



SPOT AN: 100Jahre NAB-Show, welcome in the Age of AI
 Rund 65 000 Besucher aus 166 Ländern besuchten die 1200 Aussteller an der Hundertsten NAB-Show vom 15. Bis 19. April in Las Vegas.

Hauptthemen der Ausstellung und den Konferenzen waren Web3, Künstliche Intelligenz und datengesteuerte Personalisierung. Neue immersive Inhaltserlebnisse sollen unmittelbar bevorstehen, von reinen AR/VR- oder Mixed-Reality-Varianten bis hin zu neuen digitalen Welten, in denen der Nutzer die Hauptrolle

spielen soll. Viel wirklich konkretes der «neuen digitalen Content-Welten» war nicht zu sehen und zu hören, und selbst rund um das Metaverse war es doch recht ruhig.

Das gesetzte Ziel von mehr als 70 000 Besuchern (Vorjahr 53 000, und vor Pandemie Rekord war 100 000) konnte trotz deutlichen Anpassungen am Konzept nicht ganz erreicht werden. Für die Besucher war es aber sehr angenehm, weil nie überfüllt, und nirgends wirkliche Wartezeiten

Die Veranstaltung wurde nicht nur wegen der neuen Hallenverteilung (keine Südhallen mehr, dafür Westhalle) ziemlich umgekrempelt. Insbesondere der Anteil an Ausbildungs- und Vortrags-Programmen aller Art innerhalb der Ausstellung, wurde massiv ausgeweitet. So gab es themenspezifische EXPERIMENTAL ZONES; Capitalize, Connect, create and intelligent Content. Dazu wie gehabt FuturePark, Pilot, ATSC Pavillon und Streaming Experience. Der Zugang zu allen diesen Programmen war ohne Konferenzpass, also mit dem reinen Ausstellungsticket besuchbar.

Zusätzlich wurden verschiedene CO-Located Events in die NAB-Veranstaltung integriert.

Nachdem letztes Jahr schon die NAB-Radioshow Bestandteil der NAB-Show wurde, so sind jetzt auch die BEA2023, Career Fair, NY Festivals und Film Awards integriert.

Beim ersten Rundgang, speziell in der Westhalle, hatte man den Eindruck von sehr grossem Besucheransturm. Vor allem in der Central- und North-Hall sah das aber etwas «flockig» aus und vor allem verbunden mit viel angenehmen Freiflächen und Sitzgelegenheiten, die neuerdings angeboten werden.

Neuerdings öffnet die Ausstellung bereits am Sonntagmorgen, und die BEIT Konferenz schon am Samstag in der Frühe. Die eigentliche Eröffnung findet aber erst am Montagmorgen auf der «Mainstage» in der Nordhalle statt. NAB-Verbands-Präsident Curtis LeGyet und Gabriela Teissier eröffneten mit einem ausgedehnten «Fireside Chat» mit einem aktuellen Überblick über die Branchenthemen. In der anschliessenden Keynote kündigte FCC Chairwoman Jessica Rosenworcel eine neue public-private initiative an, angeführt von der NAB, um den beschleunigten rollout von NextGenTV zu unterstützen. to help with the rollout of NextGen TV, aka ATSC 3.0.

Auch die Rundfunkverbreitung müsse resilient sein sagte LeGyet: **I have my handy alert** reicht nicht, denn dort wird gesagt; **tune in to your local station!**



NAB-Präsident Curtis LeGyet und Gabriela Teissier eröffnen am Montag die Ausstellung.

Bilder: MRU

Neben der Vielzahl von frei zugänglichen «Ausbildungs- und Demostätten», gibt es auch nach wie vor separate Pay-Konferenzen wie die BEIT, dieses Jahr erstmals in der West Hall.

Die Broadcast Engineering & IT Conference ist ein renommiertes Programm für Rundfunk-Ingenieure und -Techniker, Medientechnologie-Manager, Vertragsingenieure, Hersteller von Rundfunkausrüstung, Distributoren, Ingenieurberater und F&E-Ingenieure. Technische Präsentationen befassen sich mit dringenden Problemen, mit denen Medienschaffende heute konfrontiert sind, einschliesslich des laufenden Übergangs zu IT- und IP-basierten Systemen und der Einbeziehung von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen. Die Betonung von Systemen der nächsten Generation im gesamten Ökosystem der Medienbereitstellung verleiht der Konferenz einen entschieden zukunftsweisenden Fokus.



Die BEIT-Konferenz beginnt jeweils einen Tag vor der Ausstellung. Dieses Jahr mit Begrüssung durch NAB-Präsident und CEO Curtis LeGeyt sowie besondere Keynotes von Jungsu Song, Vizepräsident und CEO von Korea Radio Promotion Association (RAPA) und der Präsident der Society of Motion Picture and Television Engineers, Renard T. Jenkins, hielt eine Grundsatzrede mit dem Titel „Neue Werkzeuge, neue Möglichkeiten: Vorbereitung von Ingenieuren und Technologen auf Langlebigkeit“. Jenkins hat auf spannende Art (inkl. viel Szenenapplaus) Konzepte

und Strategien zur Vorbereitung von Ingenieuren, Technologen, Technikern und Analysten auf den Erfolg in einem sich ständig weiterentwickelnden Umfeld vorgestellt.

Für mich die interessantesten BEIT-Themen waren dieses Mal:

- Broadcasters and Hybrid Radio - It's All About the Metadata (NABA)
- High-power Digital FM Field Test Project
- Ultra-low Latency OTT-Delivery, the Killer Technology for Betting and Metaverse
- AI and data Analytics in Media
- Sustainability and 5G

Die weiteren Konferenz-Track's waren:

CREATE: Content for producers, creators, makers, dreamers and streamers.

CONNECT: Content for engineers, technologists, implementers, coders and geeks.

CAPITALIZE: Content for executives, advertisers, marketers, analysts, executives and bosses.

Das Gesamtprogramm der Konferenzen befindet sich [hier](#). Für Konferenzteilnehmer sind die Conference proceedings kostenfrei downloadable, für alle anderen für 75USD im [Online Shop](#) als Download zu kaufen, oder [hier](#) anzufragen. Die meisten NAB Show Sessions sind jetzt [on demand](#) abrufbar.

Radio und Audio



NUG&NAB ist zwar eine Herstellerveranstaltung (Senderhersteller NAUTEL) mit Tradition, aber jeder der einen kurzen guten Überblick über die Radio-Technology wünscht (und eine persönliche Einladung hat), für den ist die Sonntagmorgen Frühstücks-Veranstaltung im Flamingo Las Vegas Twilight

Ballroom ein MUSS. Bei Kaffee und reichlich Kuchen und sonstigem Gebäck gibt es einen Rundblick über aktuelle Radio-Themen. Dieses Jahr vom Chefredakteur PAUL MCLANE, von RADO WORLD, von Ashruf El-Dinary, Senior VP Digital Platforms, Xperi und Marty Sacks, Executive VP, Sales, Support & Marketing, Telos Alliance. Und danach die aktuellsten Neuigkeiten zu den NAUTEL Produkten. Die Veranstaltung wurde dieses Jahr auch live gestreamt. Nachhören/Lesen [hier](#). **Meine Take-Aways 23:**

- AI erobert die Radio-Welt im Sturm. Die futuristischen Fähigkeiten dieser disruptiven Technologie wecken Erwartungen und Arbeitsplatzängste!
- Auf ATSC 3.0/NextGenTV sind 40 bis 50 Radioprogramme von ONEMEDIA (freie terrestrische Empfangbarkeit) geplant. Frequenzbereich 600Mhz, dort wo wir um 5G für Broadcast diskutieren.
- Die Radio-Audio Digitalisierung ist in den USA noch relative weit «hinten». Der digitale Nutzungsanteil (Wochenbasis) beträgt erst rund 40% und steigt pro Jahr etwa 2.5%
- Die «Boomer» nutzen noch 60% analog AM und FM , bei der Generation Z sind es noch etwa 35%. Bei allen kommt Satellit-Radio an zweiter Stelle, erst dann kommen die «Streamer».
- Nautel wächst innerhalb der Branche immer noch: neu zur Familie gehört nun auch DIGIDIA (DAB+) KENTA für Maritim-Kommunikation.
- Die Zukunft der (Radio-Audio-) Micro-Service-Software Entwicklung geht rasch über zu «Containerized Software», interessante Darstellung bei der [Container University](#) von Telos Alliance.



Full House (300 vor Ort) hört aufmerksam den Ausführungen von Paul Mclane ,Radio World zu. Bild: MRU

Mittelwelle (analog und digital) erhalten statt UKW abzuschalten !?

Während wir in der Schweiz seit Jahren versuchen UKW abzustellen (nachdem bekanntlich die Branche FM-HD-Radio vor rund einem Dutzend Jahren einzuführen abgelehnt hat und DAB+ mit gut zureden der SRG und den Behörden DAB+ «wollte») und das offensichtlich nicht sehr geordnet auf die Beine kriegen, wird hier in den USA eine grosse Kampagne gefahren um den Erhalt der Mittelwelle (vorab im Auto) sicherzustellen.

Die 4500 noch vorhandenen Mittelwellen-Sender werden vom Verband (NAB) mit grosser Unterstützung und Einbezug der Politik begleitet um den Automobilherstellern klar zu machen, dass sie nicht wie angekündigt (vorab bei den eAutos) auf die Mittelwelle verzichten dürfen. Die meisten der AM-Sender streamen auch online und haben FM-Füllsender in Betrieb.



**82 Million Americans
Depend on AM Radio Each Month**

DependOnAM.com | #DependOnAM

Der nationale Verband (NAB) hat eine neue Reihe von Radiospots und digitalen Anzeigen veröffentlicht, die sich auf die Notwendigkeit von AM in Dashboards konzentrieren.

Die Radiospots, die Teil der „[Depend on AM](#)“ - Kampagne der NAB sind, enthalten einen direkten Aufruf an die Verbraucher, sich an den Kongress zu wenden, und verstärken damit seine Bemühungen, AM-Radio in Autos zu halten. Die Anzeigen, die sowohl auf Englisch als auch auf Spanisch zur

Verfügung gestellt wurden, fordern die Zuhörer auf, „AM“ an 52886 zu senden und Mitglieder des Kongresses zu kontaktieren, um sie zu bitten, AM-Radio in Autos zu halten. Die NAB hat die Anzeigen den Sendern unter nab.org/AMtoolkit zur Verfügung gestellt. (Bild: MRU, Ausschnitt von Main-Stage-Werbung)



Am Samstagnachmittag gab es wieder eine volle Ladung Programm für kleine und mittlere Radio-Veranstalter. Diese Sonderveranstaltung (Konferenzpass nötig) ist inzwischen derart beliebt, dass eine Zutritts-Beschränkung gemacht wird. Dieses Jahr wurden nur Vertreter von Radios mit FCC Lizenz und kleiner als die 50 grössten Veranstalter zugelassen! (Meine Reservation erfolgte so spät, dass auch diese abgelehnt wurde!)

Der Radio's signature NAB Show Kickoff Event hatte dieses Jahr u.a. folgende Themen:

- Thriving on Main Street No Matter What's Happening on Wall Street Media
- If Time = Money, How Much Money Could You be Making by Saving Time?
- Digital and Radio

Dazu Forum Roundtables zu den Themen: Recruiting On-air Talent, Digital Promotions, Growing Local Direct Revenue, und Practical Applications for ChatGPT



Der Hype um künstliche Intelligenz Applikationen, allgegenwärtig an der NAB, macht auch vor dem Radio nicht Halt. Die futuristischen Fähigkeiten dieser disruptiven Technologie wecken nicht nur positive Erwartungen sondern

schüren auch Arbeitsplatzängste. Einige Beispiele aus der Ausstellung und Sessions:

Aussteller **Veritone** (West Hall) verspricht unlimited possibilities with AI», stellt Produkte her, um Avatare zu erstellen und synthetische Sprachmodelle, die KI einsetzen, „um digitale Personen zum Leben zu bringen“. Zu den Kunden gehören iHeartMedia, Audacy und ESPN.

Zum Job-Killer Argument sagte Sean King, Veritone senior vice president and general manager, Commercial Enterprise: **Risiko für Arbeitsplätze?** „Ich denke an die Landwirtschaft“, sagte King. „Fortschritte bei der Ausrüstung haben die Landwirte nicht aus dem Geschäft gedrängt sondern machte sie effizienter. Mittlerweile nutzen viele erfolgreiche Betriebe KI um Wettermuster zu analysieren, Vorhersagen zu treffen und ihr Pflanzenwachstum zu optimieren.

Futuri (Encore Salon Q) hier mit RadioGPT, das „die weltweit ersten zu 100 Prozent KI-gesteuerten Radiomoderatoren“ entwickelt. Es kombiniert GPT-3, Sprachtechnologie und ein Story-Discovery-/Social-Content-System. Es scannt soziale Medien und eine Viertelmillion anderer Informationsquellen, um Themen zu identifizieren, die in einem Markt im Trend liegen. Es verwendet KI, um ein Skript für die Verwendung auf Sendung zu erstellen, und fügt dann KI-Stimmen hinzu. Laut Futuri können Stationen sogar Einzel-, Duo- oder Trio-Hosting erstellen Shows, oder trainiere die Software mit Stimmen bestehender Persönlichkeiten, in jedem Format.

ENCO Systems verwendet bereits KI für die automatische Untertitelung. Auf der NAB Show wurden zwei Angebote gezeigt, die ChatGPT verwenden. Mit synthetischer Stimme können die «Schöpfer» ihre Stimme an zwei oder mehr Orten gleichzeitig verwenden. Darüber hinaus können sie dies in mehreren Sprachen tun“, das eröffnet neue Märkte, so ENCO.

ENCO-GPT erstellt automatisch Anzeigentexte und fasst Nachrichtenbeiträge zusammen. Die Anwendung fasst einen geschriebenen Nachrichtenartikel in ein paar Sätzen zusammen oder fügt aktuelle Nachrichten in den Hauptteil einer Nachricht ein.

AITrack lässt sich in die Automatisierung integrieren, um Sprachansagen zwischen den Songs zu erzeugen. «Das kann die Identifizierung des Titels und des Interpreten des vorherigen Titels sein, die Vorstellung des nächsten Titels und des Interpreten, oder die Übermittlung von Sender-ID's, Nachrichten oder Wetter-Updates“, so Präsident Ken Frommert von AITrack

WorldCast Systems setzt ein KI-System namens **SmartFM für Egreso-Sender** ein. Laut WorldCast Systems ermöglicht die Technologie, die per Softwarelizenz verkauft wird, eine Senkung des Energieverbrauchs um bis zu 40 % . In Deutschland sollen damit 800 Sender ausgerüstet sein.



DigitalTV von ATSC 3.0 bis DVB-T2

ATSC3.0 ist das **frei empfangbare digital terrestrische Fernsehen** der Zukunft, inzwischen besser bekannt unter dem Brand "NEXTGEN TV", vergleichbar (aber nicht gleich) mit dem Europäischen DVB-T2. NextgenTV ist terrestrisches "SMART-TV" mit Interaktivitäts-Möglichkeiten. Benutzt werden wie früher bei analog TV 6MHz breite Kanäle im unteren UHF-Bereich von 470 bis 692 Mhz. Der Rest des UHF Bandes wurde mit Entschädigung an die Veranstalter "zwangs-um-geräumt" und

dem Mobilfunk zugeteilt. Seit 2017 gibt es auch 4K UHD-Übertragung.

Der Branchenverband NAB zeigt sich sehr überzeugt: **ATSC 3.0 Will Reinvent Free TV**

Die Verbreitung beträgt nach Einführung in 2016 nun rund 60% und sollte bis Ende 2023 75% erreichen. Einige Stakeholder sind der Meinung es brauche einen weiteren Push ! Der Rollout sei "stalled".

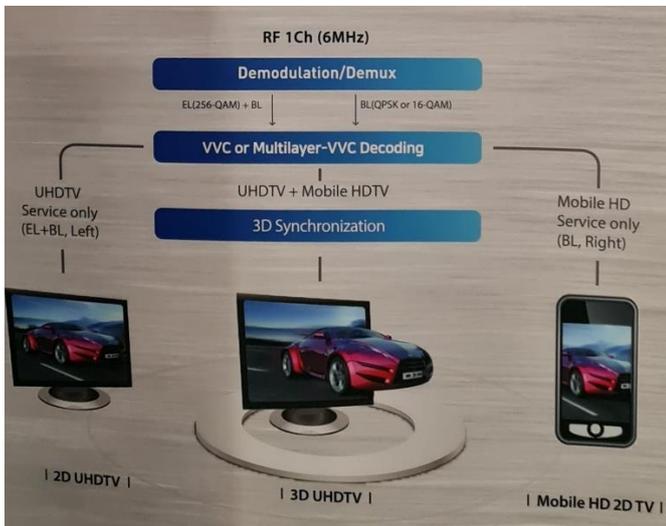
An der NAB Eröffnung vom Montag kündigte die FCC-Vorsitzende Jessica Rosenworcel eine neue öffentlich-private Initiative an, die von der NAB geleitet wird, um bei der Einführung von NextGen TV, zu helfen.

„Diese Initiative zur Zukunft des Fernsehens wird Interessengruppen aus Industrie, Regierung und öffentlichem Interesse zusammenbringen, um einen Fahrplan für einen Übergang zu ATSC 3.0 zu erstellen, der dem öffentlichen Interesse dient. Ein erfolgreicher Übergang wird für einen geordneten Wechsel von ATSC 1.0 zu ATSC 3.0 sorgen und es den Sendern ermöglichen, innovativ zu sein und gleichzeitig die Verbraucher zu schützen, insbesondere die am stärksten gefährdeten.“

Die Verbreitung von ATSC3.0 hat nun auch ausserhalb von Nord-Amerika begonnen. So zur Zeit in Korea, Trinidad, Jamaica and Tobago.

Da weltweite Übertragungsstandards nun traditionelles terrestrisches Over-the-Air-Fernsehen mit dem Internetprotokoll kombinieren, arbeitet die Standardisierungsorganisation ATSC daran sicherzustellen, dass ATSC 3.0 und andere Standards für digitales terrestrisches Fernsehen (DTT wie auch DVB) Teil eines globalen drahtlosen Ökosystems, wie Mobilfunkstandards LTE/ 5G sowie Bluetooth und WLAN sind. Mehr INFO bei www.watchNextGenTV und [hier](#).

An einem Stand im FuturePark war auch eine Applikation zu sehen welche die Co-Existenz von ATSC3.0 und 5G-MBMS im gleichen Kanal zeigte. Ob sich das auch mit DVB-T2 und %G MBMS machen liesse?



3D-TV-Rundfunk Standard zugelassen.

Die Standardisierungs Organisation ATSC schon vor der NAB23 den ersten Ansatz für die terrestrische Ausstrahlung von 3D-TV fertig gestellt, und veröffentlicht. Der neue ATSC A/104-Standard für terrestrischen 3D-TV-Rundfunk unter Verwendung von „Service Compatible Hybrid Coding“ (SCHC) besteht aus übertragenem stereoskopischem 3D-Video zusammen mit Audio- und Zusatzdaten. Das stereoskopische 3D-Video hat eine linke und eine rechte Ansicht, wobei eine der beiden Ansichten als 2D-Bild für das ältere 2D-TV verwendet werden kann. Bild: MRU (ATSC - Pavillon)

Dies and das und sonst noch aufgefallen:

«FARESHARE» kontra Netflix und co.

Am diesjährigen Mobilworld-Kongress in Barcelona war die «Fareshare»-Diskussion (die OTT-Streamer sollen sich an den Netzwerk-Infrastrukturkosten der Verbreiter beteiligen) eines der Top-Themen, und selbst die EU Kommission beschäftigt sich nun ernsthaft damit, siehe mein kürzlicher MWC23 Bericht.

Auch an der NAB wurde das Thema bereits bei der Eröffnungs-Veranstaltung erwähnt und bei vielen (Streaming-)Content distributions- Diskussionen war dies ein Thema. Dabei habe ich mindestens eine sehr einfache Gegenantwort aus der OTT-Streaming Branche gehört:

Vergleiche doch bitte mal die netto-Renditen von Mobilfunkbetreibern und von OTT-Streamern! Da lässt sich leicht feststellen, dass die Mobilfunkbetreiber eine 2-3fache höhere Rendite aufweisen als zum Beispiel Netflix! Demzufolge würde ja «fareshare» bedeuten, dass die Mobilfunkbetreiber sich an den Content-Generierungskosten der OTT-Streamer beteiligen müssten.

Dass es Netflix und co nicht mehr ganz so gut geht wie auch schon, sieht man schon daran, dass nun mit dem Passwort-Sharing(bisher toleriert) Schluss (siehe auch [hier](#)) gemacht wird, um die Rendite zu steigern.

Allerdings, wie MWC23 gezeigt hat, ging es den Mobilfunkbetreibern auch schon deutlich besser. Das Thema bleibt garantiert noch eine Weile in den Schlagzeilen

Der **Aufstieg von FAST** (Free Ad-Supported Streaming TV) ist einer der herausragenden Trends in der gesamten Medienbranche. Da sich die SVOD-Abonnentenkurve abzuflachen beginnt, ist die Frage, woher die Einnahmen kommen sollen, immer dringlicher geworden. FAST bietet nicht nur potenziell eine größere Reichweite und eine Einnahmequelle für Werbung, sondern auch die Möglichkeit, Nutzer des linearen Fernsehens zu rekrutieren, die ein ähnliches Leak-back-Erlebnis suchen.

Ein kürzlich veröffentlichter [Global FAST Report von Amagi](#) hat ergeben, dass die Krise der Lebenshaltungskosten die Verbraucher dazu veranlasst, sich von kostenpflichtigen SVOD-Diensten abzumelden und sich kostenlosem, werbebasiertem Video-on-Demand (AVOD) zuzuwenden. Dem Bericht zufolge werden die weltweiten AVOD-Werbeinnahmen bis 2024 voraussichtlich 56 Milliarden US-Dollar erreichen.

8KTV war an der diesjährigen NAB Show, fast überhaupt kein Thema. Die Gefahr, dass über 8KTV schon bald als DOA (DEAD ON ARRIVAL) gesprochen wird ist immer größer, vor allem soweit es um einen echten Massenmarkt geht. Nachdem inzwischen die EU de facto, wegen zu hohem Energieverbrauch, ein [Verkaufsverbot](#) von 8KTV-Geräten erlassen hat, dürfte das noch konkreter werden.



Rohde und Schwarz war mit einem sehr grossen Stand an der NAB23 vertreten und zeigte zu meinem Erstaunen auch hier die **5G Broadcast** Applikation mit Erwähnung von ORS als Partner. International ist das Interesse an dieser Technology recht gross, nicht aber in Nordamerika. Dies aus dem ganz einfachen Grund, dass mit NextGenTV und mit HD-Radio digital terrestrisches Free to Air Radio und Fernsehen bereits im Markt ist. Da dürfte es 5G BS ähnlich schwer haben wie DAB+ in den USA.

Bild: MRU (kleiner Ausschnitt des R&S Standes)

Ausgewählte Visuelle Eindrücke aus dem Ausstellungsrundgang (Alle Bilder: MRU)



Eingang zur Hauptbühne in der Nord-Halle. Da fanden alle die «grossen» Veranstaltungen statt.



TV und Radio HeadQuarter im 2 Stock der Westhalle mit NAB-Member und Diskussionsforen



West-Hall: Eine Riesenhalle braucht auch einen Riesen-Screen (fast 3 Stockwerke, sehr «Grün» ist der wohl nicht 😊)



Funk-Vermessung mit Drohnen von [Sixarms](#) Hat noch keinen zertifizierten CH-Operator!



AWS (Amazon Web Services) neben Stand noch extrem viel Sponsoring von Ausbildungs- und anderen Programmen.



appear TV mit leichtem Grün-Touch 😊



Deutlich sichtbar (Beispiel aus der Central Hall) die neue lockere Platzaufteilung



Gross, grösser, am grössten und sehr viel los bei Blackmagicdesign und bei CANON



A motion control & virtual production collaboration between [MRMC](#) & VU Studio at NABshow , der Riesen Hingucker im Bereich zwischen Nord- und Central Hall



Viele Ausbildung und formatierte Diskussions-Forem in der Messehalle soweit das Auge reicht (Beispiele)



Kleiner 8KTV «Blitzer» im FuturePark



Greening of Streaming is an organisation created to address growing concerns about the energy impact of the streaming sector.



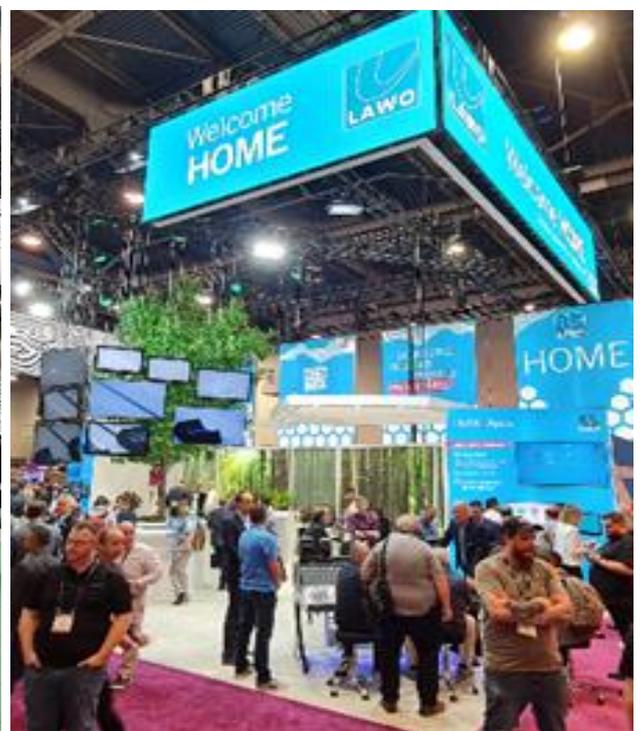
SONY am üblichen Ort und wieder in der alten Grösse in «hinten links in der Central Hall»



Schön, dass es doch auch noch echte Hardware neben allem Virtuellen und Software gibt und braucht! 😊



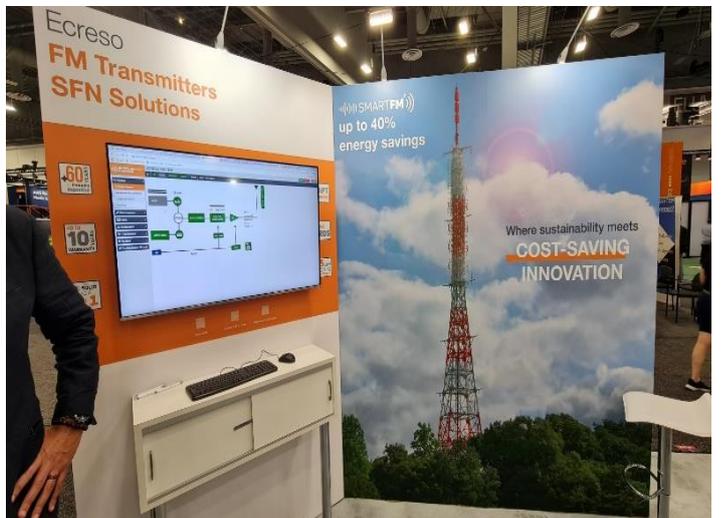
Das übliche Format bei HD-Radio



LAWO so gross wie noch nie



NAUTEL aus Kanada hat diversifiziert! (FM-DAB+ IP) ESCRESO mit dem «bis zu 40%» Stromsparangebot





4 Beispiele von Cloud-/Virtuellen- Anbieter , BJB , radio.cloud, backbone und IP-Studio



SCHLUSSPUNKT



In eigener Sache: Seit mehr als 40 Jahren besuche ich regelmässig grosse Ausstellungen und Konferenzen in Nord-Amerika. Ach die Konferenz- und Ausstellungsbranche hat sich stark verändert. Viele Veranstaltungen (Von WCTA, NCTA bis Comdex) gibt es längst nicht mehr oder wurden zusammengelegt.

Nicht nur die Inhalte sondern auch die Konzepte der Anlässe haben sich stark gewandelt und sich an das neue Kommunikationszeitalter angepasst. Vieles wird heute parallel auch online gestreamt und zugänglich gemacht oder finden gar nur noch online statt.

Die Nach-Pandemie- Annahme, dass die meisten grossen Anlässe verschwinden oder viel bedeutungsloser werden , haben sich bisher nicht bewahrheitet. Wie die NAB-Show und andere wie die ANGA oder CES zeigen, ist der persönliche vor Ort Austausch nach wie vor ein wichtiger Schlüssel und kann nicht durch «Online Only» ersetzt werden. Allerdings zeigt sich auch, dass ein schöner Teil der Angebote von Homeoffice bis Online-Events aller Art, eine sehr gute Ergänzung und erst noch Ressourcen-schonend sind.

Ein solch reichlich ausgestatteten Konferenz-Batch (im Zusammenhang mit Hundert Jahre NAB) werde ich wohl nie wieder kriegen, denn ich bezweifle ,dass ich beim nächsten grossen NAB-Jubiläum noch Reisen werde.

Aber immerhin feiert dieses Jahr der SCTE /CableTecExpo sein 40igstes Jubiläum, und das werde ich bestimmt noch besuchen ! ;-)

Die 101. NAB Show and Conference findet wie immer in der (ehemaligen) Wüste in Las Vegas – NV vom 13. Bis 17. April 2024 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 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. Mehr über den Autor im [Portrait](#).

22.April 2023 MRU