



Pressrelease 2000-09-12

IMG samarbetar med DX3 för att lansera Cues nya album på nätet - uppföljning på 90-talets mest spelade låt "Burnin"

O-listenoterade IMG (Independent Media Group) genom sitt skivbolag Independent Records och DX3, ledande inom digital musikedistribution, samarbetar för att marknadsföra svenska duon Cue. DX3 distribuera Cues nya singel "Hello" på 11 olika svenska sajter och portaler. Det är också första gången i Sverige, i en promotionkampanj av denna storlek, där Internetanvändaren kan ladda ner en tidsbegränsad musikfil med CD-kvalitet till sin hårddisk. Promotionkampanjen inleds denna veckan och kommer att pågå i tre veckor.

Hitsingeln från -97 "Burnin", av Cue, blev den mest spelade låten i svensk radio under 1990-talet. Singeln sålde tre gånger platina i 90 000 exemplar. Cue består av Niklas Hjulström och Anders Melander.

Fokus i promotionkampanjen är nya singeln "Hello", men surfarna kan också återkoppla genom att lyssna på tre tidigare singlar som har släppts av Cue. DX3 streamar också en video av "Hello", regisserad av John Bland, som tidigare har jobbat med U2 och Natalie Imbruglia. Kampanjen innefattar: en tidsbegränsad musikfil i CD-kvalitet som gäller i två veckor, strömmad fullängdsvideo av "Hello", 30-sekunders låtprov av "Burnin", "Crazy" och "Sway". Användaren kan också via direktlänkar köpa singeln eller skivan. Kampanjen kommer att synas på 11 svenska sajter, som till exempel Passagen, Everyday, chello.se, Cdon, Paletten, Redelvis och Allt om Stockholm, och kommer att ha en sammanlagd räckvidd på över 3 miljoner unika besökare.

– Cue är en viktig artist för oss. Vi vill utnyttja Internet till marknadsföring för att så många som möjligt kan upptäcka Cue. IMG har följt utvecklingen av digitala promotionkampanjer en lång tid. Idag är Internet naturlig del av marknadsmixen vid lanseringar av artister. Vi valde DX3 för lansera låten Hello på Internet, för att de är en av de ledande aktörer inom denna nisch, har ett stort kontaktnät och ger oss chansen att nå bredast möjliga publik på kortast tid, säger Joakim Hedin, VD på Independent Media Group.

– Genom att lansera Cues kampanj tillsammans med IMG på Internet, tar DX3 ytterligare ett steg i utvecklingen av digital promotion och distribution på den skandinaviska marknaden. Kampanjen bidrar till att IMG tillförsäkrar sig en stark position på en marknad som kännetecknas av hög penetration av internetanvändare. Med sin erfarenhet som grund hjälper Dx3 till att maximera exponeringen av Cues nya singel, vilket förväntas leda till högre CD försäljning, kommenterar Reza Kad, grundare och Executive Vice President, DX3.

För ytterligare information kontakta:

Joakim Hedin, VD, Independent Media Group AB, Tel 033 - 44 25 01, Mobil 0705-21 53 00
E-post: joakim.hedin@independent-mg.se, www.independent-mg.se

Reza Kad, Executive Vice President, DX3, Mobile 0705-55 55 43
E-post: reza@dx3.net



Independent Media Group bedriver

verksamhet inom underhållningsområdet. Verksamheten omfattar utgivning och utveckling av multimediaprodukter för barn och ungdomar, skivbolag med omfattande export, försäljning av köpfilmer på video samt försäljning och distribution av video, DVD, musik och multimedia genom egna säljbolag i Sverige, Norge och Finland. Koncernen är även aktiv inom de nya mediaområdena med fokus på rättigheter för digital distribution. Independent Media Group är noterat på Stockholmsbörsens O-lista (ticker IMG).

DX3 erbjuder den infrastruktur och de tjänster som företag i musik- och underhållningsindustrin behöver för att digitalt kunna distribuera, marknadsföra och sälja underhållning globalt, som t.ex. video, spel, film och framför allt musik över Internet. DX3 är ett internationellt företag med europeiskt fokus, som grundades 1998 av Reza Kad. DX3 är majoritetsägt av New Media Spark, noterat på AIM börsen i London. DX3 har kontor i London och Stockholm.