



© ORF/Günther Pichlkosner

3D ohne 3D

Der Standard Ultra HD erlaubt eine Bild-darstellung, die eine Annäherung in Richtung 3D erlaubt.

und dient der Steigerung der Auflösung inklusive mehr Farben und Helligkeitsstufen, was zu komplett neuen Produktionsmöglichkeiten führt.

Doch nicht nur beim Bild-, sondern auch beim Tonsignal werden sich künftig neue Möglichkeiten ergeben. So soll es irgendwann möglich sein, sich direkt von der eigenen Couch aussuchen zu können, ob man eher den Gesängen des eigenen Fansektors lauschen oder sogar mithören möchte, was auf der Trainerbank gesprochen wird.

Individuelle Tonspuren

Ähnliches gibt es ja bereits beim Abo-Sender Sky, wo man sich beim Bildsignal aussuchen kann, ob man das Rennen verfolgen oder einen kurzen Blick in die Boxengasse werfen oder in den Fahrerfunk kurz hinein-hören will.

Voraussetzung für den Empfang von UHD ist ein Bildschirm, der einerseits eine Auflösung von echten 3.840 mal 2.160 Pixel bietet, dazu aber auch den Farbraum ITU-H2020 und das HDF-Verfahren HLG bzw HDR10 darstellen kann. (fej)

UHD: Next big thing

In einem Innovationsprojekt überträgt der ORF die aktuelle Fußball-WM in Russland im Standard Ultra HD.

WIEN. Neben spannenden Spielen bietet der ORF zur laufenden Fußball-Weltmeisterschaft für die Fans ein außergewöhnliches Zuckerl.

Im Rahmen eines besonderen Projekts übernimmt und überträgt der ORF das TV-Signal in Ultra High Definition-Qualität

aus. Mittels Livestream-Angeboten und Video-on-Demand-Highlights auf der ORF-TVthek kann die WM damit allorts konsumiert werden.

Als Innovationsprojekt sind damit Weltmeisterschaftsspiele via ORF-TVthek-App auf diversen UHD-fähigen Smart-TVs

sowie UHD-fähigen Boxen bzw. online in UHD-Qualität zu verfolgen.

Das Projekt selbst diene der Vorbereitung und Ausarbeitung von TV-Standards, so der Technische Direktor des ORF, Michael Götzhaber. UHD selbst ist mehr als nur „mehr Pixel“



| Hier findest du die Menschen hinter den Unternehmen

D.A.S. sorgt für Schutz

Der Juni bringt neue Spots für das Internet und TV.

WIEN. Nach dem Erfolg der vorjährigen Kampagne, wo D.A.S. in der jüngeren Zielgruppe die Bekanntheitswerte um rund 13% steigern konnten, blieb man auch heuer beim selben Media-Mix: Neben TV-Spots im ORF und auf Privatsendern setzt man auf eine starke Digital-Welle. Neben klassischen Bannern setzt man heuer noch stärker auf Bewegtbild. Die Spots nehmen

sich der Themen Grillen, Urlaub und Lärm an, dabei wurden Alltagsgeschichten mit einer Portion Humor aufgepeppt. Resümee aller Geschichten „Schützen Sie sich vor Rechtsverdrehern. Die D.A.S. sorgt dafür, dass Sie zu Ihrem Recht kommen.“

Die TV-Kampagne startete am 20. Juni. Für die Spots zeichnet die Agentur Fessler verantwortlich. (gs)



© D.A.S. Rechtsschutz Österreich

Rauchbelästigung durch den Grill der Nachbarn? D.A.S. hilft.