

Bericht vom 3. Sony Innovationsforum mit dem Thema HD

Die Zeit ist reif

Internationale Broadcast-Experten diskutierten im Rahmen des dritten Sony-Innovationsforums Erfahrungen und Entwicklungen rund um das Thema High Definition. Susanne Gerbert von der Sony-Agentur Rheinfaktor fasst zusammen.

TEXT: SUSANNE GERBERT • BEARBEITUNG: NONKONFORM • BILDER: SONY, ARCHIV

Im Mai 2003 fand im Berliner Sony Center das dritte Sony-Innovationsforum unter dem Titel »High Definition – hochauflösendes Video für Fernsehen, Kino und Präsentation« statt. Mehr als 50 Film- und Fernsehschaffende von überwiegend deutschen TV-Sendern, Produktions- und Medienunternehmen folgten der Einladung von Sony, sich über aktuelle Entwicklungen im HD-Markt zu informieren und über die eigenen Erfahrungen mit dem noch jungen Format aus zu tauschen. Damit kamen mehr Teilnehmer als zu den bisherigen Innovationsforen, und das rege Interesse belegte eindrucksvoll, dass HD derzeit eines der vorherrschenden Branchenthemen ist.

Ein HD-Screening mit Ausschnitten aus sehr unterschiedlichen HD-Produktionen – vom

Musikvideo über Werbespots bis hin zum Kinofilm – diente als »Anschauungsmaterial« und zeigte auch die kreative Bandbreite der HD-Technik. Sieben Vorträge von internationalen Broadcast-Experten und schließlich drei parallele Workshops, die den Teilnehmern Gelegenheit zum intensiven Meinungsaustausch boten, dienten als Forum für das Thema HD.

Jürgen Burghardt, Senior Manager Broadcast Strategy & Market Development bei Sony Business Europe (D) und Initiator des Innovationsforums, startete die Vortragsreihe mit einer kurzen NAB-Review und den aus seiner Sicht zentralen Themen der Messe: HD und Optical Disc. »Im Bereich HD zeichnen sich zur Zeit zwei unterschiedliche Trends ab«, so Jürgen

»Die weltweite Verbreitung von HD ist nicht mehr aufzuhalten: Das Interesse der Konsumenten an hochauflösendem Content wächst rasant, die Verkaufszahlen von DVDs und HD-fähigen Endgeräten schnellen in die Höhe. Jetzt geht es darum, die notwendige HD-Infrastruktur nach asiatischem und US-amerikanischem Vorbild auch in Europa schnellst möglich aus zu bauen und – speziell im TV-Bereich – endlich in großem Maßstab in HD-Qualität zu produzieren«, so könnte man die während der Veranstaltung vorherrschende Meinung zusammenfassen. Die anwesenden Experten beleuchteten diese unterschiedlichen Aspekte des Themenbereichs HD-Produktion und HDTV-Ausstrahlung.

Von links nach rechts: **Jürgen Burghardt**, Senior Manager Broadcast Strategy & Market Development, Sony Business Europe (D); **David Bush**, Director Media Business, Sony Broadcast Europe; **Gabriel Fehervari**, General Manager, Alfacam; **Hubert Graf**, Institut für Rundfunktechnik; **Leopold Hoesch**, Geschäftsführer, broadview.tv; **Yasuo Ohnuki**, Director General, Europe, Russia, Middle East & Africa, NHK European Head Office; **Andy Quessted**, Mentor Production Modernisation, BBC; **Michael Sauer**, Manager Postproduction, RTL.



Dieser Artikel wurde aus dem Online-Dienst www.film-tv-video.de kopiert. Der Artikel und Ausdrücke davon sind nur für den persönlichen Gebrauch von registrierten Nutzern des Online-Dienstes www.film-tv-video.de bestimmt. Alle Nutzer haben bei der Registrierung den Nutzungsbedingungen von www.film-tv-video.de zugestimmt, die das Kopieren und Weiterverbreiten untersagen. Keine Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit, keine Haftung für Fehler und Irrtum.

Burghardt.
»Erstens zu absoluten High-End-Produkten für spezialisierte Anwendungen, vor allem Special Effects. Zweitens zu erschwinglichen Playern/Recordern, die im journalistischen Alltag



ebenso eine Rolle spielen können wie im TV-Studio.« Sony hat sein HDCAM-Portfolio entsprechend erweitert, wie Burghardt weiter ausführte: »Zur NAB haben wir auf der einen Seite die Studiokamera HDC-F950 vorgestellt, die unter anderem ausgesprochen hochwertige Signale in RGB-4:4:4-Qualität und einen Farb-LCD-Sucher bietet. Auf der anderen Seite die Player/Recorder J-H1 – für SDI-Standard-Umgebungen – und J-H3. Letzterer kann hervorragend als Feeder genutzt werden.«

Das Thema »Optical Disc« scheint auf den ersten Blick nicht viel mit HD zu tun zu haben, gehört jedoch wie die HD-Aufzeichnung in das Szenario einer komplett nonlinearen Produktionskette, das immer mehr zur Realität wird. Jürgen Burghardt erläuterte: »Professional Optical Disc vereint die Vorteile der Harddisk mit denen von Tape, denn man kann nonlinear und formatunabhängig arbeiten kann und OD ist mindestens so preiswert und zuverlässig. OD nutzt das MXF-Format, das unter anderem für die Aufzeichnung unterschiedlicher Metadaten sorgt. Es ist somit universell einsetzbar.« Ein denkbarer Workflow für die News-Produktion sei beispielsweise die Generierung einer Schnittliste auf der Disc selbst, die so an den Sender geschickt und abgespielt werden könne – ganz ohne Schnitt. Möglich sei sogar bald die rein elektronische Übertragung der Informationen via Breitband-WAN.

Ein weiteres Highlight der Veranstaltung bildete die Präsentation des ersten funktionsfähigen Blu-Ray-Recorders in Europa. Blu-Ray, das

Consumer-Pendant zur Optical-Disc-Technologie, wird in Zukunft einen wichtigen Link zwischen HD-Content und Endverbraucher bilden, wie Jürgen Burghardt betonte. Nicht zuletzt dank der Speicherkapazität von bis zu 27 Gigabyte Daten auf Blu-Ray-Speichermedien – was etwa zwei Stunden Film im digitalen HDTV-Format entsprechen.

Wie auch das Screening zu Beginn des Innovationsforums belegte, wird das HD-Format in einigen Ländern bereits für große Teile der TV-Produktion und -Ausstrahlung genutzt. USA und Japan sind die Vorreiter in dieser Entwicklung, so **David Bush**, Director Media Business bei Sony Broadcast Europe, in seinem Vortrag über die weltweite Verbreitung von High Definition:

»In den USA gibt es heute 525 TV-Stationen, die digitale Fernsehprogramme übertragen – das macht insgesamt mehr als 50% der Primetime-Unterhaltung aus. In Japan gibt es bereits seit dem Jahr



2000 Satellitenübertragung in HD, ab diesem Jahr werden die größten Städte zudem terrestrisch mit HD-Bildern versorgt. Auch Korea, China und Australien haben bereits mit der HD-Ausstrahlung begonnen.« Ähnliches gelte für die Produktion von TV-Content. In Hollywood werde beispielsweise mehr als die Hälfte der TV-Serien bereits ganz oder teilweise in HD produziert. Nach Ansicht von David Bush ist dieser Trend zum Fernsehen in HD-Qualität absolut unumkehrbar: »Es gibt eine Menge Faktoren, die diese Entwicklung vorantreiben werden«, so Bush. »Besonders entscheidend ist hier die Entwicklung im Bereich Consumer Electronics: Im DVD-Bereich haben wir einen rasanten Anstieg, die Preise für LCD- und Plasma-Displays sinken deutlich, auch Blu-Ray ist gut gestartet – mit der Beteiligung von neun internationalen Herstel-

lern. Hinzu kommt, dass zunehmend weltweite TV-Events wie die Fußball-WM in HD-Qualität übertragen werden. Außerdem wird die Projektorenqualität im HD-Bereich besser, so dass auch öffentliche Vorführungen im großen Maßstab, sogar draußen und bei Tageslicht, zunehmen werden – Stichwort: E-Cinema.«



Das Thema Consumer-Displays vertiefte **Hubert Graf** vom Institut für Rundfunktechnik, in seinem Vortrag. Auch er beschrieb einen starken Trend zu Displays in der Größe von 30-Zoll-Bilddiagonale und mehr. Einen besonders starken Zuwachs erwartet

er bei Plasma-, LCD-, und Rückprojektions-Systemen: »Nach einer Marktprognose von Philips werden in 2008 ca. 60% der verkauften Bildwiedergabegeräte Flachbildschirme und Projektionssysteme sein«, so Graf. »Das sind Zahlen, die eine deutliche Sprache sprechen: Der Verkaufserfolg des DVD-Players ergänzt durch Flachdisplays zeigt, dass der Konsument bereit ist, für Qualität mehr zu bezahlen. Erreichen die neuen flachen Bildwiedergabegeräte in Größen über 30 Zoll eine Marktdurchdringung von etwa 20%, so werden die deutschen Fernsehsender darauf reagieren und einen entsprechenden hochauflösenden Content anbieten. Bis es jedoch soweit ist, könnte in einem Übergangsszenario ein Service mit einer höheren Datenrate angeboten werden, der die heute gute Studioqualität zu den Konsumenten transportiert.«

Eine Forderung, der die japanischen Sendeanstalten längst nachgekommen sind, so auch der staatliche japanische Sender NHK für den beim Innovationsforum **Yasuo Ohnuki** sprach, der bei NHK als Director General, Europe, Russia, Middle East & Africa im NHK European Head Office fungiert. Nach vielen Jahren Vorbereitungszeit sendet NHK heute rund um die

Uhr in digitaler HDTV-Qualität. Dank internationaler Kooperationen war der Sender zudem schon mehrfach in der Lage, vor allem sportliche Großereignisse wie etwa die letzte Fußball-WM in High Definition auf zu zeichnen und zu übertragen. Kooperations-Verhandlungen mit zehn internationalen Broadcastern für die HD-Übertragung der Olympiade 2004 in Athen laufen auf Hochtouren.



Zu den deutschen Produktionsunternehmen, die sich für die Produktion hochauflösenden Contents für die Fernseh- und Kinoauswertung stark machen, zählt die broadview.tv GmbH. Ihr Geschäftsführer **Leopold Hoesch**



berichtete in seiner Präsentation über die Erfahrungen bei der Produktion des TV-Dreiteilers »Stalin-grad«, der in Koproduktion mit dem ZDF entstand: »Viele Gründe sprachen dafür, diese hochwertige TV-Dokumentation im HD-Format zu drehen. So waren von Anfang an Kino- und DVD-Auswertungen geplant sowie der Vertrieb in die ganze Welt – ein

HD-Master ist hier ein unschlagbares Verkaufsargument. Außerdem haben wir über 90 Zeitzeugen interviewt, die meisten davon kameraunerfahren. Der Materialverbrauch wäre deshalb bei 16- oder 35-mm-Film nicht darstellbar gewesen. Dann ist HD meiner Ansicht nach das Format der Zukunft – und wir wollten die Gespräche mit den überwiegend schon sehr alten Zeitzeugen auf einem Medium haben, das langfristig alle Auswertungsmöglichkeiten offen hält.«

Gedreht wurde parallel mit drei Kameras vom Typ HDW-F900, zusätzlich wurde 35-mm-Archivmaterial auf HD abgetastet. Leopold Hoesch zeigte sich vom Ergebnis rundum überzeugt: »Wir haben die Doku nahezu flächendeckend in Europa und vielfach darüber hinaus verkauft. Im In- und Ausland ist High Definition der Standard, der immer mehr von den Konsumenten erwartet wird. Mein Appell an Sender und Produzenten ist daher, dem Zuschauer deutlich mehr Inhalte in HD-Qualität zu bieten. Wir jedenfalls arbeiten schon an weiteren Produktionen in HD.«



Der britische Broadcaster BBC teilt diese Einschätzung zur Zukunft von HD und weitet die eigenen Aktivitäten in diesem Bereich derzeit stark aus, wie **Andy Qusted**, Mentor Production Modernisation bei der BBC, berichtete.

Zwar gibt es heute noch kaum Eigenproduktion auf HD, und die Ausstattung des Senders ist noch weitgehend auf SD ausgerichtet. Doch mit umfangreichen Formatvergleichen zwischen HD auf der einen und Digital Betacam, 16-mm- und 35-mm-Film auf der anderen Seite, hat sich der Sender dem Thema HD bereits im letzten Jahr bewusst zugewandt. Das Ergebnis beweise, dass der Look von HD sehr gut mit dem »klassischen Look« kompatibel sei, den die BBC für ihre eigenen Produktionen definiert habe, so Qusted.

Unter Kostenaspekten kann es die HD-Produktion laut BBC-Studie mit 16-mm-Film aufnehmen – wenn Materialkosten, Postproduktion, Archivierung und Auslieferung in die Kalkulation einbezogen werden, ist HD im Fiction-Bereich demnach in vielen Fällen sogar kostengünstiger als 16 mm. »Mit seinem klassischen Look ist HD die perfekte Alternative zu 16 und sogar 35mm«, so Qusted. »Aufgrund der positiven Testergebnisse haben wir nun damit begonnen, unsere Kameralente und andere an der Produktion Beteiligte in der HD-Produktion zu

schulen. Denn ich bin überzeugt, dass HD bald auch für das Fernsehen das vorherrschende Format sein wird!«

Schulungen im HD-Bereich gibt es bei RTL noch nicht, zum Bedauern von **Michael Sauer**, Manager Postproduction bei RTL, der sich für die Einbindung des HD-Formats in seinem Sender einsetzt. »Es bedarf – etwa bei Produzenten, Kameralenten und Regisseuren – erheblicher Überzeugungsarbeit, die gewohnten Pfade zu verlassen«, so Sauer in seinem Vortrag. »Dabei



spielen emotionale Gründe meines Erachtens eine wesentlich größere Rolle als technische. Leider kann ich – solange die HD-Infrastruktur in Deutschland noch nicht der entspricht, die ich etwa für 16-mm-Produktionen vorfinde – auch keine Kostenvorteile gegenüber 16 mm nachweisen. HD setzt sich hierzulande nach meinem Geschmack einfach noch zu langsam durch. Dass es sich durchsetzen wird – daran besteht für mich aber kein Zweifel.«

Trotz der Widerstände hat RTL bereits erste Drehs in HDCAM durchgeführt, so den neuen Trailer für Sommerfilme, der früher auf 35 mm produziert worden wäre. Außerdem fanden für »Nikola«, »Die Camper« und »Verschollen« Testdrehs statt, und für die Sitcom »Schulmädchen« laufen bereits Produktionsvorbereitungen in HD. Michael Sauer appelliert an seine Branchenkollegen, diesen Trend zu HD voranzutreiben: »Wir müssen am Ball bleiben und weiter Überzeugungsarbeit leisten. Außer-

dem sollte die Ausbildung der Kameraleute, Assistenten, Produktionsleiter etc. gefördert werden, wie es die BBC bereits macht. Es ist höchste Zeit, dass sich die Medienschaffenden mit dem Thema vertraut machen und lernen, wie die Produktionsketten in Zukunft aussehen werden.«



Das letzte Glied in einer geschlossenen HD-Kette, die TV-Ausstrahlung in High Definition, fehlt in Europa bislang noch völlig. Der belgische TV-Dienstleister Alfacam, der selbst bereits

umfangreich in HD produziert, macht sich deshalb mit dem Projekt »Euro 1080« für die Errichtung eines europaweiten HD-Satelliten-Senders stark. »Wir Europäer müssen endlich den Anschluss an den Weltmarkt gewinnen«, erklärte **Gabriel Fehervari**, General Manager von Alfacam, sein Engagement. Der Kanal soll ab Januar 2004 in Koproduktion möglichst vieler Sender etwa vier Stunden pro Tag an Sport-, Musik- und Show-Ereignissen ausstrahlen. Erstens zu den TV-Zuschauern zuhause und zweitens an öffentliche Veranstaltungsorte wie Kinos. Als potenzielle Geldgeber spricht Alfacam vor allem Investoren aus der Consumer-Electronics-Industrie an, da sie besonders von einem europäischen HD-Kanal profitieren würden. Daneben sollen der Ticketverkauf bei öffentlichen Vorführungen sowie Werbe- und Promotioneinnahmen beim TV-Kanal zur Finanzierung des Senders beitragen. »Die Zeit ist reif«, betonte Fehervari. »Es kann nicht sein, dass die Ausstrahlung von HD-Content in der ganzen Welt möglich ist – nur in Afrika und Europa nicht!«

