

Scheitern, lernen, Geld verdienen - Transforming Media

von **Jim Sengl** am **15. Oktober 2015**

Auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen ist Einfallsreichtum, aber auch Mut zum Risiko gefragt. Die Bereitschaft zum Scheitern, um den nächsten Versuch mit mehr Erfolg starten zu können, ist eine wichtige Eigenschaft für Journalisten geworden. Von vielen der erfolgreichen und gescheiterten journalistischen Experimente kann die Branche lernen. Die 2. Transforming Media stellt am 29. Oktober in Nürnberg einige dieser Projekte vor.

Transforming Media: Rezepte zum Geld verdienen

Die Infragestellung alter Geschäftsmodelle hat vor dem Zeitungs- und Fernsehmarkt bereits andere große Branchen wie z.B. die Film- und Musikindustrie kräftig durchgeschüttelt. Studios und Labels mit einst großer Marktmacht verloren durch das Internet die Hoheit über die Verbreitung ihrer Inhalte und sahen sich gezwungen, neue Vermarktungskonzepte zu entwickeln.

Miriam Behmer ist Geschäftsführerin des digitalen Buchanbieters **readfy** und hat sich intensiv mit den Geschäftsmodellen der Content-Märkte Film, Musik, Games, Bücher und Zeitschriften befasst. Sie hat untersucht, welche Geschäftsmodelle und Ideen auf journalistische Inhalte übertragbar sind, um auch digital erfolgreich zu sein. In Ihrer Keynote auf der Transforming Media wird sie nicht nur darauf eingehen, wer die digitalen Leser, Hörer und Zuseher sind, sondern auch erklären, unter welchen Bedingungen die Medienkonsumenten in Zukunft Inhalte präsentiert bekommen wollen.

Rocket Beans TV: Das wäre noch vor drei Jahren unmöglich gewesen...

Die nach dem Gewinn des Deutschen Webvideo-Preises gar nicht mehr so geheime TV-Erfolgsgeschichte des Jahres 2015 sind die Rocket Beans. Nach ihrer abgesetzten Sendung bei MTV 2014 gründeten fünf junge Männer einen eigenen Sender namens **Rocket Beans TV** und gingen bei der Streamingplattform Twitch auf Sendung. Mit einer anfänglichen Finanzierung für drei Monate hat die Rocket Beans Entertainment GmbH in den vergangenen neun Monaten über 30 Mitarbeiter neu eingestellt und wächst weiter. Geschäftsführer **Arno Heinisch** wird bei der Transforming Media einen Einblick in die Entstehung dieser Erfolgsgeschichte geben und verraten, welche Ziele sich die Raketen Bohnen für die Zukunft gesteckt haben.

Scheitern ist keine Niederlage

Die nachhaltige Finanzierung journalistischer Nischenangebote funktioniert bereits sehr gut. Doch der Erfolg ist nicht garantiert, wie das Wissenschaftsmagazin **Substanz** gezeigt hat. Als Crowdfunding-Projekt mit großer Unterstützung gestartet, konnte das Magazin nicht genügend Abonnenten werben, um sich dauerhaft zu finanzieren. Die Macher des Magazins sehen aber das vorläufige Scheitern weder als Niederlage noch als Grund aufzugeben. **Georg Dahm** und **Denis Dilba** haben die **FailBetter GmbH** gegründet und arbeiten gerade an der Neuauflage ihres Magazins. Was Sie daraus gelernt haben, und warum sie zuversichtlich in die Zukunft blicken, berichten sie auf der Transforming Media.

Radio zeigt sich

Radiosender werden zu Medienmarken, um auch als Werbepartner interessanter zu werden. Unter dem Namen **krassmatazz** bringt Radio Hamburg seine junge Moderatoren auf YouTube, um so die Aufmerksamkeit und

Sichtbarkeit des Senders bei der jungen Zielgruppe zu erhöhen. Warum das Konzept bisher aufgeht, und weshalb Radio auch Bewegtbild können muss, präsentieren **Niklas Naujok** und **Ollie Weiberg**.

Mit diesen und weiteren Beispielen wird die Fachtagung Transforming Media am 29. Oktober 2015 in Nürnberg zeigen, was der Medienwandel für das Geldverdienen mit Journalismus bedeutet. Die Teilnahme ist kostenfrei, erfordert jedoch eine Registrierung unter folgender Adresse: www.transformingmedia.de/anmeldung