



Bericht

Olympische Winterspiele: Auf der Suche nach dem perfekten Heimkino

Meinungsbarometer-Reporterin im HDTV-Selbstversuch



Sandra Rescher in einem Leipziger Kaufhaus

Nach den Ankündigungen von ARD und ZDF war ich sehr gespannt auf die Übertragung der Olympischen Winterspiele mit der neuen HDTV-Technik. Bieten die hochauflösenden Bilder tatsächlich ein kontrastreicheres, schärferes, sprich realitätsnäheres Fernseherlebnis? Da ich die Qualität dieser tollen neuen Fernsehbilder im eigenen Wohnzimmer mangels technischer Ausrüstung nicht testen kann, überlege ich mir, mich an die großen und gut sortierten Warenhäuser der Stadt zu wenden. Diese sollten entsprechend vorbereitet sein – schließlich soll doch der Absatz HD-fähiger Flachbildfernseher angekurbelt und die Bevölkerung auf den Geschmack gebracht werden. Doch ein kurzes Telefonat mit der Elektronikabteilung von Karstadt Leipzig genügt, um eines Besseren belehrt zu werden: Ein HDTV-Signal liegt dort nicht an.

Besser vorbereitet sind dagegen Saturn und Galeria Kaufhof. Hier flimmern werbewirksam über alle HD-fähigen Fernsehgeräte die hochauflösenden Sportbilder. Doch eine richtig einladende Testatmosphäre stelle ich mir anders vor. Im Saturn finden sich zwar zahlreiche LCD- und Plasmabildschirme, allerdings ist es schwierig, sich auf einem engen Gang stehend einen Eindruck zu verschaffen. Ganz zu schweigen vom Sound, der ja auch erstklassig sein soll, den man aber so nicht testen kann. Im Kaufhof wird mir schließlich von einer netten

Mitarbeiterin eine Art „Vorführcke“ gezeigt, die endlich ein wenig Wohnzimmeratmosphäre wiedergibt. Also setze ich mich in einen der beiden Sessel und lasse die Bilder auf mich wirken. Mein erster Eindruck ist durchaus positiv. Der Unterschied zwischen SD- und HD-Empfang ist riesig. Während über die bisherigen Bildschirme eher grobkörnige, unscharfe Bilder flimmern, warten die HDTV-Bilder mit farblicher Brillanz und Tiefenschärfe auf. Selbst der Schnee wirkt weißer und natürlicher, man könnte direkt eine Schneeballschlacht starten – so scharf sind die Konturen.

„Wenn man sich einmal an HDTV gewöhnt hat, möchte man nichts Anderes mehr“, pflichtet mein Bruder Max bei, der fast schon ein HDTV-Vorreiter ist und seit einigen Jahren die Vorteile dieser Technik genießt. Ihm bereitet es fast Augenschmerzen, Filme in SD-Qualität anzuschauen. Auch bei der hochauflösenden Übertragung der Olympischen Winterspiele sieht er nur Vorteile: „Gerade bei den Snowboard-Wettkämpfen macht sich die Tiefenschärfe und farbliche Brillanz bemerkbar. Bei den Geschwindigkeiten und der schnellen Kameraführung erkennt man Details trotzdem noch erstaunlich gut. Das wäre bei bisheriger Übertragung unmöglich!“ Mein persönliches Fazit ist, dass Olympia in HDTV tatsächlich ein ganz neues, räumliches Fernsehgefühl vermittelt. Sich daran zu gewöhnen, fällt nicht schwer. ■

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit Beginn der Olympischen Winterspiele sind auch ARD und ZDF in den HDTV-Regelbetrieb gestartet. Zu empfangen ist „Das Erste HD“ und „ZDF HD“ über den Satellitenbetreiber Astra und das IPTV-Angebot der Deutschen Telekom, T-Entertain. Doch ist der Handel bereits auf die neue HDTV-Technik vorbereitet und stellt sich durch die hochauflösenden Bilder das erwartete Live dabei-Gefühl tatsächlich ein? In Form eines Erlebnisberichts finden Sie die Erfahrungen einer Mitarbeiterin unserer Redaktion zusammengefasst (Bericht Seite 1).

Der Kino-Blockbuster „Avatar“ hat es vorge-macht: 3D-Filme sind ein Zukunftstrend. Den möchte die Geräteindustrie jetzt gern auf den Fernsehbereich übertragen. So sollen in Deutschland 3D-taugliche TV-Geräte bereits im Sommer dieses Jahres erhältlich sein. Sony will sogar für die nötigen 3D-Inhalte sorgen. So plant der Branchenriese zur Fußball-WM in sieben Städten weltweit 3D-TV-Übertragungen mit Public Viewing. Dagegen zögern deutsche Rundfunkverbände und -sender noch mit dem Aufbruch in die TV-Zukunft (Porträt Seite 2).

Die mobile Nutzung des Internets legt stetig zu und der Markt für Handy-Apps boomt. Auch in Deutschland bieten jetzt Programmveranstalter erste Bezahlmodelle für Smartphone-Nutzer an. Über die Auswirkungen der geplanten kostenfreien Tagesschau-App für den gerade entstehenden Markt gehen die Meinungen hingegen auseinander (Bericht Seite 3).

Für Drahtlosanwendungen, die im Zuge der Vergabe der Digitalen Dividende bis zum Jahr 2015 nicht mehr einsetzbar sind, hat das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) eine finanzielle Entschädigung in Aussicht gestellt. Doch jetzt sieht es so aus, als ob die Bundesregierung einen teilweisen Rückzieher bei der Entschädigung der betroffenen Rundfunksender und Sekundärnutzer plant.



Bereits im März soll der Bundesrat über die geplanten Mittel entscheiden. (Bericht Seite 4).

Eine aufschlussreiche Lektüre wünscht Ihnen Thomas Barthel

3D-TV: Das neue Fernsehen der Zukunft?

Endgeräte sollen zur IFA verfügbar sein



3D-Fernseher bringen Kino-Atmosphäre ins Wohnzimmer

Ende vergangenen Jahres sorgte der Film „Avatar“ für ein Comeback der 3D-Technik im Kinosaal. Anfang Februar überflügelte er als erfolgreichster Film aller Zeiten den bisherigen Rekordhalter „Titanic“. Jetzt wollen auch die TV-Gerätehersteller an dem rasanten Aufbruch teilhaben und mit 3D die Wohnzimmer erobern. Bereits im Januar wurden auf der Branchenmesse CES in Las Vegas die ersten 3D-Fernsehergeräte präsentiert; fast alle großen Elektronikhersteller wollen bis zum Herbst nachziehen.

Auch für das 3D-Wohnzimmerkino braucht der Zuschauer eine Spezialbrille. Diese ist via Infrarot-Signal mit dem Fernseher gekoppelt, der ein perspektivisches Bild für das linke und das rechte Auge zeigt. Die „aktive“ Brille erkennt, welche Bilder für welches Auge bestimmt sind und dunkelt die jeweils andere Seite ab. „So ist sichergestellt, dass die richtigen Signale das passende Auge erreichen – und zwar in voller High Definition Auflösung von 1080p“, erklärt Martin Winkler, Commercial Director Consumer Business der Sony Deutschland GmbH.

In Deutschland soll 3D-Fernsehen noch in diesem Jahr „greifbar“ werden. „Sicher wird das Thema auf der IFA vom 3. bis 8. September zu den Schwerpunkten der Präsentationen gehören“, blickt Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der Gesellschaft

für Unterhaltungs- und Kommunikations-elektronik (gfu), voraus. Die Kosten für die Anschaffung der neuen 3D-Fernseher schätzt er als moderat ein: „Im Vergleich zu den hochwertigen LCD-Geräten mit HDTV rechnen wir zum Marktstart mit einem Mehrpreis zwischen 20 und 30 Prozent.“ Den neuen Trend 3D-TV empfindet Hecker aber noch nicht als Konkurrenz für die aktuelle HDTV-Kampagne der gfu. „Wir gehen davon aus, dass 3D vor allem durch das Filmangebot auf Blu ray im vierten

Quartal 2010 im Markt sichtbar wird und zukünftig auch in HD-Qualität übertragen wird.“ Etwas verhaltener äußert sich der Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT). „Besonders für Pay-Anbieter kann sich ein früher Einstieg mit exklusiven 3D-Inhalten und 3D-Events lohnen“, meint VPRT-Präsident Jürgen Doetz. Ein wesentlicher Schub für 3D werde zudem von der Spiele- und CE-Industrie mit 3D-DVDs, -Konsolen, -Playern und auch 3D-Kameras kommen. Die Geräteentwicklung für Produktion und auch Empfang sieht Doetz allerdings erst am Anfang. „3D hat eine Perspektive, aber für eine aktuelle Empfehlung ist es noch zu früh“, schränkt er ein.

Für öffentlich-rechtliche Programmveranstalter steht 3D-TV anscheinend noch nicht auf der Tagesordnung. So hieß es auf Anfrage: „Bei der ARD gibt es momentan keine konkreten Überlegungen zum Thema 3D-Fernsehen.“ Dagegen will Sony schon bald die nötigen Inhalte liefern. Zur Fußball-Weltmeisterschaft, ab 11. Juni in Südafrika, soll es in sieben Städten weltweit 3D-TV-Übertragungen mit Public Viewing geben – so auch in Berlin. Dafür hat das Unternehmen mit dem Weltfußballverband Fifa einen Vertrag für bis zu 25 Spiele abgeschlossen. Nach der WM erscheint dann eine 3D-DVD mit WM-Höhepunkten. ■

Frontier Silicon, führender Hersteller von Digitalradio- und Handy-TV-Komponenten, hat Anfang Februar das zehnmillionste DAB-Bauteil ausgeliefert. Bei derzeit weltweit 13 Millionen DAB-Geräten und einem jährlichen Wachstum um zwei bis drei Millionen, erwartet Frontier Silicon, dass die 20 Millionen-Marke bereits Ende 2012 erreicht wird. Geschäftsführer Anthony Sethill sagte: „Diese Verkaufszahl 10 Millionen ist ein großer Schritt vorwärts für DAB. Mit dem abzusehenden bundesweiten Start von DAB+ in Deutschland beschleunigen wir unsere Bemühungen, noch kostengünstigere, energiesparendere und mehrnormfähige (DAB/DAB+ und DMB-) Systeme zu entwickeln. Bereits 2009 war das Unternehmen in Deutschland aktiv geworden, als es einen Teil seines neu gebildeten Geschäftsbereichs „Autoradio“ hierher verlegte.“

Vor Abschluss der Bewerbungsfrist zum ARD/ZDF-Förderpreis „Frauen & Medientechnologie“ ruft Gabriele Arlt, Betriebsdirektorin des MDR und Mitglied der Fachjury, zu weiteren Bewerbungen auf: „Die Gewinnung und Förderung von Frauen liegt uns in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten besonders am Herzen. Die Ausschreibung des Preises ist einer der Wege, die wir dabei beschreiten. Die Auszeichnung – der 1. Preis ist übrigens mit 5.000 Euro dotiert – findet auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin statt, ist also mit öffentlicher Aufmerksamkeit und vielfältigen Kontaktmöglichkeiten verbunden. Außerdem ergeben sich aus der Teilnahme vielleicht auch unmittelbare Karrierechancen bei den beteiligten Sendern. Ich hoffe, dass möglichst viele junge Frauen die mit dem Förderpreis verbundenen Chancen nutzen wollen und bin schon jetzt gespannt auf interessante Arbeiten.“ Bis zum 28. Februar 2010 sind interessierte Studentinnen aufgerufen, ihre Abschlussarbeiten zu technischen Fragen der audio-visuellen Medienproduktion oder -distribution im Rundfunk unter www.ard-zdf-foerderpreis.de einzureichen.

Anzeige



MKH 8050

Niemals näher
am
perfekten
Sound



SENNHEISER

Die neue elegante MKH 8000-Serie. Hightech, die man hören kann. Die weltweit einzigartige HF-Kondensatortechnik sorgt für unnachahmliche Wärme, Transparenz und Dynamik. Für höchste Ansprüche – im Studio und auf der Bühne. Kurz: Mit den neuen MKHs wird Sound zum unvergesslichen Erlebnis.
www.sennheiser.de

Mehr Infos hier.

Verkaufsmodell „App“ – auch für Radio und Fernsehen eine Erlösquelle?

Rundfunkveranstalter führen Bezahlmodelle ein



Smartphone-Applikationen bieten „mobile“ Informationen

Nur einen Monat nach der Einführung von iPhone-Applikationen für „Welt“ und „Bild“ haben – laut Angaben der Initiatoren – bereits mehr als 100.000 Nutzer die neuen kostenpflichtigen Angebote heruntergeladen. Die „Apps“ erringen damit Verkaufserfolge, die für „Paid-Content“ im Internet undenkbar wären.

Auch die Süddeutsche Zeitung hat eigenen Angaben zufolge mit „SZ Gold“ bereits im Premieremonat Januar rund 10.000 Käufer gefunden. „Das ist ein verheißungsvoller Start“, kommentiert der Chefredakteur von sueddeutsche.de, Hans-Jürgen Jakobs. Bei der kostenlosen App von sueddeutsche.de wurden mittlerweile 65.000 Downloads registriert. „Es bewährt sich, dass wir den Nutzern die Auswahl lassen und sie – anders als Axel Springer – nicht in Bezahlformen hinein zwingen“, erklärt der Chefredakteur. Zu den Plänen der ARD, eine Tagesschau-App kostenfrei anzubieten, äußert sich Jakobs – im Gegensatz zu Springer-Chef Döpfner – gelassen. Für den aus Rundfunkgebühren finanzierten Nachrichtendienst fordert er jedoch besondere Regeln. „Zum einen muss das eine Stärkung des Qualitätsjournalismus bedeuten. Zum anderen ist bei bestimmten Themen und Formen Zurückhaltung angezeigt.“

Dagegen besagt laut spiegel.de ein aktuelles NDR-Gutachten, die Angebote von Tagesschau.de sollten ohne weitere Prüfung auf

allen technischen Verbreitungswegen zugänglich gemacht werden. Dass die massive Kritik an der kostenfreien Tagesschau-App aber ernst genommen wird, legt ein Statement der ARD nahe. Auf Anfrage hieß es dort: „Es gibt momentan in der ARD keine Entscheidung, ob und wann weitere Apps angeboten werden.“

Private Rundfunkveranstalter beschäftigen sich hingegen schon intensiv mit dem Geschäftsmodell „Paid-Content per App“. Bereits seit März 2009 bietet Regiocast Digital/90elf seine kostenlose App an. „Ohne dass wir die App mit externen Werbemaßnahmen flankiert haben, konnten wir bislang über 170.000 iPhone-User erreichen“, erklärt Christoph Kruse, Prokurist des Unternehmens. Obwohl 90elf im Basisangebot kostenfrei bleiben soll, glaubt Kruse, dass Smartphone-Nutzer zukünftig Bezahlmodelle akzeptieren werden. Durch den Erwerb der Rechte am DFB-Pokal bis 2011 und durch interaktive Sendungsformate wie „Bolzplatz“ sieht er 90elf inhaltlich gut dafür gerüstet. Zudem gebe es für die Nokia-Applikation bereits ein Bezahlmodell. „Der User kann sich 30 Tage voll von 90elf überzeugen, danach werden einmalig 2,99 Euro fällig.“

Ebenfalls zufrieden mit der Entwicklung seiner Apps zeigt sich SevenOne Intermedia, das Multimedia-Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group. „Die N24-App war innerhalb weniger Tage nach Launch bei allen kostenlosen Apps und in der Kategorie ‚Nachrichten‘ auf Platz 1 der deutschen iTunes-Charts“, berichtet Manfred Neumann, Leiter Mobile Services. Weitere erfolgreiche Apps von SevenOne Intermedia seien die wetter.com, die „Lokallisten“ sowie die ran App. „Insgesamt haben wir bei den Downloads bereits die Millionen-grenze geknackt“, betont Neumann. Grundsätzlich setzt ProSiebenSat.1 auf zwei ►

Bis zum 12. März können sich interessierte Programmanbieter bei den Landesmedienanstalten um die Zuweisung von Kapazitäten in dem zukünftig bundesweit ausgestrahlten Digitalradio bewerben. (...) „Bereits im ersten Jahr sollen 35 Sender des neuen Netzes in Betrieb sein – und mit rund 38 Millionen potenziellen Hörern wird ein extrem kostengünstiger und effizienter Marktangaboten“, teilte Media Broadcast mit. digitalfernsehen.de am 03.02.2010 über bundesweites Digital Radio-Sendernetz

Die Organisation „Digital Radio UK“ will die Verbreitung des Digitalradios in Großbritannien mit Hilfe einer Abwrackprämie für analoge Empfangsgeräte vorantreiben. Die Branche hofft, mit der Prämie einer möglichen Rebellion gegen die Abschaltung analoger Frequenzen vorbeugen zu können, berichtete der Londoner „Guardian“ am 1. Februar. Im Tausch gegen ihr analoges Gerät könnten die Hörer den Plänen zufolge rund 20 Prozent Rabatt auf ein Digitalradio bekommen. (...) Die analoge Verbreitung soll erst dann enden, wenn digitale Radiostationen ihren Anteil an der Hörzeit von derzeit 20 Prozent auf 50 Prozent gesteigert haben.

epd.de am 03.02.2010 über britische Abwrackprämie fürs Radio

Das neue Digitalprogramm DRadio Wissen konnte in den ersten drei Wochen nach seinem Sendestart zwischen 40.000 und in der Spitze über 60.000 Streaming-Abrufe täglich verbuchen. Lebhaftige Diskussionen in den Blogs würden das große Interesse bei Hörerinnen und Hörern an diesem parallel auch für die Internetwelt völlig neu konzipierten und seit dem 18. Januar ausschließlich digital ausgestrahlten Radioprogramm unterstreichen, hieß es am 11. Februar beim Deutschlandradio. (...) Zahlreiche Beiträge auf dradiowissen.de werden nun in der Regel zwölf Monate lang im Netz abrufbar bleiben. DRadio Wissen ist im Internet unter www.dradiowissen.de als Livestream, Podcast und Audio on demand abrufbar. Digital ist das Programm außerdem auf DAB, im Kabelnetz und über Satellit verfügbar.

infosat.de am 11.02.2010 über Streaming-Abrufe von DRadio Wissen

Anzeige

Die neueste sensation in Sachen vernetztes Radio

Das weltweit erste Multimediaradio mit großem, berührungsempfindlichen Touchscreen. Sensia vereint PUREn Audioklang in HiFi-Qualität mit atemberaubendem Design und ist eine perfekte Kombination aus Form und Funktionalität. Mit Sensia können Internet-Inhalte, DAB+ und UKW-Radio und sogar Musik, die auf dem PC gespeichert ist, gestreamt werden. Auch Internetanwendungen wie z.B. Wetter, Twitter oder Facebook sind abrufbar.

www.touchmyradio.com/de www.pure.com/de

+49 (0)6158 878872 sales_gmbh@pure.com/de



sensia

Digitales Audiosystem mit WLAN, Farbdisplay und Touchscreen



PURE

Geschäftsmodelle: Zum einen auf den werbefinanzierten Ansatz mit SevenOne Media beziehungsweise Contnet als Partner bei der Vermarktung von Mobile-Display-Advertising. Zum anderen auf Bezahlhalte, sofern

sie einen entsprechenden Mehrwert für die User bieten. „Mit unseren Game-Apps, wie zum Beispiel Yeti Sports oder Besser Essen, haben wir bereits Paid-Content im Angebot“, so Neumann. ■

Bericht

Digitale Dividende: Streit über Kostenerstattung der Bundesregierung

Drahtlosanwender fühlen sich im Stich gelassen



Matthias Fehr, Vorsitzender des APWPT

Noch im Juni 2009 hatte die Bundesregierung zugesagt, Drahtlosanwendungen, die durch die Vergabe der Digitalen Dividende bis 2015 unbrauchbar werden, „in angemessener Form“ zu entschädigen. Doch nachdem Rundfunksender und Sekundärnutzer erste Kostenrechnungen beim Bundeswirtschaftsministerium (BMW) eingereicht haben, zeichnet sich ab, dass die Zusage des Bundes für viele der Betroffenen wertlos sein könnte. Bereits am 3. November 2009 teilte das BMW mit, dass eine Stichtagregelung – Stichtag 21. Oktober 2009 – eingeführt werde. Nach diesem Tag angeschaffte Geräte würden nicht entschädigt. Matthias Fehr, Vorsitzender des Association of Professional Wireless Production Technologies e.V. (APWPT) kritisiert Zeitpunkt und Inhalt dieser nachträglichen Benachrichtigung. „Eine Stichtagregelung ohne zuvor verbindlich zugewiesene Ersatzfrequenzen und eine akzeptable Entschädigungsregelung kann nur als nicht zielführend verstanden werden und wird daher vom APWPT und seinen Mitgliedern abgelehnt.“

Zur Problematik von Stichtagregelung und Kostenerstattung hatte das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk auch das BMW angefragt. Allerdings wollte Wirtschaftsminister Brüderle (FDP) zu dieser Thematik offiziell nicht Stellung nehmen. Aus Regierungskreisen heißt es lediglich, eine vom Bundesministerium der Finanzen und dem BMW eingerichtete Arbeitsgruppe solle zunächst die Bemessungsgrundlage der anrechnungsfähigen Kosten definieren.

Bisherige Frequenznutzer würden die Gelegenheit erhalten, sich schriftlich sowie im Rahmen von Informationsveranstaltungen mündlich zu äußern.

Doch APWPT-Chef Fehr bemängelt auch die Ergebnisse einer solchen Anhörung beim BMW am 26. Januar: „Wir sind mit der Erwartung einer konstruktiven Lösungsfindung angeeignet. Leider hielt sich im Verlauf der Veranstaltung unsere Begeisterung in Grenzen.“

Laut dieser Anhörung sind nur die Drahtlosanwender antragsberechtigt, deren Geräte nachweislich gestört werden oder die nachweisen können, dass diese in absehbarer Zeit gestört werden. Diese Regelung gilt bis 2015 – wer danach gestört wird, hat keine Möglichkeit gefördert zu werden. Als Bemessungsgrundlage für anrechnungsfähige Kosten sollen die Restbuchwerte der auszutauschenden Geräte veranschlagt werden. Matthias Fehr erklärt: „Das führt dazu, dass für alle Drahtlosanwendungen, die älter als drei Jahre sind, keine Erstattung erfolgt. Da öffentliche Einrichtungen ihre Geräte nicht abschreiben, würden diese wahrscheinlich auch leer ausgehen. Außerdem verstoßen Einrichtungen, die Technik sonst 10 Jahre und länger nutzen würden, bei frühzeitigen Ersatzinvestitionen gegen den Grundsatz der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit.“ Zudem werden – aufgrund der angespannten Haushaltslage – alle möglichen Kostenerstattungen mit Finanzierungsvorbehalt belegt sein.

Dagegen erbrachte die Veranstaltung des BMW nur wenige positive Aspekte für Drahtlosanwender. So kann die Stichtagregelung überprüft werden, wenn eine technisch notwendige Anschaffung nach dem Stichtag getätigt wurde und diese dann aufgrund von Störungen nicht mehr nutzbar ist. Auch sollen Planungskosten geltend gemacht werden können, wenn sie mit der Umstellung in direktem Zusammenhang stehen.

Doch die Zeit für die Interessenvertreter der Drahtlosanwender wird knapp. Bereits im März soll der Bundesrat über die Mittel für die Kostenerstattung entscheiden. ■

Anzeige



MEDIA BROADCAST

informiert mit einer Broschüre und zwei Veranstaltungen zum neuen bundesweiten Digital Radio Multiplex.

[Weitere Infos gibt es hier](#)

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
tbm public & business relations

Autoren dieser Ausgabe
Thomas Barthel, Sandra Rescher, Andreas Stötzner

Fotos
Seite 1: Andreas Stötzner
Seite 2: SONY
Seite 3: APPLE
Seite 4: APWPT

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

Marin 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: 17.02.2010

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.