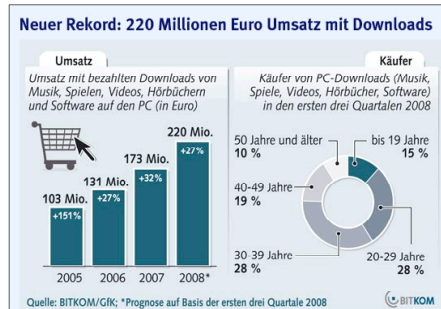


# Internationaler Downloadmarkt 2008 wieder mit namhaften Zuwachsraten. Nicht ganz Schritt halten kann der deutschsprachige Raum.

## Musicload 2008 wieder mit Zuwachs.

Im vergangenen Jahr 2008 konnte Musicload als grösstes von der 234 AG belieferte Portal mit einem Zuwachs gegenüber dem Vorjahr aufwarten und somit den Abwärtstrend aus dem Jahr 2007 aufhalten und an die erfolgreicheren Vorjahre anknüpfen. Allerdings konnte mit einem Zuwachs von rund 5 % dem allgemeinen internationalen Trend mit rund 30 % Zuwachs nicht gefolgt werden. Die Gründe hierfür sind einerseits die technische Weiterentwicklung des Portals sowie die Internationalisierung auf Österreich und



die Schweiz. Dadurch sind viele Ressourcen gebunden worden und gleichzeitig sind die Marketingausgaben deswegen stagniert. Sie sollen aber im Jahr 2009 wieder forciert werden. Andererseits ist der Gesamtmarkt im vergangenen Jahr weiter in die Breite gewachsen und dies ist für Musicload die Herausforderung.



## Die 234 AG schliesst Rahmenvertrag mit Sony Music Schweiz

Der Inhalt dieses Vertrag's regelt die Belieferung des Sony Music Kunden „NESTLÉ Suisse SA“ beziehungsweise dessen Online Plattform (cailler.ch) durch die 234 AG. Hierbei handelt es sich um einen direkt an den Endverbraucher gerichteten Internet Service zum vergütungspflichtigen Vertrieb von Musik-Downloads.

## 234 intellectual AG

In der strategischen Ausrichtung der Firmengruppe ist die yodoba AG weiter vorangeschritten. So konnte Ende 2008 neu die 234 intellectual AG gegründet werden, die zu 100 % der yodoba AG gehört. Sie kümmert sich um die Intellectual Properties, das heisst sie sichert, verwaltet und verwertet in Zukunft die Patentanträge. Eine weitere Tochter wird in absehbarer Zeit entstehen. Sie wird das aktuell noch defizitäre „e-pre / musicbon-Projekt“ übernehmen und in die Pflicht genommen, es zu einem neuen „Investorcase“ zu promovieren und damit hoffentlich im 2009 in die schwarzen Zahlen führen.



## Neuer Vertriebskanal für musicbon-Geschenkkarten

Ende des Jahres 2008 konnte die 234 AG einen Vertrag mit der CAP (Customer Advantage Program GmbH) unterzeichnen. Die CAP ist ein Joint Venture-Unternehmen der Deutschen Telekom und des Arcandor (ehem. KarstadtQuelle) Konzerns.

Bei dem neuen Produkt Cardiso übernimmt sie nicht nur die Herausgabe und den Betrieb der Geschenkkarten, sondern bündelt den Vertrieb vieler Karten und findet neue Vertriebsstätten.

Erste Verkaufsstellen von Cardiso sind die Deutsche Post sowie Netto, ein überwiegend im norddeutschen Raum agierender Discounter. Darüber hinaus können Cardiso-Geschenkkarten auch bequem von zu Hause aus im Online-Shop erworben und direkt an beliebige Lieferadressen versendet werden.

Freundlicher Gruss aus Zürich

Beat Ris

beat.ris@yodoba.com