

Mixed Reality im Livestream: Contentflow erhält 200.000 Euro Google-Förderung

Das Startup aus Berlin entwickelt im Rahmen der Förderung durch den „Google Digital News Innovation Fund“ eine Technologie, mit der Livestreaming-Videos mit interaktiven Mixed-Reality-Funktionen angereichert werden. Die Deutsche Welle ist Projektpartner.

Berlin, 8. August 2018 – Das Berliner Livestreaming-Startup Contentflow ist von der Google News Initiative für eine Förderung ausgewählt worden. Contentflow hatte sich gemeinsam mit seinem Projektpartner Deutsche Welle beworben. Das ausgewählte Projekt heißt „LiMeS: Livestreaming & Mixed Reality Management System“. Dabei handelt es sich um eine Technologie, bei der Mixed-Reality-Elemente in Livestreaming-Videos integriert werden. Das soll unter anderem neue Möglichkeiten für die Monetarisierung von Livestreams bieten.

Technologische Innovationen im Journalismus

Contentflow und Deutsche Welle erhalten eine Förderung in Höhe von 200.000 Euro für LiMeS. Mit dem Digital News Innovation Fund (DNI) fördert Google seit 2015 technische Innovationen im Journalismus. Die aktuelle Auswahl an geförderten Projekten ist bereits die fünfte Runde des DNI. Alleine in dieser Runde werden 98 Projekte in 28 europäischen Ländern mit insgesamt 21,2 Millionen Euro gefördert. 820 Projekte hatten sich beworben.

Einfachere Werbemöglichkeiten in Livestreams

LiMeS soll mehrere Probleme lösen. Eines der wichtigsten ist, wie Verlage und Rundfunkanstalten ihre Livestreams besser monetarisieren können. Mit Contentflow haben Verlage, Sender sowie Werbetreibende eine weitreichende SaaS-Technologie zur Bearbeitung und Vermarktung von Livevideo-Content. Bisher sind sie häufig

noch sehr abhängig von Plattformen wie YouTube oder Facebook und haben selber keine wirksamen Möglichkeiten, Einnahmen zu erzielen.

Werbung mit automatisierter Gesichts- und Objekterkennung

Über LiMeS wird eine weitere Informationsebene in den Livestreams angeboten. Über eine Gesichts- und Objekterkennung werden live Gegenstände und Personen erkannt. Werbende Unternehmen können so beispielsweise ihre Werbung automatisch ausspielen lassen, wenn eine bestimmte Person im Livestream angezeigt wird, die zu ihrem Image passt. Das gleiche gilt für Gegenstände: Wenn im Livestream zufällig eine Orange gezeigt wird, könnte ein Saffhersteller seine Werbung einbinden.

Das zweite Problem, welches LiMeS angeht, ist, dass nicht alle Livestreams genügend Engagement erzeugen. Während Livestreams zum Beispiel von Sportereignissen viel Aktion bieten und Zuschauer mitreißen, sind Podiumsdiskussionen häufig sehr statisch. Indem Informationen zur Diskussion automatisch eingespielt werden, können die Zuschauer stärker beteiligt werden. Beispielsweise können sie im Livestream befragt werden und ihre Meinung abgeben.

Die Entwicklungsphase von LiMeS ist zunächst auf ein Jahr festgelegt.

„Wir freuen uns natürlich riesig über die Förderung von Google“, sagt Gregor Landwehr, COO von Contentflow. „Das gibt uns jetzt den nötigen Rückhalt, um an dieser auch für uns neuen Technologie zu arbeiten. Wir wollen damit das Format Livestreaming neu definieren und so für die Zuschauer Mehrwerte bieten sowie Journalisten neue Möglichkeiten eröffnen.“

Über Contentflow

Contentflow ist ein Startup und hat sich auf Software für Livestreaming spezialisiert. Mit der selbstentwickelten SaaS-Lösung deckt Contentflow alle Aspekte der Live-Kommunikation ab. Zu den deutschen Kunden des Unternehmens gehören die Funke Medien Gruppe, die Messe Berlin, die Online Marketing Rockstars und die Tagesschau. In den USA setzen Kunden aus dem Entertainment-Bereich und dem Esport auf die Lösung. Mehr Informationen: [contentflow.org](https://www.contentflow.org)