

Juni 2015

Bericht

Braucht das Militär einen eigenen Fernsehsender?

Warum das Militär wenig Verständnis für die Kritik des Bundesrechnungshofs hat



Dr. Ursula von der Leyen (CDU), Bundesministerin der Verteidigung und MdB bei einer Rede im Bundestag

Mit scharfen Worten hat der Bundesrechnungshof in einem Bericht aus dem Jahr 2013 die hohen Kosten für Bundeswehr TV (BwTV) kritisiert. Zwar habe man nie infrage gestellt, dass Soldaten im Einsatz mit deutschem Fernsehen versorgt werden sollten. Der Rechnungshof beanstandet jedoch, dass das Bundesministerium für Verteidigung (BMVg) mit BwTV einen eigenen Fernsehsender für diesen Zweck betreibt. Die Notwendigkeit und Wirtschaftlichkeit sei seit mehr als zwölf Jahren nicht nachgewiesen. Auf Nachfrage des Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk verweist das Bundesministerium auf die Einsatzgebiete der deutschen Soldaten. So würde sich der Empfang von kostenfreien, deutschsprachigen Sendern in Mali, Somalia, Sudan oder auf hoher See ausschließlich auf das weitgehend auf Sachinformation ausgerichtete Programm der Deutschen Welle beschränken. Der für den Betreuungsaspekt wichtige Unterhaltungsanteil würde gänzlich fehlen. Nach Ministeriumsangaben stellt BwTV ein 24/7 Programm mit Informations- und Unterhaltungsanteilen zusammen, ohne dabei selbst zu produzieren. Zum Programm zählen Nachrichten und Reportagen, genauso wie Sportbeiträge aus der Fußballbundesliga, dem DFB-Pokal oder anderen sportlichen Großereignissen. Spielfilme und Serien, wie auch Neuigkeiten aus den

Feldlagern ergänzen den Unterhaltungsanteil. Dabei kämen auch Programme zur Ausstrahlung, die ohnehin in der Bundeswehr produziert würden. Für die Sportrechte werden Programme von einzelnen Sendern wie der ARD, dem ZDF, RTL oder Sky übernommen. Für die Übertragung der Sportbeiträge entstehen keine Kosten. Das Ministerium: „Sie werden BwTV kostenfrei zur Verfügung gestellt. Das ist eine große und wichtige Geste der Anerkennung für unsere Soldatinnen und Soldaten und Ihren Dienst in der Welt. Dafür sind wir außerordentlich dankbar.“ In einem weiteren Punkt hat der Bundesrechnungshof beanstandet, dass neue Sendetechnik für BwTV in Mayen beschafft worden ist. An dem Standort in Rheinland-Pfalz hat das BMVg neben BwTV und Radio Andernach auch den gemeinsamen Onlineauftritt inklusive einer Facebookseite angesiedelt. „Die vier Medien in einem Haus zu haben bieten den Vorteil, dass wir noch besser als bisher Inhalte crossmedial nutzen und verbreiten können“, heißt es aus dem Ministerium. Der Bundesrechnungshof verweist darauf, dass Soldaten im Auslandseinsatz künftig kostenlos im Internet surfen dürften. Das könne BwTV jedoch allenfalls ergänzen. ■ ■ ■

Weiterlesen bei MEIBApus ->

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Bundeswehr betreibt einen eigenen TV-Sender. In einem viel beachteten Bericht von 2013 hat der Bundesrechnungshof die hohen Kosten für Bundeswehr TV (BwTV) scharf kritisiert und den Betrieb des Senders grundlegend beanstandet. Bis heute empfangen Soldaten in Einsatzgebieten außerhalb Deutschlands BwTV. Auf Nachfrage des Meinungsbarometers Digitaler Rundfunk hat das Bundesministerium für Verteidigung (BMVg) den BwTV-Betrieb mit deutlichen Worten gerechtfertigt. Lesen Sie die Details auf Seite 1.

Er war und ist einer der Vorkämpfer der Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte. Prof. Dr. Christian Schwarz-Schilling hat als Minister die staatlichen Post- und Telefonmonopole in Marktstrukturen überführt. Bei der Liberalisierung des UKW-Sendernetzbetriebs ist der inzwischen 84-Jährige auch mittendrin – als Gesellschafter des neuen Akteurs Uplink. Im Interview auf Seite 2 spricht er über die Vorteile des Marktes und die Nachteile von Staatsmonopolen.

Jeder kennt sie, doch kaum jemand weiß etwas über die Nutzung der öffentlich-rechtlichen Mediatheken. An unserer Umfrage haben sich acht Landesrundfunkanstalten und der KiKA beteiligt. Die harten Fakten und einordnende Hintergründe lesen Sie auf Seite 3.

Innovation und Design – dafür steht die Marke Albrecht seit Jahrzehnten. Nach einer Fusion werden die Albrecht-(High-)Endgeräte von der Alan Electronics GmbH hergestellt und auf den Markt gebracht. Ab August geht das brandneue Hybridradio DR 315 C, das Internet-, DAB+ und UKW-Radio vereint, als neueste Albrecht-Innovation an den Start. Die Markteinführung ist der Anlass für das Firmen-Portrait auf Seite 4.



Eine erkenntnisreiche Lektüre wünscht Ihnen Ihr

Thomas Barthel

Interview

Mehr Qualität für die Radioveranstalter

Warum die DDR mit daran Schuld hat, dass jetzt erst der Rundfunkmarkt liberalisiert wird



Prof. Dr. Christian Schwarz-Schilling, Bundesminister a. D., Hoher Repräsentant für Bosnien-Herzegowina a. D.

Herr Prof. Dr. Schwarz-Schilling, Sie gelten seit mehr als 30 Jahren als Deutschlands führender Kopf im Bereich der Liberalisierung von technischen Infrastrukturen. Warum hat es mit der Liberalisierung der Rundfunknetze solange gedauert?

Schwarz-Schilling: Zunächst galt der Fokus ganz eindeutig den Monopolen im Telekommunikationsbereich. Im Bereich der Telefonie eine Liberalisierung des Marktes anzustoßen, war eine echte Jahrhundertaufgabe, die es in diesen Ausmaßen noch nie in der deutschen Politikgeschichte gegeben hat. Als ich im Kabinett Kohl ab 1982 an die Spitze des Postministeriums trat, hatten wir im Bereich der Telekommunikation ein festgefahrenes und bisher unangestastetes Staatsmonopol. Die neue Gesetzgebung zur Liberalisierung des Marktes nahm schließlich am 30. Juni 1989 die letzte Hürde des Bundesrates und trat dann zum 1. Januar 1990 in Kraft. Schon aus Zeitgründen musste daher in der Tat eine mögliche Liberalisierung der Rundfunknetze hintenangestellt werden. Dazu kam aber ganz entscheidend, dass die Veränderungsbewegung im Bereich der Telekommunikation in die Zeit der politischen Wende fiel. Mit einem Schlag war die gesamte Priorität auch des Postministeriums auf den Wideraufbau der DDR gerichtet, um dort einen funktionierenden Telefoniemarkt aufzubauen. Dazu kam, dass natürlich die bestehenden Monopolisten im Bereich des Rundfunks daran interessiert waren, ihr Monopol solange wie möglich aufrecht zu erhalten. So ist die Bundesnetzagentur in der Tat erst sehr spät auf dieses Restmonopol der Rundfunknetze gestoßen. Erst in jüngster Zeit hat man dort

in entsprechender Weise mit den Anstoß dazu gegeben, diesen Bereich des Hörfunks, was die Zuleitungen angeht, in einen künftigen Wettbewerb zu überführen.

Warum sind nach Ihrer Einschätzung liberalisierte Märkte sozioökonomisch und ordnungspolitisch so wichtig?

Zunächst weil es mit einem Staatsmonopol nicht möglich ist, echte Innovationen einzuleiten. Schon weil ein Staat nicht befugt ist, im Ausland tätig zu werden. Ohne eine Liberalisierung der Märkte wäre man vom weltweiten globalen Geschäft praktisch ausgeschlossen. Zudem ist es nur möglich, kostengünstig und nach modernen Managementmethoden zu arbeiten – um entsprechend neue technologische Fortschritte zu machen – wenn kein staatliches Monopol mehr im Weg steht. Eine Überführung in eine Wettbewerbslandschaft war aber auch aufgrund der Einführung neuer digitaler Technologien erforderlich. Hätten wir hier keine Liberalisierung des Marktes, stünden wir übel da, wären viel zu kostenlastig und hätten keinerlei Wettbewerb.

Aktuell stehen wir kurz vor der vollständigen Liberalisierung des UKW-Sendernetzbetriebs. Wie schätzen Sie die Entwicklung ein?

Ich finde es hochinteressant, dass jetzt hier ein neuer Markt im Entstehen begriffen ist. Vor allem aber glaube ich, dass die neuen Auswahlmöglichkeiten, die jetzt für den Markt entstehen, eine Verschiebung der Kunden mit sich bringen wird. . . .

Weiterlesen bei MEIBApus -->

Anzeige

Die Lokalen



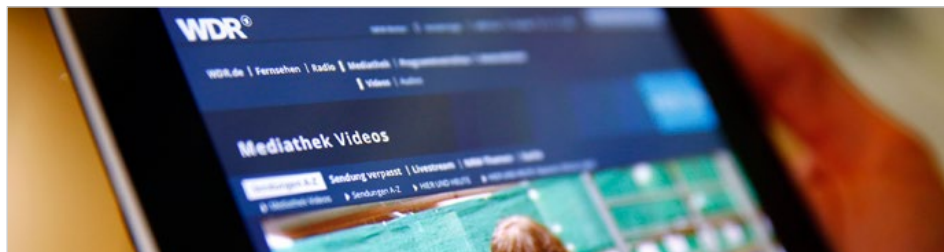
Radio + TV



Bericht

So werden öffentlich-rechtliche Mediatheken tatsächlich genutzt

Erstmals umfassender Überblick mit Fakten und Hintergründen



2 bis 3 Millionen Video-Abrufe verzeichnet allein die WDR-Mediathek

Sie sind in aller Munde und doch gibt es kaum Daten über sie: Die öffentlich-rechtlichen Mediatheken gehören zu den größten Bewegtbild-Angeboten im deutschen Internet. Doch über ihre Nutzung ist wenig bekannt. Das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk hat nachgefragt und einige Zahlen, vor allem aber viele Hintergründe erfahren.

Zunächst ein paar harte Fakten: 2 bis 3 Millionen Video-Abrufe verzeichnet allein die WDR-Mediathek. Beim NDR sind es ebenso viele. Zugriffe auf die Videos in der ARD-Mediathek sind dabei nicht berücksichtigt. Radio Bremen meldet täglich etwa 2.000 bis 3.000 Page Impressions auf der Startseite der Mediathek. Auch auf anderen Plattformen sind die öffentlich-rechtlichen aktiv. Der SWR hat mit dem Youtube-Kanal von „Verstehen Sie Spaß?“ den erfolgreichsten Channel aller Öffentlich-Rechtlichen im deutschsprachigen Raum aufgebaut. 170 Millionen Abrufe hat der Kanal. „Jeden Monat kommen rund sechs Millionen neue Abrufe hinzu“, sagt Jürgen Ebenau, Leiter der Hauptabteilung SWRONline.

Nach Angaben der Verantwortlichen sind die erfolgreichen TV-Sendungen auch in den Mediatheken beliebt. „Gut abgerufen werden regionale, aktuelle Inhalte (z. B. „Aktuelle Stunde“, „Lokalzeit“), sagt WDR-Programmbereichsleiter Internet Stefan Moll. Auch Wissenssendungen, Service-Themen und Fußball-Themen liefern gut. Beim SR gibt es ein

ähnliches Bild. „Mit Abstand am häufigsten werden die Sendungen des Flaggschiffs des SR Fernsehens, „aktueller bericht“, in der SR-Mediathek abgerufen“, berichtet Michael Hanke, Leiter der Programmgruppe Telemedien beim SR. Beim KiKA unterschieden sich die Abrufe deutlich nach dem Alter der heranwachsenden Nutzer. Die 3 bis 6-Jährigen bevorzugen Videos vom „KIKANiNCHEN“ und dem „Sandmännchen“. „Das mittlere Alterssegment (6 bis 10 Jahre) entscheidet sich für Serien wie „Yaka!“ und die Preteens (10 bis 13 Jahre) schauen am liebsten „Schloss Einstein“ und „KiKA LIVE“, sagt KiKA-Programmgeschäftsführer Michael Stumpf.

Insgesamt scheinen die Mediatheken zu wachsen, daneben registrieren die Verantwortlichen einen Trend weg von der klassischen Nutzung am PC. „Wir beobachten neben einer stark steigenden On-Demand Video-Nutzung die zunehmende Nutzung auf TV-Geräten, Drittplattformen und den mobilen Zugriff“, erklärt Georg Maas, Hauptabteilungsleiter Telemedien beim MDR.

Zunehmend setzen die Rundfunkanstalten daher auch auf Ausspielwege wie Youtube. Dort läuft vor allem Comedy. „Aber auch einzelne Wissens- und Verbraucherthemen und „Erklärstücke“ schaffen immer wieder hohe Abrufzahlen auf Youtube“ ...

Weiterlesen bei MEIBApus -->

Anzeige

YACHTHAFFEN RESIDENZ
HOHE DÜNE

YACHTING & SPA RESORT

*Ostseurlaub
Zeit zum Genießen*

*Genießen Sie den
Sommer auf Hohe Düne*



Tolle Angebote unter www.hohe-duene.de

Anzeige

ERLEBEN SIE UNSERE PROGRAMME IN NEUER QUALITÄT IM DIGITALRADIO.

WWW.DIGITALRADIO.DE

Deutschlandradio

Deutschlandfunk | Deutschlandradio Kultur | DRadio Wissen

Portrait

Albrecht – die Digitalradio-Spezialisten aus dem Norden

Wie sich der Familienbetrieb vom Handel mit CB-Funkgeräten zu einem der führenden Anbieter von DAB+ Designradios entwickelt hat



Dieser Werbeslogan machte Albrecht ab den 1970er Jahren deutschlandweit bekannt

Wie Technik geht, wissen die Albrechts hoch oben im Norden der Republik schon lange. In Lütjensee produziert die Mannschaft, heute unter Leitung der Firmenchefin Christine Albrecht, schon seit mehr als 40 Jahren hochwertige Audio- und Kommunikationstechnik. 1974 hatte Lothar Albrecht noch in Hamburg ein Einzelunternehmen gegründet, das seinerzeit sehr erfolgreich die ersten CB-Funkgeräte importiert und vertrieben hat. Mit dem Umzug 1976 ins nahe gelegene Lütjensee beginnt dann der steile Aufstieg des kleinen Familienunternehmens zu einem angesehenen Großhandelsbetrieb und später zur Albrecht Electronic GmbH. Als Geniestreich hat sich vor allem der damalige Werbeslogan des Unternehmens erwiesen. Seit den Endsiebziger hieß es republikweit „Albrecht-Funk auf allen Straßen“. Neuen Schwung erhält das Unternehmen im Zuge der Liberalisierung auf dem Telekommunikationsmarkt im Jahr 1990. Die Albrechts entscheiden sich spontan dazu, als eine der ersten Firmen in Deutschland ein Telefon unabhängig von der Telekom zu entwickeln, welches sich im Design stark von den bisher existierenden Wählscheiben- und Tastentelefonen unterscheidet.

Auch beim neu aufkommenden Digitalradio gehört Albrecht wieder zu den Pionieren. Lang vor dem Neustart des Digitalradios im Jahr 2011 war man in Lütjensee davon überzeugt, dass im digital-terrestrischen Radio die Zukunft liegt. Bereits ab 2003 entwickelt und produziert das Unternehmen, das 2001 mit Alan zur Alan Electronics GmbH

fusioniert ist, die ersten DAB und DAB+ Radios. In den darauffolgenden Jahren ist es wieder die Marke Albrecht, die die ersten Handheld-Digitalradios (DR 101, 201, 301) auf den Markt bringen wird.

Ein Teil der Erfolgsgeschichte bei Albrecht hat aber auch mit dem hervorragenden Design seiner Produkte zutun. Zahlreiche Design-Auszeichnungen konnte jüngst vor allem das Digitalradio DR 900 BT einheimen, das gemeinsam mit dem renommierten Produktdesigner Rüdiger Bachorski entwickelt wurde. Zum aktuellen Sortiment von Albrecht gehören neben dem DR 900 BT unter anderem aber auch der beliebte Digitalradio-Adapter für Fahrzeuge (DR 56) oder das mobile Digitalradio im Miniformat DR 70 für unterwegs.

Besonders stolz ist man bei Albrecht aktuell auf das brandneue Hybridradio DR 315 C, das Internet-, DAB+ und UKW-Radio vereint. Mit dem von August 2015 an erhältlichen Gerät scheint Albrecht sein bisher bestes und konsequentestes Gerät auf den Markt bringen zu wollen. Denn neben den drei verschiedenen Radiostandards kann mit dem DR 315 C Musik auch kabellos über WLAN-Netzwerke, wie DLNA und UPnP gestreamt werden. Zudem hat Albrecht dafür gesorgt, dass aus dem DR 315 C mit seinem edlen Hochglanzgehäuse ein Design-Objekt für fast alle Wohnraumsituationen geworden ist. Kaum vorzustellen, dass hoch oben im Norden vor 40 Jahren noch alles mit CB-Funktechnik begonnen hat. ■

NACHRICHT

Digitalradio erobert die Ballungsräume

Warum jetzt vor allem die Regionalversorgung mit Digitalradio im Fokus steht



Uwe Ludwig, Leiter Key Account Management Radio bei Media Broadcast, Thomas Fuchs, Direktor der MA HSH

Premiere in Hamburg. Zum ersten Mal ist in Deutschland ein rein privater Digitalradio-Multiplex in Betrieb gegangen. Mit einem symbolischen Knopfdruck am 17. Juni hat der Sendernetzbetreiber Media Broadcast sein Vorhaben bekräftigt, die Regionalversorgung mit DAB+ in Deutschland konsequent weiter voranzutreiben. Neben den öffentlich-rechtlichen Programmen des NDR sowie den Programmen des bundesweiten Multiplex können ab sofort über 1,7 Millionen Einwohner im Ballungsraum Hamburg über den Kanal 11C auch sieben private Sender empfangen.

Thomas Fuchs, Direktor der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH), begrüßte die Entwicklung: „Wir freuen uns, dass mit der ersten privaten DAB+ Plattform den Hamburger Radiohörern eine noch größere Programmviefalt angeboten wird. Fünf der nun auf Sendung gegangenen Programme sind erstmals in Hamburg empfangbar und ergänzen damit das vorhandene UKW-Angebot.“

Uwe Ludwig, Leiter Key Account Management Radio beim Plattformbetreiber Media Broadcast, erklärte zum Digitalradio-Start in Hamburg: „Nicht nur der umfassende Netzausbau des nationalen Digitalradio-Multiplexes steht für die Erfolgsgeschichte bei der Digitalisierung des Radios. Auch die wachsende Nachfrage nach digitalen Verbreitungsmöglichkeiten in Ballungsräumen wie Hamburg bestätigt den Trend. Wir freuen uns, als Plattformbetreiber des Hamburger Multiplex die Digitalradio-Landschaft in der Hansestadt mit zu prägen und DAB+ im Norden des Landes weiter voranzutreiben.“

Mit dem neuen privaten Digitalradio-Multiplex können in Hamburg erstmals auch Programme empfangen werden, die bisher noch nicht terrestrisch ausgestrahlt wurden. Zu den neuen Privatsendern zählt unter anderem das Hamburger Lokalradio, ein Zusammenschluss von sozialen Vereinen mit dem Fokus auf Jazz-Musik. Das Freie Sender Kombinat FSK 93,6 versteht sich als Info-Radio für die linksalternative Szene. ■ ■ ■

Weiterlesen bei MEIBApus -->

Anzeige

Branchenporträts

MEDIA BROADCAST



MEDIA BROADCAST ist der größte Full-Service-Provider multimedialer Übertragungsplattformen für TV und Radio, basierend auf modernen Sender-, Leitungs- und Satellitennetzen. Kunden sind unter anderem öffentlich-rechtliche und private Rundfunkveranstalter, Produktionsfirmen und Kabelnetzbetreiber.

Kontakt für Medienvertreter
Holger Crump, Pressesprecher MEDIA BROADCAST
E-Mail: presse@media-broadcast.com
Internetadresse: www.media-broadcast.com

DIVICON MEDIA



Die DIVICON MEDIA bietet als unabhängiger Broadcast-Full-Service-Dienstleister für Sende- und IT-Technik Rundfunkunternehmen ein abgestimmtes Produktportfolio an Beratung, Planung, Umsetzung, Betrieb und Monitoring von Sendernetzen. Die Kerndienstleistungen des Leipziger Unternehmens erstrecken sich auf Zuleitung/Transport von Audio-/Videosignalen, den kompletten Studiobetrieb und Standortvernetzung (Kontribution) sowie die Aufbereitung von Daten und Ausstrahlung von Inhalten (Distribution).

Kontakt für Medienanfragen
Frank Scheibe, Leiter Unternehmenskommunikation
E-Mail: frank.scheibe@divicon-media.com
www.divicon-media.com

ALBRECHT Audio



ALBRECHT Audio ist eine Marke der Alan Electronics GmbH, unter der seit mehr als 10 Jahren ein umfangreiches Sortiment an innovativen und leistungsstarken Digital- und Internetradios angeboten wird. Besonderer Wert des auf Kommunikationstechnik und Unterhaltungselektronik spezialisierten Unternehmens wird auf Design und Qualität der Produkte gelegt, die im gut sortierten Fachhandel erhältlich sind.

Kontakt für Medienanfragen
Konstantina Koch
E-Mail: kkoch@alan-electronics.de
www.albrecht-audio.de

Digitalradio – Repeater für den Fachhandel



Bislang konnte es im Verkaufsraum von Fachmärkten vorkommen, dass der Digitalradio-Empfang auf Grund der bautechnischer Gegebenheiten nicht möglich war. Jetzt gib es für den Fachhandel eine technisch und wirtschaftlich einheitliche Empfangs-Lösung. Alle Infos rund um Nutzung, Installation und Genehmigung eines Digitalradio-Repeater gibt es bei der Repeaterstelle.

Kontakt für Händleranfragen
E-Mail: repeater@digitalradio.de
www.digitalradio.de/repeater

Radio Horeb



Radio Horeb ist ein privater, christlicher und rein spenden-finanzierter Radiosender. Unser 24-Stunden-Programm ist deutschlandweit über DAB+ zu empfangen. Seit fast 20 Jahren ist es unser Anliegen, die Freude am Glauben und an der Botschaft Christi hörbar zu machen.

Kontakt für Medienanfragen
Sabine Römer, Leiterin PR/Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: sabine.roemer@radiohoreb.de
www.horeb.org

ERF Medien



ERF Medien produziert Fernseh-sendungen und -beiträge, zwei Radioprogramme und unterhält 15 Internetangebote.

Das Leitbild: „Wir möchten nichts lieber, als dass Menschen Gott kennen lernen und er ihr Leben verändert. Dafür suchen wir die besten medialen Möglichkeiten.“

Kontakt für Medienanfragen
Heike Straßburger, Pressesprecherin
E-Mail: presse@erf.de
www.erf.de

Pure – Imagination Technologies GmbH



Pure ist der weltweit führende Hersteller von Wireless-Musik- und Radiosystemen, der weltweit führende Digitalradiolieferant und der Hersteller des Evoke-1S, des beliebtesten Digitalradios der Welt.

Kontakt für Medienanfragen
Pia Fauerbach
E-Mail: Pia.Fauerbach@pure.com
www.pure.com/de

... und hier könnte Ihr Branchenporträt stehen!

IMPRESSUM

Herausgeber

Barthel Marquardt GbR
Ludwig-Erhard-Straße 51
04103 Leipzig
Tel: 0341-24664390
E-Mail: marquardt@meinungsbarometer.info
www.meinungsbarometer.info

V.i.S.d.P.

Dipl.-Journ. Nikola Marquardt

Idee, Konzept, Projektleitung
Dipl.-Journ. Thomas Barthel

Redaktionsbüro

Barthel Marquardt

Autoren dieser Ausgabe

Thomas Barthel, Alexander Hiller,
Uwe Schimunek

Fotos

Seite 1: Deutscher Bundestag/Achim Melde
Seite 2: Prof. Dr. Schwarz-Schilling
Seite 3: WDR/Oliver Heisch
Seite 4: Alan Electronics GmbH; MA HSH

Layout

frischezelle, vernetzt kreativ

Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk
begründet vom Digital Radio Mitteldeutschland e. V.
www.dr-m.info

Anmeldung und Archiv

Das Meinungsbarometer Digitaler Rundfunk kann über jahner@meinungsbarometer.info bezogen werden.

Redaktionsschluss: 25. Juni 2015

Der Inhalt dieses Meinungsbarometers darf nicht ohne schriftliche Erlaubnis der Redaktion vervielfältigt und verbreitet werden. Das Meinungsbarometer wurde mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem können wir für die enthaltenen Informationen keine Garantie übernehmen. Die Redaktion schließt jegliche Haftung für Schäden aus, die aus der Nutzung von Informationen dieses Meinungsbarometers entstehen können.

Sie sind im Bereich der Digitalisierung des Rundfunks aktiv?

Sie haben neue Produkte und Unternehmensinfos?

Hier werden Informationen auf den Punkt gebracht.

Mit Firmenporträt, Logo und Kontaktdaten.

Möchten Sie Ihre Unternehmensdaten auch hier veröffentlichen?

Dann lassen Sie sich ein Angebot erstellen und schreiben Sie an

kontakt@barthelmarquardt.de