

Media Lab Bayern Demo Day: Startup „The Buzzard“ erhält Funding der Google Digital News Initiative

München, 6. Juli 2017: Fünf Medien-Startups präsentierten beim Demo Day des Media Lab Bayern ihre Lösungen für die Zukunft des Journalismus. Ein halbes Jahr hatten die Teams im Startup-Fellowship an ihren Produkten gearbeitet. Das Startup „The Buzzard“ konnte dabei einen großen Erfolg verkünden: Sie wurden von der Google Digital News Initiative für ein Funding in Höhe von 50.000 Euro ausgewählt. Zeitgleich mit dem Demo Day feierte das Media Lab Bayern die Einweihung der neuen Büroräume im Münchner Osten, in die das Media Lab gemeinsam mit dem MedienNetzwerk Bayern und den Medientagen München gezogen ist.

Einen Prototypen entwickeln und eine Anschlussfinanzierung erhalten, diese zwei Ziele sollen die Teams im Fellowship des Media Lab Bayern idealerweise erreichen. Gleich beide hat das Startup „The Buzzard“ geschafft. Sie sind unter den unterstützten Projekten der Digital News Initiative, die Google heute verkündete. Das Team um Felix Friedrich und Dario Nassal erhält nun 50.000 Euro, um ihr Produkt weiterzuentwickeln. In den letzten sechs Monaten hat das Team im Media Lab Bayern das Konzept für den weltweit ersten politischen Meinungsnavigator und Filterblasen-Burster [„TheBuzzard.org“](http://TheBuzzard.org) ausgefeilt und an 800 Prototyp-Nutzern erfolgreich getestet. Anfang Juni launchten sie ihre Online-Plattform, auf der den Usern Meinungen abseits des Mainstream zu politischen Themen empfohlen werden. Das Resultat nach vier Wochen im Netz: 3.500 Nutzer und mehr als 20.000 Seitenaufrufe zu Themen wie „Sollte man Assad unterstützen?“ oder „Wie gefährlich ist Nordkorea?“. „Mit dem Funding der Google DNI wollen wir testen, ob unsere journalistische Arbeit als Kuratoren auch der Computer mit Hilfe von künstlicher Intelligenz übernehmen kann. Damit könnten wir dann europaweit Leser in verschiedenen Sprachen erreichen.“ The Buzzard war gemeinsamer Fellow vom Media Lab Bayern und dem Vocer Innovation Medialab.

Das Startup „Pictor“ stellte beim Demo Day den neuesten Stand ihrer Access- und Asset-Management Software für Fotografie und bildbasierte Medien vor. Während der sechs Monate im Media Lab konnte das Team um CEO Claudio Ricci deren Nutzerstamm auf knapp 10.000 User anheben, seine Umsätze steigern und neue Geschäftskunden akquirieren. „Durch die regelmäßigen

Coachings haben wir unsere Vision konkretisiert, was entscheidend für unser weiteres Vorgehen war und ist. Derzeit sind wir in Kontakt mit einigen sehr interessierten Investoren für die Seed Runde und stehen kurz vor einer Einigung“, so Ricci. Sobald die Finanzierung für die nächsten 12-18 Monate gesichert ist, will das Team sich voll auf die Produktentwicklung konzentrieren. Seit Start des Fellowships ist Pictor um vier Mitarbeiter auf zehn Personen gewachsen. Pictor erhielt im Media Lab Bayern das Partner-Fellowship vom Red Bull Media House. Das Media House finanzierte das Prototyping-Budget des Teams und stand Pictor über die sechs Monate beratend zur Seite.

Das Startup „Wafana“ der beiden Journalistinnen Johanna Wild und Ursula Trischler hat sich dem Kampf gegen Fake-News verschrieben und ist Experte für die Verifizierung von Social-Media-Inhalten. Das Team lernte sich im Media Entrepreneurship Program des Media Lab Bayern kennen und hat in den vergangenen sechs Monaten ein Seminarprogramm für Redaktionen aufgebaut. „Während des Fellowships konnten wir uns tief in alle verfügbaren Verifikationstools einarbeiten und uns einen Status als deutsche Verifikationsexperten aufbauen. Ohne die Media Lab-Unterstützung hätten wir das in so kurzer Zeit sicher nicht geschafft. Wir haben mit allen relevanten deutschen Redaktionen Interviews zu ihrer derzeitigen Verifikationspraxis geführt, eine umfassende Marktübersicht gewonnen und einen großen Mangel an Know-How festgestellt. Daraufhin haben wir ein Fortbildungskonzept ausgearbeitet, das perfekt auf die Bedürfnisse der Redaktionen abgestimmt ist. Unser Verifikations-Tagesseminar wird seit dem Frühjahr sehr gut gebucht“, sagt Johanna Wild. Langfristig plant das Team, die erste Nachrichtenagentur für verifizierte Social Media-Inhalte im deutschsprachigen Raum aufzubauen.

Das Startup „Personiq“ ist eine Plattform, auf der Nutzer ihre Daten individuell steuern und kontrollieren können. Der User kann so selbst entscheiden, ob und mit wem er seine persönlichen Informationen teilen möchte. CEO Sebastian Wolfsteiner kann gleich mehrere Erfolge in der Fellowship-Zeit auflisten: „Das 6-monatige Programm hat uns als technologiegetriebenes Unternehmen geholfen, mehr über die Medienindustrie zu erfahren, Dynamiken und klare Probleme der Branche zu verstehen. Wir konnten unser Team um zwei Personen verstärken, haben uns ein Investment sichern und zwei Pilotprojekte akquirieren können. Zusätzlich sind wir durch das Media Lab Teil des Future Media Lab der EMMA geworden und können unser Projekt auf europäischer Ebene vorstellen.“ Personiq testet seine Lösung nun aktuell für verschiedene Branchen aus.

Auch „Mashtag“ konnte seine Lösung in den letzten sechs Monaten erheblich optimieren. Der automatische Content-Lieferant und intelligenter Redaktionsassistent kennt die Social-Media-Follower der Redaktionen und schlägt dem Newsroom automatisch Content vor, der aktuell online diskutiert wird. Durch die Anpassung auf die eigene Zielgruppe kann Mashtag so zu mehr Reichweite verhelfen. Die Zeit im Media Lab nutzte Mashtag unter anderem dazu, den Markt zu erschließen und die Lösung technisch auszureifen.

Die fünf Teams waren die dritte Gruppe an Startups, die das Media Lab Bayern gefördert hat. „An den Fortschritten der Teams sieht man sehr gut, dass unsere Förderung und enges Coaching die Teams ganz praxisnah weiterbringt. Dass eines der Teams nun durch die Google DNI zu den

innovativsten Projekten gewählt und eine Anschlussförderung bekommen hat, ist ein schöner Erfolg sowohl für The Buzzard, als auch unser Programm.“

Das nächste Media Startup Fellowship läuft von Januar bis Juni 2018. Auch in der vierten Runde 2018 werden zwei Partner-Fellowships vergeben. Neben dem Red Bull Media House, das das Lab ein zweites Mal unterstützt, sind auch die Südwestdeutsche Medienholding und die Süddeutsche Zeitung mit eingestiegen – mit einem ganz aktuellen Thema. Im Rahmen des Fellowships können sich Teams beim Media Lab Bayern bewerben, die „Werbung besser machen“ wollen. „Wir freuen uns sehr, mit der SMWH und SZ jetzt zwei so renommierte Partner mit einem der spannendsten Themen der digitalen Medien dabei zu haben“, sagt Lina Timm, Leiterin des Media Lab. Die Bewerbungsphase läuft ab jetzt bis Ende Oktober.

Pressekontakt

Media Lab Bayern

Lina Timm lina.timm@blm.de

www.medialab-bayern.de

fb.com/medialabbayern

@medialabbayern

Über Media Lab Bayern

Das Media Lab Bayern fördert digitale Innovation in der Medienbranche. Als Inkubator hilft das Media Lab Talenten und Teams, ihre eigenen Journalismus- und Medienprojekte von der ersten Idee bis zur Gründung eines Startups aufzubauen. Das Media Lab Bayern ist eine Einrichtung der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und wird gefördert vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie.

Kernprogramme des Media Lab Bayern sind das „Media Entrepreneurship Program“ und das „Media Startup Fellowship“. Im „Media Entrepreneurship Program“ lernen die Teilnehmer Methoden wie Design Thinking und Lean Startup und wenden sie auf eigene Projektideen an. Das „Media Startup Fellowship“ baut darauf auf: Teams mit validierter Idee können hier in vier Monaten ihren Prototypen entwickeln, ein Geschäftsmodell aufsetzen und ihr Startup gründen. Das Media Lab bietet dafür Business-Coaching und Workshops sowie den Zugang zu Medien-Mentoren und Partnern. Die Teams erhalten zusätzlich Büroräume und 10.000 Euro Prototyping-Budget. Innovation fördert das Media Lab Bayern aber auch mit Hackathons, Barcamps, Meetups und Konferenzen, auf denen sich digitale Vordenker aus Journalismus, Development und Design austauschen und vernetzen können.

Mehr Infos unter www.medialab-bayern.de