



CONFERENCE&EXHIBITION RAI AMSTERDAM 8.-13.9. 2016

Virtueller Überfall der VR-Protagonisten auf die Rundfunk-Veranstalter

Noch etwas mehr als letztes Jahr, nämlich rund 56,000 Besucher pilgerten vom 8. bis 13. September ins Broadcast Mekka nach Amsterdam um sich vor Ort von den Branchenneuigkeiten «erhellen» zu lassen. 1800 Aussteller, inklusive 250 «firsttimer's», zeigten auf der laufend etwas grösser werdenden Ausstellungsfläche ihre Produkte und Dienstleistungen.

Topthemen der diesjährigen Konferenz und Ausstellung waren: VR, 4K Produktion und Verbreitung, All IP bis Cloud Broadcasting, Advertising «Where's the ad money going?» Big Data, IP-Security und Piraterie.



Expertengespräch zum Thema Spend, Spend, Spend, where's the ad money going?

Bild: MRU

Das Konferenzprogramm, bald wirklich deutlich zu teuer, umfasste 100 Sessions mit 435 Speakern. Die Keynotes umfassten dieses Jahr; Sir Martin Sorrell zur globalen Zukunft der Werbung, Erik Huggers zu online Broadcasting und Ang Lee zu « the new realism that the latest technology brings movie-makers,»

IP-All the Way to the Cloud

Thomas Edwards VP Engineering and Development, FOX Networks sagte; *“My vision is to walk into a broadcast equipment centre in the year 2020 and not see any broadcast equipment, instead, everything is data centre equipment ”*, und man kann bestätigen, dass sich dies auch klar abzeichnet. Gleichzeitig findet ein Trend zu “Cloud Broadcasting” inclusive «Post-Production in the Cloud» statt. Die [AIMS](#) (Alliance for IP Media Solutions) begleitet insbesondere den Standardisierungsprozess im Bereich all IP und Cloud Broadcasting.

Ob sich alle Beteiligten, insbesondere die Veranstalter mit Service Public Auftrag, darüber im Klaren sind welche zusätzlichen und neuen Risiken sie in Bezug auf Sicherheit und Unabhängigkeit ihrer Content-Produktion und -Verbreitung ist noch sehr fraglich. Die Verlockungen der möglichen Effizienzsteigerungen scheinen doch so hoch zu sein, dass die sonst so wichtigen Aspekte «ausser vor» gelassen werden.

LibertyGlobal macht Schlagzeilen

In der Schweiz ist LibertyGlobal mit UPC (ex. CableCom) sehr stark im Schweizer Video-Markt vertreten und macht gerade Globale Schlagzeilen welche auch Auswirkungen auf den Schweizer Content Markt haben werden. Der Kauf der Formel 1 Firma von Bernie Ecclestone und der in diesen Tagen abgeschlossene Deal mit Netflix wird zusammen mit den kürzlich ersteigerten Eishockey Übertragungsrechten

erheblich zur «Belebung» des Anbieter-Marktes beitragen. Ob das auch immer positiv für die Nutzer sein wird bleibt abzuwarten.

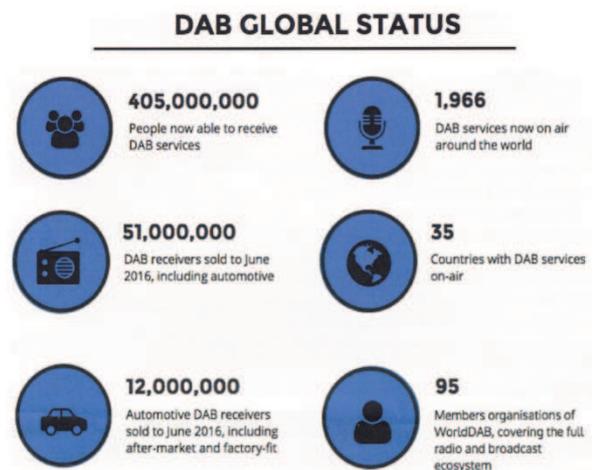
DAB+ im Vorwärtsgang

Die gut besetzte, vom WorldDAB Forum organisierte, traditionelle DAB Industry Insight Session gab einen guten Überblick über die aktuellen DAB+ Aktivitäten. Die «predigtartigen» vollmundig vorge-tragenen sogenannten DAB Erfolge sind inzwischen realistischen Darstellungen der Situation gewichen. Ist ja auch kein Wunder, es gibt ja wirklich echte Fortschritte in den Kern-Ländern wie Norwegen, England und der Schweiz zu berichten, und die Anzahl Followers steigt laufend.

«Der Radiomarkt ist ein UKW-Gefängnis»

sagte EBU's-Dixon (Crowded Spectrum, no flexible Services, Limited Data, Audio only, Limited Marketing, Aging FM devices) und betonte den möglichst raschen Umstieg auf digitale Verbreitung.

Ebenfalls thematisiert wurde Hybridradio und die EU-Regulierungs-Anstrengungen, dass ab 2019 jeder Empfänger UKW und Digital empfangen können muss! Das ist gleichbedeutend mit der Forderung nach einem Rundfunkempfänger (egal ob analog oder digital) in den Handys und Tablet's.



Quelle: DAB Forum IBC16

Virtual Reality: The new Reality?

Das Thema Virtual Reality ist in den Messehallen und im Konferenzprogramm omnipräsent, ein richtiger ausgewachsener Hype! Es gibt aber (noch) viele unübersehbare und zum Teil sehr grosse Fragezeichen. Die vorwiegend noch proprietären Produktionstechniken weisen zwar bereits recht hohe Qualität und ein breites Angebot aus, aber ohne baldige Standardisierung wird es schwierig um effizient vorwärtszukommen. In der Konferenz wurde mehrfach auch darauf verwiesen, dass 360Grad Video nicht mit VR gleichzusetzen sei, und dass «true VR» holographisch sein müsste, was noch in weitester Ferne liegt. Die aktuellen Produktionskosten wurden von Branchenexperten mit der Grössenordnung von 15'000 EUR pro Minute beziffert.



Fraunhofers schon in die Jahre gekommene 360Grad Spiegelkamera und IBC-Typischer VR-Stand mit Produktionsbeispielen
Bilder: MRU

Wirklich schwierig wird es bei der VR-Signalverbreitung. Nebst dem Mangel an Verbreitungs-Standardisierung besteht die grosse Herausforderung darin eine Codierung zu finden welche gleichzeitig die verschiedenen Verbreitungsvektoren adäquat bedienen kann.

Noch anspruchsvoller ist das Ganze bei den HMD's (Head Mounted Device), fehlt es da doch eindeutig noch massiv an der Auflösung. Selbst bei VR-Gear mit Samsung Edge 7, oder generell bei den Card-Boards, sieht der Betrachter als erstes die einzelnen Pixel! Da ist nach meiner Meinung noch mindestens eine Vervierfachung nötig damit es wirklich Spass machen wird! Bei den HMD's mit integriertem Bildschirm ist die Qualität einiges besser, aber dafür sind die «Dinger» noch schwerer auf dem Kopf zu tragen, und das dürfte neben dem fehlenden Content die Schlüsselfrage sein: Wollen wir alle wirklich eine Episode lang mit diesem Ding auf dem Kopf abtauchen?

Die nächste IBC Show findet vom 14. Bis 19. September in Amsterdam statt

Zum Autor: Markus Ruoss (geboren 1947) war von 1982 bis 2011 Gründer und Mehrheitsaktionär von Radio Sunshine in Rotkreuz. Als ausgebildeter Elektro- und Fernmelde-Ingenieur HTL übt er seit vielen Jahren eine Beratungstätigkeit im Bereich Medien und Kommunikationsnetztechnologie aus. Er besucht jedes Jahr zahlreiche Fachmessen und Kongresse. Markus Ruoss ist unter anderem Verwaltungsrat der Swiss Media Cast AG und der Mediapulse AG. Er ist Mitglied der Eidgenössischen Medienkommission und gehört dem Vorstand des Verbands Schweizer Privatradios (VSP) an.