

»Editing will become a commodity«

Avid hat die Akquisition von Pinnacle Systems im Sommer abgeschlossen - das gemeinsame Produkt-Line-Up steht jetzt - zumindest in seiner ersten Version - ein wichtiger Schritt der Integration ist vollzogen. Jetzt geht der Blick wieder weiter nach vorn: Wie wird Avid den aktuellen Markt-Entwicklungen begegnen? Welche zukünftigen Entwicklungen erwartet man im Unternehmen? www.film-tv-video.de sprach mit Avids Europachef Graham Sharp (und einigen seiner Firmenkollegen) über zukünftige Strategien des Unternehmens.



Graham Sharp, Avids Vice President European Sales & Operations.

TEXT: C. GEBHARD, G. VOIGT-MÜLLER • BILDER: NONKONFORM, ARCHIV

HD steht nicht nur für größere, scharfe Bilder, sondern auch für zahlreiche neue Formate, Auflösungen und Frame-Raten. Das hat für ein Unternehmen wie Avid ganz vielfältige Auswirkungen: Es gilt, diese neuen Formate auf der Ingest-

schiedlichen Anforderungen um?

»Es gibt grundlegende, technologische Eckpfeiler bei Avid«, sagt Graham Sharp dazu: »Einer davon ist, dass wir in der Bearbeitungskette das Originalmaterial nicht anfassen, es wird also immer im ur-

möchte. Der zweite Eckpfeiler: Avid nutzt Software-Codex mit Hardware-Beschleunigung, so dass es möglich ist, auf der Timeline unterschiedlichste Formate in Echtzeit wiederzugeben und in einem beliebigen Format auszugeben. Das zusammen ermöglicht es uns, mit all den neuen Formaten sinnvoll umzugehen: Kommt ein neues Format, entwickeln wir einen neuen Codec dafür.«

Bei vielen Formaten sei das vergleichsweise einfach, weil die Hersteller ein vitales Interesse daran hätten, dass ihre Formate unterstützt würden, so Sharp. Er merkt weiter an, dass der Software-Ansatz von Avid im Gegensatz zu hardware-basierenden Systemen den Vorteil habe, dass sich neue Formate deutlich einfacher und schneller einbinden lassen.

Weshalb entwickelt dann Avid, wenn man sich selbst als Software-Company sieht, immer noch Hardware? Darauf entgegnet Graham Sharp, dass es aus seiner Sicht wohl immer Hardware-Beschleuniger geben werde, gleichgültig, wie weit sich die Software-Entwicklung vorantreiben lasse. »Wir entwickeln Software, die sich auf Standard-Workstations betreiben lässt und es in dieser Kombination erlaubt, gute Ergebnisse zu erzielen«, so Sharp. »Mit jedem Entwicklungsschritt wachsen aber auch die Ansprüche



Editing bleibt eine der Kernkompetenzen von Avid, aber in Zukunft werden wohl andere Aspekte, die sich im Portfolio des Unternehmens finden, an Bedeutung gewinnen.

Seite zu unterstützen und zu integrieren, sie in den Systemen im Postproduktionsprozess bearbeiten und am Ende in möglichst hoher Qualität wieder ausgeben zu können. Wie geht Avid mit diesen unter-

sprünglich eingespielten Format belassen - sofern der Kunde das Material nicht schon absichtlich beim Ingest transcodiert, weil er beispielsweise intern nur mit einem bestimmten, anderen Format arbeiten



Von links: Chas Smith, David Krall, David Schleifer und Graham Sharp.

Avid und Pinnacle: Geplante Produkt-Integration

Die wichtigsten Pläne nach der erfolgten Übernahme von Pinnacle durch Avid im Überblick: Alle Broadcast-Produkte werden unter der Marke Avid angeboten, mit dem Ziel einer »engeren Integration« zwischen den Produktgruppen. Die Consumer-Produkte heißen weiterhin Pinnacle. Die meisten Produktlinien werden fortgeführt, denn es gab laut Avid-Chef David Krall ohnehin nur eine geringe Überlappung bei Pinnacle- und Avid-Produkten, da selbst ähnliche Produkte bei unterschiedlichen Zielgruppen verankert seien. »Eine geringe Überlappung von 4 % im Ertrag ließ die Akquisition besonders sinnvoll erscheinen« erläutert Krall. Rund 15 % Personal werde man im Zuge der Akquisition von Pinnacle entlassen. Darunter fallen laut David Krall in erster Linie administrative Jobs, die nun eben obsolet würden, weil man sie nicht doppelt benötige. Die Entwicklungsabteilung in München sowie Support und Sales sollen davon nicht betroffen sein. Die Liquid-Entwicklergruppe soll weiter in München bleiben.

Das Consumer-Business von Pinnacle wird unter eigenem Namen fortgesetzt, hier werden Produkte wie Liquid Edition weiter angeboten. Das Video-Business von Avid umfasst den Broadcast- und Postproduction-Bereich, in dem es aus Sicht von David Krall ebenfalls wenig Überschneidungen der beiden Firmen gibt: So wird etwa im Postproduction-Bereich Liquid Edition ebenso weiterhin angeboten wie Liquid Chrome. Daraus dürfte sich folgende Produkt-Reihenfolge ergeben: Liquid Edition, Avid Xpress Pro, Liquid Chrome, Avid Adrenaline, DS Nitris. Wird Avid auch das rein SD-basierende System Blue weiterentwickeln? Europachef Graham Sharp hat darauf eine einfache Antwort: Es gebe Verträge mit einigen Broadcastern, die bis zum Jahr 2007 die Fortführung des Systems garantierten. Das bedeute nicht, dass Avid das Blue-System aktiv promoten werde, schränkt Sharp ein, das werde anderen Systemen vorbehalten bleiben. Wer aber mit Blue arbeitet und damit glücklich ist, der soll dabei von Avid mindestens bis zum Ablauf der bestehenden Verträge unterstützt werden.

Auch im Broadcast-Bereich gibt es aus Sicht von Broadcast-Chef David Schleifer mehr Chancen als Überschneidungen: Pinnacles Server- und Schriftgenerator-Bereich ergänze das Broadcast-Business. Schleifer machte auf Nachfrage in der IBC-Presskonferenz aber auch deutlich, dass Avid iNews und Unity-for-News auch weiterhin die Flaggschiffe dieses Bereichs blieben. Pinnacles News-System Vortex wird es also wohl auf längere Sicht nicht weiter geben.

Im Audiobereich hingegen gebe es keinerlei Überschneidungen, so David Krall, hier werde Avid im Gegenteil von Pinnacles Distributionskanälen profitieren, über die man etwa in einem ersten Schritt die M-Audio-Palette anbieten werde.

der Kunden, deshalb wird es immer Bedarf an Beschleuniger-Hardware geben, mit der sich die Leistung einer Software verbessern lässt«. Rechner seien nun einmal nicht vorrangig für die Bearbeitung von Video ausgelegt, so Sharp, und aus diesem Grund produziere Avid nach wie vor Hardware - aber eben nur für Beschleunigung und I/O, nicht jedoch fürs eigentliche Processing.

Die Rolle der Software im Video- und Broadcast-Business wird immer größer werden, meint Sharp. Tatsächlich ist in der ganzen Branche ein Trend zu Standard-IT-Hardware zu beobachten: Man versucht, wo es geht, Standard-Hardware-Technologien zu verwenden und so wenig wie möglich individuelle Hardware zu produzieren. Sharp führt als Beispiel dafür an, dass auch bei Camcordern und Kameras immer mehr Standard-Technologien verwendet würden, was etwa am neuen Grass-Valley-Camcorder Infinity zu sehen sei.

Diese Entwicklung wird weitergehen, prognostiziert Sharp und macht noch einen weiteren Trend aus: der klassische Broadcast-Markt mit speziellen Hardware-Boxen für spezielle Aufgaben schrumpfe, und nur wer sich auf den steigenden Software-Anteil des gesamten Business einstelle, könne auch weiterhin erfolgreich am Markt bestehen.

»Unser Mehrwert besteht darin, dass wir die Workflows unserer Kunden erkennen und in unseren Lösungen und Produkten abbilden.«





Konkretere Angaben zur Organisation und Aufstellung von Avid in Deutschland erfragte www.film-tv-video.de bei Mathias Eckert und Michael Dalock-Schmidt. Der bisherige Firmensitz von Avid in Deutschland, Hallbergmoos, wird demnach künftig auch für Pinnacle die operative Zentrale in Deutschland sein: Sales Marketing und Support werden hier sitzen. Die Entwicklungsabteilung, also das frühere Fast-Team bleibt am bisherigen Münchener Firmensitz von Pinnacle. NXN Alienbrain, der dritte in Deutschland beheimatete Firmenteil von Avid, bleibt weiterhin am bisherigen Firmensitz. Insgesamt hat Avid nach der Übernahme von Pinnacle mehr als 300 Angestellte in Deutschland.



Wie wird sich das auf die Anzahl der Firmen am Markt auswirken? Sharp meint, dass sich die Wirtschaft ganz generell in Zyklen entwickle und wiederum jedes einzelne Segment darin ebenfalls Wellenbewegungen durchlaufe, die sich

letztlich wiederholten: Auf Konzentrationsentwicklungen folgten Abspaltungen, Zergliederungen und das Auftauchen neuer Marktteilnehmer. Auf den Broadcast-Bereich bezogen meint Sharp, dass dieser Nischenmarkt auf der Herstellerseite

letztlich immer noch überbesetzt sei, wenn man die Gesamtgröße des Marktes und das darin mögliche Geschäftsvolumen betrachte.

Was bedeutet das für Avid? Graham Sharp stellt fest, dass es für die Hersteller immer wichtiger werde, ihren Kunden einen echten Mehrwert zu liefern. Im Broadcast-Bereich etwa gehe es zunehmend um Workflow-Fragen und um Services. Avid sehe sich letztlich nicht mehr als Editing-Company, denn Editing, so Graham Sharp, wird in den nächsten Jahren zur Commodity werden — also irgendwann zur Grundausstattung jedes Rechners gehören.

Die Leistung, die Avid schon jetzt biete und die letztlich zu einem der entscheidenden Differenzierungsfaktoren ausreifen werde, besteht nach Sharps Einschätzung nicht mehr in einem abgekoppelten Editing-Produkt, sondern in den Workflows, die mit Avid-Software möglich werden. »Unser Mehrwert besteht darin, dass wir die Workflows unserer Kunden erkennen und in unseren Lösungen und Produkten abbilden«, analysiert Sharp.

Aber was bedeutet das für Avids Consumer-Business, das derzeit vom Verkauf von Editing-Softwares lebt? Aus Sicht von Graham Sharp gilt hier letztlich der selbe Grundsatz: Erkennen, was der Consumer will, die entsprechenden neuen Tools entwickeln und damit etwas bieten, was über das Standard-



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.

Editing hinausgeht, darin liegt die Zukunft für Firmen wie Avid, die mehr bieten wollen und müssen, als das, was aus Sharps Sicht irgendwann zu einem Standard-Bestandteil von Windows wird, nämlich Basic Video Editing. Als zunehmend wichtigen Aspekt wertet Graham Sharp dabei auch im Consumer-Bereich, aber keinesfalls nur dort, die Verwaltung und das Tracking von Metadaten. Hier leistungsfähige Lösungen zu bieten, gehe weit über das

hinaus, was ein einfaches Editing-Programm bietet. Und darauf kommt es in den folgenden Jahren an, urteilt Sharp.

Dazu kann man nur sagen: Wie gut für das Unternehmen, dass Avid mit NXN und deren Alienbrain-Technologie ein passende Ergänzung zugekauft hat.

Avid und Apple: Coopetition

Kurz vor der Messe kündigte Avid an, man werde ab sofort auch die Tiger-Version von Apples Betriebssystem unterstützen. Dass es vergleichsweise lange gedauert hatte, diesen Punkt zu erreichen, hatte in der Editing-Gemeinde immer wieder aufs Neue die schon lange schwelende Frage aufkommen lassen, wie lange Avid die Mac-Plattform noch unterstützen werde — schließlich konkurriert Apple mit dem Editing-Programm Final Cut Pro auch mit Avid.

Wird sich nun, da Apple angekündigt hat, ab kommendem Jahr Intel-Chips zu verwenden, das Verhältnis der beiden Firmen erneut verändern und wieder unter anderen Vorzeichen stehen? Graham Sharp meint, dass sich für Avid zunächst einmal nichts ändere und man eben zusätzlich eine neue Plattform unterstützen müsse, von der man jetzt allerdings noch nicht wisse, wie exakt sie aussehen werde. Sharp verhehlte aber auch nicht, dass es Apple dem Konkurrenten/Partner Avid nicht eben einfach mache, die Avid-Produkte auch weiterhin für die Apple-Plattform verfügbar zu machen. Aus Sicht von Graham Sharp stellt sich zudem die Frage, wie sich Apple denn weiter entwickeln werde, wenn die Intel-Chips verwendet würden. »Ich frage mich, ob Apple dann stärker zur Software- oder zur Hardware-Firma wird — das wird ganz sicher eine interessante Entwicklung«.

Sponsoren der IBC-Berichterstattung

Anzeige



www.bpm-media.de 040-557624-10



www.creativetools.de 040-851507-0

www.dreamwalks.de
06257-99277-0



Dreamwalks

www.chromatv.com
040-4303035



CHROMA



www.mci-gmbh.de
040-6688-0



www.volkerrodde.de
0221-951489-0



www.picturetools.de 040-32033051

Im PDF können Sie die Logos anklicken und gelangen direkt auf die jeweilige Website.

Zukünftige Produktentwicklungen

Zu den Avid-Neuheiten, die in Europa derzeit auf besonders großes Interesse stoßen, zählen nach Firmenangaben Symphony Nitris und iNews Instinct. In diesem Bereich könnte es also von Avid schon bald weitere Neuigkeiten geben.

Was man unter der von David Krall angesprochenen »engeren Integration« verstehen kann, erläuterten Avid-Mitarbeiter während der IBC so: Gerade im Bereich der On-Air-Grafik will Avid vom relativ simplen MOS-Interface zu einer wesentlich engeren Integration zwischen den Bereichen Server, Grafik und Bearbeitungsnetzwerk kommen.

Pinnacle hatte sich in den vergangenen Jahren besonders in Europa bei einigen Kunden auf eine relativ große »Integrationstiefe« eingelassen: Das Unternehmen hatte teilweise recht kundenspezifische Entwicklungen vorangetrieben, um den Broadcast-Kunden ihre jeweilige Wunschkonstellation zu ermöglichen. Das ist ein Bereich, in dem Avid seit je her sehr viel zurückhaltender agiert: »Es gibt keine einzelkundenspezifische Entwicklung, konkrete Kundenwünsche müssen in die Produkt-Roadmap einfließen«, lautet das Credo hierzu bei Avid und der Erfolg gibt dem Unternehmen in die-

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.

sem Aspekt recht. Deshalb dürfte sich diese Richtlinie auch mit der Übernahme von Pinnacle nicht ändern. »Letztlich profitieren auch die Kunden am meisten, wenn ein Hersteller wie Avid auf offene, aber standardisierte Produkte setzt«, fasst Avid-Deutschland-Chef Eckert diesen Aspekt zusammen.

Das von Graham Sharp indirekt angesprochene Thema Asset-Management steht bei Avid natürlich immer im Zusammenhang mit dem Tochterunternehmen NXN Alienbrain. Wirklich Konkretes ist dazu noch nicht zu erfahren, aber wenn man die vorhandenen Puzzesteine zusammensetzt, dürfte wohl folgendes passieren: Auf der Basis von NXN-Software-Technologien entwickelt Avid derzeit eine Asset-Management Workgroup-Lösung für den Broadcast-Markt. Nichtöffentliche Demos hiervon soll es schon während der IBC gegeben haben, mehr dürfte wohl bei zukünftigen Roadshows zu erfahren sein. Insider gehen von einer Produktvorstellung zur NAB2006 aus.

Viele in der Branche fragen sich: Wieso hat die Integration von MXF, die Unterstützung von P2 und XDCAM innerhalb der Avid-Produktlinie relativ lange gedauert? Stellt man diese Frage, dann lautet die Standard-Antwort, dass das gar nicht der Wahrheit ent-

spreche. Zäumt man das Thema aber anders auf, erfährt man die Gründe: Es geht Avid demnach bei diesen Themen um eine saubere, langfristig tragfähige Integration, etwa um den Aspekt Metadaten wirklich zu lösen. Spielt hier also im Hintergrund schon das Asset-Management-System eine Rolle?

Ergänzend heißt es von Firmenseite, Avid müsse wegen seiner großen Produktbandbreite und Marktpräsenz anders an solche Themen rangehen und umfassender agieren, es reiche eben nicht, nur an einer Ecke des Portfolios eine schnelle Unterstützung eines neuen Formats zu realisieren.

Das Thema DNxHD, einer der großen Knaller während der NAB2004, steht bei Avid derzeit nicht mehr so stark im Vordergrund, wie das schon war - diesen Eindruck teilen zumindest viele Marktbeobachter. Dennoch sei DNxHD ein großes Thema für das Unternehmen, beteuern Mitarbeiter unterschiedlicher Levels, wenn man sie darauf anspricht. In Deutschland interessiert DNxHD aber anders als in den USA derzeit hauptsächlich den Postproduction-Markt. Das weite sich aber im gleichen Maß aus, wie sich Nitris langsam aber sicher auch bei europäischen Broadcastern verbreite, war zu hören.

