

DIGITAL



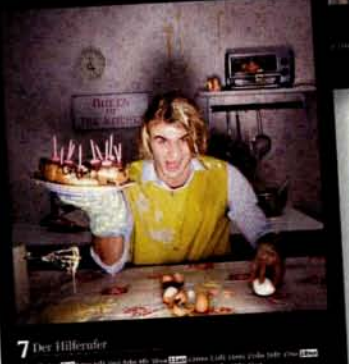
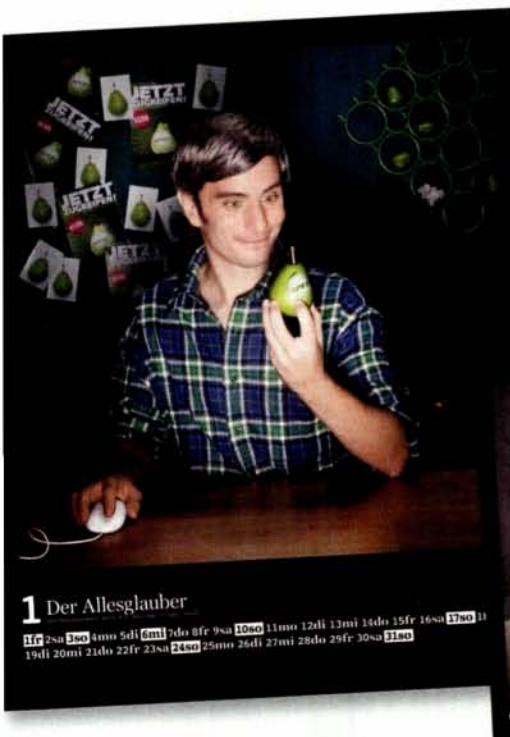
Team Der neue Tape.tv-Aufsichtsratsvorsitzende Lars Dittrich (l.) hatte den Handy-Filialisten dug Telecom gegründet. Nach dessen Verkauf an Debitel verantwortete er Retail und Vertrieb als Vorstand. Jetzt unterstützt er Tape.tv-Gründer Conrad Fritsch (r.) bei der Entwicklung der Musikplattform.

Geldquellen im Plattenladen

Das Internet-Musikfernsehen Tape.tv hat seine Plattform überarbeitet und neue Services eingerichtet. Mit Kooperationen sollen neue Nutzerkreise und Geldquellen gewonnen werden.

Zum ersten Geburtstag gibt es einen Relaunch. Mit der neuen Seite will das Online-Musikfernsehen Tape.tv die Funktionalitäten des Internets und die Emotionen durch Musik stärker verbinden. Künftig spielt Tape.tv die Musik-Clips etwa im echten Vollbildmodus aus. Tape.tv-Nutzer können außerdem ab sofort ihre Lieblings-Hits miteinander teilen: Über eine Mixtape-Funktion erstellen sie eine Liste mit ihren Favoriten und können diese über Facebook, Twitter oder einfach über eine Internet-Adresse zugänglich machen. „Dadurch personalisieren wir Musik und zeigen nicht nur den Mainstream“, erklärt Tape.tv-Gründer und Geschäftsführer Conrad Fritsch. Die Nutzer geben an, was sie mögen und was nicht. Auch die Redaktion ordnet die 20 000 Videos etwa in Themen-Specials. Conrad Fritsch spricht von einer Vermenschlichung des Internets. „Wir sind wie der Typ im Plattenladen,

der seine Käufer kennt und ihnen passende Musik vorschlägt.“ Damit mache Tape.tv das bessere Musikfernsehen. „Das zahlt sich auch wirtschaftlich aus“, erklärt Fritsch. Der Plattformbetreiber verdient Geld über Werbung – jedoch nicht über Banner und Prerolls, sondern über Entertainment-Branding, speziell entwickelte Sonderformate. Hinzu kommen Provisionen für verkaufte Tickets und Musik. Neue Geldquellen und Nutzer erschließt sich Tape.tv auch über Kooperationen: Zu den Partnern gehören Bild.de, Bravo.de, Brigitte.de, Stern.de oder Yahoo. Auch in der Führung gibt es Neues: Lars Dittrich, ehemaliger Debitel-Vorstand, übernimmt Firmenanteile und sitzt ab sofort dem Aufsichtsrat vor. „Lars Dittrich wird unserem Start-up mit seinen unternehmerischen Fähigkeiten helfen, langfristig zu wachsen und uns als Marktführer zu etablieren“, sagt Fritsch. ks



Kalender zeigt Web-Menschen

Jahresbegleiter · Mit zwölf Monatsbildern steckt die Berliner Werbeagentur DauthKaun die Internet-Nutzerschaft in typisierte Schubladen. Vom „Allesglauber“, der Birnen für Äpfel hält, über die Süchtigen, die schon am Maustropf hängt, bis zur Twitterin, die im Online-Käfig lebt. ks

Konzeption Die Leitung hatte Kreativdirektor Oliver Semik.