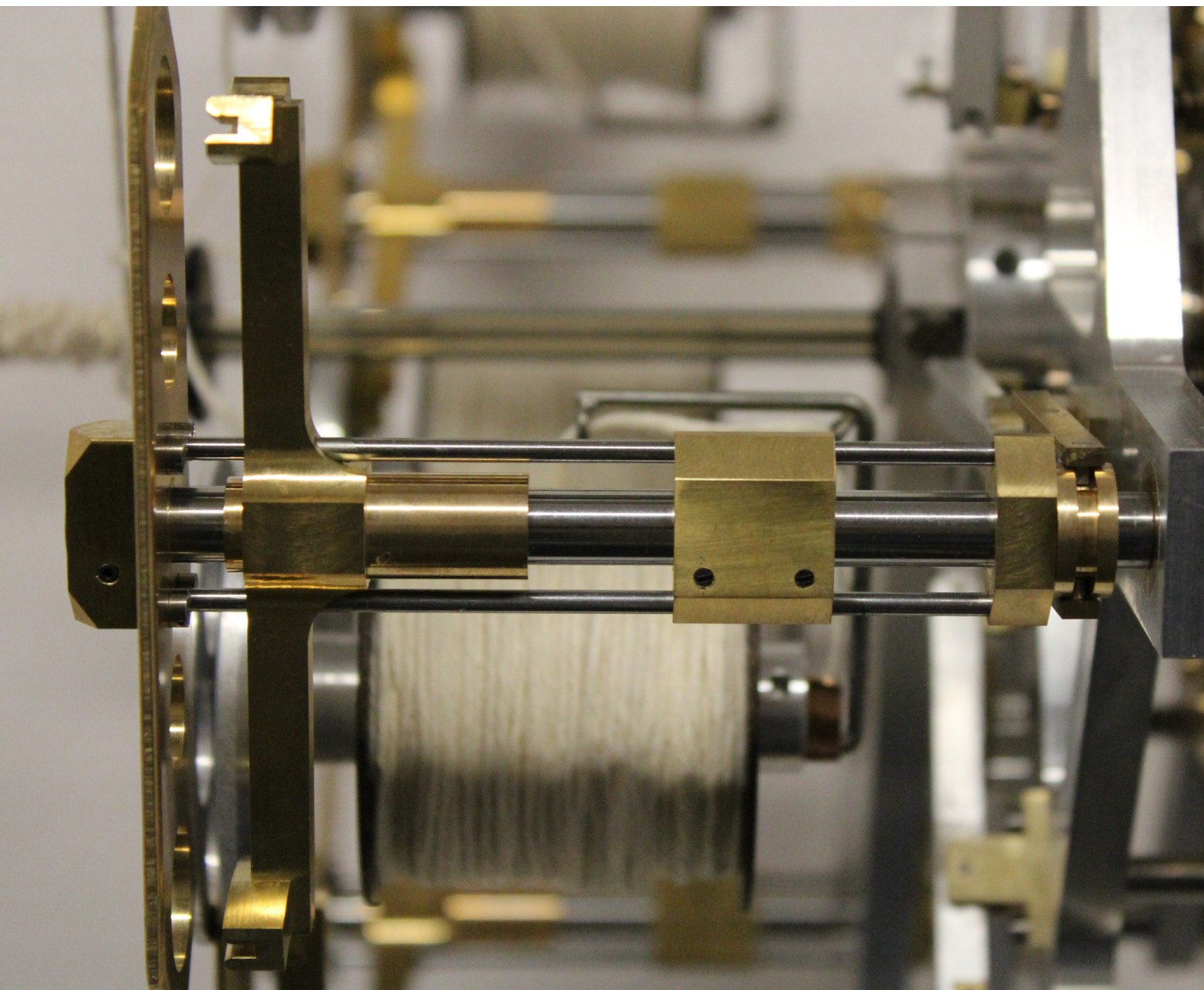


Musikk i tall 2012

Karsten W. Meyhoff, Christin W. Krohn og Jon Martin Sjøvold



KARSTEN W. MEYHOFF, CHRISTIN W. KROHN OG JON MARTIN SJØVOLD

Musikk i tall 2012



KULTURRÅDET
Arts Council
Norway

Copyright © 2014 by
Norsk kulturråd / Arts Council Norway
All Rights Reserved
Utgitt av Kulturrådet i kommisjon hos Fagbokforlaget.

ISBN: 978-82-7081-164-9

Grafisk produksjon: John Grieg AS, Bergen
Omslagsdesign ved forlaget
Forsidebilde: Kristoffer Myskja, *Covering Up Gold* © Kristoffer Myskja / BONO 2014.
Foto: © Kristoffer Myskja

Spørsmål om denne boken kan rettes til:
Fagbokforlaget
Kanalveien 5 1
5068 Bergen
Tlf.: 55 38 88 00 Faks: 55 38 88 01
E-post: fagbokforlaget@fagbokforlaget.no
www.fagbokforlaget.no

Materialet er vernet etter åndsverkloven.
Uten uttrykkelig samtykke er eksemplarframstilling
bare tillatt når det er hjemlet i lov eller avtale med Kopinor.

For mer informasjon om Kulturrådet og Kulturrådets utgivelser:
www.kulturradet.no

Har du spørsmål om Norsk kulturråds arbeid
med bransjestatistikk for musikkområdet, kontakt:
seniorrådgiver Sjur H. Færøvig
tel: +47 21 04 58 27 | mob: +47 48 15 89 61

Kulturrådet
Postboks 8052 Dep
0031 Oslo
Tlf.: +47 21 04 58 00
E-post: post@kulturrad.no

Kulturrådets utgivelser omfatter forsknings- og utredningsarbeider med
relevans for Kulturrådet, for norsk kulturliv og for forskere på kulturfeltet.
De vurderinger og konklusjoner som kommer til uttrykk i utgivelsene står for den
enkelte forfatters regning og avspeiler ikke nødvendigvis Kulturrådets oppfatninger.

Redaktør: Marianne Berger Marjanovic

Forord

Økt oppmerksomhet om musikkområdet som næring har skapt behov for mer kunnskap om omfanget og den økonomiske verdien av musikkbransjen i Norge. Musikkbransjen forholder seg både til *kunsten* og *markedet*. I denne rapporten rettes søkelyset mot *markedet*. Musikkbransjen omfatter et stort antall aktører og tjenesteytere som har vokst frem rundt produksjon og formidling av innspilt musikk, store og små konsertarrangører som formidler musikk over hele landet, og opphavsrettsorganisasjoner som krever inn vederlag for bruk og fremføring av musikk. Den omfatter så vel multinasjonale konsern som ideelle kunstaktører, og består av ulike distribusjonsformer som bringer musikk frem til lyttere og publikum. Perspektivet i denne rapporten er musikkens bevegelser gjennom innspilling, fremføring og øvrig tilgjengeliggjøring, og de økonomiske transaksjonene som følger av dette.

Ambisjonen med prosjektet er å beregne den økonomiske verdien av norsk musikkbransje for 2012. Eksportinntektene er skilt ut med tanke på å belyse hva de utgjør av den totale omsetningen. Alle typer musikk er inkludert i beregningen. Tallmaterialet gir grunnlag for å se noen overordnede trekk ved bransjen og gir kunnskap om nyere utviklingstrekk. Hvordan det digitale

markedet vokser frem, og hvordan musikkeksporten fordeler seg, er eksempler på dette. Målet er å etablere en årlig bransjestatistikk for å kunne følge musikkbransjens utvikling i Norge over tid.

Samtidig er musikkbransjen i Norge en del av en mye større internasjonal sammenheng. Vi har derfor lagt vekt på at de tallene som fremkommer her, kan danne et godt sammenligningsgrunnlag med tilsvarende tall fra Sverige og Danmark, og den internasjonale musikkbransjen generelt. Statistikkprosjektet er dermed både et bidrag til å skape et bedre kunnskapsgrunnlag om musikkbransjen og til å rette oppmerksomheten mot musikkområdet som en helt sentral kulturnæring.

Prosjektet *Musikkbransjen i tall* er resultatet av et samarbeid mellom Kulturdepartementet og Kulturrådet. Begge virksomheter har bidratt finansielt til gjennomføringen av prosjektet, mens Kulturrådets FoU-seksjon har hatt ansvar for bestilling og faglig oppfølging. Rambøll Management Consulting ble tildelt oppdraget.

Kulturrådet har også oppnevnt to referansegrupper som har bidratt med verdifulle innspill til prosjektet: en referansegruppe sammensatt av representanter fra bransjeorganisasjonene, og en forskergruppe.

Ellen Aslaksen
forskningsleder

Innhold

3	FORORD
7	KAPITTEL 1 SAMMENDRAG
9	KAPITTEL 2 INNLEDNING OG BAKGRUNN
13	KAPITTEL 3 INNETEKTER FRA INNSPILT MUSIKK
16	KAPITTEL 4 INNETEKTER FRA OPPHAVSRETTLIG MATERIALE
20	KAPITTEL 5 KONSERTINNETEKTER
23	KAPITTEL 6 SAMMENLIGNING MED ANDRE SKANDINAVISKE LAND
27	KAPITTEL 7 AVSLUTTENDE REFLEKSJONER
28	KAPITTEL 8 SUMMARY

FIGURER

- 8 Figur 1.1. Oversikt over musikkbransjens omsetning i 2012, millioner kr.
- 8 Figur 1.2. Prosentfordeling av total omsetning i Norge og i utlandet, 2012.
- 8 Figur 1.3. Prosentfordeling av total omsetning i de ulike markedene, 2012.
- 8 Figur 1.4. Inntekter i 2012, millioner kr.
- 10 Figur 2.1. Verdikjede og aktører i norsk musikkbransje.
- 13 Figur 3.1. Prosentfordeling av samlede inntekter fra innspilt musikk.
- 16 Figur 4.1. Prosentfordeling av totale inntekter fra opphavsrettslig materiale over ulike rettighetsformer.
- 16 Figur 4.2. Prosentfordeling av totale inntekter fra opphavsrettslig materiale over hjemmemarked og utland.
- 17 Figur 4.3. Fordeling av samlede opphavsrettslige inntekter 1 2012, millioner kr.
- 21 Figur 5.1. Prosentfordeling av TONOs vederlagsinntekter innenfor konsertvirksomhet i Norge i 2012.
- 23 Figur 6.1. Inntekter i 2012, millioner kr.
- 24 Figur 6.2. Omsetning per innbygger i 2012 (NOK).
- 24 Figur 6.3. Omsetning i hjemmemarkedet i 2012, millioner kr.
- 25 Figur 6.4. Omsetning i hjemmemarkedet per innbygger i 2012 (NOK).
- 25 Figur 6.5. Eksportinntekter og hjemmemarked i 2012, millioner kr.
- 26 Figur 6.6. Eksportinntekter i 2012, millioner kr.
- 26 Figur 6.7. Eksportinntekter per innbygger i 2012 (NOK).
- 28 Figure 8.1. Overview of the industry's total turnover, 2012, in NOK millions.
- 29 Figure 8.2. Percentage distribution of total turnover, domestic market and export, 2012.
- 29 Figure 8.3. Overview of the industry's total turnover, 2012, in NOK millions.
- 29 Figure 8.4. Comparison of total turnover in the Scandinavian countries, 2012, in NOK millions.

TABELLER

- 11 Tabell 3.1. Oversikt over sentrale dataleverandører.
- 13 Tabell 3.2. Inntekter fra innspilt musikk, 2012, i millioner kroner, prosentandel av totale inntekter og kroner per innbygger.
- 14 Tabell 3.3. Inntekter fra innspilt musikk i utlandet i 2012 (millioner kroner).
- 17 Tabell 4.1. Opphavsrettslige inntekter i Norge (millioner kroner, 2012).
- 19 Tabell 4.2. Opphavsrettslige inntekter i utlandet (millioner kroner, 2012).
- 20 Tabell 5.1. Konsertinntekter i Norge (millioner kroner, 2012).
- 22 Tabell 5.2. Inntekter fra konsertvirksomhet i utlandet (millioner kroner, 2012).

Sammendrag

Kulturdepartementet og Norsk kulturråd har i samarbeid tatt initiativ til å lage en analyse av den norske musikkbransjens omsetning i 2012. Analysens formål er å etablere et kvalifisert kvantitativt grunnlag for analyser og fortolkning av musikkbransjen fremover.

Analysen inkluderer alle beløp som sluttkonsumentene samlet betaler inn til den norske musikkbransjen i form av salg av innspilt musikk, billettinntekter samt rettighetsvederlag. Analysen omfatter ikke andre inntekter fra for eksempel merchandise, salg av øl og mat i forbindelse med konserter eller festivaler, eller støtte fra offentlige eller private kilder. Hensikten med analysen er å fremlegge en deskriptiv og faktabasert fremstilling av de kommersielle inntektskildene i en kompleks og levende bransje. Rapporten inneholder ikke kvalitative vurderinger av musikkbransjen, og tar ikke stilling til norsk musikkliv i et samfunnsøkonomisk perspektiv. Analysen er basert på data fra, og intervjuer med, bransjens mange aktører, samt en intensiv dialog med fagfolk innenfor kulturbransjen.

Det er tidligere ikke gjennomført en systematisk datainnsamling av musikkbransjens omsetning i Norge. Det innsamlede datamateriale i dette prosjektet gir derfor et første konsoliderte øyeblikksbilde av størrelsen og karakteren av inntektskildene. Håpet er at analysen vil være utgangspunkt for videre diskusjon og debatt om musikkbransjens rolle i det norske samfunn, og at gjentatte målinger vil kunne bidra til å gi et bilde av trender og utviklinger i musikkfeltet.

I de senere år er det gjennomført tilsvarende analyser i de andre skandinaviske landene, og gjennom arbeidet med denne analysen er det tilstrebet sammenlignbarhet med de danske og svenske tallene.

Våre analyser viser at den norske musikkbransjen omsatte for 3 086 millioner norske kroner

i 2012. Dette tallet inkluderer inntekter fra salg av innspilt musikk, inntekter fra salg av billetter til konsertvirksomhet, samt opphavsrettslige inntekter og eksport. Billettinntektene utgjør den største andelen av omsetningen med 1 536 millioner kroner, noe som tilsvarer 50 prosent av den totale omsetningen i bransjen. Inntekter fra innspilt musikk og opphavsrettslig materiale utgjør henholdsvis 754 og 796 millioner kroner. Den norske musikkbransjen eksporterte for 247 millioner kroner. Dette tilsvarer 8 prosent av bransjens totale omsetning. Figur 1.1. gir en oversikt over den samlede omsetningen i den norske musikkbransjen. I tillegg viser figuren fordelingen av den totale omsetningen med hensyn til innspilt musikk, konsertvirksomhet og opphavsrettslig materiale, samt hvor stor andel av omsetningen som er eksport.

Figur 1.2. og 1.3. viser prosentfordelingen av den totale omsetningen i forhold til inntekter fra innspilt musikk, konsertinntekter og opphavsrettslige inntekter, samt forholdet mellom eksport og omsetning i hjemmemarkedet.

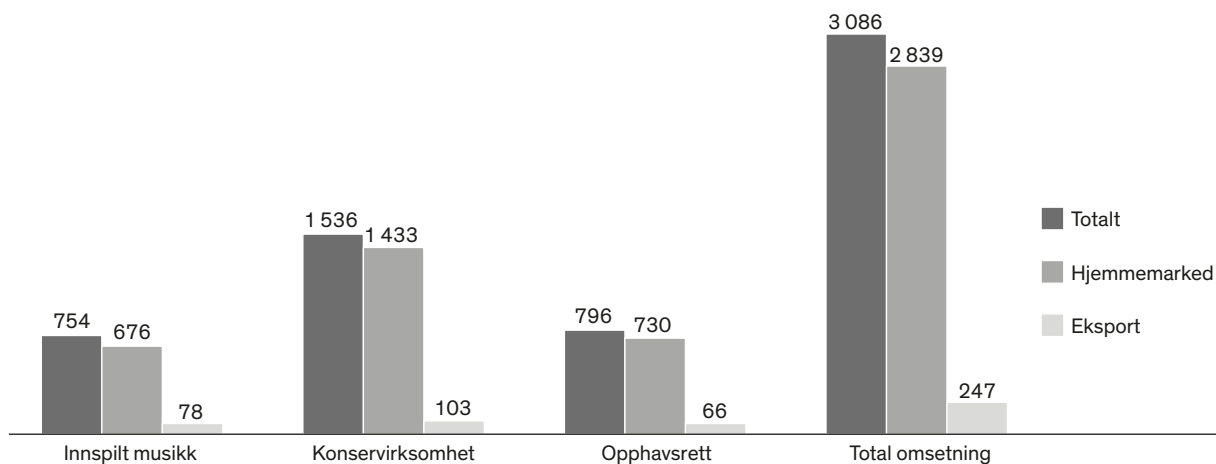
Eksporten som presenteres i denne rapporten, representerer en kjerne av bransjen, og favner således ikke alle eksportinntekter norsk musikkbransje står for. Det er for eksempel ikke medregnet enkeltavtaler som artister, låtskrivere og produsenter har med utenlandske selskaper. Det er heller ikke regnet med norske aktører med selskaper utenfor Norge. Kun inntekter som kan føres direkte tilbake til norske selskaper, er inkludert i denne statistikken. Det er artisters og musikeres samlede honorarer i forbindelse med konserter i utlandet som presenteres som konsertrelaterte inntekter i denne analysen.

I et skandinavisk perspektiv ligger omsetningen i den norske musikkbransjen omtrent på samme nivå som omsetningen i Danmark, og på omtrent halvparten så mye som omsetningen i Sverige. Ser

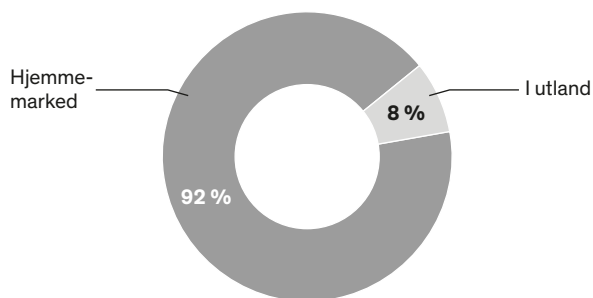
man imidlertid omsetningen i forhold til antall innbyggere, ligger de tre landene tilnærmet likt.

Størrelsen på inntektskildene i de tre landene er forskjellig. Sverige har for eksempel høyere eksportinntekter enn både Danmark og Norge,

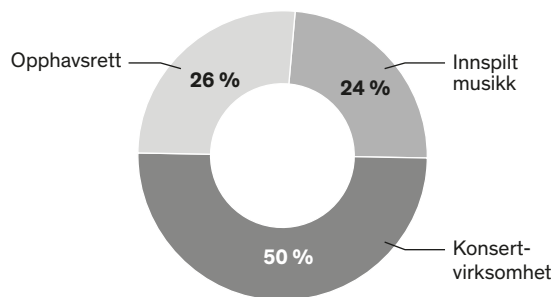
mens Danmark har høyest inntekter knyttet til opphavsrettslig materiale. Av de skandinaviske landene skårer Norge ikke dårligst, men heller ikke best, på noen av de tre områdene som er kartlagt i denne analysen.



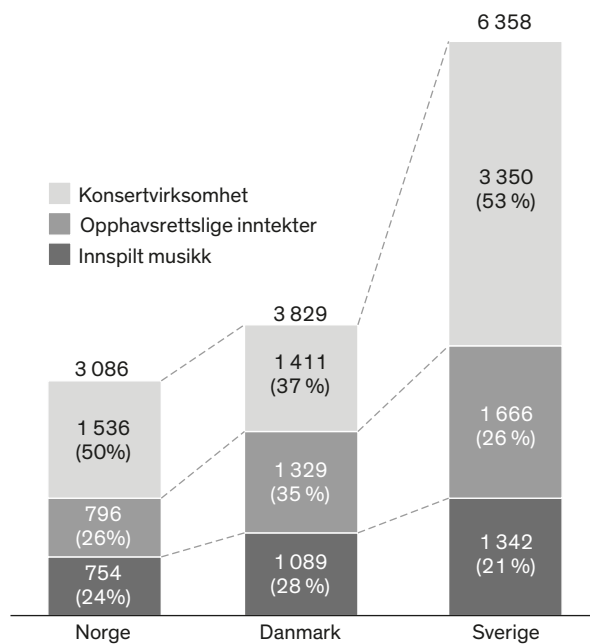
Figur 1.1. Oversikt over musikkbransjens omsetning i 2012, millioner kr.



Figur 1.2. Prosentfordeling av total omsetning i Norge og i utlandet, 2012.



Figur 1.3. Prosentfordeling av total omsetning i de ulike markedene, 2012.



Figur 1.4. Inntekter i 2012, millioner kr.

Innledning og bakgrunn

Musikkbransjen har de senere år vært gjennom en stor utvikling. Den teknologiske utviklingen har ført til mange endringer når det gjelder selve innspillingen og produksjonen av musikk, så vel som artistutvikling og promotering. Nylig har også det siste leddet i musikkbransjens verdikjede, distribusjon og salg, blitt digitalisert. Musikkindustrien har i løpet av få år utviklet en rekke autoriserte og brukervennlige løsninger for digitale musikkonsumenter. I dag utgjør digitalt salg, og særlig strømming, av musikk en vesentlig andel av det norske markedet. Musikkbransjens distribusjonsflate har med dette blitt bredere, og det har blitt lettere for mange musikkonsumenter å utforske og søke etter musikk. Strømmingstjenester fungerer på denne måten som en plattform både for distribusjon og markedsføring. Den pågående utvikling har betydd at mange aktører har vært nødt til å endre forretningsmodellen sin grunnleggende, mens nye aktører har kommet til og på få år etablert seg med nye tilbud til konsumenter og publikum.

Til nå har det kun vært begrenset faktabasert kunnskap om de økonomiske implikasjoner av denne utviklingen. Norsk kulturråd og Kulturdepartementet har derfor i samarbeid tatt initiativ til å utarbeide en kunnskapsbasert oversikt over den monetære verdien av norsk musikkbransje. Oppdraget har vært todelt. For det første har Rambøll utviklet en metode for å tallfeste verdien på omsetningen i den norske musikkbransjen, en metode som kan sikre kunnskap om musikkbransjens verdi i fremtiden. For det andre beskriver denne rapporten den samlede musikkbransjens omsetningstall, både for hjemmemarkedet og for eksportmarkedet i 2012.

2.1 Metodisk tilnærming og avgrensning

Rambøll har utviklet en metodedesign som vektlegger at tallene skal være relevante for bransjens

egne aktører og kan danne et godt underlag for politiske avveininger på musikkområdet. Det har også vært vektlagt å få best mulig sammenlignbarhet med tilsvarende analyser i Sverige og Danmark, samt mulighet for å produsere tilsvarende statistikk i de kommende år. I utviklingen av metoden og fastleggelsen av det analytiske detaljnivået har særlig den svenske analysen *Musikkbranschen i siffror* vært inspirerende og nyttig. Generelt er det for alle inntektsområder etterstrebet en direkte sammenlignbarhet i tallene med de andre skandinaviske landene, slik at det avslutningsvis kan lages en komparativ analyse mellom omsetningen i henholdsvis den norske, danske og svenske musikkbransjen.

Prosjektet har hatt til hensikt å fremstille musikkbransjens samlede inntekter innenfor hva vi kan betrakte som tre hovedkategorier: inntekter fra innspilt musikk, inntekter fra opphavsrettslig materiale og konsertinntekter:

- Inntekter fra innspilt musikk refererer til salg av musikkinnspillinger i ulike format, det være seg fysisk (cd, vinyl eller dvd) eller digitalt (nedlasting eller strømming).
- Opphavsrettslige inntekter er de inntekter som tilfaller opphavsmenn for videre distribusjon av opphavsrettslig musikk.
- Konsertrelaterte inntekter er inntekter fra billettsalg og honorar gjennom konsertvirksomhet.

Videre har vi valgt å fokusere på bransjens brutto omsetning, slik at tallene som presenteres, representerer det sluttkonsumentene samlet betaler inn til den norske musikkbransjen.

Det har ikke vært et mål for prosjektet å kartlegge omsetning av annet musikkrelatert salg innenfor musikkfeltet. Med det menes eksempelvis salg av mat og drikke på konserter, instrumenter, band, og inntekter gjennom undervisning

og skoling av musikere. Statistikken inkluderer ikke tilskudd eller annen form for offentlig støtte. Derfor inneholder ikke rapporten en sammenstilling av annen omsetning enn det som er beskrevet i kulepunktene ovenfor. Prosjektet har snarere hatt et fokus på å kartlegge hva den norske forbruker er villig til å betale for musikk i Norge, samt hvor mye musikkfeltet eksporterer for innenfor de tre hovedkategoriene.

Oppdraget omfatter norsk musikkbransje, som er et begrep som favner vidt. Resultatet har derfor vært avhengig av at det er blitt skapt en felles forståelse for og en tydelig avgrensning av hva oppdraget skal dekke. Det har vært viktig å skape en modell som er reproduserbar, snarere enn en fullstendig kartlegging hvor detaljgraden vil være umulig å reprodusere senere år. Derfor har det i dette prosjektet blitt lagt vekt på å bygge tydelige strukturer for innsamling av dataene som inngår i denne rapporten.

Med norsk musikkbransje menes de sentrale aktørene som enten skaper, utøver, produserer eller distribuerer musikk i Norge, og som selger og tjener penger på sin virksomhet. Alle sjangere er inkludert.

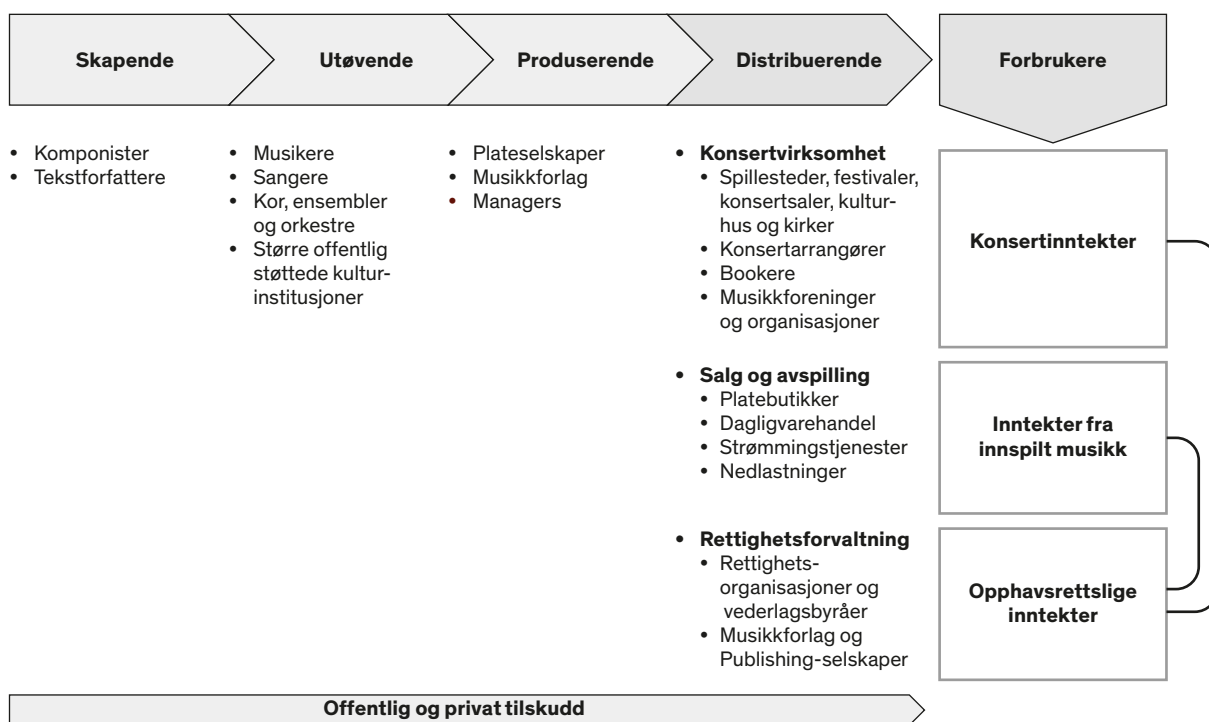
Figur 2.1. illustrerer en forenklet verdikjede for den norske musikkbransjen. Denne gir et

bilde på hvor omfattende aktørbildet i musikkbransjen er, og videre hvilke deler vi har satt fokus på i dette prosjektet. Det er inntekter fra forbrukere til distribusjonsleddet som står i sentrum og som presenteres i denne rapporten.

2.2 Sentrale dataleverandører

Prosjektet har vært avhengig av en rekke leverandører av data av ulikt format – alt fra salg av innspilt musikk, til salg av konsertbilletter, til ulike former for vederlagsinntekter for bruk av opphavsrettslig materiale. Selv om det til nå ikke har eksistert en helhetlig statistikk som beskriver den norske musikkbransjen, er det flere aktører i musikkbransjen som sitter på relevant informasjon som kan bidra til å øke kunnskapen om de økonomiske sidene ved den norske musikkbransjen. Derfor har musikkbransjens egne aktører vært dataleverandører i dette prosjektet. Bransjedataene oppdateres årlig av bransjen selv. Et annet viktig argument for å benytte bransjedata er at vi her har samlet inn og strukturert statistikk som bransjen selv kjenner til, og som har relevans for de sentrale aktørene i bransjestrukturen.

En nærmere beskrivelse av de viktigste dataleverandørene fremkommer i følgende tabell:



Figur 2.1. Verdikjede og aktører i norsk musikkbransje.

TABELL 3.1. OVERSIKT OVER SENTRALE DATALEVERANDØRER.

HOVEDOMRÅDE		DATA
TONO	Forvalter fremføringsrettigheter på vegne av norske låtskrivere, komponister, tekstforfattere og musikkforlag. Selskapet forvalter fremføringsrettigheter for musikkverk i Norge. TONO innkasserer vederlag ved kringkasting og annen offentlig fremføring av musikk, og fordeler disse pengene videre til rettighetshavere av de fremførte verkene. TONO representerer komponister, tekstforfattere og musikkforlag. Gjennom gjensidighetsavtaler med tilsvarende selskaper i andre land forvalter TONO i praksis hele verdensrepertoaret ¹ . Forvaltningen av de mekaniske rettighetene overdrar TONO videre til NCB.	TONO leverer data på fremføringsrettigheter til norske låtskrivere, komponister og musikkforlag i Norge og utlandet. TONO har i dette prosjektet også levert detaljerte data på konsertområdet som Rambøll i andre rekke har benyttet som grunnlag for å beregne billettinntekter i Norge.
NCB/NORDIC COPYRIGHT BUREAU	NCB forvalter penger fra mekaniske rettigheter (plateproduksjon) for låtskrivere, komponister, tekstforfattere og musikkforlag. Et nordisk selskap som i samarbeid med tilsvarende copyrightselskaper verden over administrerer (mekaniske) rettigheter til innspilning og kopiering av musikk på cd, dvd, film, video, Internett mv. (online) for komponister, tekstforfattere og musikkforlag. I likhet med TONO har NCB gjensidighetsavtaler med søsterselskap i andre land og forvalter vederlagsinntekter til de nordiske landene.	NCB leverer data på vederlag på mekaniske rettigheter til komponister, tekstforfattere og musikkforlag i Norge og i utlandet.
GRAMO	Forvalter vederlag fra kringkasting og offentlig fremføring av musikk for musikere, artister og plateselskap. Innkrever vederlag på vegne av musikere, artister og plateselskap fra radiostasjoner, kafeer, hoteller, butikker og andre som anvender innspilt musikk til kringkasting og annen offentlig fremføring. GRAMO er stiftet av FONO, IFPI Norge, Norsk musikerforbund, Norsk Tonekunstnersamfund, Norsk Skuespillerforbund og Skuespillerforeningen. Gjennom samarbeidsavtaler med søsterorganisasjoner i andre land forvalter GRAMO også vederlag fra kringkasting og offentlig fremføring av musikk i andre land.	GRAMO leverer data på vederlag fra fremføringsvederlag til norske musikere, artister og plateselskap i Norge og i utlandet. I tillegg har GRAMO levert data på avgifter for bruk av ikke-vernede prestasjoner.
NORWACO	Forvalter audiovisuelle rettigheter for komponister, utøvende kunstnere og produsenter. NORWACO er en opphavsrettsorganisasjon som inngår avtaler om sekundær utnyttelse av lyd og levende bilder. De krever inn vederlag for bruken, og fordeler dette videre til rettighetshavere. NORWACO har 34 medlemsorganisasjoner som omfatter mer enn 34 000 individuelle rettighetshavere.	NORWACO leverer data på vederlag fra videresendingssektoren til norske komponister og utøvere i Norge og i utlandet. NORWACO leverer også tall på privatkopieringssektoren.
KOPINOR	KOPINOR er en organisasjon av rettighetshavere. KOPINOR representerer opphavsmenn og utgivere til stoffet i bøker, aviser, tidsskrifter, noter og lignende publikasjoner.	KOPINOR leverer data på vederlag for bruk av noter og sangbøker som tilfaller norske musikkorganisasjoner.
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry. Organisasjon som fremmer interessene til den internasjonale plateindustrien over hele verden, også med en norsk avdeling. Medlemmene i IFPI er norske datterselskaper av alle de internasjonale plateselskapene samt noen rene norske selskaper.	IFPI leverer tall som dekker alt av innspilt musikk – fysisk og digitalt, herunder strømming og nedlasting. IFPIs tall beskriver plateselskapenes omsetning.

I Norge er det fem sentrale forvaltere av rettigheter og vederlag for bruk av opphavsrettslige verk: TONO, NCB, NORWACO, GRAMO og KOPINOR. Opphavsrettsorganisasjonene krever inn og videreformidler vederlag betalt inn for bruk av opphavsrettslige verk. Som annen kulturnæring med særskilte varer er store deler av musikkbransjens strukturer bygget opp rundt rettigheter når det gjelder videredistribusjon av åndsverk. Derfor bidrar disse organisasjonenes omfattende statistikk til å gi et bilde av musikkbransjens omsetningstall. I tillegg til opphavsrettsorganisasjonene besitter IFPI gode og verdifulle tall når det gjelder verdien av innspilt musikk. Alle disse aktørene oppdaterer sin statistikk årlig.

Imidlertid gir ikke data fra disse aktørene det totale bildet av bransjen. Opphavsrettsorganisasjonene representerer sine medlemmer. Aktører som ikke inngår i deres medlemsbase, faller derfor utenfor denne statistikken. IFPI representerer de store internasjonale plateselskapene i Norge, mens FONO-selskaper ikke inngår i IFPIs statistikk. Det har derfor også vært nødvendig å samle inn informasjon og data fra andre aktører i musikkbransjen.²

Utover de sentrale dataleverandørene som er listet opp i tabellen, har flere organisasjoner og aktører i musikkbransjen og i distribusjonsflaten av musikk bidratt med informasjon gjennom intervjuer og leveranse av data. I ulike faser av prosjektet har det også vært dialog med ulike

1 Philip A. Kruse (2011), Musikkforlaget – fra copyright til cash.

2. Fra 2013 vil IFPIs statistikker også inkludere tall samlet inn fra FONO-selskapene.

interesseorganisasjoner og enkeltaktører som managere, konsertarrangører, platebutikker og dagligvarehandelen. I tillegg har det vært god dialog med Music Norway for å kartlegge konserteksport. Blant annet har rapporteringer fra artister og musikere som har mottatt reisestøtte og som har hatt konserter i utlandet, vært benyttet i beregningen av konsertrelatert musikk eksport. Konsertrelatert eksport er i dette prosjektet begrenset til å omfatte de honorar som norskregistrerte artister og musikere mottar for sin konsertvirksomhet utenfor Norge.

2.3 Referansegrupper

Norsk kulturråd har utnevnt to referansegrupper i forbindelse med dette prosjektet: én med representanter fra musikkfeltet, og én med representanter fra forskning tilknyttet kulturfeltet.

Gjennom prosjektet har det til sammen vært avholdt seks referansegruppemøter, tre med hver referansegruppe. I tillegg var det ved oppstarten av prosjektet et informasjonsmøte hvor musikkbransjen var invitert til å komme med innspill og ønsker i forbindelse med prosjektet.

Rambøll har i samråd med bransjereferansegruppen funnet frem til hvilke statistikkvariabler som best kan beskrive situasjonen og utviklingen i musikkbransjen, hvordan data skal innhentes, og hvilke strukturer det er mulig å etablere for å oppdatere disse dataene.

I referansegruppen med forskere har formålet vært å kvalitetssikre data og metoder som er benyttet i prosjektet, samt sikre at dataene som er benyttet, er sammenlignbare med de andre skandinaviske landene.

Bransjereferansegruppen har bestått av:

- FONO
- GramArt
- GRAMO
- IFPI
- Manager Jan Erik Haglund
- Music Norway
- Musikernes fellesorganisasjon
- Norsk Musikkforleggerforening
- Norsk Rockforbund
- TONO
- Kulturrådet

Forskerreferansegruppen har bestått av:

- Anne Juhl Nielsen, Kulturstyrelsen i Danmark
- Cato Hernes, SSB
- Georg Arnestad, Høgskulen i Sogn- og Fjordane
- Linda Portnoff, Handelshögskolan i Stockholm
- Rolv P. Amdam, professor ved Handelshøgskolen BI

Videre har Kulturrådets FoU-seksjon deltatt på møtene i begge referansegruppene.

Inntekter fra innspilt musikk

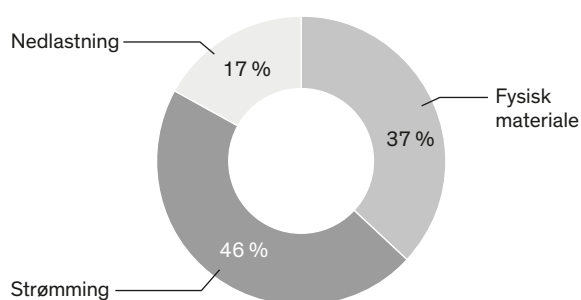
Inntekter fra innspilt musikk refererer i denne rapporten til salg av innspilt musikk fra produsent til konsument, ofte gjennom et forhandlerledd. Innspilt musikk distribueres i mange ulike formater: enten *fysisk*, over disk eller handel over nett, eller *digitalt* i nedlastbart format eller strømmet gjennom ulike tjenester som Spotify og Wimp. Verdien av innspilt musikk i denne rapporten er beregnet med henblikk på hva konsumentene betaler for slike produkt.

Våre analyser viser at de samlede inntektene fra salg av innspilt musikk i Norge og i utlandet er 754 millioner kroner.

Ser vi på fordelingen over de ulike distribusjonsformene av innspilt musikk, utgjør digitalt salg den største andelen av omsetningen av innspilt musikk med 63 prosent. Fordelingen av den totale omsetningen over de ulike distribusjonsformene illustreres i figur 3.1.

Beregningene av inntekter fra innspilt musikk er gjort med utgangspunkt i IFPIs tall.³ I modellen har vi dessuten medregnet andre plateselskaper enn dem som rapporterer til IFPI. For eksempel er FONO-selskaper og Phonophile inkludert i statistikken. Videre har vi kartlagt omsetningen ut fra distribusjonsledd til forbruker, det være seg salg i platebutikker og dagligvare, strømmingstjenester og nedlasting, og lagt

3. Det er noen utfordringer knyttet til salgstall fra innspilt musikk. Plateselskapene som rapporterer inn salgstall til IFPI, er ikke konsekvente når det gjelder å skille mellom inntekter fra norsk marked og hva som kommer fra utenlandsk marked. Enkelte plateselskaper har utfordringer med å bryte ut salgstall fra utlandet fra den totale omsetningen, og rapporterer derfor sin totale omsetning til IFPI. Rambøll har vært i kontakt med en rekke plateselskaper for å få kartlagt dette, og for å kunne bryte ut disse tallene i denne statistikken.



Figur 3.1. Prosentfordeling av samlede inntekter fra innspilt musikk.

dette til i beregningen. På denne måten gjenspeiler tallene hva norske forbrukere brukte på innspilt musikk samlet sett i 2012.

Opphavsrettsvederlag for mekaniske og online rettigheter for innspilt musikk er trukket ut fra omsetningstallene som presenteres i dette kapitlet. Opphavsrettsinntektene presenteres i et senere kapittel.

3.1 Omsetning av innspilt musikk i Norge

Tabellen nedenfor viser fordelingen av inntekter fra innspilt musikk i hjemmemarkedet og utlandet, fordelt på ulike produktkategorier.

TABELL 3.2. INNTEKTER FRA INNSPILT MUSIKK, 2012, I MILLIONER KRONER, PROSENTANDEL AV TOTALE INNTEKTER OG KRONER PER INNBYGGER.

MARKED	KATEGORI	NOK	PROSENTANDEL
Hjemme	Fysisk materiale	250	37 %
	Digitalt materiale	426	63 %
Utlandet	Strømming	(313)	(73 % av 426 mill. kr)
	Nedlastning	(113)	(27 % av 426 mill. kr)
Totalt	Totale inntekter innspilt musikk	676	100 %

Ut fra det datamateriale som har latt seg identifisere i dette prosjektet, er de samlede inntektene

fra innspilt musikk i Norge 676 millioner kroner i 2012. Dette kan videre deles inn i to ulike kategorier: inntekter fra henholdsvis fysisk og digitalt salg. Med fysisk materiale menes innspilt musikk som selges over disk i form av cd-er, kassetter og vinylplater. I 2012 ble det omsatt fysisk materiale for til sammen 250 millioner kroner. Dette utgjør til sammen 37 prosent av de samlede inntektene av salg av innspilt musikk.

Den andre måten å selge innspilt musikk på er digitalt salg. Til sammen utgjorde det digitale salget av innspilt musikk 426 millioner kroner i 2012. Dette tilsvarer 63 prosent av de samlede inntektene av salg av innspilt musikk.

Det digitale salget kan videre deles inn i to kategorier: strømmetjenester og nedlasting. Av de 426 millioner kronene det ble omsatt for innenfor digitalt salg, var inntekter via strømmetjenester på 313 millioner kroner, noe som utgjør 73 prosent av det digitale salget, og 46 prosent av det totale salget av innspilt musikk. Videre ble det solgt innspilt musikk via nedlastningstjenester for til sammen 113 millioner kroner, noe som utgjør 27 prosent av det digitale salget, og 17 prosent av det totale salget for innspilt musikk.

Av de totale inntektene er 250 millioner kroner relatert til salg av fysisk musikk, og gjelder i hovedsak salg av cd, vinyl og dvd over disk. Det vil si at salg av musikk i fysisk format utgjør 37 prosent av den totale omsetningen av innspilt musikk i Norge.

3.2 Eksportinntekter fra innspilt musikk

I dette oppdraget er eksport av innspilt musikk definert som enten det fysiske produktet i form av for eksempel trykte cd-er eller en lisens til å produsere låter eller album, som plateselskaper selger til aktører i utlandet. I det første tilfellet betyr det direkte eksport av fysiske enheter som cd-plater. I det andre tilfellet betyr det lisensbetaling eller royalties til plateselskapene for å selge musikk i utlandet. I 2012 var de totale inntektene fra innspilt musikk i utlandet 78 millioner kroner, noe som tilsvarer 10 prosent av de samlede inntektene fra innspilt musikk.

TABELL 3.3. INNTEKTER FRA INNSPILT MUSIKK I UTLANDET I 2012 (MILLIONER KRONER).

MARKED	KATEGORI	NOK	PROSENTANDEL
Utlend	Totale inntekter innspilt musikk i utlandet	78	100 %
Totalt	Totale inntekter innspilt musikk i utlandet	78	100 %

Youtube.com – en u håndterlig kjempe

Youtube.com ble åpnet i 2005, og har utviklet seg til å bli verdens største nettsted for opplasting, visning og deling av videoklipp. Av videoene som er lastet opp på denne tjenesten, er de 10 mest sette videoene musikkvideoer. Ut over dette er det vanskelig å tallfeste hvor stor andel av avspillingen som er musikkrelatert og videre hvor stor del av de musikkrelaterte videoene som inneholder norsk musikk.

YouTube kontrollerer ikke alt materiale som legges ut på nettsiden fortløpende, men baserer seg på forespørsler om sletting fra personer som mener at opphavsrettslig lovgivning er brutt. Dette har ført til søksmål fra store mediekonsern som ønsker erstatning for tapte inntekter knyttet til avspilling på siden. Enkelte plateselskaper har også kontraktsfestet avtaler med YouTube om at alt opplastet materiale som tilhører disse, skal slettes.

Det finnes imidlertid flere ulike avtalemodeller hva gjelder fordeling av avspillings- og reklameinntekter på YouTube, og det er mulig å anta at slike inntekter utgjør flere millioner kroner totalt sett og at en del av disse inntektene også tilfaller den norske musikkbransjen. I 2013 opprettet TONO en rapporteringsløsning som sikrer opphavsmenn betaling for bruk av deres materiale på YouTube.com.

Enkelte artister og musikere som er tilknyttet norske plateselskaper, har også direkte avtaler med utenlandske plateselskaper for distribusjon av deres innspilte musikk. Dette innebærer at inntekter fra dette salget overføres direkte til artistene. Disse inntektene inngår ikke i denne statistikken, og det er derfor mulig å anta at musikkeksporten er noe høyere enn det som er presentert her.

Listene nedenfor beskriver den mest populære musikken i Norge i 2012. De to øverste listene viser VGs lister for henholdsvis album og singler, og de nederste listene viser de mest populære sangene fra strømmetjenestene Spotify og Wimp i 2012.

De mest populære albumene i Norge i 2012:⁴

- 1 Vamp – Liten fuggel
- 2 Adele – 21
- 3 Various artists – Hver gang vi møtes
- 4 Bruce Springsteen – Wrecking ball
- 5 Lana Del Rey – Born to die
- 6 Justin Bieber – Believe
- 7 Leonard Cohen – Old ideas
- 8 First Aid Kit – The lion's roar
- 9 Laleh – Sjung
- 10 One Direction – Take me home

De mest populære singlene i Norge i 2012:⁵

- 1 Laleh – Some die young
- 2 Loreen – Euphoria
- 3 Gotye – Somebody that I used to know
- 4 Michel Teló – Ai se eu te pego!
- 5 Vinni – Sommerfuggel i vinterland
- 6 Fun. feat. Janelle Monáe – We are young
- 7 Sirkus Eliassen feat. Ben Kinx – Æ vil bare dans
- 8 Flo Rida – Whistle
- 9 Avicii – Levels
- 10 Flo Rida feat. Sia – Wild ones

De mest populære sangene på Spotify i Norge i 2012:⁶

- 1 Laleh – Some die young
- 2 Gotye – Somebody that I used to know
- 3 Loreen – Euphoria
- 4 Flo Rida – Whistle
- 5 Carly Rae Jepsen – Call me maybe
- 6 Train – Drive by
- 7 Flo Rida feat. Sia – Wild ones
- 8 Michel Teló – Ai se te pego – live
- 9 Fun. feat. Janelle Monáe – We are young
- 10 Sirkus Eliassen feat. Ben Kinx – Æ vil bare dans

De mest populære sangene på Wimp i Norge i 2012:⁷

- 1 Laleh – Some die young
- 2 Gotye – Somebody that I used to know
- 3 Carly Rae Jepsen – Call me maby
- 4 Sirkus Eliassen feat. Ben Kinx – Æ vil bare dans
- 5 Adele – Set fire to the rain
- 6 Train – Drive by
- 7 Flo Rida feat. Sia – Wild ones
- 8 Loreen – Euphoria
- 9 Fun. feat. Janelle Monáe – We are young
- 10 Flo Rida – Whistle

4. <http://www.ifpi.no/vg-lista/21-vg-lista/39-topp10-i-2012>
 5. Sst.
 6. <https://www.spotify.com/no/about-us/2012/>
 7. <http://wimp.no/wweb/playlist/?playlist=8bca0819-ea96-4c1e-a55b-cc98d2b6ba1c>

Utvikling av digitale tjenester

Etter at Napster lanserte sin fildelingstjeneste, har ikke musikkindustrien vært den samme. Internasjonal omsetning i musikkbransjen hadde sin topp i 1999 med en omsetning på \$ 56,7 milliarder. Siden har omsetningen falt til \$ 28,7 milliarder i 2012. Nedgangen kom parallelt med fremveksten av det amerikanske selskapet Napster og introduksjonen av programvaren med samme navn i 1999. Programmet muliggjorde deling av musikk for brukere over hele verden, uten betaling, og påførte musikkbransjen betydelige tap. Tjenesten ble senere dømt ulovlig i det amerikanske rettsvesen, og selskapet forandret programvaren betydelig for å imøtekomme de rettslige kravene. I tillegg har det dukket opp en rekke tilsvarende fildelingstjenester. I nyere tid er The Pirate Bay en av de populære nettsidene for fildeling.

I 2008 lanserte Spotify sine tjenester i Sverige. Etter dette opplevde den svenske musikkindustrien for første gang en vekst i 2011. Spotify stod for halvparten av musikkomsetningen i Sverige dette året. Selv om verdien på selskapet øker, viser regnskapet likevel røde tall. I 2012 omsatte selskapet for over 3 milliarder kroner, men gikk med cirka 430 millioner kroner i underskudd.

Royalties

er en godtgjørelse for kommersiell utnyttelse av opphavsrett til åndsverk eller andre verdier. Royalty er et betalingsprinsipp som brukes på en rekke områder der det er hensiktsmessig – fra oljeutvinning via patentrettigheter til plateproduksjon og -avspilling. Betegnelsen har sin opprinnelse i engelsk praksis, og var egentlig en «avgift til kongen».

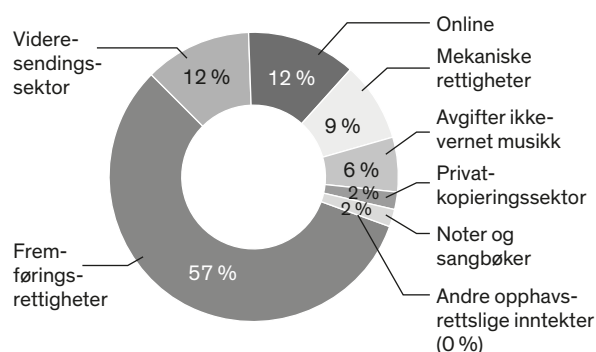
Inntekter fra opphavsrettslig materiale

I dette kapitlet presenteres de samlede opphavsrettslige inntektene som tilfaller musikkfeltet i Norge. Opphavsrettslige inntekter er de inntekter som samles inn for bruk av opphavsrettslig materiale til opphavsmenn, musikere, musikkforlag og plateselskap. Statistikken inkluderer ikke inntekter til opphavsmenn som kun er tilsluttet internasjonale opphavsorganisasjoner.

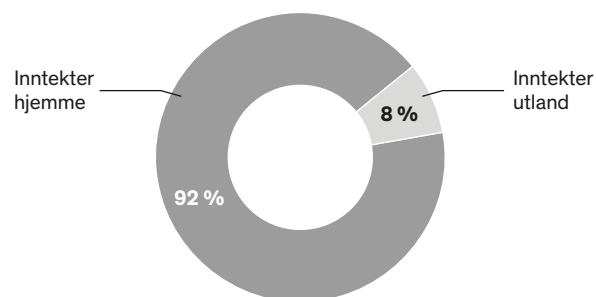
Opphavsretten har en sentral betydning i musikkindustrien.⁸ Den gir komponister og tekstforfattere, artister og musikere, plateselskap og musikkforlag muligheten til å få betalt for sin musikk når den spilles. De opphavsrettslige inntektene som inngår i denne statistikken, er de innsamlede vederlag som tilfaller musikkfeltet i Norge.

Våre analyser viser at de samlede opphavsrettslige inntektene til musikkfeltet i Norge utgjør 796 millioner kroner i 2012, inkludert eksportinntekter. Uten eksport utgjør opphavsrettsinntektene 730 millioner kroner.

Fremføringsrettigheter står for den største andelen av de totale opphavsrettslige inntektene. I 2012 utgjorde disse rettighetene totalt 451 millioner kroner. Det vil si at 57 prosent av de samlede opphavsrettslige inntektene kommer fra vederlag betalt til rettighetshavere for offentlig fremføring av deres musikk i Norge og i utlandet. Prosentfordelingen mellom ulike typer opphavsrettslige inntekter, og prosentfordelingen mellom de totale opphavsrettslige inntektene samlet inn i Norge og i utlandet, vises i figurene 4.1 og 4.2.



Figur 4.1. Prosentfordeling av totale inntekter fra opphavsrettslig materiale over ulike rettighetsformer.

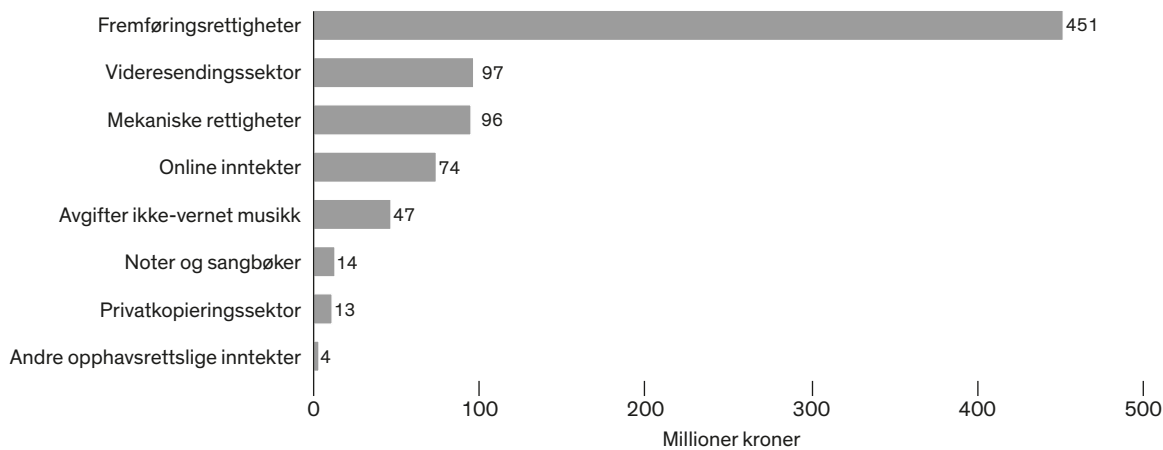


Figur 4.2. Prosentfordeling av totale inntekter fra opphavsrettslig materiale over hjemmemarked og utland.

Som det fremkommer av figurene, samles de fleste opphavsrettslige inntektene inn i Norge. Åtte prosent av de totale opphavsrettslige inntektene er samlet inn i utlandet for bruk av norsk opphavsrettslig materiale. Det har ikke vært mulig å presentere opphavsrettslige inntekter fra utlandet i samme detaljgrad som inntekter i Norge. Dette skyldes ulik praksis for hvordan rettighetsforvaltere i utlandet beskriver overførte penger til norske organisasjoner.

Figur 4.3. fremstiller fordelingen av opphavsrettslige inntekter fra hjemmemarkedet og eksportmarkedet over de ulike rettighetsfeltene grafisk.

8. Se for eksempel Forss (1999), «Att ta sig ton – om svensk musikeksport 1974–1999», Finansdepartementet – Departementsserien, bind 1999: 28.



Figur 4.3. Fordeling av samlede opphavsrettslige inntekter 1 2012, millioner kr.

I det følgende beskrives først opphavsrettslige inntekter i hjemmemarkedet, og deretter opphavsrettslige inntekter fra utlandet.

4.1 Opphavsrettslige inntekter i Norge

Opphavsrettslige inntekter i Norge er de vederlag som er samlet inn av rettighetsforvaltere og som fordeles videre til rettighetshavere. Opphavsrettsinntektene utgjør til sammen 730 millioner kroner. Tabellen nedenfor viser fordelingen av inntektene over ulike rettighetskategorier i millioner kroner. Fordelingen og hva som inngår i de ulike kategoriene, beskrives i detalj i det følgende.

TABELL 4.1. OPPHAVSRETTLIGE INNTEKTER I NORGE (MILLIONER KRONER, 2012).

MARKED	RETTIGHETSKATEGORI	NOK	PROSENTANDEL	
Hjemme	Fremføringsrettigheter	420	58 %	
	– Kringkasting (TV og radio)	246	34 %	
	– Annen offentlig fremføring (bakgrunnsmusikk, m.m.)	116	16 %	
	– Konserter	48	7 %	
	– Kino	10	1 %	
	Videreledingssektor	96	13 %	
Online	Online	74	10 %	
	Mekaniske rettigheter	64	9 %	
	Avgifter ikke-vernet musikk	47	6 %	
	Noter og sangbøker	14	2 %	
	Privatkopieringssektor	12	2 %	
	Andre opphavsrettslige inntekter	3	0 %	
	Sum	Samlede opphavsrettslige inntekter hjemme	730	100 %

Inntekter fra fremføringsrettigheter

Totalt sett utgjør fremføringsrettigheter den største andelen av opphavsrettighetsinntekter i Norge med 420 millioner kroner. Disse inntektene er betaling for bruk av opphavsrettslige verk i det offentlige rom, for eksempel i form av bakgrunnsmusikk på hoteller, serveringssteder, i butikker, kringkasting via TV og radio, eller livefremføring av musikk for publikum, som konserter. Inntekter fra fremføringsrettigheter inkluderer både levende og innspilt musikk, betalte eller gratis fremføringer. Den største andelen av inntekter fra fremføringsrettigheter, 246 millioner kroner, kommer fra kringkasting i TV og radio.

Videreledingssektor

Med videreledingssektoren menes sekundær utnyttelse av lyd i for eksempel TV-produksjoner. Inntektene her gjenspeiler de avtaler som er gjort for denne bruken, og som tilfaller rettighetshaverne i musikkfeltet. Videreledingssektoren utgjør omtrent 13 prosent av de samlede opphavsrettslige inntektene i Norge, noe som tilsvarer 96 millioner kroner.

Online

Med online menes digitale musikkprodukter som er tilknyttet et nettverk eller digitalt system, som for eksempel strømmingstjenester. Opphavsrettslige inntekter fra digital distribusjon inkluderer både mekaniske rettigheter, som kan kobles til nedlastet musikk, og fremføringsrettigheter, som gjelder strømming av musikk. Online-inntektene utgjør 74 millioner kroner, noe som tilsvarer 10 prosent av de samlede opphavsrettslige inntektene i Norge.

Inntekter fra mekaniske rettigheter

De mekaniske rettighetene utgjør drøyt 64 millioner kroner. Retten til å spille inn, produsere og

utgi innspillinger av opphavsrettslig musikk kalles mekaniske rettigheter. Det største mekaniske området er salg av fonogrammer.⁹ Når et verk overføres og reproduseres på eksempelvis en cd, dvd eller andre lydbærere, innehar opphavsmannen krav på godtgjørelse for å overgi retten til å produsere flere eksemplarer av verket.

Avgifter for ikke-vernet musikk

Avgifter for ikke-vernet musikk er innkrevede avgifter for kringkasting og annen offentlig bruk av ikke-vernede opptak. Totalt utgjorde disse avgiftene 46 millioner kroner i 2012. Midlene forvaltes videre til kunstnere gjennom Fond for utøvende kunstnere.

Noter og sangbøker

Vederlagsinntekter fra salg og distribusjon av noter og sangbøker innkreves og fordeles til opphavsrettspersoner og forlag. Samlet utgjør dette 14 millioner kroner.

Privatkopieringssektor

Det gis en kompensasjon for manglende inntekt som følge av lovlig kopiering av musikk til privat bruk. Denne kompensasjonen tilfaller kunstnere med opphavsrett i de kopierte verkene. I Norge blir denne kompensasjonen bevilget over statsbudsjettet, og i 2012 utgjorde bevilgningene til musikkfeltet om lag 12 millioner kroner. I tillegg til denne summen overføres vederlag fra utlandet. Omtrent en halv million kroner er overført til norske musikkorganisasjoner fra utenlandske organisasjoner.

Andre opphavsrettslige inntekter

Andre opphavsrettslige inntekter inkluderer blant annet innkopiering av innspilt musikk i TV-produksjon og vederlag for annen kringkasting og bruk i undervisning. Disse inntektene utgjorde 3 millioner kroner i 2012.

4.2 Opphavsrettsinntekter fra utlandet

Opphavsrettslige inntekter fra utlandet er de vederlag som er innhentet av rettighetsforvaltere i utlandet og som overføres til norske organisasjoner.

Inntekter fra utlandet inkluderer blant annet vederlagsinntekter fra fremføringsrettigheter og mekaniske rettigheter. Totalt ble det overført 65 millioner kroner samlet inn av rettighetsforvaltere i

Hva er opphavsrett?

Opphavsrett er den tidsbegrensede enerett skaperen av et litterært, vitenskapelig eller kunstnerisk verk har til å råde over verket ved å fremstille eksemplarer av det og gjøre verket tilgjengelig for allmennheten. Gjennom åndsverksloven §1 har «den som skaper et åndsverk, opphavsrett til verket». Opphavsrettslovgivning er også underlagt internasjonale konvensjoner. Opphavsrett innebærer en enerett til å fremstille eksemplarer av verket (*mekaniske rettigheter*) og en enerett til å tilgjengeliggjøre disse for allmenheten (*fremføringsrettigheter*). I de fleste land gjelder dette for 70 år etter opphavsmannens død. Opphavsretten innebærer et sett av eksklusive rettigheter som opphavsmannen kan utøve selv, eller overdra til en administrator. Overordnet er det fire rettigheter man råder over som opphavsmann:

- Retten til å reprodusere verket ved innspilling av fonogram eller noter
- Retten til å mangfoldiggjøre og videre-selge kopier av verket
- Retten til å bearbeide og skape avledede verk (andre versjoner)
- Retten til å fremføre verket offentlig

Den som besitter opphavsrett, har krav på erstatning dersom hans eller hennes verk fremføres offentlig for eksempel i radio og TV, innspilling av musikk på plater, konsert eller bakgrunnsmusikk i ulike varianter. Den eller de som har opphavsrett, får godtgjørelse i form av royalties eller vederlag. Opphavsrettslige inntekter er de innbetalinger til rettighetsforvaltere som videreføres til opphavsrettshaver for bruk av opphavsrettslig materiale.

utlandet til norske opphavspersoner. Det tilsvarer 8 prosent av de totale opphavsrettslige inntektene.

Av de totale inntektene fra utlandet er det mekaniske rettigheter og fremføringsrettigheter som utgjør de største inntektene, med henholdsvis 50 og 47 prosent. Disse tallene inkluderer også noe online inntekter. Følgende tabell viser fordelingen av de samlede opphavsrettslige inntektene som kommer fra utlandet.

9. Philip A. Kruse (2011), *Musikkforlaget – fra copyright til cash*.

TABELL 4.2. OPPHAVSRETTLIGE INNETEKTER I UTLANDET (MILLIONER KRONER, 2012).

MARKED	RETTIGHETSKATEGORI	NOK	PROSENTANDEL
Utland	Fremføringsrettigheter	31	47 %
	Mekaniske rettigheter	33	50 %
	Videresendingssektor	1	2 %
	Andre opphavsrettslige inntekter	1	1 %
Sum	Samlede opphavsrettslige inntekter utland	66	100 %

Det har ikke vært mulig å bryte ned opphavsrettslige inntekter fra utlandet til samme nivå som de inntektene som er generert i Norge. Dette skyldes at det er opp til hvert enkelt lands forvaltnings-selskap hvilken grad av detalj de formidler når de overfører opphavsrettslige inntekter tilbake til avtalepartnere i Norge.

Fonogram ...

kommer av de greske ordene for lyd og skrift – *phono* og *gram*. Fonogram er et samlebegrep for lydopptak, særlig på lydbærende medier der lyden er spilt inn, lagret og kan avspilles mekanisk, men også på elektroniske og digitale medier.

Konsertinntekter

I dette kapitlet presenteres analyser av de samlede inntektene fra salg av billetter til konserter i Norge. I tillegg presenteres våre beregninger av inntekter fra konsertvirksomhet i utlandet. Rapporten omhandler imidlertid ikke andre inntekter som for eksempel salg av mat og drikke eller salg av bandeffekter.

Inntektstallet for hjemmemarkedet representerer derfor billettinntekter til konsertarrangører i Norge, eller med andre ord hva norske forbrukere og turister betaler for å gå på konserter i Norge. Etter våre beregninger utgjorde de samlede billettinntektene 1 433 millioner kroner i Norge i 2012.

Når norske musikere og artister opptrer i utlandet, genereres konsertrelaterte eksportinntekter i form av honorarer. Konsertinntekter fra utlandet som presenteres her, er de honorarer som norske artister og musikere får for sine opptredener utenfor Norges grenser. Artister og musikere som har selskaper i utlandet og som registrerer sine inntekter i disse, er ikke medregnet. Denne analysen viser at norske artister og musikere hadde en samlet inntekt på 103 millioner kroner for sin konsertvirksomhet i utlandet i 2012.

Summerer vi disse, utgjør de samlede konsertinntektene totalt 1 536 millioner kroner i 2012 i Norge og utlandet, etter våre beregninger. Dette tilsvarer 50 prosent av de totale inntektene i musikkbransjen.

En viktig presisering er at tallene for konsertinntektene i henholdsvis hjemmemarkedet og utlandet representerer to ulike inntektsformer.

5.1 Omsetning av billetter i Norge

Billettinntekter gjennom konsertvirksomhet i Norge utgjør 1 433 millioner kroner. Tabellen nedenfor viser en oversikt over de samlede billettinntektene i Norge, og hvor mye omsetningen utgjør per innbygger.

TABELL 5.1. KONSERTINNTEKTER I NORGE (MILLIONER KRONER, 2012).

MARKED		NOK	PROSENT
Hjemme	<i>Billettinntekter</i>	1 433	100 %
Totale konsertinntekter i Norge		1 433	100 %

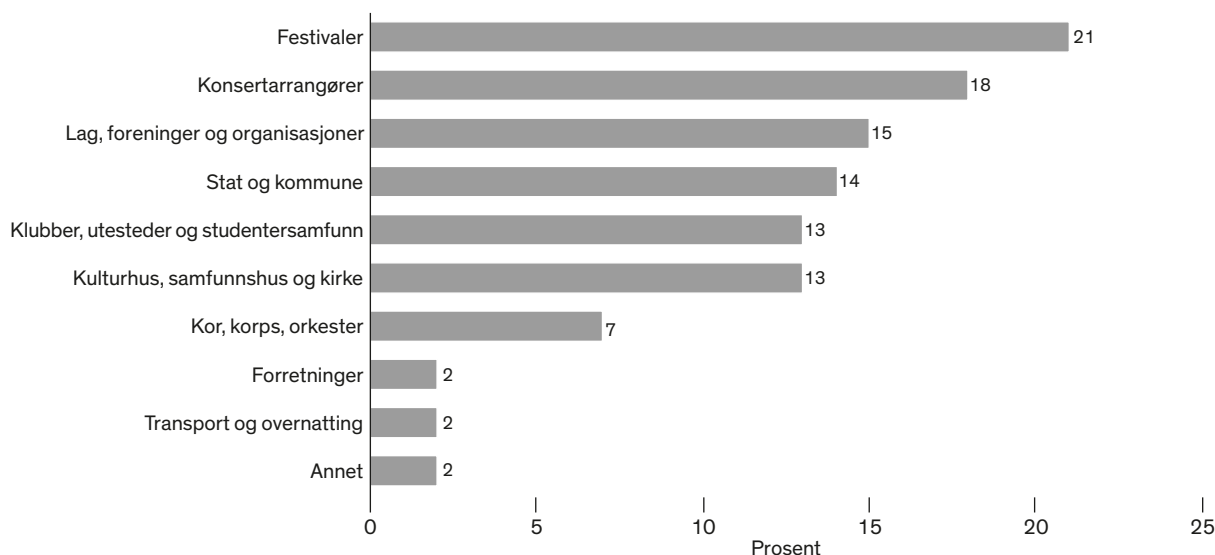
Konsertbransjen består av aktører av ulike størrelse og karakter. Denne delen av musikkbransjen inkluderer så vel store som små aktører samt så vel uavhengige som profesjonelle og internasjonale aktører, det være seg klubber, festivaler, spillesteder, studentersamfunn og konsertarrangører. Figur 5.1. nedenfor viser den relative fordelingen av omsetningen innenfor ulike konsertarrangører. Fordelingen er beregnet med utgangspunkt i TONOs vederlagsinntekter fra de ulike områdene. Figuren gjenspeiler derfor ikke fordelingen av billettinntekter, men snarere fordelingen av innbetalte vederlag fra konsertaktivitet.

Av figuren fremkommer det at festivaler utgjør den største omsetningen av konsertinntekter i Norge (med 21 prosent), etterfulgt av konsertarrangører (18 prosent), og lag, foreninger og organisasjoner (15 prosent). Helårsarrangører som klubber, utesteder og studentersamfunn står for 13 prosent av omsetningen i 2012. Kategorien «Forretninger» inneholder kjøpesenter og andre kundelokaler. Kategorien «Annet» inkluderer privatpersoner og mindre konsertarrangører samt kringkasting.¹⁰

Beregningene av billettinntektene i Norge er gjort ved bruk av TONOs vederlagsinntekter

10. Flere av kategoriene i figur 5.1. inneholder statlige og kommunale aktører. Derfor kan enkelte av kategoriene også inneholde statlig finansierte konserter, som Den kulturelle skolesekken. Det har ikke vært mulig å ta ut enkeltarrangement som er statlig finansierte, fra de ulike kategoriene i denne omgang.

KONSERTINNTEKTER



Figur 5.1. Prosentfordeling av TONOs vederlagsinntekter innenfor konsertvirksomhet i Norge i 2012.

som betales inn fra konsertarrangørene etter total omsetning fra billettsalg. Konsertinntektene omfatter på denne måten arrangementer med billettinntekter, og som videre betaler vederlag til TONO. Inkludert i disse tallene er også utenlandske artisters konsertvirksomhet i Norge. Det som ikke er inkludert i denne statistikken, er gratiskonsserter, konserter som har støtte på annen måte enn gjennom billettinntekter, eksempelvis gjennom sponsorinntekter, og de merinntektene som er knyttet til disse arrangementene. Vederlagsinntektene er trukket ut fra den samlede omsetning innenfor konsertfeltet, og er presentert i kapittel 5, som omhandler opphavsrettslige inntekter.

Det er rimelig å anta at ikke all rapportering fra konsertarrangører til TONO er helt korrekt eller i henhold til de avtaler som er inngått. Videre er det rimelig å anta at ikke alle konsertarrangører har inngått avtale med TONO, av ulike årsaker. I dette oppdraget har det derfor i tillegg til TONOs tall blitt samlet inn informasjon og data fra andre aktører i konsertfeltet. Denne informasjonen og dataene er i beregningene for det første blitt brukt som en kontroll for å kvalitetssikre dataene som TONO har bidratt med, og for det andre har de blitt brukt som et supplement til TONOs tall for at beregningene skal bli så gode som mulig, og i størst mulig grad speile den faktiske omsetningen knyttet til salg av billetter.

Selv om det fortsatt er en viss grad av usikkerhet knyttet til tallene, mener vi likevel at de gir et godt bilde av konsertfeltet i Norge. Tallene gir et innblikk i hvordan situasjonen er med tanke på

konsertinntekter innenfor de ulike områdene, og på forbrukernes betalingsvillighet for livemusikk. I tillegg vil man ved målinger over tid kunne si noe om mønstre og trender i konsertfeltet.

Festivalvirksomhet i Norge

Hovefestivalen regnes som en av Norges største festivaler, og hadde i 2012 61 000 beøkende. Tilsvarende var det på Øyafestivalen samlet mellom 80 000 og 90 000 besøkende i 2012. Selv om en stor del av inntektene kan knyttes til besøk fra utenlandske artister/band, utgjør festivaler en betydelig inntekt også for norske artister. Festivaler er også en måte å introdusere mindre kjente norske artister/band for publikum på, og tilfører derfor samlet sett en verdi som vanskelig kan tallfestes.

5.2 Honorar fra konsertvirksomhet i utlandet

Når norske musikere og artister opptrer i utlandet, genereres konsertrelaterte eksportinntekter i form av honorarer. Konsertrelatert eksport er her begrenset til å omfatte honorar til norskregistrerte artister og musikere som har hatt konsertvirksomhet i utlandet.

De samlede konsertinntektene fra utlandet er gjennom våre analyser beregnet til å være 103 millioner kroner i 2012.

TABELL 5.2. INNTEKTER FRA KONSERTVIRKSOMHET I UTlandet (MILLIONER KRONER, 2012).

		NOK	PROSENT
Utlandet	<i>Honorar</i>	103	100 %
Totale konsertinntekter utlandet		103	100 %

Konsertinntekter fra utlandet er beregninger bygget på data fra flere kilder. Blant annet er rapporteringer fra artister som har mottatt reisestøtte fra Utenriksdepartementet (forvaltet av Music Norway) og som har hatt turnévirksomhet i utlandet i 2012, benyttet i beregningen. I tillegg er det gjennomført intervjuer med management, bookingagenter og konsertarrangører som arbeider med norske musikere i utlandet.

Den totale konsertrelaterte eksporten er utfordrende å måle i og med at det ikke finnes noen samlende instans eller organisasjon som dokumenterer inntekter på dette området. Likevel mener vi at vi har klart å avdekke kjernen i artistgruppen som har konsertvirksomhet i utlandet, gjennom reisestøtteordningen og videre kartlegging av aktørfeltet, og at tallet gir et godt bilde på dette feltet. Samtidig – siden det er usikkert hvorvidt hele feltet er blitt kartlagt – er det mulig å anta at inntekter fra utlandet ligger noe høyere i virkeligheten enn hva som fremkommer i denne rapporten.

Merchandiseinntekter

Merchandiseinntekter er inntekter knyttet til salg av effekter som T-skjorter og lignende, enten i forbindelse med konsertvirksomhet, eller gjennom butikk/nettbutikk på permanent basis. Merchandiseinntekter er vanskelig å beregne, da det sjelden foreligger tallmateriale for denne type salg, og totalsummen for merchandise er derfor ikke inkludert i rapporten. I de fleste tilfeller representerer denne typen salg små inntekter, og det er ikke uvanlig at det ikke budsjetteres med overskudd fra salget i det hele tatt. I mange tilfeller ligger verdien av salget heller i markedsføringen det representerer. Det finnes likevel unntak, og for noen utgjør salg av merchandise en betydelig inntekt. Dette gjelder særlig innenfor metal-sjangeren, og enkelte ungdomsidoler innenfor pop-sjangeren.

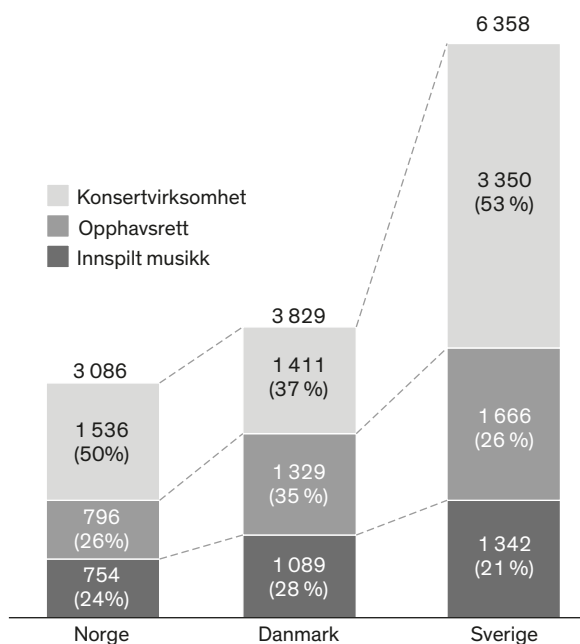
Sammenligning med andre skandinaviske land

I dette kapitlet sammenligner vi den norske musikkbransjens omsetning med henholdsvis den svenske og danske musikkbransjen. Tallene fra den svenske musikkbransjen er hentet fra rapporten «Musikbranschen i siffror – Statistik för 2012». De danske tallene er hentet fra Rambølls egen kartlegging «Præsentation af Dansk Musikstatistik 2012». Disse to prosjektene har vært inspirasjon for dette prosjektet, og vår metode ligger tett opp til hva som er gjort i disse landene. Tallene er derfor sammenlignbare med hensyn til de inntektstyper og omfang av bransjen som er inkludert i statistikkene. Alle tall som presenteres i dette kapitlet, er omregnet til norske kroner etter gjennomsnittlig valutakurs i 2012.

Våre analyser viser at den norske musikkbransjen omsatte for totalt 3 086 millioner kroner i 2012. Dette er lavere enn den svenske og den danske musikkbransjen. Sveriges totale omsetning i 2012 var 6 358 millioner kroner, som er den høyeste for de tre landene. Forskjellen mellom Norges og Sveriges omsetning skyldes primært opphavsrettslig inntekter og konsertinntekter, etterfulgt av inntekter fra innspilt musikk. Norge ligger også noe etter Danmark hva gjelder omsetning av innspilt musikk og opphavsrettslige inntekter samlet sett, men har til gjengjeld høyere konsertinntekter enn våre naboer. Disse forskjellene illustreres med figur 6.1.

Fordeler vi inntekten per innbygger, justeres bildet noe. Mens danskene har en omsetning på 683 kroner per innbygger av musikk, omsetter norsk og svensk musikkbransje for henholdsvis 611 og 665 kroner per innbygger.

Totalt sett er de samlede inntekter i den norske musikkbransjen 10 prosent lavere enn i Danmark, når inntektene fordeles per innbygger. Dette skyldes primært at Norge ligger lavere enn Danmark på omsetning av innspilt musikk og opphavsrettslig inntekter, sett i forhold til befol-



Figur 6.1. Inntekter i 2012, millioner kr.

kingen. Norge har imidlertid noe høyere inntekt per innbygger på innspilt musikk enn Sverige. Forskjellen tilsvarer 9 kroner per innbygger. Figur 6.2. viser omsetning per innbygger innenfor de tre inntektskategoriene fordelt på land.

I det følgende vil vi se at Danmark har et sterkt hjemmemarked, og at Sverige har et sterkt eksportmarked. Norge på sin side plasserer seg midt imellom våre naboland i begge disse markedene.

6.1 Hjemmemarked

I Norge omsatte musikkbransjen for totalt 2 840 millioner kroner i 2012. Dette er lavere enn i både Sverige og Danmark. Fordeler vi de totale inntektene i forhold til befolkningen, har Danmark den høyeste omsetningen med 636 kroner per innbygger, etterfulgt av Norge med 562 kro-

ner per innbygger og Sverige med 561 kroner per innbygger.

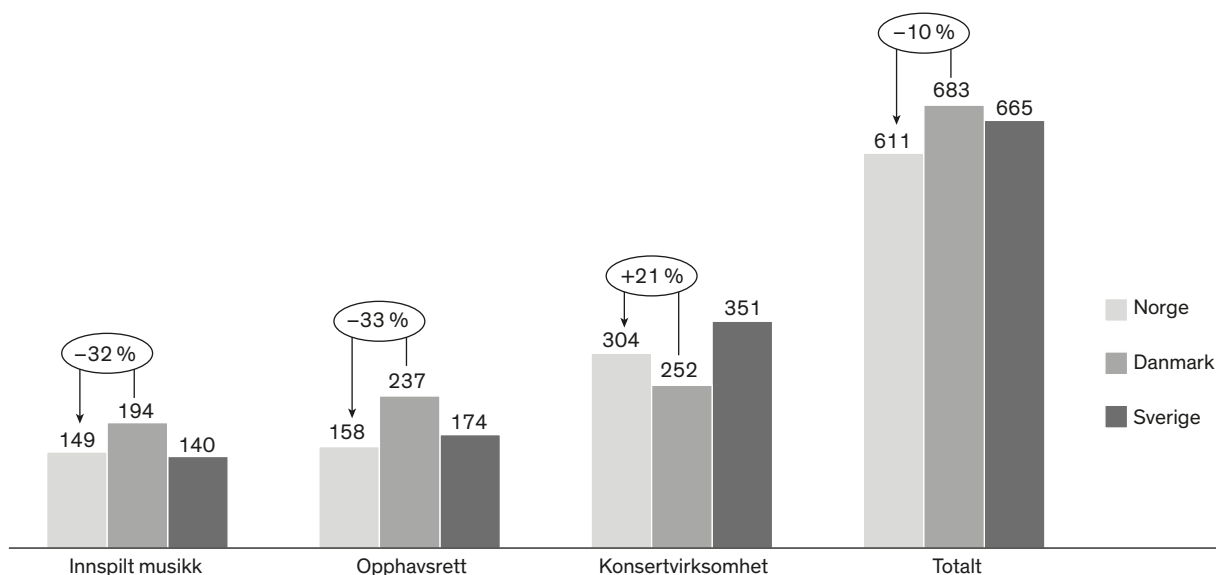
De største forskjellene mellom landenes omsetningsnivå i hjemmemarkedet ligger i inntekter fra opphavsrettslig materiale og konsertvirksomhet. Danmark er det landet som har høyest inntekter på opphavsrettslig materiale med 1 277 millioner kroner, etterfulgt av henholdsvis Sverige med 1 161 millioner kroner og Norge med 730 millioner kroner. Fordeler man denne omsetningen per innbygger, har Danmark med sine 228 kroner nesten dobbelt så høye inntekter på opphavsrettslig materiale som Sverige med 121 kroner, mens Norges inntekter på dette området tilsvarer 145 kroner per innbygger.

Sverige har den høyeste omsetningen på konsertområdet med totalt 3 058 millioner kroner,

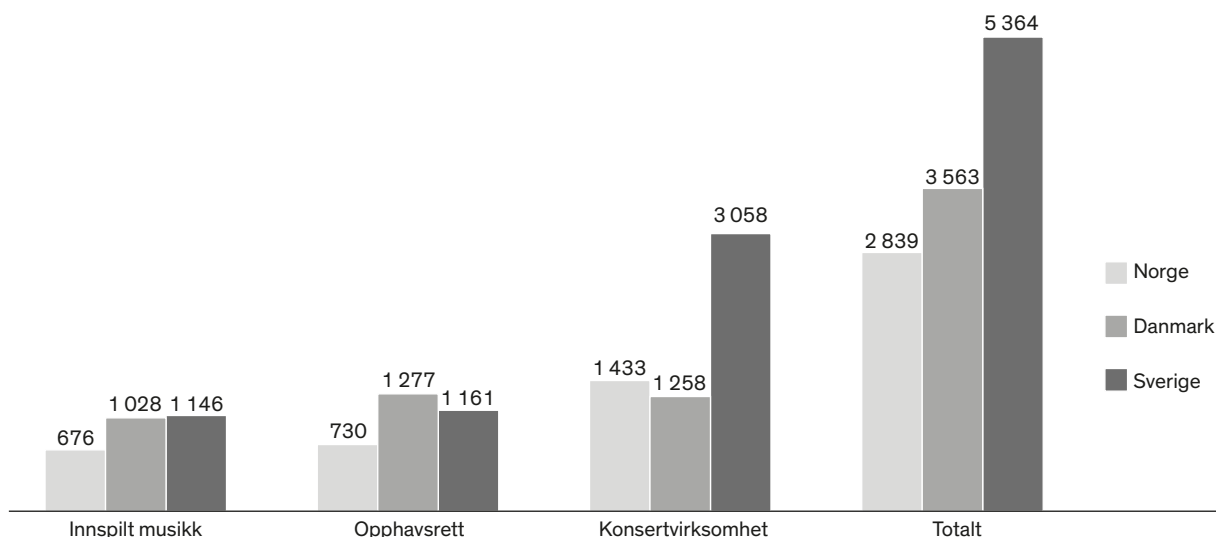
etterfulgt av Norge med 1 433 millioner kroner og Danmark med 1 258 millioner kroner. Det vil si at i gjennomsnitt brukte en svensk innbygger 320 kroner på konsert i 2012, tilsvarende brukte en danske 225 kroner, mens gjennomsnittsnordmannen brukte 284 kroner. Figur 6.3. og 6.4. viser forskjellene mellom de tre landene for omsetning i hjemmemarkedet.

6.2 Eksportinntekter

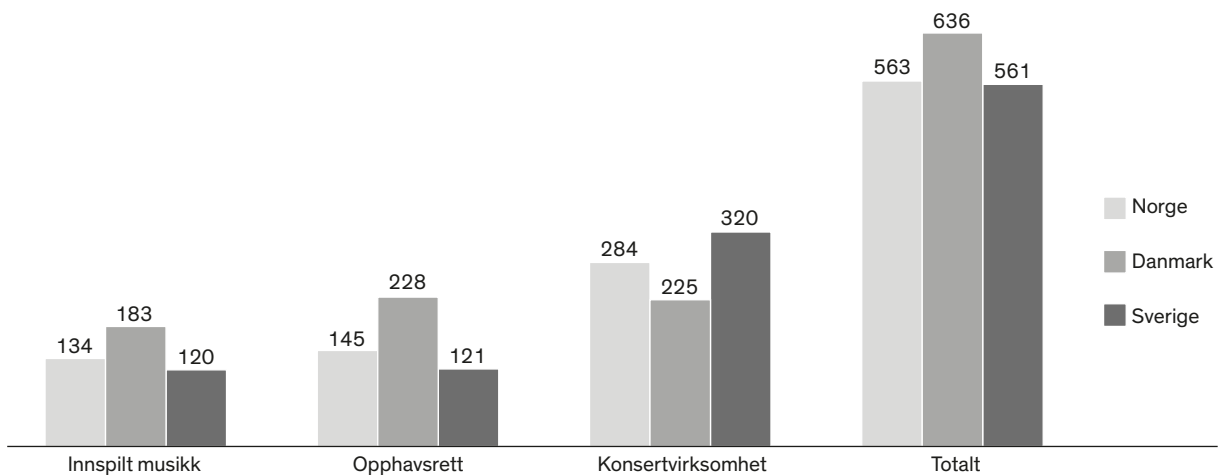
Noe av de overordnede forskjellene mellom musikkbransjene i Skandinavia ligger i eksportinntektene. Svenskene eksporterte i 2012 for 993 millioner kroner, noe som er langt mer enn den norske og den danske musikkbransjen gjorde i 2012. I Norge eksporterte musikkbransjen for



Figur 6.2. Omsetning per innbygger i 2012 (NOK).



Figur 6.3. Omsetning i hjemmemarkedet i 2012, millioner kr.

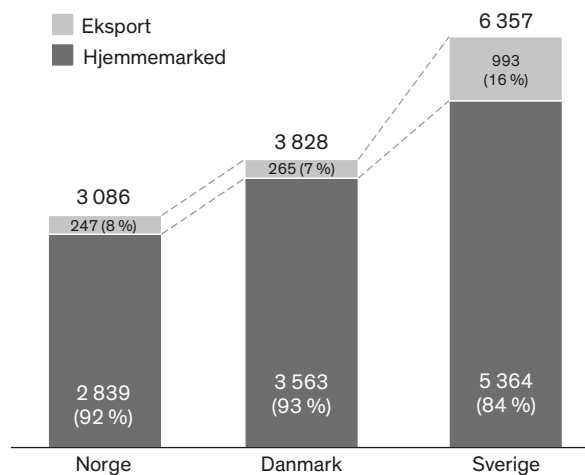


Figur 6.4. Omsetning i hjemmemarkedet per innbygger i 2012 (NOK).

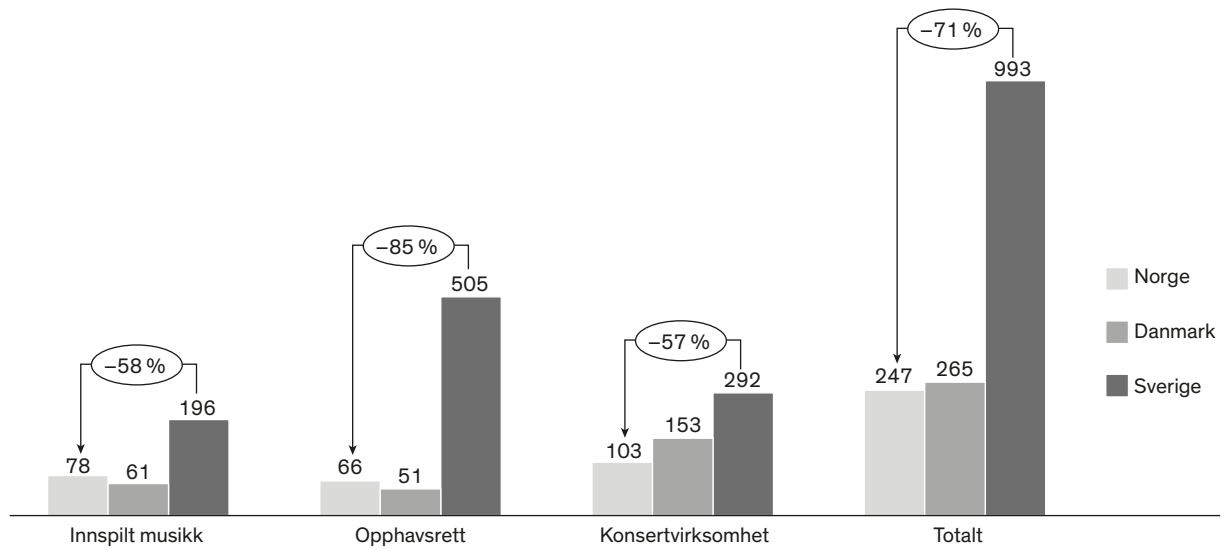
247 millioner kroner. De samlede eksportinntektene i Sverige utgjør 16 prosent av den totale omsetningen, mens i Norge og Danmark utgjør eksportinntektene henholdsvis 8 og 7 prosent. Sverige har dermed et sterkere eksportmarked enn hva Norge og Danmark har. Figur 6.5. viser fordelingen mellom eksportinntekter og hjemmemarked i de tre nordiske landene.

Svenskene eksporterer også mer enn nordmennene og danskene i samtlige kategorier som inngår i denne statistikken. Dette fremkommer i figur 6.6.

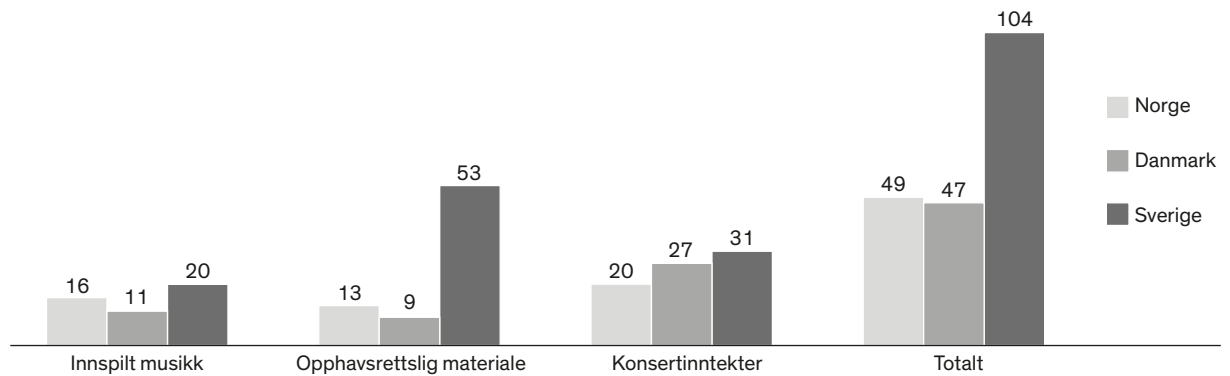
Det er særlig eksportinntekter for opphavsrettslig materiale som utgjør forskjellen mellom landene. Sverige eksporterer for 87 prosent mer enn den norske musikkbransjen når det kommer til opphavsrettslig materiale. Mens Norge eksporterer opphavsrettslige verk for 66 millioner kroner, eksporterer Sverige for 505 millioner kroner. Dette utgjør henholdsvis 13 og 53 kroner per innbygger. Dette fremgår av figur 6.7.



Figur 6.5. Eksportinntekter og hjemmemarked i 2012, millioner kr.



Figur 6.6. Eksportinntekter i 2012, millioner kr.



Figur 6.7. Eksportinntekter per innbygger i 2012 (NOK).

Avsluttende refleksjoner

I dette oppdraget er det identifisert inntekter på 3,1 milliarder norske kroner i 2012. Disse gir oss et øyeblikksbilde av musikkbransjens størrelse og kommersielle inntektskilder. Fremgangsmåten har vært basert på dialog med og data fra musikkbransjen selv. Rapporten gir et grunnlag for å diskutere musikkbransjens aktuelle inntekter og konsumentenes forbruk av musikk i 2012. Analysen leverer dermed en del av det bakgrunnsmateriale som skal til for at beslutningstakere, bransjen og andre aktører kan prioritere og målrette fremtidige strategiske innsatsområder innenfor musikkbransjen.

Analysens fokus på de økonomiske inntektskildene representerer et vesentlig aspekt av musikkbransjen, men langt fra en uttømmende beskrivelse av en kompleks del av norsk kulturliv. Med andre ord er det mange områder analysen ikke berører, for eksempel gir analysen ikke et bilde av pengestrømmene og omfordelingen av disse inntektene, eller den samfunnsmessige og kulturelle rolle musikk har i det norske samfunn.

Videre danner analysen et grunnlag for å øke den fremtidige kunnskapen om musikkbransjen. Analysen og metoden er designet for at den skal kunne gjentas de kommende år. På denne måten kan et statistisk materiale etableres, slik at bransjens utvikling kan følges systematisk som i Sverige og Danmark. Øyeblikksbildet for 2012 vil ved fremtidige analyser fungere som et referanseår, og vil kunne benyttes til å beskrive tendensene i den norske musikkbransjen – om bransjen samlet sett vokser eller blir mindre, og i hvilke deler av bransjen endringene finner sted. En slik statistikk vil også kunne danne grunnlag for å si noe om musikk-konsumenters adferd, og om denne for eksempel påvirkes av konjunktursvingninger.

Avslutningsvis er det viktig å fremheve at analysen er et første eksempel på en kartlegging av inntektene i en mangfoldig kulturbransje, hvor det foreløpig kun finnes et begrenset data- og tallmateriale. I den forstand kan analysen fungere som inspirasjon og utgangspunkt for videre analyser av andre bransjer innenfor kulturfeltet.

Litteratur

- Forss. 1999. *Att ta sig ton – om svensk musikexport 1974–1999*. Finansdepartementet – Departementsserien, bind nr. 1999: 28. Stockholm
- Hauge. 2007. *Musikk ut av Norge*. En bransjeanalyse. Agderforskning, prosjektrapport 1/2007. Kristiansand
- Kruse. 2011. *Musikkforlaget – fra copyright til cash*. Oslo
- Kulturdepartementet. 2013. *Rapport fra Nordgård-utvalget*. Oslo
- Musiksverige. 2014. *Musikbranschen i siffror – Statistik för 2012*. Stockholm
- NOU 2013: 2 *Hindre for digital verdiskapning*. Oslo
- Rambøll. 2010. *Analyse af pengestrømme og ressourcer i dansk musikliv*. København
- Rambøll. 2012. *Præsentation af Dansk Musikstatistik 2012*. København
- Schlüter, Bay og Mathiasen. 2006. *Musikbranchen – en introduktion*. Kap. 1 i *Musikaftaler*. København
- Tilväxtverket. 2011. *Musikbranschen i siffror – Statistik för 2010*. Rapport 0118. Stockholm
- Tilväxtverket. 2012. *Musikbranschen i siffror*. Statistik för 2011. Rapport 0143 Rev A. Stockholm
- Tilväxtverket. 2013. *Musikbranschen i siffror*. Metodutveckling. Stockholm

Summary

The Ministry of Culture (Kulturdepartementet) and Arts Council Norway (Norsk kulturråd) have taken the initiative to analyse the turnover of the Norwegian music industry. The purpose of the analysis is to create a qualified and quantitative basis for analysis and interpretations of the industry further development.

The analysis includes the total turnover of the Norwegian music industry from consumers, broken down into three categories: sales of recorded music, concert tickets and copyrights. The analysis does not include revenues related to other musical activities, such as sales of merchandise, sales of beverages and food, or private and public grants. The purpose of the analysis is to produce a descriptive and fact-based presentation of the commercial revenues of a complex and living industry. This report does not include any qualitative reviews of the music industry as a whole, nor does it take the socio-economic perspective into consideration. The analysis is based on collected data and interviews with various industry organisations and on an intensive dialogue with industry professionals.

This analysis is the first systematically conducted analysis of music industry revenues in Norway. The data therefore provide the first consolidated snapshot of the size and character of the industry's sources of income. The analysis is intended to serve as a basis for further discussion and debate about the role of the music industry in Norwegian society, and to help to provide a picture of trends and developments in the industry by annual measurements.

In recent years similar analyses have been conducted in other Scandinavian countries, and one aim of this analysis has been to obtain a basis of comparison with the figures arrived at in the Danish and Swedish analyses.

The analysis shows that the Norwegian music industry had a turnover of NOK (Norwegian kroner) 3086 million in 2012. This turnover includes revenues from recorded music, concert ticket sales, copyrights and exports. Ticket sales represent the largest share of turnover with NOK 1536 million, which represents 50 percent of the total industry turnover. Revenues from recorded music and copyrights constitute NOK

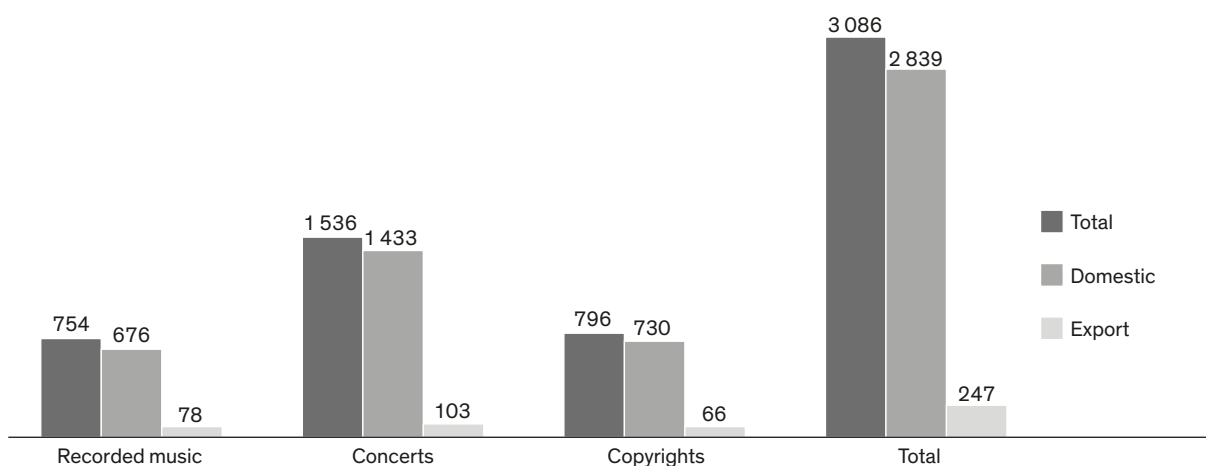


Figure 8.1. Overview of the industry's total turnover, 2012, in NOK millions.

754 and 796 million, respectively. Total exports from the Norwegian music industry amount to NOK 247 million, representing 8 percent of the total industry turnover. Figure 8.1. provides an overview of the total turnover of the Norwegian music industry. The figure also shows the distribution of total sales of recorded music, concerts and copyrights, as well as the proportion of exported sales in each category.

Figures 8.2 and 8.3 show the distribution of total turnover in percentage compared to the revenues from recorded music, concerts and copyrights, and the relationship between export and sales in the domestic market. The revenues from exports presented in this report reflect only part of the actual exports of the music industry, and thereby only include revenues that can be traced directly back to Norwegian companies. Therefore the report does not include individual agreements made by artists, songwriters and producers with foreign

companies, nor does it take into account Norwegian artists who collaborate with companies outside of Norway. With regard to concerts, the export includes the total fees of artists and musicians in connection with concerts in foreign countries.

In a Scandinavian perspective the turnover of the Norwegian music industry is at approximately the same level as in Denmark, and about half of the Swedish turnover. When turnover is distributed per capita, the three countries have virtually the same amount of turnover from the music industry.

The main sources of revenue differ in the three countries. Sweden has a higher income from exports than both Denmark and Norway, while Denmark has the highest income from copyrights. Compared to Sweden and Denmark, Norway's revenues are neither the lowest nor the highest in any of the three categories identified in this analysis, as shown in figure 8.4.

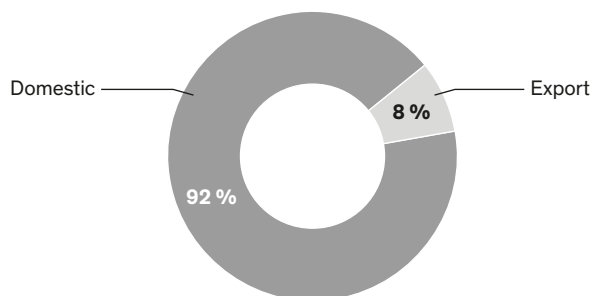


Figure 8.2. Percentage distribution of total turnover, domestic market and export, 2012.

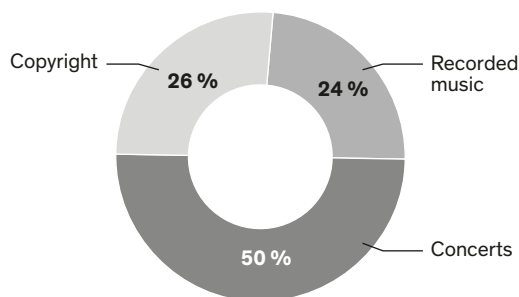


Figure 8.3. Overview of the industry's total turnover, 2012, in NOK millions.

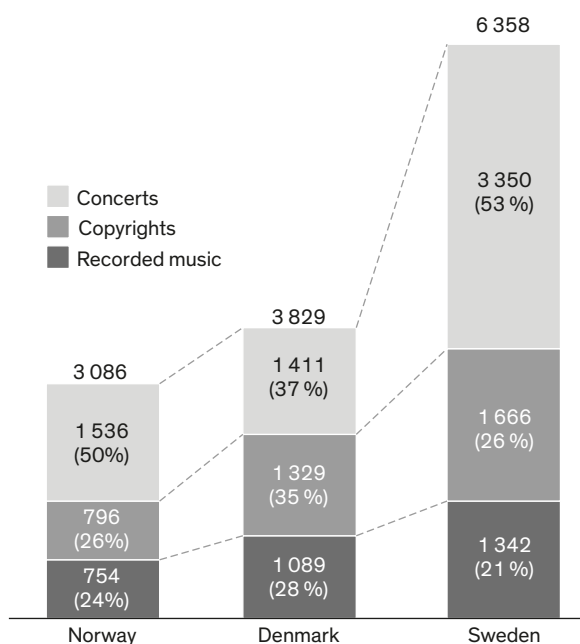


Figure 8.4. Comparison of total turnover in the Scandinavian countries, 2012, in NOK millions.