



RADIO 2.0

VISUAL RADIO

De term 'visual radio' hoor je steeds vaker, maar wat is het? Waar komt het vandaan en (vooral) waar gaat het naartoe?

Eind jaren '80 kende Nederland een bijna eindeloos aantal kabelkranten, iedere gemeente had er minstens één. De Commodore Amiga bleek een zeer geschikte computer om tekst grafisch verantwoord in beeld te brengen en op kleine schaal adverteerden de bakker en de groenteboer (en vooral gemeenten) hun aanbiedingen en nieuws op de kabelkrant. Toen de Regionale Omroepen ten tonele verschenen was er met de beschikbare budgetten geen 24/7 TV mogelijk. De regionale kanalen werden gevuld met tekst TV. Overdag werd het geluid van de regionale radio op het TV kanaal uitgezonden met tekst als beeld zoals we dat al kenden van de kabelkrant. Met de beschikbaarheid van betaalbare videosystemen en (bewakings) camera's boden steeds meer omroepen overdag op hun TV kanaal een blik in de radiostudio, waarbij dit beeld omringd werd met weer, verkeer en nieuwsinformatie. Kijkradio was geboren...

SCALA AAN MOGELIJKHEDEN

De laatste jaren gaat de ontwikkeling echter snel en is de term visual radio geïntroduceerd. Door de recente

ontwikkelingen begint de grens tussen radio en televisie vaag te worden en neemt het aantal kanalen toe. De oorzaak hiervoor ligt vooral in de toegenomen bandbreedte van de providers naar de consument. Van de oorspronkelijk beperkte bandbreedte (ether, kabel, satelliet) zijn we vol in de internettijd aangekomen waar dataverkeer vrijwel zonder beperking beschikbaar is. Radio luisteren we tegenwoordig van over de hele wereld via streaming en zelfs de vertrouwde FM zenders krijgen in de auto en op het strand concurrentie van hun digitale tegenhanger: DAB+. Die digitale nieuwkomer biedt een scala aan mogelijkheden, zoals het meesturen van albumafbeeldingen en informatie, of 'uitzending gemist'. DAB+ biedt de mogelijkheid en bandbreedte om in de uren na een uitzending datzelfde programma 'onder water' mee te sturen met het volgende programma. Op ontvangers die het ondersteunen kunnen luisteraars dus afstemmen op programma's van enkele uren geleden. Radio via internet biedt nog veel meer mogelijkheden en zo kan het gebeuren dat een radiostation op internet opduikt als een complete TV zender.

THOMSON

▶ VIDEO NETWORKS



SMALL
COMPACT
ADVANCED

MOBILE CONTRIBUTION ENCODER



VIBE CP6100 | HALF-RACK CONTRIBUTION PLATFORM

The VIBE CP6100 modular and high-density platform is ideally designed for space-constrained applications. It offers up to two HD channels plus DVB-S2X satellite modulation in a half-rack unit.

H.264 4:2:2 10-bit encoding, second video channel capability and 32APSK modulation are also available as software options.

OFFICIAL DISTRIBUTOR



DIGITAL & MEDIA SOLUTIONS BV
Watermolen 10 | Oud Gastel | The Netherlands
www.denms.nl

THOMAS VAN VLIET, BINNEN KRO-NCRV ACTIEF MET VISUAL RADIO

Thomas van Vliet helpt binnen KRO-NCRV de programmamakers met visual radio, in welke hoedanigheid dan ook. "De laatste tijd heb ik me vooral beziggehouden met een groot project binnen Radio 1, waarbij drie programma's van de omroepen KRO-NCRV, VARA-BNN en EO een maand lang diverse vormen van visual radio hebben getest. Hiervoor werden de radiostudio's aangepast, werd een soort tweede scherm ontwikkeld en een testpanel ingeschakeld."

Volgens Van Vliet moet er in beeld wel wat gebeuren, wil visual radio interessant zijn: "Domweg laten zien wat er in de studio gebeurt, doen we bij de meeste zenders al jaren. Daar is natuurlijk meer uit te halen dan nu gebeurt, maar er is veel meer reden om visual radio te kijken als er méér te zien is dan wat er enkel in de studio gebeurt. Visual radio is een mooie manier om de content die je uitzendt, te verrijken. Aanvullen met extra informatie bijvoorbeeld. Dat kan in veel vormen. Tekst, afbeeldingen, infographics en natuurlijk het studiobeeld. Maar wat de luisteraar/kijker wenst, dát is nog niet helemaal duidelijk. Daar is weinig tot geen onderzoek naar gedaan tot nu toe. Het grote visual radio-experiment van Radio 1 is één van de weinige keren dat er ook daadwerkelijk gekeken wordt naar wat de luisteraars willen, wat ze verwachten en wat ze aan kunnen."

Van Vliet noemt visual radio héél spannend: "Het is een vrijwel onontgonnen gebied. In eerste instantie denk je bij visual radio aan een webcam met 'een Twitterbalkje' en af en toe een titelbalkje om te laten zien wie de gast is. Maar er kan zoveel meer! Je moet er alleen constant voor waken dat je de kracht van radio - snelheid van het medium, de 'persoonlijke' band die een presentator met de luisteraar lijkt te hebben, het beeldingsvermogen dat getriggerd wordt bij de luisteraar en ga zo maar door - niet ondermijnt, dat je geen televisietje probeert te spelen en dat je continu moet beseffen dat voorlopig maar een klein deel van de luisteraars kijkt naar visual radio. Maar omdat dit aandeel langzaam maar zeker groter wordt en steeds meer mensen devices met een scherm gebruiken om radio te luisteren, moet je daar op anticiperen en op dat smalle koord balanceren. Dat maakt het heel spannend. Want hoe combineer je audio zonder beeld met audio én beeld? En hoe zorg je er voor dat de makers daarmee overweg kunnen? Allemaal heel interessante vragen die veel kennis vereisen van hoe de luisteraar/kijker het medium ervaart, maar net zo belangrijk: kennis van hoe je een radioprogramma maakt. En dat is nog één van de lastigste hobbels om te nemen."

Het is volgens Van Vliet behoorlijk complex om dit 'fenomeen' in de radio-omgeving te implementeren: "Ten eerste vereist het een andere manier van denken en werken, dat lijkt me duidelijk. Een radiomaker denkt niet in beeld, die denkt in geluid. En omdat de productietijd van een radio-item kort is en over het algemeen alles snel moet gebeuren, is er weinig tijd in de routine om 'óók nog eens' beeldredacteur te zijn of een webartikel te typen dat in visual radio meegenomen kan worden. Want de content moet ergens vandaan komen, of je het nu heel uitgebreid doet met teksten of minder uitgebreid met tekstballonnetjes of foto's. Er is constante begeleiding nodig óf iemand die zich daar continu mee bezig houdt. Dat moet iemand zijn die snapt hoe een radioredactie werkt én die teksten kan schrijven of redigeren, de visual radio-systemen snapt en dus een duizendpoot moet zijn. Los van het schakelen en registreren van camerabeelden natuurlijk. Een deel is te automatiseren, maar zeker niet alles. En dan kom je bij het tweede punt: geld. Want het klinkt mooi, maar het kost extra mankracht en dus geld. En de tijd dat het water tegen de plinten klotste in Hilversum is voorbij."



OMSCHAKELING

Probleem bij al die nieuwe mogelijkheden is dat de beschikbare financiële middelen niet meegroeien met de nieuwe mogelijkheden. Het stroomlijnen van de workflow biedt uitkomst. Het beeld zoals we dat kennen van een DJ die plaatjes draait komt eigenlijk alleen nog voor in archiefmateriaal uit de jaren '70. Inmiddels zijn ook de CD's naar het museum verbannen en luisteren we naar bestanden vanuit een database. Deze efficiëncyslag is al lang geleden ingezet en gaat nog altijd verder. 'Oude' bedrijven als Dalet hebben kans gezien om de omschakeling naar de moderne tijd te maken, maar ook veel nieuwkomers bestormen de markt met slimme oplossingen om het werk van de DJ eenvoudiger en sneller te maken.

ACTIEVE ROL

Gezien de historie zal het niemand verbazen dat Nederlandse bedrijven een zeer actieve rol spelen in de ontwikkeling van Visual Radio. M&I Broadcast Services uit Hilversum ontwikkelde OmniPlayer, play-out

software voor radio. Door te luisteren naar de wensen van DJ's kwam een product tot stand dat snel zijn weg vond naar een groot aantal radiostations. De kracht van OmniPlayer zit in het grote gebruiksgemak en het feit dat het draait op een PC met standaard hardware. Vergeleken met de grote investeringen, nodig in het verleden, zorgt OmniPlayer voor een liberalisering in radioland. "Met OmniPlayer kan een radiostation met één knop zowel audio- als videoclips en graphics starten zonder dat de DJ ingewikkelde handelingen hoeft te verrichten", aldus Peter van Klei van M&I.

GOED BEGREPEN

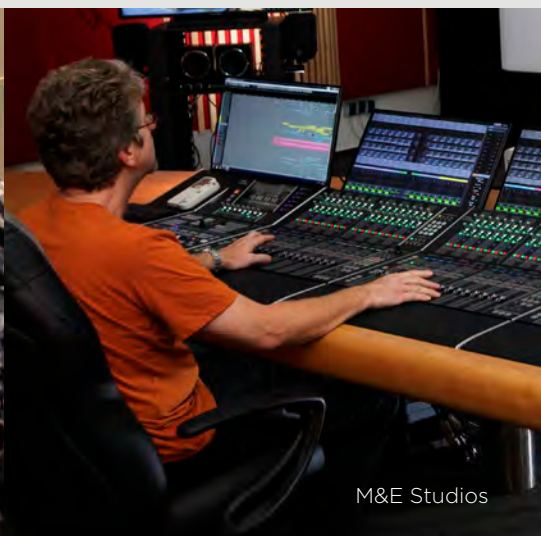
Het nieuwe medium DAB+ heeft visuele mogelijkheden, maar niet voor bewegend beeld. Internet daarentegen, heeft voldoende bandbreedte voor een compleet tv-station onder de noemer radio. Pluxbox (alweer een Nederlands bedrijf, zie kadertekst) ontwikkelde software voor visual radio met of zonder camera's. Graphics, albumafbeeldingen maar ook interactie met de luisteraar, een scala aan nieuwe



Where creativity matters



The SoundShack



M&E Studios



Stone Postproduction, Bratislava

NUAGE Yamaha & Steinberg

Chosen by leading studios around the world, the powerful combination of Nuage and Nuendo 6.5 delivers a creative platform second to none.

With the most intuitive workflows for editing, mixing and recording, Nuage empowers you to focus on true creativity in your productions, delivering excellence to your clients, from re-recording to sound editing, from ADR to music production.

Talk to Yamaha now about how Nuage can help your facility deliver game-changing creative output.



For more information please visit www.yamahaproaudio.com

Connect with experience

WEERSVERWACHTING

DO	VR	ZA	ZO	MA
				
17° 8°	17° 9°	19° 11°	24° 12°	18° 10°

Het nieuws van alle kanten

07:53

PLUXBOX

"Onze producten zorgen voor een centraal overzicht waarin gemakkelijk samengewerkt kan worden", vertelt Dennis Laupman. "Dit is ook het geval met visual radio. De core van onze producten is pbRadioManager, hieraan kunnen verschillende modules worden gekoppeld zoals pbVisualRadio, waarmee het mogelijk wordt om het radiostation naar verschillende media te visualiseren zonder extra werklust. Wij gebruiken hiervoor verschillende webtechnologieën om op die manier krachtige en interactieve visuals te creëren."

Pluxbox heeft een applicatie waarmee het mogelijk wordt een slideshow te versturen naar digitale radio. Laupman: "Er zijn dus niet per se camera's nodig om visual radio te maken, het is ook mogelijk om het weer, verkeersinformatie of andere widgets te laten zien." Visual radio is volgens Laupman 'Radio 2.0': "Het hedendaagse publiek verwacht tegenwoordig veel meer, meer interactie en meer betrokkenheid. Radio is een traditioneel medium, maar door middel van visual radio is het beter mogelijk om moderne radio te maken. De koppeling met internet is hier een voorbeeld van. De vrees dat, vooral jonger, publiek afhaakt doordat er tegenwoordig zoveel media te consumeren is, wordt hiermee teniet gedaan. Radiostations zijn tegenwoordig '360 brands' en willen niet alleen on air, maar ook op andere gebieden gehoord en gezien worden. Visual radio maakt dit mogelijk."

Volgens Laupman is het niet moeilijk om visual radio te implementeren in de radio omgeving: "Met ons product pbVisualRadio in combinatie met pbRadioManager is dit helemaal niet moeilijk. Wij zorgen ervoor dat het maken en zenden van visualisaties geautomatiseerd en geïmplementeerd wordt in het proces. Onze producten zijn bereikbaar via de cloud, er kan dus overal mee gewerkt worden. Visual radio is een heel groot onderdeel van de toekomst van radio. Hybride radio is bijvoorbeeld een grote stap in de radiobranche, en ook hier kunnen weer visuals mee verstuurd worden. Visual radio zal zich alleen maar blijven uitbreiden."



DIEDERICK HUIZINGA, CREATIVE DIRECTOR BIJ PURE JINGLES

Huizinga en zijn PURE Jingles-collega's creëren de identiteit van radiozenders over de hele wereld. "Aangezien ik veelal zelf contact met de zenders heb, zie ik van heel dichtbij de mogelijkheden, de vragen en de wensen. We gaan steeds meer jingles maken met visuals erbij. Visuals zijn een versterking van een merk. Ik geloof ook dat radio er nog leuker door wordt. DJ's kunnen door visual radio ook veel meer uit hun programma halen. Ze kunnen veel meer doen met hun gasten in de studio. Je kunt laten zien waar je het over hebt, hierdoor geeft radio weer extra prikkels. Denk bijvoorbeeld aan hoe 3FM het doet. Daarnaast is het voor een zender en een DJ een extra tool om de identiteit te versterken door gebruik van visuals. We zijn tegenwoordig allemaal gewend om op één plek zoveel mogelijk geprikkeld en vermaakt te worden. We geloven daarom dat visual radio een verdieping is voor radio."

Volgens Huizinga gaan we visual radio uiteindelijk bij elke zender zien: "Net zoals je ooit van AM naar FM ging, zal het straks heel normaal zijn om als luisteraar lekker te 'appen' met jouw zender en tegelijkertijd te luisteren en te kijken." Voor de zenders zal een overgang volgens hem niet al te veel moeite kosten: "Naast een stuk techniek, wat gewinning is, zal het organisch verlopen. Als je kijkt hoe makkelijk iedereen gewend geraakt is aan de mogelijkheden van smartphones, zal ook visual radio steeds natuurlijker worden."

mogelijkheden. Daarbij komt dat radio luisteren vroeger eenvoudig was. Je stemde af op je favoriete FM zender en luisterde je favoriete programma of DJ. Visual radio gaat vele stappen verder. We luisteren niet alleen, we kijken ook. En dat op allerlei devices, van full HD scherm aan de PC tot O-LED scherm in de auto. En de mobiele telefoon niet te vergeten. Pluxbox heeft dat goed begrepen en biedt met hun producten optimaal kijkgenot op alle bestaande (en toekomstige) devices.

GRENS VERVAAGT

Een ander Nederlands bedrijf kwam vanuit een andere invalshoek en ontwikkelde samen met gebruikers een geheel ander aspect van visual radio. Burst Video, met 25 jaar ervaring in video, bouwde VOX als OEM product voor het

Amerikaanse Broadcast Pix. Met VOX kan een radiostation zonder investering in een volledige operationele videocrew van het radiostation een complete tv-zender maken. VOX stuurt de beeldmengers van Broadcast Pix aan en schakelt zo automatisch een complete studio aan video apparatuur zonder dat er een regisseur of schakeltechnicus aan te pas komt. Helaas is het zo dat de bemensing van een station de grootste aanslag is op het budget en een videocrew naast de bestaande radiocrew zou meer dan een verdubbeling van de kosten betekenen. Daar biedt automatisering met VOX uitkomst. Met de verschillende kijk op visual radio van de diverse ontwikkelaars (en programmamakers) begint de grens te vervagen tussen radio en televisie. Bij radio maak je programma's waarbij je geen beeld hoeft te hebben (iedere luisteraar

Scalability at its maximum with R&S®SpycerBox Cell.

R&S®SpycerBox Cell is a standout storage solution for demanding media applications. Never before have 30 hot-swappable drives been placed in a compact 1 HU system that allows incredible speed up to 8K. Its innovative and powerful design combines maximum storage density with system redundancy and easy maintenance – for absolute reliability and highest scalability.

Leading Solutions for Post Production and Broadcast.
www.dvs.de



 **ROHDE & SCHWARZ**

Stream Group



INTERACTIVE TV PLATFORM

Bezoek Stream Group op de IBC (Stand 14.L15).
Voor toegang of een afspraak info@stream-group.nl





WILBERT MUTSAERS, ZENDERMANAGER 3FM, RADIO 6 EN FUNX

3FM maakt volgens zendermanager Wilbert Mutsaers altijd en overal gebruik van visual radio. Het station kent altijd beeld bij alle uitzendingen en levert dat al vele jaren: "Dat varieert van de geschakelde vaste camera's in de studio's tot het gebruik van handheld camera's in de ochtendshow van Giel Beelen en de uitgebreidere 'camera- en regieproducties' bij locatie-uitzendingen, zoals bijvoorbeeld op een festival als Lowlands. Radio 6 kent ook al langer visual radio en bij FunX hebben we het net opgestart."

Volgens Mutsaers gaat het heel wat verder dan het 'alleen maar laten zien wat er in de studio gebeurt': "Wij maken bijvoorbeeld al jaren gebruik van zogenaamde beeldjingles en sms/twitterfeed in beeld. Met de introductie van het 'appen' naar de studio via de 3FM app, kunnen sinds kort ook foto's door luisteraars en kijkers worden ingestuurd die in beeld zichtbaar gemaakt kunnen worden." Hoe spannend visual radio is, varieert uiteraard per programma: "Radio is een medium met potentie tot secundair gebruik, en dat secundaire gebruik kan daarbij meerdere kanten op: een activiteit combineren met radioluisteren waarbij 'kijken' geen optie is, bijvoorbeeld stofzuigen of werken, en activiteiten waarbij kijken juist een enorme verrijking is, bijvoorbeeld in social media interactie met het station en medeluisteraars/kijkers. Met andere woorden: visual radio moet ook te volgen blijven zonder beeld en voor mensen die wel beeld kijken, moet het zo interessant, leuk en informatief zijn, dat beeld een toevoeging is", aldus Mutsaers.

Bij de grote evenementen, zoals 3FM Serious Request is visual radio enorm populair, weet Mutsaers: "Hetzelfde geldt voor de shows waar veel gebeurt, zoals live optredens. Het zijn vaak de programma's die naast online bijvoorbeeld ook via 101TV of Nederland 3 te volgen zijn, zoals de Freaknacht en festivals. Anders gezegd: als de 'webcam' uitvalt dan regent het direct klachten." Visual radio kan eventueel zonder 'social radio-aspect'. "Maar het is natuurlijk niet wenselijk", vindt Mutsaers. "Ik heb zelf niet voor niets al vier à vijf jaar geleden het begrip 'social radio' bij 3FM ingevoerd. Mijn doelstelling is geen visual radio te maken maar social radio, dus samen met de luisteraars/kijkers inclusief de mensen die niet live luisteren/kijken, maar wel via social media aangesloten zijn."



'Wuifcam'



Program



moet bediend worden, ook die in de auto zonder de mogelijkheid om te kijken).

GEAUTOMATISEERD

Maar veel tv-programma's kunnen prima zonder beeld! Er is een veelheid aan praatprogramma's op televisie waarbij het beeld slechts ondersteunend is en niet essentieel. Ook aan de content kant vervaagt de grens tussen radio en televisie. 3FM heeft al jaren een echt tv-evenement in de vorm van Het Glazen Huis, een schoolvoorbeeld van uitstekende visual radio. Top voor de luisteraar, top voor de kijker! Q-Music in België heeft al enkele jaren het Beach House. In de maanden juli en augustus staat dat op het strand van Oostende en wordt er 24/7 uitgezonden op, zowel radio als televisie. Rudi Wynants, radiotechnicus bij Q-Music België, ontwierp de installatie voor het Beach House en slaagde er in een goed werkend systeem te bouwen dat onbemand hoogwaardige live televisie maakt zonder dat de DJ's afgeleid worden van hun werk en zonder dat de kijker zelfs maar de indruk heeft dat het geautomatiseerd is.

DAB

Als station heeft Q-Music de focus op promotie van hun station. Q-Music introduceerde o.a. 'wuifcam', een manier om Beach House bezoekers via televisie de groeten aan het thuisfront te laten doen, die dan na een telefoontje snel afstemmen op het juiste kanaal en vaak blijven hangen. Wuifcam werd geheel geautomatiseerd met

Broadcast Pix en VOX zodat er geen operator bij hoefde te staan. Door de vervagende grenzen vinden de eerste visual radio systemen ondertussen ook al hun weg in televisiestations. De te behalen besparing bij eenvoudige programma's maken de apparatuur een aantrekkelijke investering voor de stations om goedkoper te kunnen produceren. In het gevecht om de aandacht van zo veel mogelijk consumenten is nog voldoende ruimte voor visual radio om zich verder te ontwikkelen. De consument wordt steeds meer een individu dat gehoord en/of gezien wil worden en iedere mening telt. Er is geen zichzelf respecterende uitgever meer of er hangt een site aan waar consumenten kunnen reageren op artikelen. Het tweede scherm is al een begrip geworden en de interactie van radiostations met luisteraars zal alleen maar toenemen. Twitteren over een radioprogramma heeft een beperkt bereik (niet iedere volger luistert net ook dat programma), maar 'DABben' kan in de DAB+ techniek en dan bereik je als consument opeens alle luisteraars die hetzelfde programma op dat moment volgen (je commentaar schuift dan op het display voorbij). Het is wachten op de DABAPP (dAPP? Wie pakt het op?). En natuurlijk op snelle en brede acceptatie van DAB+, de broodnodige radio innovatie waar Nederland te lang op heeft moeten wachten. ■