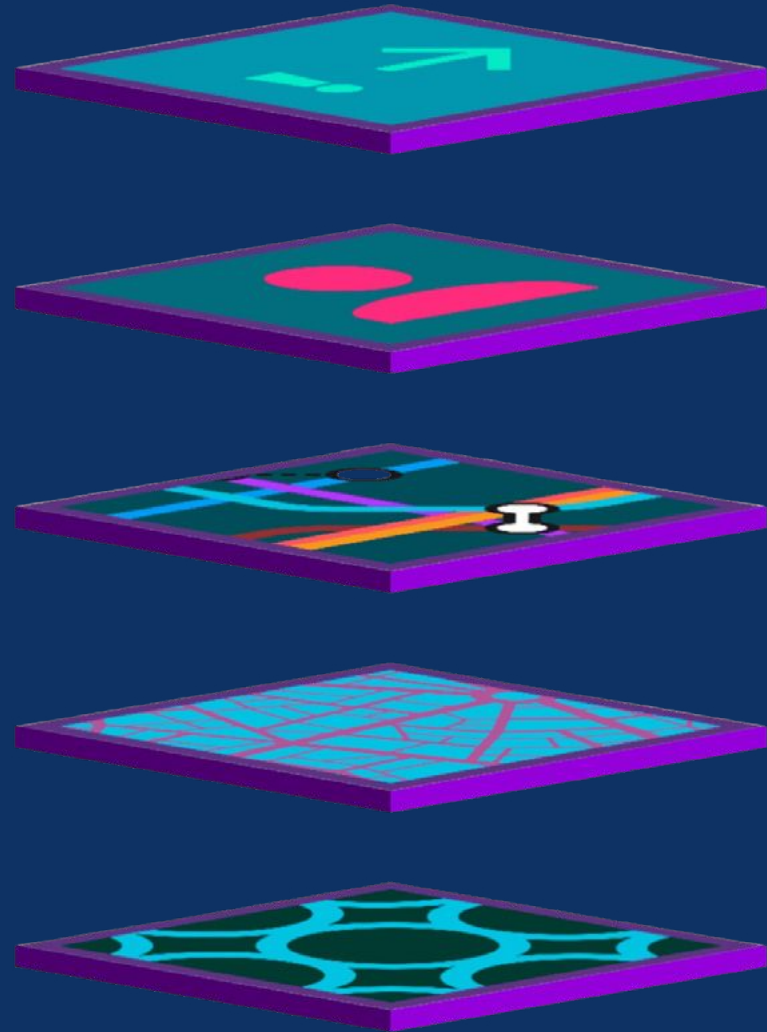


Beyond Platforms Initiative

Bausteine für ein neues
Medienökosystem



2024

Wer ist die Beyond Platforms Initiative?

Ein Netzwerk von Medienexpert:innen und Medienmacher:innen, die Wertschöpfung und Werteorientierung im Digitalen neu gestalten.

Gegründet wurde sie von **Betram Gugel** (ARD), **Oliver Koch** (Teravolt), **Markus Heidmeier** (Filmproduktion Kooperative Berlin), **Kemal Görgülü** (Arte) und **Florian Hager** (Hessischer Rundfunk).

Die Initiative wird unterstützt durch nextMedia.Hamburg, der Hamburg Kreativ Gesellschaft und der Stadt Hamburg.

Wir sind **gut vernetzt** mit anderen Medienhäusern, europäischen Bewegungen und wissenschaftlichen Institutionen.

Warum braucht es die Initiative?

Wertschöpfung und die **Durchsetzung von Werten** im Digitalen erfolgt zumeist **durch große Digitalkonzerne**.

Diese sind vertikal integriert:

- » Sie besitzen die Daten der Nutzer:innen
- » Sie verfügen über die Inhalte
- » Sie übernehmen die Distribution
- » Außerdem entwickeln das Interface

Damit liegen Kontrolle und Macht der digitalen Öffentlichkeit und deren Monetarisierung in den Händen weniger Konzerne.

Wir können diese Macht den Inhalte-Erstellern zurückgeben.

Unsere Vision

Die neuesten **technologischen Entwicklungen** eröffnen die Möglichkeit, **Funktionalitäten**, die bislang nur durch vertikal integrierte Plattformen angeboten wurden, nun **dezentral zu erleben**.

Gemeinsam mit allen interessierten Akteuren strebt die BPI danach, die Potenziale eines dezentralen Inhalte-Ökosystems zu nutzen. Dies würde es Inhalte-Anbietern ermöglichen, ihre Inhalte **ohne Übertragung an Drittplattformen** zu verteilen, während die Nutzer:innen eine selbstbestimmtere Inhalte-Aggregation und somit eine **verbesserte Experience** erfahren.

Wie kommen wir dorthin?



Content
Owner

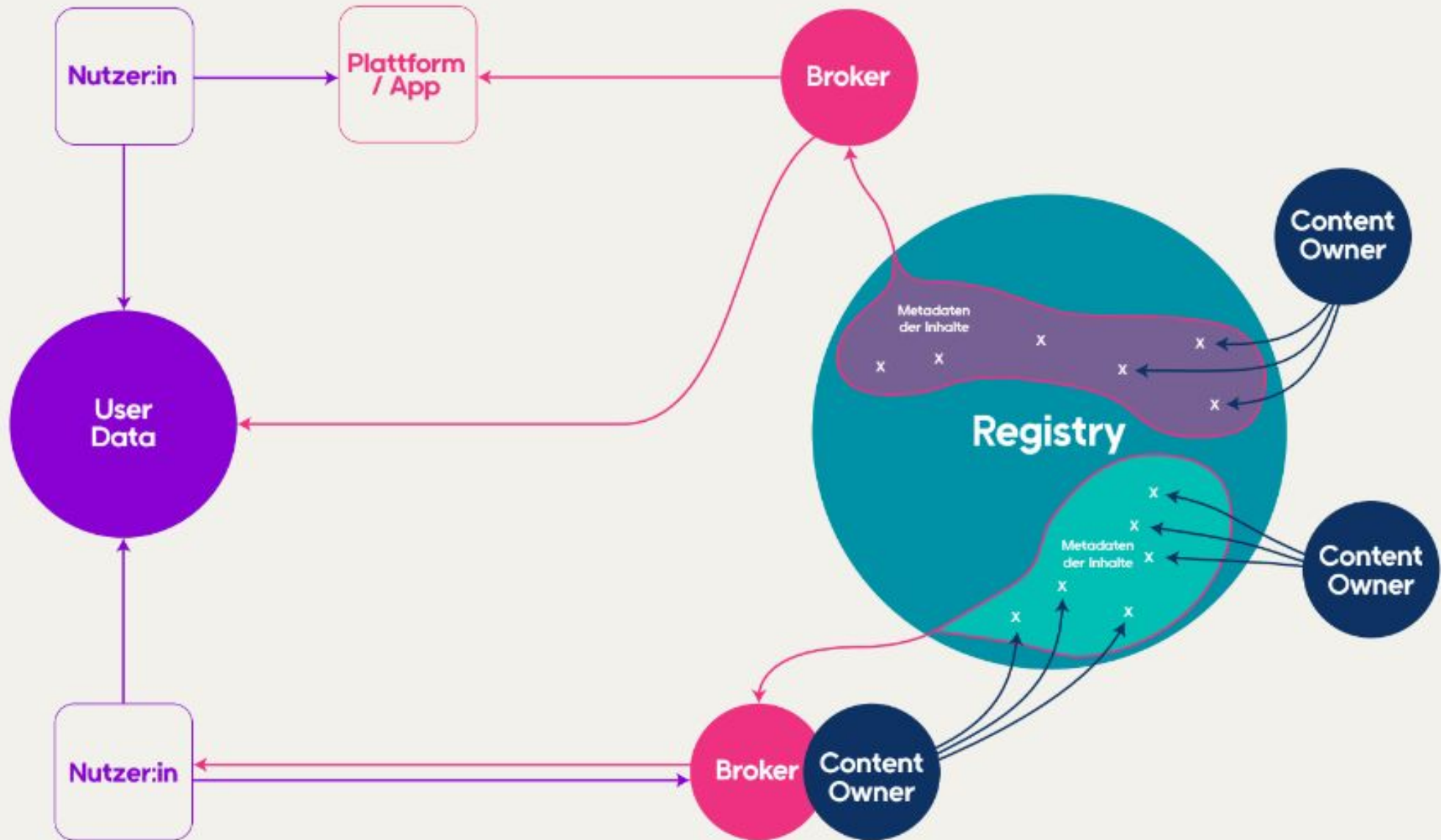
Registry

Broker

User
Data

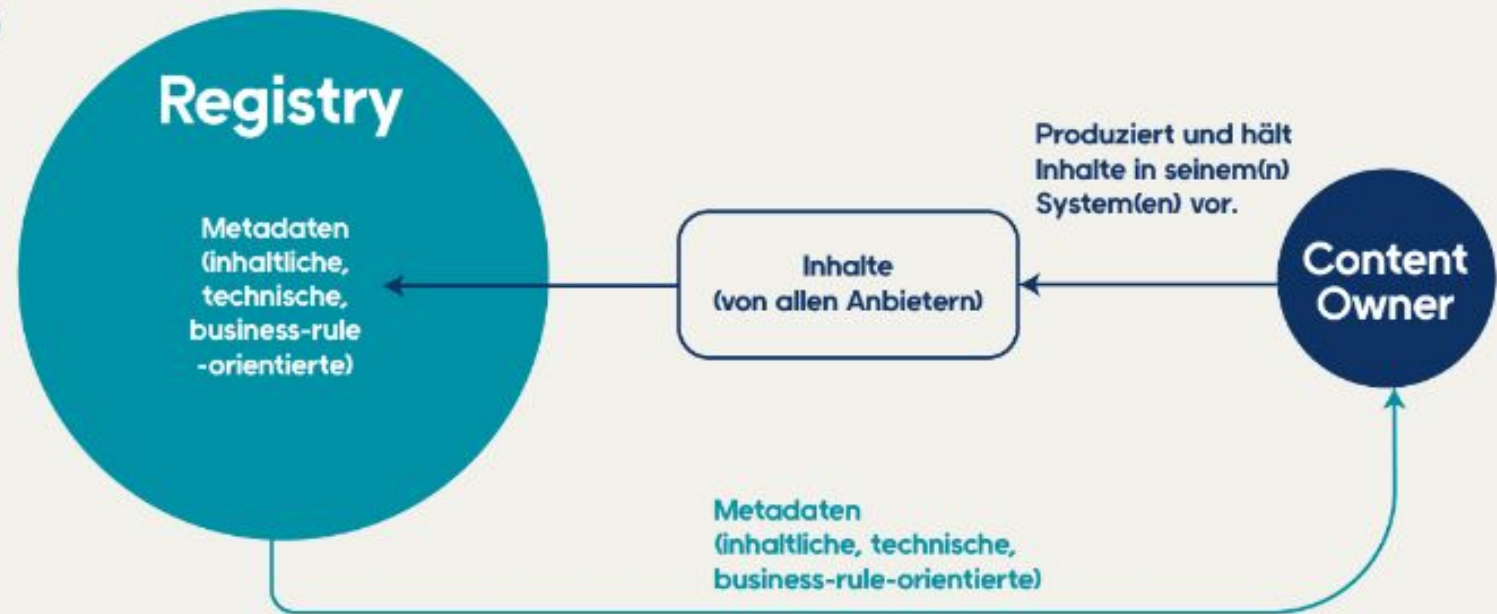
Um eine evolutionäre Entwicklung zu ermöglichen, trennen wir die vier aufgeführten Bausteine sowie ihre Rollen und setzen auf **interoperable Netzwerke**.

Das BPI-Ökosystem



Content Owner

Bspw. ARD, SKY, Pro7,
RTL, Spiegel TV, Rezo

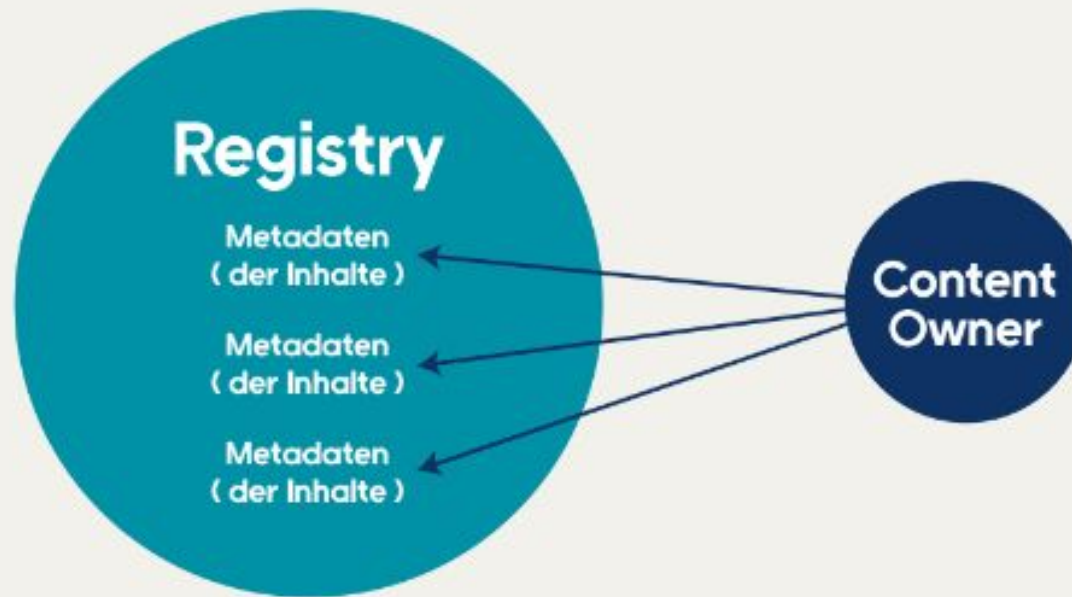


Statt die Inhalte selbst an eine Drittplattform zu übergeben, reicht der Content Owner lediglich die Metadaten über seine Inhalte an die Registry weiter. Von dort aus können dann die Geschäftsregeln für die Verwendung und Verwertung der Inhalte abgerufen werden.

Vorteile für Content Owner

- + Kontrolle über die Distribution und die eigenen Inhalte
- + Freiheit und Flexibilität in den Business Modellen
- + Geringerer Revenue-Share
- + Keine Abgabe von Inhalten und Rechten an Drittplattformen
- + Direktere Gewinnung von Daten
- + Gewinnung neuer Nutzer:innen zu geringeren Preisen (möglichst umfassende technische Reichweite für die eigenen Inhalte)

Registry



Die Registry ist der zentrale Baustein in einem neuen, verteilten Medienökosystem und dient als Katalog für Inhalte. Sie ist eine einmalige und unabhängige, gemeinwohl-orientierte Instanz.

Merkmale der Registry

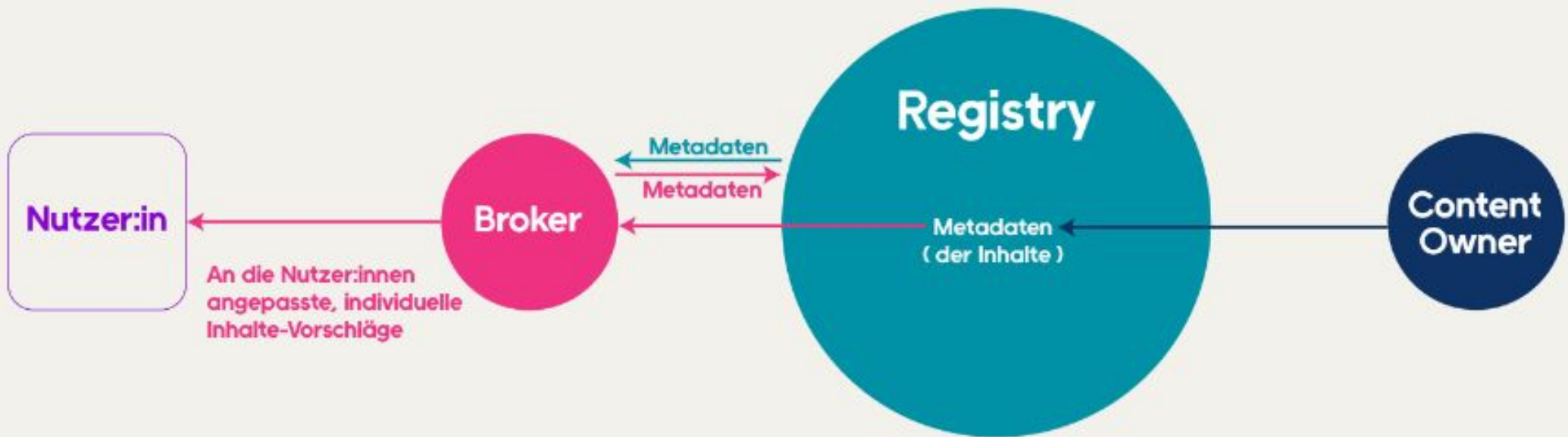
- » Sie ist ein Katalog für alle Inhalte, wobei sämtliche Metadaten zu diesen Inhalten gespeichert werden. Die Metadaten sind universell und umfassen unterschiedliche Kategorien, wie zum Beispiel:
 - Inhaltliche Metadaten (Titel, Beschreibung, Genre)
 - Technische Metadaten (Formate)
 - Metadaten über Business Rules (d.h. über zugelassene Verwertungsformen etc.)
- » Sie steht allen offen, die die AGB der Registry akzeptieren
- » Sie stellt den Content- und Broker-Zugang sicher
- » Sie kann die AGB durchsetzen und darüber Content Owner und Broker ausschließen

Notwendigkeit einer Registry

- + Standardisierte Metadatenmodelle und Austauschformate
- + Berücksichtigung der jeweiligen Verwertungsmodelle durch die hinterlegten Business Modelle
- + Einfache Integration in die Ökosysteme der Broker durch öffentliche und standardisierte Schnittstellen (API)
- + Technology-Stack basiert auf einer „Best of Breed“ Strategie, bei der wir vor allem auf Open-Source-Komponenten setzen

Broker

Bspw. ARD Mediathek, ZDF Mediathek,
RTL+, neue Marktteilnehmer:innen



Broker

Die Broker sind Vermittler und stellen den Nutzer:innen anhand der Metadaten aus der Registry ein Content-Angebot zusammen.

Kernfunktionen eines Brokers:

- » User Experience
- » Matchmaking & Algorithmen
(bspw. Inhalte-Auswahl)

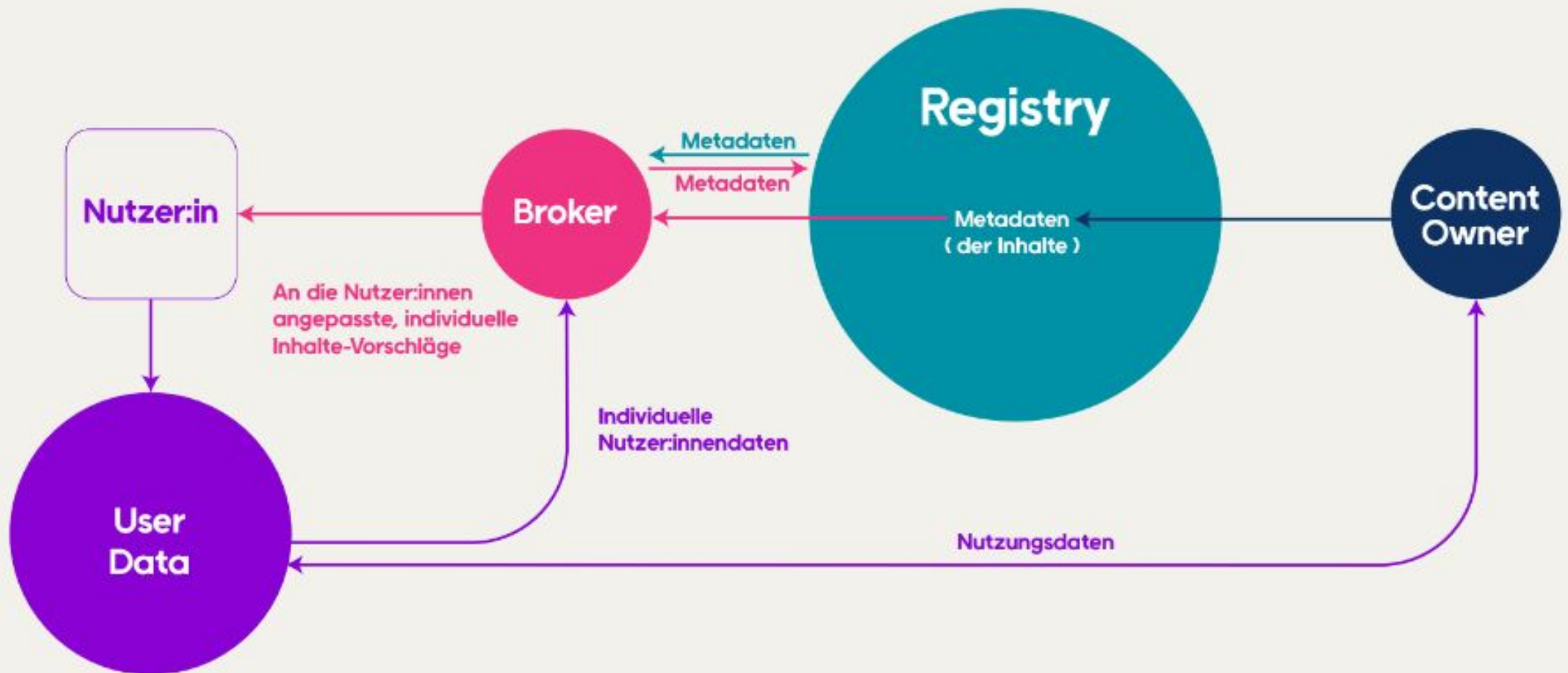
Die Entwicklung kann sowohl von einem Content Owner als auch von einem vollkommen unabhängigen Akteur durchgeführt werden.

Vorteile für Broker

- + **Attraktiveres Angebot, da Zugang zu einer größeren Menge und besseren Inhalten**
- + **Durch den direkten Zugriff auf Inhalte und Nutzer:innendaten fallen die Markteintrittsbarrieren weg oder werden minimiert, was den Aufbau eines neuen Inhalte-Angebots erleichtert**
- + **Chance sich auf die Segmentierung des Katalogs, die UX und das Matchmaking in der Wertschöpfung zu konzentrieren (Wettbewerb von Algorithmen)**

User Data

Bestehende Lösungen wie bspw. Solid-Server, NetID, Logins der Medienhäuser oder neue Lösungen



User Data

In den User Data Safes sind die Nutzer:innendaten gespeichert:

- » Login & Profil (Nutzungsdaten, Historien etc.)
- » Diese Daten stehen allen Brokern und Content Ownern nach Autorisierung zur Verfügung
- » Die Nutzer:innen können über die Nutzung und Weitergabe ihrer Daten an die Broker und Content Owner frei verfügen und jederzeit transferieren
- » Hier erfolgt die Abrechnung und Verrechnung
- » Auch ein Bundling kann in dieser Instanz erfolgen

Vorteile für Nutzer:innen

- + Datensammlung geschieht immer dezentral und die Weitergabe erfolgt nur nach explizitem Einverständnis
- + Es kann einfach und ohne Verluste der Vermittler (Broker) gewechselt werden
- + Tendenziell günstigerer Zugang zu einem größeren Katalog an Inhalten (Bundeling)
- + Alternative zu großen Plattformen, die es Inhalte-Anbietern ermöglicht, hochwertige und exklusive Inhalte auszuspielen.

Vorteile der Lösung für die Gesellschaft

- + Neuer digitaler öffentlicher Raum zur Meinungsbildung und zum Informationsaustausch
- + Stärkung pluralistischer Gesellschaften mit freiheitlich demokratischer Grundordnung und europäischer Kulturvielfalt
- + Keine Machtkonzentration bei einigen wenigen Unternehmen
- + Bessere Durchsetzbarkeit von gesetzlichen Vorgaben/Regen
- + Einnahmen verbleiben in Europa
- + Stärkung Europas in den Bereichen Markt, Business Modelle, Technologien und Innovationen

Beziehungen und Funktionsprinzipien im BPI-Ökosystem zusammengefasst

Mit dem BPI-Ökosystem entsteht eine neue Art der dezentralen Inhalte-Distribution, die **in Ergänzung zu den bestehenden Kanälen** verwendet werden kann.

Durch **einheitliche Metadaten-Sätze** können Inhalte zwischen Medienhäusern, Brokern und weiteren Akteuren viel einfacher ausgetauscht werden.

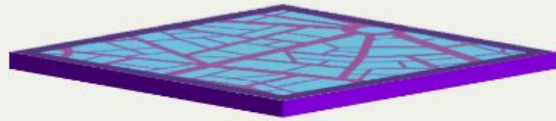
Mit den Brokern entstehen **neue Inhalte-Aggregatoren**.

Die User Data Safes fördern das **Aufbrechen von Daten-Silos**.

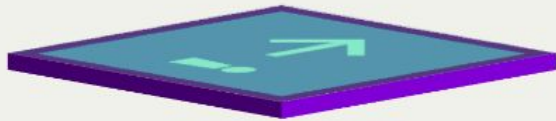
Neue Zielgruppen/Nutzer:innen können über die weitläufigere Verteilung der Inhalte gewonnen werden.

Die Nutzer:innen profitieren von einer **höheren Daten-Souveränität, vernetzteren Inhalte-Angeboten und individuelleren Inhalte-Vorschlags-Algorithmen**.

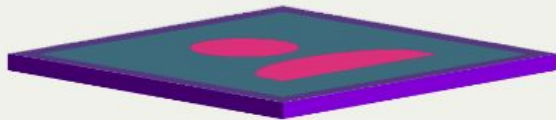
Beyond Platforms Initiative



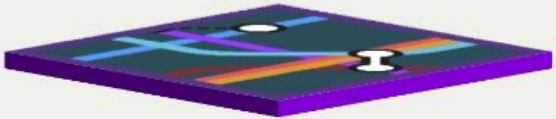
Content Owner gewinnt neue Nutzer:innen zu geringeren Preisen, indem sie die Metadaten ihrer Inhalte an die Registry übergeben und mit passenden Verwertungsrechten und Geschäftslogiken versehen.



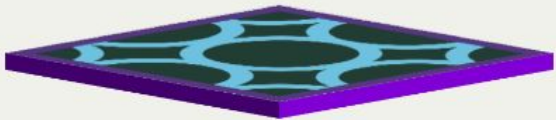
Broker sind Vermittler und stellen den Nutzer:innen anhand der Metadaten aus der Registry ein Content-Angebot zusammen. Sie optimieren die User Experience und die Vorschlags-Algorithmen.



User Data speichert die Nutzer:innen-Daten. Nutzer:innen können über die Datennutzung und -weitergabe entscheiden. An dieser Stelle erfolgt auch die Abrechnung und Verrechnung, was verschiedene (auch automatisierte) Business-Modelle ermöglicht.



Registry ist eine einmalige und unabhängige, gemeinwohl orientierte Instanz. Sie stellt einen Katalog aller Inhalte dar und speichert alle Metadaten sowie Logiken.



Grundlage ist ein wertegetriebenes Ökosystem, das auf Kooperation, Interoperabilität, Dezentralität und Standards beruht.



Auf den Punkt gebracht

Wir kommen zu dem Schluss, dass der Aufbau und die Distribution von eigenen Medienangeboten langfristig marktwirtschaftlich noch herausfordernder wird, da Big-Tech-Ökosysteme günstigere Technologie-Stückkosten erreichen, den größeren Content einzukaufen vermögen, über mehr Daten verfügen und auf Grund größerer Kundenstämme eine wirtschaftlichere Werbevermarktung erzielen könnten.

Als Reaktion darauf sollten wir gemeinsam eine Alternative entwickeln.

Gemeinsames Handeln

Austausch der Inhalte durch Inhalte-Standards:
Big-Tech-Experience ohne eine Big-Tech-Plattform zu sein.

Geringere Stückkosten durch **gemeinsame Infrastrukturen** wie Payment/Abrechnung, User-Data, Meta-Daten-Katalog, Inhalte-Analyse, Vorschlagsalgorithmen etc.

Höherer Traffic auf den eigenen Kanälen verbessert die Datenauswertung, wertorientierte Vorschlagsarithmetik und Vermarktung.

Mit der Ergänzung um Social Media Funktionalitäten ist langfristig ein **dezentrales, europäisches, wertorientiertes Social Web** denkbar.

Next Steps

Wir sind derzeit in einer inhaltlichen Diskussion mit wichtigen Vertreter:innen der Medienbranche über dieses neue Ökosystem und **freuen uns über Ihr Feedback.**

Wir laden auch weitere Partner ein, sich uns anzuschließen, um die Bausteine gemeinsam zu entwickeln und umzusetzen.

Danke

Web: <https://www.beyond-platforms.org/>

**Beyond
Platforms
Initiative**