

Interviews: Firmenvertreter zu den Trends und Produkten im Jahr 2000



Quo Vadis?

Wird im Jahr 2000 alles anders? Steckt die Branche in der Krise? www.film-tv-video.de wollte von Branchen-Insidern aus verschiedenen Unternehmen wissen, mit welchen Trends und Produkten in unserer Branche zu rechnen ist.

Die Gesprächspartner: Michael Schultheiss, Avid; Holger Statz, Discreet; Matthias Zahn, Fast Multimedia; Horst Przybyla, Grass Valley; Peter Sibbe, JVC; Heimo Adamski, Media 100; Frank Fell-Bosenbeck, Panasonic; Patric Breuer, Pinnacle Systems; Mike Knee, Snell & Wilcox; Jürgen Burghardt, Sony.

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

Die Interviews:

Michael Schultheiss, Avid

Michael Schultheiss ist Presales & Marketing Manager bei Avid

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

MS: Die deutsche Avid-Niederlassung hatte ein sehr erfolgreiches Jahr 1999 mit Rekordumsätzen und großen Erfolgen im High-End-Finishing-Bereich. Betrachtet man jedoch den weltweiten Trend, stellt man fest, dass sich die »klassische« Film-, TV- und Videobranche verändert. Die Verarbeitung von hochwertigen Video- und Audiosignalen auf der Basis von Computern ist dank schneller Prozessoren, hoher Bus-Bandbreiten und

großer Festplatten keine allzu schwere Aufgabe mehr. Das führt dazu, dass neue Anbieter in einen begrenzten Markt drängen.

Parallel dazu gewinnen neue Technologien wie Internet und DVD an Bedeutung und verschmelzen mit klassischen Bereichen der Broadcast- und Filmindustrie. Darauf müssen sich Hersteller mit Produkten aber auch in ihrer Struktur anpassen.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

MS: Avid wird die im vergangenen Jahr eingeschlagene Richtung weiter verfolgen. Das ist zum einen die Stärkung in unseren angestammten Märkten, also im nonlinearen Editing und Finishing, mit der Tendenz zu vernetzten Systemen (Avid Unity und 24P Universal Mastering). Zum anderen die Etablierung von Produkten zur Content-Creation für Internet, DVD und andere Multimedia-Applikationen.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

MS: Im Bereich Netzwerke und Internet. Hier sind erste Schritte schon durch die Kooperation mit InfoLibria zu sehen.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

MS: Eine echte Entwicklung: Das Internet und die Intranets von großen Unternehmen werden als zusätzliches Medium für die Verteilung von Informationen in Form von Video und Audio immer stärker genutzt. Die Zusammenarbeit von TimeWarner und AOL ist nur ein Beispiel dafür, dass der Markt für Internet-Broadcasting entsteht und wächst.

www.film-tv-video.de: Braucht man Ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

MS: Wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will, braucht man ein Schnittsystem, das Bild- und Toninformationen in Form digitaler Daten verarbeitet. Dies ist in den nonlinearen Systemen der Fall. Außerdem sollte die Funktionalität und Produktivität der Software sehr gut sein. Eine weitere wichtige Funktion sehen wir in der einfachen Erzeugung von verschiedenen Datenformaten. Avid wird sicher neue Produkte anbieten, die spezielle Funktionen für das Internet beinhalten.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

MS: Für uns zeigt sich der Trend, dass sich sowohl MPEG-2 als auch DV etablieren werden.

www.film-tv-video.de: Wie entwickelt sich 24P?

MS: 24P ist stark im Kommen. Jeder, der für den internationalen Markt produziert, beschäftigt sich damit. Das Interesse an unseren 24P-Produkten ist sehr groß. Es gibt aber immer noch hohen Aufklärungsbedarf zum Thema 24P in Europa.

Holger Statz, Discreet

Holger Statz ist Sales Manager Broadcast bei Discreet

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

HS: Aus unserer Sicht befindet sich die Branche nicht in der Krise, sondern eher in einer Phase der Neuausrichtung, die aufgrund veränderter Marktgegebenheiten notwendig ist. Ein sicherlich wesentlicher Grund ist in dem starken Einfluss des Internets auf den Medienmarkt zu sehen. Durch die daraus resultierende, veränderte Wettbewerbssituation werden sich nur entsprechend flexible und innovative Anbieter im Markt behaupten.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

HS: Ein wichtiger Schwerpunkt ist und bleibt auch zukünftig der typische Postproduktionsmarkt, wo wir im High-End einer der Marktführer sind. Weiterer Schwerpunkt wird die Integration unserer High-End-Produkte mit den NT-

© Nonkonform GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Dieser Artikel wurde aus dem Online-Dienst www.film-tv-video.de kopiert.

basierenden 3D-/2D-Lösungen 3DMax, Paint und Effect sein. Der dritte Schwerpunkt ist die verstärkte Adressierung des Broadcast-Marktes.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

HS: Weiterentwicklungen unserer etablierten Lösungen wollen wir durch neue Entwicklungen ergänzen, insbesondere im Broadcast-Umfeld und im NT-Bereich.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

HS: Beim Internet-Streaming und Internet-Broadcasting nur von einer Mode zu sprechen, würde der aktuellen Situation sicherlich nicht gerecht. Erste Ansätze der Akzeptanz dieser Technologie sind zweifelsohne zu erkennen. Deren Dynamik wird jedoch sicherlich stark von technischen Gegebenheiten beeinflusst, wie etwa von Netzbandbreiten.

www.film-tv-video.de: Braucht man Ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

HS: Die heutigen Internet-Inhalte werden mit einer Vielzahl verschiedenster Produkte erstellt, die auch in anderen Bereichen angewendet werden. Ob man bei Aktivitäten im Internet-Sektor spezielle Produkte benötigt, hängt sicherlich maßgeblich davon ab, was, wie und mit welchem Ziel über das Internet realisiert werden soll.

3DMax verfügt schon heute über spezielle Funktionen für interaktive Game- und Internet-Produktionen. Carol Bartz, der CEO von Autodesk, hat bereits vor einigen Monaten eine entsprechende

Internet-Initiative seitens Autodesk bekanntgegeben, die genau diesen neuen Marktanforderungen Rechnung trägt.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

HS: Zur Zeit und wahrscheinlich auch in der nächsten Zukunft wird man wohl mit beiden Formaten leben. Denn bereits heute ist abzusehen, dass im Broadcast-Umfeld beide Formate ihre »Fangemeinde« gefunden haben.

www.film-tv-video.de: Wie entwickelt sich 24P?

HS: 24P wird schon heute im US-amerikanischen Markt favorisiert, Sony stellt die Produktion von HD-Bandmaschinen darauf ein, so dass Fakten geschaffen werden. Obwohl 24P (unabhängig von der Bildauflösung) qualitativ einen gewissen Rückschritt bedeutet, bietet es doch einige Vorteile: Die reine Datenmenge wird gegenüber Formaten mit 50 oder 60 Halbbildern verkleinert. In der Bearbeitung wird mit Vollbildern hantiert, wodurch Halbbildfehler entfallen. Die 1:1-Kompatibilität mit Film erlaubt es, die seit langem etablierten Produktionsabläufe aus der Filmwelt zu übernehmen (für PAL oder NTSC als derzeitige Endformate). Mit den meisten unserer Produkte können genauso in 24P arbeiten wie in allen anderen gängigen Formaten.

Matthias Zahn, Fast Multimedia

Matthias Zahn ist Gründer und CEO von Fast Multimedia.

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

MZ: Nein. Aber die Branche befindet sich ganz sicher in einer Umbruchphase. In solchen Phasen verändern sich Märkte oft stark. Das Käuferverhalten ist heute anders, der Markt ist inzwischen durch Erfahrung »erwachsen« geworden und technologische Neuerungen beschleunigen diese Veränderungen noch. In einer solchen Phase ist es nicht ungewöhnlich, dass jüngere und flexiblere Unternehmen Vorteile gegenüber etablierten Marktführern haben.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

MZ: Fast wird sich weiter fokussieren, um den verschiedenen Märkten noch besser gerecht zu werden. Dazu gehört neben der internen Strukturierung besonders die kundenorientierte Weiterentwicklung der verschiedenen Produktangebote. Dabei sehen wir unser Unternehmen aber in zunehmenden Maße als Lösungsanbieter.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

MZ: Fast ist ohne Zweifel immer für Überraschungen gut, das hat die Vergangenheit gezeigt. Sie können mit neuen Lösungen rechnen, ebenso mit der Einlösung bisheriger Ankündigungen.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

MZ: Das Thema Internet führt ja nicht nur in diesem Markt zu den erstaunlichsten Phänomenen. Und ohne Zweifel wird die weite Verbreitung und der nahezu universelle Zugang zum Internet die Welt wesentlich verändern. Aus dieser Sicht also ein klarer Trend. Die derzeitige

Euphorie — manche reden gar von Hysterie — wird sich hingegen wieder legen. Vieles, was heute greifbar erscheint, wird noch einige Zeit auf sich warten lassen. Und allzu hoch gesteckte Erwartungen werden enttäuscht werden. Die Entwicklung einer Idee zu einer praxisnahen und praktikablen Lösung ist eben ein zeitaufwendiger Prozess.

www.film-tv-video.de: Braucht man ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

MZ: Trotz all der technischen Erfolgsmeldungen stellt das Internet immer noch einen Flaschenhals in der Verbreitung audio-visueller Inhalte dar. Spezielle Technologien werden genutzt, um innerhalb der eng begrenzten Möglichkeiten dennoch dieses Ziel zu erreichen. Mit dem Clip Master bietet Fast schon heute eine Lösung für diesen Bereich an. Auch weiterhin wird Fast Lösungen für die jeweiligen Märkte anbieten, auch für Internet-Anwendungen in Produktion und Postproduktion.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

MZ: Sowohl DV als auch MPEG-2 stellen einen Quantensprung in der Videotechnologie dar, beide Formate haben aber auch ihre Schwachstellen. Aktuell ist das Rennen ziemlich ausgeglichen, das Jahr 2000 wird aber wichtige Entscheidungen bringen. Es ist aber höchst unwahrscheinlich, dass sich ein Format überall durchsetzt. Es wird regionale Unterschiede ebenso geben, wie anwendungsspezifische Systementscheidungen.

www.film-tv-video.de: Wie entwickelt sich 24P?

MZ: 24P ist eine äußerst interessante, aber ebenso komplexe Entwicklung. Viele Fragen sind nicht geklärt, und die häufige Verknüpfung von 24P mit HDTV verzerrt das Bild zusätzlich. Im Bereich Produktion und Postproduktion werden heute die Werbetrockeln kräftig gerührt, eine wirkliche Bedeutung hat 24P im Alltag aber nur selten. Zu viele andere Entscheidungen stehen noch aus, als dass für das Jahr 2000 eine wesentliche Veränderung erwartet werden könnte.

Horst Przybyla, Grass Valley

Horst Przybyla ist Geschäftsführer der Grass Valley GmbH Deutschland.

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

HP: Die Branche, wie immer man diese auch definiert, ist keineswegs in der Krise, sondern eindeutig im Aufwind. Dass einige Unternehmen — bezeichnenderweise hauptsächlich einige der ganz Großen — in kritische Situationen geraten sind, hat meines Erachtens ausschließlich mit deren individuellen, internen Problemen oder Fehlern zu tun.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

HP: Für unser Unternehmen geht es in diesem Jahr einerseits darum, das positive Image der Grass Valley Group im Markt zu festigen. Andererseits liegt der Fokus unseres Unternehmens auf der Zufriedenheit unserer Kunden sowie der technologischen Vorreiterrolle, die wir mit unseren Produkten untermauern.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

HP: Hier kann und darf ich eigentlich nur antworten: »Wait and see«, zum Beispiel im Rahmen der NAB und IBC. Allgemein geht der Trend bei Grass Valley zu noch mehr Software-Lösungen als zu Hardware-Entwicklungen. Insgesamt erwarte ich im gesamten Markt keine revolutionären Neuerungen in 2000.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

HP: Sicher nicht nur eine Mode, sondern ein Trend, wie auch die Fusion von Time Warner und AOL zeigt. Solange jedoch nicht die erforderlichen Bandbreiten zur Verfügung stehen, kann es sich nicht um ein kurzfristig profitables Geschäft handeln.

www.film-tv-video.de: Braucht man Ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

HP: Produktion und Postproduktion werden meiner Einschätzung nach auch weiterhin mit den bekannten Produkten realisiert. Man hat diese Einrichtungen, geschultes Personal und Erfahrungen und will die so erstellten Programme ja vornehmlich auch noch in der jetzigen Art und Weise vermarkten. Neben einem technischen Interface bedarf es sicher auch einer inhaltlichen Auf- und Umarbeitung der Programme, wenn man sie erfolgreich ins Internet stellen will. Natürlich denken wir bei Grass Valley auch über solche Produkte nach.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

HP: Meine aktuelle Sicht ist, dass sich beide Formate im Markt etablieren werden. Grass Valley entspricht diesem Bedarf, da unsere Produkte beide Formate bedienen.

www.film-tv-video.de: Wie entwickelt sich 24P?

HP: Dies vermag ich nicht zu beurteilen, da das Thema in unserem Unternehmen derzeit nur eine kleine Rolle im Rahmen der Marktbeobachtung spielt.

Peter Sibbe, JVC

Peter Sibbe ist Geschäftsführer von JVC Professional.

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

PS: Von Krise kann zur Zeit keine Rede sein, denn nach satten zweistelligen Zuwachsraten im Vorjahr erwarten wir auch in diesem Jahr wieder eine zweistellige Zuwachsrate (unser Geschäftsjahr geht vom 1. April bis zum 31. März). Natürlich waren Umstrukturierungen notwendig, um den neuen Tendenzen dieses sich schnell wandelnden Marktes zu folgen.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

PS: Nachdem wir im letzten Jahr speziell bei der Projektions- und Präsentationstechnik einen starken

Umsatzzuwachs verzeichnen konnten, ist seit einigen Monaten erkennbar, dass nun im Studio- und Produktionsbereich nachgezogen wird. Besonders erfreulich ist die Entwicklung im D9-Bereich, wo nun nach den klaren Beurteilungen durch EBU und IRT der Damm gebrochen ist und die Auftragszahlen steil ansteigen.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

PS: Nach den großen Entwicklungen in den vergangenen Jahren, wie D-ILA, D9 und DV für professionelle Anwendungen, geht in diesem Jahr die Entwicklung mehr ins Detail, mit weiteren Produktvarianten. Die großen Projektoren werden noch heller, die portablen Projektoren werden noch kleiner und D9 wird mit weiteren Features ausgerüstet, wie etwa einer exzellenten Slow Motion. Dazu kommen neue D9-Camcorder.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

PS: Wir gehen davon aus, dass auch im Internet zukünftig qualitativ akzeptable Videoübertragungen möglich sind und damit Net-Casting oder Internet-Broadcasting zur Realität werden. Diese neuen Anwendungen werden nach unserer Einschätzung den Produktionsmarkt noch weiter beleben.

www.film-tv-video.de: Braucht man Ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

PS: Natürlich werden die neuen Möglichkeiten des Internet auch zu neuen Produkten führen. Ein Beispiel dafür ist die von uns erst kürzlich vorgestellte Internet-Kamera. Das ist eine Kamera mit einer

eigenen Internet Adresse, die direkt angewählt werden kann und auch über das Internet bedient wird. Mit dieser Netcam eröffnen sich völlig neue Möglichkeiten. Andererseits hat sich zur Überraschung selbst vieler Fachleute gezeigt, dass die extremen Kompressionsraten, mit denen im Internet gearbeitet wird, gerade in der Produktion höchste Qualität verlangen. Ist das Ausgangsmaterial nur mittelmäßig, führt das nach der Kompression zu extrem schlechter Sendequalität. Hier übernimmt der von uns entwickelte digitale Aufzeichnungsstandard D9 eine wichtige Rolle in der Produktion und Postproduktion. Mit anderen Worten, ob Internet-TV, Kabel-TV oder terrestrisches Fernsehen, in allen Bereichen wird in der Produktion eher traditionell, mit immer höheren Qualitätsanforderungen gearbeitet.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

PS: Sehr oft wird in der Diskussion versucht, zwischen DV und MPEG-2 eine Polarisierung einzuführen. Dieses hilft jedoch nicht in der Beurteilung dieser Kompressionssysteme, denn sie wurden für unterschiedliche Anwendungen konzipiert und setzen sich auch in den unterschiedlichen Bereichen durch. So wenig sich DV als Übertragungsstandard eignet, kann man MPEG-2 als Aufzeichnungsstandard einsetzen. Zu viele Kompromisse sind erforderlich und das ursprüngliche Ziel, für Übertragung und Speicherung einen einheitlichen Standard zu entwickeln, wird immer noch nicht erreicht. Gerade die Entwicklung der digitalen HDTV-Übertragung in den USA zeigt die Notwendigkeit, mit einem leistungsfähigen und robusten Standard zu arbeiten, wie zum Beispiel dem DV-basierenden D9-Standard.

Heimo Adamski, Media 100

Heimo Adamski ist Geschäftsführer von Media 100.

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

HA: Der AOL/TimeWarner-Deal zeigt eindeutig, in welche Richtung sich die Technologien und Produkte entwickeln. Media 100 hat sich frühzeitig mit der Ausrichtung auf diese neuen Medien und Bereiche befasst. Die Umsätze von Media 100 spiegeln bereits heute die erfolgreiche Strategie und das große Wachstumspotential des Internet-Streamings wieder. Mit der Akquisition von Terran Interactive, Wired und Digital Origin — sobald dies von den Behörden und Shareholdern in den USA genehmigt ist — haben wir diese Strategie untermauert und unser Unternehmen weiter gestärkt. Media 100 hat sich seit der IBC'99 als Marktführer in der Kategorie »Streaming Media« positioniert und die Marktführerschaft erreicht. Von einer Krise kann zumindest bei uns keine Rede sein, denn wir wachsen schnell und kontrolliert.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

HA: Das Jahr 2000 steht bei uns voll und ganz im Zeichen von »It's Streaming or Nothing!« Media 100 wird die vorhandenen Technologien weiter entwickeln und aggressiv vermarkten und somit eine Technologiebasis schaffen, auf der Partner aus der Industrie ihre eigenen Lösungen aufsetzen können. Es geht bei den »Streaming Media Production Tools« nicht vorrangig um Wettbewerb und

Stückzahlen, sondern um das Schaffen einer Technologieplattform.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

HA: Die für das Jahr 2000 geplanten Produkte werden sich in erster Linie an den Wünschen der Kunden orientieren. Wir denken, dass es für die Kunden nicht von zentraler Bedeutung ist, ob ein System nun 50 zusätzliche Transitions oder 50 neue Funktionen bietet. Den Anwender interessiert vielmehr die Effektivität, die Integration von Third-Party-Applikationen und der Workflow in den Anwendungen. Die Orientierung hin zu neuen Medien wie DVD, CD-ROM, Intranet und Internet ist unerlässlich, denn ohne die Integration eines »Streaming Media Output« in verschiedenen Formaten ist ein System für den Anwender heute nicht mehr attraktiv.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

HA: Eine junge Internet-Company kauft einen alten, großen Medienkonzern. Der DFB verkauft die Rechte an der Fußball-Bundesliga für die Übertragung im Internet. Wenn das keine Zeichen sind!

www.film-tv-video.de: Braucht man Ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

HA: Ja, die »Streaming Media Production Tools« von Media 100.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

HA: DV und MPEG-2 haben sich unserer Meinung nach gleichwertig etabliert. Viel spannender ist aber die Tatsache, dass heute jedermann ein »Programm« machen kann. Im Prinzip kann jeder PC- oder Mac-Besitzer zum Broadcaster werden, denn mit gehobenen DV-Consumer-Produkten und den Produkten von Media 100 ist es möglich, übers Internet das eigene Programm zu verbreiten.

www.film-tv-video.de: Wie entwickelt sich 24P?

Ist das noch wichtig?

Frank Fell-Bosenbeck, Panasonic

Frank Fell-Bosenbeck ist Manager Technology Unit bei Panasonic Broadcast.

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

FFB: Krise ist vielleicht zu viel gesagt, der Markt bereinigt und beruhigt sich etwas. Dafür gibt es viele Ursachen: Die Digitalisierung des Fernsehens erfolgt langsamer als erwartet. In vielen Fällen hat sich die Standardisierung oder die Implementierung neuer Technologien in Produkte verzögert, etwa beim SDTI-Interface, bei Fibre Channel und beim Video-File-Transfer. Durch teilweise massiv überzogene Versprechungen der IT-Industrie war eine überhitzte Atmosphäre entstanden. Amerikanische Unternehmen, die sich ausschließlich am kurzfristigen Shareholder-Value orientieren, verfügen nicht über die Ausdauer, in einem konservativ geprägten und investitions-ängstlichen Markt wie dem Broadcast-Bereich auf Dauer bestehen zu können. Solche Unternehmen geraten schnell ins Wanken.

Ich denke, es werden in Zukunft maximal fünf große Player auf der Herstellerseite im Broadcast-Markt übrig bleiben, und Panasonic wird sicherlich dazugehören. Daneben wird es noch eine größere Zahl von kleinen Unternehmen geben, die auf ganz enge Nischen spezialisiert sind. Der Broadcast-Markt reagiert insgesamt und besonders hier im deutschsprachigen Raum im Großen immer noch relativ träge. Es hat zehn Jahre gedauert, bis Panasonic hier die jetzige Marktposition erreicht hatte. In einem solchen Markt sind verlässliche Partner gefragt, die kontinuierlich mit den Kunden wachsen und deren Bedürfnisse verstehen. Das können nur Firmen leisten, die über lange Zeiträume profitabel arbeiten, die sich stetig und nicht sprunghaft entwickeln.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

FFB: Für uns steht natürlich der weitere Ausbau des DVCPRO-Kundenkreises ganz oben, wir wollen weitere Formatentscheidungen für unsere Format-Familie gewinnen. Zweiter wichtiger Punkt ist die Migration vom Box-Selling zum Projektgeschäft. Hierbei richten wir ein besonderes Augenmerk auf die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern wie Tecmath.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

FFB: Im Bereich DVCPRO50 wird es Neuheiten bei den Videorecordern, Servern und beim nonlinearen Editing geben. Wir werden zudem ein komplettes DVCPRO-HD-Line-Up präsentieren und ein DVCPRO-Archivsystem. Ein weiterer Schwerpunkt wird mit der Plasma-Technologie im Bereich der Displays liegen.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

FFB: Im Moment noch Mode, aber mit der Verbreitung besserer Netzzugänge wie den ADSL-Techniken könnte sich daraus das Fernsehen der Zukunft entwickeln und die Verschmelzung von Computer und Fernsehen Realität werden. Daher wird sich in absehbarer Zeit ein echter Trend in dieser Richtung entwickeln. Für das Kerngeschäft der Broadcaster spielt dies aber keine unmittelbar wesentliche Rolle: Der Content muss weiter in hoher Qualität produziert werden, der Aufwand und die Preise für die Programmgestaltung sind nicht direkt ans Übertragungsmedium des Senders gekoppelt.

www.film-tv-video.de: Braucht man Ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

FFB: Nein. Der Programm-Inhalt für hochwertige Kanäle muss nach wie vor mit professionellem Equipment erstellt werden. Durch Internet-TV wird es lediglich leichter, individuelle Programme anzubieten. Es handelt sich also für die Broadcaster nur um ein zusätzliches Distributionsmedium. Gleichzeitig kann parallel dazu ein zusätzliches, weiter fragmentiertes Spartenfernsehen entstehen: Billig-Fernsehen, das mit Billig-Equipment für einen extrem spezialisierten Interessentenkreis hergestellt wird und nichts mit qualitativer Programmgestaltung zu tun hat.

Was die breite Masse der Fernsehzuschauer aber heute und morgen sehen will, sind professionell recherchierte und aufbereitete Informationsangebote sowie Spielfilme in vernünftiger Qualität. Aber auch Gameshows lassen sich nicht ohne einen stattlichen Aufwand realisieren.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

FFB: Es setzt sich derzeit die Erkenntnis durch, dass der DV-Standard das richtige Kompressions-Tool ist, um das Fernsehen der Zukunft zu gestalten. Dies bestätigen uns die Standardisierungsgremien und die täglich wachsende Zahl der DVCPRO Kunden, die mittlerweile mehr als 95.000 Geräte weltweit einsetzen.

www.film-tv-video.de: Wie entwickelt sich 24P?

FFB: Wir haben in unserem Produkt-Portfolio bei D5-HD wie bei DVCPRO-HD den 24P-Modus vorgesehen. Wir sehen einen allgemeinen Trend in der Produktion und speziell in der Filmindustrie, in Zukunft auf HD-Formaten zu produzieren. Zu Beginn wird dies aber in Europa eher ein Nischenmarkt sein. Später, wenn HDTV auch in Europa als Sendestandard eingeführt wird, spielt 24P eine größere Rolle.

Patric Breuer, Pinnacle Systems

Patric Breuer ist Central Europe Sales Manager bei Pinnacle Systems.

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

PB: Von einer Krise kann man sicherlich nicht sprechen, die Märkte selbst sind unvermindert vorhanden, auch wenn sich die Bedürfnisse unserer Kunden ein wenig verändert haben. Generell findet sicherlich eine Verschiebung aber auch eine Konzentration des Marktes statt. Es gibt nach wie vor immer wieder neue Firmen

mit neuen Produkten für neue Marktnischen. Allerdings muss man auch sehen, dass etliche etablierte Firmen wichtige Entwicklungszyklen teilweise nicht entsprechend gewürdigt und einfach verschlafen haben.

Auf unser Unternehmen bezogen, spüren wir von einer Krise nur indirekt etwas, und zwar deshalb, weil wir expandieren und Firmen zukaufen, und es ist nicht immer ganz einfach, komplette Unternehmensteile integrieren. Erst kürzlich haben wir die in Salt Lake City ansässige Firma HollywoodFX gekauft, und zuvor haben wir die komplette Video-Server-Division von Hewlett Packard in unser Unternehmen integriert. Mediastream ist zu einem wichtigen Bestandteil unseres Broadcast-Produkt-Portfolios geworden und generiert ordentliche Umsatzzahlen.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

PB: Die Verquickung herkömmlicher Medientechnik mit der IT-Welt für den Broadcast-Bereich ist sicherlich eine der großen Herausforderungen, die wir zum Teil schon angegangen sind. So besitzen unser Video-Server Thunder schon heute die Möglichkeit, Content fürs Internet in ordentlicher Qualität bei geringer Bandbreite zur Verfügung zu stellen. Das ist bereits heute im täglichen Einsatz. Vernetzung und Kompatibilität sind weitere Aspekte, denen wir uns allerdings schon seit einigen Jahren verschrieben haben. Unsere »Broadnet«-fähigen Produkte können mit den Produkten anderer Hersteller kommunizieren, deren Files lesen und auch bearbeiten. Weiterhin haben wir mit StreamGenie ein neues Produkt angekündigt, das ideal für Webcasting-Events oder für Live- und On-Demand-Streams im Internet geeignet ist.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

PB: Auf der NAB werden wir etliche komplett neue Produkte vorstellen, die ich allerdings hier und heute noch nicht benennen kann.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

PB: Aus der Mode hat sich sicherlich ein Trend entwickelt, dem wir Tribut gezollt haben. Die Anstöße dazu kommen in erster Linie aus den USA, wo der Umgang mit dem Internet eine alltägliche Angelegenheit ist. Dort gibt es mittlerweile ja keine Nachricht mehr ohne »dot com«. Sofort nach Ankündigung von StreamGenie erhielten wir Anrufe und Anfragen namhafter deutscher TV-Anstalten, die aller gerne StreamGenie testen wollten. Doch bis zur NAB wird es noch dauern.

www.film-tv-video.de: Braucht man Ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

PB: Auch hier gibt es Trends zu verzeichnen. Unsere traditionellen Broadcast-Produkte werden für diese Art von Produktionen sicherlich nicht zum Einsatz kommen, da sie zu teuer sind, obwohl sie im Direktvergleich durchaus preiswert sind. Im Internet-Bereich werden wir deshalb gemeinsam mit Partnern arbeiten, die für diesen Bereich heute schon mehr Kompetenz aufgebaut haben als wir. Ob die daraus resultierenden Produkte irgendwann einmal das Pinnacle-Logo tragen, bleibt abzuwarten.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

PB: Das ist relativ schwer zu beurteilen. Es gibt Länder, in denen überwiegt DV, in anderen Ländern wiederum setzt man auf MPEG. In der Region, in der ich tätig bin, also Zentral- und Osteuropa, habe ich einen Ausschlag zu Gunsten von MPEG festgestellt. Bei der Konzeption unseres Thunder-Video-Servers haben wir jedoch auf Nummer sicher gesetzt, und Thunder wird mit beiden Formaten arbeiten können.

www.film-tv-video.de: Wie entwickelt sich 24P?

PB: Diese Frage kann ich für unser Unternehmen nicht beantworten.

Mike Knee, Snell & Wilcox

Mike Knee ist Chefentwickler bei Snell & Wilcox

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

MK: Wir haben nicht das Gefühl, dass die Industrie in einer Krise ist. In den vergangenen Jahren gab es sehr viele technologische Neuentwicklungen. Aber viele Fragen, etwa HDTV in Europa, 24P, digitales Fernsehen und Internet-Broadcasting, blieben unbeantwortet. Das ist vermutlich die Ursache vieler Veränderungen in jüngster Zeit.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen? Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

MK: Ich werde mich auf meinen eigenen Tätigkeitsbereich beschränken, und das ist die Videokompression: Die Erfahrung und das Verständnis für die Anforderungen des digitalen Fernsehens sind in den vergangenen Jahren permanent gewachsen. Ich glaube, dass die Zeit der »One-Stop-Shops«, wo der verwirrte Kunde mit allem versorgt wurde, was er für sein digitales Fernsehstudio benötigte, vorbei ist. Es wird eine größere Nachfrage nach Produkten für Konvertierung und Transcodierung geben, ebenso auch nach Interface- und Mess-Produkten, denn die Broadcaster versuchen immer mehr — so viel wie möglich — aus ihrem Studio heraus zu holen. Dank der HDTV-Entwicklungen und der Fortschritte in der Display-Technologie wird die Bildqualität künftig sicher auch wieder eine wichtigere Rolle spielen. Das wiederum wird dazu führen, dass es eine größere Nachfrage nach qualitativ hochwertiger Codierung und nach anspruchsvollem Pre-Processing von Signalen geben wird. Produkte, die Broadcastern bezüglich Bitraten und Bildqualität größere Flexibilität bieten, werden in diesem Jahr sicher stark nachgefragt.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

MK: Wir werden im Verlauf dieses Jahres sicherlich weitere Entwicklungen sehen. Ich glaube aber, dass wir erst einmal sehen und erkennen müssen, wie man das Potenzial des Internets und speziell des Internet-Broadcastings wirklich nutzen kann.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

MK: DV und MPEG-2 haben im expandierenden Markt des Digital-

Fernsehens beide ihre Daseinsberechtigung: DV als Consumer-Format und auch als Akquisitionsformat, MPEG-2 als Format für SNG-Anwendungen und für Transmission, wie auch für Archivierung und Distribution. Meiner Meinung nach wird es in Zukunft Raum für beide Formate geben, aber MPEG-2 wird aufgrund seiner großen Flexibilität in Bezug auf Bitraten und sicher auch wegen seines größeren Kompressions-Potenzials wohl eine bedeutendere Rolle spielen.

Jürgen Burghardt, Sony

Jürgen Burghardt ist Marketingleiter Broadcast & Production bei Sony.

www.film-tv-video.de: Einige Unternehmen der Branche hatten und haben derzeit größere Probleme, müssen verkleinern, umstrukturieren. Ist die ganze Branche in der Krise?

JB: Mit Sicherheit ist die Branche nicht in der Krise, höchstens in einem Konsolidierungsstatus, um sich auf neue Herausforderungen vorzubereiten. Eine der Herausforderungen besteht für die Anbieter darin, neue Vermarktungswege zu finden. Nur so kann man dem steigenden Mitbewerbsdruck entgehen. Lösungswege und neue Ansätze gibt es viele, die Möglichkeiten des Internets zählen ebenso dazu, wie das digitale Fernsehen und die Digitalisierung im Allgemeinen.

www.film-tv-video.de: Welche Schwerpunkte wird Ihr Unternehmen in diesem Jahr setzen, welche Themen besonders stark betonen?

JB: Das Stichwort Digitalisierung wird häufig als Synonym für neue Technologien missbraucht. Tatsächlich wird der Schwerpunkt für uns auf der Vermarktung der vernetzten Produktions-Systeme

liegen, mit denen sich die Konvergenz zwischen Videotechnik und IT-Technologie weiter vorantreiben lässt. Wir glauben, dass es zum Beispiel bei Archivsystemen immer wichtiger wird, dass sie, neben dem klassischen Video-Streaming in Echtzeit, auch in der Lage sind, mit IT-orientiertem File-Transfer umzugehen. MPEG als Kodierungs- und Daten-Transportsystem bietet hier die besten Voraussetzungen. Für die Produktion hochwertiger Programme werden wir 24P-HD-Systeme in Europa einführen.

www.film-tv-video.de: Wo sind neue Entwicklungen oder Produkte zu erwarten?

JB: 24P-HD-Produktionssysteme werden ab April ausgeliefert. Der Markt wartet darauf. Sony kann eine komplette Gerätepalette anbieten, vom Camcorder über den Filmabtaster bis zu Postproduktions-Systemen. Die MPEG-Recorder werden im Laufe des Jahres als fertige Produkte ausgeliefert. Die Auslieferung an die RAI hat bereits begonnen. Das DVCAM-Line-Up wird stetig erweitert und ist nun endgültig auch als News-Akquisitionssystem von Broadcastern akzeptiert. Vernetzte News-Produktionssysteme, Archiv- und Playout-Systeme sind verfügbar und werden im Laufe des Jahres innerhalb mehrerer Projekte installiert.

www.film-tv-video.de: Etliche Firmen haben in jüngster Zeit spezielle Produkte für Internet-Streaming und Internet-Broadcasting vorgestellt. Eine Mode oder ein echter Trend?

JB: Internet-Broadcasting ist beides, sowohl eine Mode als auch ein Trend. Allerdings wird es meiner Meinung nach noch eine Weile dauern, bis sich Internet-Fernsehen für den Endverbraucher flächendeckend durchsetzt. Das Internet als Werkzeug für den Profi ist mit Sicherheit ein wichtiger Trend, den Journalisten annehmen werden, um

weltweit recherchieren zu können und Meldungen gezielt zu verbreiten.

www.film-tv-video.de: Braucht man Ihrer Ansicht nach in der Produktion und Postproduktion spezielle Produkte wenn man im Internet-Sektor aktiv werden will? Plant Ihr Unternehmen solche Produkte?

JB: Man benötigt einfache Hilfsmittel, um Produktionen oder Programme mit wenig Aufwand ins Internet stellen zu können. Solche Hilfsmittel und Interface-Softwares existieren zwar schon, sie müssen aber noch weiter verfeinert werden. Sony hat bereits jetzt ein Interface, mit dem es möglich ist, einen journalistischen Beitrag aus dem Sony-Clipservers direkt auf einen Web-Server zu exportieren und dann im Internet zu verbreiten.

www.film-tv-video.de: DV und MPEG-2 im Profi-Bereich: Was ist aus Ihrer Sicht der aktuelle Stand?

JB: Beide Systeme sind etabliert und werden in Zukunft nebeneinander existieren. DV-Systeme mit i-Link-Interfaces ermöglichen kostengünstige Produktionslösungen in kleineren »Inseln«, während MPEG-Lösungen weltweit vernetzte Gesamtlösungen für Fernseh- und Videoproduktions-Systeme ermöglichen. DV-Systeme sind in bestimmten Fällen einfacher zu etablieren, aber MPEG-Lösungen bieten mehr Möglichkeiten für Workflow-Verbesserungen, Signalqualität und Flexibilität. Aus meiner Sicht sind aus pragmatischen Gründen DV-Lösungen zunächst stärker angenommen worden, aber die MPEG-Entwicklungen gehen mit Riesenschritten voran. Die intensiven Arbeiten im ProMPEG Forum sind nur ein Beispiel dafür.

www.film-tv-video.de: Wie entwickelt sich 24P?

JB: Unserer Meinung nach wartet der europäische Markt auf 24P. HDCAM-Geräte wurden weltweit bereits über 1500 mal verkauft. Besonders für anspruchsvolle Fernsehproduktionen oder als Ersatz für Film in der Werbeproduktion verspricht 24P neue operative und finanzielle Möglichkeiten. Eine einfache Konvertierung in alle Signalstandards erlaubt die Integration in bestehende Systeme. 24P-Systeme werden es erlauben, bereits heute Produktionen für zukünftiges HDTV zu produzieren. Damit wird in Europa eine neue Produktionstechnik etabliert, die in Japan und USA bereits genutzt wird.

