



welt der wunder

PRESSEMITTEILUNG

MILC: die digitale Revolution für die Medienbranche

Content ist das Gold der Gegenwart. Ob Bewegtbild, Foto oder Ideen für Serien, Filme und Beiträge: Auf der einen Seite stehen TV-Sender, Streamingdienste, Online-Plattformen und andere Broadcaster, die stetig hochwertige, zielgruppengerechte Inhalte suchen, um im Wettbewerb mithalten zu können. Auf der anderen Seite stehen die Medienproduzenten, die diese Inhalte bieten. Der Prozess, in dem diese beiden Parteien zusammenfinden, ist kompliziert, wenig effizient und erstaunlich antiquiert. Hendrik Hey vom früheren TV-Erformatsformat und jetzigen TV-Sender „Welt der Wunder“ hat das erkannt und mit einem Team an einer Lösung gearbeitet. Das Ergebnis: MILC. Die digitale Plattform bringt Käufer und Verkäufer zusammen, setzt via KI und Blockchain-Technologie neue, faire und transparente Standards – und stößt die Tür zur digitalen Zukunft der Medienbranche auf.

Am Anfang von MILC war das TV. Als CEO von Welt der Wunder TV kennt Hendrik Hey die Mechanismen der Branche – und auch ihre Unzulänglichkeiten: Wenn ein TV-Sender nach neuen Formaten sucht oder ein Produzent seine Idee pitchen möchte, sind die Streuverluste hoch und die Aufwände enorm. Das liegt an den Kanälen, die für diese – eigentlich simple – Geschäftsanbahnung genutzt werden. Es gibt einige wenige zentrale Messen, auf denen Produzenten und Broadcaster zusammenfinden. Alles andere kommt der sprichwörtlichen Suche nach der Nadel im Heuhaufen gleich: „Wenn ich eine gute Idee für beispielsweise eine Serie habe, überlege ich mir, zu welchem Sender sie passen könnte, versuche einen Termin zu machen und kann dann nur hoffen, dass ich mit meinen Annahmen richtig lag“, so Hendrik Hey. „Das ist aber oft nicht der Fall. Vielleicht saß der richtige Ansprechpartner nur ein Zimmer weiter. Oder ein anderer Sender suchte gerade händeringend nach genau meinem Stoff. Doch das werde ich nie erfahren. Ich weiß nur, dass meine Idee abgelehnt wurde.“

30 bis 50 Prozent an Vermittlungsgebühren

Diese ineffizienten Mechanismen der Branche bestimmen auch den Markt für Lizenzierungen fertiger Produktionen: „Wir haben mit ‚Welt der Wunder‘ ein enormes Archiv an hochwertigem Content. Wenn ein TV-Sender in Japan eine Sendung über, sagen wir, den Trendsport Bouldern macht und nach Material sucht – wie soll er wissen, dass wir ihn damit versorgen können?“ Dafür ist aufwändige Recherche notwendig oder die Zwischenschaltung von Agenturen, deren Geschäftsmodell die Vermittlung von Lizenzen ist. Das führt dazu, dass 30 bis 50 Prozent als Vermittlungsgebühr aufgeschlagen werden. „Für den Sender macht das die Filme teuer. Für die Kreativen kann das bedeuten, dass sie weniger Geld für die Produktion zur Verfügung haben, was wiederum auf Kosten der Qualität geht – eine Lose-lose-Situation“, so Hendrik Hey.

Die Lösung: ein digitaler Marktplatz

Für den passionierten Journalisten und Produzenten Hendrik Hey, der solche Situationen oft genug erlebt hat, war dieser Missstand eine Herausforderung. Neben dem Ausbau und Betrieb der erfolgreichen Wissensmarke „Welt der Wunder“ entwickelte er gemeinsam mit dem Schweizer TV-Sender SRG während der vergangenen vier Jahre MILC. MILC steht für „Media Industry Licensing Content“ und ist eine Cutting-Edge-Plattform, die als Marktplatz die



welt der wunder

PRESSEMITTEILUNG

Schnittstelle zwischen Content-Anbieter und Content-Käufer bietet. Was sich einfach anhört, ist nicht mehr und nicht weniger als eine Revolution für die Vermittlung von kreativem Content. Dafür sorgt einerseits ein KI-basierter Algorithmus, der zusammenbringt, was zusammengehört. Andererseits wird durch den intelligenten Einsatz von Blockchain-Technologie dafür gesorgt, dass Ideen beim Urheber bleiben und bei Nutzung bezahlt werden. Ein weiteres Plus: Während bisher jede einzelne Lizenzvereinbarung über Anwälte ausgearbeitet werden muss, sind auf der Plattform Standardverträge hinterlegt, mit denen die Vertragsparteien Kosten sparen und Transparenz schaffen können. Auch diese Vereinbarungen sind in der Blockchain hinterlegt. Zudem werden Lizenzverletzungen leichter nachvollziehbar und, wenn sie aus Fahrlässigkeit entstehen, vermeidbar. Profitieren werden Medienunternehmen auch von den Daten, die gezielt ausgewertet werden können: Welche Trends gibt es in welchen Märkten? Welchen Wert kann ich mit meinem Produkt erzielen? Solche Fragen lassen sich dank der internationalen Ausrichtung der Plattform präziser beantworten, als es bisher der Fall ist.

Enormes Potenzial für MILC

Das Marktpotenzial von MILC ist immens: Allein im professionellen Film-, TV-, Online-Publishing- und Streaming-Bereich werden jährlich weltweit rund 500 Milliarden Dollar umgesetzt. Eine vergleichbar hohe Summe steckt mittlerweile auch im Markt für nutzergenerierte Inhalte, der von MILC ebenfalls abgedeckt werden kann. Dass der Markt für Content stark wächst, ist unter Experten unbestritten – eine Tatsache, die unter anderem davon getrieben wird, dass die Zahl der OTT-Anbieter (Over-the-top-Anbieter wie Netflix oder auch die Mediatheken des öffentlich-rechtlichen Fernsehens) mehr und mehr zunimmt. Das bedeutet auch: Im Wettbewerb um den Kunden werden Medienhäuser guten Content benötigen. Damit steigt der Lizenzierungsbedarf, mehr Ideen müssen gepitcht und umgesetzt werden und das alte Modell der TV-Branche wird sich als noch impraktikabler für diese Prozesse erweisen. Ein perfekter Zeitpunkt für MILC. „Das Gute ist: Die Vorteile von MILC sind bereits in der Praxis erprobt“, sagt Hendrik Hey. „Vor zwei Jahren sind wir mit den Basisfunktionen online gegangen und können den Lizenzmarkt für TV-Content heute schon bedienen. Damit sind wir anderen Plattformen weit voraus.“

Wichtige Impulse durch Konsumenten

Im Herbst 2021 bekam MILC eine neue Benutzeroberfläche. Während Facebook gerade erst sein Metaversum angekündigt hat, hat das Team von MILC seine Plattform bereits in dieser Form kreiert. Wer in MILC aktiv wird, betritt eine visuelle Welt, gestaltet wie eine Stadt, in der er die ganze Vielfalt der Medienbranche kennenlernt. Für Hendrik Hey ist das weit mehr als eine grafische Spielerei: „Es vereinfacht die Benutzerführung. Jeder kann genauso agieren, wie er es beispielsweise auf einer Messe tun würde, nur dass er die Inhalte, die er braucht, viel schneller und einfacher findet. Reisen fallen weg, was auf den Nachhaltigkeitsgedanken einzahlt.“ Ein weiterer entscheidender Vorteil der Plattform ist ihre Offenheit: Über MILC tritt die Branche in Kontakt mit ihren wichtigsten Stakeholdern, den Konsumenten. Sie können frühzeitig in Projekte miteinbezogen werden, was für die Branche in vielfacher Hinsicht wertvoll ist. Filmideen können zum Beispiel mit der interessierten Öffentlichkeit diskutiert und verbessert, Formate auf ihre Publikumswirksamkeit getestet werden. Die Kommunikation ist dabei nicht einseitig: Auch Filmfans können sich aktiv in Projekte einbringen. Die



welt der wunder

PRESSEMITTEILUNG

Kommunikation wird dabei durch ein besonderes Feature von MILC gefördert: die eigene Kryptowährung MLT (Media Licence Token).

„Tokenizing the media industry“

Mit MLT steht bereits heute eine eigene Währung zur Verfügung, die die Transaktionen auf MILC einfacher, sicherer und internationaler macht. MLT kann für vielfältige Zwecke genutzt werden: Der Lizenzverkauf wird über die Token abgewickelt. Gleichzeitig können Medienhäuser damit aktive User für ihre Beiträge wie zum Beispiel die Teilnahme an Votings belohnen. Freie Mitarbeit an Projekten oder Werbung durch den User kann über MLT bezahlt werden. Auf diese Weise hält die Schwarmintelligenz Einzug in die Medienproduktion. Die User wiederum können in Projekte investieren und so langfristig von der Value Chain in den Medien profitieren. Die Menge der Währung ist auf 200 Millionen MLT gedeckelt, was für Stabilität sorgt. Bereits heute erfüllen die MLT ihren Zweck: Seit die ersten Tranchen öffentlich gehandelt werden, steigen sie im Wert. Ein Zeichen dafür, dass die User an den Gedanken, der hinter MILC steckt, glauben. Bemerkenswert ist ein weiterer Effekt der „Tokenization“: Indem er zu jeder Zeit an jedem Ort anonym nutzbar ist, wird bezahlter Journalismus in Ländern, die freie Berichterstattung unterdrücken, möglich.

Sinkende Gebühren für die Nutzung von MILC

„Die Impulse, die wir der Branche mit MILC geben, sind enorm und können hier nur angerissen werden. Vieles wird sich im Betrieb ergeben, die Plattform wird wachsen, sich verändern und dem Nutzungsverhalten anpassen“, so Hendrik Hey. Finanziert wird MILC einerseits über die Tokens, andererseits über Nutzungsgebühren, die zum Start 10 Prozent der Transaktionssumme betragen. Ein Wert, der weit unter dem liegt, was die Vertragsparteien im Offline-Prozess an Reisekosten, Anwaltsgebühren und anderen Posten investieren müssen. Mit steigender Nutzung von MILC wird die Gebühr noch sinken, denn „... die Betriebs- und Entwicklungskosten steigen schließlich nicht in gleichem Maße und uns liegt das Projekt am Herzen: Wir wollen eine prosperierende, lebendige Plattform schaffen, die die Medienlandschaft von Grund auf demokratisiert. Wenn das gelingt, fahren wir ausreichend Erträge ein, aber auch alle anderen Stakeholder profitieren.“

Weitere Informationen zu MILC unter: www.milc.global

Zum Metaverse: www.metaverse.milc.global

Weitere Informationen/Pressekontakt:

Welt der Wunder Sendebetrieb GmbH, Joey Grit Winkler,
Hofmannstrasse 51 Haus B, 81379 München, Mail: joey.winkler@weltderwunder.de
Tel: +49 (160) 902 310 11

GOOS COMMUNICATION, Stefanie Krüger, Geibelstraße 46a,
22303 Hamburg, Deutschland, Mail: s.krueger@goos-communication.com
Tel. +49(40) 2 84 17 87-53



welt der wunder

PRESSEMITTEILUNG

Fotonachweis:

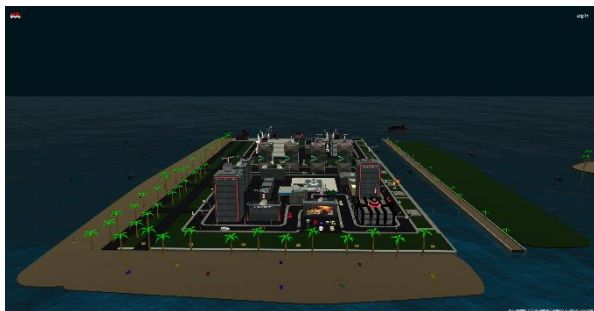
Fotos: Welt der Wunder Sendebetrieb GmbH



1. Hendrik Hey, CEO von Welt der Wunder TV, stellt MILC vor.



2. MILC (Media Industry Licensing Content) ist eine Cutting-Edge-Plattform, die als Marktplatz die Schnittstelle zwischen Content-Anbieter und Content-Käufer bietet



3. Einblick in das Metaverse von MILC (Media Industry Licensing Content)



welt der wunder

PRESSEMITTEILUNG



4. Einblick in das Metaverse von MILC
(Media Industry Licensing Content)



5. Einblick in das Metaverse von MILC
(Media Industry Licensing Content)