

08.03.2017 | INTERVIEW ZUR DEBATTE:

ZUM DEBATTENVERLAUF →

MEHR VIELFALT BEI DAB+ - KOMMT DER DURCHBRUCH ...

## REINE MUSIKTEPPICHE WERDEN AUF DAB+ KEINEN ERFOLG HABEN

### Wie ein Bewerber den 2. DAB+-Bundesmux bespielen will



Prof. Dr. Dr. Peter Löw, Vorstand LIVIA Group [Quelle: LIVIA Group]

Der Gründer der Radi/o Digital GmbH, Prof. Dr. Dr. Peter Löw, hält einen dritten nationalen Multiplex für DAB+ nicht für ausgeschlossen. In unserer Debatte nennt er Voraussetzungen dafür, kündigt aber gleichzeitig an, sich zunächst auf den zweiten Multiplex zu konzentrieren. Die Radi/o Digital GmbH ist eine von vier Bewerbern für den Betrieb des zweiten Bundesmux für DAB+.

**Sie haben zusammen mit Ulrich Ende die Radi/o Digital GmbH gegründet, mit der Sie sich für den 2. bundesweiten Digitalradio-Multiplex beworben haben. Was ist das Interessante an DAB+ derzeit?**

DAB+ ist die Zukunft des Radios, auch wenn das einige UKW-Anbieter noch nicht wahrhaben wollen. Der zweite bundesweite Multiplex eröffnet die Möglichkeit, bundesweit Radioprogramme auszustrahlen. Erfreulich ist, dass sich die Ministerpräsidenten und die Landesmedienanstalten darin einig sind, dass die Zeit für DAB+ reif ist. Wir wollen künftig Radiomarken etablieren, die eine bundesweite Bedeutung haben. Das ist journalistisch eine spannende Herausforderung und es bietet völlig neue Möglichkeiten in der Vermarktung.

**Kann DAB+ künftig genauso erfolgreich werden, wie das alte UKW-System? Was muss dafür ggf. noch passieren?**

DAB+ kann sicher so erfolgreich werden, wie das alte UKW-Radio. Das Fernsehen hat schließlich auch den Sprung von der analogen Welt in die digitale Vielfalt geschafft. Dies wird heute wie

selbstverständlich hingenommen.

Wichtig ist selbstverständlich, dass DAB+-Programme sich Hörerwelten erschließen, die den Radiohörern vertraut sind. Es müssen also inhaltsreiche Radioprogramme gemacht werden, präsentiert von Moderatoren, die auf ihre Hörer eingehen können. Reine Musikteppiche werden das DAB+-Radio sicher nicht erfolgreich machen, dann ist es nicht zu unterscheiden von einem x-beliebigen Web-Radio.

Weil aber mit dem DAB+-Radio eine größere Programmvierfalt möglich ist, können Zielgruppen wesentlich genauer angesprochen werden, als dies bisher bei UKW-Stationen möglich war.

Für die Autoindustrie ist DAB+-Radio sicher sehr interessant, denn im Gegensatz zum RDS-Standard bei UKW-Radios sind deutlich mehr Zusatzinformationen für den Autofahrer nutzbar. Sie können über regionale Parkplatzbelegungen informieren, die günstigsten Tankstellen benennen, um mal nur zwei sinnvolle Beispiele zu benennen.

### **Über den 2. Bundesmux sollen 16 weitere Programme vertrieben werden. Was bedeutet das für die Entwicklung von DAB+?**

16 weitere Programme bedeuten mehr Vielfalt. Mehr Vielfalt wiederum macht das digitale Radio interessanter. Wenn wir also für die entsprechenden Inhalte sorgen, dann werden wir die Entwicklung des digitalen Radios sicher positiv beeinflussen können. Schon jetzt liegen die jährlichen Steigerungsraten bei den verkauften Digitalradios bei fast 30 Prozent. Mit einem besseren Programm wird die Nachfrage deutlich steigen. Die Geräte- und Autohersteller werden diesen Trend mit besseren Angeboten verstärken. In einigen Jahren wird Deutschland ohne DAB+ ebenso undenkbar sein wie heute eine Welt ohne Smartphones.

### **Sollte evtl. ein 3. Bundesmux angedacht werden?**

Nicht auszuschließen. Aber eins nach dem anderen. Wenn die Akzeptanz des digitalen Radios stimmt, dann kann zusätzlicher Wettbewerb reizvoll sein. Das belebt wie immer den Markt. Wir würden uns jetzt aber gern auf den ersten Schritt konzentrieren. Deshalb engagieren wir uns dafür, digitales Radio zum Erfolg zu führen.