

## **Der lange, lange Start von DAB**

**Tamedia steigt beim DAB-Radio ein, Privatradios bleiben skeptisch, die SRG pusht. Doch niemand weiss sicher, ob sich DAB durchsetzt. Jetzt kommen wenigstens günstige DAB-Radiogeräte in den Verkauf.**

Von Nick Lüthi.

Die Meldungen über die Zukunft der Radiotechnologie DAB (Digital Audio Broadcasting) überstürzten sich geradezu – freilich nur gemessen am schleppenden Takt früherer Jahre. Innert kürzester Zeit haben sämtliche relevanten Akteure Massnahmen getroffen und Entscheide gefällt, die dem Digitalradio in der Schweiz endlich Schub verleihen könnten. Könnten! Denn die Ablösung einer so robusten Technologie wie der inzwischen 50-jährigen Ultrakurzwelle geschieht nicht per Knopfdruck, zumal nicht eine Partei alleine darüber befinden kann.

### **Einstieg der Tamedia**

Was ist seit vergangenem Juli geschehen? Nachdem die SRG SSR bisher als einziger Veranstalter mit ihren Programmen auf den digitalen Sendeplätzen vertreten war, hat sich das gebührenfinanzierte Medienunternehmen mit privaten Medienveranstaltern zu einem Konsortium zusammengeschlossen. Ziel des Gremiums ist es, der neuen Technologie jene Impulse zu verleihen, die bei der bisherigen Entwicklung fehlten. Mit dem Zürcher Medienkonzern Tamedia und der Vermarkterin Radiotele haben zwei gewichtige Medienunternehmen den «Letter of Intent» unterzeichnet.

Eineinhalb Monate später reagierte auch das Bundesamt für Kommunikation Bakom. Am 22. August hat die Bieler Behörde bekannt gegeben, dass sie die Zeit für reif hält, eine Bedürfnisabklärung vorzunehmen. Interessierte Kreise sollen sich vernehmen lassen. Die Umfrage erfolgt im Hinblick auf die geplante Erweiterung des digitalen Radios ab dem kommenden Jahr. Anfang September folgte ein Schritt, der vor allem die Konsumenten interessieren dürfte. Der Unterhaltungselektronikhändler Interdiscount nahm ein verhältnismässig preisgünstiges Gerät zum Empfang von Digitalradio in sein Sortiment auf – erstmals ist ein DAB-Radio für weniger als 200 Franken auf dem Markt.

Weitere Indizien dafür, dass sich tatsächlich etwas tut, sind auch die jüngst kommunizierten Massnahmen von Radio DRS. Sowohl bei der Musigwälle 531, als auch beim Jugendsender Virus erfolgten die Programmänderungen nicht zuletzt im Hinblick auf die digitale Zukunft. «Die geplanten Programmenerneuerungen stehen auch im Zusammenhang mit der Offensive der SRG SSR idée suisse im DAB-Bereich», steht in der Mitteilung zur Umbenennung und Umstrukturierung der Musigwälle 531 in DRS Musigwälle zu lesen. Wenn 2008 der Mittelwellensender Beromünster das Zeitliche segnet, verbleibt einzig die digitale Verbreitung für das volkstümliche Komplementärprogramm. Virus will ebenfalls stärker als bisher auf den Verbreitungsvektor DAB setzen – vorausgesetzt, der Sender hat nach dem massiven Abbau überhaupt eine Chance. Doch nicht alle beurteilen die Zukunft von DAB positiv, auch nicht Frederik Stucki, Publizistischer Leiter Radios von Espace Media. Er zweifle daran, dass im digitalen Bereich international nur auf einen Standard fürs Radio-Broadcasting gesetzt werde. Ob sich DAB überhaupt und dann noch so schnell durchsetze, sei fraglich. Stucki glaubt auch nicht, dass sich neue sprachregionale Programme über DAB innert nützlicher Frist refinanzieren lassen, zumal noch auf Jahre hinaus der Hörermarkt fehlen werde.

### **Vorbild Grossbritannien**

Mit Freude von der jüngsten Entwicklung Kenntnis genommen hat dagegen Pietro Ribì. Der Leiter von Swiss Satellite Radio, einer Abteilung von Swissinfo, die mit Radio Swiss Pop, Swiss Jazz und Swiss Classic drei Spartenkanäle über DAB anbietet, sieht primär den Faktor Ausland als Triebfeder für die Entwicklung hiezulande. «Länder wie Grossbritannien, Dänemark und Norwegen geben derzeit in Europa den Takt an», weiss Ribì. Positiv auf die Schweiz wirke sich das insbesondere im Zusammenhang

mit den Empfangsgeräten aus, die nun auch hierzulande zu günstigeren Preisen verfügbar werden. Zur Zeit sind im Handel mehr als 130 DAB-Radios erhältlich, ein Drittel davon sind Autoradios. Ribi ist überzeugt, dass in der Schweiz die Zeit nun endgültig reif sei für die nächsten, entscheidenden Schritte auf dem Weg hin zur Digitalisierung des Radios. Er sieht aber auch die grossen Hürden, die es erst noch zu nehmen gilt. «Der Radiomarkt wird in zehn, vielleicht auch erst in zwanzig Jahren, komplett anders aussehen als heute. Und dieser Wandel wird sicher nicht ganz reibungslos stattfinden.» Auf einer bunten Power-Point-Präsentation hat Ribi ein mögliches Szenario für die Radiolandschaft im Grossraum Zürich in drei Jahren skizziert. Da sind die Piktogramme von 36 DAB-Programmen zu sehen, der Grossteil davon sind sprachregionale Angebote. Ribi stützt sich bei seinen Prognosen auf die Entwicklung in Grossbritannien. Auf der Insel hat DAB den Radiomarkt kräftig durchgeschüttelt. «Digitalradio wird den Markt ebenso gründlich verändern, wie einst die Ablösung der Mittelwelle durch UKW», glaubt Pietro Ribi. Die Auflistung der Faktoren, die in Grossbritannien zum Durchbruch verholfen haben, gleichen exakt den jüngst eingeleiteten Schritten in der Schweiz: Grosses Angebot an exklusiv digital verbreiteten Programmen, grosse Auswahl an Empfangsgeräten und schliesslich die enge Kooperation zwischen der öffentlich-rechtlichen BBC, kommerziellen Veranstaltern, dem Fachhandel und den Behörden.

### **«Ohne Private hat DAB keine Chance»**

Für die SRG ist klar: Digitalradio gewinnt nur an Fahrt, wenn die privaten Veranstalter mitziehen. In den vergangenen Jahren zeigten sich die Lokalradios eher skeptisch. Insbesondere hinter ihre Beteiligung an der Finanzierung der Infrastruktur setzten sie grosse Fragezeichen. Diesen Bedenken sind die eidgenössischen Räte im Rahmen der Beratungen zum neuen Radio- und Fernsehgesetz RTVG mit der Idee eines «Technologiefrankens» entgegen gekommen. Doch dieser ist noch nicht unter Dach und Fach. Für Marc Savary, Radiokoordinator bei der SRG und Projektleiter DAB ist klar, dass es Anreize für Private geben muss. «Wenn nur unsere Programme digital verbreitet werden, hat DAB in der Schweiz keine Chance», sagt Savary.

Mit dieser Einschätzung sieht sich Tamedia in seinen Ambitionen bestätigt. Ganz aus eigener Kraft kann und will das Zürcher Medienhaus den Schritt in die digitale Radiowelt allerdings nicht unternehmen. «Es braucht ganz klar staatliche Unterstützung, sprich: Technologieförderung durch den Bund», sagt Andreas Meili, Leiter Elektronische Medien von Tamedia. Die künftige sprachregionale Verbreitung von Radio 24 hält er für «ein denkbare Szenario». Meili wie auch die SRG nennen als Bedingung für den Erfolg der neuen Radiotechnologie das Angebot von zusätzlichen Programmen, die exklusiv digital verbreitet werden. Von einem Mangel an Frequenzen, wie er von SRG und Bakom als Argument gegen die Vergabe von neuen UKW-Sendeplätzen ins Feld geführt wurde, könne bei DAB nun definitiv nicht mehr gesprochen werden.

### **Befristetes Werbeverbot gefordert**

Gemäss den Ausbauplänen für DAB in der Schweiz, wie ihn SRG und Bakom skizziert haben, würden in einer ersten Phase sprachregionale Sender (z. B. Radio 24 von Tamedia) bevorzugt. Erst in einem zweiten Schritt sollen dann Frequenzen für lokale Sender bereit gestellt werden. Ein Szenario, das ausgerechnet unter den Privatradios bereits zu Bedenken Anlass gibt. Günter Heuberger, Präsident des Verbands Schweizer Privatradios, stellte am Radioday Ende August die Forderung in den Raum, wonach die Sprachregionalen in dieser ersten Phase werbefrei senden müssten, damit die Lokalen, die erst zu einem späteren Zeitpunkt digital auf Sendung gehen können, auf dem Werbemarkt nicht benachteiligt würden. Anstatt der viel beschworenen Vielfalt, fördere sonst DAB die Konzentration unter den Lokalradios. Beim Bakom sind solche Bedenken durchaus bekannt, allerdings kennt die Behörde in Biel noch ganz andere Probleme. Vor der «Regional Radiocommunication Conference 06», die im kommenden Mai/Juni in Genf stattfindet, sei es schlecht möglich, präzise Aussagen zu machen, da dort erst über zentrale Aspekte der Frequenzplanung gesprochen werde, weiss Marcel Regnotto, beim Bakom zuständig für lokale Medien und Weiterverbreitung. «Das Konfliktpotenzial auf internationaler Ebene ist sehr gross, zumal über 100 Nationen mit ihren Partikularinteressen in Genf erscheinen werden», so Regnotto weiter. Im August hat das Bakom eine Bedürfnisabklärung lanciert. Die interessierten Kreise sind eingeladen, bis in ein paar Wochen ihre Positionen kund zu tun.

Was auch immer dabei herauskommen wird: Beim Bakom zeigt man sich überzeugt, dass kein Weg an der Digitalisierung vorbei führen wird. Mit Aussagen über die konkrete Gestalt der künftigen Radiolandschaft ist man aber zurückhaltend. Gerade was die technischen Standards anbetrifft, sei nicht absehbar, was sich schliesslich durchsetzen werde, gibt Marcel Regnotto zu bedenken. Tatsächlich heisst Digitalradio heute nicht nur DAB, sondern eine ganze Reihe weiterer, neuerer technischer Standards. Regnotto geht davon aus, dass verschiedene Technologien nebeneinander existieren werden. «Erst im Laufe der nächsten zwei, drei Jahre wird sich konkreter abzeichnen, wohin die Reise genau geht.» <

Nick Lüthi ist freier Journalist im puncto Pressebüro in Bern.