

# Innovation im Bereich des Vertriebs von Musik: Musikalben sind mit dem "musicbon" in Zukunft auch als prepaid CD erhältlich.

Die yodoba AG und ihre Tochtergesellschaft 234 AG bringen für den Vertrieb von Musik als Ergänzung zur klassischen CD die prepaid CD auf den Markt.



Es handelt sich um eine Karte im Kreditkartenformat mit dem gleichen Design wie die entsprechende CD. Das Bezahlen an der Kasse erfolgt wie bei jedem Einkauf völlig anonym mit Bargeld oder anderen Zahlungsmitteln. Der Käufer erhält dank einer ausgeklügelten sicheren Technologie einen musicbon-Beleg mit einem Freischaltcode.

Damit kann die Musik über eine leicht zu bedienende Internetseite ([www.musicbon.de](http://www.musicbon.de)) ohne obligatorische Registrierung heruntergeladen, gespeichert und genutzt werden.

Die musicbon-Karten können wegen ihres Designs von den Musikliebhabern wie physische CDs gesammelt werden. Sie eignen sich, zusammen mit dem Freischaltcode, auch als Geschenk. Ohne Kenntnis des Freischaltcodes ist ein Zugriff auf die Musik allerdings nicht möglich, weshalb ein Diebstahl der Karten nutzlos ist.

Bei allen Saturn Filialen zu kaufen.

Ab 25. Januar wird es den musicbon zunächst in allen Saturn-Filialen geben. Im Laufe des Jahres werden weitere Händler dazu kommen. Die musicbon-Karten kosten EUR 9.99 bzw. EUR 12.99 mit Bonusmaterial. 24 Künstler unterschiedlicher Genres mit ihren aktuellen Alben sind zu kaufen:

*Alicia Keys, Andrea Berg, Annett Louisan, Backstreet Boys, Britney Spears, Bruce Springsteen, Bullet For My Valentine, Celine Dion, Daughtry, Die DR3i, Eros Ramazzotti, Gentleman, Leona Lewis, Laith Al-Deen, Maria Mena, Mario Barth, Mark Medlock, Massiv, Michael Jackson, Rapsoul, Revolverheld, Ricardo Marinello, The Hoosiers und Udo Jürgens.*

**Das neue Medium musicbon wird die 234 AG zunächst exklusiv mit Sony BMG als ersten Lizenzgeber herausbringen.**

„Der musicbon ermöglicht dem Konsumenten nunmehr, digitale Musik zu erwerben, ohne sensible Bezahlinformationen im Internet angeben zu müssen. Darüber hinaus bietet er die Möglichkeit, Alben direkt und vielfältig digital zu nutzen, ohne auf das physische Fan-Produkt verzichten zu müssen.“, so Johannes Hugger, Senior Director Audio-Visual Strategy bei Sony BMG. „Mit dieser Kombination aus digitalen und physischen Vertriebswegen bieten wir Konsumenten, die Musik digital nutzen oder nutzen möchten, ein sehr attraktives Angebot.“

*Marktforschung von Sony BMG, vor "musicbon" Launch.*

*Mehrere große Umfragen unter Internet-Usern haben den Entschluss von Sony BMG, das Modell in Deutschland zu unterstützen, bestärkt. Vor allem die anhaltende Skepsis des überwiegenden Teils der Musikkonsumenten gegenüber der Nutzung von Kreditkartendaten zum Einkauf im Internet gab den Ausschlag. SONY BMG führte im letzten Dezember eine Befragung unter 1.500 erwachsenen Musikkonsumenten durch. Die Ergebnisse der Studie bestätigten exakt die Ergebnisse früherer Umfragen. So halten es 64% der Männer und Frauen für „riskant, mit der Kreditkarte im Internet zu bezahlen“. Weiterhin möchten 83% der Umfrageteilnehmer ihre Musik als physisches Produkt in der Hand halten können. 61% der Befragten geben aus den genannten Gründen kein Geld im Internet für Musik Downloads aus. Anders sieht es allerdings bei der Nutzung von mp3-Musikdateien aus. 59% speichern mp3-Musik auf ihrem Computer und 49% hören Songs über einen tragbaren mp3-Player.*

*Freundliche Grüße aus Zürich  
Beat Ris / Communication  
[beat.ris@yodoba.com](mailto:beat.ris@yodoba.com)*