



Prototyping- → Lab:

Wie kann künstliche Intelligenz
Prozesse und Produkte der
Contentbranche verbessern?



Wie geht Conversion in der Welt von Online-Audio?

Das Radio hat sich im Rahmen der digitalen Transformation zu einem Multichannel-Medium entwickelt. Eine der zentralen Fragen in dieser digitalen Welt, ist die nach der Werbewirkung. Wie messen wir die Conversion eines digitalen Audiospots, in einer Welt, die schon immer ohne Cookies auskommen musste? Wie weisen wir nach, dass ein Audiospot aus einem Hörenden eine interagierende Person macht?

Ein Beispiel: Im Werbeblock vom Radio Hamburg-Stream werden rabattierte Bananen in allen Rewe-Filialen beworben. Wie halten wir nun nach, ob die Menschen, die diesen Werbespot hören, auch im Nachgang zu Rewe gegangen sind und in Folge dieses Werbespots Bananen gekauft haben?

Conversion kann dabei völlig unterschiedlich aussehen und je nach Zielsetzung, Werbebotschaft und Audiokanal variieren. So ist es nicht immer das Ziel eine Transaktion zu verfolgen, sondern es kann auch eine einfache Voice-Interaktion, der Click auf ein digitales Banner oder die Anmeldung zu einem Newsletter sein.



KI-basiertes Lettering von Comics

Beim Einkauf/Lizensierung ausländischer Comics für den deutschsprachigen Raum müssen die ausländischen Texte adäquat ins Deutsche übersetzt werden und anschließend müssen alle (geleerten) Sprechblasen mit deutschen Texten neu befüllt werden.

Die durch den Comiczeichner gestalteten Panels und die darin eingezeichneten Sprechblasen sind in ihrer Position und in ihren unterschiedlichen Formen und Größen nicht veränderbar.

Um eine adäquate deutsche Version des Comics zu erzeugen müssen die Sprechblasen derzeit individuell von Hand befüllt werden: das sogenannte Lettering. Das Lettering ist zeit-, personal- und kostenintensiv.

Wir benötigen ein KI, die:

- die Sprechblasen präzise identifiziert
- deren Größe und Form erkennt
- den als Fließtext in Absätze untergliederten Übersetzungstext korrekt und optisch ansprechend einfügt



KI-basiertes Unterstützungssystem für die Kreation und das Publishing

Es ist essenziell für News Organisation, die richtigen Inhalte zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu platzieren, um Audience Engagement und Einnahmen zu maximieren. Wir wollen RTL News mit einem KI-basierten Assistenten bei der Recherche und Ideation unterstützen sowie zum Entscheidungsfindungsprozess hinsichtlich Platzierung beitragen. Potenzielle Ausbaustufen des Assistenten könnten beinhalten:

- Article ideation (basierend auf aktuellen Trends oder Zielgruppen)
- Article creation (KI unterstütztes Storytelling; Nutzung von inhouse Technologien wie unserem Knowledge Graphen zur Identifikation von Verbindungen zwischen Artikeln und Themen)
- Article publishing (Einschätzung über den Erfolg eines Artikels, Empfehlungen zum besten Ausspielungskanal und den richtigen Zielgruppen sowie für die Auswahl und Platzierung von Affiliate-Marketing)
- Article republishing (KI unterstütztes Umschreiben von Artikeln)



Content und Data: Paid-Content- Modelle durch Metadaten-Analyse

Das Redaktionssystem Woodwing (inkl. neuer Asset-Datenbank) und die Lokationen-Datenbank (Die besten Metzger, Die besten Bäcker etc.) des JAHRESZEITEN VERLAGS umfassen mehr als 1 Mio. Artikel und Adresseinträge. Wir möchten herausfinden:

- Wie kann eine KI Metadaten erzeugen, damit daraus neue Paid-Content-Modelle für User*innen entstehen?
- Welche Themen sind zukunftssträftig und für welche Zielgruppe interessant?
- Wie identifizieren wir mittels einer KI die Themen, die potentiell für Zielgruppen interessant sind, und von denen wir aktuell noch nicht ahnen, dass sie Trendthemen werden könnten?

Ziel der Challenge: Neue Paid-Content-Modelle und neue Zielgruppen erschließen.



→ **Vielen Dank!**



Bruno Marks

Programmmanager

T +49 40 / 23 72 435 67

Bruno.Marks@nextmedia-hamburg.de



Wir sind Teil der
**Hamburg Kreativ
Gesellschaft**

