

Stellungnahmen der Sachverständigen in der

1. Anhörung Musicboard am 25. April 2012

5. Fabian Heuser (Tape TV)

Vielen Dank für die Einladung. Tape TV sitzt in Berlin Pankow. Wir machen Musikfernsehen im Netz, sind ungefähr vier Jahre alt, mittlerweile 85 Mitarbeiter. Man kann uns empfangen, im Netz angucken – in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Uns unterscheidet von den anderen Teilnehmern, wir sind auch Teil der Digitalwirtschaft. Wir machen Musik, aber das im Netz. Wir kooperieren auch mit Facebook und Spotify. Wir sind eine digitale Marke. Im Prinzip könnten wir auch in Köln oder München sitzen, aber wir sitzen in Berlin. Das hat dann wiederum doch seine Gründe, weil sich für viele digitale Unternehmen, die etwas mit Musik machen wollen, bietet sich Berlin einfach an, weil es hier diese unglaubliche Musikkultur, Musikvergangenheit gibt und dazu auch noch ein Klima, wo junge Unternehmen ganz gut starten können. Es gibt halt noch Räume. Es gibt gute Unis, viele visionäre Köpfe, die wegen der Musik gekommen sind sich sagen, die Digitalwirtschaft explodiert hier gerade, lass uns da einfach was machen.

Ich war letzte Woche beim Round Table Digitale Wirtschaft. Auch da wird jetzt die Vernetzung angegangen, was wir auch total gut finden.

Ich habe eben schon von diesem Berlin-Bild gesprochen. Wenn man sich dafür interessiert, es gibt hier diese Venture-Capital-Szene. Da ist Berlin momentan auch total en vogue. Die sind gerne hier. Die bauen ihre Büros hier auf, große Companys wie Twitter zum Beispiel kommen jetzt nach Berlin. Ich glaube, was die anzieht, ist die Atmosphäre, die es in Berlin gibt. Was in den letzten 30 Jahren hier gewachsen ist, ist, was Berlin total spannend macht.

Das sind zum einen auch die jungen Leute, die hierher kommen wegen der billigen Mieten. Berlin ist eine Stadt, die kann man einfach mal ausprobieren. Man kann einfach mal für drei Monate hier hinkommen. Und wenn es einem nicht gefällt, kann man einfach wieder gehen. Die Stadt ist total einladend, wenn man das mit anderen Hauptstädten vergleicht. Ich denke, das ist ganz wichtig, auch für die Digitalwirtschaft. Dann gibt es, das wurde angesprochen,

viele Nischen. Das ist auch total interessant. In diesen Nischen wächst Kreativität. Man kann sich da ausprobieren. Und wenn man sein Ding gefunden hat, kann man das auch machen. Ich glaube, das ist in der Musik und der Digitalwirtschaft sehr gleich.

Was für uns am Berlin-Bild auch ganz wichtig ist, ich bin auch hier hingekommen wegen der ganzen (...), vom Schokoladen bin ich zum Beispiel ein Riesenfan. Wir sitzen auch momentan mit dem Bezirksamt Pankow zusammen. Da geht es auch um die Kulturbrauerei und Pfefferberg und so. Ich denke, das ist alles total wichtig. Diese Clubkultur hat, auch wenn wir eine digitale Marke sind, einen total hohen Stellenwert.

Was Sound Cloud, FM und Tape TV da machen, geht momentan halt am besten in Berlin.

Human Resources habe ich angesprochen. Das ist total wichtig. Da geht's um das Berlin-Image. Was hier wie nirgendwo anders wichtig ist, ist, dass die Zukunft auch die Gegenwart und die Vergangenheit ist. – Was hier auch für Bands herkommen, was hier für Labels herkommen.

Zu den fünf Fragen:

Die erste Frage dreht sich um den Ansprechpartner. Dazu wollte ich sagen, dass junge Unternehmen wie wir nicht so die großen Fragen haben. Wir haben kleine Fragen. Wir haben einfache Fragen. Das Ding ist halt, dass wir da schnelle Antworten brauchen. In so einem jungen Unternehmen ist es häufig so: Da will man zum Beispiel jemanden einstellen und dann taucht irgendein Problem auf. Das sind dann häufig Fragen, die in einer Woche geklärt werden müssen, weil alles so spontan ist. Das klingt banal, ist aber relativ wichtig, dass man schnell immer eine Antwort bekommt.

Kooperation? Vernetzung ist für uns auch ein großes Thema. Wir arbeiten mit digitalen Unternehmen zusammen, aber auch mit Labels und sprechen auch mit Musikern direkt. Die sind quasi das Wichtigste, was wir haben. Ich finde gut, was jetzt gerade passiert. Wir sprechen gerade auch mit der Berlin Music Week darüber, was diesen Sommer kommt. Das klingt total inspirierend, gerade auch unter dem Stichwort Vernetzung. Ich bin ein großer Fan von Events wie Eurosonic und SXSW, wo auch Musik vorgestellt wird, aber dann auch direkt Sinn draus gemacht wird. Also, Musik ist der Ursprung, aber das ist halt die komplette Wertschöpfungskette. Man kann viel damit machen, in ganz vielen Kanälen denken. Wenn so was in Berlin auf die Beine gebracht wird, das wäre der Wahnsinn.

Wir haben gestern mit dem Blog Tech Berlin gesprochen. Die denken genau in dieselbe Richtung. Da müsste man einfach die Leute mal zusammenbringen. Eigentlich will es jeder, nur es gibt ein paar parallele Erzählstränge. Aber ich glaube, dass wir das hier ganz leicht machen können.

Priorität? Wir wollen als Digitalwirtschaft nicht so zurückgucken, aber das Wichtigste ist eine Bestandsaufnahme. Was ist dieses Berlinbild, was ist das Image? Was zieht die Leute an? Wo gehen die hin? Was funkeln die zurück in ihre Heimatstädte? Ich glaube, es ist wichtig, dass man sich da auch die kleinen Läden anguckt, diese ganzen Highlights, dass man das einfach mal alles sammelt. Vor dem Hintergrund finde ich es gut, dass hier auch so divers gesprochen wird.

Es wurde auch nach einem Vorbild gefragt: Berlin ist für mich wirklich vorne dran, was diese ganzen Entwicklungen angeht. Vielleicht sollten wir da wirklich etwas schaffen, was es so noch nicht gibt, auch, dass Musikwirtschaft, Digitalwirtschaft, Clubkultur, Eventkultur wirklich umarmt wird.

Ich weiß nicht, ob es ein Vorbild gibt. Vielmehr hat man eine Riesenchance, da selber Vorbild zu werden, einfach weil Berlin so ein großer Kosmos ist mit kleinen Clubs, großen Labels und jetzt auch digitalen Publishern wie uns.