

# Cloud-basierter Vertrieb



Oliver Krüth,  
Chefredakteur

In Las Vegas hat sich die Tage die Broadcast-Branche getroffen und sich auf der NAB gegenseitig ihre neuesten Spielzeuge gezeigt. Wen wundert es, dass es einmal mehr um 4k, 6k oder 8k ging. Blackmagic etwa hat einen 4,6k-Sensor und drei neue 4k-Filmkameras vorgestellt und Sony ist mit der ersten Systemkamera mit drei 2/3-Zoll-4k-Bildsensor am Start – und Panasonic hat neben drei 4k-Kameras P2 Cast angekündigt, ein Cloud-basierendes Nachrichtenproduktionssystem.

Das möglicherweise spannendste Thema der diesjährigen NAB war Cloud-basierendes Senden oder „Playout from the Cloud“. Unter diesem Begriff wird meist verstanden, dass Rechte-Inhaber, etwa Bernie Ecclestones Formel-1-Holding, die FIFA oder das olympische Komitee, statt einer klassischen Broadcast-Installation eine Cloud-basierte Lösung für den Vertrieb ihrer Inhalte preferieren. Die Inhalte werden zu einem technischen Dienstleister in die Cloud hochgeladen und von diesem über unterschiedlichste Kanäle vertrieben. Das kann klassisches Kabelfernsehen umfassen, aber auch Live-Streaming ins Internet oder per App auf mobile Endgeräte.

Das von Panasonic angekündigte P2 Cast etwa nutzt die Netzwerk-Fähigkeit von Panasonics P2 HD-Camcordern und verbindet sie mit der P2 Cast Cloud, sodass Inhalte sofort für eine Überprüfung und Bearbeitung verfügbar sind. P2 Cast beschleunigt die Bereitstellung von Nachrichtenmaterial für die Ausstrahlung erheblich und

ermöglicht darüber hinaus die Bearbeitung mit jedem durch das Internet verbundenen Gerät.

Branchen umwälzende Marktveränderungen kündigen sich selten als solche an. Die Musikindustrie und das Verlagswesen vor Augen, wünsche ich der Broadcast-Industrie ein besseres Schicksal. Witzigerweise spielte eine Firma bei all den genannten Umbrüchen eine nicht unwesentliche Rolle, Apple. Zum einen revolutionierte sie mit dem Mac das Desktop-Publishing und half jedermann, mit einem DTP-Programm druckfertige Dokumente (Bücher, Zeitschriften) zu erstellen. Zum anderen ordnete das Unternehmen aus Cupertino mit dem iPod, iTunes und dem cloud-basierten iTunes Store den Vertrieb von Musik von Grund auf neu. Hoffentlich reißt Apple mit dem seit einiger Zeit hinter vorgehaltener Hand kolportierten iTV nicht auch noch die Fernsehbranche in eine technische wie inhaltliche Sinnkrise.

**Oliver Krüth**  
oliver.krueh@videofilmen.de