

XPLR: Media Report

01

Future-Proof: KI in Bayern



ZWISCHEN HANDWERK UND
HIGH-TECH – KÜNSTLICHE
INTELLIGENZ IM BEWEGTBILD

XPLR:
MEDIA
IN BAVARIA

Themen im Überblick

- 03** **Next Stop: KI** – Bayerns Medienbranche ist ganz vorne dabei
- 05** **Interview mit Bavaria Film über die Chancen von KI:** „Plötzlich werden Dinge möglich, die früher am Budget gescheitert wären.“
- 10** **KI für jeden Produktionsschritt – von der Idee zum Stream:** Wie KI die Bewegtbildproduktion verändert
- 12** **How to KI & Bewegtbild:** 5 Beispiele dafür, wie bayerische Unternehmen erfolgreich KI einsetzen
- 20** **Die Plattform des bayerischen Startups – mit WedaVinci Geschichten zum Leben erwecken:** KI-Videos im Buch- und Filmmarketing
- 24** **Ausblick:** Noch mehr KI!
- 25** **Über XPLR: MEDIA in Bavaria**
- 26** **Impressum**



Next Stop: KI – Bayerns Medienbranche ist ganz vorne dabei

Wer nur die Schlagzeilen verfolgt, kann leicht den Eindruck gewinnen, dass sich künstliche Intelligenz gerade zur Katastrophe für Film, Fernsehen, Streaming und Social Media entwickelt: Unerlaubte Deepfake-Videos von Prominenten kursieren. Schauspieler:innen und Synchronsprecher:innen sorgen sich vor Jobverlust. Studios müssen Urheberrechte einklagen. Und billige KI-Videoclips überfluten als „AI Slop“ Instagram und TikTok.

Das sind gravierende Probleme, die nicht verharmlost werden dürfen. Doch sie sollten nicht den Blick auf die großen Chancen verstellen, die generative KI gleichzeitig für die Bewegtbildbranche eröffnet – gerade an einem starken Standort wie Bayern. Dessen Unternehmen haben schon oft bewiesen, wie schnell sie digitale Technologien adaptieren und damit Mehrwert für ihr Publikum generieren können.

KI bildet dabei keine Ausnahme, wie wir mit diesem Report von XPLR: MEDIA in Bavaria zeigen wollen. Egal, in welchen Bereich der Bewegtbildbranche wir bei den Recherchen geschaut haben: KI hat längst die Phase des reinen Experimentierens verlassen. Die Technologie macht qualitativ hochwertige Film- und Videoproduktion

schneller und günstiger – und lässt genug Raum für die Kreativität und Expertise von Menschen, kommt ohne sie gar nicht aus.

Dadurch können auch hier in Bayern Produktionen umgesetzt werden, die früher aus Budgetgründen unmöglich gewesen wären. Bewegtbild wird außerdem „demokratisiert“, da es für ganz neue Anwendungsfälle erschwinglich wird.

Einige spannende Best Practices, innovative KI-Lösungen, Workflows und Strategien, die bayerische Unternehmen dafür entwickelt haben, sowie die Köpfe dahinter stellen wir vor: vom Interview mit dem Head of AI Solutions der Bavaria Film über ein Porträt des Startups WeDaVinci bis zu kurzen Fallstudien. Diese zeigen unter anderem den Einsatz von KI beim Bayerischen Rundfunk für historisches Reenactment und die neue zentrale Einheit brAlnbox der Seven.One Studios.

Das alles bildet natürlich nur einen kleinen Einblick in die KI-Aktivitäten bayerischer Medienunternehmen, aber das auf hoffentlich vielfältige und inspirierende Weise. Viel Spaß beim Lesen und Entdecken!



Interview mit Bavaria Film über die Chancen von KI: „Plötzlich werden Dinge möglich, die früher am Budget gescheitert wären.“

Seit Februar 2025 übernimmt Waheed Zamani eine Schlüsselrolle in einem der wichtigsten Film- und Fernsehproduktionshäuser Deutschlands: der Bavaria Film mit Sitz in München-Grünwald. Als Head of AI Solutions soll er die Unternehmensgruppe ins KI-Zeitalter bringen.

i

Vorher war er mehrere Jahre Geschäftsführer der Tochterfirmen D-Facto Motion und D-Facto NXT – und ist deshalb Experte für einen Bereich, in dem generative künstliche Intelligenz besonders vielversprechend ist: bei Spezialeffekten. Im Interview mit XPLR: MEDIA in Bavaria spricht er über die neuen Möglichkeiten, die KI der bayerischen Filmindustrie eröffnet.

Herr Zamani, Sie arbeiten seit Jahren im Bereich VFX, also visueller Effekte. Was von dem, was Sie früher händisch machen mussten, kann heute die KI übernehmen?

Waheed Zamani: Enorm viel. KI ist schon jetzt ein fester Bestandteil unseres Workflows – und wird nicht mehr wegzudenken sein. Aber: Sie ersetzt den Menschen nicht einfach. Man muss KI immer noch steuern, kontrollieren und oft auch korrigieren.

Gerade in unserem Bereich muss generative KI kreativ sein, das ist auch ihre Stärke. Gleichzeitig produziert sie manchmal Dinge, die man wieder „einfangen“ muss. Außerdem arbeitet KI nicht immer konsistent, sie vergisst Dinge. Genau deshalb braucht es weiterhin Menschen und klassische VFX-Prozesse.

Trotzdem klingt das nach einem Umbruch.

Waheed Zamani: Absolut. Wir sehen, dass sich Prozesse verschieben. Dinge, die früher erst in der Postproduktion oder bei den Visual Effects passiert sind, wandern jetzt nach vorne – in die Entwicklung und in die Preproduction. Das ist eine enorme Veränderung.



Bild: Bavaria Film/Christof Arnold

Waheed Zamani, Head of AI Solutions der Bavaria Film.

Bevor wir uns das genauer anschauen, sprechen wir über Ihre Aufgabe bei der Bavaria Film. Sie haben die neue Rolle des Head of AI Solutions übernommen. Warum wurde diese Position geschaffen?

Waheed Zamani: Weil wir gesehen haben: Mit KI kommt etwas auf die Branche zu, das man früh verstehen und gestalten muss. Die Bavaria Film hat über hundert Jahre Erfahrung und auch eine lange Innovationsgeschichte. Es gehört zu unserem Selbstverständnis, neue Technologien nicht nur zu beobachten, sondern aktiv in sinnvolle Prozesse zu übersetzen. Genau darum geht es in meiner Rolle.

Was heißt das konkret?

Waheed Zamani: Ich beschäftige mich damit, welche KI-Modelle und Workflows für professionelle Filmproduktionen wirklich taugen. Wie kann man KI in einem

realen Produktionsumfeld einsetzen? Wie kombiniert man Modelle? Wie kann man sie feinjustieren? Welche Infrastruktur braucht man dafür? Wie baut man Workflows, die stabil genug für große Produktionen sind?

Und wie sieht Ihr Alltag aus?

Waheed Zamani: Ich bin bei neuen Film- oder Serienprojekten viel früher dabei. Ursprünglich kam ich aus der Produktion und Postproduktion, heute arbeite ich schon in der Stoffentwicklung mit. Gemeinsam mit den Teams schauen wir uns an, wo KI helfen kann – manchmal schon in der Drehbuchphase, manchmal in der Finanzierungsphase.

Wir nutzen KI zum Beispiel, um Projekte zu visualisieren: mit Moodboards, Look-Entwürfen oder Trailern. Das ist hilfreich, weil man früher ein Gefühl dafür bekommt, wie ein Stoff aussehen kann.

KI also nicht erst am Ende, sondern schon ganz am Anfang?

Waheed Zamani: Genau. Das ist eine der größten Veränderungen. Viele Dinge, die man früher erst später gemacht hat, kann man heute schon vorher testen, bauen und in Teilen sogar fertigstellen. Man kann mit KI vorab Looks trainieren, visuelle Welten anlegen, komplexe Szenen vorab entwerfen.

Sobald ein Projekt anläuft, kommt die Frage: Welche Szene muss wirklich gedreht werden – und welche lässt sich anders lösen? Besonders spannend sind sehr aufwendige Szenen. Da schaue ich mir an, ob man Teile mit KI generieren oder ergänzen kann, statt alles klassisch umzusetzen.

Haben Sie ein Beispiel?

Waheed Zamani: Nehmen wir Szenen, die mit viel Risiko oder großem logistischem Aufwand verbunden sind – Explosionen, Kriegsbilder, komplizierte Außenmotive. Früher war das oft entweder sehr teuer oder schlicht nicht machbar. Heute kann man in hybriden Setups arbeiten: Ein Teil wird real gedreht, ein Teil später mit KI ergänzt.

Heißt: weniger Green Screen, mehr KI?

Waheed Zamani: In manchen Fällen, ja. Man braucht nicht unbedingt mehr große Green-Screen-Aufbauten, sondern kann Bildbestandteile direkt miteinander kombinieren. Dazu kommen neue Möglichkeiten: Ich kann Posen verändern, Emotionen anpassen, Blickwinkel verschieben, also mit Material anders arbeiten als früher.

Das klingt, als würden Sie nicht mit den üblichen Consumer-Tools arbeiten.

Waheed Zamani: Nein, überhaupt nicht. Wir arbeiten im professionellen Bereich mit sehr komplexen Setups, zum Beispiel mit Software wie ComfyUI. Das sind keine einfachen Tools, sondern Systeme, in denen man sich eigene Workflows baut und verschiedene KI-Modelle miteinander kombiniert. Diese Workflows passe ich für jedes Projekt an oder setze sie teilweise sogar neu auf.

Die Rechenleistung kommt dabei oft aus Rechenzentren mit speziellen GPUs. Man schickt die Daten dorthin, und dort werden die Bilder oder Sequenzen berechnet.

Was machen diese neuen Möglichkeiten für einen Standort wie Bayern interessant?

Waheed Zamani: Sehr viel. Gerade für Bayern und Deutschland ist das eine echte Chance. Wir haben oft „über den Teich“ geschaut und gesehen, was dort alles möglich ist, weil die finanziellen Mittel riesig waren. Viele Geschichten konnten wir gar nicht so erzählen, wie wir es eigentlich wollten, weil wir nicht über die Budgets der großen US-Studios verfügten.

Mit KI können wir diese Lücke kleiner machen. Plötzlich werden Dinge möglich, die früher am Budget gescheitert wären. KI gibt uns die Chance, ambitioniertere Stoffe auch hier umzusetzen – mit einer Kombination aus klassischer Produktion und neuen KI-Workflows.

Also mehr Hollywood-Niveau mit weniger Geld?

Waheed Zamani: Genau. Wir werden international konkurrenzfähiger.

Gleichzeitig gibt es große Ängste in der Branche: Schauspieler:innen und Synchronsprecher:innen protestieren. Das Urheberrecht und die menschliche kreative Handschrift scheinen in Gefahr. Wie schauen Sie darauf?

Waheed Zamani: Diese Sorgen sind absolut nachvollziehbar. Natürlich muss man sehr sensibel damit umgehen. Aber die Filmbranche hat in ihrer Geschichte immer wieder massive Umwälzungen erlebt und sich angepasst.

Und ich glaube nicht, dass jetzt plötzlich alles nur noch mit KI gemacht wird. Vieles wird weiterhin ganz klassisch entstehen. Gerade bei Serien mit bestehenden Sets oder wiederkehrenden Kulissen macht es oft gar keinen Sinn, etwas komplett anders zu machen.

Aber braucht es in Zukunft noch menschliche Schauspieler:innen, wenn per KI schon jetzt ganze Szenen, zum Beispiel für Actionsequenzen, erzeugt werden?

Waheed Zamani: Definitiv. KI ist stark in Perfektion. Aber genau das Unperfekte, die feinen Nuancen, das Menschliche im Gesicht – das ist es, womit wir uns identifizieren. Diese Nuancen fehlen der KI heute noch. Und ich glaube, sie sind zentral dafür, warum uns Schauspiel berührt. Darum wird es menschliche Schauspieler:innen weiterhin brauchen.

Das heißt, es wird keine reinen KI-Produktionen geben?

Waheed Zamani: Doch, aber nicht als Ersatz, sondern als eigene Erzählform. KI kann helfen, neue Figuren und neue Formen zu schaffen – zum Beispiel virtuelle Charaktere oder comicartige Welten. Dann hat man niemanden verdrängt, sondern etwas Neues etabliert.

Wie wird die Filmbranche Ihrer Meinung nach in zehn Jahren aussehen?

Waheed Zamani: Wir werden durch KI einen Qualitätsschub erleben. Es wird auch viel mehr produziert werden können. Gleichzeitig wird sich der Wettbewerb stärker globalisieren.

Mit KI wird es möglich, Inhalte stärker zu lokalisieren. Man könnte zum Beispiel verschiedene Versionen eines Films für verschiedene Länder produzieren, obwohl man nur einmal wirklich gedreht hat. Ein erfolgreicher Film, der in Deutschland spielt, könnte einmal mit deutschen Schauspielern gedreht werden und dann in einer Version mit indischen Schauspielern in Indien spielen, die per KI erstellt wurde.

Trotzdem wird sich der Wettbewerb sogar noch stärker über die Geschichte entscheiden. Bildqualität allein reicht nicht. Das haben wir schon bei früheren Technologiesprüngen gesehen. Wenn künftig weltweit viele Produktionen ähnliche visuelle Qualität erreichen können, wird die Frage noch wichtiger: Wer erzählt die besseren Geschichten?



KI für jeden Produktionsschritt – von der Idee zum Stream: Wie KI die Bewegtbildproduktion verändert

Sie setzen künstliche Intelligenz „entlang der gesamten Wertschöpfungskette“ ein – das haben wir bei den Recherchen zu diesem Report immer wieder von Unternehmen aus der bayerischen Bewegtbildbranche gehört. Um klarzumachen, was das bedeutet, hier ein kurzer Überblick, wo KI überall zum Einsatz kommen kann.

Konzept

Am Anfang steht die Geschichte. KI kann Autor:innen bei Ideensammlung, Variantenbildung und erster Analyse unterstützen. Außerdem lassen sich Storyboards, Moodboards und erste Szenenvisualisierungen aus Text- oder Bildvorgaben erzeugen.

→ **Ideen lassen sich schneller entwickeln, analysieren und visualisieren.**

Produktionsvorbereitung

In der Vorbereitung unterstützt KI unter anderem bei Previsualisierung, animierten Storyboards und der Erstellung digitaler Elemente. Virtuelle Umgebungen oder KI-generierte Szenen können für hybride Workflows mit realem Material vorbereitet werden.

→ Szenen können früh geplant werden – real, digital oder hybrid.

Produktion

Beim Dreh selbst unterstützt KI vor allem hinter den Kulissen – oder auf großen LED-Wänden. Digitale Hintergründe, virtuelle Kulissen oder große Menschenmengen lassen sich mit real gedrehten Bildern kombinieren. So entstehen Szenen, die früher nur mit großem Aufwand oder Budget möglich gewesen wären.

→ Aufwendige Bilder lassen sich flexibler produzieren.

Postproduktion

In Schnitt, Effekten und Tonbearbeitung spart KI besonders viel Zeit und Budget. Programme erkennen Szenen automatisch, erstellen erste Rohschnitte oder unterstützen bei Farbkorrektur, Special Effects und Audiotbearbeitung.

→ Postproduktion wird schneller und effizienter.

Distribution

Auch bei der Veröffentlichung hilft KI. Systeme können Videos automatisch verschlagworten, Highlights erkennen oder Clips für verschiedene Plattformen erstellen. KI-generierte Werbetexte oder Untertitel sind ohnehin längst Standard.

→ Inhalte lassen sich schneller veröffentlichen und verbreiten.



How to KI & Bewegtbild: 5 Beispiele dafür, wie bayerische Unternehmen erfolgreich KI einsetzen

Die bayerische Bewegtbild-Branche gehört zu den „Early Adoptern“ von generativer KI. Diese ausgewählten „Best Practices“ zeigen, wie vielfältig die Nutzung ist – vom KI-Einsatz für eindrucksvolle TV-Beiträge über die strategische Einführung von KI in ganzen Unternehmensgruppen bis zur komplett KI-generierten Serie.

BR: Mit KI wird bayerische Geschichte lebendig



Um KI-Videos der Nürnberger Flut von 1909 zu erzeugen, kooperierten der BR und das Stadtarchiv Nürnberg.

Am 15. Februar 2026 erweckte die „Frankenschau“ im BR Fernsehen in einem bildgewaltigen TV-Beitrag ein historisches Ereignis zum Leben, das eigentlich nur in Fotos und Texten überliefert ist: die Nürnberger Jahrhundertflut von 1909. Braune Fluten überrollen die historische Altstadt, auf dem Hauptmarkt ragt der Schöne Brunnen aus dem meterhohen Wasser.

Wäre nicht „generiert mit KI“ eingeblendet, könnte man die gestochen scharfen Bilder für 120 Jahre alte Filmaufnahmen halten. Der BR hat die Szenen mit KI auf Basis historischer Fotos aus dem Stadtarchiv Nürnberg erstellt. Ein eindrucksvolles Beispiel dafür, dass der BR gerade beim Reenactment, also dem Nachstellen von Ereignissen, großes Potenzial für KI-Videos sieht – genau wie in den Bereichen Wissensvermittlung, Zukunftsszenarien und Satire.

Das Unternehmen Der Bayerische Rundfunk erzählt Bayern in Bewegtbild – mit Nachrichten, Reportagen, Dokus, Serien und Unterhaltung fürs Fernsehen, die Mediathek und Social Media. Um herauszufinden, wie KI dafür von der Ideenentwicklung bis zur Postproduktion



Der BR sieht in den Bereichen Reenactment, Wissensvermittlung, Zukunftsszenarien und Satire Potenzial für den Einsatz von KI.

sinnvoll eingesetzt werden kann und welche ethischen Fragen sich dabei stellen, startete der BR im Oktober 2025 ein Testprojekt, in dessen Rahmen unter anderem der Beitrag zur Jahrhundertflut entstand.

Die Ansprechperson ➔ Franziska Schulze, Digitale Entwicklung

ProSiebenSat.1: Die brAlnbox bringt KI in die Seven.One Studios



Bild: Seven.One Studios

Die Aufgabe der brAlnbox: Schnelle KI-Integration im ganzen Unternehmen, aber ohne Silo-Lösungen.

Mit der brAlnbox haben die Seven.One Studios eine zentrale Einheit geschaffen, die KI direkt in den Produktionsalltag bringt – für schnellere, bessere und kosteneffizientere Prozesse. Die Unit versteht sich als „Do-Tank“ für AI-Workflows und Creative Tech – und als Ansprechpartner für alle Tochterfirmen. Anlass für die Gründung war die rasante Entwicklung generativer KI und der internationale Wettbewerb, in dem große Player massiv in eigene AI-Units investieren. Gleichzeitig sollte verhindert werden, dass isolierte Silo-Lösungen entstehen.

Der Ansatz: „Mensch + Maschine“. In einem Vier-Säulen-Modell scoutet die brAlnbox neue Tools (AI Explorer), schult Teams (AI Educator), integriert KI in bestehende Workflows (AI Integrator) und optimiert laufend Prozesse (AI Optimizer). So wird KI entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingesetzt – von visuellen Konzepten



Christian Leitz von Ferrari



Markus Untch

in der Preproduction über generative Bildwelten bis hin zur AI-gestützten Vertonung in der Postproduktion.

Das Unternehmen Seven.One Studios ist das Produktionshaus der ProSiebenSat.1 Media SE und vereint verschiedene Produktionsfirmen unter einem Dach. Dazu gehören unter anderem die Redseven Entertainment, Pyjama Pictures, Just Friends und das neueste Produktionsstudio studio flitz.

Die Ansprechpersonen ➤ Christian Leitz von Ferrari, Head of AI Production, ➤ Markus Untch, Director of AI Production

Storybook Studios: Von der Konzeptzeichnung bis zur kompletten Animationsserie



Bild: Storybook Studios

Space Vets war die erste KI-generierte Animationsserie und machte die Storybook Studios bekannt.

Mit den ➤ **Storybook Studios** ist in München sehr früh ein Produktionsstudio entstanden, das künstliche Intelligenz nicht als bloßes Zusatztool, sondern als festen Bestandteil neuer Produktionsprozesse versteht. Nach eigenen Angaben nutzt das Unternehmen KI in jedem Produktionsschritt, um Projekte umzusetzen, die in der Vergangenheit aus Budget- oder Personalgründen nicht zu stemmen waren.

Bekannt wurden die Storybook Studios durch die Animationsserie Space Vets, die als frühes Beispiel für KI-gestützte fiktionale Formate gilt. Bei solchen Produktionen soll die KI die menschliche Kreativität jedoch nicht ersetzen, sondern erweitern. Klassische

Skills werden aus Sicht des Studios nicht überflüssig, ganz im Gegenteil, erklärt Team Lead Franziska Hansel: „Wir brauchen sie unbedingt.“ Menschen sind daher weiterhin für den Art Style, die Story, den Schnitt und auch die Erstellung der KI-Workflows entscheidend, genau wie in hybriden Produktionen, die KI mit echtem Schauspiel verbinden.

Statt sich nur auf kommerzielle Tool-Anbieter zu verlassen, setzt das Studio auch auf lokal laufende Open-Source-Lösungen und eigene Entwicklungen.



Das Unternehmen Storybook Studios ist ein 2023 gegründetes Tochterunternehmen des Unterhaltungskonzerns PAL Next Group. Die explizite Mission des Studios ist es, die Möglichkeiten von generativer künstlicher Intelligenz für die Produktion sowohl etablierter als auch neuer Unterhaltungsformate zu nutzen.

Die Ansprechpersonen ➤ **Albert Bozesan**, Head of Creative Technology,
➤ **Franziska Hansel**, Team Lead

south&browse: Dokumentarisches Erzählen mit KI und Verantwortung



Für eine fünfteilige Doku-Reihe hat south&browse historische Charaktere per hybridem Ansatz zu Protagonist:innen gemacht.

Die Doku-Manufaktur **➤ south&browse** versteht künstliche Intelligenz als Möglichkeit zur Weiterentwicklung des dokumentarischen Erzählens. KI kommt bei south&browse in der Recherche, bei Previsualisierungen, in der Postproduktion oder auch für synthetische Rekonstruktionen zum Einsatz. Der Firma geht es darum, Geschichten so zu erzählen, wie sie noch nicht erzählt wurden.

Ein Beispiel ist die Reihe „Deepfake Diaries“ für ZDF Terra X History. In fünf Folgen „erzählen“ historische Persönlichkeiten wie Rosa Luxemburg oder Otto von Bismarck ihre eigene Geschichte. Zum Einsatz kam dabei ein hybrider Ansatz: Schauspieler:innen lieferten die performative Grundlage, KI-Technologie transformierte ihr Aussehen in das von historischen Figuren. south&browse will mit der Reihe zeigen, wie sich KI redaktionell verantwortungsvoll einsetzen lässt.

Gleichzeitig zieht south&browse klare Grenzen: Die journalistischen, dramaturgischen und ethischen Entscheidungen müssen klar bei den Menschen liegen. Außerdem müsse die Nutzung von KI transparent kommuniziert werden. Bei „Deepfake Diaries“ war die Debatte um die Technologie deshalb Teil des Gesamtkonzepts.

Aktuell arbeitet south&browse an einer Geschichtsdokumentation, die einen bekannten historischen Fall im Stil eines True-Crime-Formats aufarbeitet.

Das Unternehmen south&browse ist eine Münchner Produktionsfirma für Dokumentationen und Factual-Formate mit Auftraggebern wie ZDF, ARD, ARTE, ProSieben, RTL und Joyn. Das Unternehmen entwickelt Inhalte mit gesellschaftlicher Relevanz, die emotional berühren und neue Perspektiven eröffnen.

Die Ansprechperson **➤ Nikola Kohl**, Geschäftsführerin und Produzentin

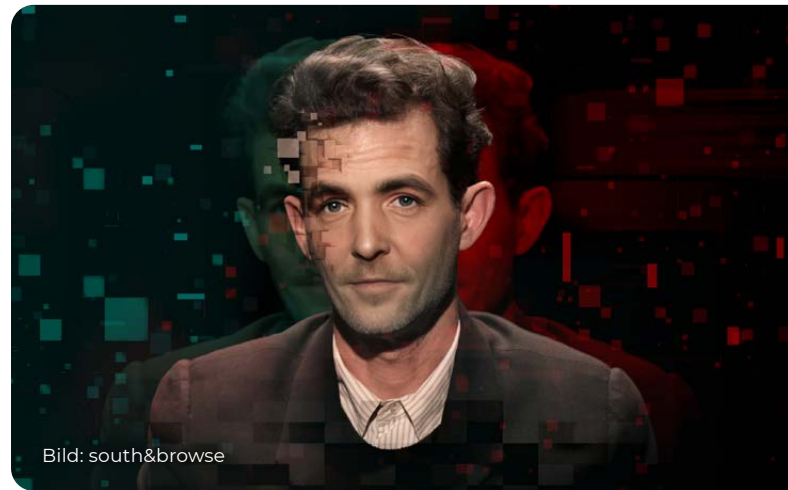


Bild: south&browse

Mithilfe von KI hat south&browse den Hitler-Gegner Georg Elser zum Leben erweckt.

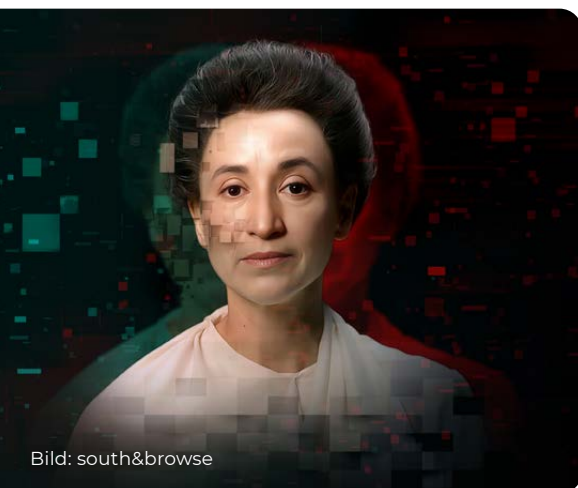


Bild: south&browse

Durch KI bekam in der Serie auch Sozialistin und Revolutionärin Rosa Luxemburg eine Stimme.

explaino: Komplexes Wissen wird zu verständlichen KI-Videos

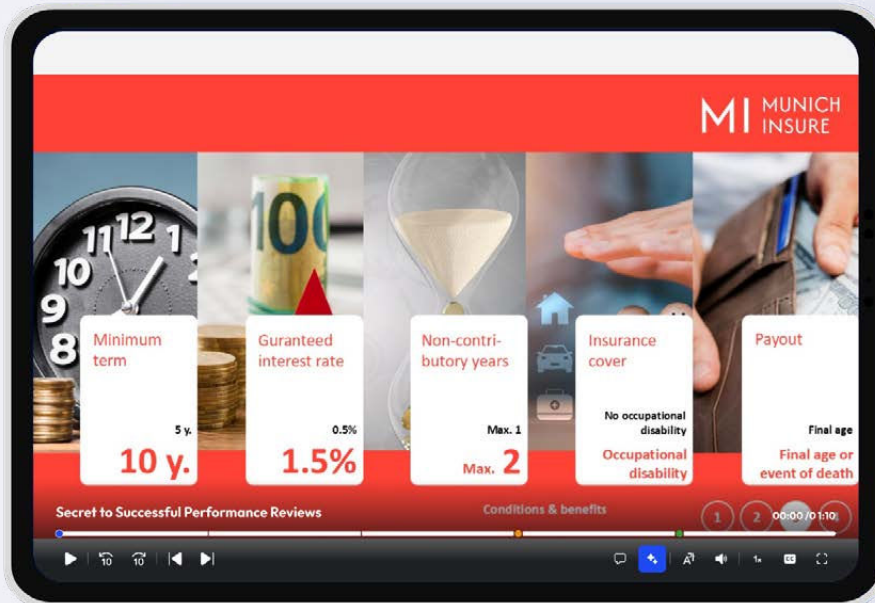


Bild: explaino

Mit KI automatisch generierte Erklärvideos verwandeln komplexe Inhalte in visuelle Lernprozesse.

Ob interne Richtlinien, Produktdokumentationen oder Schulungsinhalte: Viele Unternehmen kämpfen damit, komplexes Wissen verständlich und nachhaltig an die eigenen Mitarbeitenden zu vermitteln. Genau hier setzt das Startup explaino an – und übersetzt statische Dokumente oder Präsentationen mithilfe von KI in visuell ansprechende, leicht nachvollziehbare Erklärvideos.

Das Besondere: Die KI-Lösung von explaino arbeitet nicht nur auf Textebene wie klassische Text-zu-Video-Tools, sondern erkennt die zugrunde liegende Logik von Inhalten. Auf dieser Basis erstellt sie strukturierte Storylines, animierte Szenen und passende Voiceovers. Das Ergebnis sind Videos, die nicht einfach Inhalte wiedergeben, sondern deren Bedeutung und Abläufe verständlich visualisieren. Ergänzt wird das durch interaktive Elemente wie Quizzes, Mehrsprachigkeit sowie die Integration in

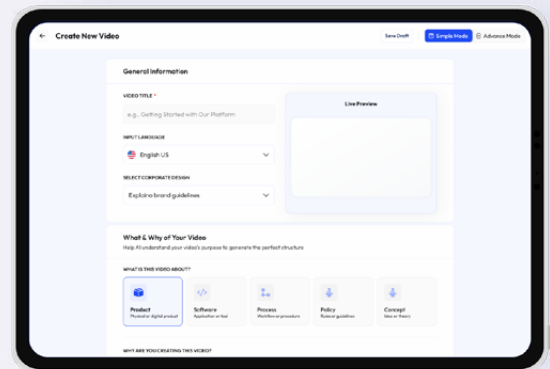


Bild: explaino

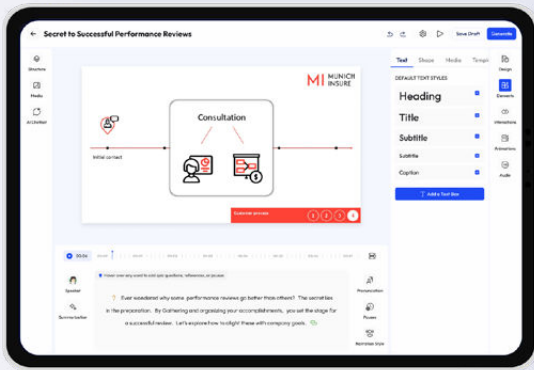


Bild: explaino

Lernplattformen. Fragen auf Basis des Videoinhalts beantwortet ein integrierter KI-Chatbot.

Über einen Editor – vergleichbar mit einem „Canva für erklärende Inhalte“ – lassen sich die Videos vor ihrer Veröffentlichung bearbeiten und an Zielgruppen anpassen. Ein Analytics-Dashboard macht später sichtbar, wo im Team noch Verständnislücken bestehen.

Das Unternehmen Das Startup aus Traunstein versteht sich als Operating System für Knowledge Transfer. Ziel ist es, komplexes Unternehmenswissen in skalierbare, visuelle Lernformate zu überführen und damit nachhaltiger nutzbar zu machen.

Die Ansprechperson ➔ Florian Scherl, Gründer und Geschäftsführer



Die Plattform des bayerischen Startups – mit WedaVinci Geschichten zum Leben erwecken: KI-Videos im Buch- und Filmmarketing

Bewegtbild war lange eher ein Luxusformat: aufwendig und teuer. Generative KI senkt diese Hürden und ermöglicht professionelle Videos auch dort, wo keine Bilder existieren – etwa bei Romanstoffen oder noch nicht produzierten Filmprojekten. Gleichzeitig eröffnet sie kreative Möglichkeiten, um fantastische oder historische Welten visuell erlebbar zu machen.

Vor ein paar Jahren hätte die Idee noch wie Science-Fiction geklungen: Man lädt ein paar Seiten Konzept hoch – und kurze Zeit später entsteht daraus ein visuell ausgearbeiteter Trailer mit eindrucksvollen Szenen, realistischen Figuren, Dialogen und Voiceover. Genau dafür hat das bayerische Startup WeDaVinci ein Tool entwickelt

– und gehört damit zu den Vorreitern beim Einsatz generativer KI.

„WeDaVinci bietet eine Plattform für KI-basierte Content-Generierung, insbesondere kurze Video-Formate wie Trailer“, sagt Mitgründerin **Veronika Gamper im Gespräch mit XPLR: MEDIA in Bavaria**. Besonders richtet sich die Lösung derzeit an eine Branche, die zwar starke Geschichten hat, bisher aber kaum Bewegtbild produziert: die Buchbranche.

Die Kernidee hinter dem webbasierten Tool „Visionary Tales“ von WeDaVinci: Verlage können damit Trailer zu ihren Titeln produzieren, um Produktionsfirmen einfacher von einer Verfilmung zu überzeugen. Die KI funktioniert dabei nicht als „Black Box“, der man einmal einen Prompt gibt – und dann auf ein gutes Ergebnis hofft.



Ein Ausschnitt aus dem Trailer zu „Das Luftschiff“.



Ein Portrait von Daisy aus dem Trailer zu „The Great Gatsby“.

Kein Video auf Knopfdruck, sondern Ko-Kreation

„Am Anfang gibt man einen Text ein. Das kann ein ganzes Manuskript sein, dann werden die relevantesten Szenen für den Trailer von der KI ausgewählt. Oder es können ein bis fünf Seiten mit den selbst ausgewählten Szenen sein, idealerweise mit Beschreibung der Geschichte, der Charaktere und der Orte. Die Nutzer:innen bekommen dann von WeDaVinci sogleich Vorschläge für drei Synopsen des Trailers“, erklärt Veronika Gamper. Anschließend können User:innen auswählen, welche Variante sie verfolgen

möchten: Soll der Trailer stärker auf eine einzelne Figur fokussieren? Auf eine Beziehung zwischen zwei Charakteren? Oder auf eine bestimmte Stimmung?

Anschließend schlägt die Plattform Szenen, Charakterdesigns und Locations vor. Auf dieser Basis lassen sich auch komplexe oder schwer umsetzbare Welten visuell erfahrbar machen, etwa historische Settings oder fantastische Szenarien. Die User:innen können bei jedem Schritt in natürlicher Sprache die Richtung vorgeben – etwa das Aussehen einer Figur, den Stil der Bilder oder die Dramaturgie der Szenen. Erst danach werden daraus animierte Videosequenzen.

Am Ende entsteht Videomaterial mit einer Länge von ein bis drei Minuten – inklusive Vorschlägen für Musik, Dialoge und Voiceover. Die einzelnen Sequenzen lassen sich dann exportieren und in gängigen Schnittprogrammen weiterbearbeiten und finali-



„The Great Gatsby“ in einem anderen Stil.

sieren. Wichtig ist dem WeDaVinci-Team dabei ein Prinzip: Die Plattform soll echte Zusammenarbeit zwischen Mensch und KI ermöglichen.

„Wir machen kein Video nur auf Knopfdruck. Der Mensch bringt sein Wissen über Intention, Zielgruppe und Inhalt ein“, sagt Veronika Gamper. „Ich bekomme erst einmal Vorschläge von der KI und werde dann mit natürlicher Sprache durch den Prozess geleitet.“ Deshalb nennt das Unternehmen seinen Ansatz „Human-AI Co-Creation“.

Marketing mit Videos wird erschwinglich und breiter einsetzbar

Buchtrailer haben sich WeDaVinci bewusst als ersten großen Anwendungsfall ausgesucht – vor allem, weil es sie bisher kaum gab. „Das wurde früher kaum gemacht – vielleicht für große Bestseller“, sagt Veronika Gamper. Für die meisten Titel sei diese Marketingform, obwohl sie sich für die so wichtigen Social-Media-Kampagnen eignet, bislang unerschwinglich geblieben. Mit KI könnten nun deutlich mehr Bücher visuell präsentiert werden.

„Ich kann innerhalb von 30 Sekunden bis zwei Minuten kommunizieren und visualisieren, was ich mir vorstelle“, erklärt Veronika Gamper. Das sei auch für die Vermarktung von Filmrechten interessant – insbesondere, um Projekte früh greifbar zu machen, noch bevor gedreht wird. Ein kurzer Trailer könne Produzent:innen schneller zeigen, welche Stimmung und welches Potenzial in einer Geschichte steckt.

Auch für Filmproduzent:innen und Drehbuchautor:innen könnte das Tool neue Möglichkeiten eröffnen, ihre Ideen zu präsentieren – etwa als sogenanntes „Sizzle Reel“, das in der Filmbranche häufig genutzt wird, um Projekte bei Förderinstitutionen oder Investor:innen vorzustellen.

Auszeichnung bei der Berlinale

Möglich geworden ist eine Plattform wie WeDaVinci erst durch die rasante Entwicklung generativer KI. „Die wichtigsten Fortschritte für uns waren die Möglichkeit, Bilder und Videos über natürliche Sprache zu generieren und zu editieren – und die immer besseren KI-Modelle“, sagt Veronika Gamper. Entscheidend sei vor allem, dass KI heute Figuren und Orte über mehrere Szenen hinweg konsistent darstellen kann.

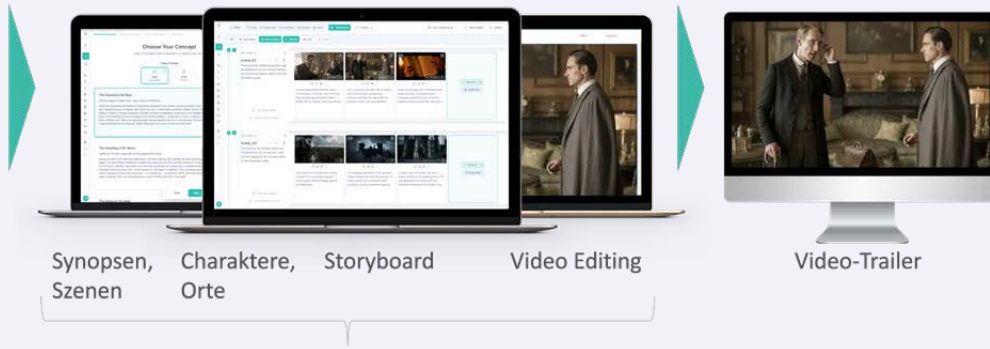
WeDaVinci begleitet User:innen vom Text über das Storyboard bis zum Video. Dabei kombiniert das Unter-



Gründerin Veronika Gamper.



Manuskript/
Text



Synopsen, Szenen Charaktere, Orte Storyboard Video Editing

Video-Trailer



Human-in-the-Loop: Jeder Schritt ist editierbar

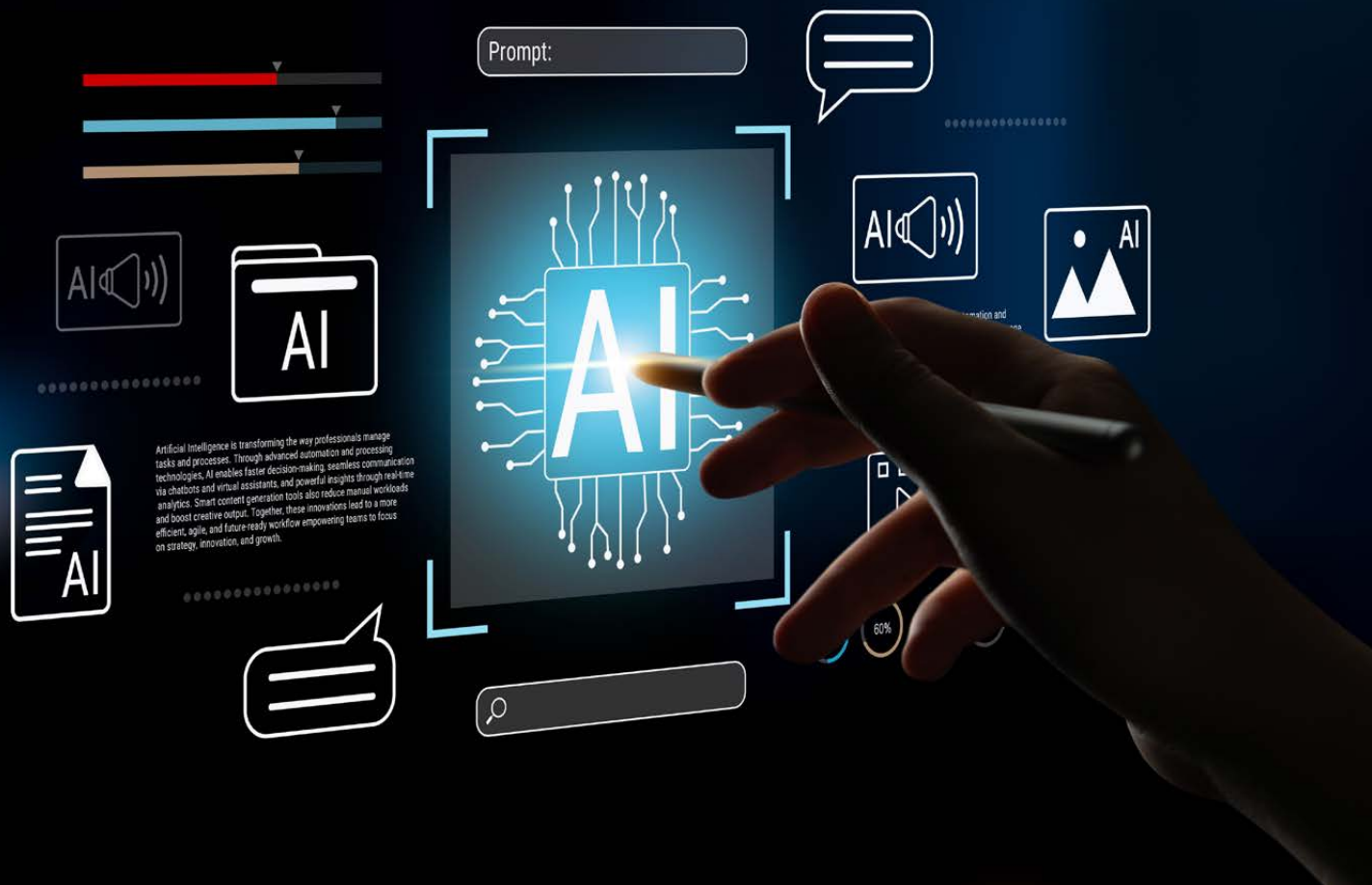
Bild: WeDaVinci

Workflow von WeDaVinci

nehmen nicht nur verschiedene technische Workflows und Modelle, sondern fine-tuned auch Modelle für spezifische Anwendungsfälle und Stile. „Wir bringen unser Wissen aus Film, Schreiben und KI zusammen und nehmen den Nutzer:innen damit die technischen Entscheidungen im Hintergrund ab“, erklärt Veronika.

Die Reaktionen aus der Medien- und Filmbranche seien sehr positiv, berichtet das Team. Besonders Gespräche mit Verlagen, Autor:innen und Produzent:innen hätten gezeigt, dass das Interesse an solchen Werkzeugen groß ist und weiter wächst. „Im Vergleich zum vergangenen Jahr erlebe ich eine deutlich größere Offenheit für KI – und ein sehr konkretes Interesse daran, wie solche Tools in bestehende Prozesse integriert werden können“, sagt Veronika Gamper.

Dass die Idee einen Nerv in der Branche trifft, zeigte sich auch auf der Berlinale: Beim European Film Market, dem internationalen Branchentreff der Filmindustrie, wurde WeDaVinci mit dem EFM Startups Award 2026 ausgezeichnet.



Ausblick: Noch mehr KI!

Von KI-generierten Schulungsvideos über Spezialeffekte, die dank KI auch mit kleineren Budgets realisiert werden können, bis hin zu Studios, die für jeden Produktionsschritt auf KI setzen: In diesem Report sind wir tief in die KI-Projekte der bayerischen Bewegtbildbranche eingestiegen. Und trotzdem war das nur ein kleiner Ausschnitt der Ideen, Konzepte, Projekte und Produkte, die gerade entstehen.

Andere große Player wie Constantin Film oder LEONINE haben ebenfalls neue Führungspositionen geschaffen, um KI entlang der gesamten Wertschöpfungskette ins Unternehmen zu bringen. Auch Produktionsfirmen, Werbeagenturen und Startups, die wir aus Platzgründen nicht alle ausführlich vorstellen, sind erfolgreich ins KI-Zeitalter gestartet oder haben neue KI-Tools auf den Markt gebracht.

Dazu gehört zum Beispiel das junge Unternehmen Picture Framing aus dem Allgäu mit seiner Corporate Video Plattform Mozaik, in die AI Automation Workflows integriert wurden, die 90 Prozent Zeit sparen. Oder auch Sky Deutschland, wo für die Sportberichterstattung an der automatisierten Produktion von Highlight- und Kurzformaten gearbeitet wird. ➔ **Hyperbowl** mit Sitz in Penzing gehört zu den Pionieren der Virtual Production – und setzt dafür inzwischen auch auf KI. Und nahezu alle Produktionsfirmen und Werbeagenturen haben KI-Tools in ihren Werkzeugkasten aufgenommen. Es gibt also noch viel zu berichten!

Wer XPLR: MEDIA in Bavaria per ➔ **Newsletter** oder Social Media (➔ **Instagram**, ➔ **LinkedIn**) folgt, bekommt regelmäßig weitere Einblicke in Innovationen aus der bayerischen Medienbranche, für die KI längst zur Selbstverständlichkeit geworden ist.



Über XPLR: MEDIA in Bavaria

XPLR: MEDIA in Bavaria ist die Initiative für den Medienstandort Bayern. In unseren Reports geben wir einen Überblick über aktuelle Entwicklungen und Trends in der Medienbranche. Wir liefern Einblicke in die Strategien und Ansätze bayerischer Medienunternehmen und stellen Unternehmen vor, die zukunftssträchtige Geschäftsmodelle entwickeln. Expert:innen aus der Branche teilen konkrete Tipps und Learnings, wie sie Innovationen in den Medien vorantreiben.

In unseren Reports werfen wir einen tieferen Blick in bestimmte Medienbranchen und -trends. Dieses Jahr stehen sie unter dem Motto KI: In einer dreiteiligen Reihe schauen wir uns an, wie künstliche Intelligenz die Film- und Fernsehproduktion, den Audio-Bereich und die Content Creation beeinflusst.

Impressum

XPLR: MEDIA in Bavaria ist eine Initiative der Medien.Bayern GmbH und wird von der Bayerischen Staatskanzlei und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien gefördert.



Bayerische Staatskanzlei



Herausgeber

XPLR: MEDIA in Bavaria
Balanstraße 73 | Haus 11
81541 München
Tel.: +49 (0)89 68 999 – 0
Fax: +49 (0)89 68 999 – 199
info@xplr-media.de | www.xplr-media.com

Handelsregisternummer

Amtsgericht München; HRB 134726
Ust.-IdNr.: DE 173127048

Geschäftsführer (verantwortlich)

Stefan Sutor (Vorsitzender) | Annette Kümmel

Autor

Wolfgang Kerler und Michael Foertsch, 1E9 Denkfabrik

Redaktion

Florentina Czerny, Nina Labaute (XPLR: MEDIA in Bavaria)

Layout

Im Neuland GmbH | www.imneuland.de

Design Titelblatt

DESIGNLIEB | www.designlieb.com

Haftung

Dieser Report wurde mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem kann keine Gewähr für die Fehlerfreiheit und Genauigkeit der enthaltenen Informationen übernommen werden. Jegliche Haftung für Schäden, die direkt oder indirekt aus der Benutzung dieses PDFs entstehen, wird ausgeschlossen, soweit diese nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruhen.

Redaktionsschluss

April 2026

ENTDECKE DIE WICHTIGSTEN TRENDS DER MEDIENBRANCHE IN DEN XPLR: REPORTS

Mit Best Cases, Interviews und Tipps von Expert:innen.



