

Studie: Die bayerische Medienbranche arbeitet bereits mit Web3-Technologien

- Etablierte Plattformen des Web2 könnten im Web3 an Bedeutung verlieren, stattdessen wird eine **Creator Economy mit starkem Community-Denken** gefördert.
- **Neue Finanzierungsmodelle** ermöglichen Medien die Emanzipierung von klassischen Werbeeinnahmen..
- **Communities, NFTs** und neue Organisationsformen binden Nutzer:innen aktiver und dauerhafter ein.

München, 18. Oktober 2022 – Gut 45 Prozent der bayerischen Medienschaaffenden haben sich bereits mit Web3-Technologien beschäftigt und 69 Prozent davon glauben, dass das Web3 die Medienbranche verändern wird. Zehn Prozent der Medienbranche in Bayern arbeiten mit Web3-Technologien. Das hat die „Web3-Studie: Was kommt auf die Medienbranche zu?“ von XPLR: MEDIA in Bavaria in Zusammenarbeit mit 1E9 ergeben, bei der 210 Medienschaaffende aus Bayern und 18 Web3-Expert:innen befragt wurden. Laut der Web3-Expert:innen bietet das neue Internet für die Medienbranche eine Vielzahl an Chancen, darunter die Emanzipierung von der bestehenden Plattformökonomie oder neue Finanzierungsmöglichkeiten. Die Expert:innen weisen aber auch darauf hin, dass das Web3 aktuell noch mit einigen Risiken verbunden ist.

Vor allem NFTs und Blockchains werden bereits genutzt

Die Medienschaaffenden aus Bayern, die bereits mit Web3-Technologien arbeiten, nutzen am häufigsten NFTs (41 Prozent) und Blockchains (27 Prozent). Dahinter folgen Wallets und Kryptotoken mit jeweils gut 9 Prozent. Arbeiten Medienschaaffende noch nicht mit dem Web3, so liegt das vor allem an fehlender Überzeugung vom Nutzen der Technologien (35 Prozent), aber auch mangelndes technisches Know-how (25 Prozent) und mangelndes Budget (14 Prozent) spielen eine Rolle.

Neue Lösungen für die Medienbranche

Das neue Internet wird auch neue Lösungen für die Medienbranche mit sich bringen: 65 Prozent der Befragten, die sich bereits mit dem Web3 auseinandergesetzt haben,

glauben an neue Bezahlmodelle, 58 Prozent sehen neue Community-Lösungen und 55 Prozent neue Lizenzmodelle als Chance. Neue Bezahlmodelle erscheinen v. a. der Publishing- und Verlags-Branche (83 Prozent) sowie der Marketing-Branche (76 Prozent) als wahrscheinlich. Die Journalismus-Branche (70 Prozent) hingegen erachtet Community-Lösungen als möglich.

Chancen und Risiken durch das Web3

Laut der 18 interviewten Web3-Expert:innen bietet sich der Medienbranche durch die neuen Technologien u. a. die Möglichkeit, sich von der Monopolstellung der großen Tech-Konzerne zu emanzipieren. Für die Expert:innen wäre es denkbar, jegliche Video-, Audio- und Textinhalte als Token abzubilden und damit lizenzierbar zu machen. Über Smart Contracts können Kreative ihre Werke so auch langfristig monetarisieren. Etablierte Plattformen des Web2 könnten dadurch an Bedeutung verlieren und durch eine Creator Economy mit starkem Community-Gedanken ersetzt werden. Der Aufbau von Communities rund um Web3-Projekte, die mit Token incentiviert und belohnt werden können, wird ein weiterer wichtiger Faktor werden. Denn Relevanz im Web3 entsteht erst durch Community und Fans. Diese sind auch die Basis von neuen Finanzierungsmodellen, wie zum Beispiel Crowdfunding.

Als großes Risiko für die Medienbranche wird von den Expert:innen ein zunehmender Bedeutungsverlust im Web3 betrachtet, der sich aus der Schwächung von Intermediären in einer erstarkenden Creator Economy speist. Aber auch Community-getriebene soziale Medien und neue Peer-to-Peer-Bezahl- und Abo-Modelle könnten zu Herausforderungen für etablierte Medienunternehmen werden. Daher sei es für Medienhäuser entscheidend, sich schon heute mit dieser neuen Kultur in den dezentralen Netzwerken zu befassen, das Personal entsprechend zu schulen und Budget und Räume für Experimente zu schaffen.

Die bayerische Medienbranche beweist ihre Innovationskraft

„Für Medien bietet sich in den kommenden Jahren die große Chance, das nächste Internet aktiv mitzugestalten. Dadurch haben sie die Möglichkeit, verlorene Unabhängigkeit zurückzugewinnen und sich an die veränderten Konsumgewohnheiten der Nutzer:innen anzupassen. Die bayerische Medienbranche ist bereits auf dem besten Weg ins neue Internet und stellt damit einmal mehr ihre Innovationskraft unter Beweis. Medienschaffende in Bayern profitieren dabei von besten Voraussetzungen am Standort, mit seiner Mischung aus etablierten Unternehmen, jungen Startups und globalen Tech-



Unternehmen. Wer sich dem Web3 in nächster Zeit nicht annimmt, könnte von den Entwicklungen überrollt werden und an Bedeutung verlieren“, kommentiert Stefan Sutor, Geschäftsführer der Medien.Bayern GmbH die Studie.

Im Rahmen der „Web3-Studie: Was kommt auf die Medienbranche zu“ wurden von Juni bis August 2022 deutschlandweit qualitative Interviews mit 18 Web3-Expert:innen geführt. An einer ergänzenden quantitativen Umfrage nahmen von August bis September 2022 insgesamt 210 Medienschaffende aus ganz Bayern teil. Die Teilnehmenden arbeiten in den folgenden Teil-Branchen: VR / XR / AR, Games / Software, Publishing, Verlage, TV / Streaming / Film, Audio, Design, Marketing / Werbung.

Zur Studie: <https://xplr-media.com/web3-studie>

Über XPLR: MEDIA in Bavaria

XPLR: MEDIA ist die Initiative für den Medienstandort Bayern – gefördert durch die bayerische Staatskanzlei. Unsere Aufgabe ist es, die relevanten Trends, Events und Innovationen am Medienstandort aufzuspüren und über die Landesgrenzen hinaus sichtbar zu machen. Denn Bayern ist mehr als weiß-blau!