

Archiv Ausgabe: ED 6/2007

edSTORYs

ED Heute

ED Das Heft

ED Archiv

ED Köpfe

Termine

Job Börse

Umfrage

ED Gerüchte

ED Kontakt

ED Links

Gästebuch

## Das kommt nach YouTube

(01.07.2007)

**In Europa staunt man noch über den Erfolg von YouTube. Doch in den USA wird schon an den nächsten Generationen von Social Media Networks gearbeitet. Anfang Mai wurde in Hollywood solch ein Großprojekt vorgestellt: "Me.tv"**

Richard Rosenblatt gilt in den USA als Mann mit der goldenen Hand. Aber im Unterschied zum mythischen König Midas ist Rosenblatt im E-Business tätig. Deshalb macht er immer weiter. Die Unternehmen, die er bisher leitete, erzielten enorme Wertsteigerungen. Dementsprechend hoch sind die Erwartungen bei seinem neuen Projekt.

Die Karriere von Richard Rosenblatt begann 1994 mit seinem Startup iMall. Er bot damit eine Plattform, auf der Händler ihre Produkte ins Internet stellen konnten. Rosenblatt verkaufte iMall 1999 um 565 Millionen US-Dollar. Im selben Jahr startete er die Domainbörse GreatDomains, die in jener Zeit zum wichtigsten Marktplatz für Internet-Adressen wurde. GreatDomains wurde im Oktober 2000 um kolportierte 100 Millionen USD von VeriSign übernommen.

Nachdem Rosenblatt weitere Internetprojekte führte, wurde er insbesondere als CEO von Internix Media berühmt. Das Unternehmen war damals Besitzer von MySpace. Tom Anderson und Chris DeWolfe, die beiden Gründe von MySpace, schrieben noch Verluste. So wurde im März 2004 der erfahrene Richard Rosenblatt geholt. Er fungierte als Chairman von MySpace, leitete Reformen ein und machte das Unternehmen erfolgreich, was im Herbst 2005 den legendären Verkauf um 580 Millionen USD an die News Corporation von Rupert Murdoch bewirkte. Eine Transaktion, die den Ruf des Web 2.0 wesentlich mitbegründete.

### Synonym für Internet-TV

Richard Rosenblatt hatte noch größere Ziele. Im Mai 2006 gründete er Demand Media Inc. als Dachgesellschaft, um verschiedene Aktivitäten mit Webmedien zu bündeln. Die Umsetzung seiner Pläne erfolgte zügig: Bereits in den ersten sechs Monaten wurden neun Unternehmen akquiriert, darunter mit eNom einer der weltweit größten Domainprovider. Die Strukturen dieses Registrars dienten weiterführenden Plänen, nämlich ein Nachfolgeprojekt für YouTube zu schaffen. Genau ein Jahr nach der Gründung von Demand Media wurde es offiziell präsentiert: Me.tv.

"Wir hatten das Ziel, mit Me.tv jeder Person, die ihren eigenen Channel möchte, eine erschwingliche und leicht zu nutzende Site zur Verfügung kann, auf der sie sich artikulieren und damit sogar Geld verdienen kann. Alles findet auf der persönlichen Site des Users statt, der seinen eigenen Webspaces gründen soll", erläutert Richard Rosenblatt.

Me.tv verfügt über alle Vorzüge einer entwickelten Social Software. Der Nutzer kann eigene Videos einspielen, rasch die Inhalte vernetzen und Kontakte knüpfen. Findet man interessante Beiträge in Communities wie YouTube, so genügt ein Klick, um diese mit der "Grab It"-Funktion bequem in das eigene Videoarchiv zu übernehmen. Blog, Forum und Fotoalbum sind in der eigenen Website integriert und stehen sofort zur Verfügung.

Doch Me.tv bietet einen wesentlichen Vorteil gegenüber YouTube, MySpace und diversen Blog Communities. Die proprietäre Social Software von Me.tv wird dem Nutzer unter dessen eigener Domain geboten, der damit auch die volle Kontrolle über seinen Webspaces besitzt. Dadurch realisiert der Nutzer den Mehrwert der Domain: Backlinks, Link Popularity, Pagerank, Affiliate Marketing und Traffic gehören ihm.

Wer mit Me.tv startet, der registriert deshalb zuerst seine Domain. Und zwar eine ".tv", die zum Synonym für Internetfernsehen werden soll. Nach der Registrierung einer TV-Domain genügen 10 Minuten, um mit den Tools von Me.tv einen eigenen .tv-Channel ins Netz zu stellen. Mit ein paar Klicks werden interessante Videos hinzugefügt. Schon nach ein paar Stunden schicken Betreiber anderer .tv-Channels Nachrichten, empfehlen ihre Videos oder fragen einfach an, ob sie als Freunde ins persönliche Netzwerk aufgenommen werden.

Die jährlichen Registrierungsgebühren für eine TV-Domain betragen erschwingliche 25 US-Dollar. Somit wird es bald nicht nur Arte.tv, Current.tv oder Viva.tv geben, um ein paar der etablierten Sender zu nennen, die ihren Webauftritt unter einer TV-Domain gestalten. Vielmehr werden tausende Internetkanäle mit individueller Programmgestaltung entstehen. Richard Rosenblatt: "Die Ökonomie des traditionellen Rundfunks erlaubt nicht eine Million Fernsehkanäle. Wir haben jetzt bereits tausende Kanäle auf unserer Plattform und jeden Tag kommen weitere dazu."

## Ausgabe: ED 6/2007

### Editorial

[Löwen & Spiele](#)

### Editorial II

[Ungewohnt still!](#)

### Coverstory

[Träume im Sandkasten](#)[Was sie werden wollten](#)[Interview mit Bundeskanzler Dr. Alfred Gusenbauer](#)

### Im Interview

[R. Chvatal: „Service, Service, Service“](#)[„Der Sex funktioniert noch“](#)[Die Lust an der Unmoral](#)

### Agenturen

[UEFA Kampagne: "Moralisch verwerflich"](#)[Frischzellenkur](#)[Oldies but Goldies](#)[Der Guru-Faktor](#)[Auf der Rolle](#)[A geiler Claim, Nudlaug](#)[Kartnigs Perspektiven](#)[Stehvermögen](#)[Was von der Blase blieb](#)

### Medien

[.Bild' im Umzug](#)[Kostengünstiges Rezept](#)[TV-Formate - massenhaft ...](#)[Feinde der freien Berichterstattung](#)[Das kommt nach YouTube](#)[Das Feuilleton: Unter dem Strich ...](#)[Auf dem Gipfel der Macht](#)[Das Neueste in 16 Sprachen](#)[Laut-Stark](#)

### Unternehmen

[Die wichtigsten Domain-Börsen](#)[Lichtgestalten](#)

### Portraits

[Paarlauf am CAT-Walk](#)[Im Dienste der schönen Künste](#)[Der spirituelle Quotient](#)[Tools am Pool](#)

### ED dabei

[Radionight '07 im hippen Fabriksloft](#)['Woman' Fete Blanche mit Bruce Willis](#)["FaktuM sucht den Counterstar" - der Volvo ist ausgespielt!](#)[Vernissage von Inge Prader im 'Motto'](#)

### **Medienpartizipation als Business-Modell**

Als Registry der TV-Domains fungiert das große amerikanische Internetunternehmen VeriSign, das eine Kooperation mit Demand Media vereinbarte. Demand Media sorgt seither für die Vermarktung der TV-Domains.

Als Testimonial für Me.tv wurde der amerikanische Fernsehstar Carson Daly gewonnen. Daly wurde als Moderator bei MTV bekannt. Seit Januar 2002 tritt er bei NBC in der Latenight-Talkshow "Last Call with Carson Daly" auf. Interaktivität mit dem Publikum war für Daly stets ein wichtiges Element seiner Arbeit. So entstand sein Interesse an Me.tv.

"Jeden Tag wird neue Kreativität im Internet entdeckt, durch die Nutzung von Technologien und Tools, die den Menschen Stärke geben. Es gibt keine Grenzen mehr, die Talente stoppen könnten. Sie können hinausgehen und direkt mit ihrem Publikum in Verbindung treten. The sky is the limit", so Carson Daly, der nun selbst seine persönliche Homepage unter [www.carsondaly.tv](http://www.carsondaly.tv) mit den Tools von Me.tv betreibt.

Me.tv beweist abermals, dass Medienpartizipation sich als wichtiges Business-Modell des Internets durchsetzt. Das Projekt reagiert bewusst auf die diesbezüglichen Bedürfnisse der Nutzer. Richard Rosenblatt sagt dazu: "Wir wissen aufgrund der enormen Popularität von Sites wie MySpace und YouTube, dass die Menschen sich selbst artikulieren wollen.

Im Unterschied zum traditionellen Rundfunk bietet das Internet den Massen diese Möglichkeit. Me.tv wurde entwickelt, um diese Trends zu berücksichtigen und die individuelle Kreativität an ihren nächsten logischen Punkt zu bringen: Jeder besitzt seinen eigenen Kanal, über den die Inhalte verbreitet werden."

Autor: **Johannes Schütz**, Bildrechte: Carson Daly

---

[Mediadaten](#) | [Sonderthemen](#) | [Abo & Bestellservice](#) | [Gästebuch](#) | [Impressum](#) | [Geschäftsbedingungen](#)  
© Copyright ExtraDienst. Wir freuen uns über Weiterverbreitung mit einem Link auf [www.mucha.at](http://www.mucha.at) und einer entsprechenden Quellenangabe. extradienst.at erscheint im Mucha Verlag, 1070 Wien, Zieglergasse 1.