

yodoba NEWSLETTER

2. Jahrgang

April/Mai 2006

Das "ZDF" fragte die yodoba: "Musik-Download - wie geht das?"

Die 2. Ausserordentliche Generalversammlung vom 27. April 2006

Am vergangenen Donnerstag, den 27.04.2006 hat die yodoba AG in den Räumlichkeiten des Airport Conference Center zur 2. Ausserordentlichen Generalversammlung eingeladen. Hauptthema war die generelle Statutenrevision. Diese Revision wurde von den versammelten Aktionären einstimmig angenommen. Der Verwaltungsrat der yodoba AG bedankt sich für das entgegengebrachte Vertrauen.



Kurzer Geschäftsüberblick

Neben der Abstimmung über die Statutenrevision wurden die Aktionäre an der ausserordentlichen Generalversammlung über den Stand des operativen Geschäfts informiert. Seit dem Abschluss des vorangegangenen Geschäftsjahres, das am 30. Juni 2005 endete, wurden die prognostizierten Downloads um 28 Prozent übertroffen.

Über 30 Millionen Downloads

Insgesamt wurden mit Unterstützung der yodoba-Technologie bislang über 30 Millionen Downloads erreicht. Zudem können die von yodoba betreuten Portale den neuen mehrwertschaffenden Dienst "BASS (BAST Audio Streaming Service einsetzen.

In der Sendung „Wie geht das?“ des ZDF, die sich namentlich an Jugendliche zwischen sechs und zwölf Jahren richtet, wurde unlängst hinter die Kulissen des Herunterladens von Songs bei Musicload.de geschaut. Dabei wurde yodoba als „Miterfinder des Media-Handling“ und entsprechender Computerprogramme vorgestellt.



Geschäftsgeheimnis

Das Vorgehen haben wir in etwa wie folgt erklärt: yodoba nimmt die für Musicload lizenzierten Daten von der Musikindustrie entgegen. Mit einem für die Öffentlichkeit nicht bestimmten Verfahren wird die Umwandlung in das notwendige oder gewünschte Format vorgenommen, sowie deren Qualität geprüft und sichergestellt. Die Musikdaten werden mit Informationen über den Song und die Musiker, Komponisten, Erscheinungsdatum, Preisgefüge etc. ergänzt (Metadaten). Wenn das alles fertig ist, werden die Titel der Musik-Downloadplattform zur Verfügung gestellt. Dort können sie gegen Bezahlung dann durch die Endkunden problemlos, sicher und in bester Qualität vom Internet oder übers Mobiltelefon heruntergeladen werden.

Musicload.de



Die Produktion entstand auch in Zusammenarbeit mit www.musicload.de von T-Online. Das ist die führende legale Musik-Downloadplattform Deutschlands. Sie bietet ihren Kunden einen einfachen und schnellen Zugriff auf ein Repertoire von über einer Million Songs.

Von Anfang an dabei

Seit dem Launch des Portals anlässlich der CeBit 2003 arbeitet yodoba mit Musicload zusammen und nimmt das Media-Handling wahr. Der Aufbau des Repertoires erfolgte seit Markteinführung kontinuierlich und dieses wird vor allem hinsichtlich Neuerscheinungen und Sonderaktionen ständig erweitert und verbessert. Ermöglicht wurde diese Entwicklung durch den technologischen Schulterschluss von T-Online und yodoba, welcher den Musikliebhabern zu Gute kommt.

yodoba NEWSLETTER

2. Jahrgang

April/Mai 2006

Das ist yodoba

Das im Jahr 2000 gegründete Schweizer Unternehmen yodoba AG, Zürich (www.yodoba.com), ist mit den Tochtergesellschaften „234 AG“ und „4Synergy GmbH“ Europas führender Technologielieferant für das legale Herunterladen der digitalisierten Daten von Musiktiteln, Videos oder elektronischen Büchern über das Internet und Mobilfunknetze.

„Music2You“

Als Mitglied des von Siemens gegründeten „Music over the Air Konsortiums MOC“ handhabt die yodoba vor allem die zu verteilenden Daten der aufstrebenden Vertriebsplattform „Music2You“. Diese Plattform wird von Online-Shops führender Internetanbieter wie T-Online oder AOL sowie von Mobilfunkanbietern wie O2 (England, Irland) als Technologieträger genutzt.

Im Hintergrund

Yodoba stellt im Hintergrund den umfassenden Service zur Handhabung der digitalen Daten sicher, und zwar von der Erfassung über die Kompression, die Katalogisierung bis zur Verteilung. Dank des von yodoba entwickelten automatischen Qualitätsmanagements „BAST@AudioSystem“ ist „Music2You“ in der Lage, den angeschlossenen Online-Shops und ihren Nutzern für die verwalteten rund 1,2 Millionen Musikdateien die bestmögliche Download-Audioqualität zuzusichern.

Mehr als 30 Mitarbeitende

Die yodoba, die seit April 2006 über 30 Mitarbeitende beschäftigt, wird mit einem Prozentanteil am Verkaufspreis der von Endkonsumenten heruntergeladenen Daten vergütet. Im Jahr 2005 konnten bereits rund zwanzig Millionen Downloads verrechnet werden. 2006 wird eine Vervielfachung dieser Zahl erwartet.

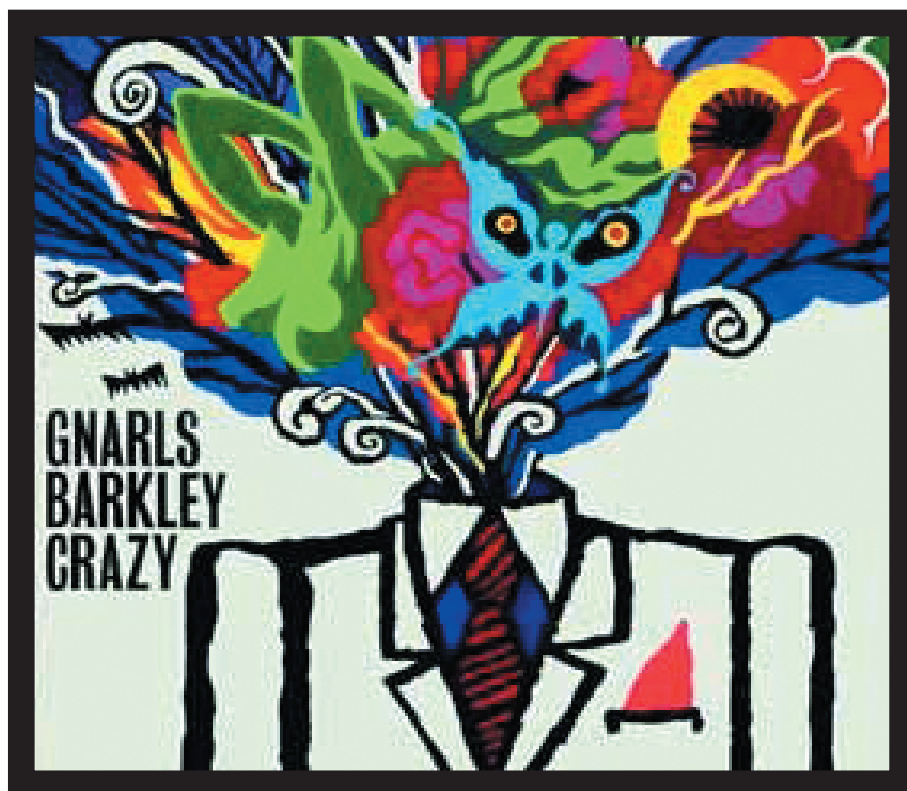
Botschafter

Bekannte Botschafter der yodoba AG sind Dieter Meier und Boris Blank von „Yello“.

Aktionärskreis

Die Aktien der yodoba AG (Valor 120'222'42) sind in den Händen der Gründer und von privaten Investoren.

Gnarls Barkley schreiben in England mit „Crazy“ Musikgeschichte



Beflügelt von einem Werbespot, der mit ihrer Musik unterlegt war, schrieben in England Musikgeschichte: Noch nie zuvor schaffte eine Single, die lediglich als Download erhältlich war, den Sprung von null auf eins in die Charts. Auf dem Festland ist man etwas vorsichtiger und veröffentlicht "Crazy" (Bild oben) auch als CD. Trotzdem: Das Musikgeschäft wandelt sich.

Musikindustrie will voll dabei sein

Laut einem Bericht von AP-Korrespondent Alex Veiga decken die Bestrebungen der Plattenfirmen nach mehr Geld im Online-Geschäft folgendes auf: Die Musikkonzerne wollen möglichst viel an einem Geschäftsmodell verdienen, an das sie angesichts der Übermacht der illegalen Tauschbörsen vor einiger Zeit kaum noch geglaubt haben. Michael McGuire von der Marktforschungsfirma Gartner drückt es so aus: "Die Musikindustrie befindet sich immer noch im Umbruch: Und weil sie sieht, dass sich der Online-Markt dynamisch entwickelt, will sie voll dabei sein."

Differenzierte Preise

Topmanager von Plattenfirmen wie EMI-Chef Alain Levy oder Warner Music Group-Chef Edgar Bronfmann wollen so rasch wie möglich ein Zwischenziel erreichen: Unterschiedliche Preise für Neuerscheinungen und ältere Titel. Kritiker halten dem entgegen: Es ist gefährlich, den Wachstumsmarkt des Online-Musikdownloads in der jetzigen Phase über höhere Preise zu gefährden. Denn niemand kennt bis heute die Preissensibilität der Menschen, die kostenpflichtige Musik herunterladen.