Fachmesse mit (fast) voller Ladung an Programm und Besuchern. Das war, nach 2 Jahren Pandemie-Pause, die IBC22 vom 9. Bis 12. September im RAI-Kongresszentrum in Amsterdam. Dominierende Themen der Ausstellung: CLOUD- 5G-AI-Produktion, Streaming a GoGo, Resilienz, grüner und nachhaltiger, sowie erste live 3D-Demo's von XR/AR Produktion. Das Konferenzprogramm war fast ausschliesslich Content-Themen gewidmet und weitgehend kostenfrei zugänglich.
Einen Tag kürzer, etwas weniger Aussteller und Besucher, aber im Grossen und Ganzen ein sehr erfolgreiches Comeback der etwas «zurecht-gestutzten und modifizierten» Medien-Technologie-Show IBC.

Auch die IBC Veranstaltung macht eine Schlankheits- und Anpassungs-Kur!

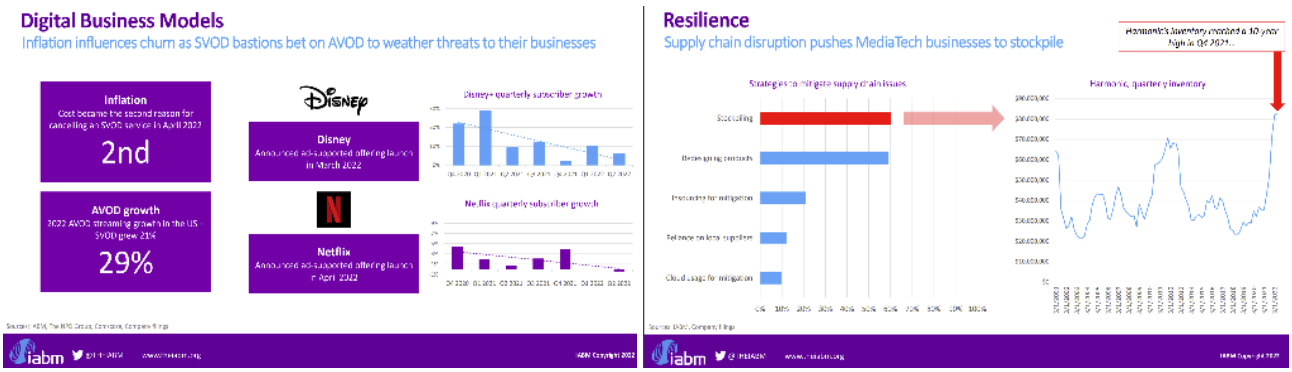
Nach im Jahr 2020 ganz abgesagter Veranstaltung und im letzten Jahr zuerst auf Dezember verschobenen und dann kurzfristig ganz abgesagten IBC 21 Veranstaltung, wollte man nun im 2022 wieder voll durchstarten. Im Gegensatz zu anderen Veranstaltungen (zB IFA),ist dies der IBC nach meiner Meinung sehr gut gelungen.
Insbesondere in den Konferenz- und übrigen Präsentations- Programmen ist der Trend zur reinen Content und Operations-Show ist unverkennbar.
Von den üblichen 1500-1700 Ausstellern waren dieses Jahr rund 1000 effektiv vertreten, und statt der rund 55 000 Besuchern waren etwa deren 35 000 vor Ort. Die penetrante und fast tägliche Bewerbung und das Angebot des gratis Eintrittes zur Ausstellung, hat sicher zu diesem recht guten Ergebnis beigetragen. Und für die Besucher vor Ort war es im Vergleich zu früher eine reine Wohltat, kein grosses Anstehen bei der Verpflegung, beim Eingang und kein echtes Gedränge in den Gängen sowie an den Ständen. Ganz einfach viele Leute, so dass es auch für die Aussteller Spass gemacht haben muss!
Verschiedene Hallen waren nur zum Teil oder gar nicht belegt und es gab eine klare Tendenz auf mehr outside Verpflegung und vor allem Selbstbedienung. Zum Glück ist der Strand-Süd mit sogar vergrösserter Bedienungsfläche erhalten geblieben. Dies mit einer express Bedienung die es noch nie gab!
Zitat von Michael Crimp, IBC -CEO an der Medienkonferenz: **It isn't so much a product supermarket anymore, where people would walk around and touch and feel the kit, and there's still a large element of that, but there's an emerging element of people wanting to tell the story,"**
Der bezahlte Teil des Konferenzprogramms wurde auf 2 Tage (Freitag und Samstag) gekürzt , dafür ist der Preis nach meiner Meinung deutlich zu hoch und die Inhalte extrem auf Content-Produktion ausgerichtet. Immerhin gab es Kaffee, Drinks, WLAN und ruhige Arbeitsplätze über die ganze Zeit frei verfügbar. Die frei zugänglichen Vorträge in den Ausstellungshallen und im Konferenz-Bereich (E102) waren etwas breiter angelegt,

allerdings sehr stark von direkten Firmeninteressen geprägt. Die auf die Hallen verteilten separaten vielfältigen Programme auf kleinen Bühnen waren: CHANGEMAKER SHOWCASE THEATRE ,IBC ACCELERATOR INNOVATION PROGRAM, INVOATION STAGE CONTENT EVERYWHERE STAGE. Nachlese und Sehen bei IBC365 möglich.

IBC SHOW VIRTUAL PRELUDE

Die IABM (The International Trade Association for the Broadcast & Media Industry) organisierte eine gut 8 Stunden dauernde online Videokonferenz als Vor-Veranstaltung zur IBC22 am 31. August. Das war sicher gut gemeint aber aus meiner Sicht relativ unergiebig.
Die Virtual Prelude bot den Messedelegierten und Ausstellern eine Reihe von Sitzungen, die darauf ausgelegt waren, sicherzustellen, dass Ihr Messeerlebnis einen maximalen ROI bietet. Es gab Möglichkeiten, sich schon vor der Show zu vernetzen, und die Top-Events und Sitzungen zu entdecken, die man nicht verpassen wollte.

Die erste Konferenzveranstaltung am Freitagmorgen im Forum-Saal begann mit einem kurzen «Tribute to the Queen» (am Vorabend verstorben) und war dem Thema **STATE OF MEDIATECH** , veranstaltet von **IABM** (The International Trade Association for the Broadcast & Media Industry), gewidmet.
Der CEO von IABM, Peter White präsentierte die alljährliche Studie zum Thema, deren vollständige Präsentation frei hier abrufbar ist.



Auszug aus der PPT der IABM Studie von Peter White

Danach gab es eine Panel Diskussion zum Thema MAKING SENSE OF CHANGE IN MEDIA TECH , moderiert von Lorenzo Zanini , Head of Knowledge IABM mit Michael Artieres CEO ATEME, Liz Davis President Digital Solutions Diversified und Ben Kaplan CEO Backlight.

Meine Take Aways:

- Die Grossen Streamer wie Netflix und Disney nähern sich der Sättigung oder haben real den Zenit bereits überschritten.

- Auch die Bäume der Giganten wachsen nicht in den Himmel! Während die Linearen Angebote zwar nur noch leicht wachsen, erzielen sie immer noch gute Renditen. Im Gegensatz dazu sind die meisten digitalen Angebote noch nicht in der Gewinnzone, obschon sie noch starkes Wachstum (zu glauben) haben.

«THE FUTURE OF LINEAR VIDEO» Diskutierten Andrae, Google TV; Maxime Carboni, Euronews; Benjamin Rosenberg, BBC; Archana anand, Zee5 Global; mit der Moderatorin Marion Ranchet, The Local Act Consultancy im Forum am Freitag. **BILD: MRU**

Lineare Kanäle werden auch in den kommenden Jahren bestehen bleiben, aber zunehmend von Streaming-Plattformen bereitgestellt werden, war so der allgemeine Tenor in der Runde.
Das Panel stellte fest, dass lineares Fernsehen dem Publikum weiterhin gemeinsame Erlebnisse in Echtzeit bietet, und wies darauf hin, dass Millionen von Zuschauern auf der ganzen Welt am Dienstag die Fernsehnachrichtenkanäle einschalteten, um Informationen über den Tod von Königin Elizabeth II. Zu erhalten.
„Ich bin fest davon überzeugt, dass Streaming das Mutterschiff sein wird und alles andere eine Teilmenge des Streamings sein wird“, sagte Archana Anand, Global Chief Business Officer von Zee5. „Linear kann in vielerlei Hinsicht im Streaming beinhaltet sein, und der Nutzer, der sich für Live- oder Replay entscheidet, kann Linear immer noch über Streaming erhalten.“ Der Trend weg von Linear ist bei den jüngeren Nutzern stärker als bei der älteren Generation. So beträgt in einigen Ländern Europas der Linear-Anteil immer noch rund 70% , während in Nordamerika dieser bereits auf 50% gesunken ist.
Robert Andrae, Google TV Partnerships Lead, Media & Entertainment EMEA, sagte: „Wir setzen uns sehr dafür ein, Live-TV als Service zu ermöglichen, der sich mit der Zeit in VOD einfügt, so dass sie im Grunde das Beste aus beidem bekommen.

In der **Key Note am Samstag** war der Star der VR/AR-Metaverse-Szene geladen, Nonny de la Pena, The Godmother of Virtual Reality. Sie sprach nach einer langen Einführung durch die Moderatorin Amelia Kallman(Futuristin) über die grossen Fortschritte bei AI ,AR, virtual production und über das Metaverse. Dies unter dem Titel **“What’s next – how immersive tech will create new narratives and transform entertainment”.**
Anschliessend zum Vortrag wurde Nonny de la Pena von Amelia Kallman interviewt und das Publikum konnte Fragen via Slido stellen.

Full House im FORUM-Saal für die Keynote von Nonny de la Pena **Bilder:** MRU

Zu meiner grossen Überraschung wurde an dieser IBC aus Sicht der Produzenten und deren Anbieter das Metaverse schon im Vorfeld in einer Art gehypt, was ich nun wirklich in diesem Zeitpunkt noch gar nicht als berechtigt betrachte. Einige Schlagzeilen und Kurzaussagen dazu:

- BROADCAST INDUSTRY MUST EMBRACE THE METAVERSE
- The hype around the metaverse is fully justified, as heard at the IBC Conference yesterday.
- Visitors to the RAI was able to experience metaverse-ready broadcasts, including metahumans, that turn talent into CG avatars live on set
- During Step into the Metaverse, Lewis Smithingham, Senior Vice President of Innovation & Creative Solutions at Media.Monks, said we are at the 'primordial stage' of the metaverse. There are huge expectations for the immersive and interactive technology, and this has raised the 'hackles' of many people who think the metaverse is overhyped.
  The reality is that, "we are leaning into massive, transformative change", said Smithingham, who explained that younger audiences in particular are demanding more immersive and more interactive content experiences.
  He said there was a widespread perception that the metaverse is based around VR headsets, but it is much more than this. Virtualisation, he said, is the future. "Every aspect of our lives will be affected by virtualisation."

Von READ ONLY (WEB 1.0) via PARTICIPATORY-CENTRALIZED (WEB 2.0) zu NO-INTERMEDIARIES,DECENTRALIZED (WEB 3.0)= METAVERSE

Die meisten Leute haben noch (fast) keine Ahnung wie man sich das Metaverse vorzustellen hat. Das nebenstehende Bild aus TVB-Europe versucht dies auf sehr einfache Weise darzustellen.
In der aktuellen Ausgabe von TVB-Europe gibt es eine gute Zusammenfassung zum aktuellen Stand von Metaverse mit dem Titel **«THE VIDEO INDUSTRIE'S ROLE IN THE METAVERSE».** Dieser sehr zur Lesung empfohlene Artikel beginnt ab Seite 16 hier.

Jeweils am Sonntag morgen , findet der DAB+ Gottesdienst von World DAB statt. Dieses mal mit dem Titel **«New opportunities and new audiences on DAB+",** und dieses Jahr muss ich deutlich festhalten, dass die Präsentationen sehr realistisch und sachlich waren, «wir sind die grössten und erobern die Welt» keine Rede. Besonderes Gewicht hatten dieses Jahr die zwei Themen «META-DATA / Car-DASH» sowie SmallScaleDAB+ (SSDAB+).
Der erste Teil konzentrierte sich auf die Wichtigkeit von METADADATA (Umfang/Qualität/ Latenz etc) und die Einleitung von Radioplayers AUTO Studie von 2021. Wohl etwas «schön geredet», aber doch very good News für Broadcast Radio. Gereon Joachim (XPERI) und Lindsay Cornell (BBC) machten sehr deutlich wie die Dringlichkeit und die Anforderungen an Qualität /Umfang und Latenz wirklich sind! (Ich habe den Eindruck, dass

in der DS bei SMC die aktuellen Datenraten für Zusatzdaten in Zukunft nicht genügen werden!)

Im zweiten Teil wurde Small Scale DAB+ breit und leider etwas gar breit und aus meiner Sicht langweilig abgehandelt! Immerhin wurde nicht nur die Technik sondern auch viele Fallbeispiele erläutert.

Es ist davon auszugehen, dass SSDAB+ in Ländern mit DAB+ weit verbreitet sein wird , und die neue Art Verbreitung im Lokalen Bereich darstellen könnte, was eigentlich noch für lange Zeit mit UKW oder digital UKW möglich wäre) . Allerdings nur wenn nicht alle auf IP abwandern, wonach es aber im Moment langfristig aussieht. Kurz: SSDAB+ ist für kleine Gebiete, echtes Lokalradio, vorab nicht kommerziell und kostengünstig zu erstellen und zu betreiben, vorausgesetzt man hat intern sehr viel IT/Netzwerk/Software Knowhow.

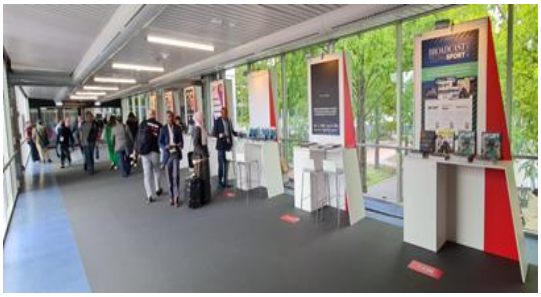
Im Detail nach zu- Sehen, Hören und Lesen ist bei WORLDAB möglich und sehr zu empfehlen! Mein Take-Away der Veranstaltung:

Audio allein genügt nicht mehr. Ohne perfekte Metadaten für Auto und smart-Speakers geht in Zukunft nix mehr für Audio-Inhalte die gefunden und genutzt werden wollen!

Jacqueline Bierhorst, (ganz links) Project Director, Digital Radio NL and Vice President, WorldDAB führt gekonnt durch die zwei Gesprächs- und Präsentationsrunden mit Laurence Harrison, Radioplayer Lindsay Cornell,(BBC) Gereon Joachim XPERI Piggott, ,Gerard Lokhoff, DAB Lukas Weiss, Board member, (Digris), Hanns Wolter, (DAB Italia)

Während von DCR (Digital Chinese Radio) gar nix und von FM-HD-Radio fast nix zu sehen und zu hören war, ist DRM rund um die IBC äusserst aktiv gewesen. Ähnlich wie beim DAB Forum wurden die aktuellen Fortschritte weltweit durch verschiedene Präsentationen (u.a. bei NAUTEL «DRM is ready for FM» und bei Fraunhofer IIS) in das beste Licht gerückt. Fortschritte sind vor allem bei DRM (Mittelwelle/Kurz-Welle) zu beobachten. In Indien beispielsweise gibt es bereits mehr als 5 Mio. DRM Empfänger in Autos, was rund 30% der in Betrieb befindlichen Autos entspricht. Viele dieser Empfänger kommen neu auch mit DRM+, können also auch FM-DRM+ empfangen. Allerdings gibt es noch wenig DRM+ Sender und auch die Geräte-Auswahl ist noch recht beschränkt. Neben wenigen, eher kleinen Versuchen mit DRM+ in Europa, ist in unseren Breitengraden nicht mit einer erheblichen Verbreitung von DRM+ zu rechnen. DRM+ wird wie DAB+ und FM-HD-Radio am selben Übel leiden, nicht im Smartphone integriert zu sein oder in absehbarer Zeit zu werden. Im Gegensatz dazu ist DRM in grossen Ländern mit tiefer Siedlungsdichte (zB Indien) eine echte (bessere) Alternative zu DAB+ , können doch mit einem einzigen Hochleistungsstandort auf Mittelwelle ohne weiteres 500KM Radios versorgt werden ! Mehr INFO hier.

DIES UND DAS UND SONST NOCH (gelesen, gesehen, gehört. Alle Bilder: MRU)



GEO/LEO Solutions am Stand von Eutelsat Bild: MRU

Eutelsat hat während der IBC einen neuen Satellit gestartet. **Eutelsat Konnect VHTS** (Very High Throughput Satellite) wird mit einer Kapazität von 500 Gb/s in ganz Europa Hochgeschwindigkeits-Internetzugänge bereitstellen, insbesondere in abgelegenen Regionen mit schlechter Netzabdeckung, und dabei Dienste anbieten, die in Leistung und Kosten mit Glasfasernetzen vergleichbar sind.(Firmenwerbung!) »Mit seiner Ka-Band-Kapazität von 500 Gbit/s ist unser neuer Satellit der größte geostationäre Satellit, der bisher in Europa bestellt wurde«, fügt James Joames hinzu. Nachdem kürzlich auch der Merger mit OneWeb von Eutelsat bekannt wurde, ist nun auch klar woher der neue Firmen-Claim «SEAMLESS GEO/LEO SOLUTION» KOMMT.

Generell war **AUDIO/RADIO** ein erstaunlich stark vertretenes Element an der diesjährigen IBC. Beachtete Äusserung in der Konferenz-Berichterstattung: *Radio, specifically, has been tested and has shown its resilience. As people remained stuck in their homes, they turned to their radios and other audio devices for information about the pandemic and a friendly voice telling them every- thing was going to be alright, and if there's a lesson learned from the rapid growth of social media, it's that legacy media organizations no longer hold sway over consumer whim. Content may be king, but in the world of audio media, radio stations are no longer sole kingmakers.*

Das an der IBC verteilte Magazin REDTECH enthält zum Grossteil Informationen zu Audio/Radio der Zukunft. Kann hier heruntergeladen werden.

Mit Jutel RadioMan 6 ist es nun möglich lokalisierte Werbung mit vernetzter Verteilung in der Cloud-Umgebung zu verbreiten. Die Ausspielung in RadioMan erfolgt über Media Nodes, die entweder in der Cloud oder in lokalen virtuellen/physischen Instanzen platziert werden. Dies ermöglicht lokalisierte Werbung und lokale Programme innerhalb derselben Infrastruktur.

Create Content not Studios , sagt BIONICS: *When space is at a premium but there's no studio capacity to produce more content, harness all your resources by installing a Bionic Table!* siehe dazu hier.

VERITONE. **"SAVE TIME AND REDUCE COSTS WITH AI VOICE"**
Schon gibt es mit künstlicher Intelligenz(KI)-gezüchtete synthetische Stimmen in Audio-Werbung, die erstellt, geplant und ohne Eingriff einer menschlichen Hand gesendet wird.

Ähnliches geht auch im Radio, zum Beispiel für automatisierte Verkehrs- oder andere Serve-Meldungen welche als TEXT Vorlagen (Text to Speech) angeliefert werden. Veritone Eigenwerbung am Stand: *With Veritone's voice cloning solution, create realistic, personalized and localized voices at scale. Veritone helps you reduce time to market, and easily manage compliance and clearances for your synthetic voices.*
Supporting both text to speech and speech to speech, Veritone's voice cloning solution allows you to easily create custom, authentic-sounding voices. Mehr dazu hier.

Am Montag um 12 00Uhr hätte eigentlich die SCTE Workshop zum Thema «**Managing the last metre in the home»** stattfinden sollen. Da die Veranstaltung bis nach 13 00Uhr nicht starten konnte, musste ich verzichten.(Nachholung an der CableTecExpo nächste Woche in Philadelphia)

5G Anwendungen für LIVE- und Remote-Produktion war nicht nur am EBU-Stand ein grosses Thema ,sondern auch an vielen Ständen und bei Vorträgen im Konferenz-Programm. Im Gegensatz dazu war zum Thema 5G-Broadcast praktisch gar nichts zu hören, genauso wenig wie zum Thema WRC-23 /Call to Europe und NOC.4
UHD /8K- Produktionsausrüstungen und Produktionen kommen nun langsam in Fahrt, es bleibt aber abzuwarten, ab wann das in der Content Verbreitung wirklich Massenmarkt tauglich sein wird.

Aufgefallen beim Hallenrundgang

Alle Bilder: MRU

Die Haupt-Bewerber (in der CH) für Studio-Ausrüstung DHD und LAWO, schön nebeneinander 😉

NAUTEL hat diversifiziert und bietet nun Ausrüstung für alle terrestrischen Verbreitungswege an.

Bionics Studio-Zukunft

XPERI überall, wichtig für DASH-Auto Zukunft!

5G Live Anwendung

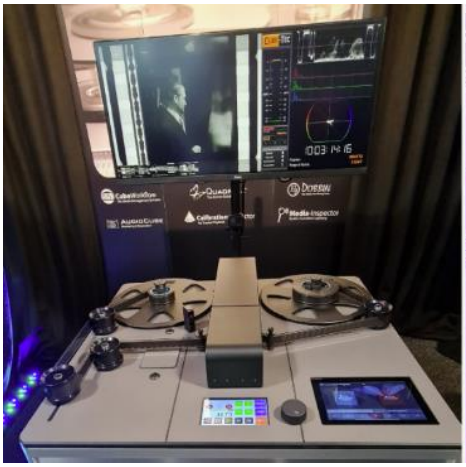
Swisscom Broadcast mit grossem Stand (da war früher IRT, hoffentlich kein schlechtes Omen 😉

Von Thomson Broadcast übernommen

R&S wächst und wächst

Schöner Auftritt von appear und viel Betrieb am Stand

Cisco, etwa wie immer 😉



Immer noch nötig: Filmdigitalisierung

Schwere Kamera macht krank ?

Einfach ein schöner Stand

ROVER CATV/SAT: Erstmals an der IBC gesehen!?

SYES: auch erstmals da! FM-DAB+ RF-RX

Die sehe ich hier zum ersten mal! (DAB+)

Und auch AXING ist mir an der IBC noch nie aufgefallen

METAVERSE /VR/XR/3D Stände mit Liveproduktion, ähnlich wie vor rund 6 Jahren an der NAB gesehen

3 Beispiele von Theater innerhalb der Ausstellung

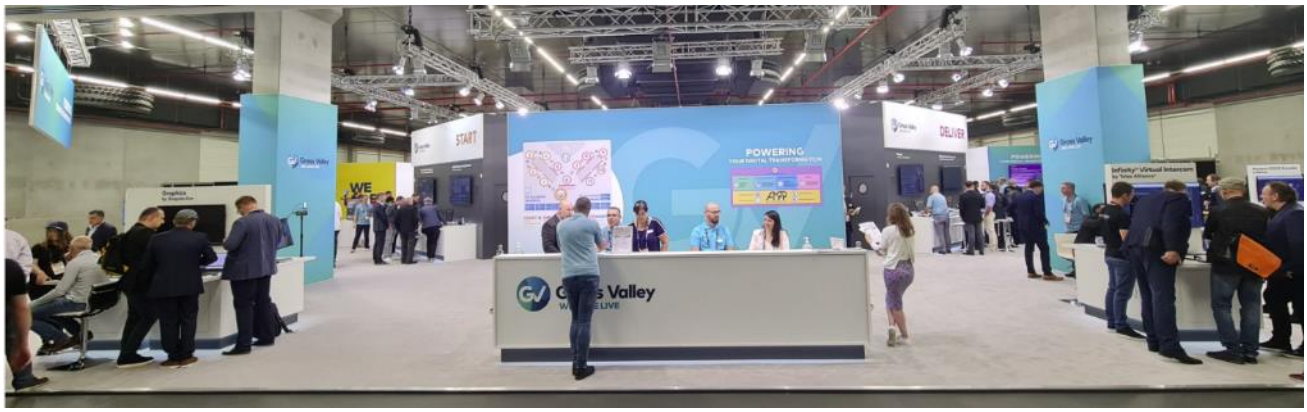
LATENZ nicht nur bei 5G wichtig!

Promter braucht's noch und

die Grossen UHD-Kameras erst recht

Sony ganz gross und ganz allein in Halle 13

Google extravagant und «stylish» wie immer



Einziger Stand in Halle 9 von Grass Valley

Grosses IN-Thema: Voice Interaction mit AI

EBU ,5G nur für Produktion, no 5G BS

Der Stand von Blackmagicdesign ist so gross, dass selbst mein Weitwinkel-Handy nicht reicht! 😉

Da war mal das Hightech Forum mit NHK 8K/ Holographie etc, jetzt nur noch Partnership Pavillon

Schlusspunkt(e)

Eine wahre Wohltat bei allen Selbstbedienungs-Ständen, da gibt's noch Bedienung am Strandzuid

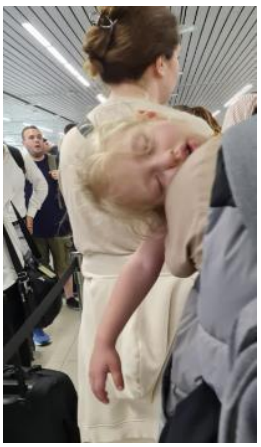
IBC-Kuchen im FORUM 😊

Schiphol Airport so nie wieder ! Das nächste Mal nehme ich den NACHT-ZUG nach Amsterdam!

Die erste Stunde im Zelt ging ja noch!

Und dann draussen noch 1 KM ?

Bald geschafft!??



Nur noch schlafen!

Endlich wieder im Gebäude, aber es geht noch eine weitere Stunde

Die nächste IBC- Mediatech Show and Conference ist vom 15. Bis 18.September 2023 wie immer im RAI Congresszentrum Amsterdam geplant.

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 Beratungs-tätigkeit im Bereich Medien und Kommunikationsnetztechnologie aus. Er besucht jedes Jahr zahlreiche Fach-Messen 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.
15.September 2022MRU