
tape.tv

unternehmensprofil

tape.tv ist ein **Online-Musikfernsehsender**. Seit seiner **Gründung im Juli 2008** bietet das Berliner Unternehmen allen Internetnutzern die Möglichkeit, Musikfernsehen neu zu erleben. Musikvideos rund um die Uhr, kostenlos und legal. **tape.tv** ist **Musikfernsehen im Internet** und kooperiert mit allen großen Majors sowie den wichtigsten Indielabels.

Conrad Fritsch (40) ist Gründer und Geschäftsführer von **tape.tv**. Er ist der innovative Kopf, der hinter dem Unternehmen steht, und Experte im Bereich Entertainment Branding. Derzeit arbeiten 20 feste sowie 10 freie Mitarbeiter bei **tape.tv**.

tape.tv ermöglicht **individualisiertes Musikfernsehen**: Nutzer können zwischen unterschiedlichen Musikgenres und Interpreten wählen und damit die Musikrichtung individuell auf sich zuschneiden. **tape.tv** ist einfach, unkompliziert und trifft immer die richtige Stimmung: Der Zuschauer wird zum Programmdirektor und kommt mit maximal 2 Klicks zum eigenen Videostream – egal wo, ob zu Hause, unterwegs oder auf einer Party. **tape.tv** ist immer das beste Musikfernsehen seiner Zeit.

tape.tv schreibt die Geschichte des Musikfernsehens im **digitalen Zeitalter** fort und spricht damit eine Zielgruppe an, die mit dem klassischen Fernsehen zunehmend nicht mehr erreicht wird. Außerdem bietet es eine ideale neue Plattform für Unternehmen und Werbeagenturen im Stil von Fernsehwerbung. Diese Art von **Entertainment Branding** ist neu.

tape.tv zeigt wie erfolgreiche **Innovationen im Internet** aussehen – und hat den Grundstein für vollkommen neue Formen der Internetwerbung und damit auch neue Möglichkeiten des Entertainment Branding gelegt.

content first

tape.tv rückt Musikvideos in den Vordergrund. Mit dem Ansatz **Content First** grenzt sich **tape.tv** von den klassischen Musikfernsehsendern MTV und VIVA ab, bei denen inzwischen zunehmend ein Rahmenprogramm im Vordergrund steht.

Beim Aufbau seiner Plattform setzt **tape.tv** auf **Premium-Content**. Derzeit verfügt das Unternehmen über Lizenzverträge mit den vier großen Labels Universal, Sony, Warner und EMI sowie den drei größten Independentvertrieben Zebalution, Kontornewmedia und Finetunes und vielen kleineren Indielabels.

tape.tv greift auf eine eigene **Musikexperten-Redaktion** zurück. Sämtliche Titel auf **tape.tv** werden vorab durch die Redaktion beurteilt und kategorisiert. **tape.tv** schafft durch den einmaligen Mix aus redaktionellen und individuellen Bewertungskriterien Klarheit, Transparenz und Orientierung für seine Zuschauer.

geschäftsmodell

tape.tv finanziert sich über **Werbung**. Das Unternehmen hat hierfür eine **völlig neue Form der Internetwerbung** entwickelt, wie zum Beispiel das **360° Motion Ad**, welches parallel zum Musikvideo läuft, statt es zu unterbrechen. Dies bedeutet: hochprofessionelles, auf das Umfeld angepasstes Entertainment Branding im Internet.

starke netzwerkpartner

tape.tv setzt auf starke Partner: Das Unternehmen gewinnt immer mehr **strategische Kooperationspartner**, darunter auch bild.de, BRAVO, BRIGITTE.de, BYM.de, Spex, stern.de, Yahoo! Musik.

Auch **Radiosender** wie Radio Fritz vom rbb und 104.6 RTL gehen zunehmend Kooperationen mit **tape.tv** ein – nicht zuletzt, weil sie damit den Musikvideo-Bereich in ihrem eigenen Internetauftritt auf- und ausbauen können ohne Einzelverträge mit den jeweiligen Labels schließen zu müssen. Durch die Vernetzung profitieren beide Plattformen.
