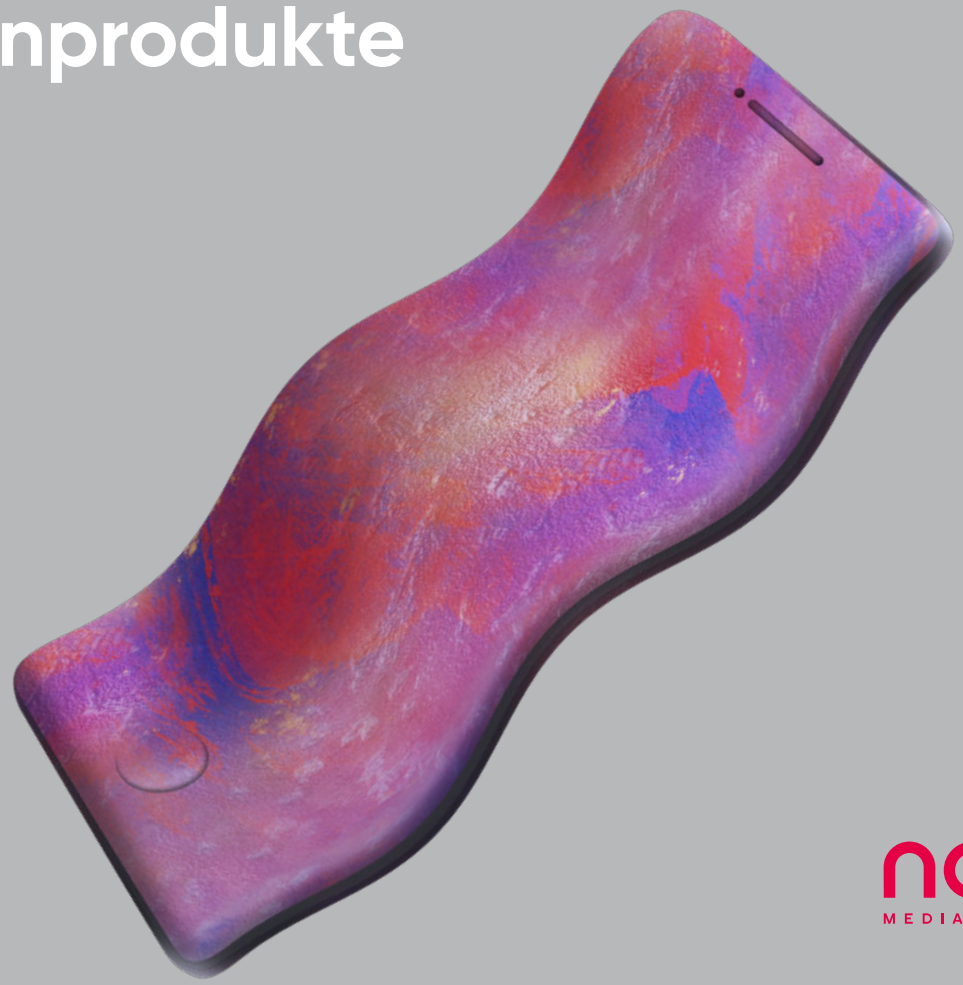
Prototyping Lab

Case Studies:
Wie KI und XR die Medienprodukte von morgen verändern



Wir sind Teil der
Hamburg Kreativ Gesellschaft

next MEDIA.HAMBURG

Vorwort

Liebe Leser*innen,

neue Technologien schaffen Veränderung und Fortschritt. Unter anderem verändern sie existierende Produkte, den Zugang zu Inhalten und Konsument*innen oder gar Geschäftsfelder. Doch während stetig neue technologische Entwicklungen den Markt erreichen, ist die Einbindung dieser neuen Technologien in Unternehmensprozesse oft eine andauernde Herausforderung. Mit dem Prototyping Lab haben wir daher eine Infrastrukur geschaffen, die Unternehmen in die Lage versetzt, unkompliziert mit neuen Technologien zu experimentieren. Unsere Partnerhochschulen und ihre Studierenden bringen dabei das Know-How und den Perspektivwechsel mit.

Stets am Puls der Zeit liegt der Fokus des Labs auf Technologien, die die Medien- und Digitalbranche aktuell beschäftigen oder in Zukunft beschäftigen werden. Im Lab 2018 hatten unsere Partnerunternehmen *Spiegel, Foodboom* und *Bauer Xcel Media* die Möglichkeit, zu den Themen VR und AR zu experimentieren. Das Lab 2019 stellten wir hingegen gemeinsam mit *Spiegel*, *Bauer Media* und *N-Joy* unter einen KI-Schwerpunkt. Durch frische Perspektiven talentierter Studierender sind in wenigen Monaten bisher sechs voll funktionsfähige Prototypen entstanden, die die Erwartungen aller Beteiligten übertroffen haben.

Nina Klaß
Leiterin nextMedia.Hamburg

Prototyping → Lab

Wie verändern innovative Technologien die Zukunft der Medien? Im Prototyping Lab suchen wir Antworten auf diese und ähnliche Fragen.

Die Medienbranche befindet sich im ständigen Wandel, dabei spielen Technologien eine große Rolle. Mit dem Lab möchten wir experimentierfreudigen Unternehmen und talentierten Studierenden die Chance bieten, die digitale Zukunft kontinuierlich mitzugestalten und frei zu experimentieren. Am Puls der Zeit werden im Lab in nur drei Monaten funktionsfähige Prototypen als Lösung für technologische Herausforderungen in der Medien- und Digitalwirtschaft entwickelt. Dabei werden die interdisziplinären Studierenden-Teams von namhaften Branchenexpert*innen als Mentor*innen unterstützt. Das Lab findet jeweils im Wintersemester zu den Themenfeldern Medien, Entertainment, Werbung/Marketing und Games statt.

Was das Lab → bietet:

- → Lösungen für konkrete Tech-Challenges
- → Mit zukunftsweisenden Technologien effektiv und kostengünstig experimentieren
- → In nur drei Monaten – von der Idee zu voll funktionsfähigen Prototypen
- → Agile Projektentwicklung (Problemanalyse, Projektplanung, Geschäftsmodell, Programmierung inkl. Testing)
- → Kollaborativer Innovationsprozess in interdisziplinären Teams (Programmierer*innen, Designer*innen, Storyteller*innen und Business Minds)
- → Perspektivwechsel: Developing out of the box
- → Wissenstransfer: Open Innovation im engen Austausch zwischen Hochschulen und Unternehmen

So gestalten wir das → Lab

1 März bis April
Open Call

Wir stellen die Weichen für das neue Lab gemeinsam mit unserem Netzwerk. Dabei suchen wir innovative Themen und Technologien sowie die dazu passenden Partnerhochschulen und Mentor*innen.

2 Mai bis Juli
Challenge

Hamburger Medien- und Digitalunternehmen haben nun die Möglichkeit, sich zu beteiligen und einen eigenen Case zu einer aktuellen, konkreten Tech-Challenge erstellen zu lassen.

3 August bis September
Matching

Gemeinsam mit den Hochschulen wählen wir die Studierenden mit der besten Qualifikation aus und stellen sie in interdisziplinären Teams zusammen.

4 Oktober
Kick-off

Mit Teambuilding-Workshops und der ersten Ideation Session starten wir in den Lab-Sprint.

5 Oktober bis Januar
Prototyping

3 Monate haben die Teams Zeit, selbstständig voll funktionsfähige Prototypen zu entwickeln. Unterstützt werden sie dabei in regelmäßigen Feedbacksessions.

6 Januar
Reveal

Das Lab endet mit einem Abschlussevent, bei dem die Teams ihre Prototypen und den Entwicklungsprozess öffentlich präsentieren.

Unsere Partner

Hochschulen und weitere Partner

Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

fhwedel
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

HAMBURG MEDIA SCHOOL

Hamburg | Behörde für Kultur und Medien

NEXTREALITY.HAMBURG

unik.

Bisherige Unternehmenspartner

XCEL MEDIA

FOODBOOM

NJOY

BAUER MEDIA GROUP

DER SPIEGEL

Case Studies XR & KI

Sechs spannende Cases geben Einblick, wie die Teams im Lab aktuelle Tech-Herausforderungen der Medien- und Digitalbranche gelöst haben.

Prototyping Lab 2018

Im ersten Lab experimentierten Hamburger Studierende mit Bauer, Foodboom und dem Spiegel mit XR-Technologien (VR, AR und 360°).

Prototyping Lab 2019

Zum Technologie-Schwerpunkt KI haben Hamburger Hochschulen gemeinsam mit dem Spiegel, N-Joy und Bauer Media beeindruckende Prototypen gebaut.

VR-Baukasten für Häuslebauer

XCEL MEDIA

Prototyp
VR-Applikation für interaktiven Hausbau, Einrichtung und DIY Projekte

Partner
Bauer Xcel Media

Mentor*innen
nextReality.Hamburg

Team
Lucie Kruse BA Mensch-Computer-Interaktion, Universität Hamburg
Martin Tege MA Digitale Kommunikation, HAW Hamburg
Dennis Kahya MA Digital Reality, HAW Hamburg

Herausforderung

Bauer Xcel Media ist die digitale Dachmarke der Bauer Media Group, Europas größtem Zeitschriftenverlag und einem der führenden Medienhäuser weltweit. Als Anbieter diverser Unterhaltungsmedien und bekannter Unterhaltungsmarken ist es für Bauer Xcel Media wichtig, neue Entertainment-Technologien schnell, aber auch qualitativ einzusetzen. Im Prototyping Lab hat sich Bauer Xcel Media daher gemeinsam mit Studierenden der Frage gewidmet, wie vorhandener Content für VR-Anwendungen adaptiert und verwertet werden kann. Im Fokus standen dabei die Umsetzung von User-Generated-Content, die Produktion von exklusivem Premium-VR-Content sowie die Integration von Werbeflächen und Monetarisierungen.

„Was die in diesem vergleichbar kurzen Zeitraum geleistet haben, ist bemerkenswert und hat unsere Erwartungen mehr als übertroffen. Die Kooperation mit den Hochschulen hat sich für alle Beteiligten absolut gelohnt."

Julian Wagner, Head of Emerging Technologies & Special Projects, Bauer Xcel Media

VR-Baukasten für Häuslebauer

XCEL MEDIA

Idee

Sein Traumhaus mit eigenen Händen aufbauen und gestalten – virtuell und spielerisch. Das verspricht die Idee einer VR-Anwendung des Teams Bauer Xcel Media, die es ermöglicht, Häuser nach dem Prinzip eines DIY-Baukastens aufzubauen. In einer 3D-Umgebung lassen sich unter anderem Wände hochziehen, Bodenbeläge verlegen und ganze Räume mit Möbeln, Bildern und anderen Objekten einrichten. Der Optimalfall: Rund um den spielerischen Auf- und Ausbau des Hauses kann der User Projekte simulieren, um sie im echten Leben nachzubauen. Die im Vorfeld formulierten Vorstellungen von Bauer Xcel Media wurden in die Idee integriert: Inspiration für die Gestaltungen kann der User durch die Integration von passendem Content der Bauer-Medien erhalten. Potenziell könnten in der Anwendung sogar ganze Themenwelten implementiert, Werbepartner platziert, Produkte in einen Warenkorb gelegt und online bezahlt werden.

Lösung

Der Prototyp arbeitete mit der gesamten Palette der VR-Technik: eine VR-Brille, zwei Controller und auf diese abgestimmte Sensoren im Raum, die eine realistische Bewegung im virtuellen Raum ermöglichten. In nur drei Monaten entstand demnach ein sehr umfangreiches Produkt mit diversen Funktionen. Der Prototyp war weit entwickelt und erlaubte neben dem modularen Bau eines Hauses bereits die Durchführung einiger DIY-Projekte sowie die Auswahl aus verschiedenen Umgebungen, Hausmodulen sowie Einrichtungs- und Gestaltungsstilen mit Content, den Bauer zur Verfügung gestellt hatte. Auch der virtuelle Assistent, mit dem sich Nutzer*innen in der Anwendung besser zurechtfinden sollten, funktionierte bereits.

„Ich habe sehr viel gelernt, vor allem durch die gemeinsame Konzeptionierung, regelmäßigen Brainstormings und die professionelle Zusammenarbeit mit der Bauer Media Group."

Dennis Kahya, Student an der HAW Hamburg

Smarter kochen mit dem Foodbot

FOODBOOM

Prototyp
Smartphone-Applikation „Foodbot“

Partner
Foodboom

Mentoren*innen
nextReality.Hamburg

Team
Linh Xuan Do MA Digital Reality, HAW Hamburg
Victor Eckhardt BA Mensch-Computer-Interaktion, Universität Hamburg
Agata Strausa MA Digitale Kommunikation, HAW Hamburg

Herausforderung

Foodboom ist ein Medienunternehmen der neuen Generation, das sich aus Profiköch*innen, Stylist*innen, Redakteur*innen, Fotograf*innen, Filmemacher*innen und Social-Media-Profis zusammensetzt. Gemeinsam produziert das Team Food-Content, vermarktet Produkte und hat sich längst zu einer Lifestyle-Marke entwickelt. Nach nicht einmal drei Jahren hat Foodboom mehrere tausend kreative Rezepte erarbeitet und kann auf mehr als eine Millionen Follower bei Facebook zählen. Im Prototyping Lab galt es eine Anwendung zu entwickeln, die für den User einen klaren Mehrwert gegenüber den anderen Foodboom-Angeboten aufweist und sich mithilfe eines multimedialen Ansatzes gut in die eigene App, die Website sowie die sozialen Netzwerke des Unternehmens integrieren lässt.

„Das VR Prototyping Lab war für uns die ideale Möglichkeit, jungen leidenschaftlichen Entwicklern unsere Pforten zu öffnen und von ihrem innovativen und kreativen Antrieb für tech-affine Projekte wie diesem zu profitieren.“

Foodboom-Gründer **Sebastian Heinz**

Smarter kochen mit dem Foodbot

Idee

Unter Berücksichtigung der Anforderungen von Foodboom ist die Idee einer Smartphone-Applikation entstanden, die mithilfe der Kamerafunktion Lebensmittel erkennt und anhand dieser passende Rezeptvorschläge unterbreitet. Auf diese Weise soll der „Foodbot" bei der schnellen und einfachen Verwertung einzelner Zutaten zu einem fertigen Gericht helfen. Diese Anwendung stützt sich technologisch auf AR und Machine Learning. Der Vorteil von AR für das Team Foodboom: Es kann innovativer Content geschaffen werden, der niedrigschwellig ist, geringe Anschaffungskosten aufweist und sich somit leichter in den Medienmix von Foodboom integrieren lässt als eine VR-Anwendung. Gleichzeitig kommen die Nutzer*innen in den Genuss interaktiver, digitaler Realitäten, sodass sich der Prototyp mit diesem Erlebnis-Mehrwert klar von anderen Foodboom-Angeboten abgrenzt.

Lösung

Die Studierenden gaben beim Reveal einen Einblick in den umfangreichen Schaffensprozess der Applikation, am Ende standen insgesamt 3500 selbst fotografierte Labels für 18 ausgewählte Zutaten und viele Fahrten in die Firmenzentrale zu Buche, die den Ehrgeiz zeigten, mit dem die Studierenden das Projekt vorangetrieben haben. Das Ergebnis des dreimonatigen Prototypings ist eine funktionsfähige App, die bereits verschiedene Lebensmittel erkennt, lernt und mit den 20 eigens angefertigten Rezepten verbindet. Die Anwendung wurde bei der Abschlussveranstaltung begeistert von verschiedenen Stakeholdern getestet und konnte alle Partner*innen beeindrucken. Mit Machine Learning hatten sich die Studierenden außerdem in ein völlig neues Feld gewagt und konnten somit viel Neues lernen. Es besteht Potenzial für eine langfristige Einbindung des Foodbots in die bestehende Foodboom-App. Um Marktreife zu erlangen, muss der Prototyp allerdings noch weiter ausgebaut werden. Der Vorgang ist in Arbeit, zwei der Studierenden sind als Werkstudenten am Prozess beteiligt. Eine vielversprechende Fortsetzung, die wir gespannt verfolgen.

Die Mondlandung in 360° erleben

DER SPIEGEL

Prototyp
VR Experience und 360-Grad-Video
„Behind the Moon"

Partner
Der Spiegel

Mentor*innen
nextReality.Hamburg

Team
Julian Kornacker MA Digitale Kommunikation, HAW Hamburg
Anna-Lena Spleet MA Digital Reality, HAW Hamburg
Fabian Meyer BA Mensch-Computer-Interaktion, Universität Hamburg

Herausforderung

Mit über 20 Millionen Unique Usern und mehr als 240 Millionen Visits im Monat gehört Spiegel Online zu den führenden Nachrichtenseiten im deutschsprachigen Internet. Zudem steht der Spiegel als Nachrichtenmagazin für Qualitätsjournalismus, dementsprechend hoch sind die Erwartungen der Leser*innen an eine sorgfältige Recherche und relevante sowie faktentreue Inhalte. Bei der Entwicklung neuer Formate sind demnach viele Faktoren, wie die Distributions- und Reichweitenfrage, zu berücksichtigen. Mit der Teilnahme am Prototyping Lab sollten erste Ideen für VR-Storytelling entwickelt und erlebbare Inhalte produziert werden. Der Fokus lag dabei auf dem Verstehen von Arbeitsprozessen einer Redaktion in Verbindung mit VR, der Integration von VR in multimediales Storytelling und der langfristigen Implementierung in den Medienmix des Spiegel.

Die Mondlandung in 360° erleben

DER SPIEGEL

Idee

Anlässlich des fünfzigsten Jubiläums der Mondlandung hatte das Team Spiegel die Idee, ein informatives Virtual Reality-Erlebnis zu entwickeln. Eine VR-Anwendung, die auf echten NASA-Daten basiert und unerzählte Geschichten des Jahrhundertereignisses in den Mittelpunkt stellt. Die Geschichte „Behind the Moon" präsentiert den Astronauten Michael Collins in der Raumkapsel „Columbia" während der ersten Mondlandung 1969. Funksprüche, Gedanken und Tagebuchaufzeichnungen leiten als Audiospuren durch die Geschichte. Zusätzlich können Informationen über die Raumfähre per Infomarker aufgerufen werden. Um die Nutzung auch ohne VR-Equipment möglich zu machen, soll zusätzlich ein 360° Video entstehen.

Lösung

Am Ende des Prozesses stand die 10-minütige VR-Live-Experience „Behind the Moon". Um dem Reichweitenanspruch Rechnung zu tragen, wurde die Anwendung so konzipiert, dass man sie auch als 360-Grad-Video konsumieren kann. Die Anwendung ging in der Qualität über einen Prototypen hinaus und war im Juli 2019 auf Spiegel Online als Teil der Berichterstattung zum 50. Jubiläum der Mondlandung zu sehen.

„Ich habe gelernt, wie wichtig es eigentlich ist und auf welche Dinge ich achten muss, wenn man mit wirtschaftlichen Unternehmen arbeitet. Dass man da auf ganz andere Dinge achten muss, als bei der Präsentation von Lösungen im Unikontext."

Fabian Meyer, Student an der Uni Hamburg

Intelligente Rezept-suche leicht gemacht

BAUER
MEDIA GROUP

Prototyp
Intelligente Datenbank zur Rezeptsuche

Partner
Bauer Media Group

Mentor*innen
Benjamin Ferreau, Unik

Team
Brigitte Kwasny MA Informatik, Universität Hamburg
Eric Bergter BA Informatik Universität Hamburg
Nino Müller BA Computer Games Technology, FH Wedel
Regina Kirchmeier MBA Medienmanagement, Hamburg Media School

Herausforderung

Die Bauer Media Group ist eines der weltweit erfolgreichsten Medienhäuser mit Produkten, die Tag für Tag Millionen von Menschen auf der ganzen Welt begeistern. Das Portfolio reicht dabei von Print- und Online-Publikationen über Radiostationen und Online-Vergleichs-Portale bis hin zu Vertriebs- und Marketing-Dienstleistungen. Im „House of Food" hat die BMG ihre geballte Kompetenz rund um das Thema Ernährung gebündelt und etabliert dieses als Full-Service-Spezialist, der Rezepte entwickelt, Content produziert, Corporate Produkte konzipiert und integrierte Kampagnen umsetzt. Mit dem Prototyping Lab soll der Herausforderung begegnet werden, schnell auf neue Trends im Food-Segment reagieren zu können.

"Für mich war das Prototyping Lab eine ganz tolle Erfahrung. Die Zusammenarbeit im Team und der Austausch mit den Unternehmen lief reibungslos und so konnten wir in kürzester Zeit einen funktionalen Prototypen erstellen. Da ich selbst Ernährungsberaterin bin, hat es mich mit dem House of Food und dem Thema Ernährung gut getroffen und ich hatte viel Spaß bei der Aufgabe."

Regina Kirchmeier, Studentin an der Hamburg Media School

Intelligente Rezept-suche leicht gemacht

BAUER
MEDIA GROUP

Idee

Ziel war zunächst die Entwicklung eines Algorithmus, der Trends im Food-Bereich automatisch erkennt, eine Klassifizierung für diese entwickelt und die Rezepte in der Datenbank mit den entsprechenden Meta-Daten versieht. Die Problemstellung hat sich jedoch recht schnell geändert, da als Grundlage die Datenbank neu strukturiert werden musste. Die neue Herausforderung bestand nun in der Entwicklung einer intelligenten Rezeptdatenbank für eine einfache Suche nach Rezepten und Bildern. Für die Rezeptsuche sollten Zutaten nach Merkmalen klassifiziert und in der Datenbank gespeichert werden, was eine Suche nach Ernährungsformen wie „vegan" oder „glutenfrei" ermöglicht. Auch bei der Bildsuche sollten solche Merkmale definiert und ein neuronales Netzwerk trainiert werden, das diese erkennen kann.

Lösung

Basierend auf dem manuellen Tagging von rund 2000 Dateien konnte das neuronale Netz trainiert werden, sodass der Prototyp vorhandene Rezepte und Bilder nach Merkmalen wie Farbe und Zutaten automatisch taggen kann.

Zusätzlich wurden folgende Funktionen integriert

→ die Suche nach Food-Trends, Gerichten, Nährstoffen und Ernährungsformen
→ Reverse Image Search
→ die Nährwertberechnung in einem eigens entwickelten Tool

Das Feedback in der Abschlusspräsentation machte deutlich: Der Prototyp und seine Funktionen haben großes Potenzial und können den Redaktionsalltag enorm erleichtern. Die Bauer Media Group zeigte sich sehr erfreut darüber, in welch kurzer Zeit das Team einen Prototypen entwickeln konnte, der die ursprünglichen Erwartungen noch übertreffen konnte.

Musikvorhersage fürs Radio

N-JOY

Prototyp
Music Prediction Machine

Partner
N-Joy (NDR)

Mentor*innen
Benjamin Ferreau, Unik

Team
Tim Fischer MA Informatik, Universität Hamburg
Sophia Zell MA Intelligent Adaptive Systems, Universität Hamburg
Niklas Drews MA Informatik, FH Wedel
Kasra Akbar MBA Digital- und Medienmanagement, Hamburg Media School

Herausforderung

N-Joy ist ein Hitradio-Programm des NDR mit einer jüngeren Zielgruppe, die hauptsächlich Musik hören will. Durch Streamingdienste wie Spotify und Amazon Music hat sich für Radioprogramme eine neue Herausforderung ergeben. Um in dieser Wettbewerbssituation erfolgreich zu bleiben, muss die Auswahl neuer Songs noch treffsicherer werden. Die Musikredaktion wählt wöchentlich aus 100-200 Neuerscheinungen die neuen Titel aus, die den Hörer*innen gefallen könnten. Der Radiosender weiß aber erst Wochen später durch Marktforschung, welcher Song wie gut angekommen ist. Eine KI soll (der Musikredaktion) dabei helfen, neue Songs auszuwählen, die den Hörer*innen mit einer hohen Wahrscheinlichkeit gefallen werden.

Musikvorhersage fürs Radio

N-JOY

Idee

Die Music Prediction Machine soll die Musiktitel auf Ähnlichkeiten hin untersuchen und bewerten, wie gut ein neuer Song wahrscheinlich bei den Hörer*innen ankommen wird. Mithilfe von Umfrageergebnissen und 500 durch die Redaktion vorab bewerteten Songs kann die Akkuratheit der KI in der Testphase überprüft werden. Damit kann N-Joy zum ersten deutschen Betreiber von Musikvorhersage-Software für Radiosender werden.

„Wir sind mit dem Ergebnis auf jeden Fall sehr zufrieden und glauben, dass das Lab eine Art Kick-off war, um auszuloten, inwieweit Künstliche Intelligenz Journalisten helfen kann."

Dr. Johanna Leuschen, Redakteurin für Innovation, N-Joy

Lösung

Der entwickelte Prototyp besteht aus drei Komponenten: einem Musikanalysetool, der KI und einer Benutzeroberfläche. In dem Analysetool werden Song-Dateien eingelesen und Charakteristiken wie Geschwindigkeit, Tonart, aber auch komplexere Eigenschaften wie die „Danceability" untersucht. Zusätzlich wird der Text des Songs analysiert und es wird u.a. der Anteil an positiven und negativen Wörtern ermittelt. Pro Song können insgesamt 33 Merkmale analysiert werden. Die KI ist ein einfaches neuronales Netzwerk, welches den Zusammenhang zwischen den Merkmalen und der Callout Bewertung eines Songs lernt und so Vorhersagen für neue Songs treffen kann. Um die Benutzerfreundlichkeit für Redakteure zu gewährleisten, wurde eine simple grafische Benutzeroberfläche für Linux-Systeme entwickelt.

Nie mehr Fake Ads dank KI-Filter

DER SPIEGEL

Prototyp
KI-Filter zur Identifikation von Fake Ads

Partner
Spiegel Media

Mentor*innen
Benjamin Ferreau, Unik

Team
Konstantin von Wendt BA Medieninformatik, FH Wedel
Finn Rietz MA Informatik, Universität Hamburg
Janis Decke MBA Digital- und Medienmanagement, Hamburg Media School
Hoa Josef Nguyen MA Wirtschaftsinformatik, Universität Hamburg

„Es hat mich sehr beeindruckt, wie die Studierenden immer wieder um die Ecke gedacht haben. Es ist ein großartiges Learning, dass man mit dieser Generation wunderbar zusammenarbeiten kann."

Mark-Olaf Winter Leiter Digital bei Spiegel Media

Herausforderung

Fake News sind berüchtigt und viel diskutiert. Weng bekannt ist dagegen, dass es dieselbe Problematik auch in der Onlinewerbung unter dem Begriff Ad Fraud gibt. Dabei handelt es sich um betrügerische Anzeigen, hinter denen sich u.a. minderwertige Produkte, Schadsoftware oder Kreditkartenmissbrauch verbergen. Aus Nutzersicht ist der Betreiber der Webseite, in unserem Fall Spiegel.de, für die Seriosität der Werbung auf seiner Plattform verantwortlich. Allerdings wird immer mehr Onlinewerbung über Programmatic Advertising ausgespielt, wobei externe Auktionsplattformen (z.B. Google Display Network) in Millisekundenintervallen entscheiden, welche Anzeige auf welcher Seite als nächstes ausgespielt wird. Es handelt sich also um ein globales Problem im Onlinemarketing. Um die Nutzer davor zu schützen und ihr Vertrauen in die Marke Spiegel zu sichern, werden betrügerische Anzeigen aktuell nur ex post und unter hohem manuellem Aufwand gesichtet und geblockt.

Nie mehr Fake Ads dank KI-Filter

DER SPIEGEL

Idee

Um diesen Prozess zu automatisieren, wurde im Rahmen des Prototyping Labs eine künstliche Intelligenz entwickelt, die alle potenziell zur Versteigerung zugelassenen Werbemittel überprüft und die betrügerischen aussortiert. Mithilfe einer Support Vector Machine, die basierend auf klassifizierten Daten Vorhersagen über den Urheber der Werbemittel treffen kann, wurde der Prototyp auf dem Google AdManager als einer der größten Onlinewerbe-Plattformen weltweit aufgesetzt.

Zur Klassifikation der Werbemittel sollte die KI folgende Schritte ausführen

- → Automatische Prüfung aller aktuellen und neuen Werbemittel im Google AdManager mit einer Metadaten- und Bildanalyse
- → Automatisches Blockieren fragwürdiger Werbemittel im Google AdManager

Lösung

Bei der Umsetzung stieß das Team jedoch schnell auf eine Schnittstellenproblematik, durch die sie die benötigten Daten nicht automatisiert aus dem Google AdManager auslesen konnten. Da auch ein persönliches Meeting mit Google keine Lösung erbrachte, programmierte das Team kurzfristig einen eigenen Bot und bewies damit Flexibilität und Lösungsorientierung. Anschließend konnte es richtig losgehen: Daten sammeln und bereinigen, die KI damit trainieren, die Ergebnisse überprüfen und damit den Algorithmus verbessern. Am Ende der dreimonatigen Entwicklungsphase stand ein sehr zuverlässiger Prototyp, der in den 2000 Testdaten betrügerische Anzeigen zu 95% korrekt identifiziert; gleichzeitig aber so wenig wie möglich vertrauenswürdige Werbung fälschlich blockiert.

Über uns

nextMedia.Hamburg ist die Standortinitiative der Hamburger Medien- und Digitalwirtschaft.

In einem starken Netzwerk mit Partnern aus der Medien- und Digitalwirtschaft, mit Start-ups, Institutionen, Hochschulen, mit individuellen Medien-macher*innen und Innovationstreiber*innen versteht sich nextMedia. Hamburg als Knotenpunkt. Die Standortinitiative ist das europaweit größte und diverseste Netzwerk dieser Art.

nextMedia.Hamburg hat sich zum Ziel gesetzt, Hamburgs Spitzenposition als Medien- und Digitalstandort weiter auszubauen und sichtbar zu machen.

Kernaufgabe ist die Förderung und Unterstützung neuer, zukunftsfähiger Geschäftsmodelle an der Schnittstelle von Content und Technologie. Der Fokus liegt auf Innovationen, die sich aus der Digitalisierung und der damit verbundenen Konvergenz der Medienmärkte ergeben (z.B. aus Presse und Rundfunk, Werbung, Musik, Games, Film, Buch und Software). Dafür entwickelt nextMedia regelmäßig neue Programme.

Kontakt

Marc Eppler
Partner- & Programmmanager
T +49 40/879 7986 127
Marc.Eppler@
nextmedia-hamburg.de

Cigdem Aker
Programmmanagerin
T +49 40/879 7986 121
Cigdem.Aker@
nextmedia-hamburg.de

Impressum
Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH //
nextMedia.Hamburg
Hongkongstraße 5, 3. Boden, 20457 Hamburg

© Juli 2020

Vertreten durch:
Egbert Rühl (Geschäftsführer)
Kontakt:
E-Mail: redaktion@nextmedia-hamburg.de

Bleibt neugierig! Folgt uns auf den Sozialen Netzwerken oder abonniert unseren Newsletter:

next MEDIA.HAMBURG