

Digitalisierungsbericht 2017: An DAB+ führt kein Weg mehr vorbei

von **Adrian Gerlitsch** am **12. September 2017**

Immer mehr Menschen besitzen ein Digitalradio. Der Digitalisierungsbericht 2017, der von den Medienanstalten letzte Woche in Berlin vorgestellt wurde, gibt Aufschluss über die aktuellen Entwicklungen von DAB+. Ein Bericht von Adrian Gerlitsch aus dem Bereich Medienwirtschaft der BLM.

Die Ausstattung der deutschen Haushalte mit DAB+-Radiogeräten steigt stetig. Mittlerweile haben und nutzen 15,1 Prozent der Haushalte ein solches Empfangsgerät, wie aus dem aktuellen Digitalisierungsbericht 2017 hervorgeht. In Bayern hört sogar schon jeder Fünfte Radio über DAB+. Für 2018 sind weitere Meilensteine für die digitale Terrestrik zu erwarten.

Diese Meilensteile für DAB+ erwarten uns in 2018

Der Anteil der Haushalte in Deutschland, die über ein DAB+-Empfangsgerät verfügen, das sie zumindest gelegentlich auch nutzen, hat sich seit 2013 mehr als verdreifacht. Waren es damals noch lediglich 4,5 Prozent, wird 2017 in 15,1 Prozent der Haushalte Radio über DAB+ gehört.

25 Prozent DAB+-Haushalte in Bayern schon in 2018

Bayern ist mit 19,6 Prozent das Bundesland mit dem höchsten Anteil von DAB+-Haushalten. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Haushalte mit DAB+ in allen Bundesländern gewachsen, am stärksten ebenfalls in Bayern, wo er 2016 noch bei 15,0 Prozent lag. Nordrhein-Westfalen und Berlin-Brandenburg verzeichnen mit jeweils plus 2,6 Prozentpunkten ebenfalls einen überdurchschnittlichen Anstieg bei der DAB+-Geräteausstattung.

Zusätzlichen Schub wird DAB+ die Einstellung der analogen Kabelverbreitung geben. Insgesamt besitzen in Deutschland rund 6,4 Millionen Personen ab 14 Jahren mindestens ein Radiogerät mit analogem Kabel. Einen Wechsel auf DAB+ beabsichtigen laut eigener Aussage bereits 5,9 Prozent der von der Analogabschaltung im Kabel Betroffenen.

Angesichts der momentanen Wachstumsraten scheint in Bayern ein Anteil von DAB+-Haushalten von 25 oder mehr Prozent im kommenden Jahr im Bereich des Möglichen.

Autoindustrie setzt verstärkt auf DAB+

Die Zahl der DAB+-Autoradios wächst dynamischer als die der Inhome-Geräte. Während letztere sich seit 2013 in etwa verdreifacht haben, ist die Zahl der Autoradios heute sogar sechsmal so hoch wie damals. Die Bedeutung, die das Hören im Auto für die Gattung Radio hat, ist bekannt, die Entwicklung vor diesem Hintergrund umso bemerkenswerter. Ein Entwurf des Bundeswirtschaftsministeriums zur Änderung des Telekommunikationsgesetzes vom April 2017 sah vor, dass „höherwertige Radioempfangsgeräte nur noch gehandelt werden dürfen, wenn diese zum Empfang normgerechter digitaler Signale geeignet sind“. Dass Autoradios von dieser Regelung betroffen wären, kann als sicher gelten, dass sich als digitale Schnittstelle DAB+ durchsetzen wird, zumindest als wahrscheinlich. Zwar wurde das Gesetz nicht mehr verabschiedet, als starkes Signal an die Autoindustrie dürfte es aber so oder so angekommen sein.

DAB+-Programme werden als Werbeträger attraktiv

Noch kann die Wirtschaftlichkeit von DAB+-Radioprogrammen nicht mit der generellen Entwicklung der digitalen Terrestrik Schritt halten. Es fehlt die kontinuierliche Reichweitenmessung nach den etablierten Marktstandards. Die Funkanalyse Bayern (FAB) 2017 hat gezeigt, dass einige DAB+-Programme bereits vermarktbar Reichweiten erzielen. Die Ausweisung von DAB+-(Programm)Reichweiten, welche die Arbeitsgemeinschaft Media Analyse (agma) für 2018 in Aussicht gestellt hat, ist daher ein weiterer absehbarer Meilenstein für die Entwicklung von DAB+. Die Möglichkeiten für die Anbieter, ihre DAB+-Programme am Werbemarkt zu refinanzieren, werden sich durch sie deutlich verbessern.

Neue Programme erhöhen den Mehrwert von DAB+ für die Verbraucher

Für die Verbraucher entstehen zusätzliche Anreize zum Kauf von DAB+-Radiogeräten vor allem auch durch weitere Programme, die sie über DAB+ empfangen können. Starke Wachstumsimpulse sollten daher insbesondere vom Start des zweiten bundesweiten Multiplexes mit bis zu 18 privaten Programmen ausgehen. Und auch in der Verbreitung privater Programme über freie Kapazitäten der öffentlich-rechtlichen DAB+-Sendernetze steckt großes Potenzial. In Bayern wurden Teile einer solchen Kooperation bereits umgesetzt, Hessen könnte schon bald folgen. Durch sie wächst das Programmangebot für die Verbraucher bei gleichzeitiger Verringerung der Verbreitungskosten für die Anbieter.

Den vollständigen Text zu Stand und Entwicklung der Digitalisierung des Hörfunks in Deutschland finden Sie im Digitalisierungsbericht 2017.