

Broadcasting-Maschinen



Foto: Matrox

Matrox verkauft professionelle Videoschnitt-Hardware zum kleinen Preis.

Seit dem Web-2.0-Boom versuchen immer mehr Fernsehsender, ihre Zielgruppe über User-Generated-Content zu binden. Was aber gerade bei Film- und Video-Aufnahmen von Amateuren jetzt noch wenig professionell wirkt, wird schon bald nicht mehr von teuer produziertem Content zu unterscheiden sein. Heute sind Amateur-Aufnahmen im Fernsehen in der Regel sofort zu erkennen, stammen die Bilder doch meistens aus der Digital-Kamera oder dem Handy. In Zukunft aber werden Fernsehsender immer mehr von Verbrauchern gedrehtes Material senden, ohne dass es uns Zuschauern dann noch besonders auffällt.

Erste Indizien für diese Entwicklung sind bereits deutlich zu erkennen. So bieten Hardware-Hersteller wie Panasonic oder Matrox professionelles Videoschnitt-Equipment zum Spottpreis an. Bei Matrox etwa bekommen Verbraucher bereits für gut 700 Euro ein Profi-Schnittsystem.

Internet-Dienstleister wie die Münchner TV1.de GmbH bieten zudem für relativ wenig Geld professionelle IPTV-Broadcasting-Lösungen an. Verbraucher können daher künftig auch ohne großes Startkapital einen professionellen Internet-Sender aufbauen.

Besonders schnell werden die Grenzen zwischen Amateur- und Profimaterial übrigens beim Lokalfernsehen verschwimmen. Der Münchner Dienstleister ArtVoice etwa bietet bereits eine Publishing-Lösung für Sportvereine an, über die sie Mitschnitte von ihren Events einfach online veröffentlichen können.

Links: www.panasonic.de; www.matrox.com; www.tv1.de; www.artvoice.de

Technologische Relevanz	④ ④ ④ ④ ④
Soziale Relevanz	④ ④ ④ ④ ④
Marktpotenzial	④ ④ ④ ④ ④
Zeitfenster	5 10 Jahre