Seit drei Jahren endlich wieder eine «richtige» NAB-Show and Conference vom 23.- 27.April in Las Vegas! Allerdings nur eine halbe Portion Aussteller, Besucher und Innovation, dafür keine Maskenpflicht! Die Pandemiezeit hat der NAB-Show zu einer neuen Aufteilung und Strategie verholfen. Die Besucher haben einen völlig anderen Grundriss als bei früheren NAB-Shows vorgefunden. Die diesjährige Veranstaltung ist geografisch um vier Inhalts- und Ausstellungsthemen herum organisiert: **Erstellen** (Vorproduktion bis Post), **Verbinden** (Verteilung und Bereitstellung), **Kapitalisieren** (Reichweite und ROI) und **Intelligenter Inhalt** (Daten, KI und Automatisierung). Die Absicht war, den Besuchern eine kuratierte Erfahrung zu bieten, die auf ihrer spezifischen beruflichen Funktion und ihren Interessen basiert. Die beiden Süd-Hallen wurden durch die neue riesige Westhalle ersetzt und die NAB-Radioshow wurde integriert in die gleiche Veranstaltung und erstmals öffnete die Ausstellung schon am Sonntagmorgen.

Die NAB22 hatte rund 52 000 Besucher. Während dies viel weniger ist, als der Durchschnitt von rund 100.000 für die NAB Show, sagt LeGeyt, der neue NAB Präsident, dass die beispiellosen Ereignisse der letzten zwei Jahre Vergleiche mit vergangenen Ereignissen irrelevant machen. Es waren rund 900 Aussteller da, in früheren Jahren waren es bis zu 1600.
Vor allem die Aussteller freuten sich über eine „neu gestaltete“ NAB-Show und viele Verkäufer sagten auch, dass eine fokussiertere, weniger überlastete Show zu qualitativ «besseren Besuchern» (erstaunliche 22% von ausserhalb der USA!)geführt habe und LeGeyt betonte: Ich erinnere mich wieder, warum es so wichtig ist, persönlich auf einer Messe zu sein.
Die gewichtigsten Themen an der Konferenz und in der Ausstellung waren der Übergang der Produktion in die Cloud-Virtualisierung, NextGenTV(ATSC3.0) und generell IP und Hybrid-Umgebungen als neue Norm.
In den Medien-Vorträgen und in persönlichen Gesprächen war die Angst um die journalistische Ausgestaltungs-Freiheit und die Markt-Behauptung der klassischen Medien gegenüber den Tech-Giganten und deren Besitzer die Hauptsorge.

NAB-President Curtis LeGeyt bei voller Mainstage an der Eröffnungsveranstaltung **Bild:** MRU

In seiner allerersten Rede zur Lage der Rundfunkbranche hat der neue Präsident und CEO der National Association of Broadcasters (NAB), Curtis LeGeyt, seine Vision von der Rolle der NAB zur Stärkung der Zukunft der Rundfunkbranche erläutert und die aktuellen Probleme angesprochen, welche sich auf lokales Radio und Fernsehen auswirken werden.

LeGeyt sprach über die Rolle, die lokale Sender inmitten der Pandemie, der Unruhen und der Angriffe auf die Demokratie gespielt haben. „Durch alles waren – und sind – die Rundfunker eine führende Stimme, wenn es darum geht, Gemeinschaften dabei zu helfen, eine Vielzahl von Informationen und Emotionen zu sortieren“, sagte LeGeyt, „während Sie sich auch bemühen, Gemeinsamkeiten und Gemeinwohl zu finden.“
Er wies auf Technologien der „nächsten Generation“ hin, die das Rundfunkfernsehen noch leistungsfähiger machen, darunter ATSC 3.0, 5G, Streaming und mobiles Video, sowie neue Entwicklungen, die eine Weiterentwicklung des Radios anführen. „Die Datenfähigkeiten von HD Radio und dem vernetzten Auto bieten Sendern leistungsstarke neue Möglichkeiten, ihre Zuhörerbeziehungen aufzubauen und zu erweitern“, sagte er.
LeGeyt beschrieb die vier Bereiche, in denen er mit politischen Entscheidungsträgern zusammenarbeitet. „Zunächst muss der Kongress Maßnahmen ergreifen, um die Gatekeeping-Fähigkeit der Big-Tech-Giganten einzudämmen, die die Wirtschaftlichkeit lokaler Nachrichten ersticken“, sagte er und stellte fest, dass lokale Sender jährlich etwa 2 Milliarden US-Dollar verlieren, wenn auf ihre Inhalte über Google und Facebook zugegriffen wird.
Als nächstes, so LeGeyt, müsse der Gesetzgeber „die Medieneigentumsgesetze modernisieren, um die Realitäten des Marktes widerzuspiegeln“. Google und Facebook kontrollieren rund 77 Prozent der lokal ausgerichteten digitalen Werbung, fügte er hinzu.
Drittens fordert die NAB die FCC auf, „ihr Denken über die Rundfunkpolitik im weiteren Sinne neu auszurichten“, sagte LeGeyt. Er fügte hinzu, dass die Fähigkeit des Rundfunks, im öffentlichen Interesse zu funktionieren, von „seiner wirtschaftlichen Lebensfähigkeit“ ausgeht.
Sein letzter Punkt für politische Entscheidungsträger ist die dringende Unterstützung des Kongresses für den Local Radio Freedom Act, der sich gegen eine neue Leistungsgebühr für lokale Radiosender ausspricht.
„Rundfunk ist mehr als eine Technologie. Es ist ein öffentlicher Dienst – verwoben mit dem Gewebe unserer Gemeinschaften“, sagte LeGeyt.

Schliesslich erhielt Gordon Smith, ehemaliger NAB-Präsident und CEO, den NAB Distinguished Service Award. Nach aufgezeichneten Erklärungen unter anderem von Präsident Joe Biden, dem ehemaligen Präsidenten Bill Clinton und Barak Obama sagte ein emotionaler Smith, er nehme die Auszeichnung nicht für die Anerkennung dessen an, was er erreicht hat, sondern „als Erinnerung daran, dass noch viel zu tun ist“. Er bezeichnete sich selbst als "Fußsoldat" in der Fernsehschlacht. **Bild: MRU**

ATSC 3.0 (auch nextgenTV genannt) wird jetzt in über 45 Märkten ausgestrahlt und erreicht mehr als 50 % der US-Fernsehzuschauer. 70 Fernsehmodelle sind aktuell mit NEXTGEN TV-Elektronik ausgestattet, und Set-Top-Receiver sind in der Entwicklung für die Verbraucherfreigabe im Jahr 2022. Südkorea hat buchstäblich den Weg zu ATSC 3.0 geebnet, indem es 2016 seinen Ultra High_Definition (UHD) TV-Standard eingeführt und im Mai 2017 4K ATSC 3.0-Sendungen eingeführt hat, die jetzt mehr als 70 % der südkoreanischen Bevölkerung erreichen. Auch Jamaika hat bereits ATSC 3.0-Dienste eingeführt.

Als Besonderheit wurde an der NAB22 live vorgeführt wie man mit Hilfe der ATSC 3.0 RTK- Daten die Genauigkeit von GPS um bis zu Faktor 100 verbessern kann, also von 3 Meter auf rund 3 Centimeter. Als Beispiel diente das hoch-präzise liefern von Esswaren an Haushalte. Ermöglicht wurde diese sehr komplexe aber beeindruckende Demonstration von ETRI,MBC, HancomInspace CAST.ERA, Sinclair Broadcast Group und SK Telecom.Mehr zum Projekt gibt es als Demo-Video hier, und die technische Beschreibung von NAB-Amplify hier.

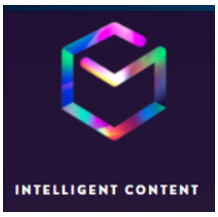
Ähnlich wie beim Mobilfunknetz kann das amerikanische ATSC 3.0 (auch NEXTGEN TV genannt, ähnl. wie bei uns DVB-T2) inzwischen auch nahtlos vom Versorgungsgebiet eines TV-Senders zum Versorgungsgebiet eines anderen Senders wechseln. An der Weiterentwicklung des Standards wird laufend gearbeitet, hauptsächlich in Richtung Hybride-IP-Dienste. Weitere Information zur ATSC3.0 Entwicklung gibt es hier.

Die neue NAB-Ausstellungs-Gliederung in Kürze:

All things pre-production to post
This is where content finds form. Here you'll find the latest tools and advanced workflows elevating the art of storytelling. This is the place for people who want to master their craft.

All things distribution and delivery
This is where content moves next. Here you'll find cloud computing and media infrastructure pushing the boundaries of content delivery anytime, anywhere. This is the place for people who want to boost their productivity.

All things reach and ROI
This is where content meets commerce. Here you'll find strategic solutions and next-gen technologies creating new revenue streams and fueling the content economy. This is the place for people who want to perfect their go-to-market and monetization strategies.



All things data, AI and automation
This is where content gets personal. Here you'll find industry-wide transformation enabling customized, immersive content. This is the place for people who want to automate production, harness data to enrich user experience and engage new business models to drive reach.

Und das Ganze wurde ergänzt mit verschiedenen Sonder Pavillions und Ausstellungen mit zum Teil eigenen ausgedehnten Presentations- und Vortrags-Programmen, welche ohne Konferenzpass frei zugänglich waren. Nachfolgend die Wichtigsten davon mit ihren Logos:

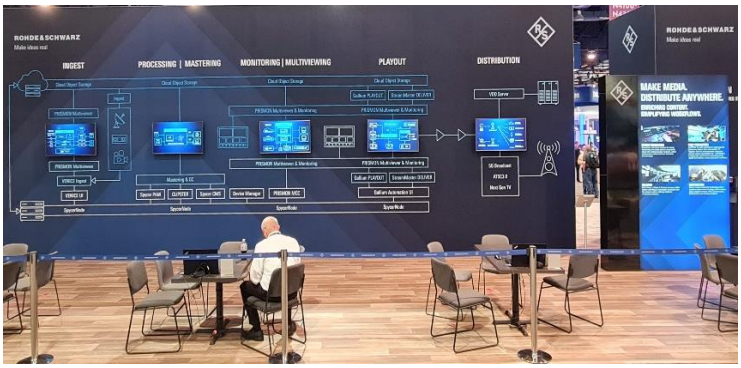
5G Broadcast

Doch eher ruhig bis sehr zurückhaltend fand das Thema 5G-Rundfunk an der Ausstellung und an der Konferenz statt. Das kann durchaus darauf zurückgeführt werden, dass die Radios mit HD-Radio längst und die TV's mit der Einführung von ATSC3.0, digitalterrestrisch bestens langfristig versorgt zu sein glauben.
ATSC 3.0 (ähnlich wie bei uns DVB-T2)ist vor allem für die USA ein gewichtiges Thema das sich in der praktischen Umsetzung befindet. Dementsprechend viele Vorträge und Lieferanten welche sich mit allen neuen Möglichkeiten dieser digital terrestrischen (im UHF Bereich !) Verbreitungstechnik auseinandersetzen und lautstark anpreisen.
Der grösste Wunsch der Promotoren (NAB-Broadcaster) wird sich auch für ATSC3.0 nicht erfüllen lassen, nämlich als ATSC3.0 in die Smartphones und ähnliche Geräte (SIM frei etc.) integriert zu werden. Alle Bemühungen, wie auch wieder an dieser NAB22 durch zum Beispiel NAB-Pilot Vertreter erfahren, werden genauso (an 3GPPP) scheitern wie DAB+/DVB-H/MediaFLO/HD-Radio usw. Zitat von Thomas Jammer: *"Die Mobilfunkeräte- und Chipsatzhersteller haben kein Interesse daran, für Broadcast andere Technologien in ihren Geräten und Chipsätzen zu verwenden."*

1. NAB-Live Demo von 5G Broadcast bei Rohde und Schwarz Bild: MRU

Thomas Janner Director of R&D Signal Processing for Transmitter and Amplifier Systems at Rohde & Schwarz, erläutert mit Begeisterung die Live Demo von 5G Broadcast Live zu 2 der im Moment so raren Smartphones von Qualcom die das auch wie Rundfunk (ohne SIM etc) empfangen können. Diese raren Smartphones (es soll im Moment deren ganze 12 Stück geben) hätten eigentlich auch in einem EBU Versuch in Genf ,während dem ESC im Mai, in Zusammenarbeit mit der SRG und Swisscom Broadcast, in einem Showcase zum Zuge kommen sollen. Der Versuch wurde kurzfristig aber abgesagt. Die Swisscom Broadcast plant aber einen späteren Versuch , möglicherweise in der Zentralschweiz. Thomas Janner wünscht sich vorab von den Rundfunk Stakeholder (EBU und Private) mehr direktes Engagement bei Qualcomm und Co um bald grössere Stückzahlen und Anwendungen ermöglichen zu können. Rohde und Schwarz ist mit Qualcomm eine «5G BS» Partnerschaft eingegangen.

Interessante und aktuelle weitere Informationen zum Thema 5G Broadcast gibt es Im Interview mit Thomas Janner (vorwiegend zu "5G-Today" und "5G Media2Go"), einem NAB-Artikel mit dem Thema «is 5G Broadcast ready for Primetime» , Rohde und Schwarz mit Eigenwerbung zum Versuch mit Qualcomm *«Rohde & Schwarz and Qualcomm show end-to-end live 5G Broadcast streaming to smartphones at NAB Show 2022»* ,und einem Youtube Video zum Thema.



Man muss sich daran gewöhnen, dass R&S inzwischen ein sehr grosser Laden geworden ist und sich nicht einfach auf ein paar Messgeräte beschränkt sondern ganze Vertriebswege (von Ingest, Processing/Mastering, und Playout bis Distribution) **zusammen mit Partnern ausrüsten kann. Hier an der NAB22 mit einem der grössten Stände überhaupt.** Bilder: MRU

Die Zeiten der Jährlichen NAB-RadioShow sind endgültig vorbei. Im Jahr 2019, also kurz vor dem Pandemiestart fand die allerletzte «Standalone» Radioshow in Dallas TX statt. Neu findet seit diesem Jahr die RadioShow als integrierender Bestandteil der NAB Show in Las Vegas statt, und das soll so in Zukunft bleiben. Ein weiteres Zeichen dafür, dass eben Radio/Audio gesamthaft gesehen nicht mehr die grosse Bedeutung hat wie einst, und einfach zu einem Medien- Konvergenz-Bestandteil geworden ist! Selbstverständlich kann, wird und muss sich Radio im Umfeld von Audio und IP-Medienkonvergenz weiterentwickeln. Dabei zeigt sich immer deutlicher, dass «das Radio» Gerät langsam aber sicher aus den Haushalten und den Autos verschwinden wird, wie die aktuelle Studie «infinite Dial 2022» von Edison aufzeigt (in den USA) ist die Anzahl der Haushalte welche gar kein «Radio-Gerät» mehr aufweisen von **4%** im Jahr 2008 auf **39%** im Jahr 2022 gestiegen, bei den 12 – 34 Jährigen sind es bereits **57%**. Wenn das kein endgültiger «Alarm» ist sich darum zu kümmern, dass die Radio-Geräte durch direkten Zugang auf den Smartphones/Tablets/PC etc. ersetzt werden! Den ganzen Audio-Report gibt es hier.
Mit mehr als 40 Sessions exklusiv für Rundfunk und Fernsehen, einschliesslich Verkaufs- und Marketing-Sessions, die vom Radio Advertising Bureau (RAB) entwickelt wurden, sowie Floor-Theater-Sessions, war Radio/Audio insgesamt an der diesjährigen NAB-Show sehr gut vertreten, allerdings auf die verschiedenen Hauptthemenbereiche verteilt.
An der samstäglichen Radio-Sessions- Eröffnung sagte NAB CEO Curtis LeGeyt: *"Our radio members are first and foremost broadcasters, but increasingly they're also audio content companies, this is a hub for multimedia companies"*

Jeweils am Sonntag findet die traditionelle Radio-Veranstaltung **NUG@NAB** (**N**autel **U**ser **G**roup at NAB) des Radio-Senderlieferanten NAUTEL statt. Dieses Jahr fand die rund 5 Stunden dauernde Veranstaltung inklusive Gratis- Lunch im FLAMINGO-Hotel statt. Die Teilnahme lohnt sich immer, da jeweils ein guter allgemeiner Radio Branchen-Überblick geboten wird. Die wichtigsten «gehörten» Stichworte, die den über 300 anwesenden Broadcaster dargeboten wurden, waren dieses Jahr:

- Radio- Virtualization in der Cloud and beyond sehr im Trend, aber vielleicht auch der direkte Weg in die Abhängigkeit neuer dritter !? Dazu passend auch

die Präsentation von Nautels Philipp Schmid mit dem Thema «software based Air Chain»

- Drei kurze gute und aktuelle Vorträge von Paul McLane (Radio World) What to watch at NAB22? , HD-Radio Update von Ashruf El-Dinary (Xperi) und zu Virtualization von Marty Sacks (Telos Alliance)
- Full Digital AM (Mittelwelle , DRM und HD-AM) gewinnt an Bedeutung weltweit!
- HD-Radio hat in Nordamerika inzwischen 85 Mio Autos mit HD Radio, 80 Mio davon mit AM!
- NUG@NAB erstmals auch online gestreamt, und 30 min. zu früh angefangen 😉, wer nicht kam zur rechten Zeit! Hat das grossartige Frühstücksbuffet und den Vortragsstart verpasst!

Wie üblich, luxuriöses Workshop-Setting am NUG@NAB Anlass für alle Teilnehmer

Besonderes an diesem Dashboard? Es ist weder FM, DAB noch IP!, sondern DIGITALE MITTELWELLE! **Bilder: MRU**

Die erste grosse Konferenzüberraschung war dieses Jahr unzweifelhaft das (erst zum dritten Mal durchgeführte) **Radio Forum für Kleine und mittlere Märkte**, also eben für richtige Lokal-Radiöler! Obwohl man sich zum Voraus registrieren musste war die Veranstaltung trotz grossem Saal überlaufen, viele mussten sogar stehen. Da besteht wohl wirklich ein sehr grosser Informationsbedarf.

Veranstalter-Werbung: *The annual NAB Small and Medium Market Radio Forum is an exclusive industry forum covering the most critical topics for NAB small and medium market radio members, hosted by NAB's Small and Medium Market Radio Committee. The show will feature a number of trends relevant to the radio industry. Sessions will focus on devising local market sales strategies, creating content for podcasting and other digital outlets, and using data and advanced technology such as AI to drive personalized content for listeners. Other sessions will share details on the evolution of the digital dashboard and the increase in voice platforms used to access audio content in the home or car.*

Gute globale Einführung in die CAR Audio Thematik inkl. RADIOPLAYER ! **Bilder: MRU**

Ein Teil der Veranstaltung war als Workshop mit einem Dutzend grossen runden Tischen zu spezifischen Themen ausgelegt, sämtliche Tische waren voll bis übervoll durch Interessierte Besucher. Themen unter anderen waren:

- Radio and Digital Together: Best for Local Advertisers
- New Strategies to Generate Sports Revenue
- Controversial Advertising Categories
- Is Your Station Cyber Secure?
- New Techniques for Prospecting Direct Advertisers
- Finding Your Next RF Engineer
- Forum Town Hall
- New Techniques for Prospecting Direct Advertisers
- Systems that Create Operational Efficiencies
- Forum Take Five: Mythbusters - Audience and Revenue Growth for Small and Medium Markets
- Forum Take Five: In-Dash Display — Radio's New Revenue Opportunity is Easier Than You Think

Einiges an Aufregung verursachte die aktuellste und an der NAB vorgestellte Nutzungsforschung von EDISION mit dem Titel ***«Big Shifts For Radio: Dominance Slowly Shrinking In The Car»*** welche im Wesentlichen besagt, dass das dominante «RADIO-Nutzungs-Verhalten im Auto , langsam der Vergangenheit angehören wird. Siehe auch bei BEIT Veranstaltung. Mehr dazu hier

Prominente Eröffnung des Radio-Forums durch den Verbandspräsidenten **Bild: MRU**

Radio Zusammenfassung für die Schweiz:
Hier in den USA kümmert man sich primär um die Erhaltung und Ausweitung der Geschäftsmodelle im digitalen News- Entertainment- und Werbe-Bereich. Bei der Verbreitung nutzt und fördert man jeden Kanal inklusive digitale Mittelwelle und UKW. Da man über ausreichend analoge und digitale-terrestrische Verbreitung verfügt (UKW/MW/IP/HD-Radio), interessiert man sich im Moment noch nicht wirklich für 5G Broadcast mit gesicherter SIM und Intermediär-freier Verbreitung, trägt aber aktiv dazu bei, die Intermediäre und Verbreiter in Bezug auf Rundfunk zu «beschränken» was auch hier eine Mammutaufgabe für den (etwas Video und Audio- dominierten) Verband darstellt.

«Wir» in der Schweiz kümmern uns mehr um das endgültige Aus von UKW analog und versuchen bei 5G Broadcast die langfristige Zukunft nach DAB+ zu sichern. Vielleicht doch etwas zu wenig?

Schon seit gefühlten Jahrzehnten wird uns regelmässig an Ausstellungen und Konferenzen **8KTV als das Fernseh-Wunder aller zukünftigen Zeiten** Schmackhaft gemacht. Schon die Olympischen Spiele 2016 in Rio de Janeiro wurden in einem Testlauf in 8K nach Japan übertragen und es gibt inzwischen auch einige Empfänger und vermehrt Produktionsmittel. Die Content- und Geräte-produzierende Wirtschaft verspricht, dass mit 8K aufgelösten Bildern bei Live-Übertragungen Personal und Kosten eingespart werden kann, indem die interessanten Bildinhalte („Region of Interest (ROI)“) automatisch durch eine Motiv- und Szenenerkennung mit künstlicher Intelligenz ermittelt und gefiltert werden. Eine einzelne Kamera kann hierbei synchron bis zu vier unterschiedliche Bildausschnitte in Full-HD-Auflösung liefern. Aber ob das ausreicht um die Massen-Kundschaft zu einem 8K TV Kauf zu bewegen (Kosten noch gegen CHF 10 000.--) erscheint nach wie vor eher zweifelhaft zu sein.

Die 8K Association ist sehr zuversichtlich über die künftige Entwicklung. Hier einige der diesjährigen NAB-Highlights betreffend 8K, welche vor allem die Produktion betreffen und u.a. im Future Park vorgeführt wurden:

- *Benefits of 8K capture from the filmmaker's perspective, producers are already successfully using 8K technologies to improve TV, film, event and sport production.*
- *8K encoding in the cloud—MainConcept will showcase the power of HEVC and hybrid encoding of 8K content in the cloud.*
- *Seeing is Believing—Intel facilitated the encoding, packaging and distribution of live 8K content from the Tokyo Olympics. This demo will show some of this footage and provide details on the workflow used to distribute the content over the open Internet – even streaming to consumers 8K TVs in Brazil.*
- *Blackmagic Design "The Desperate Hour" feature film was shot using the Blackmagic URSA Mini Pro 12K digital film camera in 8K mode without losing any field of view for framing.*
- Immerhin 22 Aussteller haben Produkte und Dienstleistungen zu 8KTV gezeigt und 13 Sessions in der Konferenz behandelten dieses Thema.

Eine soeben während der NAB22 von Omdia senior director, media & entertainment, Maria Rua Aguete präsentierte Studie zu 8KTV malt da schon im Titel " Consumers aren't interested in 8K TVs " eher ein düsteres Bild der 8KTV Entwicklung. Einige Kern-Aussagen der Studie:

- Nur 2.7Mio Haushalte weltweit werden bis Ende 2026 einen 8KTV haben
- Der Verkaufs-Anteil an 8KTV Geräten betrug im Jahr 2021 lediglich 0.15%
- Hauptgrund: Der Mangel an nativen Inhalten und verfehltes Marketing haben zu einem Verlust an Markt-Dynamik geführt.
- „Selbst in Japan, wo es einen echten 8K-Kanal (von NHK) gibt, ist bisher die Akzeptanz minimal ,keine Region erreichte das Niveau von 1 % der Haushalte mit einem ausreichend großen Publikum, um kommerziell interessant zu werden.
- Da schon viele TV-Anbieter heute mit der Wirtschaftlichkeit von 4K UHD zu kämpfen haben, scheint es schwierig vorstellbar, dass 8K-TV-Produktion und

Verbreitung schon bald für Inhaltsproduzenten, Verbreiter und Konsumenten sehr attraktiv werden wird.

- Mehr zu dieser OMDIA Studie hier.

BEIT = Broadcast Engineering and IT

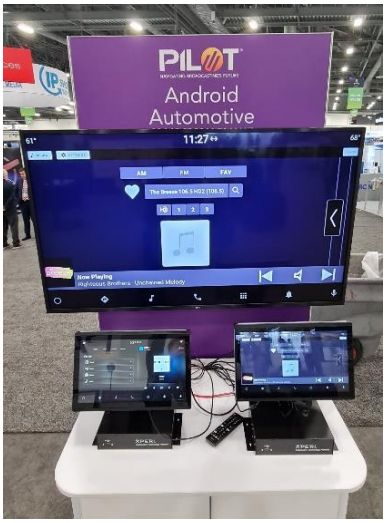
Schon am Samstag früh, wurde die 76. Brodacast Engineering and IT Conference durch den NAB-Präsidenten Curtis LeGeyt in der Westhalle eröffnet. Im Gegensatz zur späteren Radio Forum Veranstaltung war hier fast gähnende Leere im Saal. Auch hier wurde vor allem der Umstand beklatscht, dass man endlich wieder Live dabei sein kann. Die BEIT Proceedings sind neu im Konferenzpreis inbegriffen, aber nur noch in eForm und man muss persönlich im NAB Shop in der Nord-Lobby vorbeigehen um den Gutschein mit dem persönlichen Download-Link zu erhalten. Der diesjährige Umfang und die Bandbreite der Vorträge ist deutlich kleiner als vor der Pandemie.
Im Nachfolgenden eine kurze Auflistung von BEIT-Themen, welche für uns in der Schweiz am ehesten von Interesse sind:

- 5G Opportunities for Broadcast
  - 5G-MAG Reference Tools: Putting 5G in Action for Media
  - ATSC 3.0, DVB-I and TV 3.0 Services Via 5G Broadcast - System Design and Reference Tools
  - Practicalities and Analysis of Using PTP Over 5G Systems with Dedicated Time Synchronization Support for Media Production
- AM and FM HD Radio
- Artificial Intelligence Applications for Broadcast
- New Radio Transmission Technologies
- OTT 1: Emerging Developments
- OTT 2: Open Caching and the Network Edge
- Ultra HD Video and UHDTV Broadcasting
- Using Drones and Other Technologies for Broadcast Engineering

Einzelne Vorträge zu spezifischen Themen können beim Berichtsverfasser «angefragt» werden, die ganzen Proceedings können hier bestellt werden.

Kleiner Ausstellungsrundgang, fast ohne Kommentare. Alle Bilder : MRU

NAB-Future Park mit den aktuellen PILOT Projekten.

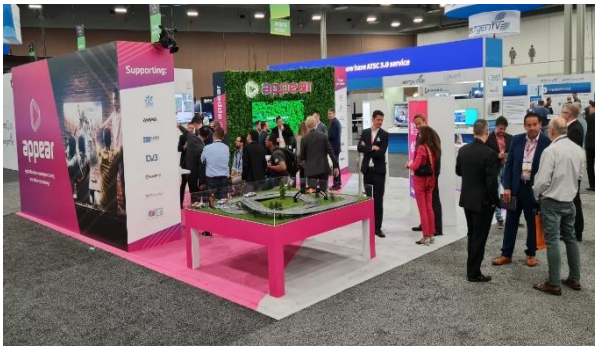


Augenmerk auf Android Automotive !

Neuer Eingang zur Central Hall

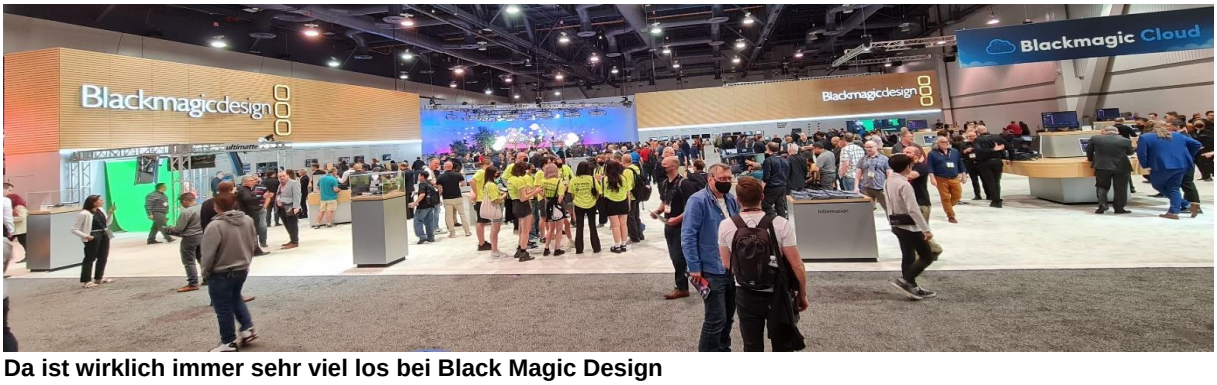
Selbst der sonst riesige SONY-Stand ist geschrumpft !

Ach wie schön, gibt es das noch ! Schon fast heimelig. Hier bei CANYON in der C-Halle

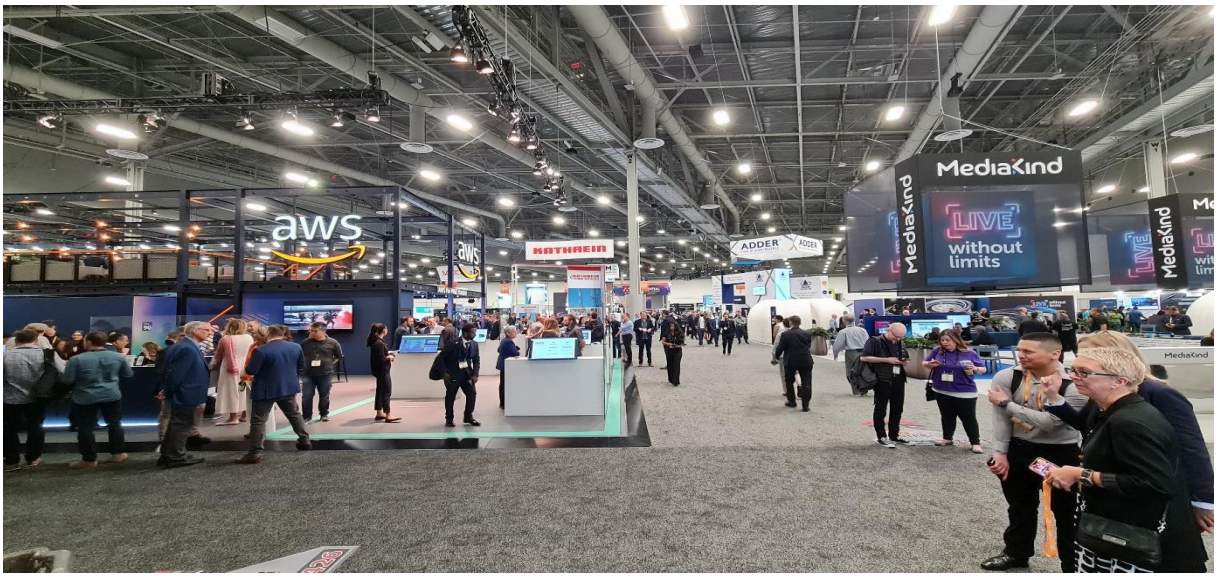


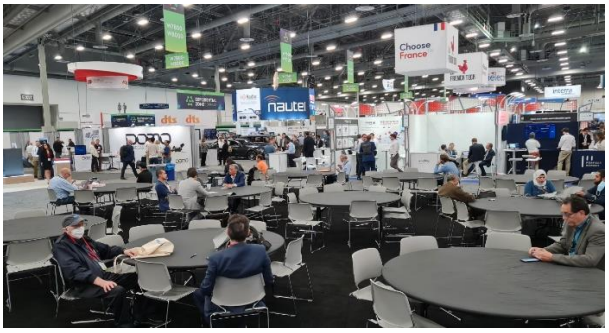
Appear mit neuer Farbgestaltung

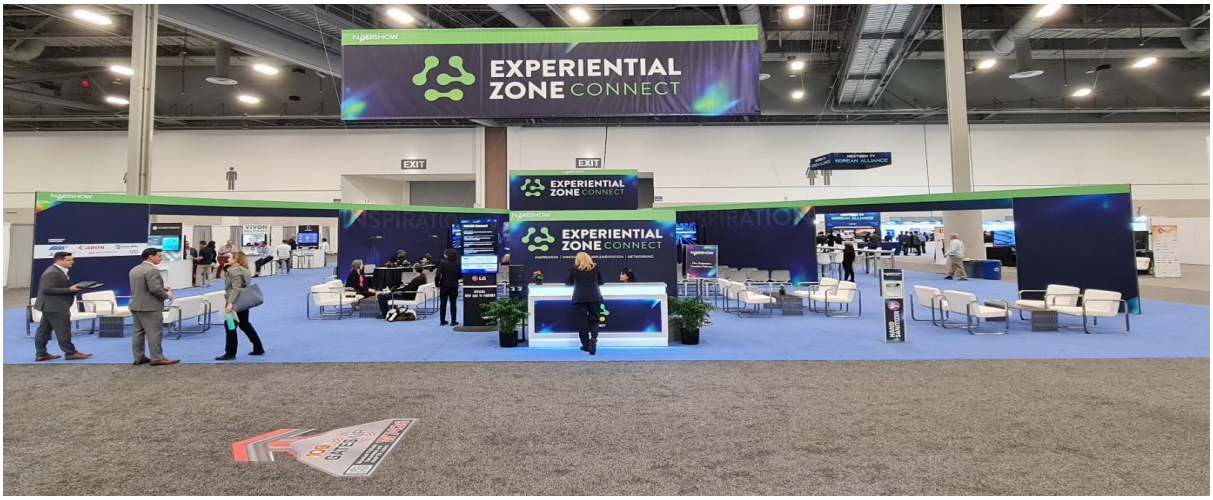
Sohnemann Daniel bei UPCOM in Action

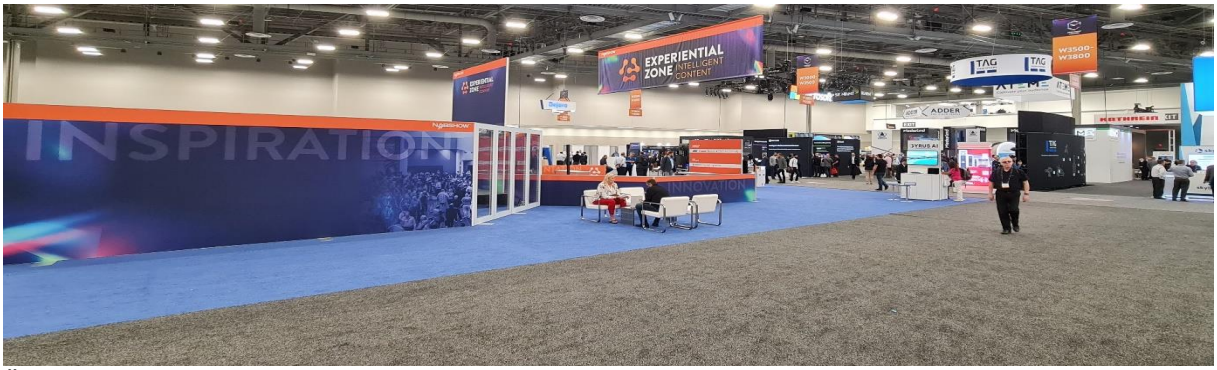


Da ist wirklich immer sehr viel los bei Black Magic Design









Überall in der neuen Westhalle ist grosszügig Platz, auch mit Arbeitsplätzen/Sitzgelegenheiten

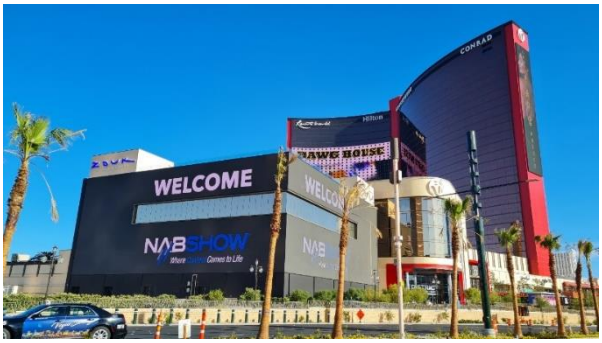
Dies und das und sonst noch erwähnenswert

An dieser NABShow22 gab es weder PEPCOM's «digital experience» noch die Showstoppers-Veranstaltung. Ob das generell im Trend der beiden Veranstalter ist, Nachwehen der Pandemie oder nur noch die CES und MWC in Zukunft bedient werden. Shostoppers hat CES23 auf jeden Fall bereits angekündigt.

Krise bei den grossen Plattformen in Sicht?
Innert Jahresfrist hat sich der Börsenkurs von Netflix praktisch halbiert und auch andere Techgiganten scheinen langsam an Grenzen zu stossen. NAB-Medien-Insider führen dies hauptsächlich auf die weltweit steigenden Bemühungen zurück, die Techngiganten regulieren zu wollen, respektive auf Druck von anderen inländischen Marktplayern zu müssen. Dies vorallem um den eigenen Medien die Unabhängikeit besser zu ermöglichen.
Die mindestens kurzfristig durch den Ukrainekrieg ausgelösten «Ent-Globalisierungsbemühungen», zusammen mit steigendem Wettbewerbsdruck, dürfte das Seine zu dieser Entwicklung beitragen.
Auch die Kabel- und andere Kommunikations- Netzbetreiber leiden ja schon länger am Rückgang von verschiedenen Pay- und ähnlichen Angbeboten.

Auch die Casinos gehen mit der Zeit: Nach USB nun Wireless Charging bei den Banditen.

UKRAINE Mediensupport überall!
Bilder: MRU



Video-Aussenwerbung der besonderen Art

NAB-Member-Lounge mit Ausblick **Bilder: MRU**

Unerwartete Abwesende ?
Im Vergleich zum VR/AR/XR Hype von vor der Pandemie, war es dieses Jahr in der Ausstellung und in den Konferenzen sehr still um die verschiedenen Varianten der virtuellen Realität, man könnte gar von Grabesruhe sprechen ! Einen kleinen Überblick über den aktuellen Stand der XR-Dinge gibt es hier.

Auch von einem sich anbahnenden grossen Entwicklungsschritt vom Metaverse habe ich weder in den Konferenzen , noch in der Ausstellung etwas relevantes zu spüren bekommen. Dies obwohl die Konkurrenz von Apple dabei ist in der Entwicklung zu Meta Platforms aufzuschliessen.
Mark Zuckerberg, CEO von Meta Platforms, äusserte kürzlich den Glauben, dass sein Metaverse-Projekt dem Unternehmen sehr aufregende 2030er Jahre bescheren würde, da es im ersten Quartal einen weiteren Verlust von rund 3 Milliarden US-Dollar in der zugehörigen Geschäftseinheit verbuchte.

Sehr zutreffender Schlusspunkt !

Die NAB Show 2023, findet vom 16. bis am 19.April wie immer im LVCC in Las Vegas statt. Dannzumal als mit NAB Show Centenial Celebration,100 Years of Innovation. Zu hoffen ist, dass bis dann aus den halben wieder ganze Portionen von Inhalt via Besucher bis Aussteller geworden sein wird, und die COVID Pandemie echt der Vergangenheit angehört.

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, war Mitglied der eidgenössischen Medienkommission und gehörte viele Jahre dem Vorstand des Verbands Schweizer Privatradios (VSP) an.
30.April 2022MRU