

**DEUTSCHE
TV-PLATTFORM**

**Tätigkeitsbericht
2022**

ARBEITSGRUPPEN, TASK FORCES, FACHPUBLIKATIONEN: KONKRETER MEHRWEHRT FÜR DIE BRANCHE **S.4**

In den Arbeitsgruppen und Task Forces der Deutschen TV-Plattform werden Themen mit besonderer Relevanz für Mitglieder und Marktteilnehmer fokussiert bearbeitet. Wir stellen Ihnen im vorliegenden Bericht die aktiven Arbeitsgruppen und Task Forces sowie deren Themen und Projekte vor.

➔ [Mehr zu unseren Arbeitsgruppen und Task Forces](#)

White Paper, Guidelines, Best-Practice-Verfahren: Auf Basis der geballten Kompetenz der Mitglieder erarbeitet die Deutsche TV-Plattform Fachpublikationen zu medientechnischen Fragestellungen, die sich als besonders wichtig oder drängend herauskristallisiert haben. Wir stellen Ihnen die Publikationen vor, die wir für unsere Mitglieder und die Medienbranche veröffentlicht haben.

➔ [Mehr zu unseren Fachpublikationen](#)

EVENTS – BÜHNE FÜR UNSERE KOMPETENZEN **S.16**

Smart Media, Nachhaltigkeit und vieles mehr: Im Rahmen von Messen und Events bespielte die Deutsche TV-Plattform 2022 eine breitgefächerte Themenpalette und schaffte so Raum und Öffentlichkeit für die Themen unserer Mitglieder. Nach der „Pandemie-Pause“ konnten wir 2022 wieder vor Ort im persönlichen Kontakt unsere Akzente setzen.

VORSTAND UND MITGLIEDER **S.25**



LIEBE MITGLIEDER UND FREUNDE DER DEUTSCHEN TV-PLATTFORM

Endlich! 2022 konnte die Deutsche TV-Plattform ihre Themen wieder verstärkt Face-to-Face diskutieren und vorantreiben. In unseren drei Arbeitsgruppen AG Media over IP, AG Smart Media und AG Ultra HD samt dazugehörigen Task Forces wurde erneut wertvolle Arbeit geleistet.

Daraus resultierte u.a. die Veröffentlichung von drei Fachpublikationen zu Innovationen mit hohem Mehrwert für unsere Mitglieder und für die Branche. Der Round Table CI Plus 2.0 erarbeitete das White Paper „Moving to CI Plus 2.0 USB – Benefits and Opportunities“, die Task Force ADB2 das White Paper ADB2 und die Task Force HDR-Regeltrieb die „Guidelines UHD-HDR-Regelbetrieb“ – mehr dazu hier im Bericht. Für die Unterstützung bedanken wir uns herzlich bei unseren Mitgliedern.

Auf Messen und Events konnten wir 2022 unsere Gäste ebenfalls wieder persönlich begrüßen. So waren wir im Rahmen der ANGA COM 2022 mit einem Stand vertreten und diskutierten im Rahmen des gemeinsam mit der ANGA ausgerichteten Strategie-Panels „Nachhaltigkeit und Netze“ eines der wichtigsten Themen dieser Zeit aus der Perspektive der Medienindustrie.

Auch bei der fünften Ausgabe unserer Event-Serie Media Innovation Platform drehte sich unter dem Motto „Going Green – Nachhaltigkeit bei Produktion, Distribution und Empfang audiovisueller Medien“ alles um Nachhaltigkeit und Umweltschutz.

Einen weiteren Neustart gab es 2022 mit der Fortsetzung der UHD-Plugfest-Reihe in London in Kooperation mit DTG. Und bereits zum dritten Mal verlieh die Deutsche TV-Plattform gemeinsam mit den Medientagen München den Preis „Connect! The Smart TV Award.“

2022 war ein konstruktives Jahr, in dem wir zusammen mit Ihnen eine breite Palette wichtiger Themen für unsere Branche erfolgreich bearbeitet haben.

Diesen Schwung wollen wir mit in das Jahr 2023 nehmen und an die erfolgreiche Arbeit dieses Jahres anknüpfen. Darauf freuen wir uns sehr! Herzliche Grüße!

Carine Chardon

Geschäftsführerin der Deutschen TV-Plattform und

Andre Prahl

Vorsitzender des Vorstands der Deutschen TV-Plattform



ARBEITSGRUPPEN

TASK FORCES

FACHPUBLIKATIONEN

EVENTS

VORSTAND &

MITGLIEDER

„Wir unterstützen die Branche über die gesamte Kette bei der IP-basierten Verbreitung von Inhalten“

Arbeitsgruppen-Leiter: Dr. Niklas Brambring, Zattoo

AG MEDIA OVER IP

Die AG Media over IP befasst sich mit der Transformation der Verbreitung von Medieninhalten über hybride und konvergierende Infrastrukturen und den damit verbundenen Herausforderungen. Sie bearbeitet technische Fragestellungen im Kontext der steigenden Nutzung von Inhalten über IP und fokussiert dabei auf den „Physical Layer“ der Verbreitung.

Neben Themen wie Quality of Experience, Ingest & Encoding, nPVR oder Nachhaltigkeit beleuchtete die AG in ihren Sitzungen 2022 insbesondere das Thema DVB-I.

Hierzu fand unter anderem im Sommer ein großer Branchen-Workshop statt, in dessen Verlauf Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Markteinführung diskutiert wurden.

Auch die Task Force Delivery / DVB-I (**siehe Seite 8**) widmet sich intensiv diesem Thema und erarbeitete dazu ein Themenpapier. Die Task Force Ingest & Encoding hat ihre Arbeit mit der Veröffentlichung des White Papers „Optimal Handover-point and Quality Characteristics“ Anfang 2022 erfolgreich beendet.





„Wir fördern die Entwicklung von Smart-TV und smarten Anwendungen im deutschen Markt“

Arbeitsgruppen-Leiterin: Nicole Agudo Berbel, Seven.One Entertainment Group

AG SMART MEDIA

Die AG Smart Media befasst sich mit sich vielen Aspekten rund um smarte Services und Devices und beleuchtet dabei insbesondere neue Technologien und Standards sowie die regulatorischen Rahmenbedingungen. Dafür hat die AG auch im Jahr 2022 eine Reihe entsprechender Themen erfolgreich bearbeitet. Dazu zählten etwa Personalisierung, Content-Discovery, KI in den Medien, digitale Werbeformen und -technologien, Barrierefreiheit sowie die Entwicklung von Verschlüsselungstechnologien. Zum Jahresende fand ein AG-übergreifender Workshop zum Thema Public Value Satzung der Landesmedienanstalten

statt. Im Zentrum der Sitzung standen Erläuterungen und der Fachaustausch zur Satzung. Im Dialog mit Dr. Thorsten Schmiege, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), wurden zahlreiche Fragen rund um die technische Umsetzung der Public Value Satzung der Landesmedienanstalten diskutiert. Unter dem Schirm der AG waren 2022 drei Task Forces (TF) aktiv. Die TF Glossar ATV und die TF ADB2 (s. Seite 9) haben ihre Arbeit jeweils mit der Veröffentlichung eines White Papers erfolgreich beendet. Die Task Force Metadaten hat die Arbeit wieder aufgenommen.

„Wir arbeiten für die bestmögliche UHD-Qualität bei den Zuschauern“

Arbeitsgruppen-Leiter: Stefan Kunz, Sky Deutschland

AG ULTRA HD

Die AG Ultra HD gestaltet seit dem Verkauf der ersten UHD-TVs die Markteinführung von Ultra HD in Deutschland aktiv mit. Sie beschäftigt sich insbesondere mit der Produktion, Verbreitung und Empfang von ultra-hochauflösenden Bildern sowie den entsprechenden Endgeräten. 2022 befasste sich die AG UHD dazu unter anderem mit der Verbreitung von UHD-Inhalten via HbbTV und Streaming, 8K, Immersive Audio, Nachhaltigkeit sowie der Einführung neuer Videocodecs.

Die UHD-Plugfest-Reihe startete nach der Covid-Pause neu (**siehe Seite 22**) und im Rahmen der AG-Arbeit wurde der Round Table CI+ 2.0 (**siehe Seite 12**) fortgeführt.

Ein weiteres Schwerpunktthema der AG ist die Kreierung eines besseren UHD-HDR-Erlebnisses bei Endkunden. Dazu wurde 2022 von der Task-Force HDR-Regelbetrieb der erste Teil eines Guidelines für die Produktion von UHD-HDR-Inhalten erarbeitet, der Empfehlungen für szenische- und Live-Produktionen gibt (**siehe Seite 13**).





„Wir zeigen Chancen der Einführung von DVB-I im deutschen Markt auf“

Task-Force-Leiter: Peter Pogrzeba, Deutsche Telekom

TASK FORCE DELIVERY / DVB-I

Nach „C“, „S“ und „T“ jetzt „I“: Der vom europäischen DVB-Projekt entwickelte Standard DVB-I (Internet) standardisiert die Signalisierung und Verteilung von IP-basierten TV-Diensten über alle Netze (Broadcast, Festnetz und Mobilfunk) und ermöglicht so lineares Fernsehen und non-lineare Services über internetfähige Empfangsgeräte. Die Task Force Delivery/DVB-I hat dazu ein Themenpapier erarbeitet, das Anfang 2023 veröffentlicht werden soll. Es schafft Transparenz für alle Marktteilnehmer hinsichtlich der Potenziale von DVB-I und der möglichen Einführungsszenarien und skizziert

die Mehrwerte für Endkunden. Darauf aufbauend wird die Task Force in einem nächsten Schritt Einsatzfelder und praktische Use Cases beschreiben, um den Marktteilnehmern das Potenzial von DVB-I so anschaulich wie möglich zu vermitteln. Die Task Force tauscht sich eng mit dem „DVB-I-Pilotprojekt Deutschland“ aus, das Interessenvertreter aus der Medienbranche im Zuge der Aktivitäten der Deutschen TV-Plattform gegründet haben. Auch im Rahmen der Media Innovation Platform im Juni 2023 wird DVB-I eine wichtige Rolle spielen.

„ADB2 ermöglicht HbbTV-Services für Millionen zusätzlicher TV-Haushalte“

Task-Force-Leiter: Frank Heineberg, RTL Deutschland

TASK FORCE ADB2

ADB2 ist die Abkürzung für „Application Discovery over Broadband Phase 2“. Diese ergänzende HbbTV-Spezifikation ermöglicht mittels Watermarking (zusätzliche Wasserzeichen in Audio/Video) eine alternative Möglichkeit zum Start von HbbTV-Applikationen sowie die Übertragung von Stream-Events. Der Standard besitzt in vielen Ländern ein hohes Marktpotential: Er ermöglicht allein in Deutschland die Adressierung von bis zu 12 Millionen TV-Haushalten, die bisher nicht über HbbTV-Dienste der TV-Sender erreichbar sind, weil der Fernseher die Signale über ein vorgeschaltetes Gerät erhält,

das den HbbTV-Standard nicht unterstützt – z.B. eine Set-Top-Box oder ein Streaming-Stick. Die Task Force ADB2 hat dazu im November 2022 ein White Paper veröffentlicht (**siehe Seite 14**): Es beschreibt technische Profile und Anforderungen an HbbTV-Geräte für eine Markteinführung von ADB2 und Targeted Advertising in Deutschland. Auf dieser Grundlage soll die Reichweite der bestehenden HbbTV-Angebote erhöht werden. Mit On-Air-Tests im Rahmen der Task-Force-Arbeit konnte die Robustheit von Audio- und Video-Watermarks auf allen relevanten Verbreitungswegen nachgewiesen werden.





„Wir schaffen ein übergreifendes Verständnis für Anforderungen an Metadaten“

Task-Force-Leiter: Uwe Barann, ARD

TASK FORCE METADATEN

Die Task Force Metadaten hat die Arbeit 2022 wieder aufgenommen und arbeitet an der Aktualisierung des Basis-Sets Metadaten, das Marktteilnehmern Orientierung bietet und ein marktübergreifendes Verständnis für Mindestanforderungen bezüglich der Metadaten für die Distribution linearer und non-linearer Inhalte abbildet.

Im Mittelpunkt der Überarbeitung steht die adäquate Abbildung der Nutzungsrechte für Assets. Zudem will die Task Force als Empfehlung an die Broadcaster einen

Hinweis auf die Nutzung eindeutiger IDs für lineare und non-lineare Assets im Basis-Set verankern. Die Genre-liste soll ebenfalls ergänzt werden, auch um Hinweise auf Subgenres und Tags. Die Überarbeitungen sollen bis Sommer 2023 abgeschlossen sein.

Ferner diskutiert die Task Force mit allen Beteiligten mögliche Verbesserungsvorschläge, um Programmänderungen schneller an allen wichtigen Stellen zu veröffentlichen und Zuschauern rechtzeitig zu signalisieren.

„Wir geben Orientierung für die optimale Produktion von UHD-HDR-Inhalten“

Task-Force-Leiter: Stefan Kunz, Sky Deutschland

TASK FORCE HDR-REGELBETRIEB

Das volle Potenzial der Bildqualität von Ultra HD lässt sich mit einer natürlichen und originalgetreuen Bildwiedergabe durch HDR noch besser ausschöpfen. Neben der höheren Auflösung bietet HDR einen größeren Farbraum, eine höhere Farbtiefe sowie einen erweiterten Kontrastumfang. Bei der Produktion von UHD-HDR-Programmen führen der Einsatz unterschiedlicher Workflows mit verschiedenen Transferfunktionen sowie die unterschiedliche Interpretation technischer und gestalterischer Grundlagen von Kontrast und Farbe teilweise allerdings zu sehr unterschiedlichen Ergebnissen.

Die Task Force hat sich daher zum Ziel gesetzt, Empfehlungen über die gesamte Produktions- und Distributionskette bis zum Endgerät zu definieren, um das bestmögliche HDR-Erlebnis beim Kunden zu „garantieren“.

Im November 2022 wurde dazu der erste Teil der „Guidelines UHD-HDR-Regelbetrieb“ veröffentlicht (**s. Seite 13**). Sie behandeln den Bereich Produktion (u.a. die Aspekte Monitoring, HDR-Workflows, HDR-Look, Aufzeichnungsformate). Der zweite Teil wird den Aspekt Distribution beleuchten und soll 2023 veröffentlicht werden.





„Wir beleuchten Chancen und Herausforderung einer Markteinführung von CI Plus 2.0“

Round-Table-Leiterin: Alexa Langenbach

ROUND TABLE CI PLUS 2.0

Der von der Deutschen TV-Plattform organisierte, international besetzte Round Table CI Plus hat seine Arbeit 2022 erfolgreich weitergeführt. Der Round Table steht allen Marktteilnehmern offen und moderiert und koordiniert die Diskussion über eine mögliche Markteinführung von CI Plus 2.0 in der DACH-Region – und blickt dabei zur Orientierung auch über den europäischen Tellerrand hinaus. Ein wichtiger Meilenstein wurde im Mai 2022 mit der Veröffentlichung des White Papers CI Plus 2.0 (siehe Seite 15) erreicht, in dem auch die Akzeptanz

des neuen Standards durch die Verbraucher thematisiert wird. Hierbei handelt es sich um ein „living document“, dessen aktualisierte Fassung für Mai 2023 geplant ist.

Im Falle einer Markteinführung von CI Plus 2.0 wäre die Kommunikation zu Verbrauchern einer der wichtigsten Aspekte. Die Einführung eines dedizierten CI Plus 2.0 Logos würde es Kunden erleichtern, CI Plus 2.0 konforme Geräte zu erkennen. Der Round Table steht hierzu mit der CI Plus LLC im Austausch.

GUIDELINES UHD-HDR-REGELBETRIEB

Grundlagen für ein optimales HDR-Erlebnis schaffen



Die Guidelines UHD-HDR-Regelbetrieb richten sich in erster Linie an Produktionsfirmen, Produzenten und die technischen Verantwortlichen der TV-Sender. Das Ziel ist, die visuelle Wahrnehmung von UHD-HDR-Programmen vorhersagbar zu machen, indem für die verschiedenen Themenbereiche Referenzen geschaffen werden.

Die übergeordnete Zielstellung der vorliegenden Guidelines ist die Kreierung eines besseren UHD-HDR-Erlebnisses bei Endkunden. Die Guidelines definieren zunächst die notwendigen Voraussetzungen für erfolg-

reiche UHD-HDR-Live- sowie szenische Produktionen. In einem zweiten Teil – der im Laufe 2023 erarbeitet wird – sollen die Voraussetzungen innerhalb des Sendezentrums mit den entsprechenden Post-Produktionsprozessen sowie die Distribution an die Endkunden beschrieben werden.

Insgesamt gibt die Dokumentenserie Empfehlungen für die Umsetzung von UHD-HDR-Prozessen und ist dazu geeignet, die jeweiligen Hausstandards und Workflows zu unterstützen.

WHITE PAPER ADB2

Technische Grundlagen für ein größeres HbbTV-Potenzial

Das White Paper ADB2 beschreibt die technischen Profile und Anforderungen an HbbTV-Geräte für eine Markteinführung von ADB2 und Targeted Advertising in Deutschland.

Auf dieser Grundlage soll die Reichweite der bestehenden HbbTV-Angebote im Markt erhöht werden. Das White Paper bezieht sich auf typische Anwendungsszenarien, und beinhaltet im Annex auch einen Praxisbericht zu von der Task Force durchgeführten ADB2-

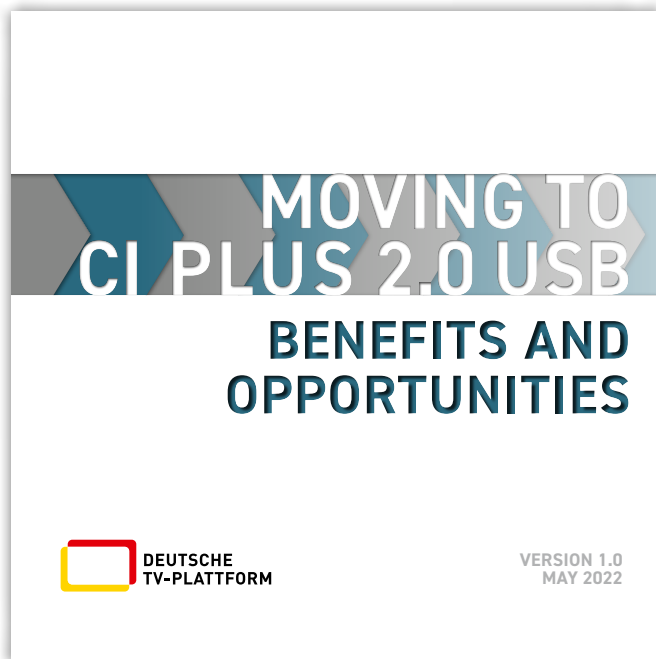
On-Air-Tests. Hier konnte im Rahmen der Task-Force-Arbeit bestätigt werden, dass Audio- und Video-Watermarks auf allen relevanten Verbreitungswegen funktionieren und die im Dokument beschriebenen marktrelevanten Use Cases unterstützen.

Das White Paper richtet sich an Broadcaster, Gerätehersteller, Technologie-Provider, Plattform-Betreiber sowie Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen.



WHITE PAPER CI PLUS 2.0

CI Plus 2.0: Chancen und Herausforderungen



Im Gegensatz zum bisherigen CI Plus-Standard basiert CI Plus 2.0 auf dem Formfaktor USB. Für eine mögliche Umstellung sind neben der neuen Hardware viele weitere Fragen relevant (z.B. Migrationsszenarien), die im Rahmen des Round Table CI Plus erörtert werden.

Das innerhalb des Round Tables erarbeitete White Paper „Moving to CI Plus 2.0 USB – Benefits and Opportunities“ wurde im Mai 2022 veröffentlicht und gibt einen umfassenden und aktuellen Blick auf Herausforderun-

gen und Chancen einer möglichen Markteinführung von CI Plus 2.0. Es zeigt mögliche Einführungsszenarien für CI Plus 2.0 auf und soll der gesamten Branche in der DACH-Region dienen. Für 2023 ist eine Aktualisierung des White Papers geplant.

ARBEITSGRUPPEN

TASK FORCES

FACHPUBLIKATIONEN

EVENTS

VORSTAND &

MITGLIEDER



STRATEGIE-PANEL: NETZE UND NACHHALTIGKEIT

Nach drei Jahren Pause fand im Mai 2022 (endlich) wieder die ANGA COM regulär in Köln statt – und die Deutsche TV-Plattform war auch beim Neustart wieder mit einem Messestand vor Ort vertreten. Schon Tradition hat das Strategie-Panel zu aktuellen Themen von hoher Relevanz für die Medienindustrie. In diesem Jahr widmete sich das Panel dem Thema „Netze und Nachhaltigkeit“, denn auch in der gesamten Medienbranche ist Sustainability zu einem der wichtigsten Themen avanciert (siehe dazu auch Seite 20/21).

Für den allgemeinen Geschäftsbetrieb haben die meisten Unternehmen die Umstellung auf erneuerbare Energie-

quellen bereits vollzogen oder stehen kurz davor. In der Produktion wird besonderes Augenmerk auf die Reduzierung des Stromverbrauchs am Set oder im Studio, sowie kurze Wege in Logistik und die Wahl recyclefähiger Materialien gelegt. Netzbetreiber wie die Deutsche Telekom tauschen alte Komponenten aus und investieren in Großspeicher, der Streaming-Anbieter Zattoo betreibt mit einem Partner eine Windkraftanlage vor Ort und erzeugt so 90 Prozent des benötigten Stroms.

Auch am Himmel wird Nachhaltigkeit großgeschrieben. Die Satelliten von SES verfügen über Solarpanels für den Betrieb und führen nur noch wenige hundert Kilo Treib-

stoff mit zur Steuerung. Trotzdem ist die Lebensdauer eines Satelliten von 15 auf rund 20 Jahre angestiegen.

Fazit: In allen Teilen der Wertschöpfungskette werden erhebliche Anstrengungen unternommen, um Energie und Ressourcen zu sparen.

PANEL NETZE UND NACHHALTIGKEIT (Abb. oben, v.l.n.r.):

Carine Chardon, ZVEI/Deutsche TV-Plattform (Moderation)

Axel Sihm, WISl

Christoph Mühleib, ASTRA Deutschland

Nicole Agudo Berbel, Seven.One Entertainment Group

Dr. Stefan Lietsch, Zattoo

Christian Kühner, Deutsche Telekom

CONNECT! THE SMART TV AWARD

Bereits zum dritten Mal verliehen die MEDIENTAGE MÜNCHEN und die Deutsche TV-Plattform „Connect! The Smart TV Award“, mit dem besondere Innovationen, Apps und Services rund um das vernetzte Fernsehen ausgezeichnet werden. Unterstützt wurde der Award vom MedienNetzwerk Bayern, als Verbandspartner war der VAUNET mit an Bord.

Die von einer 5-köpfigen Expertenjury ausgezeichneten Services spiegeln das enorme Potenzial von smarten Video-Services für Inhalteanbieter, Plattformen, Ad-Tech-Anbieter und Werbungtreibende wider und sind Paradebeispiele für modernes, interaktives Fernsehen, das greifbaren Mehrwert für Zuschauer und Kunden bietet. Ausgezeichnet wurden die besten Connected-

TV-Services in den Kategorien „Beste User Experience“, „Beste technologische Innovation“ sowie „Bestes Special Interest Angebot“. Die Preisverleihung fand am 31. Mai 2022 in München statt.



CONNECT! THE SMART TV AWARD: DAS SIND DIE GEWINNER



**1 | Kategorie Feels like Magic –
Beste technologische Innovation
Gewinner: ARTE - ARTE G.E.I.E.**

Kathleen Schröter (ootiboo, li.) übergab den Preis an Daniela Scharf (Chargée Marketing ARTE, re.).



**2 | Kategorie Like2Use – Beste User Experience
Gewinner: kicker - Olympia-Verlag GmbH**

Prof. Dr. Heidi Krömker (TU Ilmenau, re.), und Jan Möllendorf (defacto x, li.) übergaben den Preis an Hannes Ulbrich (Produktmanager Apps & Conversational Interfaces kicker, Mitte).



**3 | Kategorie Good2CU – Bestes Special Interest Angebot
Gewinner: ARTE - ARTE G.E.I.E.**

Daniela Scharf (Chargée Marketing ARTE, re.) nahm auch den Preis in dieser Kategorie entgegen, überreicht von Torsten Zarges, (dwdl.de, li.).



**4 | Sonderpreis: Zattoo Ukrainian TV
– zattoo.com/ukraine – Zattoo Deutschland GmbH**

Einen Sonderpreis für das kostenlose Angebot von ukrainischen Sendern erhielten Daria Hashchak (Product Designer Zattoo, re.) und Ulrika Hermsdorf (Product Manager Zattoo, Mitte) von Kathleen Schröter (ootiboo, li.).



MEDIA INNOVATION PLATFORM GOING GREEN

Nachhaltigkeit gewinnt auch in der Medienbranche zunehmend an Gewicht, ist allerdings keine leichte Aufgabe: Es werden immer mehr Inhalte produziert, der Video-Traffic über Broadcast-Infrastrukturen, IP und mobile Datenautobahnen nimmt weltweit zu – und damit tendenziell auch der Energieverbrauch und die Umweltbelastung. Neue, zusätzliche Verbreitungswege und

Qualitätsstufen – wie etwa 5G und UHD-HDR – lösen bestehende Technologien und Verbreitungswege nicht ab, sondern kommen zunächst On-Top hinzu. Parallel zur Distribution nimmt auch die Nutzung auf verschiedenen Endgeräten zu, vom Smartphone bis zum 88 Zoll-Fernseher. Gleichzeitig erwarten zwei Drittel der Deutschen von Unternehmen, dass sie nachhaltig handeln.



Michael Becker
Leitung Abteilung Szenische
Herstellung Auftragsproduk-
tionen & Nachhaltigkeit, SWR



Volker Blume
CEO, BLU TEC ONE



Christian Eckert
Bereichsleiter Nachhaltigkeit
& Umwelt, ZVEI e.V.



Marie-Fee Taube
Director Sustainability /
Corporate Strategy & Deve-
lopment, RTL Deutschland



Alexander Goldberg
Vorstand, Stiftung
Elektro-Altgeräte Register



Holger Kuntz
Industry Engagement Marke-
ting, Akamai Technologies

Bei der 5. Ausgabe der Event-Serie Media Innovation Platform drehte sich deshalb unter dem Motto "Going Green - Nachhaltigkeit bei Produktion, Distribution und Empfang audiovisueller Medien" alles um Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Es wurde beleuchtet welche Möglichkeiten unsere Branche hat, einen Beitrag zur Erreichung der Klimaziele zu leisten – etwa durch Reduktion des CO₂-Ausstoßes, mehr Energieeffizienz, Müllvermeidung und Recycling. Und das entlang der gesamten Wertschöpfungskette, von der Produktion, über die Distribution bis hin zum Empfang von audiovisuellen Medien.

Fazit: Nachhaltigkeit in der Medienbranche ist ein vielschichtiges und verzahntes Thema: Große Einsparpotenziale liegen in der Logistik (Mobilität, Reise, Transport) und im Bereich Energie. Bei der Distribution werden noch genauere Daten und Messungen benötigt, um sinnvolle Empfehlungen für die Verbesserung der Energieeffizienz geben zu können.

➤ Ausführlicher Bericht, Event-Video und Bildergalerie



Andre Prahl (RTL Deutschland)
Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform

Fotos unten:

Mit einem großen Aufgebot von Experten beleuchtete die Deutsche TV-Plattform das Thema Nachhaltigkeit.



Prof. Dr. Claudia Loebbecke
Direktorin des Seminars für Medien- und Technologiemanagement, Universität zu Köln



Michael Pausch
Leitung Rundfunkverbreitung und Frequenzmanagement, Bayerischer Rundfunk



Peter Pogrzeba
T-Labs, Deutsche Telekom



Jochen Siegle
Managing Partner, momentifilm



Petra Sueptitz
Director Marketing & Consumer Intelligence, GfK SE



Jörn Krieger
freier Journalist, (Moderation)

UHD-PLUGFEST 2022

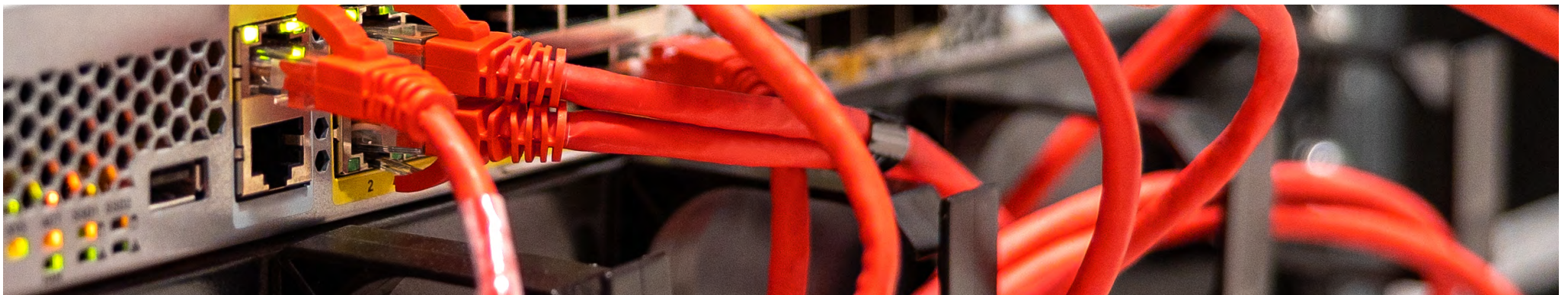
Internationale Testreihe für Interoperabilität von Endgeräten und Diensten

Einen Neustart gab es 2022 auch für die UHD-Plugfest-Reihe, die Ende Juni in London in Kooperation mit DTG stattfand. Die Plugfeste der Deutschen TV-Plattform eröffnen allen beteiligten Marktteilnehmern seit Jahren die Möglichkeit für umfangreiche UHD-Interoperabilitäts-Tests und bieten ein hervorragendes Forum für einen vertiefenden Austausch zu technischen Fragestellungen.

Die Veranstaltungsreihe ist nach wie vor sehr beliebt: dieses Jahr nahmen 51 Kollegen aus 23 Unternehmen teil, vertreten durch TV-Gerätehersteller, Anbieter von Streaming-Devices und Audio-Video-Receiver, Content-Provider sowie Hersteller von Test-Equipment. Unterstützt wurde das Plugfest von der HDMI LA.

Das nächste Plugfest wird vom 26. bis 29. Juni in Berlin beim Fraunhofer FOKUS stattfinden. Mit seiner vier-tägigen Agenda deckt es ein erweitertes Themenspektrum ab. Im Mittelpunkt stehen im nächsten Jahr Tests zu HbbTV, Streaming, Immersive Audio und DVB-I, dazu werden weiterhin UHD-HDR-Tests (HDMI) durchgeführt.

Plug in: Bereits zum 12. Mal trafen sich Entwickler aus der Medienindustrie zu umfangreichen Testreihen und nahmen wieder wertvolle Informationen für die Optimierung neuer Geräte mit.



HBBTV SYMPOSIUM 2022

Deutsche TV-Plattform adressiert wichtige Themen

Standardisierung und Interoperabilität sind in der Breitbandindustrie von höchster Bedeutung und werden gerade bei der Übertragung von geschützten Inhalten – sowohl im Rundfunk, als auch im Internet – immer wichtiger, um Alternativen zu proprietären Inseln und Marktmodellen zu schaffen. Dies unterstrich Andre Prahl, CEO der Deutschen TV-Plattform, in seiner Keynote zum Themenblock Technologietrends im Rahmen des HbbTV Symposiums 2022. Der HbbTV-Standard kann Rundfunk und Internet sehr gut zusammenbringen und die HbbTV Association hat bereits verschiedene Maßnahmen eingeleitet, um auch die Unterstützung aller relevanten DRM-Systeme als Basistechnologie auf HbbTV-fähigen TV-Geräten zu verankern und zu standardisieren – hier besteht noch eine Lücke.

Unter der Voraussetzung, dass alle notwendigen Features eines DRM-Systems in allen Geräten implementiert

und zugänglich sind, was noch nicht überall der Fall ist, ermöglichen offene Standards einen breit angelegten Wettbewerb aller Marktteilnehmer und Anbieter von Inhalten – sofern für alle Beteiligten der geschäftliche Nutzen und der Aufwand für die technische Umsetzung in einem gesunden Verhältnis zueinander stehen.

Andre Prahl unterstrich in seiner Keynote für die Deutsche TV-Plattform im Rahmen des HbbTV Symposiums 2022 die Bedeutung von offenen Standards



Frank Heineberg, VP Standards & Innovations RTL Distribution und Leiter der Task Force ADB2 der Deutschen TV-Plattform, erläuterte in seinem Vortrag im Rahmen des HbbTV Symposiums 2022 das Potenzial von Audio- und Video-Watermarking via „Application Discovery over Broadband Phase 2“ (ADB2).

Frank Heineberg referierte zur Implementation von HbbTV-TA und ADB2-TA und stellte das White Paper ADB2 der Deutschen TV-Plattform vor



SAVE THE DATE

AUSBLICK 2023



ANGA COM 23. bis 25. Mai 2023 in Köln
Stand und gemeinsames Strategiepanel mit ANGA

MITGLIEDERVERSAMMLUNG 27. Juni 2023 in Berlin

MEDIA INNOVATION PLATFORM 28. Juni 2023 in Berlin

PLUGFEST 2023 26. bis 29. Juni in Berlin

ARBEITSGRUPPEN

TASK FORCES

FACHPUBLIKATIONEN

EVENTS

VORSTAND &

MITGLIEDER



Vorsitzender des Vorstands der Deutschen TV-Plattform
Andre Prahl
RTL Deutschland



Stellvertretender Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform
Markus Zumkeller
Sony Europe



Stellvertretender Vorsitzender der Deutschen TV-Plattform
Sascha Molina
NDR



Vorstand der Deutschen TV-Plattform
Joachim Abel
Deutsche Telekom



Vorstand der Deutschen TV-Plattform
Christoph Mühleib
ASTRA Deutschland



Vorstand der Deutschen TV-Plattform
Rolf Wierig
Vodafone

VORSTAND 2022

Der Vorstand der Deutschen TV-Plattform wird alle zwei Jahre im Rahmen der Mitgliederversammlung gewählt. Er besteht aus bis zu sechs direkt gewählten Personen sowie aus den Leitern der Arbeitsgruppen (siehe Seiten 5–7). Er koordiniert die Interessen der Mitglieder und gibt die strategische Richtung des Vereins vor. Die enge Koppelung mit den Arbeitsgruppen und Task Forces des Vereins garantiert die Fokussierung auf relevante Themen mit klarem Mehrwert für Mitglieder und Marktteilnehmer.

Die Deutsche TV-Plattform ist bis heute die einzige Institution für die Einführung und Transformation von digitalen Medientechnologien in Deutschland, die auf eine derart breite und interdisziplinäre Mitgliederbasis bauen kann. Die über 50 Mitglieder der Deutschen TV-Plattform kommen aus nahezu allen Bereichen der Medienindustrie.

MITGLIEDER

STAND DEZEMBER 2022

<p>ORDENTLICHE MITGLIEDER DER DEUTSCHEN TV-PLATTFORM</p>		 Der Breitbandverband		 Bayerische Medien Technik GmbH				
						 a nielsen company		
					 NIEDERSÄCHSISCHE LANDESMEDIENANSTALT			
								
		<p>TV und Multimedia Plattform Österreich Ein Netzwerkpartner des FEEI</p>	 Verband Privater Medien					
<p>AUSSERORDENTLICHE MITGLIEDER DER DEUTSCHEN TV-PLATTFORM</p>					<p>FÖRDERNDE MITGLIEDER DER DEUTSCHEN TV-PLATTFORM</p>			
			 Institut für Nachrichtentechnik					



IMPRESSUM

Geschäftsstelle

Deutsche TV-Plattform e.V.

c/o ZVEI e. V. Verband der Elektro- und Digitalindustrie

Lyoner Straße 9

60528 Frankfurt a. Main

Geschäftsführung: Carine Chardon

Tel: +49 69 63 02-311

E-Mail: mail@tv-plattform.de

www.tv-plattform.de

Medienkontakt: Stefan Vollmer

Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit

Tel: +49 151 22 67 68 69

E-Mail: vollmer@tv-plattform.de

Layout: Petra Dreßler, vision-und-gestalt.de