



Unterrichtung

Staatskanzlei und Ministerium für Kultur

Magdeburg, 22. Juni 2018

Sachstand zur Digitalisierung der terrestrischen Übertragungskapazitäten in Sachsen-Anhalt im Zeitraum 01.01.2016 bis 31.12.2017

Sehr geehrte Frau Landtagspräsidentin,

den gemeinsamen Bericht des Deutschlandradios, der Medienanstalt Sachsen-Anhalt, des Mitteldeutschen Rundfunks und des Zweiten Deutschen Fernsehens über den

Sachstand zur Digitalisierung der terrestrischen Übertragungskapazitäten in Sachsen-Anhalt im Zeitraum 01.01.2016 bis 31.12.2017

erhalten Sie gemäß § 34 Absatz 8 des Mediengesetzes des Landes Sachsen-Anhalt mit der Bitte um Kenntnisnahme.

Mit freundlichen Grüßen

Rainer Robra
Staats- und Kulturminister

Verfügung der Präsidentin des Landtages von Sachsen-Anhalt:

Die Unterrichtung des Landtages erfolgt gemäß § 54 Abs. 1 der Geschäftsordnung des Landtages von Sachsen-Anhalt (GO.LT).

Nach § 40 Abs. 2 GO.LT überweise ich den o. g. Bericht zur Beratung in den Ausschuss für Bundes- und Europaangelegenheiten sowie Medien.

Hinweis: Die Drucksache steht vollständig digital im Internet/Intranet zur Verfügung. Die Anlage ist in Word als Objekt beigefügt und öffnet durch Doppelklick den Acrobat Reader. Bei Bedarf kann Einsichtnahme in der Bibliothek des Landtages von Sachsen-Anhalt erfolgen oder die gedruckte Form abgefordert werden.

(Ausgegeben am 04.07.2018)

Sachstand zur
Digitalisierung der terrestrischen Übertra-
gungskapazitäten
in Sachsen-Anhalt
im Zeitraum
01.01.2016 bis 31.12.2017

Gemeinsamer Bericht von:
Deutschlandradio
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Mitteldeutscher Rundfunk
Zweites Deutsches Fernsehen

Impressum:

Verantwortlich und Vorwort: Martin Heine (MSA)

Gesamtredaktion: Michael Richter

Autoren:

Dr. Chris Weck und Reinhardt Deuscher (Deutschlandradio)

Niels Schulze (MDR)

Volker Jecht, Michael Richter (MSA)

Jens Kerner (Radio SAW), Andre Gierke (Funkhaus Halle)

Eckhard Matzel (ZDF)

Inhaltsverzeichnis

Einleitung von Martin Heine, Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt	4
1. Digitales Antennenfernsehen DVB-T und DVB-T2 HD	6
1.1 DVB-T2 HD: Erste Stufe startete am 31. Mai 2016.....	6
1.2 Darstellung der öffentlich-rechtlichen DVB-T2-Planung in Sachsen-Anhalt	6
1.3 Darstellung der privaten DVB-T2-Versorgung in Halle und Magdeburg – Der Plattformbetrieb „freenet TV“ der Media Broadcast.....	6
1.3.1 DVB-T2 HD ersetzt in Sachsen-Anhalt seit 30.06. 2017 den bisherigen Standard DVB-T. 6	6
1.3.2 Warum gab es den Wechsel auf DVB-T2-HD?.....	7
1.3.3 Warum ist DVB-T2-HD besser?.....	7
1.3.4 Was kostet den Zuschauern die Umrüstung auf DVB-T2-HD?	7
1.3.5 Wie ist DVB-T2-HD empfangbar?	7
1.4 Lokale DVB-T-Versorgungen in Sachsen-Anhalt.....	8
1.5 DVB-T- und DVB-T2-Reichweiten aus dem Digitalisierungsbericht der Medienanstalten 2017	8
2. Digitalradio – Entwicklung und notwendiger Unterstützungsbedarf ...	9
2.1 Signifikante Reichweiten für DAB+ -Reichweitenstudie 2017 als wichtiger Schritt zu chancengleicher Vermarktung	9
2.1.1 DAB+ braucht Geräte und Programmangebot	9
2.1.2 DAB+ etabliert sich als einer der drei Übertragungswege neben UKW und IP	9
2.2 Digitalradioengagement des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR)	10
2.3 Digitalradio-Standpunkt von Funkhaus Halle mit Radio Brocken, 89.0 RTL und 89.0 RTL In The Mix	12
2.3.1 Radio ist in einer Umbruchphase	12
2.3.2 Weitere Investitionen und neue Programme.....	12
2.3.3 Pilotprojekt erstmals mit Vermarktungsansatz.....	12
2.3.4 Engagierte und vielfältige Marketingmaßnahmen.....	12
2.3.5 Streaming-Nutzung weiter dynamisch wachsend.....	13
2.3.6 Rundfunk als hohes Gut nicht verspielen	13
2.4 Digitalradio-Standpunkt der VMG Mediengruppe mit radio SAW, Rockland und 1A Deutsch Hits.....	14
2.4.1 Ausbau der Sendestandorte:.....	14
2.4.2 Ausbau des Programmangebots.....	14
2.4.3 Digitalradio-Innovationen „Made in Saxony-Anhalt“	14
2.4.4 Abschaltung der analogen Verbreitung im Kabel.....	15
2.4.5 Gleiche Wettbewerbschancen	15
2.5 Pilotprojekt „Dynamische Rekonfiguration im DAB+ in Sachsen-Anhalt“ liefert erste Ergebnisse.....	16
2.6 Stand und Perspektive im bundesweiten Digitalradio des Deutschlandradios und der privaten Veranstalter.....	17
2.6.1 Politische Rahmenbedingungen	19
2.6.2 DAB+ Marketing mit neuer Marken- und Kampagnenführung.....	19
3. Stand Digitalisierung im Kabel	21
3.1 MDR - Stand der Digitalisierung im Kabel	21
3.2 ZDF - Stand der Digitalisierung im Kabel	21
3.3 MSA - Stand der Digitalisierung im Kabel	21
4. Anlagen	23
5. Abkürzungen	23

Einleitung von Martin Heine, Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Mit diesem nunmehr sechsten Bericht informieren MDR, ZDF, Deutschlandradio und MSA gem. § 34 Abs. 8 MedienG LSA über den Sachstand der Umstellungsmaßnahmen von der analogen zur digitalen terrestrischen Rundfunkübertragung in den Jahren 2016 bis 2017. Im Berichtszeitraum wurden hierfür wesentliche Maßnahmen ergriffen und Ziele erreicht.

Erstmals wurden im Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten 2017 eigene Daten für Sachsen-Anhalt erhoben. Ausgehend von einer Gesamtzahl von 1,128 Mio. TV Haushalten (HH) dominiert bei den klassischen Fernsehübertragungswegen weiterhin der Satellit mit 58,8 % gegenüber der Kabelnutzung von 36,5 %. Im bundesweiten Durchschnitt (bwd) werden diese beiden Übertragungswege nahezu gleichrangig (45,7 % zu 45,9 %) genutzt.

In den Kabelnetzen steigt die Digitalisierungs-nutzung stetig an, so dass dort nun auch die Volldigitalisierung – also die Abschaltung der analogen Fernseh- und Hörfunkprogramme – ansteht. Aktuell schauen bereits 87,1 % (0,359 Mio. HH) aller Kabel TV Haushalte in Sachsen-Anhalt digital. Lediglich 4,7 % (0,053 Mio. HH) nutzen das analoge Kabelfernsehen und wären von der Volldigitalisierung betroffen. Nach Mitteilung der Netzbetreiber Vodafone/KDG und PUYR soll diese Umstellung bis 2019 erfolgt sein. Ein noch auszuwertendes Digitalisierungsprojekt wurde von PUYR bereits in Quedlinburg durchgeführt. (siehe Seite 18).

Die Terrestrik ist mit DVB-T bereits vollständig digital. Hier stand die Einführung der nächsten Stufe DVB-T2 an. Mit diesem Standard können Fernsehprogramme auch in HD empfangen werden. Damit wird ein wesentlicher Wettbewerbsnachteil der Terrestrik gegenüber Kabel, Satellit und Internet ausgeglichen. Allerdings muss zum Empfang ein neues DVB-T2 kompatibles Empfangsgerät (Preis ab: 35,00 €) angeschafft werden.

Mit dem geplanten Abschluss der bundesweiten Umstellung Ende 2018 werden dann 20 öffentlich-rechtliche HD-Programme annähernd flächendeckend frei empfangbar sein. Zudem werden 22 private HD-Programme in Ballungsräumen verbreitet, die zur Refinanzierung der Übertragungskosten grundsätzlich verschlüsselt sind. Die Freischaltung erfolgt mit unterschiedlichen Preismodellen über den Plattformanbieter „freenet TV“. Die Voraussetzungen dieses erfolgreichen Umstiegs wurden an dem durch die Medienanstalten initiierten „Runden Tisch DVB-T2“ mit den Partnern im dualen System, dem potentiellen Netzbetreiber und der Medienpolitik geschaffen.

In Sachsen-Anhalt ist die DVB-T2-Umstellung – bis auf lokale kommerzielle Angebote – abgeschlossen. Das öffentlich-rechtliche HD-Programmangebot ist – bis auf die Altmark – flächendeckend empfangbar. Der Senderausbau in der Altmark unterblieb vor dem Hintergrund der geringen DVB-T-Nutzung aus Kostengründen. In den Regionen Magdeburg und Halle sind mit „freenet TV“ auch erstmals private bundesweite Programme gegen Entgelt empfangbar. Noch keine Umstellung auf DVB-T2 erfolgte bei den privaten lokalen Programme „Regionalfernsehen Bitterfeld-Wolfen“ (RBW), „Regionalfernsehen Anhalt 1“ (RAN1) und „TV Halle“. Gespräche mit den Veranstaltern über die Umstellung von DVB-T auf DVB-T2 werden geführt.

Das klassische Antennenfernsehen hat mit der HD-Qualität und dem privaten Angebot einen Neustart – allerdings auf geringem Niveau – erlebt. Von den TV HH in Sachsen-Anhalt nutzen bisher 2 % (0,022 Mio.) DVB-T2 (bwd) 5,5 % und 1,1 % (0,013 Mio.) DVB-T 1 (bwd) 1,9 %. (siehe Seite 9).

Beim terrestrischen Radioempfang wird über die analoge UKW-Verbreitung noch immer die größte Reichweite erzielt. UKW ist damit weiterhin die wichtigste wirtschaftliche Grundlage des privaten Hörfunks. Das Vertrauen in die Stabilität der UKW-Versorgung wurde allerdings durch den Verkauf der UKW-Sender an private Investoren und die dadurch hervorgerufene UKW-Abschaltdiskussionen erheblich erschüttert. Eine abschließende Versorgungs-

cherheit konnte bisher nicht hergestellt werden, da die Verhandlungen zwischen den Hörfunkveranstaltern, Netzbetreibern und dem neuen Antenneneigentümer noch immer andauern. Diese „UKW-Ungewissheit“ und die Tatsache, dass die UKW-Nutzung erstmals rückläufig ist, während die DAB+ Nutzungszahlen stetig ansteigen, führt insbesondere bei den bisher kritischen privaten Veranstaltern zu einer erhöhten Akzeptanz für die digitale Hörfunkverbreitung DAB+.

In Sachsen-Anhalt besitzen 95,4 % der Haushalte mit UKW und 15,2 % der Haushalte einen DAB+-Empfänger. Seit 2013 ist in Deutschland ein jährlicher Zuwachs von ca. einer Million DAB+ Geräten zu verzeichnen. Eine besonders starke Nutzung von DAB+ gibt es mit 18 % in Sachsen-Anhalt, Thüringen, Sachsen und Bayern mit 20 % (Digitalisierungsbericht 2017 der Medienanstalten).

Gegenüber dem letzten Bericht hat sich das DAB+-Programmangebot in Sachsen-Anhalt nicht geändert. Das digitale MDR-Hörfunkangebot im Kanal 6B und auch der bundesweite DAB-Multiplex im Kanal 5C mit Programmen des Deutschlandfunks und privater Anbieter erreichen in Sachsen-Anhalt eine fast 100%ige Flächendeckung. Der private landesweite DAB Multiplex im Kanal 11C ist an 5 Standorten – und damit noch nicht flächendeckend – ausgebaut. Gegenwärtig sind noch die Altmark, der Burgenlandkreis und Teile von Mansfeld-Südharz unversorgt. Der weitere Ausbau soll erfolgen und die Medienanstalt ist hierzu in Gesprächen mit den Veranstaltern und dem Netzbetreiber. Ziel sollte es sein, noch in 2018 eine der drei Versorgungslücken durch die privaten landesweiten Veranstalter zu schließen.

Allerdings hemmt die eingangs erwähnte UKW-Problematik den Fortgang der Gespräche. Zudem ist zu beachten, dass die Digitalisierung für den Privatfunk kein Selbstzweck ist, sondern erhebliche Kosten verursacht, deren Refinanzierung mangels vermarktbarer DAB+-Reichweite noch nicht gegeben ist. Auch gab es bisher im Digitalradio keine Möglichkeit – wie bei UKW – Nachrichten und Werbung zu regionalisieren. Hieran wird in einem bundesweit einzigartigen Projekt zwischen der Medienanstalt Sachsen-Anhalt / radio SAW/ Radio Brocken/

Media Broadcast/ Hochschule Anhalt und dem ifak Magdeburg gearbeitet, um eine praxistaugliche technische Lösung zu finden. Um ein weiteres positives Signal für DAB+ auszusenden, beschlossen die Landesmedienanstalten in 2017 den Start eines zweiten bundesweiten DAB+-Multiplexes. Gegen die von der Gremienvorsitzenden-Konferenz getroffene Auswahlentscheidung wurde von den unterlegenen Bewerbern beklagt. Eine Gerichtsentscheidung liegt noch nicht vor.

Medienpolitisch zeichnet sich eine breite Zustimmung zu DAB+ ab. Es ist aber auch hier – wie bereits im Letztbericht, darauf hinzuweisen, dass der Erfolg der terrestrischen Hörfunk-Digitalisierung durch einen bundesweit abgestimmten regulativen „Begleitschutz“ z. B. allseitige Simulcast-Verpflichtung, gemeinsam definierte UKW-Abschaltvoraussetzungen, Vorgaben zum Umgang mit zurückgegebenen UKW-Frequenzen, verpflichtende DAB+ Schnittstellenvorgaben für Hörfunkgeräte sowie flankierende zielgenaue Unterstützungsmaßnahmen für private Anbieter bedarf. Daran fehlt es weiterhin- (siehe Seite 16).

Zuletzt ein Blick auf IPTV, das den Zugang zu vielfältigen audiovisuellen Onlineangeboten insbesondere Mediatheken und Plattformen eröffnet. Die reine Onlinenutzung wächst kontinuierlich. In Sachsen-Anhalt nutzen dies bereits 5,6 % (0,063 Mio.) aller HH und damit weniger als im bundesweiten Vergleich mit 6,9 %. Interessant ist auch die Ausstattung mit Smart-TV-Geräten, die für Sachsen-Anhalt mit 25,4 % (0,287 Mio.) HH angegeben wird (bundesweit 31,9 %). Von diesen Smart-TV-Geräten sind lediglich zwei Drittel mit dem Internet verbunden. Diese geringere IPTV-Nutzung könnte im Zusammenhang mit dem geringen Ausbaustand der Breitbandanschlüsse in Sachsen-Anhalt stehen. Der weitere Breitbandausbau ist daher auch unter dem Aspekt der gleichberechtigten Mediennutzungsmöglichkeit von erheblicher Bedeutung.

1. Digitales Antennenfernsehen DVB-T und DVB-T2 HD

1.1 DVB-T2 HD: Erste Stufe startete am 31. Mai 2016

Rechtzeitig zu den anstehenden Sportgroßeignissen im Jahr 2016 startete in einigen Ballungszentren das neue hochauflösende Antennenfernsehen DVB-T2 HD. Als Startpaket standen ab 31. Mai 2016 die HD-Programme Das Erste, RTL, ProSieben, SAT.1, VOX und ZDF – zusätzlich zur bestehenden DVB-T-Verbreitung – zur Verfügung. Folgende Ballungsräume waren in der ersten Stufe: Bremen/Unterweser, Hamburg/Lübeck, Kiel, Rostock, Schwerin, Hannover/Braunschweig, Magdeburg, Berlin/Potsdam, Jena, Leipzig/Halle, Düsseldorf/Rhein/Ruhr, Köln/Bonn/Aachen, Rhein/Main, Saarbrücken, Baden-Baden, Stuttgart, Nürnberg und München/Südbayern.

1.2 Darstellung der öffentlich-rechtlichen DVB-T2-Planung in Sachsen-Anhalt

Die Digitalisierung der terrestrischen Fernsehversorgung in Sachsen-Anhalt wurde bereits mit der Umstellung vom analogen terrestrischen Fernsehen auf DVB-T im Jahr 2008 abgeschlossen.

Am 29.03.2017 wurde in Sachsen-Anhalt DVB-T komplett durch DVB-T2 HD ersetzt. Mit diesem weiterentwickelten Standard können die Zuschauer jetzt noch mehr Programme in exzellenter Full-HD-Qualität nutzen. Trotz des Wegfalls des Standortes Dequede werden mit der Umstellung auf DVB-T2 in Sachsen-Anhalt ca. 90.000 Haushalte mehr mit terrestrischem Fernsehen versorgt als bislang mit DVB-T.

Damit bekennen sich MDR und ZDF trotz des ausgewiesenen niedrigen Nutzungsgrades in Sachsen-Anhalt (siehe Abschnitt 1.4) zur Fernseh-Terrestrik als alternativem Empfangsweg zu Kabel, Satellit und IPTV.

1.3 Darstellung der privaten DVB-T2-Versorgung in Halle und Magdeburg – Der Plattformbetrieb „freenet TV“ der Media Broadcast

1.3.1 DVB-T2 HD ersetzt in Sachsen-Anhalt seit 30.06. 2017 den bisherigen Standard DVB-T

Es erfolgte die Umstellung für die Programme von ARD, ZDF, MDR und brachte auch die großen privaten Fernsehfamilien nach Sachsen-Anhalt. Fernsehzuschauer in und um Halle und Magdeburg, die ihre TV-Sender über Antenne empfangen, erhalten seit 30. Juni 2017 die Programme über den Standard DVB-T2-HD. Nun kostet der Empfang der Privatsender auch Geld, die kostenfreie Probephase ist vorbei. Sat.1, ProSieben, Vox und RTL waren während des Probetriebs verschlüsselt, aber kostenlos. Mit Beginn des Regelbetriebs ab dem 30. Juni 2017 werden die meisten Privatsender nur noch gegen Gebühr ausgestrahlt. Der Plattformbetreiber Media Broadcast vermarktet das verschlüsselte Privatangebot unter dem Namen „freenet TV“.

Ähnlich wie beim Satellitenempfang kostet das private freenet TV jetzt 5,95 Euro im Monat. Eine unverschlüsselte Ausstrahlung der großen Privatsender in alter SD-Auflösung gibt es nicht. Das heißt: Wer privat schauen will, muss dafür zahlen. Geräte, die das Privatprogramm ganz sicher empfangen können, tragen das Logo des Anbieters freenet TV.

Umstellen mussten nur diejenigen, die ihr Fernsehprogramm über DVB-T (Digital Video Broadcasting Terrestrial), den sogenannten terrestrischen Empfang beziehen. Der läuft über Haus- oder Zimmerantennen, die etwa vier Millionen deutsche Haushalte nutzen.

1.3.2 Warum gab es den Wechsel auf DVB-T2-HD?

Dafür gibt es zwei Gründe: DVB-T2-HD kann im gleichen Frequenzspektrum höhere Datenraten transportieren und so bei gleichem Übertragungsvolumen die immer gefragtere HD-Qualität liefern. Ziel der Bundesregierung war es außerdem, durch die Umstellung von DVB-T genutzte Übertragungsfrequenzen für den Mobilfunk freizumachen. DVB-T2-HD wird deshalb auch mit der neuen Kompressionstechnik HEVC (High Efficiency Video Coding) gekoppelt, die noch bessere Bilder und mehr Programme möglich macht.

1.3.3 Warum ist DVB-T2-HD besser?

Über DVB-T2 HD können deutlich mehr Kanäle empfangen werden als bisher. Bis zu 40 werden es einmal sein. Und sie werden überwiegend in voller HD-Auflösung (1920 zu 1080 Bildpunkten) ausgestrahlt. Bisher konnten über die Antenne nur Programme in geringerer SD-Auflösung empfangen werden. Das sieht vor allem auf neuen HD-Fernsehern nicht gut aus. „Deutschland hat jetzt europaweit das beste DVB-T“. Die Technik ist der neueste Stand der Dinge und soll in ein paar Jahren nicht schon wieder veraltet sein.

1.3.4 Was kostet den Zuschauern die Umrüstung auf DVB-T2-HD?

Ja. Entweder muss für alte Fernseher eine sogenannte Set-Top-Box (erkennbar an einem grünen Logo mit der Aufschrift „DVB-T2 HD“) für den Empfang der neuen Technik angeschafft werden. Die gibt es ab etwa 50 Euro, kann je nach Hersteller aber auch mit mehr als 300 Euro zu Buche schlagen. Andernfalls können Zuschauer gleich ganz auf einen neuen Fernseher umrüsten. Voraussetzung sind ein DVB-T2-Empfangsteil sowie eine HEVC-Unterstützung, die die meisten neueren HD-Fernseher schon eingebaut haben.

1.3.5 Wie ist DVB-T2-HD empfangbar?

Antennenzuschauer müssen sich entweder einen DVB-T2-HD-Receiver für ihren alten Fernseher zulegen oder ein Fernsehgerät, das über einen integrierten DVB-T2-HD-Empfänger verfügt. Die bisher verwendeten Antennen können aber im Regelfall weiter genutzt werden. Für sonstige Geräte ohne integrierten Antennenempfänger – zum Beispiel Notebooks, Smartphones und Tablets – gibt es DVB-T2-HD-Sticks, die im Regelfall per USB oder micro-USB angebunden werden.

1.4 Lokale DVB-T-Versorgungen in Sachsen-Anhalt

Am 29. März 2017 startete der Regelbetrieb des neuen digitalen Antennenfernsehens DVB-T2 HD im Großraum Halle und Magdeburg auch in unserem Bundesland.

Damit wurde die Digitale Dividende als ein Ziel der Bundesregierung möglich, d. h. durch DVB-T genutzte Übertragungsfrequenzen ab Kanal 50 wurden für die Mobilfunkübertragung per LTE freigemacht.

Aus diesem Grund musste bereits am 28.03.2017 der lokale Veranstalter TV Halle die DVB-T-Frequenz vom Kanal 55 in den Kanal 40 wechseln.

Der Plattformbetreiberin DAP Bitterfeld wurde für die Zulassungsdauer nach Ziff. 1. zur digital terrestrischen Verbreitung der Programme RAN 1 und RBW im Übertragungsstandard DVB-T in deren zugelassenen Verbreitungsgebiet die UHF-Übertragungskapazität Kanal 54 (Senderstandorte Bitterfeld-Wolfen und Dessau-Roßlau) zur medienrechtlichen Nutzung zugewiesen.

Doch auch für diese lokale Versorgung in Bitterfeld war eine Frequenzumstellung notwendig und die erfolgte in mehreren Schritten. Bereits im März erfolgte der Frequenzwechsel vom Kanal 54 in den Kanal 41. Am 28.08.2017 erfolgte dann der Wechsel vom Kanal 41 in den Kanal 30. Dieser gestaffelte Umzug war notwendig, um die Lieferzeit einer neuen notwendigen Antenne zu überbrücken. Die Kosten für diese Umstellung wurden bis heute nicht von der BNetzA reguliert.

1.5 DVB-T- und DVB-T2-Reichweiten aus dem Digitalisierungsbericht der Medienanstalten 2017

Die Medienanstalten haben auch in den Jahren 2016 und 2017 einen TV Digitalisierungsbericht durch TNS Infratest erstellen lassen. In dem Digitalisierungsbericht 2017 hat die Medienanstalt Sachsen-Anhalt eine Fallzahlaufstockung

auf 500 beauftragt. Damit ist eine Einzelausweisung für Sachsen-Anhalt möglich.

Im letzten Bericht 2017 ist die Digitalisierung in den 36,524 Mio. TV-Haushalten in Deutschland wie folgt aufgeteilt: Etwa 97,3 % der TV-Haushalte empfangen an mindestens einem Gerät digital, entsprechende 4,7 % haben ausschließlich analogen Empfang. In der Regel ist das analoge Kabelempfang.

Bei der Verteilung der Fernsehempfangswege ist festzustellen, dass SAT und Kabel fast gleichauf liegen. IPTV bleibt konstant und DVB-T/T2 nimmt leicht zu. Bundesweit nutzen 2,840 Mio. TV-Haushalte den DVB-T/T2-Empfang. In Sachsen-Anhalt 0,035 Mio. TV-Haushalte mit DVB-T/T2-Empfang.

(siehe Anlage 1 – Auszug DLM-Digitalisierungsbericht 2017)

2. Digitalradio – Entwicklung und notwendiger Unterstützungsbedarf

2.1 Signifikante Reichweiten für DAB+ -Reichweitenstudie 2017 als wichtiger Schritt zu chancengleicher Vermarktung

Der positive Trend bei DAB+ setzt sich fort. Ein großer Schritt für digitales Radio: Die DAB+-Reichweitenstudie 2017 weist signifikante Reichweiten von DAB+-Programmen aus. Ab 2018 wird sie erstmals unter dem Dach der agma erhoben und in der MA Audio ausgewiesen. So haben spätestens ab Herbst 2018 dann vor allem bundesweite DAB+-Angebote die Chance auf eine faire Vermarktung.

Wie wichtig das Engagement der Medienanstalten ist, hier zu einer Vergleichbarkeit der DAB+-Zahlen zu kommen, belegen auch die auf die aktuellen Empfangswege bezogenen Ergebnisse der DAB+-Reichweitenstudie. Sie wurden auf dem Digitalradiotag der Medienanstalten in Kooperation mit der ARD, dem Deutschlandradio, Media Broadcast und privaten Veranstaltern im Rahmen der Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin vorgestellt:

Täglich hören rund 2,5 Millionen Personen über 14 Jahre in Deutschland Radio über DAB+. 29 Minuten tägliche Hördauer verzeichnen DAB+-Programme im Schnitt bei Personen mit einem Digitalradio. Mit 14 Prozent entfällt damit hier bereits ein beachtlicher Anteil ihrer Radionutzung auf DAB+.

2.1.1 DAB+ braucht Geräte und Programmangebot

Die Ergebnisse der DAB+-Reichweitenstudie zeigen zudem: DAB+-Programme werden überall dort besonders stark genutzt, wo bereits in vielen Haushalten DAB+-Geräte verfügbar sind und ein breites Programmangebot aus öffentlich-rechtlichen und privaten DAB+-Angeboten vorhanden ist, wie zum Beispiel in Hessen oder

Bayern. Die DAB+-Reichweitenstudie, deren erhobene Daten schon in diesem Jahr agma-Kriterien entsprachen, wurde nun schon zum zweiten Mal im Auftrag der Medienanstalten in Kooperation mit der ARD, dem Deutschlandradio, Media Broadcast und privaten Veranstaltern von der agma-Tochter MMC durchgeführt.

2.1.2 DAB+ etabliert sich als einer der drei Übertragungswege neben UKW und IP

Den positiven Trend bestätigen auch die neuen Zahlen aus dem Digitalisierungsbericht 2017: Rund 11 Millionen Personen über 14 Jahre (entspricht 15,7 Prozent der Bevölkerung) haben demnach in Deutschland Zugang zu einem DAB+-Radiogerät – das sind gut 1,4 Millionen Personen mehr als im Vorjahr. DAB+ liegt damit als Radioempfangsmöglichkeit erstmals vor Kabel und Satellit. Es hat sich als relevanter dritter Übertragungsweg neben UKW und IP fest im Markt etabliert. Das sind einige wichtige Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Befragung, erhoben von Kantar TNS. DAB+ legt kontinuierlich zu – und das trotz Umstellung der Methodik bei der DAB+-Reichweiten-Studie. Die endgültige Fusion der DAB+-Reichweitenstudie in die Media Analyse wird ab dem Jahr 2018 für einen zusätzlichen Impuls sorgen. Denn dank der gemeinsamen Währung können die privaten Veranstalter ihr DAB+-Angebot nun endlich auch auf dem Werbemarkt finanzieren.“

Im Sommer 2017 habe es eine Reihe positiver Signale für DAB+ gegeben: etwa die neue cross-mediale DAB+-Kampagne unter dem Motto „So klar, als wär' ich da“ oder die jüngsten Entwicklungen in Bayern, wo bis Ende 2018 den Radiohörern alle aktuellen lokalen privaten UKW-Angebote auch in DAB+ angeboten werden sollen. Die Digitalisierung des terrestrischen Hörfunks nimmt jetzt in allen Ländern die notwendige Fahrt auf. Dazu brauchen wir aber auch die politische Unterstützung auf allen Ebenen! Sehr wichtig sei die gesetzliche Festlegung, einen Multinormchip in alle neuen Radiogeräte einzubauen sowie das Engagement der Automobilindustrie, Digitalradio in allen Neuwagen als Standard anzubieten.

2.2 Digitalradioengagement des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR)

Der Mitteldeutsche Rundfunk bereitet sich auf die digitale Zukunft des Radios vor. Er trägt dafür Sorge, dass die MDR-Hörfunkprogramme ihren festen Platz auch in der digitalisierten Medienwelt behaupten und treibt den Ausbau des Sendernetzes über den Standard DAB+ seit dem bundesweiten Neustart im Jahr 2011 intensiv voran.

Mit der letzten Ausbaustufe Ende 2015 erreichen die MDR-Programme in Sachsen-Anhalt bereits eine digitale Versorgung von circa 97 % der Fläche mit mobilen bzw. portablem Empfang sowie 87 % der Einwohner mit Im-Haus-Empfang. Autobahnen und Hauptverkehrswege sind quasi vollständig mobil versorgt. Damit nimmt der Netzausbau in Sachsen-Anhalt eine auch im bundesweiten Vergleich führende Position ein.

Bis zu der langfristig angestrebten Migration von UKW auf DAB+ soll das Sendernetz zur Schließung kleinerer Versorgungslücken noch um mehrere Füllsender ergänzt werden.

Der MDR hat sich gemeinsam mit Bund und Ländern, den Landesmedienanstalten, dem Deutschlandradio und weiteren Marktpartnern sehr stark bei der Erarbeitung des „Aktionsplans für die Transformation der Hörfunkverbreitung in das digitale Zeitalter“ (Roadmap) engagiert, welcher 2016 vom Digitalradio Board verabschiedet wurde. Die gemeinsamen intensiven Bemühungen um eine Interoperabilitätsregelung (als Basis für eine Beschleunigung der Gerätedurchdringung) auf nationaler wie auf europäischer Ebene waren bislang leider nicht erfolgreich.

Jedoch finden sich diese Punkte auch im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung wie folgt:

„Wir werden die Regelungen zur Interoperabilität in § 48 Telekommunikationsgesetz (TKG) angesichts der veränderten Anforderungen an den digitalen Hörfunk weiterentwickeln, um das Digitalradio als niedrigschwelliges Medium

zu stärken. Wir werden unter Einbeziehung aller Akteure im Digitalradio Board Maßnahmen entwickeln, um die Digitalisierung des Hörfunks weiter voranzutreiben.“

„Wir setzen uns für eine Interoperabilitätsverpflichtung für Digitalradiogeräte auch auf europäischer Ebene ein.“

(Quelle: Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD, 2018, S.47f)

Trotz dessen hat sich die Akzeptanz von DAB+ in der Bevölkerung in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt. Im Jahr 2017 waren 15,1 % der Haushalte in Deutschland mit mindestens einem DAB+-Radio ausgestattet (+5,1 % gegenüber 2015). In Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen besaßen 15,7 % der Haushalte ein DAB+-Gerät.

Der Anteil der UKW-Geräte am Gesamtmarkt sank im Jahr 2017 um 1,3 % gegenüber dem Vorjahr, wohingegen der Anteil von DAB+-Geräten am Gesamtmarkt um 1 % auf 6,5 % gegenüber dem Vorjahr anstieg. So stieg die Anzahl der DAB+-Radiogeräte im Jahr 2017 um rund 1,7 Mio. auf 9,910 Mio. Geräte.

Knapp 11 Mio. Personen über 14 Jahre hatten im Jahr 2017 Zugang zu einem DAB+-Radiogerät (15,7 % der Bevölkerung; +1,4 Mio. ggü. 2016). DAB+ liegt damit als Radioempfangsmöglichkeit erstmals vor Kabel und Satellit. In Sachsen-Anhalt hatten 12,7 % der Personen über 14 Jahre Zugang zu einem DAB+-Radio.

Die Ausstattungsrate von in Deutschland verkauften Neuwagen mit DAB+ lag im Jahr 2017 bereits bei 39,1 % (ca. 18 % Zuwachs gegenüber dem Vorjahr). Die Nachfrage nach DAB+-Radios ist, trotz des Aufpreises für DAB+ als Sonderausstattung, gestiegen.

Bisheriges Problem bei der Ermittlung der DAB+-Nutzung war, dass die über DAB+ erzielte Reichweite bislang nicht in der ma Radio abgebildet werden konnte, was jedoch insbesondere bei privaten Radioangeboten Voraussetzung für erfolgreiche Werbevermarktung ist. So wurde eine Pilotstudie zur DAB+-Nutzung unter dem Dach der agma im Sommer 2016

von ARD, Deutschlandradio, Landesmedienanstalten, Media Broadcast sowie privaten Radioanbietern beauftragt.

Diese Pilotstudie wurde weiterentwickelt und die DAB+-Reichweitenstudie 2017 beauftragt. Die hierbei erhobenen DAB+-Reichweiten werden im Herbst 2018 in der Währungsstudie ma Audio fusioniert. In Deutschland liegen dann erstmals Daten zu Nutzungsanteilen vor, die auf DAB+ im Vergleich zu Internetradio und UKW entfallen.

Als Ergebnisse aus der DAB+-Reichweitenstudie 2017 geht unter anderem hervor, dass Radio gesamt bei den DAB+-Nutzern eine Tagesreichweite (Montag - Sonntag) von 79 Prozent aufweist. Die erhobene Tagesreichweite von DAB+ beläuft sich auf 22 Prozent.

Absolut betrachtet weist DAB+ eine Tagesreichweite von 2,5 Millionen Personen über 14 Jahre auf, eine Million davon wird (auch) unterwegs im Auto erreicht.

Auswirkungen des Verkaufs der UKW-Infrastruktur durch Media Broadcast

Durch den am 15.02.2017 durch den Dienstleister Media Broadcast angekündigten und zwischenzeitlich erfolgten Verkauf der UKW-Antennen an neue „Investoren“ entstanden Verwerfungen in der Preisstruktur und eine erhebliche Verunsicherung des gesamten Hörfunkmarktes bezüglich des weiteren Netzbetriebes. Nicht zuletzt durch eine zum 31.03.2018 ausgesprochene Drohung zur Abschaltung der UKW-Verbreitung entstand ein nachhaltiger Vertrauensverlust auch in die bisherigen Sendernetz-Dienstleistungsstrukturen nicht nur bei UKW, sondern auch bei DAB+ und DVB-T2 HD.

2.3 Digitalradio-Standpunkt von Funkhaus Halle mit Radio Brocken, 89.0 RTL und 89.0 RTL In The Mix

Seit nunmehr knapp zwei Jahrzehnten unterstützt das Funkhaus Halle aktiv die Bemühungen im Land Sachsen-Anhalt die digitale terrestrische Verbreitung zu etablieren. Mit den enorm hohen finanziellen, kommunikativen sowie marketingorientierten Anstrengungen lässt sich zunächst feststellen, dass die Akzeptanz und Nutzung von Digitalradio weiter leicht wächst. Jedoch lässt sich für ein privat finanziertes Unternehmen wie das Funkhaus Halle bis dato leider weder ein Refinanzierungsmodell als auch eine relevante und damit vermarktbarere Nutzerschaft erkennen.

2.3.1 Radio ist in einer Umbruchphase

Unbestritten liegt auch für den Rundfunk die Zukunft in der digitalen Welt. Nur hier können die bereits jetzt schon aus Kunden- und Vermarktungssicht gemachten Anforderungen überhaupt befriedigend erfüllt werden, um die Existenz des Unternehmens und damit den Arbeitsplatz von knapp 100 Angestellten auch auf Dauer zu sichern. Unter dem Gesichtspunkt eines eher stagnierenden Werbemarktes und den steigenden Kosten für die Distribution neuer Inhalte auf verschiedenen Kanälen und Plattformen werden die finanziellen Rahmenbedingungen der Sender immer schwieriger. Radio ist unbestritten in einer Umbruchphase und konkurriert dabei nicht mehr nur innerhalb seiner Mediengattung, sondern vermehrt interdisziplinär mit den scheinbar unlimitierten (und kaum regulierten) Ressourcen von Google, Amazon & Co. Jede Investition muss daher mehr denn je geprüft und mit noch mehr Weitsicht getroffen werden.

2.3.2 Weitere Investitionen und neue Programme

Die in der Vergangenheit vom Funkhaus Halle getätigten Investitionen in die digitale Rundfunk Terrestrik sind sicherlich mit einer gewissen Portion Vertrauen und Hoffnung geschehen. Diese Hoffnungen müssen sich in den kommenden Monaten und Jahren nun auch in den Nutzungszahlen niederschlagen. Aber nicht nur finanzielle Anstrengungen werden und wurden unternommen. Mit dem Erwerb einer weiteren Digitalradio-Lizenz und der Aufschaltung des neuen Angebots „89.0 RTL In The Mix“ im regionalen Multiplex Kanal 11C zum Jahreswechsel 2015/16 hat das Funkhaus Halle für die Hörer im Sinne der Programmvietalt die Attraktivität von Digitalradio weiter gesteigert.

2.3.3 Pilotprojekt erstmals mit Vermarktungsansatz

Darüber hinaus wirken zahlreiche Mitarbeiter des Funkhauses Halle mit am Pilotprojekt der Landesmedienanstalt Sachsen-Anhalt zur dynamischen Rekonfiguration. Ein wichtiger Schritt, um vor allem dem regionalen Werbegeschäft aus der UKW-Welt mit seinen zahlreichen Regionalisierungs-Möglichkeiten auch im Digitalradio Rechnung zu tragen. Nur so können überhaupt adäquate Vermarktungschancen für die Werbepartner aus Sachsen-Anhalt entstehen.

2.3.4 Engagierte und vielfältige Marketingmaßnahmen

Hohes Engagement zeigte das Funkhaus Halle ebenso mit zahlreichen kommunikativen Maßnahmen. Digitalradio-Infobeiträge, Verlosung von DAB+ Geräten, Schaltung von hunderten Werbespots, Bereitstellung von weiterführenden Informationen auf den Homepages und Social Media Seiten der beiden Programme Radio Brocken und 89.0 RTL sind nur einige wenige der zahlreichen kommunikativen Maßnahmen der vergangenen Jahre. Darüber hinaus wurde auch auf externen Kanälen wie bei-

spielsweise in Zeitungen, auf Out of Home Medien und online das Thema Digitalradio unterstützt und beworben.

2.3.5 Streaming-Nutzung weiter dynamisch wachsend

Weiterhin gilt jedoch, dass die Digitalisierung mehr als nur DAB+ bedeutet. Diesen vor allem finanziellen Spagat gilt es zu meistern. Die Nutzung über Internetstreaming legt dynamisch wachsend weiterhin zu. Der Radioempfang über das (mobile) Internet ermöglicht dem Nutzer darüber hinaus schon heute die von der Werbewirtschaft dringend geforderten Features wie Multimedialität, Personalisierung und Interaktion – und das ganz selbstverständlich mit einem Device, das nahezu jeder immer und überall dabei hat: dem Smartphone.

2.3.6 Rundfunk als hohes Gut nicht verspielen

Absolut kontraproduktiv kommen in diesem Zusammenhang die Diskussionen um die neuen Eigentümer der UKW-Sendernetze daher. Es ist unverantwortlich, wie Finanzinvestoren die Rundfunkwelt zum Spielball ihrer Gewinnmaximierung machen. Sind die Herausforderungen mit neuen intermediären Wettbewerbern, das finanzielle Ungleichgewicht mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der Investitionsdruck in weitere Verbreitungswege wie DAB+ oder Streaming etc. nicht schon hoch genug, wird jetzt auch noch an den Grundfesten der Versorgung gerüttelt. Hier bedarf es eines schnellen Eingreifens der Politik als auch der zuständigen Behörden, damit eine Entwicklung in die digitale Welt nicht schon bald mangels beteiligten Rundfunkstationen ad absurdum geführt wird. Wir benötigen mehr denn je Planungssicherheit, finanzielle Fördermittelprogramm, weiterhin die feste Unterstützung der Staatskanzlei und Landesmedienanstalt sowie ein einheitliches Vorgehen aller Bundesländer.

2.4 Digitalradio-Standpunkt der VMG Mediengruppe mit radio SAW, Rockland und 1A Deutsche Hits

Rundfunk muss auch in der digitalen Welt ein Volksmedium bleiben und in jeder Situation frei und kostenlos empfangbar sein. Internet-Aggregatoren, Gatekeeper oder die Zahlung von Flatrates dürfen in der digitalen Welt nicht das Hören von Radiostationen bestimmen. Der freie Zugang ist gerade in Krisensituationen (wie z. B. Hochwasser) erforderlich, denn der Rundfunk ist im Alarmsystem des Bundeslandes fest verankert. Deshalb hat der terrestrische Rundfunk auch in der digitalen Welt seine Berechtigung und darf nicht völlig durch eine Übertragung im Internet ersetzt werden.

Die VMG Mediengruppe, die die Programme radio SAW, ROCKLAND und 1A Deutsche Hits veranstaltet, unterstützt die Weiterentwicklung und den Ausbau von Digitalradio in Sachsen-Anhalt.

2.4.1 Ausbau der Sendestandorte:

Nach Halle (Petersberg), Magdeburg (Kapaunberg), Schneidlingen und dem Brocken ist in Wittenberg 2017 der fünfte Sendestandort für den privaten Multiplex in Sachsen-Anhalt aufgeschaltet worden. Aus Sicht der VMG Mediengruppe sollte in diesem Jahr in Pettstedt der nächste DAB-Sendestandort in Betrieb genommen werden, auch um die erfolgte Abschaltung der Kanal-12C-Sender in Zeit und Naumburg auszugleichen.

Nach der Aufkündigung eines gemeinsamen Multiplexes in Sachsen-Anhalt durch den MDR, finanzieren die privaten Veranstalter den Aufbau eines eigenen privaten Multiplexes. Im Gegensatz zum MDR, der mit zweckgebundenen Gebührengeldern für Digitalradio ausgestattet ist, müssen die privaten Radiosender die Infrastrukturkosten aus dem laufenden Geschäft heraus finanzieren. Dies erschwert die Einigung der privaten Veranstalter auf einen weiteren Ausbau in Sachsen-Anhalt und führt im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen Multiplex zu

unterschiedlichen Geschwindigkeiten beim Ausbau von Digitalradio in Sachsen-Anhalt.

Deutschlands 1. Programm im Regelbetrieb von Digitalradio, ROCKLAND, hat unterdessen in weiteren Bundesländern eine Digitalradio-Lizenz erhalten. In 2017 erteilte die Sächsische Landesmedienanstalt (SLM) eine Lizenz für die Ausstrahlung in Leipzig und die Medienanstalt in Berlin/Brandenburg (MABB) stimmte einer Aufschaltung in Berlin und Brandenburg zu. Voraussichtlich in 2018 ist zudem eine Aufschaltung von radio SAW und ROCKLAND im östlichen Niedersachsen geplant.

2.4.2 Ausbau des Programmangebots

Anfang 2016 ist mit 1A Deutsche Hits ein weiteres Programm im Digitalradio Sachsen-Anhalt gestartet. Mit 1A Deutsche Hits wird zum einen die Attraktivität von Digitalradio erhöht und zum anderen die deutsche Musikkultur gefördert.

2.4.3 Digitalradio-Innovationen „Made in Saxony-Anhalt“

Unter Federführung der Medienanstalt Sachsen-Anhalt starteten 2016 die Hochschule Anhalt und die privaten Radioveranstalter in Sachsen-Anhalt ein Pilotprojekt zur dynamischen Rekonfiguration.

In diesem Pilotprojekt konnte im letzten Jahr weltweit einmalig eine Cloud-Vertriebsplattform für Digitalradio entwickelt werden. Diese ermöglicht eine Übertragung von Online-Inhalten über Broadcast. So können zum Beispiel Werbeanzeigen direkt im Display von Digitalradio angezeigt werden. Dieser Onlinedienst für die digitalen Zusatzdienste von DAB+ wurde im Juni 2017 in einer Liveschaltung bei radio SAW erprobt.

Gleichzeitig konnte im Rahmen des Pilotprojektes eine sendeplangesteuerte dynamische Rekonfiguration entwickelt werden. radio SAW präsentierte am 5. April 2018 die Möglichkeit, die Kapazitäten für die einzelnen Programme

aus dem Sendeplan heraus dynamisch zu verändern. Damit können erstmals in Digitalradio Sendeschienen regionalisiert werden.

2.4.4 Abschaltung der analogen Verbreitung im Kabel

Kabelnetzbetreiber haben jetzt Pläne für die Abschaltung der analogen Rundfunkverbreitung im Kabel vorgelegt. Wichtig bei der Umstellung ist, dass die in Sachsen-Anhalt lizenzierten Radiosender auch weiterhin digital im Kabel eingespeist werden. Mit der Umstellung in einem Kabelnetz in Quedlinburg wurden nur die über UKW verbreiteten Programme des MDR und der privaten landesweiten Veranstalter eingespeist.

2.4.5 Gleiche Wettbewerbschancen

Auch im digitalen Rundfunk muss es einen Wettbewerb mit gleichen Chancen geben. Die Schere zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern darf durch die Digitalisierung nicht weiter auseinandergehen.

Da die Gesellschaft in Deutschland nur den Ausbau der digitalen Infrastruktur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks finanziert, kann dieser ein höheres Tempo beim Ausbau der Digitalradio-Sendestandorte vorlegen. Das führt zu einer höheren technischen Reichweite und damit zu einer technisch bedingten Erhöhung des Marktanteils.

Die VMG Mediengruppe bittet im Zusammenhang mit dem Aufbau einer digitalen Rundfunk-Infrastruktur um Prüfung einer finanziellen Unterstützung. Diese kann unter anderem durch einen Digitalisierungsfond, einer weiteren Förderung durch die Medienanstalt Sachsen-Anhalt, einer Umschichtung der Digitalen Dividende zugunsten der privaten Radiosender oder die Deckung von Infrastrukturkosten durch Rundfunkgebühren erfolgen.

In diesem Zusammenhang ist noch einmal auf die Bedeutung der UKW-Frequenzen für die privaten Anbieter hinzuweisen. Die privaten

Veranstalter finanzieren sich aktuell fast ausschließlich über diese UKW-Frequenzen. Sie bieten letztlich erst die Möglichkeit, in die digitale Zukunft zu investieren und müssen daher auch in den nächsten Jahren in Quantität und Qualität gesichert bleiben!

2.5 Pilotprojekt „Dynamische Rekonfiguration im DAB+ in Sachsen-Anhalt“ liefert erste Ergebnisse

Die Medienanstalt Sachsen-Anhalt hat ein Pilotprojekt aufgestellt, um zukünftig auch die regionalen Nachrichten und die Werbung im DAB+ auszustrahlen. Das erfolgt im Kooperationsprojekt „Dynamische Rekonfiguration im DAB+ Sachsen-Anhalt“, deren Feldtest Ende September 2018 abgeschlossen werden soll. Der offizielle Projektstart erfolgte Mitte Januar 2016 mit Inbetriebnahme der beiden neuen DAB+ Programme 1A Deutsche Hits (VMG Mediengruppe/radio SAW/Rockland Sachsen-Anhalt) und 89.0 RTL In The Mix (Funkhaus Halle/89.0 RTL/Radio Brocken).

Das Forschungsprojekt sollte zunächst bis Ende September 2017 laufen und musste aber auf Grund des UKW-Netzverkaufs durch die Media Broadcast um 1 Jahr verlängert werden. Projektpartner sind: - VMG Mediengruppe/radio SAW/ Rockland Sachsen-Anhalt - Funkhaus Halle/89.0 RTL/Radio Brocken - ifak Magdeburg - Media Broadcast - Hochschule Anhalt, Köthen - Medienanstalt Sachsen-Anhalt - Fraunhofer IIS Erlangen - Audio Video Technologies.

Dieses Digitalradio-Innovationsprojekt ist für Privatsender in Deutschland einmalig. Im Digitalradio-Display sucht sich der Hörer bei seinem Lieblingsprogramm seine gewünschte Region aus. So bekommt er die regionalen Informationen, die er wirklich selbst hören möchte. Auf Seiten des Radioanbieters wird das Programm zu den Zeiten, an denen die regionalisierten Werbeblöcke oder regionalisierten Nachrichten laufen, kurzzeitig auf gesplittet. Das passiert auf ein und demselben landesweiten Digitalradio-Kanal und innerhalb der Kapazität, die dem Programmanbieter zugewiesen ist.

Außerdem, und das ist völlig neu, steht direkt beim Programmveranstalter ein „Service-Multiplexer“, der über das allgemeine Radio-Netzwerk jetzt von den Sender-Technikern bedient werden kann. So ist der Veranstalter völlig flexibel und kann beispielsweise eigenen Content

aus seiner Internetredaktion in den Digitalradio-Strom einspeisen. Beim Netzbetreiber Media Broadcast fließen alle Informationen der Radioveranstalter zusammen und werden im so genannten „Ensemble-Multiplexer“ verarbeitet und dann ausgesendet. Offiziell begann das Projekt „Dynamische Rekonfiguration“ Anfang des Jahres 2016 mit dem neuen privaten Digitalradio-Ensemble in Sachsen-Anhalt. Innerhalb des Projektzeitraumes werden verschiedene neue Services für die privaten Programmanbieter erprobt, immer mit dem Ziel, dass sich hieraus auch neue Geschäftsfelder für das digitale Radio ergeben können und die Vielfalt der Services im DAB+ weiter erhöht wird. Dafür hat die MSA Technik und Infrastruktur zur Verfügung gestellt. So wird im Rahmen des Projektes außerdem eine völlig neue Werbevermarktungstechnik mit der Hochschule Anhalt erprobt, eine Plattform, auf der Werbekunden direkt buchen können. Zukünftig sollen sogar auch lokale und georeferenzierte Baustelleninformationen – auch von aktuellen Baustellen aus den Städten – via TPEG ins Digitalradio geholt werden. Dazu wurde das ifak Magdeburg mit dazu geholt.

2.6 Stand und Perspektive im bundesweiten Digitalradio des Deutschlandradios und der privaten Veranstalter

Das bundesweite DAB+-Netz ging im August 2011 mit 27 Sendern in Betrieb. Damit gab es in Deutschland erstmals ein nationales Programmangebot über Digitalradio, bestehend aus den drei Hörfunkprogrammen von Deutschlandradio und weiteren zehn Angeboten privater Veranstalter, die meisten davon exklusiv in digitaler Technik.

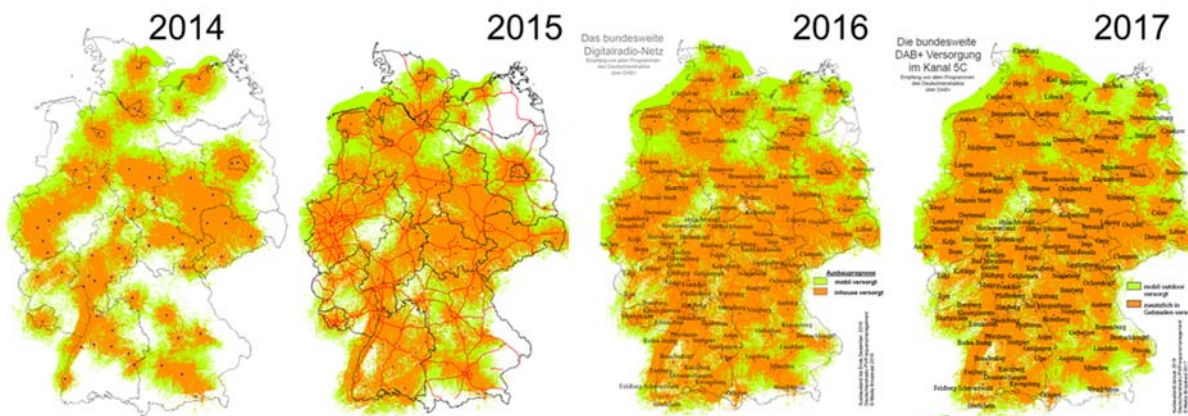
Bis zum Jahresende 2014 ließ das Deutschlandradio seine Programme in den Bundesländern Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen zusätzlich noch über die alten Regionalnetze im Kanal 12 verbreiten. Mit dem fortlaufenden

Sendernetzausbau und der damit einhergehenden Verbesserung der Versorgungssituation übernahm der DAB+ Kanal 5C ab 2015 die Versorgung im gesamten Bundesgebiet.

Zum Jahreswechsel 2014/2015 hatte das bundesweite DAB+ Netz mit 61 Sendern bereits eine Abdeckung von 59 / 63 % (Bevölkerung innenraumversorgt / Fläche mobilversorgt) erreicht. Im Jahr 2015 wurden 24 Sender, 2016 dann 25 Sender und 2017 nochmal 10 weitere Sender hinzugeschaltet. Damit wurde die Senderzahl in den zurückliegenden drei Jahren nahezu verdoppelt. Die Versorgung wuchs dadurch Ende 2017 auf 82 % der Bevölkerung in-Haus versorgt und 94 % Fläche mobilversorgt. Auf Bundesautobahnen ist ein DAB+-Radioempfang bereits zu 98 % möglich.

Wachstum der DAB+ Versorgung in Kanal 5C

(Daten: Media Broadcast)



Jahresende	2014	2015	2016	2017
Senderzahl	61	85	110	120
Indoor % Bevölkerung	59	70	79	82
Mobil % Fläche	63	80	91	94

In Sachsen-Anhalt waren Anfang 2015 die Programme des nationalen Multiplex (Kanal 5C) bereits in 91 % der Fläche mobil empfangbar. Die Ausstrahlung erfolgte über die Senderstandorte Halle, Magdeburg, Brocken und Wittenberg.

Ende 2015 wurden auch die Standorte Kulpenberg und Dequede in Betrieb genommen. Am Brocken wurde eine neue Antenne mit höherer Leistung installiert. Ende 2017 wurde mit der Inbetriebnahme des Senders Pettstädt der Empfang im Süden Sachsen-Anhalts weiter verbessert.

Die Versorgung in Sachsen-Anhalt ist damit zum Jahresende 2017 auf 87 % der Bevölkerung (in-Haus) bzw. 99 % der Fläche angestiegen und nimmt im bundesweiten Vergleich einen vorderen Rang ein.

Die hohe Versorgungsqualität der Programme des Deutschlandradios wird zudem seit April 2015 durch einen erweiterten Fehlerschutz gesichert. Dieser stabilisiert den Empfang besonders in den Randgebieten mit einem großen Abstand zu Sendern und in topografisch anspruchsvollen, hügeligen Versorgungsgebieten wie dem Harz. Auftretende Empfangs- und Interferenzstörungen können mit dem erhöhten Fehlerschutz besser kompensiert werden.

Die dafür notwendige zusätzliche Übertragungskapazität wurde durch eine Verständigung mit den Landesmedienanstalten zur Nutzung der Übertragungskapazität im bundesweiten Multiplex und den Beschluss der Ministerpräsidenten im Oktober 2014 zur Flexibilisierung der Zuordnung der Übertragungskapazitäten für die Programme des Deutschlandradios erreicht. Sinngemäß ist danach Deutschlandradio und den Landesmedienanstalten jeweils 1/3 der Kapazität fest zugeordnet, während die Verteilung des letzten Drittels flexibel im Wege der Verständigung von Deutschlandradio und den Landesmedienanstalten untereinander geregelt werden kann. Damit belegt das Deutschlandradio derzeit 396 CU (Capacity Unit) der insgesamt 864 CU im bundesweiten Multiplex.

Dank der neuen Kapazitätsaufteilung konnten sich die Vertragsparteien mit dem Sendernetzbetreiber Media Broadcast Anfang des Jahres 2015 auf einen beschleunigten Ausbau des bundesweiten Digitalradionetzes in den Jahren 2015 bis 2017 einigen. Die gute Zusammenarbeit mit den ARD-Landesrundfunkanstalten beschleunigte die Erschließung neuer DAB+-Sendestandorte. Alle Sendestandorte des bundesweiten DAB+-Kanals in Sachsen-Anhalt sind gleichzeitig DAB+-Standorte des Mitteldeutschen Rundfunks.

Deutschlandradio plant, in den kommenden Jahren das Sendernetz auf insgesamt 200 - 240 Standorte auszubauen. Diese Verdichtung ist vor allem in topografisch anspruchsvollen Regionen nötig, um eine hinreichende Flächenversorgung in ganz Deutschland zu erreichen. Der Grad einer Vollversorgung mit mehr als 95 % der Bevölkerung (in-Haus) und 99 % der Fläche im gesamten Bundesgebiet wird im Jahr 2025 angestrebt.

Ein zügiger DAB+-Ausbau ist umso wichtiger, da das Deutschlandradio aufgrund seiner späten Gründung eine unvollständige UKW-Netzabdeckung besitzt. Nach der erfolgten Abschaltung der Langwellenverbreitung Ende 2014 und der Mittelwellenverbreitung Ende 2015 hat DAB+ eine zentrale Bedeutung für den terrestrischen Empfang der Programme des Deutschlandradios. Nach einer möglichst kurzen Simulcastphase der parallelen UKW- und DAB+-Versorgung strebt Deutschlandradio den endgültigen Übergang auf die digitale terrestrische Verbreitung an.

Am 1. Mai 2017 wurden die Programmnamen des Deutschlandradios unter die anerkannte Marke „Deutschlandfunk“ gestellt. Neben den drei Programmen Deutschlandfunk, Deutschlandfunk Kultur, Deutschlandfunk Nova gibt es den Sonderkanal „Dokumente und Debatten“, über den Sondersendungen wie z. B. Parlamentsdebatten übertragen werden. Neun private Radioprogramme sowie ein Datenkanal des Sendernetzbetreibers Media Broadcast vervollständigen das Angebot des bundesweiten DAB+-Kanals 5C. Programmvielfalt und eine gute Netzqualität sind entscheidende Faktoren für den Erfolg von DAB+. Dadurch werden Anreize für die Bevölkerung geschaffen,

vom bewährten aber kapazitätsbezogen ausge-
reiztem UKW-System zum leistungsfähigeren
DAB+ System umzusteigen.

2.6.1 Politische Rahmenbedingungen

Auf Einladung von Bund und Ländern hatte das
BMVI unter StS Dorothee Bär 2016 das so ge-
nannte Digitalradio Board einberufen, das 2017
einen „Aktionsplan für die Transformation der
Hörfunkverbreitung in das digitale Zeitalter“
vorlegte. Die Roadmap enthält acht Maßnah-
men, die den notwendigen Rahmen schaffen
für die Transformation der Hörfunkverbreitung
in das digitale Zeitalter:

- „Smart-Radio“-Regelung: Verpflichtende
Ausstattung von Hörfunkempfängsgeräten
mit mindestens einer digitalen Schnittstelle.
- Schaffung einer Regelung, die sicherstellt,
dass vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk
freigegebene analoge Übertragungskapazi-
täten nicht mehr für eine Realisierung von
neuen oder veränderten analogen Rund-
funkbedarfen zur Verfügung stehen.
- Unterstützung des Ausbaus digitaler Hoch-
geschwindigkeits-Breitbandnetze.
- Bereitstellung der erforderlichen Übertra-
gungskapazitäten zur Realisierung eines
zweiten bundesweiten DAB+-Multiplex
durch die Bundesnetzagentur.
- Schaffung der Voraussetzungen für die Nut-
zung von TPEG.
- Verständigung auf eine Methode zur Ermitt-
lung der DAB+-Geräteausstattung.
- Weiterentwicklung der Messmethoden zur
Radionutzung in Abstimmung mit der agma,
die auch die Nutzung der digitalen terrestri-
schen Verbreitung umfasst.
- Politische Begleitung des Transformations-
prozesses von der analogen zur digitalen
Hörfunkverbreitung durch Evaluation und
Fortschreibung der Roadmap.

Zur einheitlichen Bewerbung von DAB+ haben
sich die Mitglieder des Digitalradio Deutsch-
land e.V. 2016 dazu entschlossen, das Digitalra-
dio Büro Deutschland zu gründen. Das Digital-
radio Büro Deutschland sitzt in Berlin, die
rechtliche Struktur wird von der Tochtergesell-
schaft von Deutschlandradio, der Deutschland-

radio Service GmbH (DRS), zur Verfügung ge-
stellt. Das Digitalradio Büro ist eine Gemein-
schaftsinitiative von ARD, Deutschlandradio,
privaten Radioveranstaltern, Geräteherstellern
und Netzbetreibern. Es informiert die Öffent-
lichkeit über die Möglichkeiten und die Einfüh-
rung von Digitalradio in Deutschland. Das Büro
wurde vom Verein Digitalradio Deutschland
e.V. im Juni 2016 ins Leben gerufen und koor-
diniert die Aktivitäten bundesweit. Es ist auch
der Ansprechpartner für die internationale In-
teressensvertretung WorldDAB.

Alle Marketing- und Presse-Aktivitäten des Di-
gitalradio Büros werden in der AG Kommunika-
tion und Marketing, in die Vereinsmitglieder
Vertreter entsendet haben, gebündelt und ef-
fektiv umgesetzt. Das Ziel ist eine enge, strin-
gente und nachvollziehbare Kommunikation al-
ler Maßnahmen und eine relativ breite Markt-
streuung über die jeweiligen Kommunikations-
kanäle der Mitglieder.

Die Kommunikationsaktivitäten teilen sich auf
in:

- Marketing B2B und B2C, inklusive der zent-
ralen Informationsplattform dabplus.de
- Öffentlichkeitsarbeit
- Messen und Veranstaltungen

2.6.2 DAB+ Marketing mit neuer Marken- und Kampagnenführung

Seit Mai 2017 hat DAB+ ein neues Logo und
Corporate Design sowie eine neue Kampagnen-
führung. Die Elemente wurden von der ARD
entwickelt und stehen allen Marktbeteiligten
über das Digitalradio Büro zur Bewerbung von
DAB+ zur Verfügung. Alle Mitglieder des Ver-
eins setzen die Elemente gemeinsam ein. Die
Resonanz auf die neue Markenführung ist
branchenübergreifend sehr positiv und führt
dazu, dass sich immer mehr Entscheider mit
DAB+ beschäftigen, egal ob bei Herstellern,
Programmanbietern oder international agie-
renden Stakeholdern.



Das Digitalradio Büro Deutschland hat die Aufgabe übernommen, die Elemente der Markenführung den Mitgliedern zur Verfügung zu stellen, die Marktbearbeitung mit Herstellern zu forcieren und dafür zu sorgen, dass möglichst viele in Deutschland agierende Produzenten das neue Logo als gemeinsame Absenderkennung von DAB+ nutzen. Ziel ist die breite Sichtbarkeit von DAB+ im Handel – die Marke soll sich im Wettbewerb positiv absetzen. Dafür werden, wie in den vergangenen Jahren, Schulungsmaßnahmen im Elektrohaus und Autohandel durchgeführt mit dem Ziel, eine optimale Beratungsleistung der Verkäufer für deren Kunden sicher zu stellen. Eine zusätzliche, strategisch abgestimmte und sich gegenseitig ergänzende crossmediale Marktbearbeitung über eigens vom Büro produzierten Radiospots (on air), Anzeigenmotiven (off air) und Social-Media-Aktivitäten/Webseite (online) runden die Aktivitäten ab.

3. Stand Digitalisierung im Kabel

3.1 MDR - Stand der Digitalisierung im Kabel

Der MDR unterstützt die Digitalisierung aller Rundfunkverbreitungswege und insoweit auch die gemeinsamen Bemühungen um eine durchgehende Digitalisierung der Breitband-Kabelnetze und die damit verbundene Beendigung der analogen Verbreitung von Rundfunk im Kabel. Aus diesem Grunde engagiert sich der MDR im Rahmen der ARD gemeinsam mit Landesmedienanstalten, Kabelnetzbetreibern und anderen Marktpartnern am Runden Tisch „Kabel-Analog-Digital-Umstellung“.

Der MDR begrüßt ebenso die Realisierung schneller Breitband-Internet-Anschlüsse im Kabel, die erst durch die Analogabschaltung vollumfänglich ermöglicht werden (Digitale Dividende), da die MDR-Programme und -Angebote ebenso über das Internet genutzt werden können.

3.2 ZDF - Stand der Digitalisierung im Kabel

Auch das ZDF unterstützt grundsätzlich die Digitalisierung im Kabel. Eine Beteiligung am „Runden Tisch“ zur „Kabel-Analog-Digital-Umstellung“ beteiligt sich das ZDF allerdings nicht, da diese Umstellung als reine unternehmerische Maßnahme der Kabelnetzbetreiber angesehen wird.

3.3 MSA - Stand der Digitalisierung im Kabel

Bereits Ende 2008 wurde in Sachsen-Anhalt die analoge terrestrische Verbreitung von Fernsehprogrammen durch eine digitale Verbreitung (DVB-T) ersetzt. Die analoge Übertragung von Rundfunkprogrammen über Satellit (ASTRA)

wurde zum 30.04.2012 eingestellt. Einzig im Kabel wird der analoge Verbreitungsweg weiterhin genutzt. Hierbei werden die digital verbreiteten TV-Programme (SD-Programme) in das analoge PAL-Format gewandelt, was mit teilweise erheblichen Qualitätseinbußen verbunden ist.

Initiiert durch die Landesmedienanstalten finden seit einigen Jahren auf Bundesebene Gespräche mit Vertretern der Kabelnetzbetreiber, der Wohnungsgesellschaften und der Veranstalter im Rahmen eines „Runden Tisches“ statt. Ziel dieser Gespräche ist es, eine gemeinsame Strategie zur Einstellung der analogen Verbreitung von Rundfunkprogrammen in Kabelanlagen zu erarbeiten. In den drei mitteldeutschen Ländern wurden diese Gespräche, besonders mit den Vertretern der Wohnungsgesellschaften und den großen Kabelnetzbetreibern, durch die Medienanstalten intensiviert. Im Gegensatz zu den Mediengesetzen in Bayern und Sachsen (aktuell auch Bremen) ist im MedienG LSA aktuell kein Zeitpunkt festgelegt, an dem die analoge Verbreitung von Rundfunkprogrammen in Kabelanlagen eingestellt werden muss.

Im Jahr 2017 kündigten die Kabelnetzbetreiber Vodafone Kabel Deutschland und PYUR (Telecolumbus, Primacom, DTK) Pilotprojekte in ausgewählten Regionen an, in denen eine vollständige Abschaltung der analogen Rundfunkprogramme (UKW-Hörfunk und Fernsehen) umgesetzt werden sollte. Die landesweiten, regionalen und lokalen Hörfunkprogramme (UKW, Digitalradio) werden dabei in DVB-C-konforme Signale gewandelt und in den Kabelanlagen weiterverbreitet. Der Empfang dieser Hörfunkprogramme ist mit DVB-C-Receiver bzw. mit geeigneten Zusatzgeräten möglich. Bezüglich der Umsetzung der Hörfunkprogramme nutzen Vodafone Kabel Deutschland und PYUR unterschiedliche technische Ansätze.

Der Digitalisierungsbericht 2017 der Landesmedienanstalten bestätigt, dass die Nutzung der digitalen Programmangebote im Kabel weiterhin steigt. Bundesweit lag die „Digitalisierungsquote“ 2017 bei 88,6 %, für Sachsen-Anhalt wurden 87,1 % ausgewiesen. Bereits 2016 wurden in Sachsen-Anhalt in mehr als 10 % der

Kabelanlagen (kleine Kabelanlagen, Gemeinschaftsantennenanlagen) ausschließlich digitale Fernsehprogramme weiterverbreitet. Am 20.03.2018 startete PYUR in Quedlinburg ein Projekt zur Volldigitalisierung des Kabels (Hörfunk und Fernsehen). Die Ergebnisse des Projekts werden der MSA nach der Auswertung zur Verfügung gestellt (liegen aktuell noch nicht vor). Ein detaillierter Zeitplan für die Umstellung aller Netze in Sachsen-Anhalt (ca. 300.000 WE) liegt seitens PYUR noch nicht vor.

Vodafone Kabel Deutschland hat sein Pilotprojekt im Januar 2018 in Landshut (Bayern) gestartet und kann von weitestgehend positiven Ergebnissen berichten. Nach Abschluss des Projektes wurde ein Zeitplan (Stand 03/2018)

für die Umstellung in den Bundesländern vorgestellt, in denen Vodafone Kabelanlagen betreibt. Die Umstellung in Sachsen-Anhalt erfolgt an den 5 zentralen Signalknotenpunkten (Halle, Magdeburg, Stendal Wittenberg, Zeitz) im März 2019. Es ist davon auszugehen, dass nach der Analogabschaltung 2019 in den Netzen von Vodafone Kabel Deutschland und PYUR weitere Netze verschiedener Betreiber (z. B.: MDCC, Stadtwerke Merseburg, S + K, Muth, Datel, GETEC etc.) folgen. Eckpunkte für die Abschaltung von analogen Rundfunkprogrammen wurden durch die Verbände der Kabelnetzbetreiber ANGA/ FRK und der Wohnungswirtschaft BBU und GdW in einem gemeinsamen Papier vereinbart, das als Anlage 3.2 beigefügt ist.

4. Anlagen

- [1] *siehe Anlage 1 – Auszug DLM-Digitalisierungsbericht 2017*
- [2] *siehe Anlage 2 – DVB-T-T2 Plakat Mitteldeutschland Stand April 2018*
- [3] *siehe Anlage 3 – Digitalisierungsbericht DAB+ 2017 Beileger*
- [4] *siehe Anlage 4 – Wohnungswirtschaftliche Eckpunkte*
- [5] *siehe Anlage 5 – DAB+ Plakat Mitteldeutschland Stand November 2016*

5. Abkürzungen

AAC	Advanced Audio Coding (deutsch: angepasste Audiocodierung)
AVC	Advanced Video Coding (deutsch: angepasste Videocodierung)
BIFS	Binary Format for Scene (deutsch: Szenenbeschreibungssprache)
bwD	Im bundesweiten Durchschnitt
DAB	Digital Audio Broadcasting (deutsch: Digitaler terrestrischer Hörrundfunk)
DAB+	Digital Audio Broadcasting plus (das plus steht für HE-AAC V2)
DVB-T	Digital Video Broadcasting Terrestrial (Digitales terrestrischer Fernsehen)
DVB-T2	Digital Video Broadcasting Terrestrial, 2nd generation (Fernsehen über die Antenne mit einer höheren spektralen Effizienz, dadurch ist die HD Übertragung möglich.)
CU	Für die Übertragung der DAB-Sub-Channels wurde als kleinste Transporteinheit die Capacity Unit (CU) definiert. Eine Cu entspricht dabei 64 Bit. In einer Zeitdauer von 24 ms werden 864 CUs bei DAB ausgesendet.
HE-AAC V2	High Efficiency AAC Version 2 (deutsch: Hocheffiziente angepasste Audiocodierung, Version 2)
HEVC	High Efficiency Video Coding, auch bekannt als H.265 und MPEG-H Teil 2, ist ein Standard zum Kodieren von Videoinhalten und Bildern. Er ist Nachfolger des H.264/MPEG-4-AVC-Standards
MPEG	Motion Picture Experts Group

Anlage 1

Auszug DLM-Digitalisierungsbericht 2017

Kantar TNS

Digitale Entwicklung in Sachsen-Anhalt Digitalisierungsbericht 2017

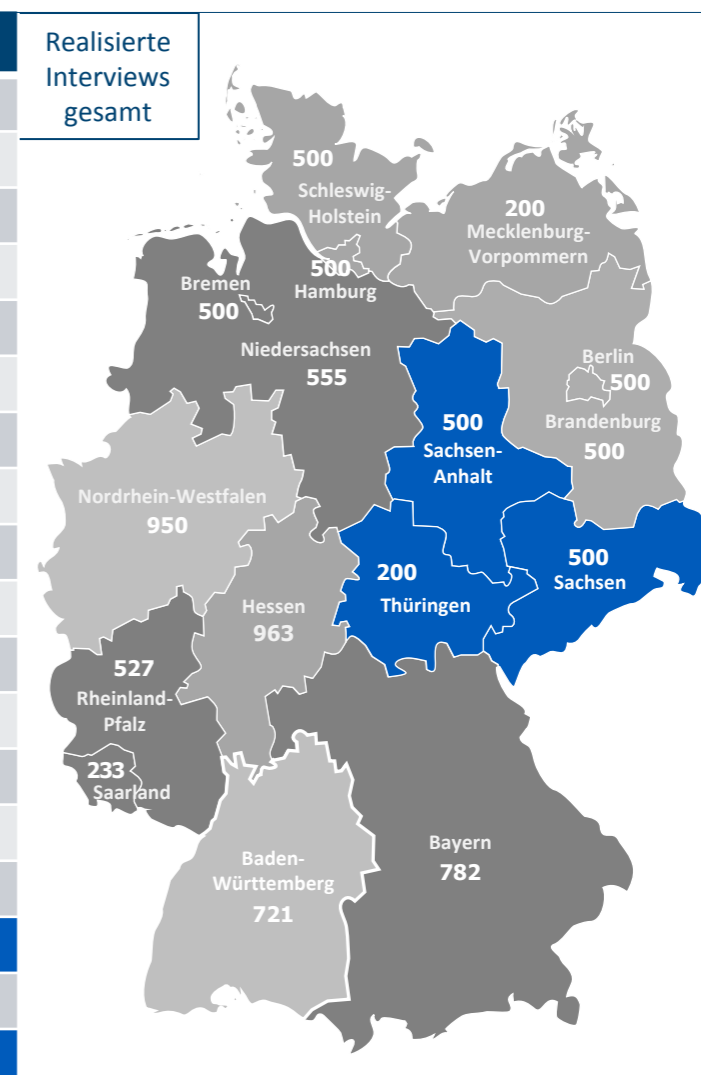
September 2017

Stichprobe

Insgesamt wurden 8.631 Interviews proportional auf die Bundesländer verteilt, mind. n= 200.

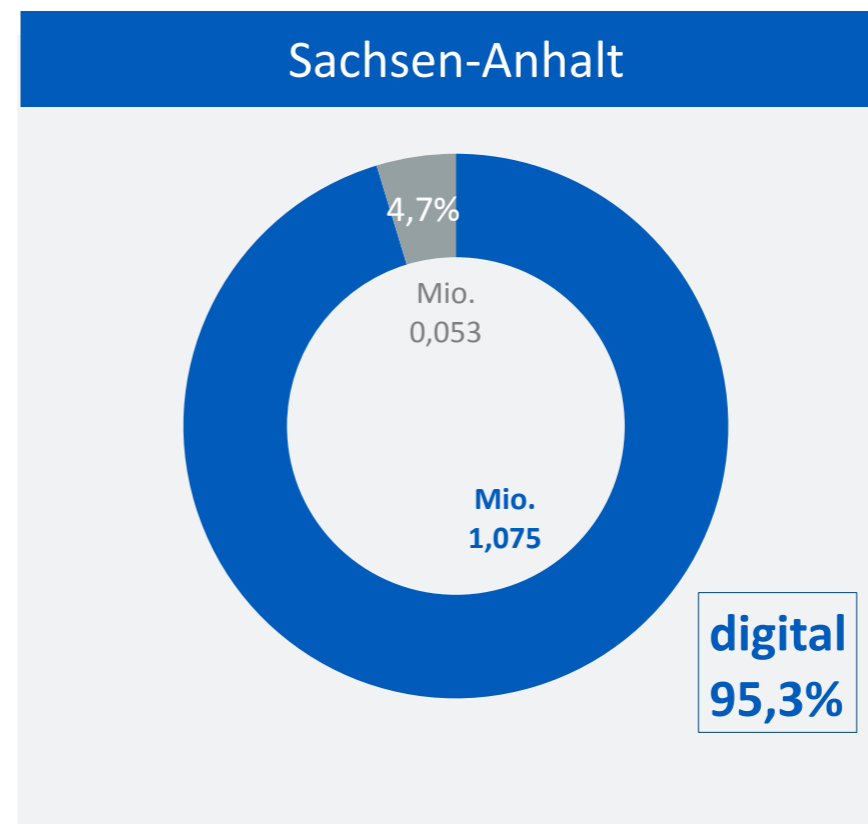
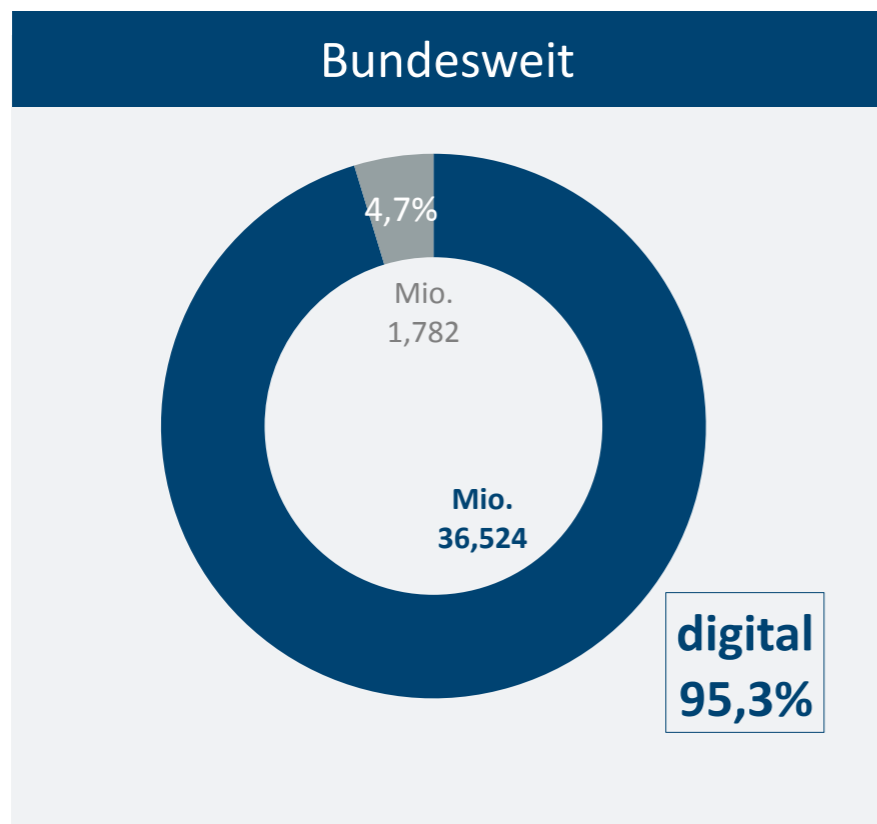
Aufgrund des geänderten Stichprobenansatzes in 2014 können einige Bundesländer nur zusammengefasst berichtet werden. Hinweis zur Interpretation: Die Ergebnisse für einzelne Bundesländer beruhen z.T. auf kleinen Fallzahlen. Trends sollten daher erst ab einer Differenz von vier und mehr Prozentpunkten interpretiert werden.

Realisierte Interviews in TV-Haushalten	2015	2016	2017
Baden-Württemberg	783	763	668
Bayern	718	713	721
Berlin - Brandenburg	462	929	902
Berlin	-	449	423
Brandenburg	-	480	479
Hessen	546	516	891
Niedersachsen - Bremen	747	1044	990
Niedersachsen	559	559	524
Bremen	-	485	466
Nordrhein-Westfalen	1047	998	896
Rheinland-Pfalz - Saarland	473	770	722
Rheinland-Pfalz	-	-	495
Schleswig-Holst. - Hamburg - Meckl.-Vorp.	693	1128	1128
Hamburg	-	462	458
Schleswig-Holstein	-	474	479
Sachsen - Sachsen-Anhalt - Thüringen	713	956	1137
Sachsen	-	473	465
Sachsen-Anhalt	-	-	481



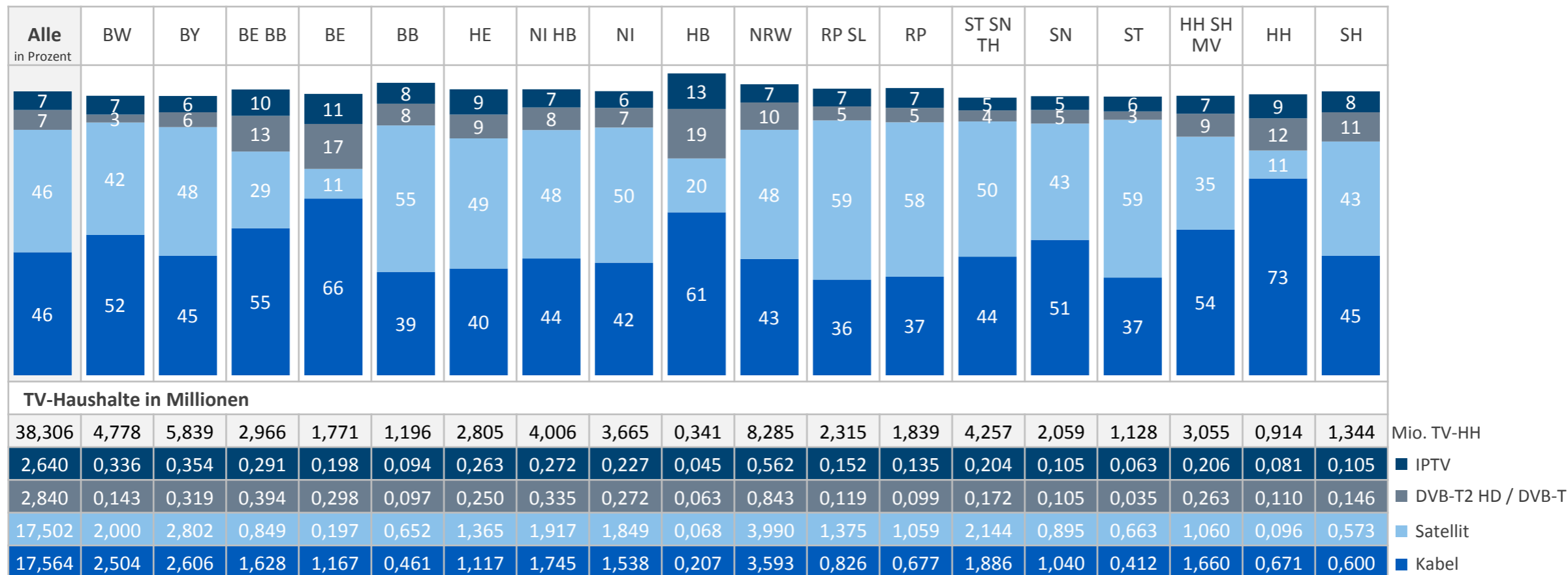
Digitalisierung in den TV-HH Mitte 2017

Vergleich bundesweit – Sachsen-Anhalt



Basis: 38,306 Mio. TV-HH in Deutschland / 1,128 Mio. TV-HH in Sachsen-Anhalt

Verteilung der Übertragungswege in den Bundesländern

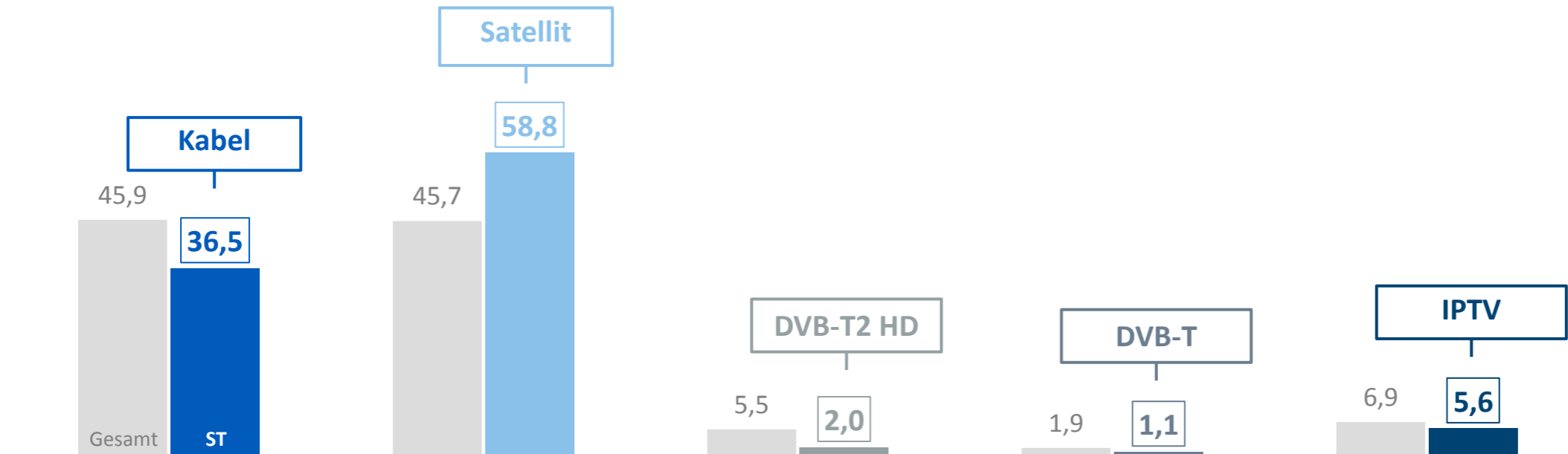


Angaben in Prozent / Millionen

Summe > 100% wegen Mehrfachempfangsart / Basis: 38,306 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

Verteilung der Übertragungswege

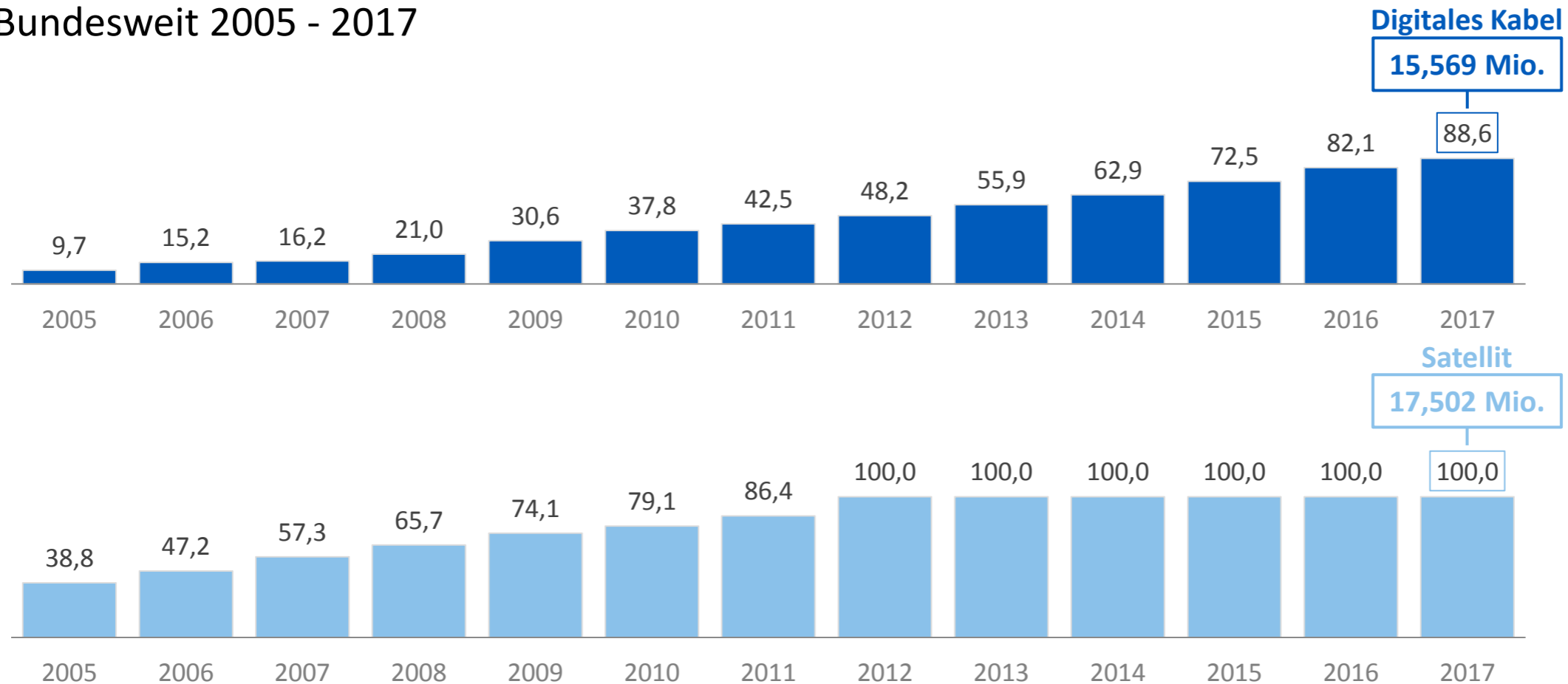
Vergleich bundesweit – Sachsen-Anhalt



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang
Basis: 38,306 Mio. TV- Haushalte in Deutschland / 1,128 Mio. TV-Haushalte in Sachsen-Anhalt

Digitalisierung der Übertragungswege

Bundesweit 2005 - 2017

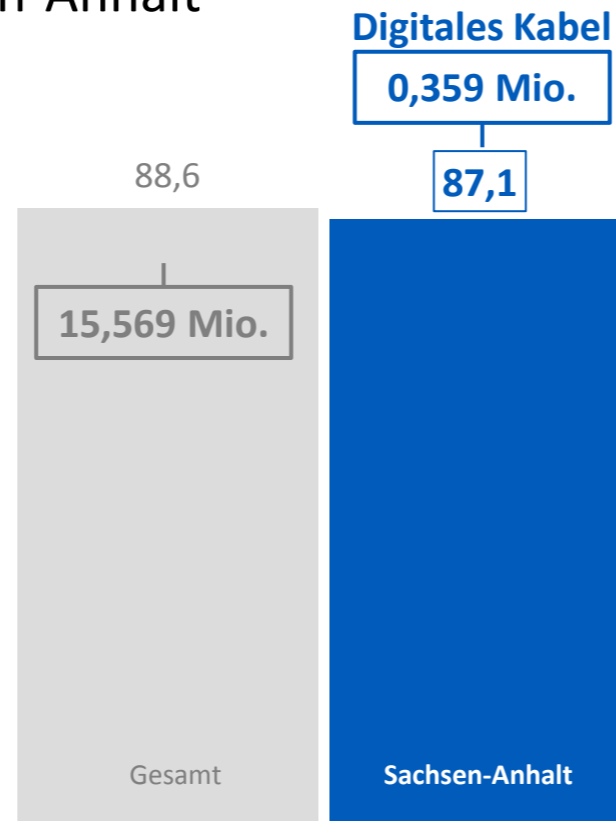


Angaben in Prozent

Basis: 17,529 / 17,571 / 19,859 / 19,558 / 19,765 / 19,273 / 18,928 / 18,201 / 17,656 / 17,860 / 17,933 / 17,474 / 17,564 Mio. Kabel-TV-HH //
14,616 / 14,242 / 15,734 / 15,657 / 15,733 / 16,048 / 16,843 / 17,320 / 17,624 / 17,779 / 18,079 / 17,687 / 17,502 Mio. Sat-TV-HH

Digitalisierung der Kabel-TV-Haushalte

Vergleich bundesweit – Sachsen-Anhalt

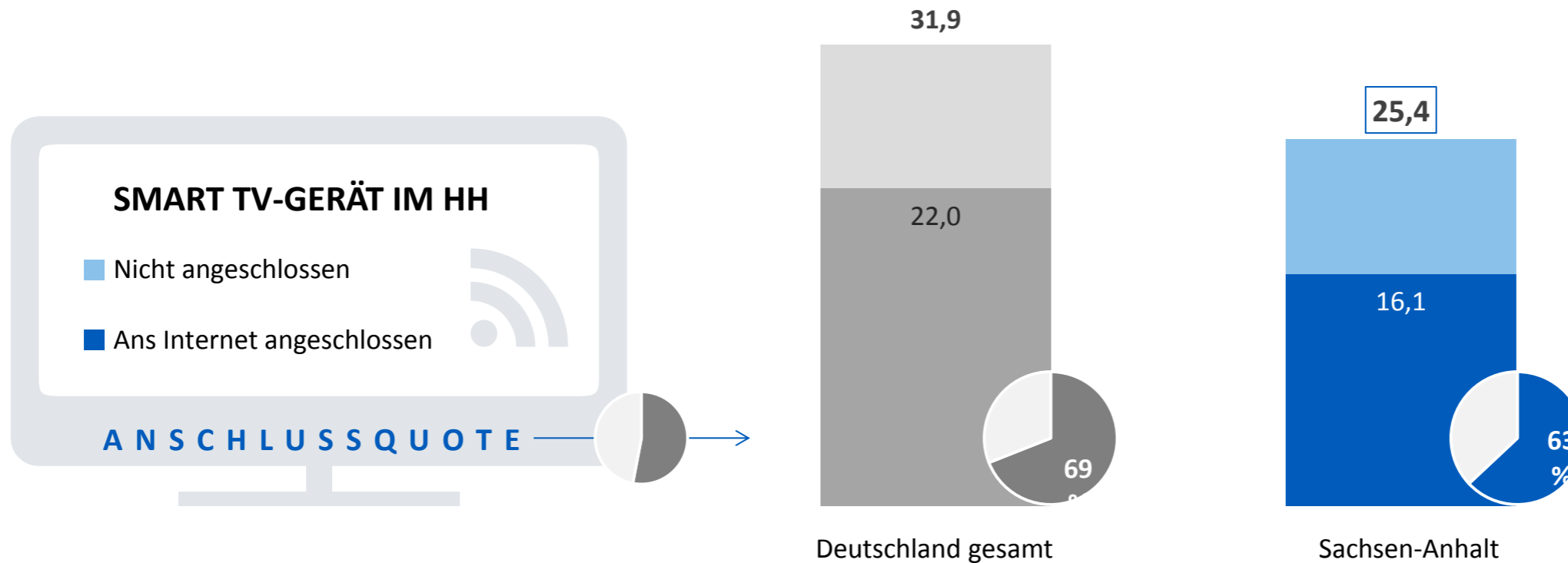


Angaben in Prozent

Basis: 17,564 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland / 0,412 Mio. Kabel-TV-HH in Sachsen-Anhalt

Smart TV – Ausstattung: Anschlussquote

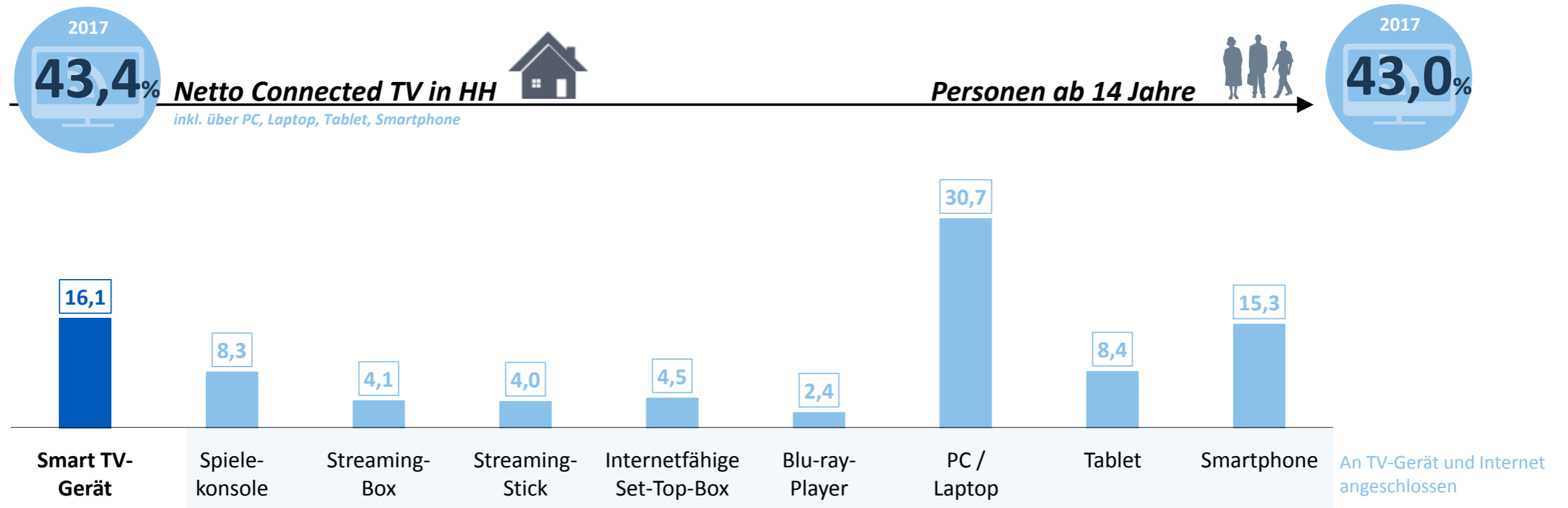
Vergleich bundesweit – Sachsen-Anhalt



Angaben in Prozent
 Basis: 38,306 Mio. TV-HH in Deutschland / 1,128 Mio. TV-HH in Sachsen-Anhalt

Connected TV Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt

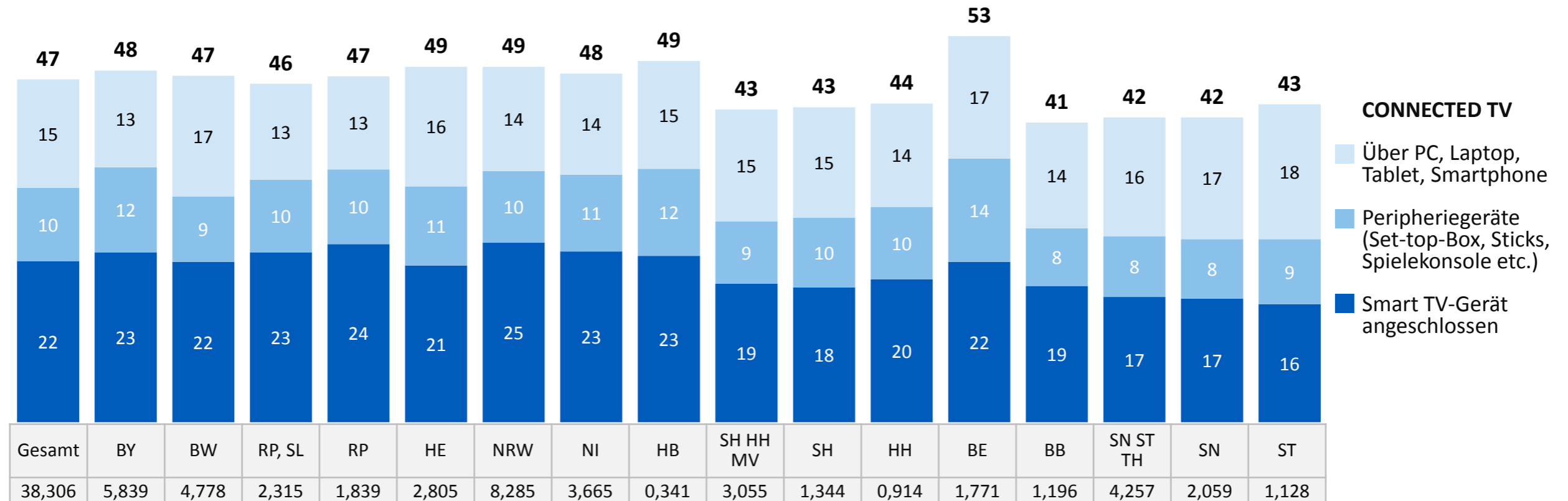


Angaben in Prozent

Basis: 1,128 Mio. TV-Haushalte in Sachsen-Anhalt // 1,954 Mio. Personen ab 14 Jahre in Sachsen-Anhalt

Connected TV

Bundesländer im Vergleich

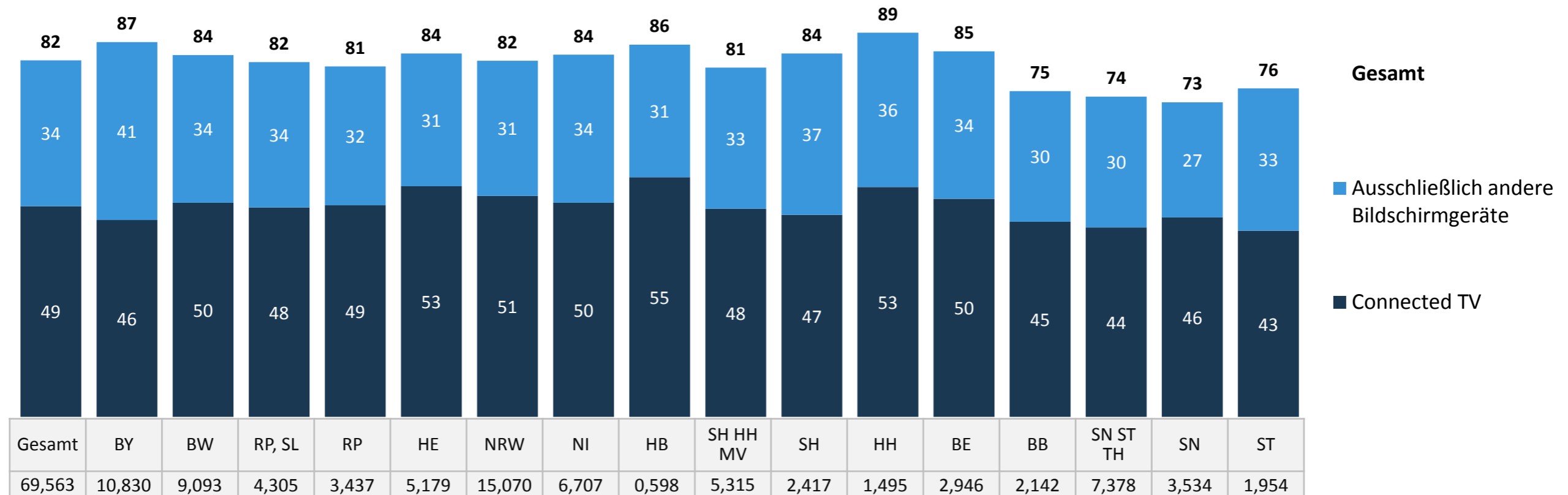


Angaben in Prozent
 Basis: 38,306 Mio. TV-Haushalte in Deutschland



TV- und Videonutzung – Zugang zu Videonutzungsmöglichkeiten

Bundesländer im Vergleich

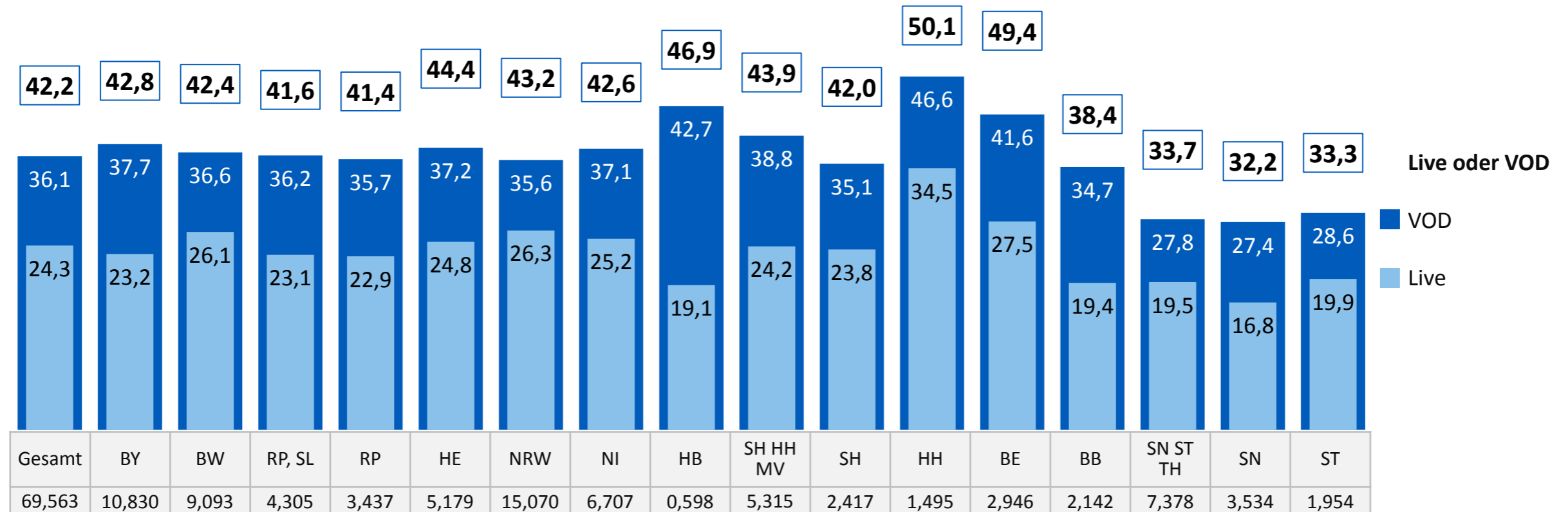


Angaben in Prozent
 Basis: 69,563 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



OTT-Nutzung im Trend: Monatliche Nutzer

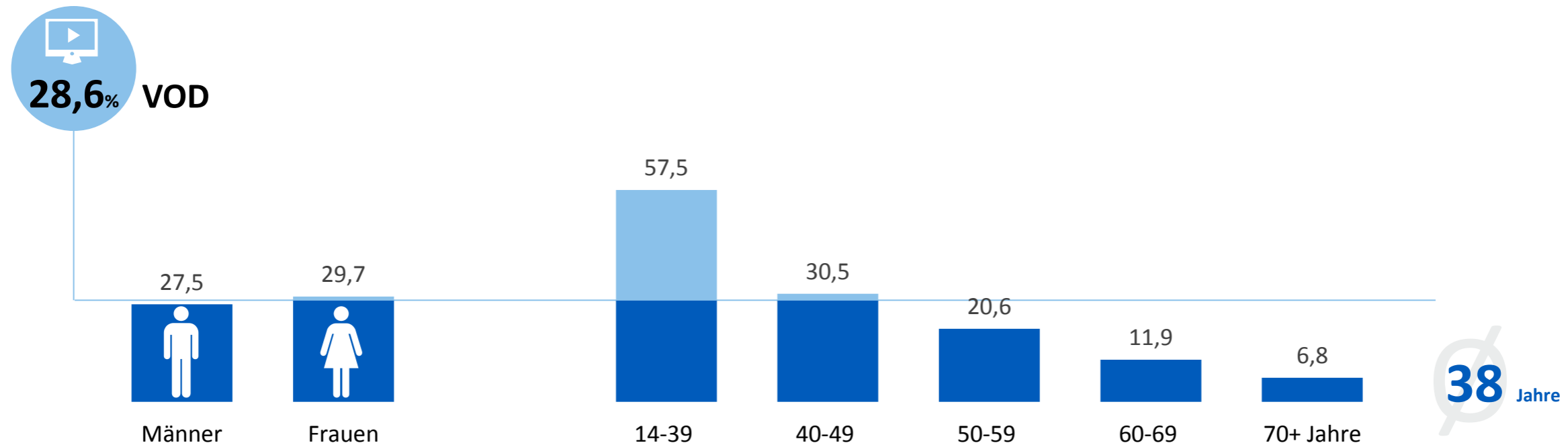
Bundesländer im Vergleich



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat
 Basis: 69,563 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

VOD: Monatliche Nutzer Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt

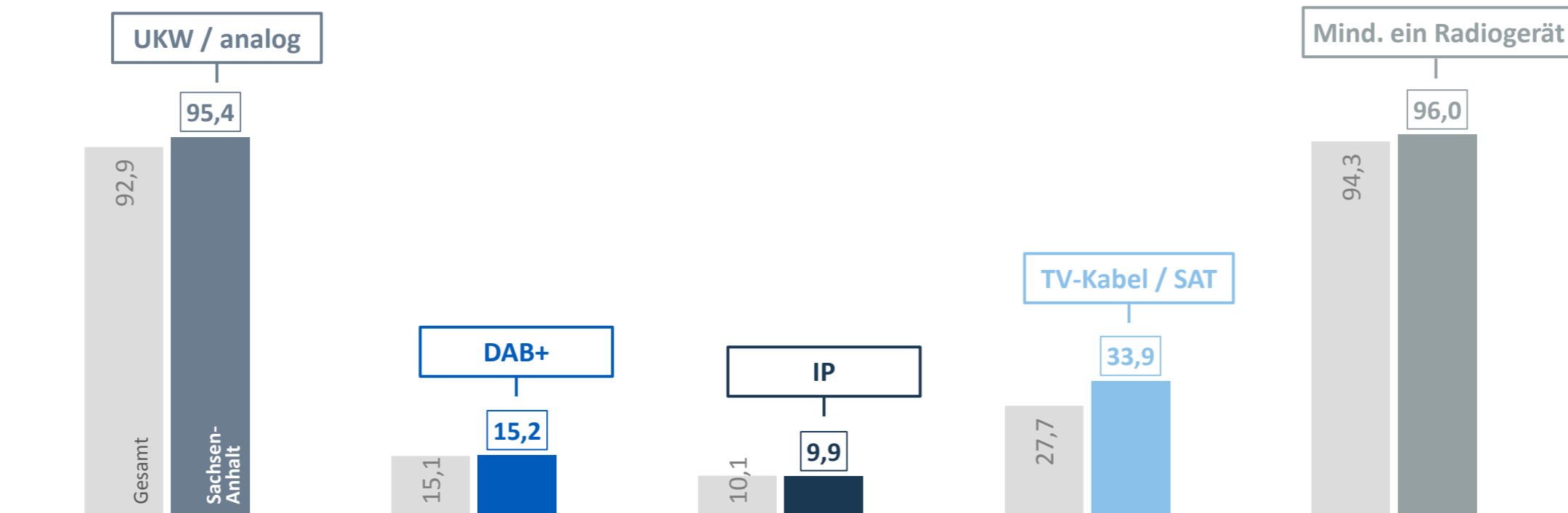


Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) mindestens einmal pro Monat
 Basis: 1,954 Mio. Personen ab 14 Jahre in Sachsen-Anhalt



Haushaltsausstattung Radiogeräte im Vergleich

Vergleich bundesweit – Sachsen-Anhalt



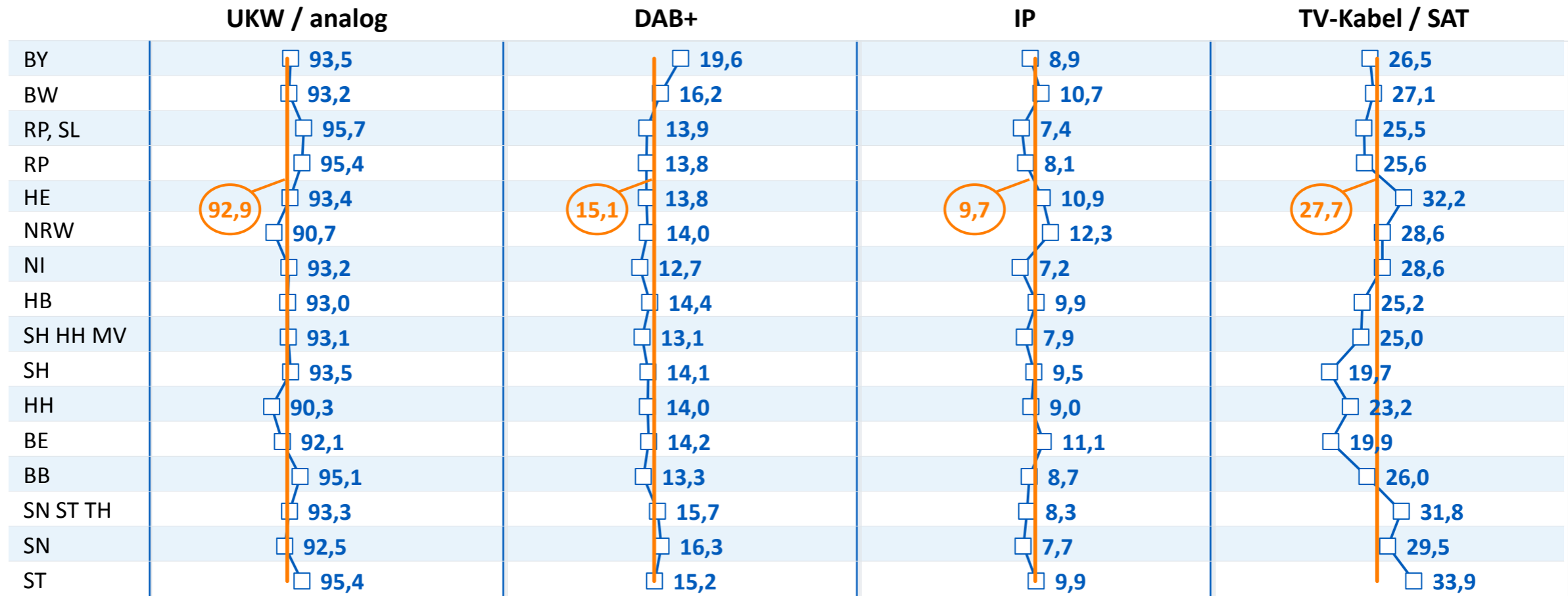
Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 39,672 Mio. Haushalte in Deutschland / 1,152 Mio. Haushalte in Sachsen-Anhalt



Haushaltsausstattung Radiogeräte

Bundesländer im Vergleich

— Bundesland — Bundesweit

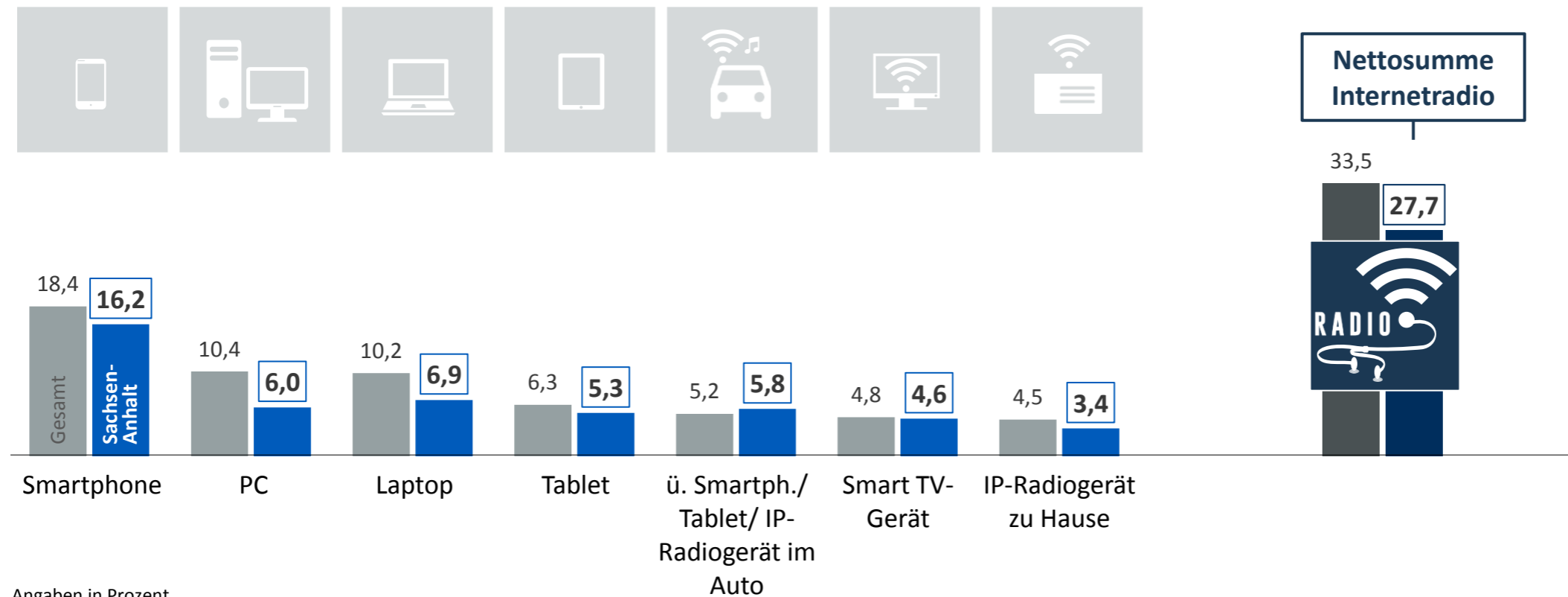


Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 39,672 Mio. Haushalte in Deutschland



Nutzung Internetradio – Personen

Vergleich bundesweit – Sachsen-Anhalt



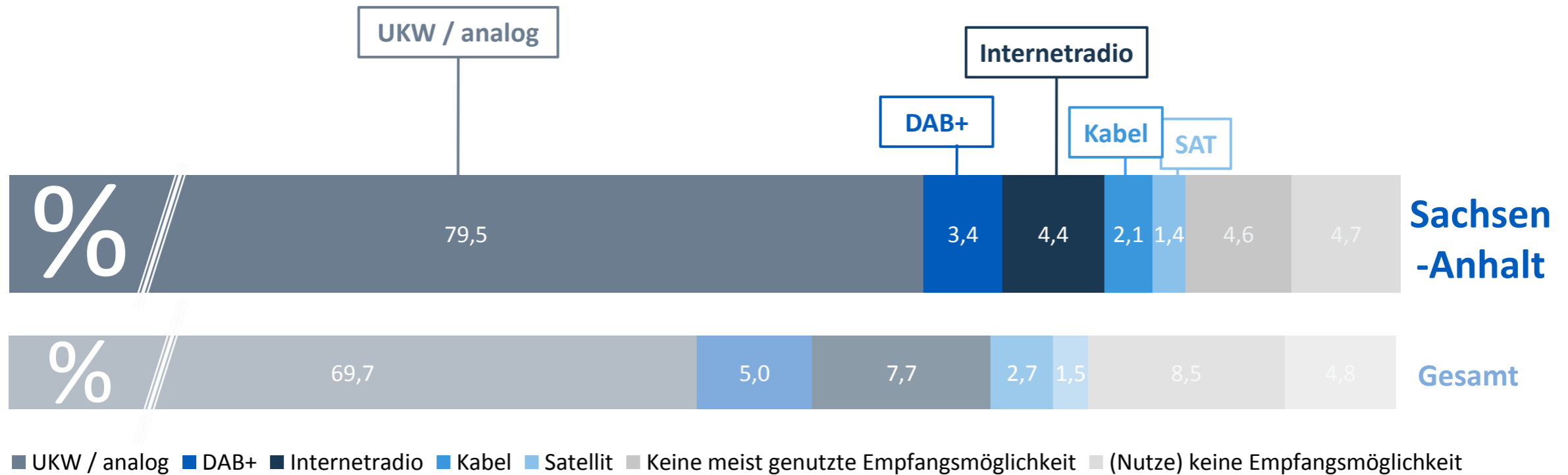
Angaben in Prozent

Basis: 69,563 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / 1,954 Mio. Personen ab 14 Jahre in Sachsen-Anhalt



Meistgenutzte Radioempfangsart

Vergleich bundesweit – Sachsen-Anhalt



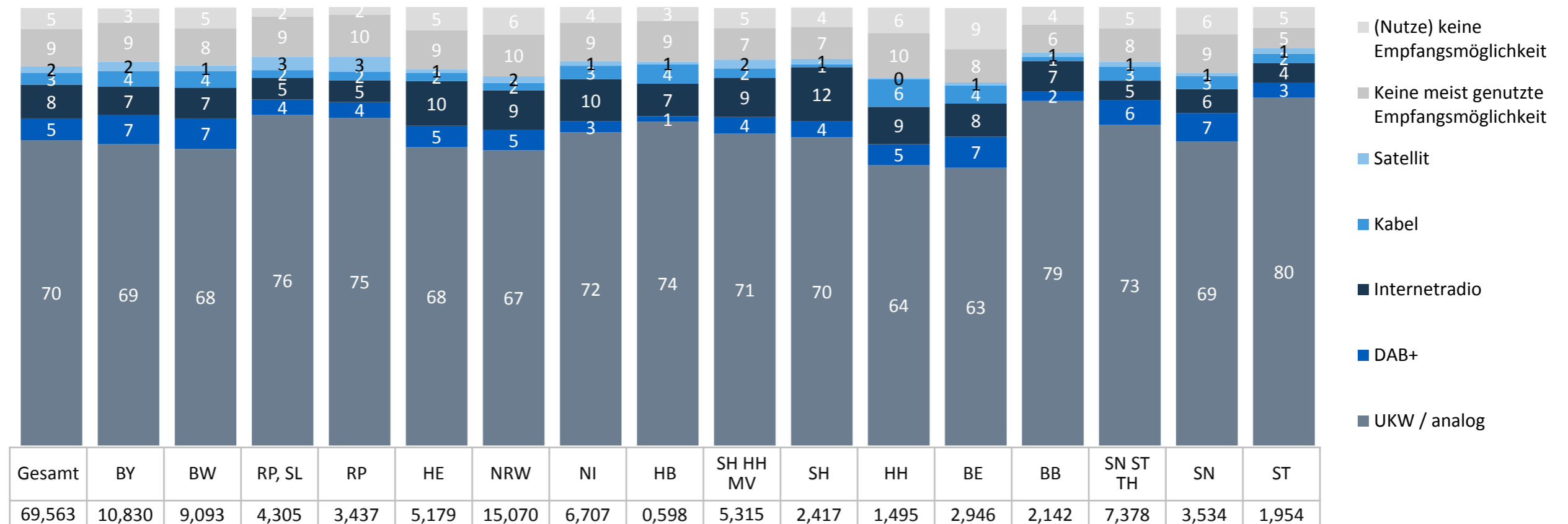
Angaben in Prozent

Basis: 69,563 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / 1,954 Mio. Personen ab 14 Jahre in Sachsen-Anhalt



Meistgenutzte Radioempfangsart

Bundesländer im Vergleich



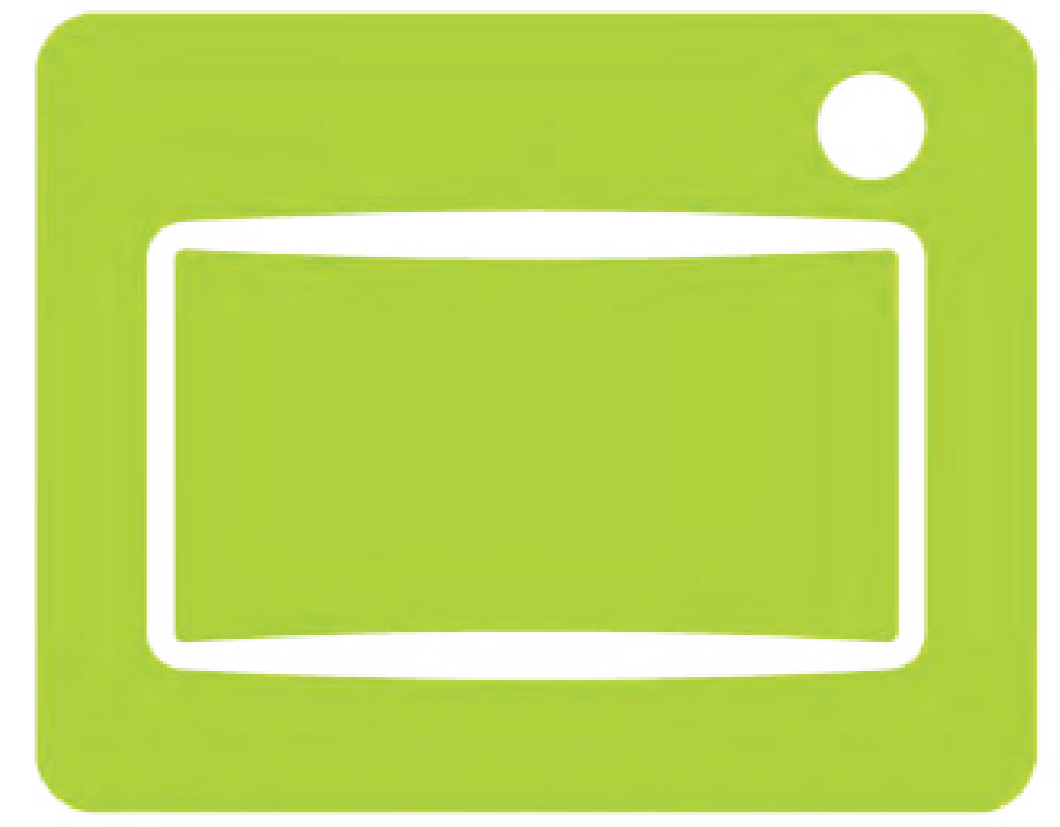
Angaben in Prozent
 Basis: 69,563 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Anlage 2

DVB-T-T2 Plakat Mitteldeutschland Stand April 2018

Prognose für den DVB-T2-HD-Empfang in Mitteldeutschland

Ausbaustand: April 2018 - Komplettausbau für Ende 2018 geplant



DVB-T2 HD
Kleine Antenne.
Großes Fernsehen.



Machen Sie den Empfangscheck: www.dvb-t2hd.de/emfangscheck

- DVB-T2-HD-Empfang mit Zimmer- und Außenantenne
- DVB-T2-HD-Empfang mit Außenantenne
- DVB-T2-HD-Empfang nur mit Dachantenne
- DVB-T2-HD-Empfang von freenet TV mit Zimmer- und Außenantenne
- Öffentlich-rechtliche ohne freenet TV
- Öffentlich-rechtliche plus freenet TV

Die dargestellten Gebiete stellen eine rechnerisch ermittelte Empfangsprognose dar; Angaben ohne Gewähr. Die Empfangssituation ist teilweise von der Bebauung vor Ort und vor allem in den Randgebieten der Empfangsbereiche vom Antennenaufwand abhängig. DVB-T2 HD erfordert ein DVB-T2- und HEVC/H.265-fähiges Empfangsgerät; für den Empfang von verschlüsselten Privatsendern wird ein freenet TV zertifiziertes Empfangsgerät benötigt, alternativ kann eine Nachrüstung mit einem freenet TV CI+ Modul erfolgen.

Programmbelegung DVB-T2 HD

Die Programme von ARD und ZDF sind frei empfangbar



Lokal im DVB-T zusätzlich um Bitterfeld, Halle, Leipzig, Dresden, Chemnitz, Zwickau, Plauen, Auerbach, Görlitz, Bautzen, Ilmenau



freenet TV



Zusätzlich frei empfangbar



Anlage 3

Digitalisierungsbericht DAB+ 2017 Beileger

Ergebnisse DAB+-Reichweitenstudie 2017 und Perspektive Media Analyse

Dr. Kristian Kunow

Im Zuge der Digitalisierung hat sich das Angebot an Radioprogrammen in den letzten Jahren vervielfältigt. Neben Internetradio hat sich DAB+ als digital-terrestrischer Empfangsweg etabliert. Die Attraktivität von DAB+ zeigt sich nicht zuletzt anhand des deutlich gestiegenen Interesses an den von den Landesmedienanstalten ausgeschriebenen Kapazitäten für regionale und auch bundesweite DAB+-Verbreitung.

Wie in der analogen Welt des UKW-Radios hängt die Refinanzierung der digitalen Verbreitung privater Radioangebote in wesentlichen Teilen von einer im Markt anerkannten Ausweisung der Reichweiten ab. Die für den Werbemarkt relevante Ausweisung ist die der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse (agma). Mit der ma Radio 2000 wurde vor fast zwei Jahrzehnten die bis heute praktizierte Methode der Reichweitenermittlung anhand computergestützter telefonischer Interviews (CATI) entwickelt. Vor drei Jahren hat die agma mittels einer in Teilen technischen Messung die Erhebung für Audioangebote im Internet entwickelt. Die Ergebnisse der ma IP Audio werden mit denen der klassischen ma Radio in die neue Währungsstudie fusioniert, die ma Audio.

Nach wie vor ungelöst ist das Problem, dass die über DAB+ erzielten Reichweiten nur unzureichend in der ma Radio bzw. ma Audio abgebildet werden. Dieses Problem betrifft vor allem die bundesweiten sowie originären DAB+-Programme, die keine Simulcast-Verbreitung haben. Grund sind die Abfrage-Konventionen der agma. Entwickelt in Zeiten ausschließlich analoger, lokaler bzw. regionaler eng definierter Radioverbreitung,

bilden sie eine hohe Hürde für Nicht-UKW-Angebote in den Genuss einer gestützten Abfrage zu kommen. Ohne eine gestützte bzw. namentliche Abfrage durch Vorlesen des Sendernamens und Senderslogans in den Telefoninterviews sinken die Chancen der DAB+-Angebote, auf die Anzahl von Nennungen zu kommen, die für einen Reichweitausweis durch die Media Analyse notwendig ist.

Ohne die ma-Ausweisung bieten sich den bundesweiten bzw. originären DAB+-Anbietern kaum Chancen erfolgreicher Werbevermarktung. Aber auch die Anbieter von Simulcast-Programmen können aktuell anhand der Media Analyse nicht feststellen, welchen Reichweitenanteil sie über den Empfangsweg UKW erzielen und welchen über DAB+.

Die DAB+-Reichweitenstudie 2017 und Fusion in die ma Audio 2018

Bereits seit einigen Jahren fordern die Landesmedienanstalten und verschiedene private Anbieter, dieses Problem zu lösen. Im März 2016 schließlich hatte die agma den Beschluss gefasst, eine eigenständige DAB+-Studie zu entwickeln. Gemeinsam mit der ARD, Deutschlandradio, Media Broadcast sowie privaten Radioanbietern hatten die Landesmedienanstalten daraufhin im Sommer 2016 eine Pilotstudie zur DAB+-Nutzung beim agma-Institut Media-Micro-Census in Auftrag gegeben. Anhand der Pilotstudie haben die zuständigen Gremien der agma die Anforderungen an eine DAB+-Reichweitenstudie unter dem Dach der agma weiter ausformuliert.

Die Auftraggeber der letztjährigen Pilotstudie plus weitere private Anbieter haben in diesem Jahr eine DAB+-Reichweitenstudie bei MMC beauftragt, die den Anforderungen der agma-Gremien genügt. Mit einer Ausnahme: Auch in diesem Jahr dient die für den Digitalisierungsbericht erhobene Haushaltsausstattung mit DAB+-Radiogeräten als Hochrechnungs- und Gewichtungsbasis der DAB+-Reichweitenstudie.

Mit der diesjährigen Studie werden seitens der agma die notwendigen Tests zur Integration in die ma Audio durchgeführt. Zeitgleich mit der „Frühjahrswelle“ der ma Radio werden dann auch die DAB+-Reichweiten erstmals im Rahmen einer dezidierten DAB+-Studie der agma erhoben und im Herbst 2018 in die Währungsstudie ma Audio fusioniert. Damit werden auch erstmals in Deutschland Daten zu den Nutzungsanteilen vorliegen, die auf DAB+ im Vergleich zu Internetradio und UKW entfallen.

Methodik DAB+-Reichweitenstudie 2017

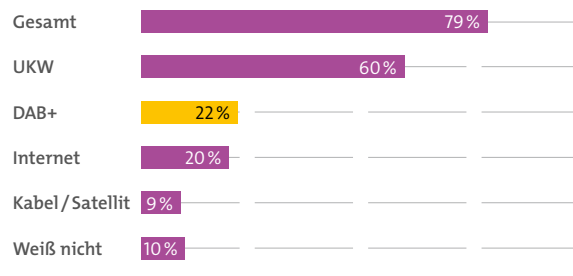
Den von der agma formulierten Anforderungen folgend wurde das methodische Konzept im Vergleich zu dem der letztjährigen Pilotstudie noch einmal erheblich verändert. Die Pilotstudie basierte auf einer Online-Tagebuch-Befragung (Dauer 8 Tage). Für die Tagebucherhebung konnten per Online-Access-Panel sowie CATI-Bus-Befragung insgesamt rund 2.300 Teilnehmer rekrutiert werden.

In diesem Jahr wurde auf eine sogenannte Day-After-Recall-Befragung (DAR) umgestellt, im Rahmen derer die Teilnehmer Auskunft über ihre Radionutzung am vergangenen Tag gaben. Fast die Hälfte der Teilnehmer wurde, wie in der ma Radio praktiziert, telefonisch mittels CATI befragt, die andere Hälfte online per CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Insgesamt über 6.000 Personen ab 14 Jahre mit DAB+-Radiogerät im Hause und/oder im Auto wurden auf verschiedenen Wegen für die Studie rekrutiert. Damit ist die ermittelte Radionutzung der diesjährigen Studie gemäß Digitalisierungsbericht repräsentativ für rund 10,5 Millionen Personen mit Zugang zu

einem DAB+-Radiogerät. Die Studie wurde erstmals von zwei Marktforschungsinstituten durchgeführt, Kantar TNS und IFAK.

Abb. 1:

Tagesreichweite nach Empfangswegen (Mo.–So.)



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland mit einem DAB+ Radio zu Hause und/oder im Auto, n = 6.014; Quelle: DAB+-Reichweitenstudie 2017, Media-Micro-Census GmbH, Kantar TNS, IFAK

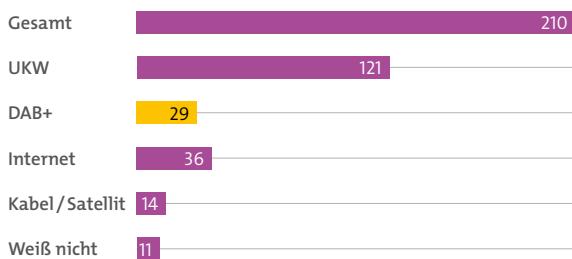
DAB+ mit höherer Tagesreichweite als Internetradio

Auch Personen mit einem DAB+-Radiogerät im Hause und/oder Auto besitzen deutlich mehr UKW-Geräte als DAB+-Geräte. Den Studienergebnissen zufolge sind nur ein Fünftel der Radiogeräte zuhause DAB+-Geräte. Im Auto sind es im Durchschnitt rund ein Drittel. Damit sind die Nutzungsmöglichkeiten anderer Empfangswege, insbesondere UKW, auch bei DAB+-Nutzern nach wie vor bedeutend größer.

Radio gesamt weist bei den DAB+-Nutzern eine Tagesreichweite (Montag-Sonntag) von 79 Prozent auf (Abb. 1). Die erhobene Tagesreichweite von DAB+ beläuft sich auf 22 Prozent. Das bedeutet, dass gut ein Fünftel der Personen mit einem DAB+-Radiogerät an einem durchschnittlichen Tag Radio über DAB+ hört. 60 Prozent hören Radio über UKW, 20 Prozent über das Internet. Damit weist DAB+ eine höhere Tagesreichweite als Internetradio auf und das, obwohl die Zahl der verfügbaren internetfähigen Endgeräte wie Laptop, PC, Smartphone oder auch Tablet die der DAB+-Geräte deutlich übersteigen dürfte. Weit abgeschlagen ist der Radioempfang über Kabel und Satellit mit einer Tagesreichweite von 9 Prozent.

Abb. 2:

Hördauer in Minuten (Mo.–So.) nach Empfangswegen



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland mit einem DAB+ Radio zu Hause und / oder im Auto, n = 6.014; Quelle: DAB+-Reichweitenstudie 2017, Media-Micro-Census GmbH, Kantar TNS, IFAK

Im Schnitt hören DAB+-Nutzer mit 210 Minuten deutlich mehr Radio als die Durchschnittsdeutschen (vgl. ma Audio). Die längste Hördauer entfällt auch hier mit durchschnittlich 121 Minuten auf die UKW-Nutzung (Abb. 2). Personen mit einem DAB+-Radiogerät hören im Schnitt etwa eine halbe Stunde bzw. 29 Minuten täglich über DAB+ und 36 Minuten über Internetradio. Kabel und Satellit kommen auf eine Hördauer von 14 Minuten.

Betrachtet man nur diejenigen Personen über 14 Jahre, die gestern (auch) Radio über DAB+ gehört haben, zeigt sich, dass hier die auf DAB+ entfallende Hördauer mit 130 Minuten sogar die von UKW mit 101 Minuten übersteigt (Abb. 3). Zudem wird deutlich, dass die DAB+-Nutzung sich positiv auf die Radiohördauer insgesamt auswirkt. Mit 301 Minuten liegt die Radionutzung der DAB+-Hörer gestern noch einmal deutlich über der von Personen mit DAB+-Radiogerät insgesamt (210 Minuten, s. o.).

DAB+ mit einem Nutzungsanteil von 14 Prozent

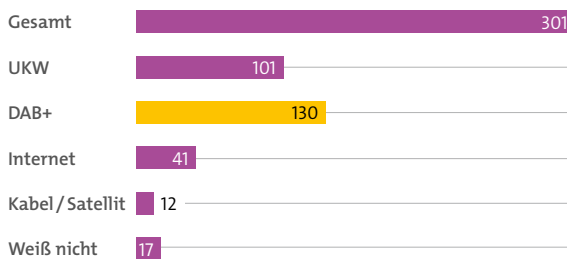
Gemessen an der Hördauer entfällt auf DAB+ ein Nutzungsanteil von 14 Prozent bzw. 29 von 210 Minuten der durchschnittlichen Radionutzung von Personen mit einem DAB+-Radiogerät im Hause und/oder im Auto.

Die gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Programmangebote sind bereits besonders stark

Abb. 3:

Gestern über DAB+ gehört (Mo.–So.)

Hördauer in Minuten

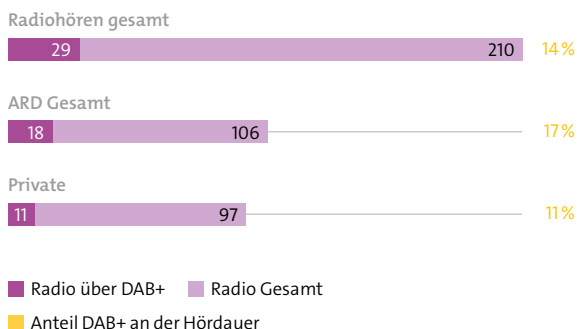


Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland mit einem DAB+ Radio zu Hause und / oder im Auto, n = 6.014; Quelle: DAB+-Reichweitenstudie 2017, Media-Micro-Census GmbH, Kantar TNS, IFAK

über DAB+ vertreten. Dies schlägt sich auch in einem höheren DAB+-Nutzungsanteil nieder. Überdurchschnittliche 17 Prozent der Nutzung öffentlich-rechtlicher Programme entfallen auf DAB+-Angebote (Abb. 4). Das entspricht einer Hördauer von 18 Minuten an einem durchschnittlichen Tag. Die werbefinanzierten privaten DAB+-Angebote hingegen kommen auf 11 Minuten bzw. einen DAB+-Nutzungsanteil von 11 Prozent. Auch insgesamt ist die Hördauer öffentlich-rechtlicher Angebote bei den DAB+-Nutzern mit 106 Minuten etwas höher als die privater Programme mit durchschnittlich 97 Minuten.

Abb. 4:

DAB+ Anteil an Hördauer in Minuten (Mo.–So.)



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland mit einem DAB+ Radio zu Hause und / oder im Auto, n = 6.014; Quelle: DAB+-Reichweitenstudie 2017, Media-Micro-Census GmbH, Kantar TNS, IFAK

Mit Blick auf die Bundesländer bzw. Regionen in Deutschland wird deutlich, dass der DAB+-Nutzungsanteil regional sehr unterschiedlich ausfällt. Personen mit einem DAB+-Radiogerät zu Hause und/oder im Auto hören im Südosten der Republik besonders viel über DAB+. An der Spitze liegt Hessen mit einem DAB+-Nutzungsanteil von 20 Prozent, gefolgt von Bayern und der Region Mitteldeutschland (Sachsen-Anhalt, Thüringen und Sachsen) mit jeweils 18 Prozent. In diesen Ländern bzw. Regionen erzielen sowohl die öffentlich-rechtlichen als auch die privaten Angebote ihre Spitzenwerte. So kommen die DAB+-Angebote des Bayerischen Rundfunks auf einen Anteil von 24 Prozent der Nutzung öffentlich-rechtlicher Radioprogramme in Bayern insgesamt. In Mitteldeutschland erzielen die öffentlich-rechtlichen DAB+-Angebote 21 Prozent, in Hessen 20. Einzig in Hessen sind die privaten DAB+-Angebote mit einem Anteil von 20 Prozent an der gesamten Privatradionutzung auf Augenhöhe mit den Öffentlich-Rechtlichen. Aber auch in Bayern und Mitteldeutschland erzielen private Programme mit 14 Prozent jeweils Spitzenwerte. Sowohl was den DAB+-Nutzungsanteil gesamt, als auch den der öffentlich-rechtlichen und privaten DAB+-Angebote betrifft, bilden Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen/Bremen die Schlusslichter.

DAB+-Programmnutzung erzielt beachtliche Werte – Nachholbedarf am Arbeitsplatz

Wenn auch aus methodischen Gründen nicht unmittelbar vergleichbar, so bestätigen die Ergebnisse der DAB+-Reichweitenstudie 2017 die im letzten Jahr anhand der Pilotstudie getroffene Feststellung, dass neben der Marktdurchdringung von DAB+-Radiogeräten auch die tatsächliche Programmnutzung über DAB+ bereits beachtliche Werte erzielt. Absolut betrachtet weist DAB+ eine Tagesreichweite von 2,5 Millionen Personen über 14 Jahre auf. Eine Million davon wird (auch) unterwegs im Auto erreicht.

Damit die Radionutzung über DAB+ weiter an Dynamik gewinnt, ist es zum einen wichtig, dass die Zahl der Personen mit Zugang zu einem DAB+-Radiogerät weiter steigt. Zum anderen wird entscheidend sein, dass die Anzahl der für einen Radiohörer verfügbaren DAB+-Radiogeräte sich erhöht und damit die Nutzungswahrscheinlichkeit von DAB+. Ein wichtiger Faktor sind hier sicherlich serienmäßig verbaute DAB+-fähige Autoradios. Aber auch am Arbeitsplatz, wo Radio eine besonders hohe Verweildauer erzielt, hat DAB+ noch deutlichen Nachholbedarf.

DAB+-Programme erzielen ausweisbare Reichweiten

Die Ergebnisse zeigen zudem, dass DAB+-Programme überall dort bereits besonders stark genutzt werden, wo neben einer hohen Marktdurchdringung von DAB+-Geräten ein breites Programmangebot aus öffentlich-rechtlichen und privaten DAB+-Angeboten vorhanden ist. Während die DAB+-Verbreitung der öffentlich-rechtlichen Programme gebührenfinanziert ist, sind die privaten Programme auf eine Refinanzierung der Verbreitungskosten am Werbemarkt angewiesen. Die programmbezogenen Ergebnisse der DAB+-Reichweitenstudie 2017 zeigen, dass DAB+-Kombis, einzelne originäre DAB+-Programmangebote und Simulcastangebote nach dem ZAW-Rahmenschema und den Vorgaben der AGMA ausweisbare Reichweiten über DAB+ erzielen. Die Studie ist darüber hinaus ein wichtiger Schritt in Richtung Ausweisung dieser DAB+-Reichweiten durch die Media-Analyse im nächsten Jahr.

Impressum:

Beilage zum Digitalisierungsbericht 2017
Copyright die Medienanstalten

Die Studie wurde von den Medienanstalten gemeinsam mit ARD, Absolut digital, Antenne Sylt, Deutschlandradio, Kultradio.fm, Lulu Media, Media Broadcast, Radio Energy, Regiocast, Schlagerparadies und Schwarzwaldradio bei mmc beauftragt und von Kantar TNS und IFAK durchgeführt.

Anlage 4

Wohnungswirtschaftliche Eckpunkte

Berlin, im April 2018

Wohnungswirtschaftliche Eckpunkte für eine Unterstützung der analogen Abschaltung im Kabel

1 Präambel

Die TV-Zukunft ist digital. Netzbetreiber und Wohnungswirtschaft gehen davon aus, dass ein digitaler Nutzungsgrad von mindestens 85 Prozent einen Orientierungsmaßstab für eine analoge Abschaltung im Kabel darstellt. Nach den Zahlen des Digitalisierungsberichts 2017 betrug der Anteil der digitalen Nutzung im Juni 2017 bereits 88,6 Prozent. Im Markt zeichnet sich daher eine Tendenz ab, das analoge Kabelfernsehen in Richtung Jahresende 2018 einzustellen. Diese Tendenz wird auch gestärkt durch die in zwei Bundesländern bestehenden gesetzlichen Regelungen, die ein Ende der analogen TV-Übertragung im Kabel zum Jahresende 2018 vorschreiben.

Das digitale TV-Angebot hat in Bezug auf Umfang und Qualität Vorteile für Endkunden und Mieter. Die Abschaltung der analogen Übertragung schafft mehr Kapazität und bietet damit – je nach Netzbetreiber – die Möglichkeit für ein größeres Angebot an HDTV- und UHDTV-Programmen sowie mehr nichtlineare Angebote. Gleichzeitig schafft die Abschaltung die Voraussetzungen für den Breitbandausbau im Gigabit-Bereich. Gleichwohl ist derzeit der ausschließliche analoge TV-Empfang für 1,8 Millionen Kabelhaushalte Alltag. Insbesondere bei Haushalten mit älteren Bewohnern und geringerem Einkommen ist daher die Sozialverträglichkeit des Umstiegs zu berücksichtigen.

Die Abschaltung analoger Programme ist jedoch so zu gestalten, dass kein TV-Nutzer bzw. Wohnungsmieter im Hinblick auf Programmvielfalt, Empfangskomfort und Kosten des Empfangs Einbußen erleidet. Kabelnetzbetreiber und Wohnungswirtschaft teilen das Ziel, den Übergang vom analogen zum digitalen TV möglichst reibungslos und mieterfreundlich zu gestalten. Dem Wunsch der Wohnungswirtschaft, die analoge Abschaltung unabhängig von einer Frequenzumbelegung durchzuführen, können die Netzbetreiber aufgrund individuell unterschiedlicher Vorgehensweisen nicht generell entsprechen. Die Verbände der Netzbetreiber empfehlen ihren Mitgliedern jedoch, die Abschaltung und eine Frequenzumbelegung in so kleinen Clustern und mit detaillierten Fehleranalysen zu planen, dass immer eine ausreichende Hotline-Betreuung von den Netzbetreibern gegeben ist und auftretende Fehler zeitnah beseitigt werden. Um für diesen Übergang einen gemeinsamen Rahmen zu bieten, haben sich die unterzeichnenden Verbände auf folgende **Handlungsempfehlungen** geeinigt:

2

Kabelnetzbetreiber werden ...

- 1) ... die Forderung der Wohnungswirtschaft an private Sender, werbefinanzierte Free-TV-Programme dauerhaft digital unverschlüsselt zu verbreiten, grundsätzlich unterstützen.
- 2) ... gegenüber Wohnungsunternehmen bzw. Mietern sicherstellen und eindeutig kommunizieren, dass alle zum Zeitpunkt der Umstellung vorhandenen analogen Programme auch nach der Abschaltung auf Basis der laufenden Einspeiseverträge digital empfangbar sind, soweit der jeweilige Sender digital verfügbar ist. Ferner werden sie anlässlich der Umstellung keine zusätzlichen Gebühren für vorher verfügbare Sender fordern. Dies gilt jedoch nicht für Haushalte/Mieter mit einer vor der Umstellung zum Beispiel mittels Sperrfilter reduzierten analogen Versorgung.
- 3) ... eine koordinierte und frühzeitige Kommunikation mit den Wohnungsunternehmen vornehmen und den Wohnungsunternehmen entsprechende Mieterinformationen und Umsetzungshinweise digital und als Print kostenfrei zur Verfügung stellen (z. B. Anschreiben, Hausaushänge, Prospekte/Flyer, Radio-/TV-Spots) sowie etwaig in gemeinsamer Absprache dem Wohnungsunternehmen entstehende zusätzliche Handlingkosten (z. B. Mieterinformation, Porto) zu übernehmen. Dabei können die Netzbetreiber auch auf Kommunikationsmittel zurückgreifen, die im Rahmen des von den Landesmedienanstalten initiierten Runden Tisches entwickelt und zur Verfügung gestellt werden. Die Mieterkommunikation sollte auf die Analogabschaltung und die hierfür erforderlichen Begleitinformationen gerichtet sein. Eine Kommunikation der allgemeinen Vorteile digitaler TV-Angebote kann die Akzeptanz für die Umschaltung steigern und ist daher nicht als Werbung anzusehen.
- 4) ... feste Ansprechpartner für Wohnungsunternehmen und Mieter (Hotline) benennen.
- 5) ... eine kostenfreie Erreichbarkeit während des Tages und in den Abendstunden ermöglichen, z.B. indem sie eine kostenfreie 7- Tage/Woche-Service-Hotline von 7:30 Uhr bis 22:00 Uhr mit speziell geschultem und ausreichendem Personal vorhalten.
- 6) ... in Abstimmung mit den Sendern Laufbandinformationen in die analogen Programme aufnehmen.
- 7) ... im Bedarfsfall und in Abstimmung mit ihrem wohnungswirtschaftlichen Partner in Härtefällen Mietern, die über kein digitaltaugliches Empfangsgerät verfügen und die zu einer selbstständigen Neueinrichtung ihres Empfangsgeräts nicht in der Lage sind, konkrete, kostenfreie Umstellungshilfen sowie einen Receiver (ggf. einschließlich Smartcard) kostenfrei zur Verfügung stellen.
- 8) ... in Einzelfällen, insbesondere wenn einer Abschaltung vertragliche Vereinbarungen entgegenstehen, einvernehmliche Lösungen mit Wohnungsunternehmen vereinbaren und umsetzen.
- 9) ... innerhalb einer Region möglichst koordinierte Abschaltungstermine festlegen.

3

Wohnungsunternehmen bzw. die Verbände der Wohnungswirtschaft werden ...

- 1) ... umgehend alle Anstrengungen unternehmen, um im Zusammenhang mit einer zunehmenden verschlüsselten Fernsehwelt bei privaten Free-TV-Programmen von privaten TV-Sendern eine verbindliche Zusicherung für ein dauerhaftes, unverschlüsseltes digitales TV-Basisangebot im gleichen Umfang des heutigen analogen Angebots zu erhalten.
- 2) ... eine verbandsinterne Kommunikation zur analogen Abschaltung von den Dach- zu den Regionalverbänden und zu den einzelnen Unternehmen vornehmen.
- 3) ... ein Projektbüro für den Digital-Umstieg im Kabel zum Zweck der einheitlichen und neutralen Kommunikation inhaltlich unterstützen.
- 4) ... eine koordinierte Mieterkommunikation mit dem Netzbetreiber positiv begleiten und unterstützen.
- 5) ... feste Ansprechpartner für Kabelnetzbetreiber benennen.
- 6) ... Netzbetreibern in Abstimmung mit dem Wohnungsunternehmen Anzeigenflächen kostenfrei zur Verfügung stellen, sofern der Inhalt der Anzeige klar auf Informationen zur analogen Abschaltung von TV-Programmen ausgerichtet ist (z. B. Hausaushänge, Mieterzeitung, ...).
- 7) ... alle üblichen Möglichkeiten einer direkten Mieterkommunikation zur Unterstützung der analogen Abschaltung nutzen sowie Mietern die Informationen der Kabelnetzbetreiber zur Verfügung stellen (z. B. online, Print).
- 8) ... bestehende Verträge mit Kabelnetzbetreibern prüfen und ggf. anpassen, wenn dadurch dem Wohnungsunternehmen und seinen Mietern kein Nachteil entsteht.

GdW Bundesverband deutscher Wohnungs- und Immobilienunternehmen e. V.

Berlin, im April 2018



Axel Gedaschko
Präsident

BBU Verband Berlin-Brandenburgischer Wohnungsunternehmen e.V.

Berlin, im April 2018



Maren Kern
Vorstandsmitglied

ANGA Verband Deutscher Kabelnetzbetreiber e.V.

Köln, im April 2018



Thomas Braun
Präsident

Fachverband Rundfunk- und BreitbandKommunikation (FRK)

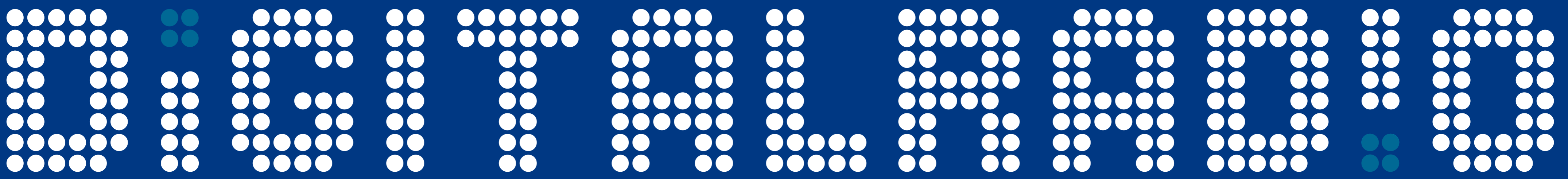
Lauchhammer, im April 2018



Heinz-Peter Labonte
Vorsitzender des Vorstandes

Anlage 5

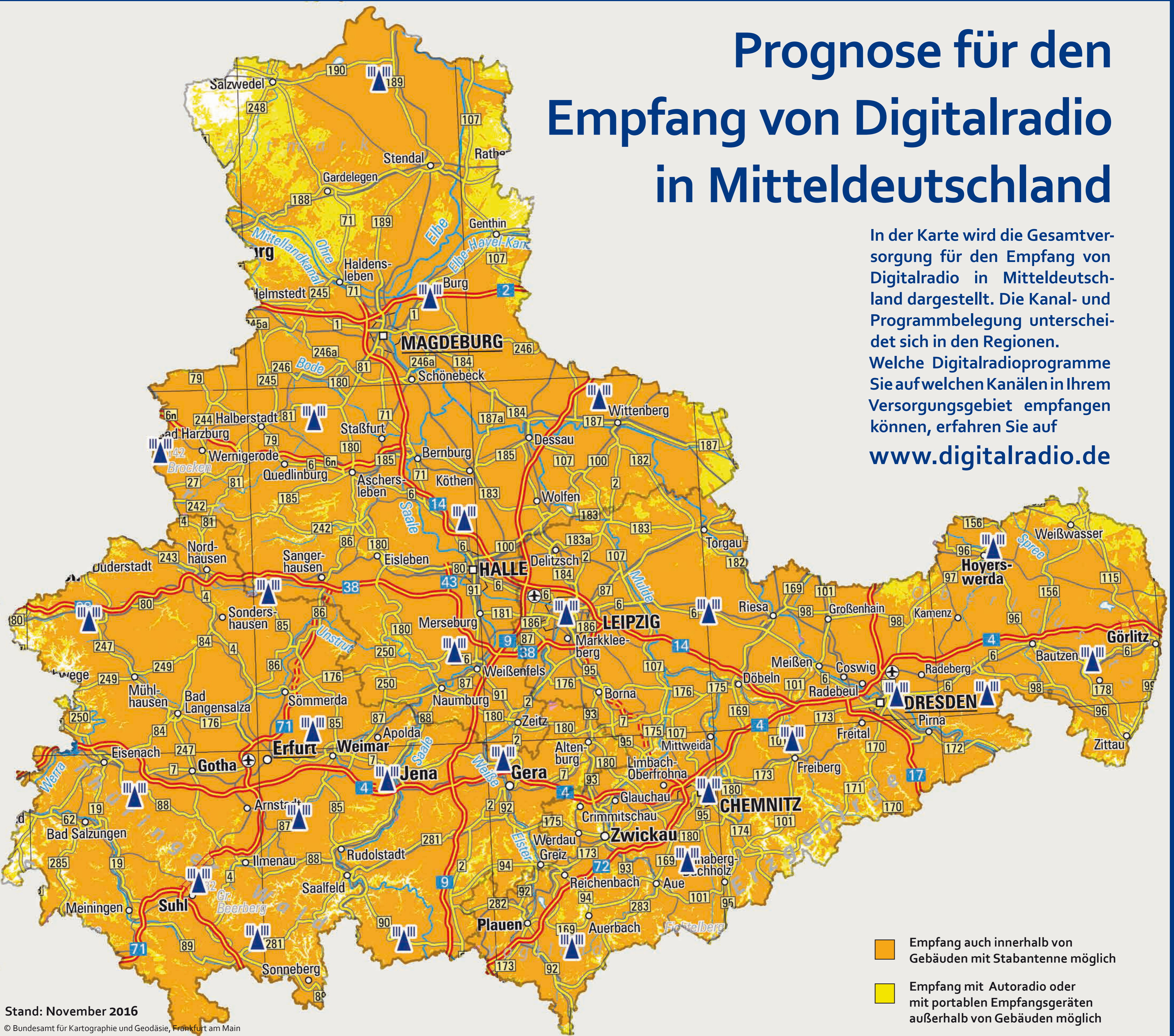
DAB+ Plakat Mitteldeutschland Stand November 2016



DAB+

Prognose für den Empfang von Digitalradio in Mitteldeutschland

In der Karte wird die Gesamtversorgung für den Empfang von Digitalradio in Mitteldeutschland dargestellt. Die Kanal- und Programmbelegung unterscheidet sich in den Regionen. Welche Digitalradioprogramme Sie auf welchen Kanälen in Ihrem Versorgungsgebiet empfangen können, erfahren Sie auf www.digitalradio.de



 www.radiosaw.de	 Regionalisierungen Magdeburg, Halle, Dessau und Stendal	 Das Radio wie wir				
 Die besten Hits von heute!	 Regionalisierungen Dresden, Leipzig, Chemnitz, Bautzen, Sorben und Extra	 Das Sachsenradio				
	 Regionalisierungen Erfurt, Gera, Suhl und Heiligenstadt	 MDR THÜRINGEN DAS RADIO				
 Die besten Hits von heute!				 wir sind unter euch		
 RADIO AN UND LAUT		 Mit Böttcher & Fischer DAB+	 HIT MUSIC ONLY!	 Leben mit Gott	 Classic Hits & Super Oldies	

Um die Digitalradioprogramme und Frequenzen in den jeweiligen Versorgungsgebieten zu empfangen, wird empfohlen, einen Sendersuchlauf durchzuführen.
© Digitaler Rundfunk