



© Marc Jarabe

Rücken näher zusammen

Christoph Muck (Cofounder ForTunes), Albert Manzinger (Geschäftsführer PhonoNet), Florian Richling (Cofounder ForTunes).

„Neue Brücken für Musikschaaffende“

PhonoNet Austria will mit Einstieg ins Start-up ForTunes auf die Digitalisierung in der Musikbranche reagieren.

WIEN. Die PhonoNet Austria GmbH beteiligt sich ab sofort mit einem sechsstelligen Investment beim Wiener Start-up ForTunes und erweitert damit auch das eigene Portfolio. Seit 25 Jahren ist sie ein Shared Service IT-Dienstleister für Software-Lösungen mit Schnittstellen in der Musikindustrie.

Die App ForTunes will sich an Produzenten, Manager und Künstler richten und mit ihrem Social Media Monitoring einen Überblick bieten, wo und wie deren Musik gespielt, gelistet und erwähnt wird.

Synergien für die Zukunft

Das PhonoNet-Service MPN, ein Musik Promotion Network, kann durch die Integration von ForTunes selbst Informationen aus dem Social Media-Bereich

einbauen. „Unsere beiden Unternehmen profitieren durch hilfreiche Überschneidungen und ergänzen sich in Zukunft gegenseitig“, so Albert Manzinger, Geschäftsführer der PhonoNet Austria GmbH.

Obwohl die Unternehmen in verschiedenen Geschäftssparten agieren, sieht Manzinger Möglichkeiten der Kooperation, die allen zugutekommen können: „Mit unseren unterschiedlichen Services haben wir nicht nur einen wertvollen Beitrag zur Digitalisierung der Branche geleistet, sondern auch für die Zusammenarbeit von Musikindustrie, Handel und Medien. Mit ForTunes erweitern wir unser Portfolio um einen wesentlichen Bereich und nutzen durch diese Kooperation wichtige Synergie-Effekte.“

Bemusterung

Um das erreichen zu können, wird die ForTunes App in das PhonoNet-Service MPN, eine Bemusterungsplattform am heimischen Musikmarkt, eingegliedert. So soll es ein elektronisches Postsystem geben, mit dem Künstler, Labels oder Manager ihre musikalischen Neuheiten an ausgewählte Medienpartner verschicken können, sprich diese „bemustern“.

Zusammenarbeit

„MPN-User erhalten so nicht nur Einsicht in die für die Kampagnenerstellung wichtigen Inhalte, sondern können auch gezielt Informationen mit Medienpartnern teilen. Dadurch erhalten sie ein umfassendes Bild ihrer Aktionen und erhöhen die Chancen auf eine erfolgreiche Bemuste-

rung“, erklärt Manzinger die Vorteile des Zusammenschlusses.

Auch Florian Richling, Co-Founder von ForTunes, sieht viele Vorteile in der beginnenden Zusammenarbeit: „Die Digitalisierung hat auf alle Bereiche der Musikbranche Einfluss genommen, jedoch konnten bis jetzt nicht alle gleichermaßen davon profitieren. Mit der Kooperation unserer App ForTunes und dem Service der PhonoNet GmbH bauen wir neue Brücken zwischen Musikschaaffenden, Industrie-, und Medienpartnern.“

Service von „Enthusiasten“

Das Service ForTunes selbst ist als Tool für einfaches Social Media Monitoring seit 2018 am Markt und will mit der gleichnamigen App Produzenten, Managern, Bands und Künstlern in der digitalen Musikwelt mittels Insights aus der Welt der Sozialen Welten helfen, den Überblick zu bewahren. Gegründet wurde es damals nach eigenen Angaben von Musik- und Tech-Enthusiasten.

Im Moment zählen bereits über 17.000 musikalische Künstler und Mitarbeiter zu den Kunden und Nutzern der App. (red)

Nähere Informationen zur App unter: www.fortunes.io