

Die 234 AG ist neuer Content Aggregator des Independent Labels "V2Music"

Demo-Aufnahmen auf Kassetten oder CDs sind passé

Der Musikkonzern SonyBMG sucht künftig ausschliesslich im Internet nach neuen Talenten. In Grossbritannien werden keine Demo-Aufnahmen mehr auf Kassetten oder CDs entgegengenommen.

Bands und Interpreten, die sich für einen Vertrag bewerben wollen, müssen ihre Titel auf Demo-Plattformen wie www.columbiademos.co.uk oder www.rcademos.co.uk veröffentlichen. Musiker können sich dort eigene Profile einrichten, die mit Blogs und webbasierten Music-Playern versehen sind. "Blogging ist der wichtigste Trend in den Bereichen Musik, Medien und Entertainment", sagt Ged Doherty, Chef von Sony-BMG UK, und ergänzt: „Für die Musikindustrie ist es sinnvoll, diesen Prozess für die Suche nach neuen Künstlern zu nutzen“.

Bei der Vergabe von Verträgen müssen sich die Scouts der Musikindustrie mithin nicht mehr nur auf ihre Erfahrung verlassen. Sie können im Netz direkt prüfen, ob die Musik einer Band bei den Nutzern auf Interesse stösst. Die Gefahr eines Misserfolgs wird damit verringert.

234 mit vergleichbarem Projekt

Für die Anmeldung zur diesjährigen Demotape Clinic des m4music-Festival's, hat die 234 AG ein Webformular entwickelt (inkl. Hosting der Daten). Damit wurde erreicht, damit sich alle Interessenten via Internet anmelden konnten. (640 Anmeldungen sind eingegangen). Es wurden von Seiten der Demotape Clinic keine Demo-Aufnahmen auf Kassetten oder CDs mehr akzeptiert.

Mit den besten Grüssen
Beat Ris
Chief Communication Officer



Der 234 AG ist es erstmals gelungen, das Geschäftsfeld des Content-Aggregators zu betreten. Content-Aggregatoren sind Dienstleister von Medieninhalten die Content aufbereiten und für andere Zielgruppen neu zusammenstellen. Dafür werden sie mit einer Vermittlungskommission entschädigt. Im Rahmen eines Zusammenarbeitsvertrags bietet 234 ihren weltweiten Technologie-Kunden die Datenbank des bekannten englischen Independent Musiclabel „V2Music“ (www.v2music.com) an.

„V2Music“ ist ein führendes englisches Independent Musiclabel mit Niederlassungen in Deutschland, Frankreich, Italien, Holland, Schweden, Spanien und Kanada. Vertreten



werden viele Interpreten wie Kelly Jones, Little Man Tate, Soulsavers, Eleni Mandell, Bloc Party, The Rakes, Cold War Kids. Eine der bekanntesten Artisten von V2Music dürfte wohl Bebel Gilberto sein, die unbestrittene Königin neuer brasilianischer Musik, die gerade ihr drittes Album vollendet hat. Die 234 AG wird ihren Technologie-Kunden künftig als Content Aggregator die gesamte „V2Music“-Datenbank anbieten können. Die 234 plant für die Zukunft den neuen Geschäftszweig als Content Aggregator mit Independent Musiclabels weiter auszubauen und hat in diesem Zusammenhang schon weitere Kontakte geknüpft, auch in der Schweiz.

Weltweit 45 % Content von Independent Labels

Der Content der "Indies" besteht vorwiegend aus MP3-Dateien, die nicht DRM geschützt sind (s. Newsletter März '07) und heute schon weltweit einen Anteil von 45 % der legalen Downloads ausmachen.

Auch der britische Plattenriese EMI kippt nun, wie angekündigt, den Kopierschutz für Musikfiles. Bereits ab Mai 2007 sollen die Tracks erhältlich und auf allen Playern abspielbar sein. Die Premium-Downloads weisen mit einer Enkodierung von 256 kbit/s (bisher 128 kbit/s) eine höhere Qualität als bisher auf. Die Files werden ohne Digital-Rights-Management (DRM) ausgeliefert und können in den Formaten AAC, WMA oder MP3 heruntergeladen werden.

yodoba NEWSLETTER

3. Jahrgang

April 2007

Der Musikdownload ist der Hoffnungsträger der Musikindustrie

Das ist yodoba

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

Technologielieferant

yodoba stellt im Hintergrund der Musikportale den umfassenden Service zur Handhabung der digitalen Daten von derzeit über 1,5 Millionen Musiktracks sicher. Und zwar von der Erfassung über die Kompression, die Katalogisierung bis zur Verteilung. Dabei kommen verschiedene von yodoba entwickelte und teilweise rechtlich geschützte Technologien zum Einsatz, beispielsweise BAST® oder BASS®.

Mitarbeiter/innen

Die yodoba, die über 30 Mitarbeitende beschäftigt, wird mit einem Prozentanteil am Verkaufspreis der von Endkonsumenten heruntergeladenen Daten vergütet. In den nächsten Jahren wird dank der laufenden Ausdehnung des Kundenkreises ein starkes Wachstum erwartet.

Botschafter

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

Aktionärskreis

Die Aktien der yodoba AG sind in den Händen der drei Gründer und von privaten Investoren.

Medieninformation der Deutschen Phonoverbände vom 29. März 2007: Das Internet und der Musikdownload werden immer stärker zum Hoffnungsträger für die Musikindustrie. So stiegen die deutschen Downloadumsätze 2006 um 40 Prozent auf 42 Millionen Euro. Und auch der Verkauf von CDs über das Internet wird immer wichtiger. Mit 17,9 Prozent (2005: 16,8 Prozent) Umsatzanteil ist das Web auf dem deutschen Markt der zweitwichtigste Vertriebskanal hinter den Elektrofachmärkten mit 30 Prozent (2005: 30,8 Prozent).

Weil der Downloadmarkt den Umsatzrückgang bei den klassischen Tonträgern noch nicht kompensieren kann, ging der Branchenumsatz im Vergleich zum Vorjahr leicht um 2,4 Prozent auf 1,706 Milliarden Euro zurück. Hauptumsatzträger mit 85 Prozent Umsatzanteil bleibt die CD - Album und Single - gefolgt von Musikvideos mit neun Prozent. Obwohl der Musikdownload der Hoffnungsträger der Musikindustrie ist, bleibt dessen Schattenseite eine Tatsache: "Trotz unserer Erfolge bei der Eindämmung der Internet-Piraterie blockieren die hohe Zahl illegaler Downloads und der weiter wachsende Anteil von Privatkopien nach wie vor den Turnaround", sagte Peter Zombik, Geschäftsführer der deutschen Phonoverbände, am Donnerstag in Berlin.

Klassische Musik im Aufwind

Positive Entwicklungen gab es in Teilsegmenten, wie dem Klassikmarkt. Gegen den Trend stieg der Absatz von Bild- und Tonträgern mit klassischer Musik 2006 um sechs Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Ebenfalls positiv ist der wachsende Anteil deutscher Musik in den Charts. So stieg 2006 der Chartanteil von Alben aus deutscher Musikproduktion im Vergleich zum Vorjahr von 35,3 auf 38,1 Prozent. Noch besser sieht es bei den Singlecharts aus, wo Produktionen aus Deutschland mit einem Anteil von 53,2 Prozent erneut die internationale Konkurrenz ausstechen.

Das Potenzial für den legalen Musikdownload

Das Potenzial für die legalen Downloads zeigt sich an den folgenden Zusammenhängen: Insgesamt wurden 2006 ca. 186 Millionen physische Tonträger (CDs, DVDs, LPs, MCs) verkauft. Das sind 2,7 Millionen weniger als im Vorjahr. Während das CD-Album von 147,6 Mio. Stück in 2005 auf 149,5 Mio. Stück sogar leicht zulegte und der Verkauf von DVD-Videos um 10,1 Prozent auf 14,2 Mio. stieg, ist der Rückgang vor allem auf Verluste bei CD-Singles sowie den analogen Formaten LP, MC und VHS zurückzuführen. So wurden 2006 mit 15,9 Mio. CD-Singles elf Prozent weniger als im Vorjahr verkauft. Dafür stiegen die Absätze im Download-Bereich. Mit 25,2 Mio. wurden 28 Prozent mehr Einzeltitel und mit 1,9 Mio. Alben 36 Prozent mehr Alben aus dem Internet heruntergeladen.