

yodoba NEWSLETTER

2. Jahrgang

August 2006

Starkes Wachstum des legalen Musik-Downloads

Erfolgreicher Hörproben-Service BASS

„BASS (BAST Audio Streaming Service)“ hat eingeschlagen: Bei AOL Musik (<http://musik-downloads.aol.de>) wird der Hörproben-Service von den Endkunden pro Tag durchschnittlich 44'658 mal genutzt und bei Musicload (<http://www.musicload.de>) sogar 178'631 mal. BASS ist weltweit einmalig und unterstreicht die laufend weiterentwickelte Technologieführerschaft von yodoba und ihren Tochtergesellschaften. Der Hörproben-Service deckt den gesamten verwalteten Katalog von derzeit 1,5 Millionen Audio-dateien ab.



yodoba hat mit dem eigenentwickelten automatischen Qualitätsmanagement „BAST@Audio Systems“ im weltweiten Online-Musikgeschäft die Marktführerschaft in der Sicherstellung der bestmöglichen Download-Audioqualität aufgebaut. Seit Mai 2006 steht den Downloadportalen, welche die yodoba-Technologie einsetzen, ein weiterer mehrwertschaffender Dienst zur Verfügung: „BASS (BAST Audio Streaming Service)“ ermöglicht es, im Internet wie im physischen Musikladen eine kostenlose Musikprobe anzuhören.

Mit sommerlichen Grüssen

Beat Ris
Chief Communication Officer yodoba AG

Legale Musik-Downloads boomen. Das zeigen neue Zahlen aus Deutschland. Dort gab es in diesem Jahr von Januar bis Ende Juni 12,9 Millionen Downloads von legalen Plattformen. Das sind 36,8 Prozent mehr als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Dabei gewinnt der Download auf mobile Endgeräte zunehmend an Bedeutung: 11,2 Prozent aller heruntergeladenen Titel wurden auf Handys und anderen mobilen Geräten gespeichert. Im Vorjahr waren es lediglich drei Prozent. Während beim mobilen Download vor allem Einzeltracks abgerufen werden, landen Alben und Maxi-Singles nach wie vor fast ausschliesslich auf dem Computer. Mit 75,1 Prozent Zuwachs im Vergleich zum ersten Halbjahr 2005 ist hier denn auch der grösste Anstieg beim Musik-Download zu vermelden.



Die Zahlen stammen von Media Control GfK International (<http://www.media-control.com>), Europas führendem Unternehmen für Marktinformationen des Unterhaltungssektors. Der Erfolg des Musik-Download-Geschäfts geht erfreulicherweise nicht auf Kosten des Verkaufs von physischen Tonträgern. Denn das gesamte Musikgeschäft ist im Aufwärtstrend: Im zweiten Quartal 2006 wurde ein Umsatzplus von 1,14 Prozent und ein Mengenzuwachs von 4,61 Prozent verzeichnet.

Fussball-WM und Eurovision

Die Fußball-WM 2006 hatte sehr grossen Einfluss auf die TOP 100-Single-Charts in Deutschland. In den letzten Monaten wechselten sich die Kick-Hits an der Spitze ständig ab. Den Anfang machte Bob Sinclair zusammen mit Goleo VI, gefolgt von Grönemeyer und den Sportfreunden Stiller. Der Hit des WM-Maskottchens "Love Generation" war die meistverkaufte Single von allen Titeln, die in der TOP 100 platziert waren. Zweiterfolgreichster Song war der deutsche Beitrag zum Eurovision Songcontest 2006 "No, No Never" von Texas Lightning: Es war der Hit des Frühjahrs.



Zidane-Sommerhit zeigt die Marktkraft des Internets

Wie gross die Marktkraft des Internets im Musikgeschäft ist, zeigt die Entstehung des Sommerhits 2006: Nur Stunden nach Zinedine Zidanes Kopfattacke gegen Marco Materazzi im Fussball-WM-Final kursierten im Netz Witze und Computerspiele. Dann kam rasch ein Song dazu: „Zidane il a frappé, Zidane il a tapé, coup de boule“, singt die französische Band La Plage. Kaum war das Lied im Netz, wurde es in nur vier Stunden 100'000 mal heruntergeladen. Nun hat die kaum bekannte Band einen Vertrag mit einem grossen Musiklabel. Und aus dem

Zidane-Song wurde in vielen Ländern rasend schnell der Sommerhit 2006.