
tape.tv

pressemitteilung

tape.tv startet durch:

Etwas mehr als ein Jahr nach seiner Gründung geht tape.tv den nächsten Schritt ins neue Fernseh- und Werbezeitalter. Jetzt ansehen unter <http://beta.tape.tv>

- Start für das beste Musikfernsehen seiner Zeit: Innovationsvorsprung von tape.tv bei der Weiterentwicklung des linearen Fernsehens mit Relaunch vertieft
- tape.tv durch strategische Kooperationspartner zunehmend in der Online-Community verankert
- tape.tv führende Plattform bei der Entwicklung und Vermarktung neuer und innovativer Formate für Entertainment Branding im Internet
- Verstärkung des Gesellschafterkreises stellt Weichen für langfristiges Wachstum

Berlin, 10.12.2009

Ein Jahr nach der Gründung bringt der Online-Musikfernsehsender tape.tv eine neue Version an den Start und vertieft damit seinen Innovationsvorsprung bei der Weiterentwicklung des linearen Fernsehens. Ab dem 17.12.2009 kombiniert tape.tv noch stärker das klassische Fernsehen mit allen Möglichkeiten des Internet. Als Musikfernsehsender strahlt tape.tv 24 Stunden am Tag und 356 Tage im Jahr ein Musikfernsehprogramm aus.

Als innovative Plattform ermöglicht tape.tv dem Zuschauer darüber hinaus zum Programmdirektor zu werden und in nur zwei Klicks zum eigenen Stream zu kommen. Auf Basis einer intelligenten Technologie, eines starken Redaktionsteams und rund 20.000 Originalmusikvideos hat tape.tv die Voraussetzungen dafür geschaffen, jedem User zeitgleich das Musikfernsehen zu liefern, das er möchte – und dies egal wohin: Nach Hause, auf eine private Party oder unterwegs.

„Auf der Suche nach dem kleinsten gemeinsamen Nenner von Musikgeschmack, Klingeltönen und Datingshows haben viele klassische Musikfernsehsender Fokus und Profil verloren. Die neuen Medien gaben den Mediennutzern unendlich viele Kanäle und Möglichkeiten, aber keine Antworten darauf, wie man diese intelligent nutzt. tape.tv hat genau da angesetzt: Mit dem Launch – und noch mehr mit dem Relaunch – schafft tape.tv ein Angebot auf eine schon lang bestehende Nachfrage“, sagt Conrad Fritzsich, Gründer und Geschäftsführer von tape.tv.

Die Philosophie von tape.tv, die der Sender mit dem Relaunch weiter verfeinert hat, ist ebenso simpel wie schwierig. Das Konzept, das dem Sender tape.tv zugrunde liegt, lautete nicht: Wie finde ich eigentlich meine Musik? Sondern: Wie findet mich meine Musik? tape.tv ist damit weit mehr als eine starre Datenbank und ein unhandliches Musikvideoarchiv.

„Das Medium Fernsehen steckt nicht in Schwierigkeiten, sondern die Sender, weil sie neue Fragen mit alten Antworten bedienen. Das Internet wird das Fernsehen nicht ablösen. Für das Fernsehen besteht die Krux heute allerdings darin, immer komplexer werdendes Mediennutzungsverhalten in konvergierenden Medienmärkten abzubilden“, sagt Conrad Fritzsich.

Der Erfolg von tape.tv zeigt, dass der Musikfernsehsender den richtigen Weg eingeschlagen hat. Inzwischen zählt tape.tv 700.000 Unique User im Monat, die eine durchschnittliche Verweildauer von knapp 30 Minuten aufweisen. Mit Premium-Content der großen Majors und wichtigsten Indielabels deckt tape.tv inzwischen 80% des relevanten deutschen Musikvideomarktes ab. Tendenz steigend.

tape.tv durch strategische Kooperationspartner zunehmend in der Online-Community verankert

Seit seiner Gründung gewinnt tape.tv darüber hinaus immer mehr strategische Kooperationspartner wie Internet-Plattformen, Online-Netzwerke oder klassische Medienunternehmen. Zu den Kooperationspartnern gehören inzwischen bereits bild.de, BRAVO, BRIGITTE.de, BYM.de, Radio Fritz vom rbb, Spex, stern.de, Yahoo! Musik und 104.6 RTL. Durch diese Kooperationen wird tape.tv zunehmend das, was im Internetzeitalter ein Schlüsselkriterium ist: vernetzt.

„Unseren Kooperationspartnern liefern wir einen speziell auf sie zugeschnittenen Mehrwert, schärfen damit ihr Profil und erhöhen die Nutzerbindung. Durch diese Kooperationen findet tape.tv zusätzlich auf diesen Plattformen und in den jeweiligen Zielgruppen statt. Mit jedem Kooperationspartner ist tape.tv ein Stück mehr in der jeweiligen Zielgruppe verankert – und wird damit immer mehr Teil der Online-Kommunikation“, sagt Conrad Fritzsich.

tape.tv führende Plattform bei der Entwicklung und Vermarktung neuer und innovativer Formate für Entertainment Branding im Internet

tape.tv hatte nicht nur das Ziel, zum führenden Musikfernsehsender zu werden, sondern zur führenden Plattform für innovative und neue Möglichkeiten der Bewegtbildwerbung im Internet. Als ehemaliger Werber wusste Conrad Fritzsch, dass jeder private Fernsehsender nur dann nachhaltig erfolgreich sein würde, wenn er auch den Werbetreibenden eine Perspektive bietet und damit Innovationen auf allen relevanten Märkten, dem Fernseh- und Werbemarkt treibt.

„Das Entertainment Branding steckt immer noch in den Kinderschuhen. Nicht nur das Fernsehen, auch die Werbung blieb weit hinter den Möglichkeiten des Internetzeitalters zurück. Spots und Marken wurden einfach weggeklickt. Genau deshalb hat tape.tv ebenso viel Intelligenz in die Entwicklung innovativer Formen des Entertainment Branding, also der Bewegtbildwerbung und Markenbildung im Internet, gesteckt, wie in die Entwicklung des Fernsehens. Auch hier leistet tape.tv jenseits quälender Banner und Pre-Rolls Pionierarbeit“, unterstreicht Conrad Fritzsch. tape.tv bündelt dieses Know-How, ist eine Art kreatives Labor für alle Fragen rund um das Entertainment Branding und differenziert sich damit am Markt und vom Wettbewerb. „Werbetreibende und Markenartikler bekommen für Entertainment Branding und Markenbildung wieder eine Perspektive, die sie bei klassischen Fernsehsendern nicht mehr und bei Web-Sendern noch nicht bekamen. tape.tv ist das Sprungbrett, weil es für neue und innovative Werbeformate die entsprechende Werbefläche, Reichweite und Zielgruppe bietet. Die Neugier und Nachfrage am Markt zeigt, dass wir mit tape.tv den richtigen Weg eingeschlagen haben“, so Fritzsch.

Verstärkung des Gesellschafterkreises stellt Weichen für langfristiges Wachstum

Etwas mehr als ein Jahr nach dem Launch von tape.tv kommen auch neue Gesellschafter an Bord. Lars Dittrich, Gründer eines der größten Handyfilialisten, der _dug Telecom, und ehemaliger Debitel-Vorstand übernimmt in seiner Funktion als neuer Shareholder auch die Funktion des Aufsichtsratsvorsitzenden. „Mit Lars Dittrich bekommt tape.tv einen ausgewiesenen Sparringpartner und Marktexperten, um die Weichen für langfristiges Wachstum zu stellen. Er weiß, was es heißt, ein Unternehmen aufzubauen und als Marktführer zu etablieren“, sagt Conrad Fritzsch.

Lars Dittrich: „Das Interessante an tape.tv ist, dass tape.tv nur Innovationen treibt, hinter denen auch ein Geschäftsmodell steht und die sich mit profitablen Wachstum am Markt behaupten können. Das unterscheidet tape.tv von vielen anderen Marktteilnehmern und macht es für einen Investor interessant.“

Pressekontakt

tape.tv
Conrad Fritzsch
Langhansstr. 86
13086 Berlin

tel +49 (0)30 47 37 632 - 22
fax +49 (0)30 47 37 632 - 23
mail: fritzsch@tape.tv

Über tape.tv

tape.tv liefert personalisiertes Musikfernsehen auf einen Klick. Seit Juli 2008 bietet das Berliner Start-Up ein neues Web-TV Angebot, das individualisierte Unterhaltung mit einfacher Bedienbarkeit verbindet. Einzige Voraussetzung für die kostenlose Nutzung des Programms sind ein Internet-Anschluss und eine aktuelle Version des Flash-Players. tape.tv arbeitet direkt mit den Musik-Labels zusammen. Finanziert wird das Non-Stop-Programm durch Werbeeinnahmen. Momentan hat tape.tv 700.00 Unique User im Monat mit einer durchschnittlichen Verweildauer von knapp 30 Minuten. Die Geschäftsführer, Stephanie Renner und Conrad Fritzsch, besitzen langjährige Erfahrung und ausgewiesenes Know-How in der Musikwirtschaft und in der Werbebranche.

Mehr Informationen unter <http://beta.tape.tv> und www.tape.tv/presse
