

NABShow & Conference 21.-27.April 2017 Las Vegas



Praktisch gleich viel Broadcaster und Anverwandte wie letztes Jahr (103 000 davon 27000 International) pilgerten zum jährlichen Ritual vom 24.-27.April nach Las Vegas zur NABShow and Conference.

215 Firmen nahmen zum ersten Mal an der NAB-Show teil. Google war der mit Abstand prominenteste «Firsttimer». Der Google-Standplatz, etwas

eingeklemmt von Ericsson in der Ecke in der upper South Hall, war allerdings doch etwas «mickrig».

Das Motto dieses Jahr war «The M.E.T. Effect», als Sinnbild für die Konvergenz von Media-Entertainment-Technology. Es war nicht gerade die Show der «d'ont miss introductions». Es entstand etwas der Eindruck die Veranstaltung sei langsam etwas «gesättigt». Die dominanten Themen in der Ausstellung waren 4K-HDR, Cloud-Produktion, AR-VR und OTT.

Das Konferenzprogramm umfasste dieses Jahr sehr viel zum Thema Cybersecurity, Zukunft der Werbung, SaaS (Software as a Service) und natürlich alle wichtigen Themen der Ausstellung.

Die (neue) Medienweltmacht von Facebook, AMAZON, Netflix und Google hat mit «FANG» ein neues BUZZWORD bekommen. FANG symbolisiert die neuen Elefanten, sie sind nämlich deutlich grösser als der gesamte Rest der bisherigen Medienindustrie.



NAB President Gordon Smith an der Eröffnungsveranstaltung bei der Preisverleihung des Distinguished Service Awards an David Hartman und mit Live 4K Übertragung aus dem Weltall von Peggy Whitson von der ISS (International Space Station)

Bilder: MRU

Mit prominenter Moderation durch Jane Pauley, einer sehr renommierten Journalistin von CBS eröffnete Gordon Smith als NAB President die diesjährige Veranstaltung mit der traditionsgemässen «Branchenselbstbelobigung» aber doch mit kritischen Hinweisen auf die notwendige Zukunftsentwicklung der Medienbranche in Verbindung mit Medien, Unterhaltung und Technology. Seine drei Hauptstichworte waren change, choice und principles.

Trotz massivem Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der «Eyeballs» stammen immer noch 90% aller Video Nutzung von den traditionellen Broadcaster. Dabei sei eben der Umstand lokal verbunden zu sein und sich an Journalistische Grundprinzipien zu halten von zentraler Bedeutung: «We face change, but will allways must be guided by our principles» so sagte Smith im auch schon besser (über-)gefüllten Ballsaal im Westgate.

Betreffend Radio hob Smith besonders hervor dass nun auch Apple endlich die in den iPhones vorhandenen (UKW) Radio-Empfänger aktivieren sollen um den «Lifelineservice» zu gewährleisten, wenn die Mobilfunknetze nicht mehr funktionieren. Er lobte ausdrücklich die zwei grössten Mobilfunknetze der USA (Verizon und T-Mobile) und Android für das bald vollständige Angebot an Handys mit Radioempfang. Er erwähnte auch die Bemühungen um eine AM-Revitalisierung und die bereits grosse digitale Radio-Verbreitung mit rund 2000 neuen Programmen.

Noch mehr und vor allem neue Themen-Pavillons

Wer sich spezifisch über einen eingeschränkten Themenbereich gezielt orientieren will, der ist bei alle den vielen Themen Pavillons sehr gut bedient. Dieses Jahr gab es ganz neue Pavillons für die Themen Cybersecurity , Ford Dev (Carhackatron) , Destination NXT (Zusammenfassung von Futures Park, StartUp Loft und SPROCKIT) , Facebook Live , IP-Showcase (Real Time Media) , Next Gen TVHUB und M.E.T. 360 Grad Studio, wo auch die NAB Livesendungen produziert wurden. Attraktiv, sehr interessant und auch meist mit eigenem Vortragsprogramm verbunden waren auch die bisherigen Sonderausstellungen zu den Themen wie Advanced Advertising, Aerial Robotics and Drone, Connected Media, Post/Production Campus, Virtual and augmented Reality und ATSC3.0 wo der neue digital terrestrische US Standard in all seinen Vorzügen vorgeführt wurde.



Ajit Pai bei seiner Keynote vor sehr interessiertem Publikum in überfülltem Saal. | Bild: MRU

Am zweiten NAB-Tag war die General Session für den ersten grossen Auftritt des neuen FCC Chairman Ajit Pai vorbehalten. Im überfüllten Saal holte sich der neue FCC Chef in seiner Keynote vielfach Szenenapplaus obwohl die Themen ja sehr ernst waren.

Die Radionutzung ist seit 10 Jahren fast genau gleichgeblieben und ist als gleichwertig wie das Fernsehen zu betrachten, betonte Pai und bestätigte auch die Unterstützung für den FM Empfang im Handy.

Generell gab es einen angenehmen Lobgesang auf die Broadcast Medien Radio und Fernsehen zu hören. Das sei so berechtigt sagte Pai, weil eben die Rundfunker Original, Lokal und Live seien!

Eines der Hauptprobleme das aktuell zu diskutieren gibt, ist die Absicht des FCC (TRUMP lässt grüssen!) die Netzneutralität (wieder) auf eine neue Grundlage zu stellen. Dabei sollen die Internetprovider nicht mehr gleich behandelt werden wie ZB Telefongesellschaften. Das Ziel heisst: «Der Markt soll das regeln». Mehr dazu gibt es [hier](#).

Von 360Grad, Augmented (AR) bis Virtual Reality (VR) und 3D?

Mein Eindruck ist, dass vor allem der VR-Bereich in Sachen «Big Hype» gerade eine grössere «Delle» gekriegt hat. Es ist zwar unüberschaubar, dass das Thema bei Hardware, Produktionssoftware und Ausbildung (Lernkurve noch am Anfang) laufend Fortschritte macht und das Produktionsangebot umfangreicher und besser wird. Das gilt aber im Moment (noch) nicht so sehr für die Brillen (Kiste vor dem Kopf) und schon gar nicht für die Nutzung bei den Konsumenten. Der echte Durchbruch zum Massenmarkt scheint in weiter Ferne zu sein.

Mark Zuckerberg (CEO von FB) hat zwar an der kürzlichen F8 Developerkonferenz laut posaunt wie FB mit seiner neuen Kamera als [AR Plattform](#) selbst Pokemon «alt aussehen» lassen wird. Er geht im Wesentlichen von folgenden Use-Cases aus: displaying information like directions directly onto roads or buildings; adding digital objects onto a physical space, such as a virtual chess board on a table; and enhancing existing objects such as face filters. Zuckerberg ist auch der Meinung, dass es sich bald nicht mehr lohne ein TV Gerät zu kaufen, dann man grosse Bildschirme in Form von AR-Brillen tragen werde, welche aussehen sollen wie eine gewöhnliche Brille.

In der lesenswerten Coverstory « [AR and VR: the new Reality TV?](#) » der aktuellen Euromedia-Ausgabe beschreiben viele Branchenspezialisten Ihre Einschätzung der AR-VR Entwicklung.

Dass die Reproduktionsqualität im Video und Audio Bereich von VR noch zuwenig attraktiv ist zeigt sich zum Beispiel daran, dass die Firma IYUNO bereits eine Produktionskette in 8K entwickelt hat und die Firma DJI seine neue VR-Brille Goggles und der NAB vorgestellt hat. Diese neue VR-Brille leistet Full HD mit 1920x1080 Pixeln und soll ab Mai 17 in Europa für 549 Euro zu kaufen sein.

Zurzeit ist 3D ohne Brille für das Heimkino völlig «ausen vor»! Die Prognose war ja bisher, dass nach einer Pause und nach reifer Markteinführung von 4KUHD 3D wieder ein grosses Thema sein wird. Im Moment sieht es aber gar nicht danach aus!

Video in 4K UHD 8K etc.

4k-Video mit HDR ist immer noch, oder jetzt erst recht ein Schwergewichtiges Thema innerhalb der Ausstellung in Bezug auf Produktion. Ob das im Markt, dank HDR bald wirklich im grossen Stil greifen wird muss sich erst noch zeigen. Die Japaner sind überzeugt dass sie bis 2025 100% ihres des Marktes in 4K-UHD umgesetzt haben werden und im Rahmen der Olympischen Spiele 2020 auch mit dem Feldbetrieb von 8K wie geplant starten werden. Während bisher lediglich NHK stets 8K gefördert und gezeigt hat, so hatten dieses Jahr erstmals auch andere Anbieter wie zum Beispiel IKEGAMI 8K Ausrüstung im Programm.

Ab 2020 kein Broadcastequipment mehr in den Studios

Dies sagte Thomas Edwards von FoxNetworks an der Vortragsserie «An Overview of today's emerging Technologies». Er betonte, dass nun nach 10 Jahren Aufbauarbeit und experimentieren die Zeit reif für IP-Live sei. Damit verschwinde auch fast vollständig die Broadcast Hardware aus den Studios und verlagert sich als rein Software basiert als «Datencenter» in die Cloud. Edwards beklagte sich allerdings darüber, dass die Umsetzung im Alltag noch ein grosser Rückstand in Sachen Standardisierung zu verzeichnen sei.

OTT (Over the Top Television)

An der Specialveranstaltung von DEVONCROFT am Sonntag früh, wurde auch zum Thema OTT referiert. Die immer kürzeren Amortisationszeit der Ausrüstungen und auch hier die fehlende Standardisierung werden als grosse Baustellen gesehen. Apple zusammen mit dem Rest der Industrie versucht die Verwendung von TS und ISO Containern in das gemeinsame Format CMAF (Common Media Application Format) zu überführen. Dies sollte es ermöglichen die Codierungs- und Speicherkosten zu halbieren.

Cybersecurity

Firmen im Bereich Cybersecurity wachsen in einem sehr hohen Tempo, haben neuerdings einen eigenen Sonderbereich, und sind inzwischen auch für den Medienbereich äusserst wichtig geworden, was durch den starken Trend zu vernetzter Cloud-Produktion noch deutlich verstärkt wird. Auch der Konferenz-Bereich hatte einen grossen Anteil von Vorträgen und Panels zu diesem Thema. Während der NAB kam das Gerücht auf (inzwischen von Netflix bestätigt) dass ein Hacker (Namens The Dark Overlord) die neue, noch nicht ausgestrahlte Netflix Serie «Orange ist he new Black» beschafft hat und mit einer Vorausstrahlung droht, falls Netflix nicht angemessenes «Erpressungsgeld» bezahlt! Nachdem der gleiche Hacker auch behauptet «unreleased» weiteren Netflix-, Fox- und ABC-Content zu haben, steigert das die Bedeutung der Sicherheitsproblematik enorm. Da moderne TV-Empfänger immer stärker «Computer Verhalten» aufweisen, sind auch diese stärker allen Arten von Cyber Risiken ausgesetzt. Wie Untersuchungen gezeigt haben, soll dies sogar über den HF-Eingang (ZB DVB-X) möglich sein.

Radio Spezifisches

Die Nord Halle, einst «DIE» Radiohalle verkommt inzwischen schrittweise zu einer Sammelsurium Halle mit vorwiegend nicht Radiorelevanten Inhalten, wie Startups, Future Park, Länder- Advertising- Pavillons, NAB Store und Registration. Viele Firmen der Radio-Branche sind nun auch in der Central oder gar der South Hall zu finden. Schade, aber es

spiegelt auch den gesunkenen Gesamtstellenwert der Radio Branche im Gesamtkontext der Industrie.

Von DAB+ gibt es an der NAB traditionsgemäss fast gar nichts zu sehen oder zu hören. Da waren aber immerhin zum Beispiel Vorträge von Roman Holzhaue (Deutsche Uni) "[Building Web Services to Embed Online Data In DAB+; Adds, Social Feeds, News & More,](#)" und von Alexander Zink zum Thema «small scale DAB+».

Als eine weitere «Rettungsmassnahme» respektive Revitalisierung der Mittelwelle, ja das gibt es auch im bald total digitalen Zeitalter noch, empfiehlt Frank Conrad von Westinghouse Synchronous AM Boosters nach Vorbild von 1924. Wer sich für diese Radio Steinzeit Technologie interessiert, kann sich [hier](#) darüber schlau machen.

Schlechte Nachrichten gibt es von iHeart (früher Clear Channel), einem der Radiogiganten in den USA mit mehr als 1200 Stationen: Es scheint, dass sich der Konzern mit seiner Wachstumsstrategie unter Führung von CEO Bob Pittmann überfordert hat und es soll iHeart der baldige [Konkurs](#) drohen.

Die weiteren zahlreichen Radiothemen im Konferenzprogramm haben sich dieses Jahr grossmehrheitlich spezifisch auf Radiobelange in Nordamerika bezogen und waren in diesem Sinne nicht besonders interessant aus europäischer Perspektive.

Das Thema **Alarmierung der Bevölkerung und Information in Krisenlagen** ist hier bei Radio und Fernsehen (Rundfunk) ein allgegenwärtiges Thema. Die FEMA hat einen recht grossen Informationsstand wo die neuesten Systeme für Radio /TV und via APP vorgestellt werden. Die Prioritätsfolge (auch mit gesetzlichen Auflagen) ist ganz klar Radio an erster Stelle, dann TV und erst dann IP.

Shelly Palmer: Nur noch ein Jahr bis (auch) Computer lügen können!

Vor oder am Eröffnungstag von grossen Veranstaltungen lädt Shelly Palmer Strategic Advisors (eine Tochterfirma der «The Palmer Group») eine ausgewählte Zahl von Industrie Analysten und Journalisten zu einer stets vielbeachteten Frühstücksveranstaltung ein. Durch ein bis zwei Gastredner und Shelly Palmer persönlich, werden da die aktuellen IST und Zukunfts-Beurteilungen im Rundfunk-Medien und Consumer Bereich in komprimierter Form vorgetragen. Schwerpunkt dieses Mal: «TV in the Age of Autonomous Vehicles and 5G» . Einige der Kernaussagen:

- Three Mega-Trends Are Changing Everything: On Demand, Autonomy and Machine Learning. Distribution channel disruption is accelerating.
- In 5 Jahren kauft man keinen TV mehr, weil die Mobilfuncker diesen verschenken werden (wie schon bei den Handy's)
- Die rasante Entwicklung von Künstlicher Intelligenz(KI), vorwiegend durch machine learning und natural language understanding (NLU) etc. wird innert einem Jahr dazu führen, dass auch PC's lügen können. Leider wird KI bis zu 30% Job-Verlusten führen. Die Dinge mit denen wir reden fangen an Antworten zu geben!
- Bis zum autonomen fahren «für alle» dauert es mindestens noch 5 Jahre
- Die letzten 10 Jahre hatten eine unglaubliche technologische Enzwicklung, aber die Zukunft sieht noch chaotischer und noch disruptiver aus, als alles was wir bisher erlebt haben.
- Rundfunk (ATSC-3.0) und DOCSIS 3.0 machen im «5G all IP» Zeitalter keinen Sinn mehr!
- Shrinking and fragmenting can be deadly for the Advertising business model

Alle wesentlichen Darlegungen der Veranstaltung können im [Shelly Palmer 2017 TV Tech & Media Trend Report](#) nachgelesen werden.

Ausgewählte Ausstellungsschnappschüsse mit Kurztext:

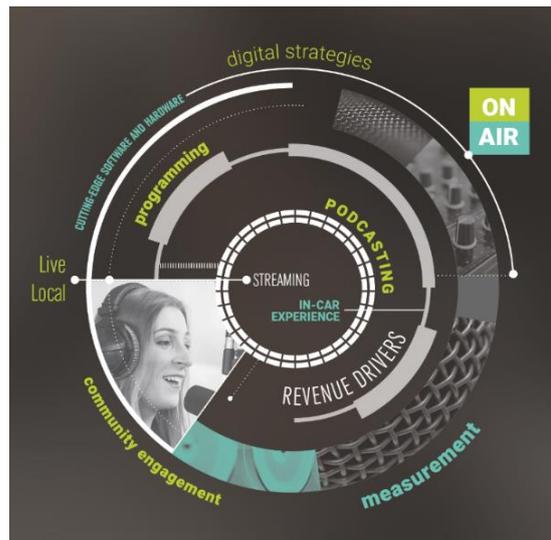


Gesehen bei Sony (und anderen Herstellern): Kamera-Testplätze wie schon vor Jahrzehnten zum Beispiel am TV-Symposium Montreux. Ausser der Auflösung hat sich eigentlich gar nichts geändert. Bild: MRU



Was soll uns wohl die Koaxialkabelrolle an der Hallendecke sagen? (CATV still exists?)

Bild: MRU



Schöne bildliche Veranschaulichung der zukünftigen Radiostrategie

Bild: MRU



Car Audio der Zukunft: Solange es noch ein Radio APP oder einen Knopf hat ist die Radio-Welt noch in Ordnung. Bild: unbek.

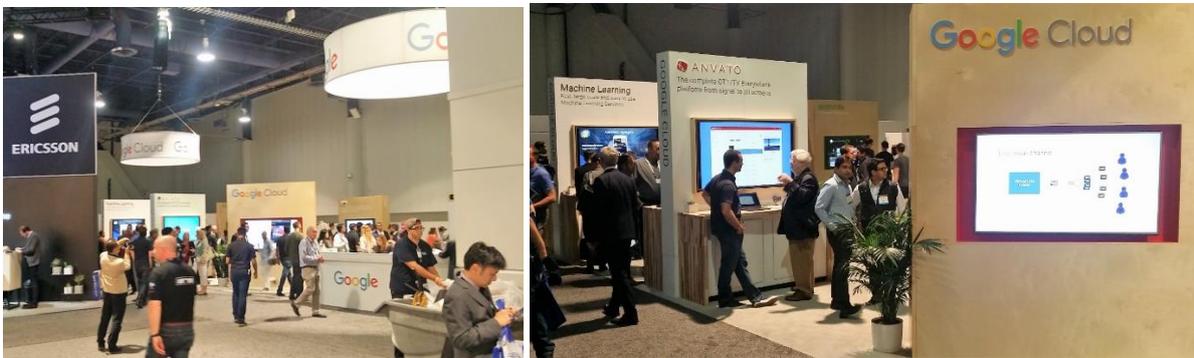


Masterplay am Stand von United Teleport /UPCOM

Bild: MRU



Grosse exclusive NAB-Party im TOP GOLF Las Vegas von Verizon Media Services. 60 Abschlagplätze über drei Stockwerke (rechts) verteilt, mit weitestem Loch (links) bei 200 Meter. Bilder: MRU



Google erstmals hier, aber doch etwas gar in die Ecke gedrängt? Bilder: MRU



Volles Programm über 4 Tage im Advance ADVERTISING Pavillon Bild: NAB Dailynews

Im Freigelände im hellen Sonnenlicht von Q-Vio gesehen. Unglaublich grosse Differenz. Bild: MRU



Die vielen neuen Möglichkeiten von ATSC 3.0: Adressierung, Rückweg bis Alarmierung Bild: MRU

Wer sich mehr über die Gesamtveranstaltung informieren will kann sich bei den [Showdailynews](#) und auf der [NAB-Website](#) einklinken oder lädt sich die NAB-App runter. Die nächste NABShow&Conference findet am gleichen Ort vom 6.-12.April 2018 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 in verschiedenen Verwaltungsräten, ist Mitglied der Eidgenössischen Medienkommission und gehört dem Vorstand des Verbands Schweizer Privatradios (VSP) an.

3.4.17MRU