



NABshow 2008

Bovenstaande 'buzz-terminen' nemen een steeds grotere plaats in bij het tot stand komen van beleidsplannen van elk bedrijf en elke organisatie die zich bezighoudt met het creëren, verwerken of verspreiden van audio en video content. Dit jaar waren er twee termen toegevoegd aan de subtitel van de NABShow; Content Commerce en Content Consumption. Beide weinig technologische termen, maar onontkoombare factoren in de globale ontsluiting van audiovisuele content waar ook de traditionele facilitaire bedrijven in Nederland rekening mee moeten houden. De beurs bestond uit conferenties met sprekers uit de gehele breedte van de industrie. Behalve technische goeroes en CEO's waren er creatieven uit het nog steeds belangrijke film en televisie Mekka Hollywood. De openingsspeech werd verzorgd door Oscarwinnaar Tim Robbins, regisseur en acteur, maar er waren ook sessies met bijvoorbeeld de producers van de succesvolle serie 'Lost'.

Ovatie

Tim Robbins deed een opvallende en controversiële oproep aan de Amerikaanse broadcasters. Hij zei dat het land op een kritische kruising van de geschiedenis stond. Amerika is een verdeeld land met economische problemen, waar de moraal tanende is. De broadcasters hebben de mogelijkheid daar

strength." Volgens de over elkaar heen buitende media op internet, blogs en in kranten kreeg hij voor een duizendkoppig publiek, bestaande uit de kopstukken van de Amerikaanse televisie, een staande ovatie.

Record

Dit jaar hadden zich rond de 105.000 mensen laten registreren als bezoeker. Met 28.310 buitenlanders uit meer dan 160 landen had de NAB dit jaar een record. In Las Vegas, de stad die zijn bestaansrecht ontleent aan de amusementsindustrie, reden weer meer dan twaalf speciale buslijnen om de mensen van en naar de hotels en de beurs te krijgen. Naast de conferentie was er de 'trade-show', verdeeld over de gigantische hallen van het Las Vegas Convention Center. Meer dan 1600 stands, van audioproductie, video- en filmproductie tot aan satellietbedrijven en softwaregiganten zoals Microsoft. Zelfs religie was aanwezig op de beurs in de vorm van het 'Technology for Worship Pavillion' (www.tfw.com). Deze Canadese organisatie stelt zich tot doel om de christelijke kerk de mogelijkheden van technologie te onderwijzen en te laten gebruiken. Het is een niet te onderschatten ontwikkeling, zeker niet met de wereldwijde bevolking op dit Amerikaanse continent. De traditionele kerk wordt langzamerhand aangevuld met de moderne middelen van communicatie in

de vorm van theaterachtige ontwikkelingen en broadcast. Een bedrijf als Newtek heeft daarmee in de afgelopen jaren zeer succesvol zakengedaan met de kerken.

Geld en moeite

Zowel Avid als Apple had besloten geen stand op de beursvloer neer te zetten. Ze waren echter wel degelijk aanwezig in Las Vegas. Avid was er met ongeveer 200 man en organiseerde traditiegetrouw de bijeenkomsten met de resellers en de belangrijke klanten tot aan een grote party voor gebruikers die de moeite hadden genomen om naar de NAB te komen. Ook Apple had besloten om niet enorm veel geld en moeite te steken in een enorme stand op de beursvloer, maar de klanten rechtstreeks en persoonlijk te benaderen. In de South-Hall waar voornamelijk de fabrikanten en producenten staan voor het verwerken van de content, stond een groot aantal bedrijven die ofwel iets combineerden met Apple producten en/of iets met Avid. Avid leverde een flinke lijst met standnummers waar men de nieuwe producten kon bewonderen.

HD radio

De NAB is de nationale brancheorganisatie van de traditionele televisie- en radiobroadcasters van Amerika. Zij behartigt de belangen van zowel de lokale, regionale als nati-

onale stations. Een belangrijk onderwerp is de door het congres aangenomen wet waarin wordt gesteld dat op 17 Februari 2009 alle broadcaststations digitaal moeten uitzenden. Dit is een ongekennde revolutie, waarbij ook de veranderingen in het medialandschap een grote rol spelen. De schaal waarop naast de traditionele broadcast er een grote hoeveelheid aan 'content-aanbieders' is bijgekomen, houdt de gemoederen bezig. David Rehr, de CEO van de NAB, sprak in zijn openingstoespraak over de zorgen van zijn leden voor de 'sluitende deuren' wat betreft de traditionele analoge radio en televisie, maar sprak ook over de enorme uitdagingen die men kon vinden in het zoeken naar nieuwe mogelijkheden. Er is door de NAB groot onderzoek gedaan naar de beleving van radio in verband met de opkomst van de iPod's en de mobiele telefonie. Rehr noemde één belangrijk punt waarin radio uniek is naast de makkelijke toegankelijkheid in ontvangst en gebruik; het voegt emotie toe. Geïllustreerd met een fragment uit de film 'Sleepless in Seattle' toonde hij aan hoe radio mensen weet te binden en luisteraars gevoelens kunnen delen met elkaar en met de DJ of presentatoren. Ook op het gebied van radio zijn er nog innovaties. HD radio begint aan een langzame opkomst. Autofabrikanten als Ford, Mercedes, Volvo en BMW hebben aangekondigd om HD radio's in hun auto's te gaan inbouwen.

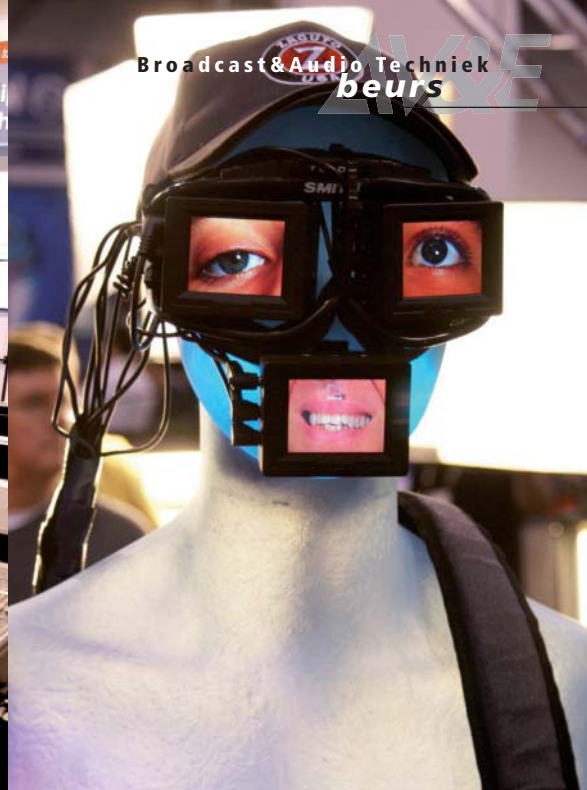
Red

In een bar in Las Vegas kon je op de schermen kijken naar de HD zender van ESPN, de sport broadcaster. Hoewel ik geen baseballfan ben, heb ik met plezier zitten kijken. Sport kijken in high definition voegt zonder twijfel een nieuwe dimensie toe. Sony kondigde met trots aan de nieuwe ESPN HD studio in Los Angeles te mogen outillieren. Op cameragebied is in het HD segment te melden dat de Red camera nog steeds bezig is aan een opmars en op meerdere stands was te bewonderen. De bekende Red tent was ook weer opgezet en er stonden rijen mensen voor om deze digitale filmcamera te bewonderen. Sony introduceerde op High End in zijn CineAlta series de F35. Ook deze camera is uitgerust met een 35 mm CCD zodat 35mm film lenzen direct mountable zijn. Het opnemen op flash geheugens, hoewel al een aantal jaren mogelijk, wint verrassend snel aan populariteit. Sony bracht in het lagere segment na hun eerdere XDCAM-EX camera de PMW-EX3 uit. Deze camera is net als de



wat aan te doen, om los te komen van de berekenende shows waar effect en gebruik van onderbuikgevoelens belangrijk zijn en vooral om los te komen van de formules en focusgroepen: "We don't need to look at the car crash, we don't need to live of the pain and humiliation of the unfortunate, we don't need to celebrate our pornographic obsession on celebrity culture. Respecting the better nature of the American people, produces shows that promote strength instead of fear, that does not divide but inspires, that does not promote hate but unity, that does not tear the weak down but that builds up their





andere EX camera een Solid-State solution en registreert op door Sony ontwikkelde memory-cards. De camera heeft de mogelijkheid van een verwisselbare lens, timecode en genlock. Vorig jaar leek het al of dit Sony's antwoord was op de succesvolle HVX200 camera van Panasonic. Dit jaar zet Panasonic door en lanceert het een hele range van Solid-State oplossingen met de AVCHD codec. Vijf jaar na de introductie van P2, de eerste broadcastcamera's die konden opnemen op Flash-kaarten, is het format overgenomen door 200 Amerikaanse televisiestations en in de rest van de wereld door zo'n 600 broadcasters. De nieuwste Flash-card P2 van Panasonic heeft een opslagruimte van 64 Gb.

AVCHD

AVCHD is een MPEG4 codec, gebaseerd op H.264 en heeft een betere compressie dan MPEG2, waar HDV mee werkt. De 'min of meer prosumer camera' van Panasonic, de AG-HMC70, heeft een aantal interessante voordelen. Het neemt op op SD cards, waardoor er makkelijke uitwisseling is met desktops voor opslag en editing. Deze standaard kaartjes zijn overal te koop en goedkoop in aanschaf. De workflow vertoont veel overeenkomsten met digitale fotografie. In een kwaliteitstest van Panasonic laat deze de superioriteit zien van AVCHD ten opzichte van HDV. Een ander opvallend nieuwtje op gebied van Flash geheugens, is de volledige Solid State server van Seachange; Broadcast Flash Media Library FML200. Naar eigen zeggen is deze server 100 keer meer betrouwbaarder en gebruikt hij 10 keer minder energie dan de conventionele server met harddisks.

'Return-of-investment'

Hoewel Avid geen stand op de beursvloer had, had het toch belangrijke nieuwe producten te melden. Al eerder had het aangekondigd de MediaComposer soft in prijs te halveren en te stoppen met de productie van Avid Xpress pro. Nu presenteerde Avid twee nieuwe stukken hardware: de Mojo DX en de NITRIS DX - niet meer aangesloten via firewire maar via de veel stabielere, efficiëntere en twintig keer snellere PCIe bus. Door de directe aansturing van de CPU van computer en de grafische kaart, weet Avid de performance naar een hoger plan te tillen. Het kan bijvoorbeeld 6 x DNxHD 145 streams in volle kwaliteit aan. Avid gaat de concurrentie aan in hun 'new thinking' campagne, waarbij de nadruk ligt op de mogelijkheden en kwaliteit. Hoewel hun pricing aanzienlijk naar beneden is gegaan propagieren ze niet de goedkoopste, maar wel de beste te zijn. Ze nemen graag de uitdaging aan in de strijd om welk product nou de beste 'return-of-investment' geeft. Apple was bij Avid aanwezig door middel van hun uitstekende 8-core machine waarop Composer soft met de Nitris DX optimaal draaide. Avid ondersteunt overigens ook Vista. Adobe presenteerde hun CS3 creative production suite, waarbij de uitwisseling tussen de populaire applicaties als Photoshop After Effects en Premiere optimaal was. Autodesk showde de laatste versie van 3D Max en high end applicaties zoals Smoke en Flame. Harris toonde de eigen newseditor NewsForce. Thomson/Grass Valley bracht versie 4.6 van EDIUS uit met mogelijkheden om natuurlijk in het JPEG2000 system van hun Infinity te

kunnen monteren. Dit systeem kan nu ook naast AVCHD ook XDCAM-EX aan.

Beschikbaarheid breidt uit

Op het gebied van mediaservers had het gestaag groeiende bedrijf EditShare nog een aantal nieuwe producten om de 'content-life-cycle' geheel te kunnen dekken. Met de EditShare Flow kan worden 'ge-ingest' op meerdere kanalen tegelijkertijd in elk wensbaar format waaronder Apples Pro-Res en Avid MXF formats. Per kanaal kunnen drie formats plus een proxy worden opgenomen. Digitale televisie en de mogelijkheden tot de verschillende HD formaten zullen het komend jaar het gezicht gaan bepalen op alle mogelijke kanalen en uitingen. Van digital signage als vervanging van verkooppanelen en -posters in winkels tot specifieke kanalen voor allerlei doelgroepen. Het is al een feit dat we via het door ons gewenste kanaal een willekeurig onderwerp kunnen oproepen en bekijken. Het maken van content, het bedenken en creëren van verhalen zal niet veel veranderen. Maar de uitingen en beschikbaarheid van media breiden zich nog steeds uit. Een Avid marketing manager vertelde dat een grote krant in Cincinnati nu al 18 videoeditors in dienst heeft en plannen heeft dit uit te breiden naar 300. Het businessmodel dat dit alles moet ondersteunen is Content Commerce en Content Consumption. Al moeten we volgens David Rehr en Tim Robbins de romantiek niet vergeten.

Arnout van der Hoek
www.mediaassist.nl