



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.



### Die gewählte Lösung

Fincons implementiert die HbbTV 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-Trigger einzufügen und zu erkennen.

### Die erzielten Vorteile

Die erfolgreiche Einführung interaktiver Anwendungen unter Verwendung von ADB2 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

Reach  
all Audience

