehler der Vergangenheit werden vermieden, das heißt kein unkoordiniertes Vorgehen, keine Verzögerung von Entscheidungen und keine halbherzigen Engagements.



## Über den Report

„Radio 2012 – Hoffnungsträger DAB+“  
Deutschland, Österreich, Schweiz - 7. Jahrgang, Juli 2008  
95 Seiten, als Printexemplar und pdf-File  
Autoren: Daniel Hürst, Caroline Uhrmann  
Website: [www.mediareports.de](http://www.mediareports.de)

Die mediareports Prognos bieten Entscheidungsträgern und Analysten einen kompetenten Strategie-Support für die frühzeitige Erkennung zukünftiger Chancen und Risiken in den Medien- und Kommunikationsmärkten. Im Jahresrhythmus prognostiziert jeder Report jeweils für ein Segment die branchenspezifische Entwicklung in den drei Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz im Fünfjahreszeitraum, bewertet die relevanten Einflussfaktoren und erstellt ein plausibles Zukunftsszenario. Folgende Themenreports mit Prognosezeitraum bis 2012 erscheinen im Jahr 2008: Breitband-Access, Mobilkommunikation, Fernsehen, Radio, Online-Medien, Zeitungen sowie der Premium-Report - Die Fakten und die Trends.

Grundlage der Reports bilden umfangreiche und kontinuierlich durchgeführte Recherchen und Marktbeobachtungen in den Medien- und Kommunikationsmärkten. Verfügbare Quellen werden analysiert, hinsichtlich ihrer Aussagefähigkeit und Qualität bewertet und - bei Eignung - als Grundlage für die Datenbasis ausgewählt. Die aus den umfangreichen Analysen von Sekundärquellen abgeleiteten Erkenntnisse diskutieren wir in Fachgesprächen mit Industrieunternehmen und Dienstleistern sowie mit Anwendern, Verbänden und Wissenschaftlern. Die Prognosen gehen über eine reine Extrapolation von Vergangenheitsdaten hinaus. Vielmehr stützen sie sich auf Modelle, die über multiple Querbezüge ein hohes Maß an Plausibilität gewährleisten.

Herausgeber der mediareports Prognos ist Dr. Josef Trappel, die redaktionelle Verantwortung liegt beim Daniel Hürst Verlag in Freiburg im Breisgau. Die mediareports erscheinen im siebten Jahrgang und entstehen in Kooperation mit der Prognos AG, Basel/Berlin. Die Prognos AG berät seit 1959 europaweit Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft in Zukunftsfragen. Auf Basis neutraler Analysen und fundierter Prognosen entwickelt Prognos praxisnahe Entscheidungsgrundlagen und Zukunftsstrategien für Unternehmen, öffentliche Auftraggeber und internationale Organisationen.

## Kontakt

mediareports Redaktion  
Daniel Hürst  
Komturstraße 1, D-79106 Freiburg

Telefon +49 761 7671190  
Telefax +49 761 7671199  
E-Mail [daniel.huerst@mediareports.de](mailto:daniel.huerst@mediareports.de)

Prognos AG, Basel  
Hans Georg Sutter  
Henric Petri-Str. 9, CH-4010 Basel

Telefon +41 61 3273-200  
Telefax +41 61 3273-300  
E-Mail [hans\\_georg.sutter@prognos.com](mailto:hans_georg.sutter@prognos.com)

Prognos AG, Berlin  
Bettina Ross  
Goethestraße 85, D-10623 Berlin

Telefon +49 30 520 059-200  
Telefax +49 30 520 059-201  
E-Mail [bettina.ross@prognos.com](mailto:bettina.ross@prognos.com)

