

Da geht noch mehr

Der personalisierbare Musiksender **tape.tv** hat sich innerhalb von gerade mal drei Jahren zu einer Alternative für MTV im Netz etabliert. Eins steht fest: Da geht noch mehr. Viel mehr.



Das neue tape.tv-Studio wird am 12. Mai offiziell eröffnet | Foto: tape.tv

Es ist nicht leicht, Conrad Fritzsch an die Strippe zu kriegen. Der Mitbegründer und Geschäftsführer von tape.tv ist viel unterwegs. „Wir befinden uns in einer sehr dynamischen Phase“, schmunzelt der 41-Jährige. Vor drei Jahren, im Sommer 2008, ging der personalisierbare Online-Musik-TV-Sender an den Start. Die Vision: Das beste Musikfernsehen im digitalen Zeitalter zu entwickeln. Während MTV inzwischen ins Kabelfernsehen abgewandert ist, bietet tape.tv im Netz ein Non-Stop-Musikprogramm. „Der Wegfall von MTV und die Lücke, die Myspace hinterlässt, haben uns eine hohe Aufmerksamkeit beschert“, so Fritzsch.

Bei tape.tv steht die Musik ganz klar im Vordergrund. Der Clou: Einmal angemeldet, merkt sich tape.tv – nach dem Motto „Deine Musik findet dich!“ – welche Clips respektive

welche Musik der jeweilige User präferiert. Aus dem Start-up ist inzwischen ein Unternehmen mit 49 Mitarbeitern geworden. Die Mitarbeiterzahl hat sich allein im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt. Bis Ende 2011 ist ein weiterer Anstieg um 60 Prozent geplant. Auf monatlich fast drei Millionen Unique User kommt das Portal mittlerweile. Seit Herbst 2010 ist das Angebot auch in der Schweiz und in Österreich verfügbar.

Auf der Überholspur

In Deutschland ist tape.tv – nach YouTube und MyVideo – die drittgrößte Musikvideo-Plattform. Während sich YouTube hierzulande nach wie vor mit der GEMA streitet, ist bei tape.tv alles in trockenen Tüchern. Die Plattform verfügt über Deals mit allen vier Majors sowie zahlreichen Indies.

Die Nutzung von tape.tv ist kostenlos. Finanziert wird das Angebot in erster Linie über Werbung. Im August 2009 wurde mit der tape.media GmbH eine eigene Agentur für die Vermarktung ins Leben gerufen. „Wir wollen nicht nur den Werbekunden, sondern auch Künstler und Plattenfirmen zufrieden stellen“, erklärt Fritzsch. Statt dem User das Produkt „unterzumogeln“, wird die Botschaft der Marken in die jeweiligen Formate integriert.

Auch inhaltlich hat sich tape.tv rasant weiterentwickelt. 2011 wird das Angebot durch eigene Formate erweitert. Den Anfang macht „on tape“, die in Zusammenarbeit mit ZDF Kultur entstand. Premiere feiert das Format am 12. Mai live um 21 Uhr auf tape.tv. Im Zentrum steht neben den Live-Auftritten von Bands vor allem die Interaktivität. Online-User werden in die Live-Show eingebunden. Im Herbst soll tape.tv dann in Skandinavien, England und in Frankreich lanciert werden. Die Macher haben sich einiges vorgenommen. Das Ziel bis zum Jahresende: Sechs bis acht Millionen Unique User pro Monat. „Dann bin ich happy“, lacht Fritzsch. | rw

zur person

Conrad Fritzsch



Der 41-jährige Berliner studierte an der Filmhochschule Babelsberg Regie. 1993 gründete er die Werbeagentur Fritzsch & Mackat. Dort war er als Geschäftsführender Gesellschafter und Leiter Kreation tätig, bevor er

2008 gemeinsam mit Stephanie Renner tape.tv gründete. Bei Telefon-Interviews bewegt er sich gerne. Während des MM-Interviews legte er rund 1,3 km zurück. Fritzsch entspannt am besten zu den Klängen von HipHop, Frank Sinatra und der Indie-Band WhoMadeWho. | Foto: Andreas Mühe

LIVE

ConcertPress

connect::

Online-Besucherservice • Interaktives Eventmarketing

NÄHER AN DER ZIELGRUPPE

Konzertbesucher mit Hilfe des Web 2.0 finden und verbinden!



Das mobile Internet und Social Media gewinnen täglich an Bedeutung. Steigen Sie jetzt in die digitale Welt von ConcertPress ein und bieten Sie Ihren Konzertbesuchern künftig einen umfassenden Infoservice rund um Ihre Veranstaltungen und stärken Sie somit Ihre Kundenbindung und den Ticketabsatz.

Mit ConcertPress:

- Ticketverkäufe steigern
- Kundendaten generieren
- Markenbekanntheit erhöhen
- Social Media nutzen

www.concertpress.de

Wir verschaffen Ihnen durch neue Ideen und innovative IT-Lösungen Wettbewerbsvorteile in der Eventbranche.