

VEEL MEER DAN EEN BEURS ALLEEN: IBC 2009

Ondanks sommige pessimistische voorspellingen, waren de bezoekersaantallen van de IBC2009 weer boven verwachting goed dit jaar. In totaal betraden zo'n 45.500 toeschouwers en 1300 standhouders de Amsterdamse beurshallen. Dat betekende alsnog een daling van 7%, maar vooraf werd door velen een grotere neergang verwacht. "Maar eigenlijk moet je het succes van een beurs als de IBC überhaupt niet alleen meten aan het aantal bezoekers", aldus Michael Crimp (Chief Operating Officer van de IBC).

Bij een evenement als de IBC gaat het om de beleving op zich en niet om aantallen bezoekers of standhouders. "Het gaat om de kwaliteit van de interactie en daar hebben we nadrukkelijk op ingespeeld met het uitgebreide conferentieprogramma met opvallende sprekers en een beurs waar zo'n beetje alle grote merken alle grote beslissers ter wereld konden ontmoeten", aldus Crimp. "We willen geen beurs zijn, maar een totaalbeleving. Dat doen we onder andere door de techniek op de beursvloer in een context te plaatsen, die interessant is voor deze tijd." Opvallend tijdens deze editie van de IBC was dit jaar de 'Production Village', op de plek waar normaliter Sony's 'Production Zone' te vinden zou zijn. Sony was dit jaar echter afwezig en om toch in de behoefte van de bezoekers te voorzien, werd in hal 9 nu de Production Village ingericht. Het was daar onder andere mogelijk een gigantische range aan camera's van de grote fabrikanten te vergelijken en er was een Training Zone, waar werd gekeken naar workflows en het filmen op zich, maar bezoekers kregen ook inzicht in de ontwikkelingen die er aan zitten te komen. Bovendien werd uitgelegd op welke manier die ontwikkelingen juist voor hen interessant kunnen gaan zijn.

Voor en door de industrie

Bezoekersreacties op de IBC 2009 waren veelal positief. "Veel internationale grootheden komen naar deze beurs", vertelt Ma Ju (ABS Sarft, China). "Ze tonen de meest geavanceerde technologieën en de ideeën die ervoor zullen zorgen dat de industrie zich volop blijft ontwikkelen. De IBC is wat mij betreft de graadmeter wanneer je het hebt over de ontwikkelingen van de internationale broadcastindustrie." Ook David Hill (Fox Sports) benadrukte nog eens de positie van de IBC in de broadcastindustrie: "De IBC is wereldwijd simpelweg de meest belangrijke beurs op het gebied van mediatechnologie", vertelt hij. Dieter Engel (Senior Vice President van Deutsche Telekom) sluit zich daarbij aan: "Voor mij is het de allerbelangrijkste beurs, meer nog dan bijvoorbeeld de NAB en CES. Dit jaar was het nog interessanter dan voorgaande jaren, omdat de voor mij belangrijke partijen stuk voor stuk aanwezig waren." Michael Crimp benadrukte het belang van het feit dat IBC niet alleen vóór de industrie wordt georganiseerd, maar vooral ook dóór de industrie: "Daardoor kan de IBC ook snel insprijngen op veranderingen en trends in de markt. We staan voor een duurzaam

hoog niveau, voor ons, voor onze standhouders en voor onze bezoekers. We zorgen ervoor dat de IBC altijd is afgestemd op de omstandigheden in de markt en hebben zo altijd een beurs die interessant is voor de bezoekers die er rondlopen. Deze 2009-editie heeft alle verwachtingen overtroffen en dat belooft alleen maar veel goeds voor de editie van 2010, die in september 2010 weer in Amsterdam zal plaatsvinden. Wij kijken er in ieder geval alvast naar uit om iedereen weer te mogen verwelkomen."

Echte 3D

Eén van de bedrijven die zorgden voor nieuws op de beursvloer was het Nederlandse bedrijf 3D-one. Het Leidse bedrijf presenteerde namelijk 's werelds eerste, échte driedimensionale filmcamera. Een wereldprimeur die de filmbeleving letterlijk een extra dimensie kan gaan geven. 3D-one is er als eerste in geslaagd om het signaal, dat uit twee lenzen komt, compleet automatisch driedimensionaal, in één camera te verwerken. De voorloper van deze camera zal door de Europese Ruimtevaartorganisatie ESA worden gebruikt in het internationale ruimtestation (ISS) om live stereoscopische beelden vanuit de ruimte naar de aarde te zenden. "Huidige zogenaamde driedimensionale camera's bestaan uit twee complete camera's die in een bepaalde hoek ten opzichte van elkaar filmen. Elk stootje tegen één van die lenzen haalt meteen het 3D effect onderuit", aldus Marco Beijersbergen, directeur van 3D-one. "Tot op heden werkten alle zogenaamde 3D-camera's zo en kostte het veel geld en moeite om de beelden te bewerken. Met deze camera is het mogelijk om zonder verdere bewerking natuurgetrouw films in 3D op te nemen."



Nog meer 3D

Er was nog meer Nederlands 3D-nieuws te vinden op de beursvloer. Het Nijmeegse bedrijf Zero Creative toonde namelijk '3DZignage' – het eerste, volledig interactieve 3D Digital Signage Platform. Het platform is volledig gebaseerd op een 3D-engine en is speciaal ontworpen voor optimale afstemming met de autostereoscopische xyZ 3D Displays – ook van Zero Creative. Er zijn ook verschillende extra modules beschikbaar, zoals interactie op basis van gebaren. Deze combinatie van technologie is uniek en daarom een wereldprimeur. 3DZignage is ontwikkeld met behulp van 3D (spel) engine technologie, waardoor alle content volledig 3D is. Dit is gedaan om een feilloze combinatie met de autostereoscopische xyZ 3D Displays te bewerkstelligen. xyZ 3D Displays zijn in staat om echte 3D te tonen zonder dat de kijker een 3D-bril dient te dragen. Dat blijkt te zorgen voor een enorme aantrekkingskracht op passerende mensen. Verbetering van de focus van digitale marketinginspanningen zal leiden tot verbetering van het rendement op de investering. Speciale modules, zoals interactie op basis van gebarenherkenning, bieden de kijkers een intuïtieve manier van besturing. Verder maken deze technologieën het mogelijk om te communiceren 'door' etalagevensters. Hiermee ontstaat een breed scala aan nieuwe mogelijkheden.

Lancering

"Of je nu bekend bent met Digital Signage of niet, sla versies 1.0 en 2.0 over en ga rechtdoor naar wat wij 'Digital Signage 3.0' noemen, of, kort maar krachtig; 3DZignage", zei Jean-Pierre van

Maasakker, CEO van Zero Creative al voor de IBC. Tijdens de IBC vindt de officiële lancering van 3DZignage plaats. Zero Creative is gespecialiseerd in 3D belevingen en maakt hiervoor o.a. interactieve realtime 3D presentaties. Daarnaast is het bedrijf momenteel de enige leverancier van een hoogwaardig LCD beeldscherm, gebaseerd op leniculaire techniek, dat 3D mogelijk maakt zonder brilletjes.

Streamen

Een andere Nederlandse lancering werd gevormd door Ystreams.tv, van de firma Ceryx. Ystreams.tv verzorgt live videostreams vanaf letterlijk elke locatie in Nederland of Europa, direct naar het betreffende kijkerspubliek. Dat gebeurt door middel van eenvoudig te bedienen Streamerapparatuur. "Onze specialisatie is daarbij live videostreams via satelliet vanaf locaties waar geen aardse verbindingen mogelijk zijn, zoals bijvoorbeeld bij evenementen vanaf sportcomplexen, openlucht manifestatieterreinen en festivallocaties", vertelt Hub Urlings (Ceryx). "We doen dit met behulp van onze SatStreamer unit, die de video per satelliet naar de website van de opdrachtgever stuurt. Voor het verzorgen van live streams van conferenties, congressen of beurzen wordt de LandStreamer gebruikt, die via een vaste netaansluiting met gegarandeerde bandbreedte werkt." De Streamerapparatuur wordt indien gewenst ook aan (partner) video-productiebedrijven verhuurd. "Al onze apparatuur, inclusief de volledig automatisch werkende SatStreamer unit, kan eenvoudig door elk camera-team bediend worden", aldus Urlings.

Marketingtool

Online video is waarschijnlijk de snelst groeiende marketingtool op het moment. Via internet kunnen marketingboodschappen precies in de doelgroep worden geplaatst met behulp van email en social networkingsites. Urlings: "Streaming geeft bedrijven en organisaties bovendien een exact inzicht in wie er naar de stream kijkt en daarmee in wat het rendement van hun 'marketing-Euro' is. Met een eigen IPTV-kanaal kan een bedrijf of organisatie een eigen publiek opbouwen dat via traditionele marketingkanalen niet (meer) bereikbaar is. Door gebruik te maken van de laatste technologische ontwikkelingen zijn de kosten van live streaming, inclusief het gebruik van satelliet, zo ver omlaag gegaan dat in de komende jaren zo'n beetje alle evenementen, beurzen en congressen online gaan." Ystreams.tv wil daar dus bij helpen, zo verduidelijkt Urlings: "Gespecialiseerd in de contributie van de live videolinks naar het internet, werken wij samen met videopartners. Samen met onze partners verzorgen wij daarbij online videos voor gebruik op websites en helpen we bij de inrichting van complete IPTV-kanalen. De online video's worden gemaakt ofwel op basis van bestaand materiaal, ofwel op basis van opnames van eerdere live videostreams van evenementen." Het concept werd in ieder geval gelanceerd met een live streamuitzending vanaf de IBC en beleefde daarmee zijn officiële vuurdoop tijdens een meer dan geslaagde beurs, die veel meer is dan een beurs alleen.