

Systems & People
Die Zeitung für die Mitarbeiter von T-Systems

Ausgabe: 2/2002
Rubrik/Stichzeile:
Kurtztitel: SLMediaBroadcast
Seite:
Autor: Volker Dick
Bearbeitet von:
Textumfang: (ohne Leerzeichen) 3600
Bebildervorschläge:
Elemente:
Links / Kontakte: Stefan.Mayer@telekom.de
Sonstiges:

Digital Radio: Mehr als nur Wohlklang Die ServiceLine MediaBroadcast schickt Nutzen bringende Daten auf die Reise

Es rauscht nicht, flattert nicht und klingt fast wie eine CD, selbst im Auto: das neue digital verbreitete Radio. Dass es in Deutschland nahezu flächendeckend empfangbar ist – daran trägt die ServiceLine MediaBroadcast von T-Systems maßgeblichen Anteil.

Digital Radio heißt das auf der Digital Audio Broadcast-Technik (DAB) basierende System, das bis 2015 nach und nach die Ultrakurzwelle (UKW) ablösen soll, den bisherigen Standard für guten Klang im Hörfunk. Doch Digital Radio schlägt nicht nur in diesem Feld das alte Dampfradio: Die neue Technik kann gleichzeitig zu den verschiedenen Programmen auch Daten übermitteln, etwa Verkehrshinweise oder Wettervorhersagen. „Der Mehrwert, den wir bei Digital Radio bieten wollen, ist ein entscheidendes Erfolgskriterium“, betont Dieter Ohrndorf, Leiter der ServiceLine. Die schon jetzt erhältlichen Digitalempfänger verfügen je nach Ausstattung über Displays, auf denen die Infos ablesbar sind. In Deutschland können dank der von Media Broadcast aufgebauten und eingesetzten Technik bereits über 100 Digitalradioprogramme terrestrisch empfangen werden. Dazu reicht eine einfache Stabantenne. Größere Versorgungslücken bestehen zur Zeit lediglich noch im hohen Norden. Und in anderen Ländern Europas hat DAB ebenfalls seinen Siegeszug angetreten. So sollen Ende dieses Jahres

schon 85 Prozent der Briten Digitalradio hören können. Auch in Frankreich, Spanien und der Schweiz tönt es inzwischen digital.

In den nächsten Jahren wird die Service Line (SL) mit ihren rund 500 Mitarbeitern den Prozess der Digitalisierung in Deutschland weiter vorantreiben – auch im Bereich Fernsehen. Bis 2005 soll der Ausbau der digitalen Satellitentechnik abgeschlossen sein, die Voraussetzungen zur terrestrischen Verbreitung von Digital-TV bis 2010.

In der Bereitstellung und dem Betrieb von Rundfunk- und Streaminglösungen liegt das Kerngeschäft der SL, deren Hauptstandorte in Bonn, Berlin, Darmstadt und Frankfurt a.M. liegen. Produktmanagement und -Entwicklung sowie Service sind die Pfeiler, auf denen der Bereich Technik ruht. Knapp 600 Millionen Euro Umsatz strebt die SL für 2002 an. Und in den nächsten Jahren soll diese Zahl stetig um etwa 7 Prozent jährlich steigen – „vor allem aufgrund erfolgreicher neuer Produkte mit deutlichem Zusatznutzen“, ergänzt Dieter Ohrndorf.

So wird künftig mit Hilfe der DAB-Technik und eines Rückkanals über Mobilfunk eine neue Plattform namens „Mobile Media Distribution“ (MMD) nutzbar sein: von unterwegs per PDA, Notebook oder Navigationssystem des Autos. Internet-Dienste können via digitalen Rundfunk an die mit einem Zusatzmodul ausgestatteten Endgeräte übermittelt werden, angepasst an den Standort des Nutzers. Branchen-Infos, Restaurant-Tipps oder Kulturhinweise sind so abrufbar. Für eigene Transaktionen nutzt der Kunde das Mobilfunknetz. Über solche Produktinnovationen hinaus erweitert die SL ihre Kernkompetenzen auf dem Markt für Studioplösungen. „Unser Ziel ist, mit ganzheitlichen Lösungen vom TV- oder Hörfunkstudio bis hin zum Konsumenten das Konvergenzgeschäft zu steigern“, erläutert Ohrndorf. Durch das Zusammenwachsen von Audio-/Videotechnik und IT soll der Umsatz in diesem Bereich von gut zehn Mil-

lionen Euro in diesem Jahr auf über 25 Millionen im Jahr 2006 steigen. Der Hauptumsatz der SL wird durch den Betrieb der Datennetze für ARD, ZDF und DeutschlandRadio erzielt. Ein neues breitbandiges Netzwerk stellt die SL derzeit für die ARD fertig, das „Hybnet“. Nachdem 2001 der so genannte „Nordring“ geschlossen wurde, kommen bis Jahresende die südlichen Landesrundfunkanstalten ans Hybnet.

Ehrgeizige Ziele hat sich die Service Line auch im Bereich Streaming Media Service gesetzt – der Übertragung von Audio und Video per Internet und Satellit. Ein entsprechendes Projekt startet schon zu Ostern: Bundeswehr TV. An zunächst rund 20 Standorten werden Empfangsstellen eingerichtet, die per digitaler TV-Technik Bilder und Töne erhalten. Die erste Sendung: eine Live-Übertragung von der Kommandeurstagung der Bundeswehr.

Kontakt: Stefan.Mayer@telekom.de