Hörspiele kostenlos und legal über YouTube: Independent-Verlag setzt auf die Kraft des Social Web - durch Mundpropaganda tausender Hörer

Verlag innovative fiction geht ungewöhnliche Wege zur Verbreitung eines Hörspiels

Mehr als 15.000 User in vier Monaten sind auf das YouTube-Video des kleinen Münchener Hörspiel-Labels "innovative fiction" schon aufmerksam geworden - eine beachtliche Zahl angesichts von Abrufzahlen im sonst niedrigen vierstelligen Bereich, die Werbe-Videos von Verlagen oft nur erreichen. Dabei ist im Film nicht viel zu sehen: Die Tonspur enthält das komplette in Echtzeit erzählte HighTech-Thriller-Hörspiel "Experiment Zero", mit dem Dennis Schuster und Falk T. Puschmann schon zur Gründung ihres Labels für Furore sorgten. Mit der kostenlosen Verbreitung über YouTube setzen die Hörspielmacher nicht nur auf die Kraft der Mundpropaganda in Zeiten von Web 2.0 und Social Media, sondern erhoffen sich auch die langfristige Finanzierung neuer Audioproduktionen - denn die YouTube-Mutter Google vergütet jeden Aufruf des Hörspiel-Videos.

"Wie der Name unseres Hörspiels ist auch die Gratis-Verbreitung übers Internet ein Experiment", erklärt Produzent und Autor Falk T. Puschmann. Und es scheint früher als erwartet aufzugehen: Nach nur vier Monaten hat das Video auf http://www.youtube.com/watch?v=5TVavo2oyYw schon mehr als 15.000 Hörer erreicht. Der Verleger schwärmt: "Praktisch alle, die einen Kommentar hinterlassen haben, sind so begeistert von der Produktion, dass sie den Link in ihrer Community gerne weiterverbreiten."

Spätestens seit der Ankündigung der Hörspielmacher auf YouTube, bei Erreichen der 50.000-Klicks-Marke das nächste komplette Hörspiel kostenlos als Video einzustellen, ist der berühmte Schneeballeffekt an deutlich steigenden Abrufzahlen ablesbar - die Mundpropaganda funktioniert. Die Einladung an die User ist so simpel wie erfolgreich: "Jeder kann unser Hörspiel hören, aber auch einfach und legal mit Freunden teilen, zum Beispiel auf Facebook", ermutigt Puschmann, der noch auf weitere Möglichkeiten hinweist. "Über die Embed-Funktion von YouTube kann man es auch ganz leicht auf die eigene Homepage stellen oder in Foren posten."

Doch welche Vorteile hat ein Verlag von diesem Verbreitungsweg? "Wir können in relativ kurzer Zeit eine völlig andere Hörerschaft ansprechen und abholen, die mit den bisherigen Mitteln für einen kleinen Verlag kaum erreichbar ist, und schaffen auf einfachste Weise eine hohe Reichweite", verdeutlicht Puschmann. "Außerdem setzen wir eine legale Alternative zum illegalen Filesharing und behalten als Rechteinhaber trotzdem die volle Kontrolle über den Content. Und nicht zuletzt verdienen wir sogar an jedem Video-Aufruf eine Provision, weil Google Werbung einblendet - die Zahlen sind zwar noch überschaubar, aber sie steigen."

Die Frage, ob man sich für den Verkauf der CDs nicht selbst das Wasser abgräbt, räumt Puschmann schnell aus: "Wer das Hörspiel auf seinem MP3-Player mitnehmen möchte, für den reicht ein Stream nicht, denn er ist auf einen echten Download angewiesen. Auch haben wir die Audio-Qualität leicht nach unten geschraubt, wobei das den Hörgenuss nicht trübt. Und der engagierte Hörspielsammler kauft weiterhin die CDs, weil er etwas zum Anfassen und Anschauen im Regal stehen haben möchte."

Darüber hinaus erarbeitet sich Innovative Fiction eine klare Empfehlung hin zum legalen Download- und CD-Kauf: "Das Feedback der User beweist, dass viele erst durch die Entdeckung auf YouTube auf die Produktion sowie auf uns als Verlag aufmerksam geworden sind und gerne auch unsere anderen Hörspiele kennenlernen wollen - da ist der Schritt zum normalen Kauf nicht mehr groß", hofft Falk T. Puschmann. "Auch wer zum Beispiel 'Experiment Zero' verschenken will, wird keinen Link weitergeben wollen, sondern die echte CD aus dem Buch- oder Tonträgerhandel."

Von einem bloßen Einstellen eines Hörspiel-Videos rät Puschmann jedoch ab - damit sei der Erfolg nicht automatisch gegeben, auch die Community verlange eine hohe Aufmerksamkeit. "Durch besondere Aktionen verstärken wir die Hörerbindung, z.B. durch Extra-Videos mit Produktionskommentar oder Gewinnspielen, die sozusagen 'Meilensteine' wie 1.000 Abrufe, 10.000 Abrufe usw. in den Mittelpunkt stellen. Die Resonanz der Hörer auf diese Aktionen ist sehr positiv - und immer wieder wirkt sich dies auf das eigentliche Hörspiel aus, was man an den weiter steigenden Abrufen sieht."

Auf offene Ohren stieß das Independent-Label schon im Jahr seiner Gründung: "Experiment Zero" (ISBN 978-3-86212-002-4) erschien 2009 als ambitioniertes Erstlingswerk, das durchweg gute Kritiken bekam. Seitdem sind weitere spannende Produktionen hinzugekommen: Nach den ersten beiden Folgen der hochgelobten Mystery-Hörspielserie "Der Fluch" erschien vor kurzem das Fantasy-Hörspiel "Narbenhaut", das neben einer originellen Story und vielen bekannten Sprechern auch mit einem kunstvollen Comic-Booklet aufwartet.

Alle Produktionen von "innovative fiction" gibt es als legalen Hörbuch-Download bei iTunes, Audible.de und Soforthoeren.de, außerdem als CD bei Amazon.de und beim Hörspiel-Versender Pop.de. Informationen zum Verlag finden Interessierte auf www.innovative-fiction.com , bei Twitter auf http://twitter.com/innovativefiction sowie immer aktuell auf der Facebook-Seite www.facebook.com/InnovativeFiction.

Pressekontakt

innovative fiction

Herr Falk T. Puschmann
Elsenheimerstraße 4
80687 München

innovative-fiction.com
puschmann@innovative-fiction.com

Firmenkontakt

innovative fiction

Herr Falk T. Puschmann
Elsenheimerstraße 4
80687 München

innovative-fiction.com
puschmann@innovative-fiction.com

Das im Jahr 2009 von Dennis Schuster und Falk T. Puschmann gegründete Independent-Label sorgte bereits mit seinem Erstlingswerk "Experiment Zero" für Furore: Das Hörspiel gewann u.a. einen "Hörspiel-Award" in Bronze. Der Verlag selbst wurde im Jahr 2010 mit dem Hörbuchpreis "Ohrkanus" als bestes Newcomer-Label ausgezeichnet.

Anlage: Bild