

So verändert

Technologie

die Betrachtungsweise

ANGEWANDTE KI | MEDIEN UND UNTERHALTUNG

Globant 

Die KI erfindet die Kunst des Geschichtenerzählens

die Art und Weise, wie wir Geschichten
erstellen und konsumieren.

INTRO

Die Kunst des Geschichtenerzählens

Geschichten verbinden Menschen. Sie sagen uns, woher wir kommen und wer wir sind. Sie inspirieren zu Verbindung, Erkundung und Neuerfindung.

Die amerikanische Schriftstellerin und politische Aktivistin Muriel Rukeyser sagt:

„Das Universum besteht nicht aus Atomen.

Es besteht aus Geschichten.“

Geschichten gibt es überall. Kuratierte Geschichten über das persönliche Leben, Produkte, Dienstleistungen, Marken und Organisationen im Internet, in den sozialen Medien und auf Videoplattformen füllen unsere Welt.

Jeden Tag:

500 Millionen Menschen
nutzen Instagram Stories

Auf YouTube werden
1,5 Milliarden Videos
angesehen und etwa **3,7 Millionen neue Videos**
werden hochgeladen.

Die Menschen teilen
3,5 Milliarden Snaps auf Snapchat, **2,45 Milliarden**
Inhalte auf Facebook und **499,97 Millionen Tweets**
auf Twitter.

Wir sind sowohl Schöpfer als auch begeisterte Konsumenten von Geschichten. Personalisierte und interaktive Erlebnisse haben die Akzeptanz von Geschichten durch die Demokratisierung der Kreativwirtschaft erhöht. Geschichtenerzähler sind mit Aktivitäten in Streaming-Video, Spielen und sozialen Medien überall anzutreffen.

Heute leben wir in einem Zeitalter, in dem alles zu einer Geschichte wird. Denn digitalisierte Geschichten sind nach wie vor das wichtigste Mittel für das Publikum, um mit Freunden in Kontakt zu treten und neue Gemeinschaften zu entdecken und aufzubauen. Die Möglichkeiten und Kanäle für den Konsum sind dabei zahlreich.

Unser Gehirn liebt Geschichten. Wenn Sie Anekdoten in geteilte Informationen einbeziehen, ist es

60 % wahrscheinlicher,

dass sich Ihr Publikum an sie erinnert.

Das Erzählen von Geschichten ist ein wesentliches menschliches Element, das sich auf unser Wissen, unsere Überzeugungen, unser Verhalten und unser Verständnis auswirkt. Durch Geschichten wird an unsere Emotionen, unsere Neugierde und unsere Vorstellungskraft appelliert.

Die Macht des Geschichtenerzählens kann den Wert von Produkten sogar um bis zu **2.706 %** erhöhen und die Wahrscheinlichkeit, dass sich Menschen an eine auf einer Geschichte basierende Statistik erinnern, um das 22-Fache steigern.

Fähigkeiten des Geschichtenerzählens sind zunehmend auf dem Radar von Unternehmen. So investieren **über 20 % der Unternehmen** mehr in Videoinhalte, um die Strategien des Geschichtenerzählens für ihre Marke zu verbessern.

Technologie treibt das Ökosystem des Geschichtenerzählens an und ist nach wie vor die treibende Kraft für das Wachstum in der Medien- und Unterhaltungsbranche.

Die Größe des globalen Medien- und Unterhaltungsmarktes für KI wird **bis 2030 voraussichtlich 99,48 Mrd. US-Dollar erreichen. Vor 2022 bis 2030 wird dabei die kumulierte jährliche Wachstumsrate bei 26,12 %** liegen. Dies bestätigt die langfristigen Auswirkungen auf den Sektor auf mehreren Ebenen.

Künstliche Intelligenz (KI) hat eine neue Art und Weise für Publikum und Unternehmen geschaffen, Medien und Unterhaltung zu erleben, indem sie KI-gestützte Tools zur Erstellung von Inhalten in ihr Leben einbeziehen, was zu höherer Effizienz, besserer Qualität und größerer Kundenbindung führt.

Heute spart generative KI den Vermarktern mehr **als 3 Stunden** für einen einzigen Inhalt, und 67 % nutzen KI, um die Erstellung von Inhalten zu beschleunigen, schneller zu schreiben, schneller zu recherchieren oder sogar Ideen zu generieren.

Von jetzt an bis zum Jahr 2025 wird das **weltweite Datenaufkommen** auf mehr als 180 Zettabyte ansteigen. KI und ML werden bei der Aufbereitung dieser Daten eine wichtige Rolle spielen.

Wie wirkt sich die KI auf die Art und Weise aus, *wie wir Geschichten erschaffen?*

Medien- und Unterhaltungsunternehmen geben Beträge in Milliardenhöhe für Inhalte aus. Die KI beschleunigt und steigert die Produktion von Inhalten, indem sie manuelle Arbeit und den zeitlichen Aufwand reduziert. Automatisierte Inhalte verändern die Art und Weise, wie Medienplattformen ein Publikum schaffen und mit ihm interagieren.

Studios können die *Entwicklung von Inhalten mithilfe von maschinellem Lernen (ML)* und KI-Algorithmen automatisieren, um Videountertitel zu generieren, Charaktere zu erstellen, Audio zu produzieren, natürliche Sprachverarbeitung (NLP) zu nutzen und Text zu analysieren.

Aufgrund dieser neuen Konzentration auf die Automatisierung der Inhaltserstellung wird der Markt für KI-Schreibassistentensoftware bis 2030 voraussichtlich **6.464,31 Mio. US-Dollar erreichen**. Von 2023 bis 2030 wird dabei die kumulierte jährliche Wachstumsrate bei 26,94 % liegen. Der globale KI-Video-Generator-Markt wird voraussichtlich von **411,5 Mio. US-Dollar im Jahr 2022 auf 1.082,7 Mio. US-Dollar im Jahr 2027 mit einer kumulierten jährlichen Wachstumsrate von 17,5** wachsen.

Zwölf Prozent der Unternehmen nutzen bereits KI für die Erstellung von Inhalten. Blogger, die KI als Werkzeug nutzen, verbringen zudem etwa **30 % weniger Zeit mit dem Schreiben eines Blogbeitrags**.

Mehrsprachige Geschichten

Textübersetzungen sind kostspielig und zeitaufwendig. Sofortige Übersetzungen können sich auf die Reichweite, Relevanz und Akzeptanz aller Arten von Inhalten auswirken, einschließlich der Veröffentlichung, und die Markteinführungszeit beschleunigen.

Musikalische Geschichten

Die KI hat die Musikindustrie durch Originalkompositionen, intelligente Vokalsynthesen mit Spracherkennungstechnologie, KI-generierte Achtsamkeits-Ambient-Musik, die Generierung von rechtefreier Musik für Content-Ersteller und automatisierte Mashups oder Mixes beeinflusst.

Kreative KI ist eine der bahnbrechendsten Technologien. Unabhängige Forscher und große Technologieunternehmen wie Google und ByteDance haben mehr als zehn KI-Modelle für Musik entwickelt, die es den Nutzern ermöglichen, innerhalb von Sekunden personalisierte Tracks zu erstellen, indem sie einfach eine Texteingabe machen.

Der Markt für generative KI in der Musikindustrie wird bis 2032 voraussichtlich 2.660 Mio. US-Dollar erreichen.

Geschichten im Film

„**The Safe Zone**“ wurde im Dezember 2022 veröffentlicht und war der erste von KI geschriebene und inszenierte Film, der mit ChatGPT von Open AI erstellt wurde. Die KI war an jedem Schritt des Films beteiligt, von der Entwicklung der Story-Ideen und des Drehbuchs bis hin zur Festlegung der Kameraposition, der Besetzung, der Beleuchtung, der Mimik und des Kostümdesigns.

Der Film bewies, dass die KI das Schreiben und die Produktion beschleunigen und gleichzeitig die menschliche Arbeit ergänzen kann. Ironischerweise erforscht der per KI geschriebene Film eine Welt, in der die KI die Herrschaft übernommen hat.





Charaktere der Geschichte

Animationsdienste sind teuer und zeitaufwändig. Die KI kann jedoch die Bereitstellung beschleunigen und eine individuelle Anpassung ermöglichen, wie z. B. Charakteranimationen mit personalisierten Botschaften und mehreren Sprachoptionen, die durch Motion-Capture-Technologie verbessert werden.

Die Demokratisierung der Inhaltserstellung

Nutzergenerierte Inhalte können per KI schnell und einfach erstellt werden, indem Produktionen mit geringerer Auflösung auf 8K hochskaliert werden, ohne dass sie ursprünglich in diesem Format aufgenommen wurden. Ersteller können das Video in Echtzeit in Konvertierungsgeräte einbetten oder es für die Nachbearbeitung in Studios verwenden, da maschinelles Lernen fehlende Farben und andere Informationen auf der Grundlage von Umgebungspixelanalysen oder Bild-zu-Bild-Vergleichen ergänzt.



Schutz der Geschichte

Die KI kann Urheberrechtsverletzungen erkennen und verhindern – ein Problem, das durch soziale Medien noch verschärft wird. **YouTube's Content-ID** verwendet maschinelles Lernen, um urheberrechtlich geschützte Inhalte zu identifizieren, sodass die Rechteinhaber ihre Eigentumsrechte geltend machen, Einnahmen erzielen oder die Inhalte entfernen können. Im Jahr 2022 wurden „**99 % der an YouTube übermittelten Urheberrechtsansprüche** durch das Content-ID-Tool der Plattform identifiziert.“

Die KI ist entscheidend, um den Zugang zu ungeeigneten Inhalten zu beschränken und Kinder und Jugendliche zu schützen. Mithilfe von Zuschauerkategoriebewertungen können die Fernsehveranstalter verhindern, dass solche Inhalte von Personen außerhalb des zulässigen Alters gesehen werden. Dies ist sowohl für die Plattformen als auch für die Konsumenten von Vorteil, da so junge Menschen vor anstößigem Material geschützt werden.



Das Interesse der Verbraucher am Streaming von Videospiele wächst rasant und stellt einen Wirtschaftszweig von 9,3 Milliarden US-Dollar pro Jahr dar.

Die Schaffung eines reaktionsschnellen und anpassungsfähigen Spielablaufs ist eines der Ziele der Spielebranche. Die KI hilft dabei in zwei Kategorien: deterministische KI, die Entscheidungsbäume verwendet und auf vorprogrammierte Ergebnisse beschränkt ist, und generative KI, die ständig lernt, sich verändert und als Reaktion auf Benutzereingaben neue Inhalte produzieren kann.



Die KI ermöglicht die Lokalisierung von Spielen, die für verschiedene Märkte entwickelt wurden, indem sie Sprachen, Akzente, Währungen, Bilder und Gebräuche einbezieht und so das Spielerlebnis weiter personalisiert. Einige Tools, wie z. B. Stability AI, erstellen erstaunliche Bilder innerhalb von Minuten oder Stunden, und Scenario ermöglicht es Spieleentwicklern, ihre Bildgeneratoren auf der Grundlage der spezifischen Ästhetik ihrer Spiele zu erstellen.



Daniel Muhlrاد

VP für Technologie
bei Globant,
**Tech-Podcast ohne
Drehbuch**

”

KI verbessert nicht nur bessere Lösungen, z. B. Vorhersagemodelle, bessere Konversationsschnittstellen, sondern wirkt sich auch direkt auf die Art und Weise aus, wie wir programmieren, schreiben oder Software mit Hilfe verschiedener Tools erstellen“

Wie wirkt sich die KI auf *die Art und Weise aus, wie wir Geschichten konsumieren?*

KI ermöglicht es, das Verhalten des Publikums vorherzusagen und Bedürfnisse, Vorlieben und Wünsche zu sammeln, zu analysieren und zu antizipieren. KI-Tools wie Dialogfunktionen, visuelle Erkennung, Stimmungsanalyse, Einblicke in die Persönlichkeit und Tonanalyse verschaffen den Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil. Dadurch erhalten Medienunternehmen die Möglichkeit, genaue Inhaltsempfehlungen zu generieren, die Engagement-Raten zu erhöhen und ihre Nutzerbasis zu erweitern.

Streaming-Dienste nutzen KI, um die Streaming-Qualität zu verbessern und personalisierte Inhaltsempfehlungen zu geben.

Das perfekte Beispiel ist der KI-gesteuerter Fokus von Netflix auf Personalisierung durch sein Empfehlungssystem, das fast

80 % der Inhalte beeinflusst.

Schätzungen zufolge sparen seine Algorithmen jährlich 1 Milliarde US-Dollar durch Kundenbindung.

Mithilfe von KI können Plattformen zudem die Nutzernachfrage nach Zeit und Ort vorhersagen, sodass Inhalte an strategischen Serverstandorten in der Nähe der Abonnenten platziert werden können und das Streaming von Videos in hoher Qualität während der Stoßzeiten ermöglicht wird.

Mit monatlich etwa 232,5 Millionen kostenpflichtigen Abonnements sorgt Netflix mithilfe von KI zur Vorhersage der zukünftigen Abonnentenzahl für reibungsloses Streaming auch bei langsameren Internetverbindungen.

Der Einsatz von KI zur Verarbeitung von Daten

ist der Weg zu einer besseren
Bindung und Einbindung des
Publikums.

Wie wirkt sich die KI auf *die Art und Weise aus, wie wir Geschichten konsumieren?*

Die KI kann die Kosten für die Kundenakquise um bis zu 50 % senken und Marketinginitiativen verbessern, indem veraltete oder unwirksame Daten eliminiert werden.

Mit dieser Entwicklung Schritt zu halten, ist jedoch eine Herausforderung. Denn die Tiefe und Breite der gesammelten Daten wächst und ändert sich schneller als je zuvor, da die Verbrauchergewohnheiten fragmentiert und unbeständig sind. Unstrukturierte Daten machen **mehr als 80 %** aus, was zum Verlust wertvoller Geschäftsinformationen führen kann.



Senn Moses

Geschäftsführer,
Medien- und
Unterhaltungsstudio
bei Globant

“ KI kann bei der Gewinnung von Abonnenten und Zuschauern sowie bei der Aufrechterhaltung und Kontinuität der Einschaltquoten helfen. Das ist eines der wichtigsten Dinge, die KI bieten kann: eine Möglichkeit, die eingehenden Daten zu monetarisieren, diese Abonnenten zu verwalten und mehr Abonnenten zu gewinnen.“

Die Generierung von prädiktiven und präskriptiven Schlussfolgerungen durch die schnellere Durchsicht großer Datenmengen, um Erkenntnisse zu gewinnen und deren Wert richtig zu nutzen, automatisiert den ressourcenintensiven und subjektiven Prozess der Datierung von Veröffentlichungen für Inhalte zur Vermarktung.



Wie wirkt sich die KI auf *die Art und Weise aus, wie wir Geschichten konsumieren?*

Für standortbezogene Unterhaltung und um Innovationen im Bereich der Kundenerfahrung voranzutreiben, optimiert **die KI virtuelle Parkdesigns und analysiert operative Herausforderungen für Architekten und Designer**. Es personalisiert das Erlebnis der Gäste mit Empfehlungen und Reservierungen, wie zum Beispiel **Genie Plus von Disney**. Es erhöht die Sicherheit durch die Integration in Fahrgeschäfte, die Überwachung von Menschenmengen und die Planung der Lebensmittelsicherheit und passt sogar die Parameter der Fahrgeschäfte an die körperlichen Fähigkeiten an.

Darüber hinaus kann KI durch AR/VR bei der Entwicklung personalisierter Fahrerlebnisse unterstützen, die sich auf der Grundlage individueller Kundenwünsche ständig verändern und anpassen.

Die Spieleindustrie profitiert beispielsweise von der Integration von KI in Spieldesign, Tests, Sprache und Lokalisierung. **Die KI kann das Spielerlebnis verbessern, indem sie das Verhalten der Spieler analysiert, um das Leveldesign zu optimieren, die Spielmechanik auszubalancieren und Bugs zu beheben**. Natürliche Sprachverarbeitung (NLP) verbessert die Dialoge im Spiel und erstellt intelligenter NPCs (**nicht spielbare Charaktere**). Es wird ein signifikanter Einfluss der KI erwartet, da das globale Wachstum des **Marktes für generative KI im Gamingbereich** bis 2032 auf einen zusätzlichen Umsatz von 7.105 Mio. US-Dollar hindeutet.

Prognosen zufolge wird die KI bis 2025 95 % der Kundenerfahrungen steuern, und weltweit werden 15 % der Kundendienstinteraktionen von der KI unterstützt werden.

Was kommt als Nächstes?

Die Zukunft der KI in Medien und Unterhaltung

Die KI bietet innovative, kreative Möglichkeiten, da sie weitere Chancen für das Geschichtenerzählen eröffnet, die in neuen technologischen Bereichen wie dem Metaversum oder selbstfahrenden Autos zum Tragen kommen, wo Unternehmen versuchen werden, immersive, personalisierte und interaktive Erfahrungen zu schaffen.



Pablo Peranzola

Globaler
Vizepräsident für
Technologie bei
Globant

„Es geht nicht mehr nur um das Fahren, sondern darum, wie ich unterhalten werde? In diesem Fall können VR und immersive Erlebnisse eine perfekte Lösung sein und neue Nutzererfahrungen und Einnahmequellen bringen.“

Die KI verbessert das Geschichtenerzählen und den Konsum von Geschichten, ist aber lediglich ein Werkzeug, das von der Kreativität des menschlichen Geistes abhängt.

„Die große Idee ist ein menschliches Geistesprodukt, aber wie wird sie hervorgehoben, präsentiert, geschaffen oder produziert? Ich denke, genau das ist die Herausforderung, die die KI für den kreativen Menschen darstellt. Wie kann ich KI am besten nutzen?“ - Senn Moses, Geschäftsführer, Medien- und Unterhaltungsstudio bei Globant

So kann Globant *helfen*

Die Beratungs- und Technologieteams von Globant verfügen über eine konsolidierte Erfolgsbilanz bei der Bereitstellung von umfassendem Fachwissen, das einige der größten Medien- und Unterhaltungsmarken der Branche vorangebracht hat.

GeneXus, Augoor, MagnifAI und Navigate sind die KI-Lösungen von Globant, die Unternehmen bei der Integration von KI-Funktionen unterstützen, um einen strategischen Mehrwert zu erzielen und die Produktivität, Leistung, Marktflexibilität und Anpassungsfähigkeit von Technologien zu maximieren.

Unser **Metaverse Studio** ermöglicht es Kunden, **nahtlos in digitale Räume** einzutreten, wie bei DIRECTV und in verschiedenen virtuellen Online-Welten, um ihre Markenpräsenz, ihr Angebot und ihre Kreativität zu stärken und zu erweitern. Unser **Sports Reinvention Studio** nutzt KI und Gamification für Streaming, intelligente Veranstaltungsorte und datengesteuerte Lösungen. Wir arbeiten mit **den größten Namen im Sport** zusammen und erfinden das Fanerlebnis neu.

Das Wissen von Globant ermöglicht es Unternehmen, eine KI-Mentalität zu integrieren und erfolgreich zu nutzen.

Über Globant

Als nativ digitales Unternehmen unterstützen wir Organisationen dabei, sich neu zu erfinden und neues Potenzial freizusetzen. Wir setzen den richtigen Maßstab für Innovation, Entwicklung und Technik.

- Mit über 27.000 Beschäftigten in 25 Ländern auf 5 Kontinenten arbeiten wir unter anderem für Unternehmen wie Google, Electronic Arts und Santander.
- Der Bericht von IDC MarketScape bewertet uns als weltweit führend in Dienstleistungen zur Verbesserung der CX.
- Harvard, MIT und Stanford haben uns ebenfalls zu Fallstudien herangezogen.
- Wir sind Mitglied bei The Green Software Foundation (GSF) und Cybersecurity Tech Accord.

Weitere Informationen finden Sie auf www.globant.com

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Dieser Bericht dient nur zu Informationszwecken und basiert auf öffentlich zugänglichen Informationen. Alle Informationen stammen aus Quellen, die wir für zuverlässig halten. Jedoch übernehmen weder Globant noch seine verbundenen Unternehmen, Direktoren, leitenden Angestellten oder Bevollmächtigten die Gewähr für ihre Richtigkeit oder Vollständigkeit.

Es wird weder eine ausdrückliche noch eine stillschweigende Zusicherung oder Gewährleistung in Bezug auf die Vollständigkeit, Genauigkeit, Aktualität oder Eignung der in diesem Bericht enthaltenen Informationen und Daten gegeben. Globant haftet in keinem Fall für direkte, indirekte, beiläufige und besondere Schäden, Folgeschäden oder exemplarische Schäden oder Verluste (einschließlich, aber nicht beschränkt auf entgangenen Gewinn), die sich direkt oder indirekt aus der Verwendung der in diesem Bericht enthaltenen Informationen oder aus dem Vertrauen auf diese Informationen ergeben oder ableiten. Alle in diesem Bericht enthaltenen Informationen können von Globant ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Der Nachdruck oder die Vervielfältigung dieses Berichts – auch auszugsweise – erfordert die vorherige schriftliche Genehmigung von Globant. Alle Inhalte, Texte, Bilder, Daten, Informationen und andere dargestellte Materialien, einschließlich aller Markenzeichen oder Urheberrechte von Globant, sind Eigentum von Globant oder des jeweiligen Eigentümers und sind durch die geltenden Gesetze geschützt.

Globant 