

Soziale Medien via Blockchain

Social Token bieten Zugang zu sozialen Netzwerken oder Zeit mit Stars. Darin steckt Potenzial – aber auch Risiko.

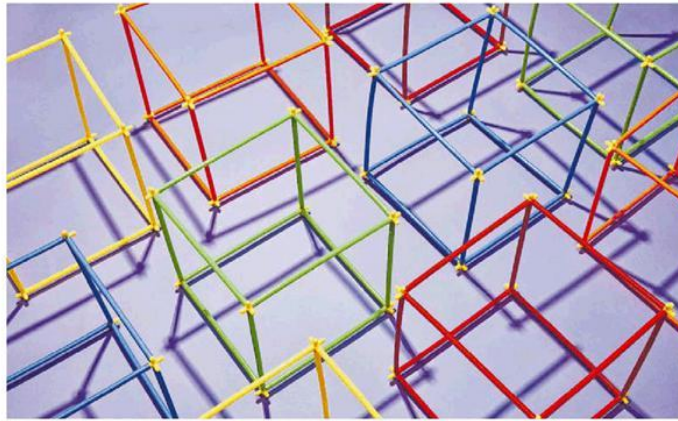
Mareike Müller, Christian Wermke
Frankfurt, Rom

Brauchen wir wirklich noch ein weiteres soziales Netzwerk? Lenken uns Facebook, Snapchat und Tiktok nicht schon genug ab? Gabriele Visintini wiegelt ab: „Bei uns geht es weniger um Zeitvertreib, nicht um Katzenvideos oder Fotos vom Mittagessen“, erklärt der Gründer vom **Cam.TV**. Es gehe um interessante Inhalte. „Darum, dass Menschen ihre Leidenschaften und Kompetenzen einem größeren Publikum zeigen und sie auch monetarisieren können.“ Bei Youtube brauche es sehr viele Zuschauer, bis die Plattform Werbung vor die Videos schaltet.

Bei **Cam.TV** können Nutzer ihre Inhalte hingegen direkt vermarkten: mit fixen Beträgen oder auf Spendenbasis. Influencer und Youtuber tummeln sich auf der Plattform. Aber auch Menschen, die gegen Spenden Kochrezepte teilen oder Yoga-kurse verkaufen. Artikel, Blogs, Bücher oder Livevideos lassen sich so zu Geld machen, selbst Abomodelle für den eigenen Kanal kann jeder „Creator“ anbieten.

Die Basis, auf der sich all das abspielt, nennt sich „Social Token“. Der Begriff steht gleichzeitig für einen der neuesten Trends der Kryptobranche. Anders als herkömmliche Kryptowährungen sind die Token einzelnen Personen oder Gemeinschaften, einer Marke oder einem Influencer zugeordnet. So können sich Gruppen oder Prominente, die im Internet aktiv sind, über eigene Krypto-Token finanzielle Mittel beschaffen. Das Versprechen: Traditionelle Mittelsmänner, die sich am Gewinn beteiligen würden, werden so ausgeschaltet. Besonders beliebt ist das Konzept aktuell bei Musikern, zum Beispiel Bands, die so ihr künstlerisches Schaffen zu Geld machen können.

Anfang des Jahres erfreuten sich sogenannte NFTs großer Beliebtheit, diese Token dienen schon jetzt vielen Künstlern zur Monetarisierung ihrer Werke im digitalen Raum. Alexander Braun, Digitalexperte der Technologieberatung Capco, grenzt Social Token



Visualisierung einer Blockchain: Die Technologie ist eine der meistdiskutierten Digital-Innovationen – mit vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten.

“
Social Token sind für die Kryptobranche gar nicht so gut, weil sie die Pump- and Dump-Mentalität fördern.

Alex Suárez
Chef der
Core X Group

davon ab: „Bei NFTs geht es um Ownership. Social Token hingegen sind eigene Währungen.“ So machen Social Token nicht mehr nur einzelne Produkte handelbar, sondern monetarisieren Musiker oder die Band selbst.

Steigt deren Beliebtheit, steigt oft auch der Token im Wert. So vermarkten Musiker oder Influencerinnen ihre Social Token auf Plattformen wie Coinvise oder Rally, wo aktuell beispielsweise der Token der Indie-Band „Portugal. The Man“ trendet: Wer mindestens zehn PTM-Coins erwirbt, erhält Zugang zu „exklusiven Inhalten, Merchandise, Frage- und -Antwort-Runden und Treffen mit der Band“. Dieses Modell heißt „Personal Token“.

Über die gleiche Technologie können sich ganze Gemeinschaften organisieren, wie **Cam.TV** zeigt: Jeder Nutzer im Netzwerk kann zum „Creator“ werden. Die Währung zur Organisation des verbindenden Miteinanders ist der Social Token, das Modell der „Community Token“. Anders als bei „Personal Token“ nutzen alle Mitglieder denselben Coin. Der Token hinter **Cam.TV** heißt LKSCOIN, die Macher

preisen ihn als den „bedeutendsten Social Token zur Wissensvermittlung der Zukunft“ an. Mit ihm können die Nutzer auch winzigste Cent-Beträge spenden – per Kreditkarte wäre das wegen der hohen Gebühren undenkbar. Rund 18 Millionen Transaktionen wurden bisher schon über die Plattform getätigt, erklären die Betreiber – in Echtzeit, ohne Transaktionsgebühren.

Mehr als 400.000 User hat die Plattform heute, 800 bis 1500 neue Posts erscheinen pro Tag. Der Wert aller LKSCOINs liegt derzeit bei 40 Millionen Euro, bis zu 30.000 Transaktionen werden täglich durchgeführt. „Das ist aber anders als viele andere Kryptowährungen nicht zum Spekulieren gedacht“, sagt Mitgründer und technischer Chef (CTO) Ivan Prez.

Anleger können dennoch vom Geschäftsmodell profitieren. Vor drei Jahren startete das Start-up in Italien, mit der Ausweitung nach Deutschland will es fürs Wachstum 18 Millionen Euro mit einer Art Crowdfunding einsammeln – über ein sogenanntes Security Token Offering. Professionelle Investoren und Privatanleger, die darüber

Anteile kaufen, werden am Umsatz der Plattform beteiligt. 1000 Euro sind die Mindestanlage, die Finanzierungsrunde läuft noch bis Ende des Jahres.

Darüber hinaus können Interessierte direkt in Social Token investieren. Denn grundsätzlich sind Social Token, beispielsweise personalisierte Token von Basketballern oder Rappern, auf Kryptobörsen handelbar – „und laden damit natürlich zum Spekulieren ein“, weiß Max Orgeldinger, Mitbegründer von TLGG Consulting, einer Agentur für digitale Geschäfte.

Dass das Konzept auch Risiken birgt, zeigte jüngst die Social-Media-Plattform Bitclout, die seit dem Frühjahr für Nutzer zugänglich ist. Der Grund: Auf der Plattform, die stark an Twitter angelehnt ist, kann man anderen Nutzern nicht nur folgen, sondern über Social Token auch in sie investieren, was heftige Kritik hervorrief.

Experte Orgeldinger warnt deshalb: „Einige der negativen Dynamiken aus den sozialen Netzwerken können durch Social Token und die Monetarisierung einzelner Personen ins Extreme geführt werden.“ Wenn ein Kursverlauf an eine Person geknüpft sei, könne „das Verhältnis von Influencer und Community schnell sehr toxisch werden“. Außerdem bestünde „ein Risiko von Betrug und Ponzi Schemes“, also Maschen, bei denen scheinbare Gewinne aus den Einzahlungen späterer Anleger bezahlt werden.

Auch Alex Suárez, CEO des Gaming-Unternehmens Core X Group, sieht Social Token kritisch, „weil sie die Pump-and-dump-Mentalität fördern“, also das Verfahren, Kurse hochzutreiben und dann Kasse zu machen. „Influencer können ihre eigenen Social Token allein wegen ihrer Bekanntheit enorm in die Höhe treiben. Ist der Hype dann vorbei, wird der Kurs wieder fallen.“ In seinen Spielen können Spieler zwar mit NFTs zahlen. „Aber der Zugang ist nicht nur den Haltern der Token vorbehalten.“ **Cam.TV** sei spannend, die Finanzierung als Security Token Offering „die richtige Form“. Langfristig müsse sich aber zeigen, wie nachhaltig das Geschäftsmodell ist.