

INNOVATIONSPILOT

Erste HbbTV ADB2 Implementierung



■ DIE KUNDENANFORDERUNGEN

Ein führender französischer Fernsehsender wollte die Reichweite seiner neuen HbbTV-basierten Dienste für ein landesweites Publikum maximieren, um das Geschäftsmodell Hybrid-TV attraktiver und nachhaltiger zu gestalten.

Heutzutage empfängt der größte Teil der französischen Zuschauer Fernsehsignale über die Ausspielwege Kabel und IPTV, und nicht direkt über den Äther. Ohne ADB2-Wasserzeichen (die neue Erweiterung des HbbTV-Standards) erreichen HbbTV-Dienste nur 40 % der Haushalte. Mit der Anwendung von ADB2 Watermarking, können die HbbTV-Dienste potenziell an 100 % der Fernsehgeräte, einschließlich aller Set-Top-Boxen, ausgeliefert werden.



Reach
all Audience



■ DIE GEWÄHLTE LÖSUNG

ADB2-Infrastruktur in Zusammenarbeit mit Verance, um neue Umsatzmöglichkeiten zu erschließen.

Dieses bahnbrechende Pilotprojekt umfasst zwei interaktive Anwendungsfälle:

- Zugang zum VOD-Katalog durch die Einführung einer HbbTV-App;
- Dynamische Werbesubstitution über die Synchronisation des Rundfunksignals und der HbbTV-Anwendung.

Ziel ist es, den Sendern die Möglichkeit zu geben, alle HbbTV-Funktionen insbesondere auch in Haushalten zu nutzen, die Fernsehsignale über eine Set-Top Box empfangen, und so die größtmögliche Verbreitung von HbbTV-Erlebnissen zu unterstützen, ohne das originale Sendesignal zu verändern. Fincons entwickelte die HbbTV-Anwendungen sowie die Backend-Cloud-Infrastruktur, welche den Anwendungscode und die Inhalte vollständig über das Internet bereitstellt. Schlüsselkomponenten dieser Infrastruktur sind Fincons Synchro AD, die die Synchronisation zwischen dem Sendesignal und der HbbTV-Anwendung ermöglichen, und Verance Aspect, um den ADB2-Trigget einzufügen und zu erkennen.

■ DIE ERZIELTEN VORTEILE

Die erfolgreiche Einführung interaktiver Anwendungen unter Verwendung von ADB in einem Feldversuch für den Empfang von Signalen über Set-Top-Boxen beweist der gesamten HbbTV-Gemeinschaft, dass dies eine praktikable Lösung für Länder ist, in denen eine große Anzahl von Set-Top-Boxen auf dem Markt sind. Diese Lösung ermöglicht endlich die Erweiterung der HbbTV-Reichweite und die Skalierbarkeit des Volumens, wodurch neue Monetarisierungskonzepte wie TA, Interactive AD und DAS konsistent und attraktiv für Marken und Investoren werden.



Wir sind stolz darauf, an der ersten 24/7-Einbettung des ADB2-Wasserzeichens in Frankreich und in Europa beteiligt zu sein

Jason Patton

SVP Sales & Marketing bei Verance