

TNO Case voor de Media Future Week

7 – 10 mei 2012, Almere

Titel

“MEE BV: Commerciële exploitatie van de Metadata Extraction Engine”

Aanleiding

Media, en video in het bijzonder, maken de laatste jaren een snelle en revolutionaire ontwikkeling door. Oorzaken zijn divers, maar drie springen er uit. Ten eerste heeft technologie bewezen veel van de processen van de mediacreatie, distributie en consumptie sneller en goedkoper te maken. Ten tweede zijn verwachtingen van het publiek over de beschikbaarheid van de media uitgegroeid tot het punt dat mensen overal video consumeren en content uitwisselen; elke dag en zowel in hun persoonlijke als professionele leven. Ten derde introduceren bedrijven en andere organisaties voortdurend nieuwe innovaties die de (toekomstige) toegankelijkheid van media vormgeven. YouTube (waar tientallen uren video per minuut worden geupload) is een van die spelers. Maar ook Wikipedia, Uitzending Gemist, Google TV, Facebook, Peer2Peer technologie etc. hebben grote invloed op de manier waarop video in de toekomst geconsumeerd zal worden.

Het aanbod aan audiovisuele content is enorm. Van zowel nieuw als ouder materiaal. Zo ligt in de Europese audiovisuele archieven meer dan 100 miljoen uur aan audiovisuele content opgeslagen en binnen grote digitaliseringsprogramma's komen miljoenen uren aan archiefcontent beschikbaar. Hergebruik van dit materiaal stijgt explosief, mede door de groei van het aantal manieren waarop de content geconsumeerd kan worden (mobiel, VoD, online, enz.).

Uit onderzoek door dienstverleners en contenteigenaren blijkt dat er vanuit de markt behoefte is aan op maat aangeboden videofragmenten. Met de huidige manier van het handmatig beschrijven (metadateren) van materiaal kan echter niet aan deze vraag voldaan worden. Het inzetten van automatische 'metadata extractie technologie' is daarom noodzakelijk. Nederlandse kennisinstellingen zijn wereldwijd toonaangevend in het ontwikkelen van techniek voor het doorzoekbaar maken van grote hoeveelheden digitale content. In relatief korte tijd zijn technieken zoals spraakherkenning, full text retrieval, semantisch web en recommendation-technologie volwassen geworden, en ook de technologie voor het detecteren van visuele concepten in video maakt grote sprongen vooruit.

In een gezamenlijk project hebben TNO, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Euvision, XMI, LexisNexis en CapGemini een platform ontwikkeld en gebouwd, dat door middel van audio-, tekst- en beeldanalyse audiovisueel materiaal automatisch metadateert en in fragmenten opdeelt. Een sterk punt van het platform is dat het informatie uit deze verschillende analysemodules integreert. Dit wordt multi-modal fusion genoemd en het leidt tot betere resultaten dan de inzet van enkel spraak-, beeld- of tekstanalyse. Het platform kan in de toekomst uitgebreid worden doordat er eenvoudig andere analysemodules kunnen worden toegevoegd. Met deze 'Metadata Extraction Engine' (MEE) kan archiefmateriaal worden gemetadateerd, maar hij kan (met een kleine vertraging) ook live uitgezonden radio- en televisiemateriaal verwerken.

Vraag

Stel dat je met je team een bedrijf mag oprichten dat het ontwikkelde MEE-platform gaat exploiteren. Op welke afnemers zou jij je dan in eerste instantie richten en met welke dienst(en)? Hoe zou je het businessmodel van jouw BV vormgeven? En welk groeipad zou je voor je onderneming uitstippelen?

Resultaat

Het resultaat van de case bestaat uit drie onderdelen:

1. Een lijst met potentiële Product Markt Combinaties voor MEE BV;
2. Een uitwerking van het Business Model van MEE BV, voor de meest interessante PMC;
3. Het door jullie team beoogde groeipad voor MEE BV.

CASE #MFW12

Toelichting

Ad 1. Maak een lijst van mogelijke MEE-diensten en de afnemers waarvoor deze interessant zouden zijn. Ga daarbij uit van de vraag in welke behoeften automatische metadatering voor deze gebruikers kan voorzien en welke content bronnen voor hen interessant zouden zijn. Denk daarbij niet alleen aan *value add* ('welke nieuwe diensten maakt MEE voor deze potentiële afnemers mogelijk?') maar bijvoorbeeld ook aan *cost drop* ('in hoeverre kan MEE potentiële afnemers helpen efficiënter te werken en hun kosten te verlagen?').

Ad 2. Werk het Business Model van MEE BV uit voor de PMC die jouw team het meest interessant acht voor de korte termijn. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld het Business Model Canvas zoals ontwikkeld door Alex Osterwalder en Yves Pigneur. Hierin komen de waardepropositie(s) die worden aangeboden en de klanten of klantgroepen die hiermee worden bediend aan bod, alsook de manier waarop deze waardeproposities tot stand komen en met welke partners daarbij wordt samengewerkt. Daarnaast wordt aandacht besteed aan het verdienmodel en aan de kostenstructuur.

Ad 3. Schets vervolgens het mogelijke groeipad voor MEE BV, voor de komende drie tot vijf jaar. Welke andere toepassingen of diensten zou je wanneer willen ontwikkelen, en op welke andere klantgroepen zou je je op termijn ook willen richten? En wat moet hiervoor geregeld worden? Een mogelijke leidraad vormen de groeistrategieën van Ansoff: marktpenetratie, productontwikkeling, marktontwikkeling en diversificatie. Denk bijvoorbeeld aan het toevoegen van sentimentanalyse, aan andere sectoren dan de mediasector, aan consumententoepassingen of aan het betreden van buitenlandse markten.

Voorbeelden

Binnen het project dat hiervoor is genoemd wordt op dit moment één usecase uitgewerkt. In deze usecase staat de zogenaamde RTV-monitor centraal, een informatiedienst voor zakelijke gebruikers. De RTV-monitor is een soort knipselkrant voor radio en TV, die gebruikers informeert wanneer en waar bepaalde onderwerpen op radio en televisie zijn geweest. Zij kunnen vervolgens het gevonden item rechtstreeks afspelen op hun PC of mobiel. De RTV-monitor zoekt in (recent) uitgezonden materiaal, maar kan ook realtime signaleren dat een bepaald onderwerp op radio of televisie is. Potentiële gebruikers zijn enthousiast: "Eindelijk één monitor waarin alle bronnen en vooral ook RTV worden geïntegreerd!"

Aanvullende informatie

- Het **Business Model Canvas** wordt behandeld in het boek Business Model Generation van Alex Osterwalder en Yves Pigneur. Informatie over het model is ruimschoots voorhanden op het internet. Daar is bijvoorbeeld een download van het betreffende hoofdstuk uit het boek te vinden (zoek op scholar.google.nl met de zoekterm 'Osterwalder Business Model Canvas').
- Ook over het **groeimodel van Ansoff** is op het internet veel informatie voorhanden. Zie bijvoorbeeld de site intermarketing.nl.

Contactinformatie

Hugo Gelevert, TNO

Telefoon: 06 511 894 49

E-Mail: hugo.gelevert@tno.nl