

Musikk i tall

2023

Eira Nybakk, Jon Martin Sjøvold,
Peder Laumb Stampe



Musikk i tall

2023

Eira Nybakk, Jon Martin Sjøvold,
Peder Laumb Stampe

Copyright © 2025 by
Kulturdirektoratet, Arts and Culture Norway
All Rights Reserved
Utgitt av Kulturdirektoratet i kommisjon hos Vigmostad & Bjørke AS

ISBN: 978-82-7081-218-9
Grafisk produksjon: John Grieg, Bergen
Sideombrekking og omslag ved forlaget

Forsidebilde: Helen Hausland: *Historien* (2023).
Foto: Nasjonalmuseet/Frode Larsen
Kunstverket er gjengitt etter tillatelse og omfattes ikke av bokens lisens

Kulturdirektoratet
Postboks 4808 Nydalen
0422 Oslo
Tlf.: +47 21 04 58 00
E-post: post@kulturdirektoratet.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 Kulturdirektoratet og Kulturdirektoratets utgivelser:
www.kulturdirektoratet.no

Kulturdirektoratets utgivelser omfatter forsknings-, utrednings- og evalueringsarbeider med relevans for Kulturdirektoratet, 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 Kulturdirektoratets oppfatninger.

 **Kulturdirektoratet**

Vigmostad & Bjørke AS er Miljøfyrtårn-sertifisert.



Forord

Kunst i tall har frem til nå vært en årlig publikasjon som dokumenterer kunstmarkedenes økonomiske utvikling. Av budsjettmessige årsaker er målingen for 2023 kun gjennomført for musikkbransjen. Denne undersøkelsen er finansiert av Kulturdirektoratet og Kultur- og likestillingsdepartementet og utgjør en del av kunnskapsgrunnlaget for en pågående NOU på musikkområdet. NOU-en ble igangsatt i 2023 og skal gi en helhetlig gjennomgang av musikkfeltet.

Kunst i tall for musikkbransjen har blitt gjennomført i 12 år (2012–2023). Målingene baserer seg hovedsakelig på regnskapstall, og rapporten kan derfor først ferdigstilles på høsten. I 2023-rapporten legges det særlig vekt på eksport av norsk musikk. Rapporten tydeliggjør hvilke inntekter som tilfaller norske virksomheter, og som dermed inngår i målingen. Samtidig belyser den hvilke inntekter som forblir i utlandet, og som derfor ikke inkluderes i tallgrunnlaget.

Kunst i tall er en viktig del av Kulturdirektoratets arbeid med å frembringe et kunnskapsgrunnlag for videreutvikling av kultursektoren og for videre utforming av kulturpolitikken. Prosjektet er utført av Rambøll Management Consulting. Bidrag fra en rekke aktører innen musikksektoren har vært avgjørende for å fremskaffe de tallene vi nå kan presentere.

Vi ønsker å rette en stor takk til alle som har bidratt til arbeidet.

Oslo, 6. januar 2025

Marcus Zackrisson,

avdelingsdirektør

avdeling for kulturanalyse, Kulturdirektoratet

Synstolkning av forsidebilde

Helen Hausland, *Historien*, 2023, modellert steingods, 99 x 7 x 43 cm.

Foto: Nasjonalmuseet / Frode Larsen.

Fotografiet viser et uregelmessig og sammensatt gråhvitt objekt, et relieff i høydeformat, mer enn dobbelt så høyt som det er bredt, og utpreget organisk utformet. Øvre og nedre del av objektet er dominert av slyngende løkker som danner overlappende sirkler med mindre sirkler inni. De slyngende løkkene kan minne om tvunne tau. Fire av sirklene danner meste-parten av øvre del, mens vi finner to sirkler, delvis skjult av de taulignende formene, i nedre del. Midtdelen består av lignende tauformer, men de er tykkere og mer romlige enn i øvre og nedre del, og de slynger seg delvis rundt åpninger som danner mørke hull mot bakgrunnen, sannsynligvis en vegg, noe skyggene rundt objektet indikerer. Mellom de slyngende tauformene som danner sirkler og løkker i øvre og nedre del, og noe som kan minne om taukveiler i midtdelen, finner vi flatere felt, satt sammen av tynnere taulignende former.

Slyngene, løkkene og de taulignende formene som fyller hele objektet, gjør at man umiddelbart kan oppleve verket som et tekstilt arbeid. Men går man litt nærmere inn på bildet, viser sprekker i overflaten i mellomrommene mellom de større og mindre sirklene, at objektet er formet i leire. På nært hold skiller også sirklene seg klart fra tauformene, og det keramiske materialet blir tydelig. Vi ser at inntrykket av tvunne tau er dannet av mange, mange små biter som er lagt tett i tett etter hverandre. Også sirklene og de flate områdene mellom de ulike formene er dannet med små biter inntil hverandre. Overflaten har stor variasjon av flate og romlige, avrundete former, men det tørre, sprukne materialet og de bitesmå bitene av leire tilsier at overflaten ville føles ru, knudrete og kanskje litt skarp hvis man fikk ta på det.

Verket er typisk for kunstneren, som selv har uttalt at hun skaper sine komposisjoner ved å sette en tommelbit leire inntil en annen gjentatte ganger, slik at punktene blir til en linje som vokser og blir til tredimensjonale objekter. Verket ble første gang vist på Nasjonalmuseet, under Norske kunsthåndverkeres årsutstilling 2023.

Innhold

Innledning	7
Kapittel 1	
Samlede inntekter i musikkbransjen	8
Kapittel 2	
Samlede inntekter i Norge	14
2.1 Innspilt musikk i Norge	17
2.2 Den mest spilte musikken i Norge	20
2.3 Konsertinntekter i Norge	22
2.4 Geografisk fordeling av konserter	27
2.5 Opphavsrettsinntekter i Norge	31
Kapittel 3	
Samlede inntekter fra utlandet	34
3.1 Musikk eksport – ulike perspektiver	36
3.2 Artistene står for kun en liten andel av inntektene	37
3.3 Trenger et apparat der publikummet er	38
3.4 Mangler kapasitet og kapital i Norge	38
3.5 Påvirket av eksisterende samarbeid	40
3.6 Balanse mellom kapasitet og prioritet	41
3.7 Spotify-generasjonen	42
3.8 Tre kategorier norske artister	43
Kapittel 4	
Metode	46
4.1 En overordnet modell som er gjentagbar og robust	46
4.2 Analyseramme	47
4.3 Referansegruppe	48
4.4 Intervjuer med bransjeaktører	48
4.5 Verdikjeden og pengestrømmen i musikkbransjen	49
4.6 Sentrale begreper	50
4.7 Beskrivelse av variablene	51

Innledning

Musikk i tall 2023 presenterer kunnskap om inntekter i musikkbransjen i Norge siden 2012. Hensikten er å belyse hva som kjennetegner inntektene, og hvordan ulike inntektskilder utvikler seg over tid. Med «inntekt» menes den omsetningen som skapes i det norske markedet eller tilfaller norske rettighetshavere. Gjennom *Musikk i tall* måler vi forbrukeres (privatpersoner, bedrifter og det offentlige) vilje til å betale for musikk i Norge, og inntektene norske aktører har fra virksomhet i utlandet. Inntektstallene inkluderer ikke tilskuddsmidler, sponsormidler eller andre midler som ikke kommer fra forbrukere av musikken. Inntektstallene ligger på denne måten tettest mulig opp til kjøp av og lytting til musikk, med tilhørende rettigheter. Vi gjør dette ved å beregne de samlede inntektene basert på omsetningsstatistikk langs tre spor: opphavsrettslige inntekter, salgsinntekter og inntekter fra fremføring. Hver inntektstype kan også ha eksportinntekter. Datagrunnlaget og metodene vi har brukt i denne rapporten, er omtalt i kapittel 4.

Tallene i denne rapporten er basert på bransjens egne tall og intervjuer med bransjeaktører, i tillegg til ytterligere tall og informasjon som vi selv har samlet inn. Med bakgrunn i dette datagrunnlaget har vi foretatt beregninger for å beskrive de samlede inntektene. Gjennom arbeidet siden 2012 har vi stadig fått ny informasjon og nytt datagrunnlag, som gjør at vi kan beregne inntektstallene mer presist. Når vi oppdaterer modellen, justerer vi også tallene tilbake i tid, slik at tallene innenfor de ulike kunstbransjene skal være sammenlignbare over tid. Tallene i denne rapporten kan derfor avvike noe fra fjorårets rapport. Alle inntektstall er videre justert etter endringer i konsumprisindeksen og kan leses som 2023-kroner.

I årets utgave av *Musikk i tall* har vi hatt et kvalitativt fokus på eksport av norsk musikk. Vi har intervjuet en rekke sentrale aktører fra den norske musikkbransjen for å bedre forstå hva som ligger bak eksporttallene, hvordan bransjen jobber med å eksportere musikk til utlandet, og hvorfor noen av de største norske artistene velger å flytte hele eller deler av apparatet sitt ut av Norge. Dette beskriver vi i kapittel 3, i kontekst av bransjens inntekter fra utlandet.

Samlede inntekter i musikkbransjen

De samlede inntektene i den norske musikkbransjen i 2023 er beregnet til 6,5 milliarder kroner, jamfør figur 1.1. Dette inkluderer inntekter fra fysisk salg av musikk (CD, vinyl, kassetter), strømming og nedlasting av musikk,¹ konsertbilletter og utbetalte opphavsrettslige honorarer. Inntektene omfatter hele det nasjonale markedet i Norge, men også de inntektene som tilfaller norske aktører fra utlandet.² Med *musikkbransjen i Norge* menes de sentrale aktørene som enten skaper, utøver, produserer eller distribuerer musikk i Norge, og som selger og tjener penger på sin virksomhet. Alle musikkjangre inngår her med unntak av opera og musikkteater.

Musikkbransjen opplevde i 2023 et inntektsfall sammenlignet med 2022. De samlede inntektene har gått ned 10 prosent, justert for inflasjon. Dette representerer den største nedgangen fra ett år til et annet siden kartleggingen begynte i 2012, med unntak av det første pandemiåret, 2020. Frem til og med 2019 hadde bransjen en årlig prosentvis vekst på rundt 5 prosent, for så å falle med 35 prosent i 2020 og ytterligere 4 prosent i 2021. Bransjen gjorde derimot et stort «comeback» i 2022. Inntektene gikk opp 89 prosent fra året før og var 18 prosent høyere enn i 2019 (før pandemien). Med samlede inntekter på nesten 7,2 milliarder kroner hadde musikkbransjen i 2022 de høyeste inntektene vi har målt. At inntektene har gått ned igjen i 2023, vil derfor være forventet av flere, og ikke nødvendigvis en indikasjon på den fremtidige utviklingen. I tillegg til at det sammenlignes med et historisk høydepunkt, har 2023 også vært preget av utfordringer for privatøkonomien, som kan ha gjort seg gjeldende i forbruket som tilfaller musikkbransjen.

Den største endringen i musikkbransjens samlede inntekter fra 2022 til 2023 er en 19 prosent nedgang i inntektene fra konserter i Norge. Denne nedgangen kommer etter en oppgang på 300 prosent fra det siste

1 Fysisk salg av musikk og strømming/nedlasting av musikk utgjør kategorien «innspilt musikk» i figur 1.1.

2 Inntekter fra utlandet (eksportinntekter) inkluderer både innspilt musikk, konsertinntekter og rettighetsinntekter for norske aktører i utlandet. Se kapittel 4 for nærmere beskrivelse.

pandemiåret 2021 til gjenåpningen av samfunnet i 2022. Konsertinntektene var også da utslagsgivende for endringene i de samlede inntektene, ettersom konserter utgjør den største andelen av de totale inntektene i bransjen. I fjorårets rapport omtalte vi et livemarked som var preget av både aktører og publikum som hadde et stort ønske om å komme tilbake etter to år innendørs. Dette resulterte i historisk mange festivaler og konserter, så vel som teateroppsetninger og andre publikumsforestillinger. Flere av disse arrangementene kom ikke tilbake i 2023, og etterspørselen etter livemusikk ser ut til å ha gått tilbake til et mer normalt nivå. Inntektene fra konserter i Norge i 2023 er på omtrent det samme nivået som det var i 2019, justert for inflasjon.

Samtidig som det har vært en nedgang i konsertinntektene i Norge, har det vært en oppgang i inntektene fra konserter som norske artister gjennomfører i utlandet. Disse inntektene har gått opp 16 prosent, fra omkring 220 til 260 millioner kroner. Inntektene her er imidlertid begrenset til honorarene som tilfaller de norske aktørene, og ikke de samlede billettinntektene, slik vi beregner inntektene fra konserter i Norge. De fleste artistene som gjennomfører konserter i utlandet, mottar kun små honorarer, og er helt eller delvis avhengig av offentlig støtte for å dekke egne utgifter. Inntektene til et fåtall store artister utgjør derfor nesten hele denne summen.

2021 var et rekordår for inntekter fra innspilt musikk i Norge, med en økning på 13 prosent fra 2020, til nesten 1,4 milliarder kroner. Både i 2022 og 2023 har disse inntektene falt med omkring 1 prosent fra foregående år, til i overkant av 1,3 milliarder i 2023. Begge årene har derimot sett en større tilstedeværelse av norske artister og norske tekster på topplistene over strømmet musikk. Inntektene fra innspilt musikk i utlandet har holdt seg jevnt med tidligere år, med en liten oppgang på 4 prosent fra 2022.

Vederlagsinntektene for norsk musikk har ligget på mer eller mindre samme nivå siden 2012, men har hatt en positiv vekst de siste tre årene og er nå på sitt høyeste nivå i perioden vi har målt. Inntektene herfra var på i overkant av 1,3 milliarder kroner i 2023, når vi regner med inntektene fra både Norge og utlandet. Dette tilsvarer en oppgang på 6 prosent fra 2022. Vederlagsinntektene fra Norge utgjør over 90 prosent, men det er inntektene fra utlandet som har hatt den største endringen i 2023: en økning på 13 prosent fra året før. Disse inntektene har imidlertid vært svært ustabile, og opplevde blant annet en opptur på 20 prosent i 2020 før de gikk ned igjen med 19 prosent i 2021.

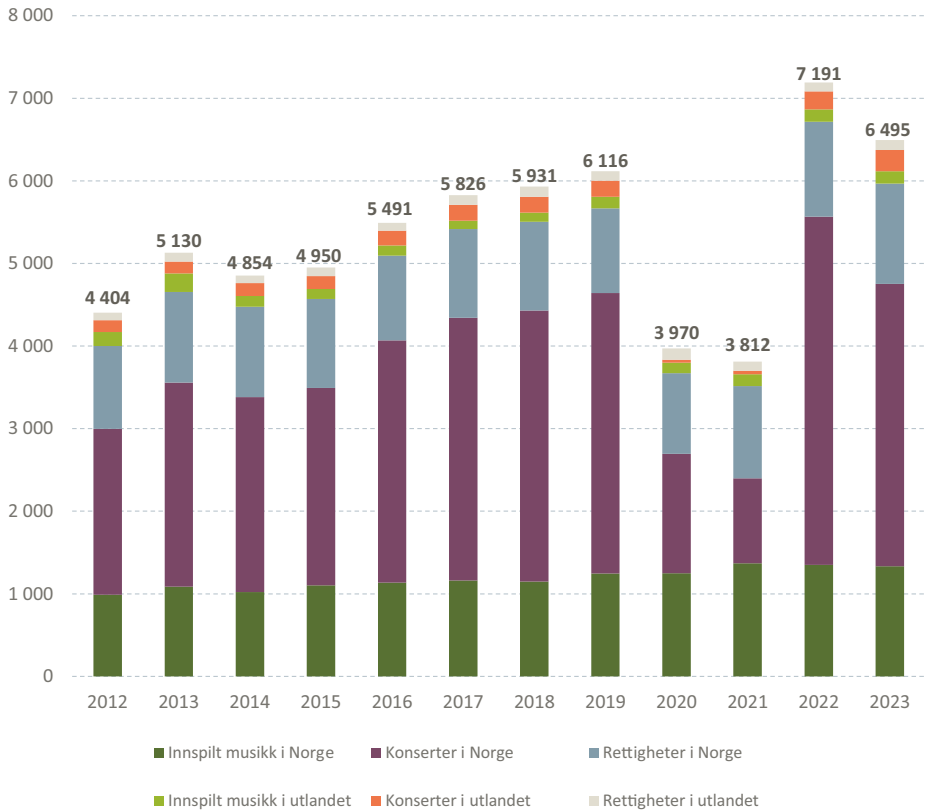
Den overordna trenden er at ting reduseres. Alle venter på en storm man ikke vet hva er. Alle har det fokuset, å gjøre grep. Det er ikke dårlige tider, men man prøver å ruste seg for framtiden.

Bjørn Reinfjell, Warner Music

Det er ingen store endringer i fordelingen av musikkbransjens samlede inntekter i løpet av tidsserien, jamfør figur 1.2. Inntektene fra Norge utgjør 92 prosent av de samlede inntektene. Konserter i Norge er den klart største inntektsposten, og står for 53 prosent av de samlede inntektene. Dette er noe høyere enn hva det var i perioden 2012 til 2015, men på nivå med årene etter og litt lavere enn hva det var i perioden 2017 til 2019. De to pandemiårene representerer imidlertid et betydelig brudd i serien, hvor konsertinntektene var betydelig lavere. I 2022 var de til gjengjeld unormalt høye.

Det er to inntektsposter som har falt seg i forhold til resten i løpet av årene vi har målt inntektene i den norske musikkbransjen. Dette er rettighetsinntekter i Norge for inntekter fra innspilt musikk i utlandet. Dette fallet kom imidlertid i begge tilfeller i årene 2015 og 2016, som er sammenfallende med veksten i konsertinntekter.

Samlede inntekter i musikkbransjen



	2012 MNOK	2013 MNOK	2014 MNOK	2015 MNOK	2016 MNOK	2017 MNOK	2018 MNOK	2019 MNOK	2020 MNOK	2021 MNOK	2022 MNOK	2023 MNOK
Innspilt musikk i Norge	989	1 085	1 021	1 102	1 136	1 162	1 150	1 246	1 251	1 370	1 351	1 334
Konserter i Norge	2 008	2 473	2 362	2 390	2 933	3 182	3 282	3 394	1 443	1 027	4 216	3 418
Rettigheter i Norge	1 005	1 097	1 093	1 080	1 026	1 073	1 073	1 025	979	1 120	1 150	1 214
Innspilt musikk i utlandet	167	226	131	121	124	101	112	142	125	141	147	152
Konserter i utlandet	146	143	157	154	177	192	190	195	35	43	221	258
Rettigheter i utlandet	90	107	90	104	95	117	124	114	137	111	106	120
Samlede inntekter	4 404	5 130	4 854	4 950	5 491	5 826	5 931	6 116	3 970	3 812	7 191	6 495

Samlede inntekter
2023

6 495
MNOK

Endring siste år
2022–2023

-10 %

Årlig prosentvis endring
2012–2023

+4 %

Før og etter pandemien
2023 ift. 2019

+6 %

➤ **Figur 1.1** Musikkbransjens samlede inntekter i Norge og fra utlandet, 2012–2023

Kilder: IFPI, TONO, NCB, NORWACO, Gramo, NTO, Kopinor, Music Norway, DKS og Proff.no
Note: Alle tall er omregnet til 2023-kroner.

Inntekter i Norge

5 966 MNOK

92 prosent

Innspilt musikk

1 335 MNOK

21 prosent

Konsertter

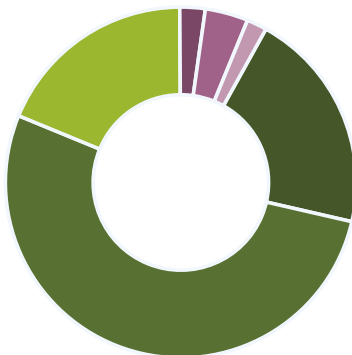
3 418 MNOK

53 prosent

Rettigheter

1 214 MNOK

19 prosent

**Inntekter i utlandet**

530 MNOK

8 prosent

Innspilt musikk

152 MNOK

2 prosent

Konsertter

258 MNOK

4 prosent

Rettigheter

120 MNOK

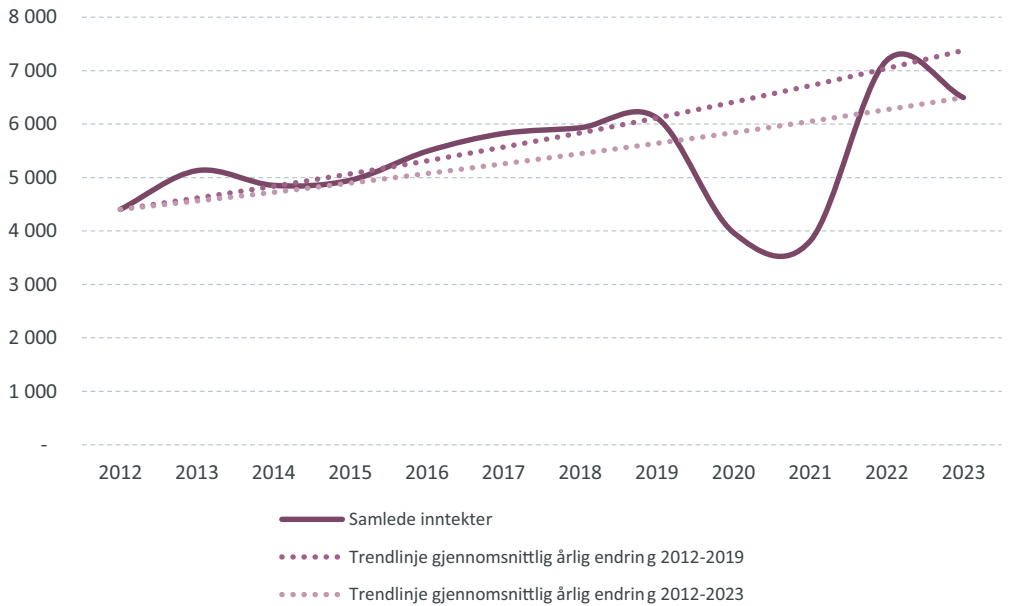
2 prosent

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK
Innspilt musikk i Norge	22 %	21 %	21 %	22 %	21 %	20 %	19 %	20 %	32 %	36 %	19 %	21 %
Konsertter i Norge	46 %	48 %	49 %	48 %	53 %	55 %	55 %	56 %	36 %	27 %	59 %	53 %
Rettigheter i Norge	23 %	21 %	23 %	22 %	19 %	18 %	18 %	17 %	25 %	29 %	16 %	19 %
Innspilt musikk i utlandet	4 %	4 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	3 %	4 %	2 %	2 %
Konsertter i utlandet	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	1 %	1 %	3 %	4 %
Rettigheter i utlandet	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	3 %	3 %	1 %	2 %

▾ **Figur 1.2** Fordeling av musikkbransjens samlede inntekter i Norge og fra utlandet, 2012–2023 (i MNOK)

De siste to årene har vi i denne rapportserien sett på hva den forventede inntektsutviklingen i musikkbransjen ville ha vært dersom covid-19-pandemien ikke hadde inntruffet. Fra 2012 til 2019 var det en gjennomsnittlig årlig vekst på omkring 5 prosent før inntektene falt med 35 prosent i 2020 og ytterligere 4 prosent i 2021. Hvis den samme veksten til og med 2019 hadde vart frem til 2023, kunne vi forventet at de samlede inntektene i musikkbransjen hadde vært på omkring 7 milliarder kroner i 2022 og 7,4 milliarder i 2023, jamfør figur 1.3. De faktiske inntektene var 150 millioner høyere i 2022, som indikerte at bransjen har klart å komme seg tilbake til normalen. I 2023 var de faktiske inntektene derimot nesten 900 millioner kroner lavere enn trendlinjen fra før pandemien. Den gjennomsnittlige årlige endringen fra 2012 til 2023 ligger noe lavere enn tidligere, på 4 prosent, men det er vanskelig å si noe om hvilken utvikling vi kan forvente de neste årene. To år med nedstenging etterfulgt av økte levekostnader og usikre økonomiske utsikter ser ut til å ha påvirket sosiale mønstre og

forbruksvaner i befolkningen, som igjen kan påvirke hvilke kulturelle aktiviteter vi bruker penger på. Samtidig er det fortsatt stor etterspørsel etter musikk i Norge, og en rekke suksesser i 2024 kan gjøre utslag i videre målinger.



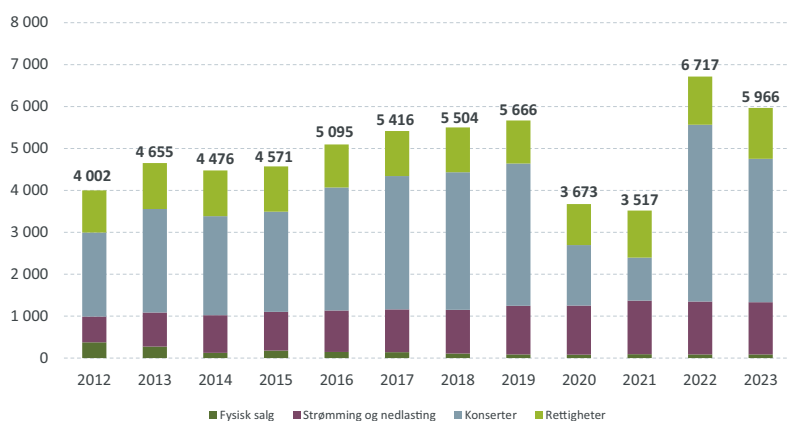
➤ **Figur 1.3** Trend: Musikkbransjens samlede inntekter i Norge og fra utlandet, 2012–2023 (i MNOK)

Kilder: IFPI, TONO, NCB, NORWACO, Gramo, NTO, Kopinor, Music Norway, DKS og Proff.no
 Note: Alle tall er omregnet til 2023-kroner.

Kapittel 2

Samlede inntekter i Norge

De samlede inntektene i Norge er beregnet til i underkant av 6 milliarder kroner i 2023, jamfør figur 2.1. Sammenlignet med 2022 innebærer dette en nedgang på 11 prosent. Sammenlignet med 2019, før pandemien, har inntektene likevel økt med 5 prosent, og det er kun i 2022 at bransjen har hatt høyere inntekter i Norge.



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK	MNOK
Fysisk salg	378	272	124	181	146	142	108	89	82	90	89	87
Strømming og nedlasting	611	813	897	921	989	1 020	1 042	1 157	1 169	1 280	1 262	1 247
Konsserter	2 008	2 473	2 362	2 390	2 933	3 182	3 282	3 394	1 443	1 027	4 216	3 418
Rettigheter	1 005	1 097	1 093	1 080	1 026	1 073	1 073	1 025	979	1 120	1 150	1 214
Samlede inntekter i Norge	4 002	4 655	4 476	4 571	5 095	5 416	5 504	5 666	3 673	3 517	6 717	5 966

Inntekter i Norge
2023

5 966
MNOK

Endring siste år
2022–2023

-11 %

Årlig prosentvis endring
2012–2023

+4 %

Før og etter pandemien
2023 ift. 2019

+5 %

↳ **Figur 2.1** Musikkbransjens samlede inntekter i Norge, 2012–2023 (i MNOK)

Kilder: IFPI, TONO, NCB, NORWACO, Gramo, NTO, Kopinor, Music Norway, DKS og Proff.no
Note: Alle tall er omregnet til 2023-kroner.

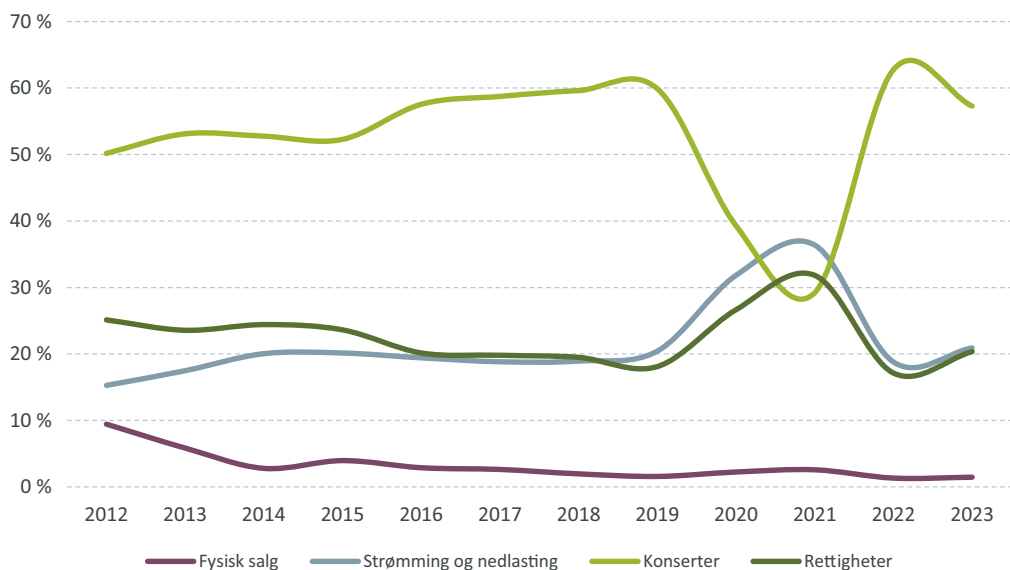
De tunge trendene i den norske musikkbransjen har vært en jevn og sterk vekst i inntektene fra strømming og konserter, mens inntektene fra fysisk salg av musikk har blitt stadig mindre og inntektene fra rettigheter har holdt seg relativt jevne. Både strømme- og konsertinntektene doblet seg i løpet av de ti årene fra 2012 til 2022.

I 2023 har inntektene fra både strømming og konserter gått ned. Inntektene fra strømming og nedlasting av musikk falt med 1 prosent både i 2022 og 2023, og lå i 2023 på 1,25 milliarder kroner. Inntektene fra konserter falt med hele 19 prosent fra 2022 til 2023, og lå i 2023 på 3,4 milliarder kroner. Sistnevnte utgjør det meste av endringene i de samlede inntektene fra 2022 til 2023.

Inntektene fra fysisk salg er i 2023 beregnet til 87 millioner kroner. Dette er en nedgang på 2 prosent fra 2022, men utgjør kun 23 prosent av det inntektene var i 2012, og trolig en enda mindre andel av det de var tidligere. Fysisk salg av musikk ser derimot ut til å ha stabilisert seg siden 2019, med lite endring fra år til år. Salg av CD-er og LP-er er fremdeles å se på konserter og i de få platebutikkene som er igjen.

Inntektene fra musikkrettigheter fortsetter den positive trenden de har hatt de siste årene, med hele 14 prosent vekst i 2021, etterfulgt av 3 prosent vekst i 2022 og 6 prosent i 2023. Rettighetsinntektene utgjorde 1,2 milliarder i 2023, de høyeste som er målt i vår tidsserie. Det er særlig rettighetsinntektene fra strømming som har utgjort denne veksten, til tross for at plateselskapenes inntekter fra strømming har gått noe ned. Dette tyder på at norske rettighetshavere har en relativt bedre utvikling enn utenlandske i det norske digitale lyttermarkedet.

Fordelingen av inntektene i Norge viser at konsertinntekter har gått fra å utgjøre 50 prosent i 2012 til 63 prosent i 2022, før de i 2023 falt ned til 57 prosent, jamfør figur 2.2. Det er veksten i konsertinntekter som særlig har definert den overordnede veksten i inntektene fra musikk i Norge, noe som reflekteres i en stadig større andel av de totale inntektene i Norge.



	2012 MNOK	2013 MNOK	2014 MNOK	2015 MNOK	2016 MNOK	2017 MNOK	2018 MNOK	2019 MNOK	2020 MNOK	2021 MNOK	2022 MNOK	2023 MNOK
Fysisk salg	9 %	6 %	3 %	4 %	3 %	3 %	2 %	2 %	2 %	3 %	1 %	1 %
Strømming og nedlasting	15 %	17 %	20 %	20 %	19 %	19 %	19 %	20 %	32 %	36 %	19 %	21 %
Konserter	50 %	53 %	53 %	52 %	58 %	59 %	60 %	60 %	39 %	29 %	63 %	57 %
Rettigheter	25 %	24 %	24 %	24 %	20 %	20 %	19 %	18 %	27 %	32 %	17 %	20 %

➤ **Figur 2.2** Fordeling av musikkbransjens samlede inntekter i Norge, 2012–2023 (i prosent)

Kilder: IFPI, TONO, NCB, NORWACO, Gramo, NTO, Kopinor, Music Norway, DKS og Proff.no

Strømming og nedlasting har i samme periode gått fra 15 til 21 prosent, med et høydepunkt på 36 prosent i 2021, mens andelen som kommer fra fysisk salg av musikk har gått fra 9 prosent i 2012 til kun 1 prosent i 2023. Lagt sammen har strømming, nedlasting og fysisk salg av musikk ligget jevnt mellom 20 og 24 prosent av de samlede inntektene i Norge, hvor de høyeste andelenene ligger tidligst i tidsserien.

Andelen av inntektene som har kommet fra rettigheter, har vært ganske stabil siden 2012 og utviklet seg i takt med inntektene fra strømming og nedlasting av musikk. En vesentlig andel av disse inntektene kommer fra den samme strømmingen og nedlastingen, men det at de to innteksstrømmene ligger omtrent likt i kroner og øre, er litt tilfeldig.

Redusert konsertvirksomhet i løpet av pandemien gjorde at fordelingen i 2020 og 2021 var tilnærmet tredelt mellom strømming og nedlasting,

konserter og rettigheter. Det er verdt å merke seg at til tross for svært begrensede muligheter til å gjennomføre konserter, var inntektene herfra likevel på størrelse med inntektene fra både innspilt musikk og opphavsrettigheter.

2.1 Innspilt musikk i Norge

Inntekter fra innspilt musikk i Norge lå i 2023 på i overkant av 1,3 milliarder kroner. Det tilsvarer en liten nedgang på 1 prosent sammenlignet med året før, jamfør figur 2.3. Dette kommer etter en stor oppgang i 2021 på 10 prosent og en nedgang på 1 prosent i 2022. I løpet av perioden 2012 til 2023 har det vært en gjennomsnittlig årlig vekst i inntekter fra innspilt musikk på 3 prosent, men med variasjoner opp og ned. Inntektene herfra har ikke vært påvirket av pandemien i noen betydelig grad, annet enn at de høye inntektene i 2021 potensielt kan tilskrives at folk brukte mer tid inne og for seg selv. Årets nivå er i tråd med en forventet utvikling.

Inntekter fra innspilt musikk i Norge er de inntektene som tilfaller distribusjonsleddet, som regel plateselskapene, gjennom salg av enkeltartikler eller avtaler med strømmetjenester. Når det gjelder strømming av musikk, innebærer dette at inntektene i all hovedsak sier noe om hva personer i Norge betaler for strømmetjenester i Norge, og hvor mye de lytter samlet sett. Hvilke artister folk velger å lytte på, påvirker bare fordelingen av disse inntektene mellom plateselskapene.

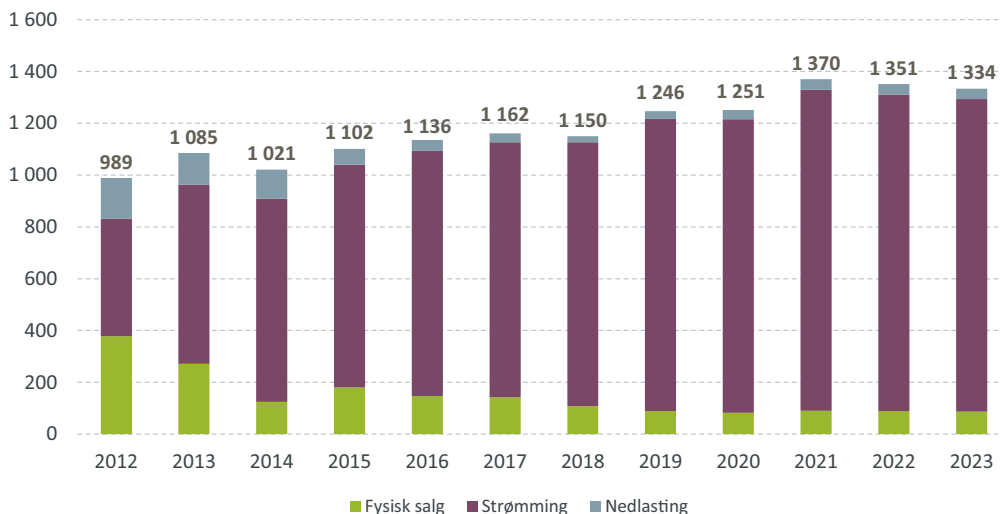
Strømming av musikk utgjør 90 prosent av inntektene fra innspilt musikk i Norge, i overkant av 1,2 milliarder kroner. Til sammenligning utgjorde strømming kun 46 prosent av inntektene i 2012, med 450 millioner kroner. Mellom 2012 og 2016 mer enn doblet strømmeinntektene seg, men har stagnert noe siden da. Dette har vært i takt med nedgangen i inntekter fra fysisk salg av musikk, hvor den ene inntekten har tatt over for den andre. Siden 2016 har det vært jevn vekst frem til et midlertidig toppunkt i 2021, etter en oppgang på 9 prosent fra 2020 til 1,24 milliarder kroner. Deretter gikk inntektene ned 1 prosent i 2022 og ytterligere 1 prosent i 2023.

I 2022 strømmet over 90 prosent i Norge musikk jevnlig, og 60 prosent betalte for et strømmeabonnement.³ Digitaliseringen av lytting har også skapt ringvirkninger utover hvor inntektene kommer fra. Strømming tilbyr et nytt analyse- og beslutningsgrunnlag, ifølge bransjeaktører Rambøll har intervjuet. Både for plateselskaper, arrangører og agenter styrer dataene fra

3 Riske, N. (2022). *Digital Music in the Nordics*. Polaris Nordic.
https://www.teosto.fi/app/uploads/2022/06/01150800/digital-music-in-the-nordics-2022_report.pdf

strømmetjenestene viktige beslutninger. De gir innsikt i hvor publikum befinner seg, hvem de er, og hva de ellers hører på. Arrangører kan være mer bevisst på hvem de booker, og plateselskaper kan vurdere artister på porteføljnivå. Digitale musikkplattformer skaper også grobunn for å gå «viral». Med riktige data kan man mobilisere for å kapitalisere på slike trender raskere enn tidligere.

Selv om strømming har tatt over for plater, utgjør salg av fysisk musikk fremdeles nesten 90 millioner kroner i 2023. Etter at inntektene falt betydelig fra 2012, har de funnet et relativt stabilt nivå siden 2019. Enkelte platebutikker holder det gående, og artister selger både CD-er og LP-er sammen med merch på konsertene sine.



	2012 MNOK	2013 MNOK	2014 MNOK	2015 MNOK	2016 MNOK	2017 MNOK	2018 MNOK	2019 MNOK	2020 MNOK	2021 MNOK	2022 MNOK	2023 MNOK
Fysisk salg i Norge	378	272	124	181	146	142	108	89	82	90	89	87
Strømming i Norge	454	692	785	860	947	985	1 019	1 128	1 134	1 239	1 221	1 207
Nedlasting i Norge	157	122	112	61	43	35	23	29	35	41	41	40
Samlede inntekter fra innspilt musikk	989	1 085	1 021	1 102	1 136	1 162	1 150	1 246	1 251	1 370	1 351	1 334

Samlede inntekter fra innspilt musikk i Norge 2023

1 334
MNOK

Endring siste år 2022–2023

-1 %

Årlig prosentvis endring 2012–2023

+3 %

Årlig prosentvis endring strømming 2012–2023

+9 %

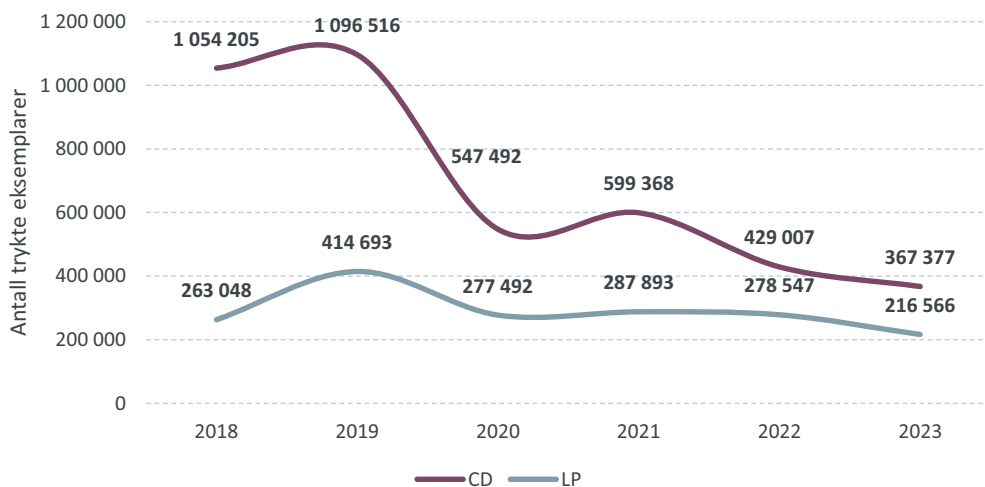
↳ **Figur 2.3** Musikkbransjens samlede inntekter fra innspilt musikk i Norge, 2012–2023 (i MNOK)

Kilder: IFPI, NCB og Proff.no

Note: Alle tall er omregnet til 2023-kroner.

Tall fra Nordic Copyright Bureau, som blant annet forvalter rettigheter for platesalg i Norge, viser at antallet trykte plater har gått ned, fra 1,5 millioner i 2019 til under 600 000 i 2023, jamfør figur 2.4. CD-er hadde en stor nedgang fra 2019 til 2020. LP-er/vinyl har derimot holdt seg mer stabilt i samme periode, på mellom 260 000 og 290 000 trykte plater, med unntak av et toppunkt i 2019 da det var over 400 000 trykte LP-er. Det reelle antallet trykte plater er imidlertid høyere enn det som rapporteres inn til NCB, særlig for mindre artister.

Inntekter fra nedlasting av musikk er beregnet til 40 millioner kroner i 2023, 1 prosent lavere enn i 2022. Her var det en jevn nedgang fra 157 millioner kroner i 2012 til kun 23 millioner kroner i 2018. Denne nedgangen sammenfaller med konkurransen om lyttermarkedet mellom Spotify (strømming) og iTunes (nedlasting). Siden da har inntektene tatt seg noe opp, og markedet for nedlasting av musikk fremstår nå som mer stabilt enn tidligere.



▾ **Figur 2.4** Antall trykte plater, som innrapportert til NCB, 2018–2023
Kilde: NCB

2.2 Den mest spilte musikken i Norge

Spotifyfs oversikt over den mest spilte musikken i Norge gir et godt bilde av nordmenns strømmevaner. Både 2022 og 2023 var preget av en historisk stor tilstedeværelse av norske artister, sanger og album på de norske topplistene. 7 av de 10 mest spilte sangene i 2023 var av norske artister, med Emma Steinbakkens «Floden» helt på topp. 5 av de 10 mest spilte artistene var norske, selv om Taylor Swift og The Weeknd var de to mest spilte. 4 av de 10 mest spilte albumene var norske, med Undergrunns *Egoland* som det mest spilte.

Vi har tidligere brukt data fra plateselskapene, gjennom IFPI, til å si noe om andelen norsk og internasjonal musikk som selges, strømmes og lastes ned. De har dessverre ikke publisert disse dataene siden 2020, men fra tidligere år vet vi at andelen norsk musikk har ligget opp mot 20 prosent. I forbindelse med tidligere målinger har vi snakket med ulike bransjeaktører om etterspørselen etter norsk musikk. De fleste opplevde at norsk musikk, og særlig musikk fremført på norsk, har blitt stadig mer populært i Norge. Det er vanskelig å finne konkrete tall som kan bekrefte denne observasjonen, men Spotifyfs topplister gir oss en viss bekreftelse. Ikke bare er norske artister bedre representert enn tidligere, men de fleste norske sangene er norskspråklige. Samtidig bekrefter de samme aktørene at det fremdeles er utenlandske artister og musikk på engelsk som dominerer lyttemanene våre.

» **Tekstboks 2.1** Den mest spilte musikken i Norge 2023 (Spotify)

De mest spilte sangene i Norge i 2023

1. «Floden» – Emma Steinbakken
2. «Flowers» – Miley Cyrus
3. «Haien kommen» – Golfklubb, Kudos
4. «Delilah» – Emma Steinbakken
5. «Michelin Stjerner» – UNDERGRUNN
6. «Turné» – Bausa
7. «Queen og Kings» – Alessandra
8. «Tattoo» – Loreen
9. «Badebussen (feat. Kjartan Lauritzen)» – DJ MØMØ
10. «Daylight» – DJ Kushner

De mest spilte artistene i Norge i 2023

1. Taylor Swift
2. The Weekend
3. Emma Steinbakken
4. UNDERGRUNN
5. Karpe
6. Drake
7. David Guetta
8. Ballinciaga
9. Kanye West
10. ROC Boyz

De mest spilte albumene i Norge i 2023

1. *Egoland* - UNDERGRUNN
2. *Endless Summer Vacation* – Miley Cyrus
3. *SOS* – SZA
4. *HEROES & VILLAINS* – Metro Boomin
5. *Starboy* – The Weeknd
6. *UNDERGRUNN* – UNDERGRUNN
7. *Roc Boyz, Vol. 3* – ROC Boyz
8. *Midnights* – Taylor Swift
9. *Bassen i bagasjen* – Hagle
10. *Divinely Uninspired To A Hellish Extent* – Lewis Capaldi

De siste tre årene har den mest spilte sangen i Norge hatt norsk tekst.

Det har aldri vært så mange norske artister på topp 10

... eller norske album.

2.3 Konsertinntekter i Norge

Konsertvirksomhet utgjør over halvparten av musikkbransjens inntekter i Norge og er de inntektene som har variert mest de siste årene. De totale inntektene fra konserter i Norge er estimert til å utgjøre 3,4 milliarder kroner i 2023, jamfør figur 2.5. Dette tilsvarer en nedgang 19 prosent fra 2022, etter en økning på 310 prosent fra 2021 til 2022. Selv om konsertinntektene er lavere i 2023 enn året før, er de fremdeles høyere enn noe annet tidligere år, om enn kun 1 prosent høyere enn i 2019. Siden 2012 utgjør dette en årlig vekst på 5 prosent. Inntektene fra både innspilt musikk og musikkrettigheter har hatt en gjennomsnittlig årlig vekst på 2 prosent i samme periode.

Inntektstallene fra konsertvirksomhet i 2022 antydde at både bransjen og publikum hadde kommet tilbake for fullt etter pandemien. Inntektene var i tråd med veksten frem til og med 2019, til tross for to år med redusert aktivitet og at de første to månedene i 2022 fremdeles hadde enkelte smitteverntiltak. Livearrangørene Live Nation og Stageway ytret begge bekymring i intervjuer sommeren 2022 for langtidskonsekvensene av halvannet år med mer eller mindre nedstenging. Publikum hadde blitt vant til å være hjemme, og bransjen var ikke klar for umiddelbar aktivitet i mars. Våren 2022 var det en prosess med å få arrangementer i gang igjen og publikum tilbake. Likevel ble sommeren og høsten 2022 «spinnville», ifølge Jørgen Roll ved Oslo Konserthus i et intervju i 2023. Dette reflekteres i inntektstallene, som var de høyeste noensinne.

Det vil derfor overraske flere å se at de samme tallene er betydelig lavere i 2023. De langtidskonsekvensene som Live Nation og Stageway var bekymret for, hadde kanskje satt rot, bare midlertidig overgått av oppsparte midler og et umiddelbart behov for å komme seg ut og oppleve ting igjen. Først når det har gått litt tid, kan vi kanskje se en endring i folks vaner. En ytterligere og potensielt mer nærliggende forklaring er at levekostnadene økte betydelig i 2023, og store deler av befolkningen opplevde dårligere råd. Det gir antageligvis ikke utslag i at folk velger bort en konsert med favorittartisten sin, men at de som tidligere har gått på flere konserter, i større grad velger seg ut de viktigste.

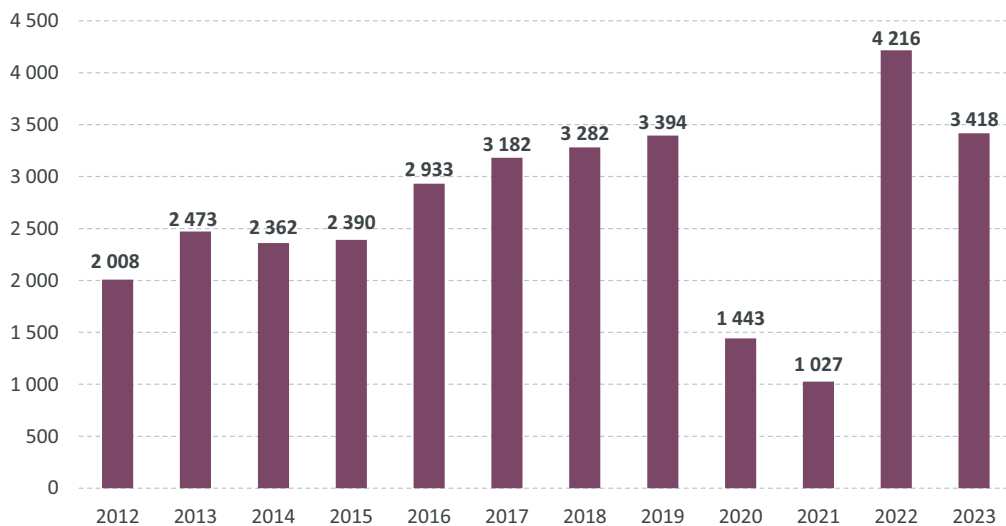
De som gikk på fem festivaler før, har kuttet ned til én. Det gjør noe med landet.

Silje Larsen Borgan, Little Big Sister

Statistisk sentralbyrås kulturbarometer viser at 58 prosent av befolkningen over 9 år gikk på konsert i 2023.⁴ Målingen gjennomføres ikke hvert år, men blant de årene som inngår, er dette det laveste siden 2000 hvis vi ser bort ifra pandemiårene. 2022 inngår ikke i målingen. Ifølge SSB er konserter imidlertid det nest vanligste kulturarrangementet, kun overgått av kino.

Det er sannsynlig at beregningene av billettinntekter ikke fanger opp all konsertaktivitet i Norge, og at de samlede inntektene i realiteten er høyere enn hva som kommer frem av denne rapporten. I tillegg til at vi har hentet inn tall fra ulike konsertarrangører i Norge, er det gjort beregninger ut fra TONOs vederlagstall for livefremføringer av musikk. Konserter som blir holdt, men som ikke rapporteres til TONO eller inngår i det øvrige datagrunnlaget, inngår ikke i våre beregninger. I tillegg inkluderer tallgrunnlaget konserter som er holdt tidligere år, men som er rapportert senere. Tallene kan altså gjenspeile aktivitet fra tidligere år og er ikke avgrenset til å gjelde ett kalenderår. Selv om vi ikke fanger opp absolutt alle inntekter, benytter vi derimot samme fremgangsmåte ved hver måling for å kunne si med sikkerhet hva *endringene* har vært fra år til år.

4 Statistisk sentralbyrå. (2024, 5. mars). *Norsk kulturbarometer*.
<https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/kultur/statistikk/norsk-kulturbarometer>



Samlede konsertinntekter
i Norge
2023

3 418
MNOK

Endring siste år
2022–2023

-19 %

Årlig prosentvis endring
2012–2023

+5 %

Før og etter pandemien
2023 ift. 2019

+1 %

▾ **Figur 2.5** Musikkbransjens samlede inntekter fra konsertvirksomhet i Norge, 2012–2023 (i MNOK)

Kilder: TONO, NTO og Music Norway
Note: Alle tall er omregnet til 2023-kroner.

TONOs vederlagstall for livefremføringer av musikk viser oss omfangs- og inntektsfordelingen på tvers av konsertstørrelser for perioden 2018–2023, jamfør figur 2.6. Størrelseskategoriene er TONOs satser for beregning av konsertvederlag, som deler konsertene inn i *små*, *mellomstore 1*, *mellomstore 2* og *store* konserter basert på omsetning. Satsene er inflasjonsjustert, på lik linje med de øvrige dataene i *Kunst i tall*.

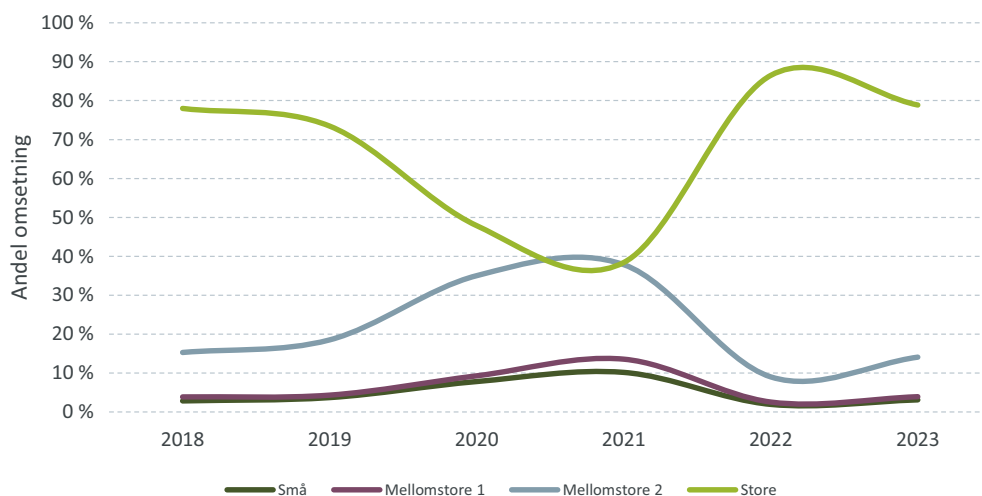
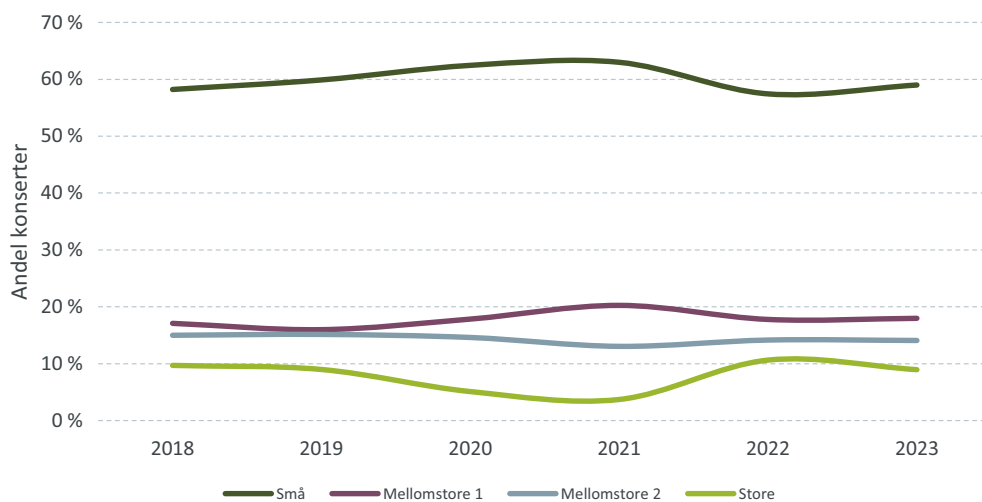
De aller fleste konserter i Norge er relativt små. Siden 2018 har omkring 60 prosent hatt under 20 932 kroner i omsetning. I 2023 lå denne andelen på 59 prosent, mens 18 prosent hadde mellom 20 932 og 62 922 kroner i omsetning, og 14 prosent hadde mellom 62 922 og 209 320 kroner i omsetning. Kun 9 prosent av konserter i Norge hadde mer enn (ca.) 209 000 kroner i omsetning i 2023. Denne fordelingen har holdt seg stabil

de siste seks årene, men med en lavere andel store konserter under pandemien (5 % i 2020 og 4 % i 2021).

Fordelingen av omsetning, derimot, viser at de store konsertene står for de aller største inntektene. I 2023 representerte de 9 prosent største konsertene 79 prosent av den samlede omsetningen. Til sammenligning stod de 59 prosent minste konsertene for kun 3 prosent av omsetningen.

De høye konsertinntektene i 2022 samt nedgangen i 2023 kan forstås bedre ved å se nærmere på endringene i de store konsertene. De store konsertene utgjorde 11 prosent av alle konserter i Norge i 2022 og 86 prosent av omsetningen. Mens det var flere små og mellomstore konserter i 2023 enn året før, var det 7 prosent færre store konserter. Inntektene fra store konserter falt imidlertid med hele 30 prosent, tilsvarende 1 milliard kroner. De 7 prosentene færre store konserter utgjorde under 1 prosent av konsertene i Norge, men bortfallet av disse har medført et inntektsfall i det samlede konsertmarkedet på over 25 prosent. Det viser både hvor utslagsgivende de store konsertene er for musikkbransjens inntekter, og også at det i all hovedsak er de aller største konsertene som har vært den store forskjellen mellom inntektene i musikkbransjen i 2022 og 2023.

Musikk i tall 2023



Størrelseskategorier	Satser
små	mindre enn 20 932
mellomstore 1	mellom 20 932 og 62 922
mellomstore 2	mellom 62 923 og 209 320
store	over 209 321

▼ **Figur 2.6** Fordeling av konsertvirksomhet i Norge på konsertenes størrelse, 2018–2022 (i prosent)

Kilde: TONO

2.4 Geografisk fordeling av konserter

Basert på TONOs vederlagstall for livefremføringer av musikk har vi innsikt i den geografiske fordelingen av konsertarrangementer i Norge, jamfør figur 2.7 og 2.8.⁵ I 2023 ble 22 prosent av konsertene avholdt i Oslo, etterfulgt av 12 prosent i både Vestland og Trøndelag. I den andre enden av skalaen finner vi at 1 prosent av konsertene ble avholdt i Finnmark og 3 prosent i Troms. Den geografiske fordelingen av konserter har holdt seg relativt stabil siden 2020, med kun 1 prosentpoeng bevegelse opp eller ned for hvert fylke fra år til år.

I nedre del av figur 2.7 har vi sammenlignet andelen av konsertene som avholdes i hvert fylke, med andelen av befolkningen som bor der. Her ser vi at fordelingen av konserter ikke nødvendigvis er helt proporsjonal med fordelingen av befolkningen. En faktor på 1,0 betyr at andelen konserter i et fylke er den samme som andelen av befolkningen i det samme fylket. Agder, for eksempel, har 6 prosent av konsertene i Norge og 6 prosent av befolkningen i Norge. En faktor på 0,5 betyr at fylket har halvparten så mange konserter per innbygger som gjennomsnittet for landet, og 2,0 betyr at de har dobbelt så mange.

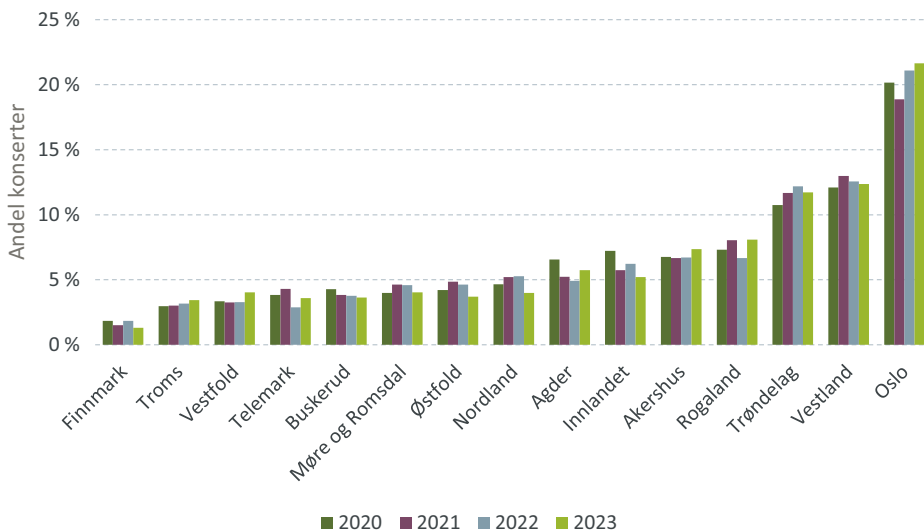
Den høyeste andelen konserter per innbygger er ikke overraskende i Oslo, med en faktor på 1,7. Den laveste andelen er i Akershus med 0,6. Vi kan anta at de to tallene har en sammenheng, da store deler av innbyggerne i Akershus har enkel tilgang til konserter i Oslo. Hvis vi ser dem samlet, er de to fylkene på omtrent samme nivå som landet for øvrig. Også Buskerud og Østfold, hvor avstanden til Oslo er relativt kort, har en lavere andel konserter i forhold til befolkning (hhv. 0,8 og 0,7). Det andre fylket som har en stabilt høy andel konserter er Trøndelag, med en faktor på 1,3.

Fordelingen av enkeltkonserter kan være misvisende dersom man ønsker å si noe om den faktiske tilgangen på konserter. Her skiller det ikke på små konserter med 50 billetter og store stadionkonserter med 10 000. I figur 2.8 kan vi se fordelingen av de betalte vederlagsavgiftene, som er en andel av konsertenes billettinntekter. Vi vil imidlertid bemerke at heller ikke dette gir et helt korrekt bilde, da man ved høyere billettinntekter betaler en lavere prosentsats i avgift. Det innebærer at størrelsen

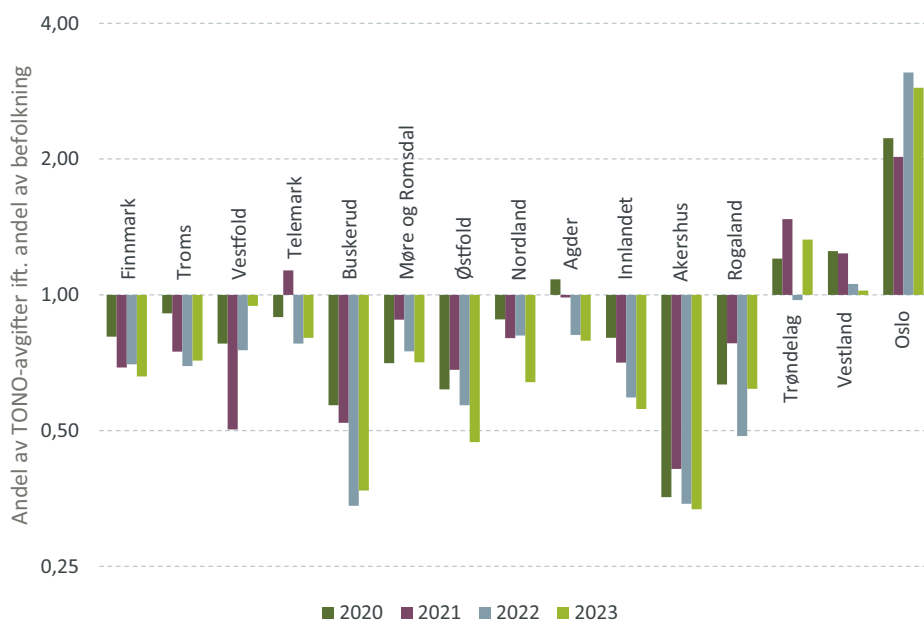
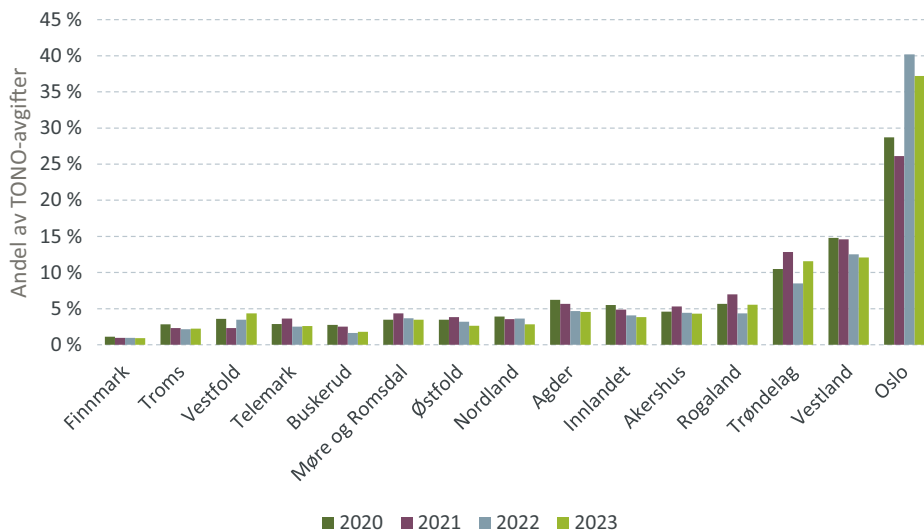
5 En begrensning i dataene er at fordelingen baserer seg på postnumrene i TONOs fakturaer for slike enkelttillatelser. Disse kan referere til et annet sted enn der konserten faktisk er avholdt. Tallgrunnlaget gir derfor ikke mulighet til å generalisere til hele konsertfeltet. Fordelingen baserer seg på i overkant av 16 000 rapporter om konserter som er avholdt i Norge. Noen aktører har faste avtaler med TONO, og for dem har vi ikke denne informasjonen. Vi kan heller ikke si noe om geografisk plassering av fremføringer av musikk som ikke er opphavsrettslig beskyttet, som eldre klassisk musikk.

på konsertene gir mindre utslag i figuren enn det som faktisk er tilfellet, og forskjellene i antall solgte billetter er trolig større.

Vi kan likevel se at Oslo dominerer konsertmarkedet. Konsertene her står for nesten 40 prosent av innbetalte konsertvederlag. Vestland og Trøndelag representerer begge 12 prosent hver. På samme måte som for antall konserter kan vi sammenligne andelen av vederlagssummene med andelen av befolkningen. Oslo står for nesten 3 ganger så stor andel av innbetalte vederlag som andel av befolkningen. Fra det kan vi lese at tilgangen på konserter i Oslo er omkring 3 ganger så høy som gjennomsnittet for hele landet. De tre nærliggende fylkene, Akershus, Buskerud og Østfold, ligger alle på en faktor under 0,5, altså under halvparten av det befolkningen i de fylkene skulle tilsi.



▾ **Figur 2.7** Fylkesvis fordeling av enkelttillatelser (konserter), 2018–2023
Kilde: TONO



➤ **Figur 2.8** Fylkesvis fordeling av summen av avgifter for enkelttillatelser (konserter), 2018–2023

Kilde: TONO

2.5 Opphavsrettsinntekter i Norge

De samlede opphavsrettslige inntektene i den norske musikkbransjen er beregnet til 1,2 milliarder kroner i 2023, jamfør figur 2.9. Inntektene var svært stabile mellom 2012 og 2020, med noe opp- og nedgang fra år til år. På lik linje med inntektene fra innspilt musikk gjorde inntektene fra opphavsrett et hopp i 2021. Til forskjell fra inntektene fra innspilt musikk har inntektene herfra derimot vokst med 3 prosent i 2022 og deretter 6 prosent i 2023.

Opphavsrettsinntekter er inntekter for bruk av opphavsrettslig materiale i Norge som tilfaller rettighetshavere i Norge. Dette er inntekter som i hovedsak samles inn av vederlags- og opphavsrettslige organisasjoner, og som videreføres til opphavspersoner, musikere / utøvende kunstnere, musikkforlag og plateselskaper i Norge.

Kringkasting alltid stått for de største opphavsrettsinntektene, men offentlige fremføringer nærmet seg i 2019. I løpet av pandemien falt derimot opphavsrettsinntektene fra offentlige fremføringer med en tredjedel, mens de fra kringkasting økte med en tredjedel. Det gjorde at kringkasting stod for dobbelt så store inntekter som offentlige fremføringer i 2021. Siden har kringkasting falt med 12 og deretter 5 prosent til 365 millioner kroner i 2023, mens offentlig fremføring økte med 45 og deretter 4 prosent til 307 millioner kroner i 2023.

Den tredje største kategorien, og den med størst vekst siden 2012, er strømming og nedlasting. Inntektene herfra var 300 millioner kroner i 2023. Det kommer etter en oppgang på 27 prosent i 2023. Inntektene herfra er mer enn firedoblet siden 2012, da de lå på 70 millioner kroner. Strømming og nedlasting utgjorde 25 prosent av de samlede opphavsrettslige inntektene i 2023, bare 7 millioner kroner bak offentlig fremføring.

De opphavsrettslige inntektene fra strømming har vokst mer enn publiserings- og distribusjonsinntektene for strømming (se *Inntekter fra innspilt musikk i Norge*). Det har imidlertid vært en mindre stabil vekst, med store svingninger fra år til år. Både veksten og ustabiliteten skyldes at opphavsrettsinntektene kun gjelder norske rettighetshavere, mens publiserings- og distribusjonsinntektene også inkluderer utenlandske verk distribuert i Norge. Forskjellen i utvikling mellom de to tyder på at det har vært en større vekst i strømming av norske artister enn den samlede veksten i strømming i Norge.

Selv om denne kartleggingen har til hensikt å skape et så fullstendig bilde som mulig av inntektene, finnes det opphavsrettslige inntekter som faller utenfor vårt datagrunnlag. Dette gjelder synkroniseringsavtaler (bruk

av musikk i film og TV) gjort direkte mellom brukere og rettighetshavere og «store rettigheter» som gjelder musikkverk som er skapt for å fremføres dramatisk (opera, operetter, musikaler, skuespill o.l.).

▸ **Tekstboks 2.2** Opphavsrett i musikkbransjen

Hva er opphavsrett i musikkbransjen?

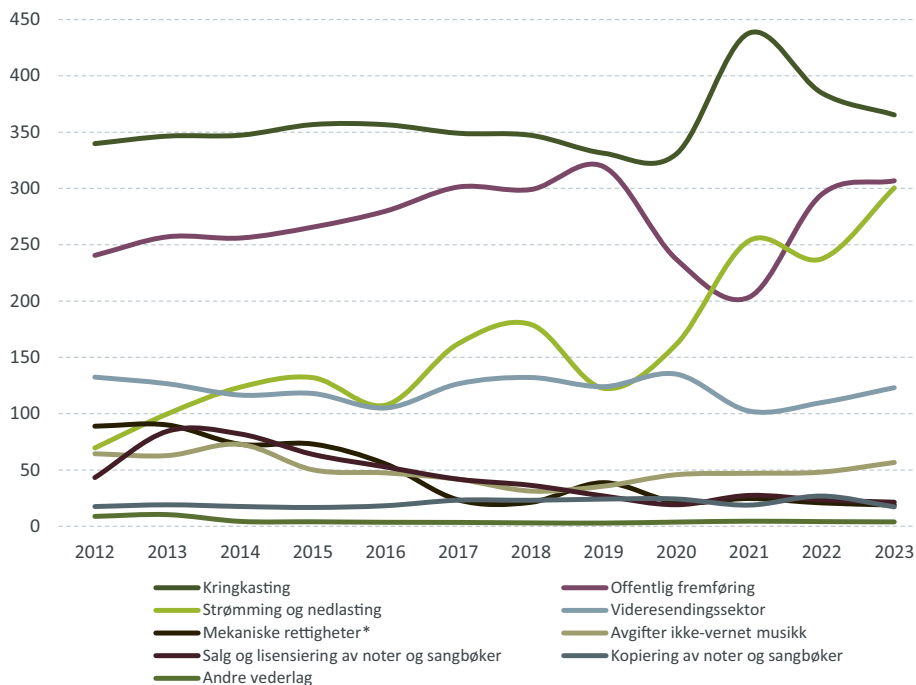
Opphavsretten gir komponister, tekstforfattere, artister, musikere og deres musikkelskaper og -forlag mulighet til økonomisk erstatning. Opphavsrett innebærer en enerett til å fremstille eksemplarer av et verk (mekaniske rettigheter) og en enerett til å gjøre disse tilgjengelig for allmennheten (fremføringsrettigheter). Dersom du besitter opphavsrett, har du krav på kompensasjon dersom verket ditt blir tilgjengeliggjort offentlig, for eksempel via radio, TV eller internett, på konserter eller som bakgrunnsmusikk i ulike varianter, eller hvis musikken blir spilt inn og utgitt.

For komponister og tekstforfattere er opphavsretten beskyttet for det arbeidet de har lagt ned i å skape ny musikk. For musikere og artister innebærer opphavsretten en rett til erstatning for innspilte verk som de har medvirket på, og som fremføres offentlig for eksempel gjennom radio og TV. I likhet med øvrige rettighetshavere har musikkforlag gjennom opphavsretten krav på betaling for bruk av innspilt musikk. Overordnet er det fire rettigheter man råder over som opphavsperson:

1. retten til å reproducere verket ved innspilling av fonogram eller noter
2. retten til å mangfoldiggjøre og videreselge kopier av verket
3. retten til å bearbeide og skape andre versjoner av verket
4. retten til å fremføre verket offentlig

Opphavsrettslige inntekter viser til avgifter som blir betalt inn til rettighetsforvalterne og deretter viderefordelt til opphavsrettshaverne for bruk av opphavsrettslig materiale. Samarbeidet mellom opphavsrettsorganisasjoner verden over gjør at norske opphavsrettspersoner og andre rettighetshavere får den inntekten de har krav på for det arbeidet de har utført med å fremstille verket, utenfor Norges grenser så vel som på hjemmemarkedet.

Samlede inntekter i Norge



	2012 MNOK	2013 MNOK	2014 MNOK	2015 MNOK	2016 MNOK	2017 MNOK	2018 MNOK	2019 MNOK	2020 MNOK	2021 MNOK	2022 MNOK	2023 MNOK
Kringkasting	650	703	727	754	744	812	825	773	729	895	917	1 027
Offentlig fremføring	340	347	347	357	357	349	347	331	331	438	385	365
Strømming og nedlasting	241	257	256	266	280	301	299	319	237	203	295	307
Videresendingssektor	70	100	124	132	108	162	179	123	162	253	237	300
Mekaniske rettigheter*	132	127	116	118	105	127	132	124	135	102	110	123
Avgifter ikke-vernet musikk	89	90	73	73	55	23	21	39	21	25	21	19
Salg og lisensiering av noter og sangbøker	64	63	73	50	47	42	31	36	46	47	48	57
Kopiering av noter og sangbøker	43	84	82	64	53	42	36	27	19	27	23	21
Andre vederlag	18	19	18	17	18	23	23	24	24	19	27	17
Samlede opphavsrettslige inntekter i Norge	1 005	1 097	1 093	1 080	1 026	1 073	1 073	1 025	979	1 120	1 150	1 214

Samlede opphavsrettslige inntekter i Norge 2023

1 214
MNOK

Endring siste år 2022–2023

+6 %

Årlig prosentvis endring 2012–2023

+2 %

Endring siste år strømming og nedlasting 2022–2023

+27 %

↘ **Figur 2.9** Musikkbransjens samlede opphavsrettslige inntekter i Norge, 2012–2023 (i MNOK)

Kilder: TONO, NCB, NORWACO, Gramo og Kopinor

Note: Alle tall er omregnet til 2023-kroner.

* Inntekter fra mekaniske rettigheter oppstår i forbindelse med produksjon og utgivelse av innspillinger på for eksempel CD eller vinyl, men også digitale utgivelser. I 2019 var disse inntektene høyere enn normalt på grunn av restbetaling fra tidligere år. Som for 2017 og 2018 har det ikke lyktes oss å få tilgang til detaljerte tall for mekaniske rettigheter på online-utgivelser, grunnet en omlegging i ansvarsfordelingen for disse rettighetene i 2017.

Samlede inntekter fra utlandet

De samlede inntektene fra utlandet til musikkbransjen i Norge i 2023 er beregnet til 530 millioner kroner, jmf figur 3.1. Dette inkluderer kjøp, strømming og nedlasting av norsk innspilt musikk i utlandet, honorarer til norske artister som spiller konserter i utlandet, og rettighetsinntekter til norske aktører fra utlandet.

Eksportinntekter er i denne sammenhengen inntekter som er generert utenfor Norge, og som tilfaller selskaper/aktører i Norge. Inntektene representerer en kjerne av bransjens virksomhet og favner dermed ikke alle inntekter den norske musikkbransjen står for i utlandet. For eksempel kan «norske» artister, låtskrivere og produsenter ha enkeltavtaler med utenlandske aktører som ikke blir fanget opp i beregningene. Inntekter til norske aktører med selskaper utenfor Norge er heller ikke med.

Konsertinntektene fra utlandet i 2022 var de høyeste vi hadde målt siden 2012. Disse har økt ytterligere i 2023, til 258 millioner kroner. Konsertrelatert eksport er her avgrenset til å omfatte honorar som artister og musikere i Norge får for konsertvirksomhet i utlandet, og som tilfaller selskaper registrert i Norge. På lik linje med konsertinntektene i Norge var inntektene fra utlandet preget av lite konsertvirksomhet i 2020 og 2021.

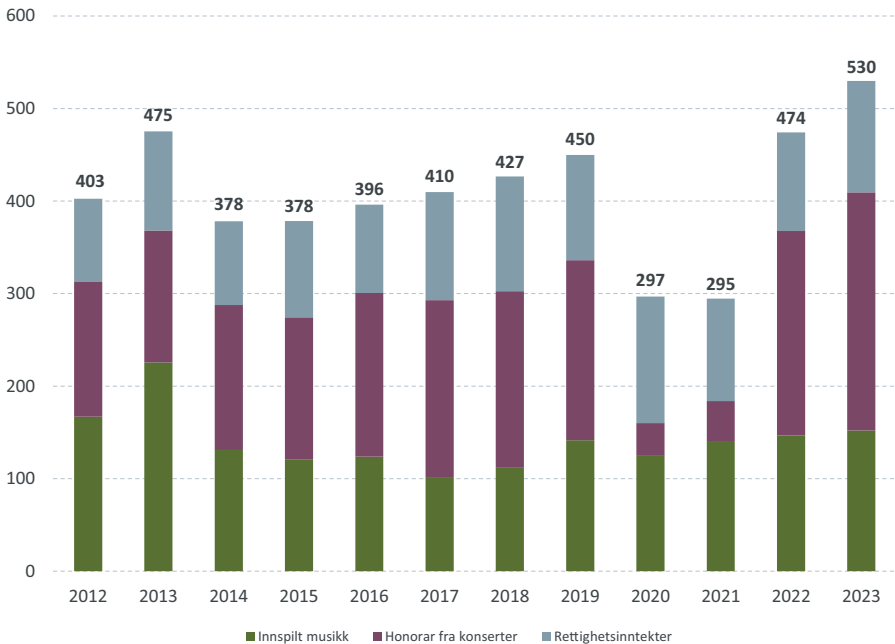
I 2023 var det 1 048 aktører som søkte om reisestøtte fra Music Norway for aktiviteter i utlandet. Av disse var det 503 som fikk innvilget støtte, hvorav 315 har rapportert at de mottok honorarer fra utenlandsoppdragene. Til sammenligning: I 2022 var det 650 som søkte, 494 som fikk innvilget støtte og 282 som rapporterte.

Artistene som mottar støtte for å gjennomføre konserter i utlandet, står imidlertid for en liten andel av de samlede konsertinntektene. Enkelte store artister drar inn uproporsjonalt store summer, blant annet Girl in Red, Alan Walker og Aurora. På et godt år kan de mest etterspurte enkeltartistene ha en større inntekt fra konserter i utlandet enn alle de 500 som har fått støtte gjennom Music Norway, til sammen.

Inntektene fra innspilt musikk fra utlandet i 2023 er beregnet til 152 millioner kroner. Dette er tredje året på rad med vekst; det gikk opp 13 prosent i 2021, 4 prosent fra 2022 og ytterligere 4 prosent i 2023. Siden toppåret 2013,

da inntektene herfra utgjorde 226 millioner kroner, har de svingt fra år til år. På samme måte som for konserter er inntektene svært ujevnt fordelt mellom store og mindre artister. Når én eller flere artister skaper en internasjonalt populær låt, kan det skape store endringer i det samlede inntektsbildet.

Opphavsrettslige inntekter fra utlandet i 2023 er beregnet til 120 millioner kroner, som tilsvarer en økning på 13 prosent fra 2022. Inntektene herfra har også svingt fra år til år, men har en gjennomsnittlig årlig vekst på 3 prosent.



	2012 MNOK	2013 MNOK	2014 MNOK	2015 MNOK	2016 MNOK	2017 MNOK	2018 MNOK	2019 MNOK	2020 MNOK	2021 MNOK	2022 MNOK	2023 MNOK
Innspilt musikk	167	226	131	121	124	101	112	142	125	141	147	152
Honorar fra konserter	146	143	157	154	177	192	190	195	35	43	221	258
Rettighetsinntekter	90	107	90	104	95	117	124	114	137	111	106	120
Samlede inntekter fra utlandet	403	475	378	378	396	410	427	450	297	295	474	530

Samlede inntekter fra
utlandet
2023

530
MNOK

Endring siste år
2022–2023

+12 %

Årlig prosentvis endring
2012–2023

+3 %

Før og etter pandemien
2023 ift. 2019

+18 %

▸ **Figur 3.1** Musikkbransjens samlede inntekter fra utlandet, 2012–2023 (i MNOK)

Kilder: TONO, NCB, NORWACO, Gramo, NTO, Kopinor, Music Norway og Proff.no
Note: Alle tall er omregnet til 2023-kroner.

3.1 Musikk eksport – ulike perspektiver

De siste årene har det vært mange musikere og artister fra Norge som har hatt gjennombrudd i utlandet. Vi kan nevne i fleng artister og band som Girl in Red, Kygo, Alan Walker, TIX, Aurora, Sigrid, Dagny, Dimmu Borgir, Highasakite, Lemaitre, Matoma, Tungevaag, Aden Foyer og Peder Elias, som alle har hatt suksess i utlandet. Også innenfor jazz og klassisk musikk er det flere eksempler på artister og musikere fra Norge som har hatt omfattende utenlandsaktivitet, som Nils Petter Molvær og Lise Davidsen. Likevel utgjør eksport en liten del av inntektene i den norske musikkbransjen. Siden første utgave av *Musikk i tall* i 2012, har andelen inntekter fra eksport ligget relativt stabilt mellom 7 og 10 prosent av de samlede inntektene. De nominelle eksportinntektene har økt i takt med inntektene i bransjen for øvrig, men ikke noe særlig mer. Til sammenligning har eksportinntektene fra musikk i Sverige utgjort mellom 20 og 30 prosent de siste årene.

I årets utgave har vi sett nærmere på eksport av norsk musikk. Dette har vi gjort for å tydeliggjøre hvilke inntekter som tilfaller norske virksomheter og dermed omfattes av målingen, men også for å se nærmere på hvilke inntekter som forblir i utlandet og derfor ikke er med i vårt tallgrunnlag. Vi har intervjuet flere bransjeaktører som jobber enten direkte eller indirekte med eksport av norsk musikk, for å høre deres perspektiver på hvordan det går med denne delen av den norske musikkbransjen. I det følgende oppsummerer vi synspunkter og funn fra disse intervjuene.

Bildet som tegnes gjennom intervjuene, er av en bransje med tidvis store artister og band, men med et apparat i Norge som har vanskelig for å følge dem over landegrensen. Få i den norske musikkbransjen har kapasiteten til å omstille seg når en artist eventuelt begynner å få oppmerksomhet utenlands og kan gjøre suksess ute. I mange tilfeller betyr det at ikke-norske og internasjonale aktører kobles på og inntektene spres utover flere ledd, samtidig som investeringsbyrden i flere tilfeller forblir hos de norske aktørene. Det gjør at insentivene til å investere i norske artister for at de skal bli en internasjonal suksess, ikke er så store.

Insentivene til å reise ut er derimot annerledes for artistene selv, utover higen etter en internasjonal karriere. For deres situasjon er det økonomisk likegyldig om apparatet rundt er norsk eller utenlandsk. En konsert i Tyskland eller Japan kan være like lukrativ for artisten som en tilsvarende konsert i Oslo eller Trondheim. Ifølge bransjeaktørene er det derfor som regel artistene eller agentene deres som er pådrivere for å satse internasjonalt, heller enn de aktørene de samarbeider med i Norge, og som har vært en del av deres nasjonale karriere.

En artist som lykkes i utlandet, skaper bare suksess for seg selv. En bransje som lykkes i utlandet, skaper suksess for mange.

Tommy Tangløkken, TONO

3.2 Artistene står for kun en liten andel av inntektene

Tallene som presenteres i denne rapporten, er de inntektene som tilfaller aktører i Norge. Når et band, en artist eller en låtskriver gjør det «bra» utenfor Norge, er det som regel med et internasjonalt apparat rundt seg. Ofte er det bare artisten selv som tar med inntekter tilbake til Norge, hvis artisten eller låtskriveren har et selskap i Norge. Resten av inntektene forblir i utlandet, og telles ikke i denne rapporten fordi det ikke er inntekter som regnes i Norge.

Dersom *Musikk i tall* kun hadde målt artistenes inntekter, hadde tallene vært betydelig lavere. Enten det gjelder innspilt eller fremført musikk, er det mange virksomheter og personer som er involvert i arbeidet. Alle disse skal ha sin del av inntekten, og når disse partene er utenlandske aktører, forblir også deres deler i utlandet.

Når en artist holder en konsert, får artisten som regel en andel av overskuddet. Et vanlig overskudd for en større konsert er mellom 10 og 20 prosent, hvorav artisten gjerne får halvparten. Både hvor stort overskuddet er, og hvor stor andel av dette artisten får, varierer både mellom arrangører og mellom artister. Booking-agenten tar også en andel, ofte mellom 10 og 15 prosent av summen som artisten får. For en konsert får altså artisten omkring 5 til 10 prosent av de totale billettinntektene. Honorarer som ikke kommer direkte fra billettsalget, er ofte i samme størrelsesorden. Dersom artisten er den eneste delen av den norske musikkbransjen som henter inntekter fra en konsert i utlandet, er det denne andelen som utgjør eksporten.

Når det kommer til innspilt musikk i utlandet, varierer de norske inntektene etter om artisten er knyttet til et norsk eller utenlandsk plateselskap. Royalty-inntektene som genereres fra strømmeplassformer, håndteres gjennom en vederlagsforvalter, som TONO og Gramo i Norge, før de utbetales til plateselskapene, som igjen utbetaler en andel til artisten. Vederlagsforvalterne tar gjerne mellom 10 og 15 prosent, og plateselskapene kan ta så mye som 80 til 90 prosent av det resterende beløpet. Dersom begge er utenlandske, er det kanskje 10 til 15 prosent av inntektene som tilfaller norske aktører, i dette tilfellet kun artisten selv.

3.3 Trenger et apparat der publikummet er

Det finnes en rekke låtskrivere, artister og musikere som bor og jobber i og fra Norge, men av ulike grunner har fått oppmerksomhet og etablert et marked utenfor landet. Hvis en artist har en solid fanbase i for eksempel Nederland eller Mexico, vil de ha insentiver til å utvide og konsentrere virksomheten sin i de landene. Det innebærer ofte å inngå avtaler med eller bytte ut hele eller deler av management, distribusjon, produksjon, promotering og rettighetsforvaltning. Disse valgene handler om de strategiske fordelene ved å ha et støtteapparat som kjenner det lokale markedet og er fysisk til stede der publikummet befinner seg. En slik tilnærming omfatter tilpasning til lokale musikkpreferanser, samarbeid med lokale artister og deltagelse på kulturelle aktiviteter som kan styrke artistens posisjon overfor sitt publikum.

Det er særlig nettverk artistene og deres management er ute etter når de velger å samarbeide med utenlandske aktører. De trenger partnere som vet hvilke festivaler ulike publikumsgrupper går på, og hvilke lokale artister som er populære innenfor ulike segmenter, har gode relasjoner med lokale konsertarrangører, kan hjelpe dem med promotering og lignende. Ettersom Norge er et lite land, med en liten musikkbransje, er de involverte aktørene også små i denne sammenhengen. De har ikke den samme eksponeringen for det internasjonale markedet som aktører i større land. Dette er imidlertid ikke noe som bare gjelder Norge. De fleste artister bruker lokale agenter når de promoterer og fremfører musikken sin i ulike land. Langt på vei er musikkbransjene nasjonale, mens artistene er internasjonale.

[Agent i Nederland] brukes fordi hun har så godt kontaktnettverk i Europa. Hun reiser fra festival til festival og opprettholder kontakt.

Paal Nilssen-Love, Artist

3.4 Mangler kapasitet og kapital i Norge

En av de viktigste årsakene til at enkelte artister velger å etablere seg i utlandet, er tilgang på ressursene og kompetansen som finnes i utlandet. Det er mange artister som ønsker seg et spesifikt uttrykk, inspirasjon eller

å jobbe med de samme personene som har skapt suksess for andre. Storbritannia eller USA har et bredere spekter av kompetanser som artisten ikke har tilgang på i Norge. Her er ikke musikkindustrien unik. Også for andre kunstnergrupper, som skuespillere, malere, billedhuggere og forfattere, er det vanlig å søke seg til miljøer utenfor Norge. Artistene som ønsker å konkurrere med de store internasjonale navnene, opplever ofte at de må investere i og utnytte de samme verktøyene som konkurrentene bruker.

Ganske fort vil artisten tenke at de trenger internasjonalt management. Vi har ikke mange store managere i Norge som sitter med det nettverket som må til for å komme inn hos de internasjonale agentene.

Lena Midtveit, Sony Music

Å produsere musikk, promotere en artist, sørge for samarbeid og reise på turné koster store både penger og ressurser. Det er også ofte sett på som prosjekter med høy risiko. De færreste aktørene som utgjør den norske musikkbransjen, er store nok til å støtte en artist som ønsker å gjøre karriere utenlands. Investeringene som trengs, er for store, arbeidet krever dedikerte ressurser, og det krever nettverk utenfor Norge å åpne de nødvendige dørene. Gjennom intervjuene forstår vi at den norske musikkbransjen ikke har kapasiteten til å følge opp artister som Kygo, Girl in Red eller Alan Walker. Det finnes ikke et etablert støtteapparat som er rustet for å drive deres musikkariere i den skalaen de opptrer. Det gjør at internasjonal suksess ofte betyr at artistene «flagger ut» virksomheten. Inntektene de genererer til seg selv, er ofte store, men det er lite av dette som tilfaller bransjen for øvrig.

Problemet er at kompetansen ikke finnes i Norge, at vi ikke har kontoene til å betale forskudd eller ressursene til å gjennomføre. Hvis Kygo hadde kommet til oss, så hadde vi måttet ansette to nye og funnet et samarbeidet internasjonalt.

Jørn Dalchow, DaWorks

På den andre siden, for artister som har sin hovedvekt av fans i Norge, og hvor det ikke er finnes et potensial for vekst i fanbasen internasjonalt, er det lite som taler for å «flagge ut». Med et sterkt etablert publikum hjemme og en musikkindustri som støtter deres karriere, vil slike artister naturlig finne færre insentiver til å flytte sin virksomhet utenfor Norges grenser. Dette kan være særlig relevant for artister som synger på norsk, eller som lager musikk med en sterk kulturell forankring som resonerer best med et publikum i Norge. Av den grunn er det mange norske artister som aldri prøver seg på en internasjonal karriere, eller som vender hjem igjen kort tid etter de dro ut. Alle de utfordringene de har i konkurranse med utenlandske artister utenfor Norge, er fordeler på hjemmebane.

3.5 Påvirket av eksisterende samarbeid

Musikkindustrien består av ulike samarbeidskonstellasjoner, og hvilke partnere som er involvert, er avgjørende for hvor inntektene ender opp. Det er svært få i Norge som jobber med internasjonale turneer, for eksempel. Det innebærer at mye av arbeidet med konserter utenfor Norge ligger hos utenlandske aktører, og det aller meste av inntektene som skapes, utenom honorarene til artisten selv, forblir i utlandet.

For den innspilte musikken varierer det mer. Utenlandske produsenter og låtskrivere vil for eksempel ta en prosentandel av inntektene fra vederlag og strømming/salg av musikken. Mange av de større norske artistene samarbeider med aktører i Storbritannia, USA, Tyskland og Sverige om å produsere musikken. Dette skjer gjerne som et resultat av eksisterende samarbeid mellom en norsk aktør, som et plateselskap eller management, og et utenlandsk produksjonsmiljø.

Det samme gjelder utenlandske vederlagsforvaltere. De fleste norske artister får vederlagene sine betalt gjennom TONO og Gramo. Dersom de samarbeider med produsenter, plateselskaper eller andre aktører som har avtaler med andre vederlagsforvaltere, vil forvaltningsinntektene gå via aktørene i disse landene. Som norsk artist er man ikke bundet til å bruke norske forvaltere, og flere velger å bruke blant annet STIM i Sverige eller KODA i Danmark til å forvalte sine rettigheter. Dette skyldes blant annet hvordan selskapene håndterer utbetaling, hvilke ekstratjenester de tilbyr, og hvilke samarbeid de har med andre aktører igjen.

At enkelte artister bruker utenlandske vederlagsforvaltere, gjør det også vanskelig å vite hvor store inntektene deres fra rettigheter faktisk er. Vi har ikke tilgang på data fra verken STIM eller KODA, så her er vi avhengige

av antagelser om størrelsen på inntektene som uteblir fra datagrunnlaget. Som en prøveordning har TONO nå et lokalkontor i Los Angeles. Det tar mål av seg til å bli en ressurs for norske låtskrivere, komponister og sangtekstforfattere som bor og arbeider i USA.

3.6 Balanse mellom kapasitet og prioritet

Musikkbransjen, som andre bransjer, preges av en prioritering av ressurser. Hvorvidt artister er en prioritet hos virksomhetene rundt dem, kan ha stor innvirkning på hvordan karrieren deres utvikler seg. For mange norske artister som opplever internasjonal oppmerksomhet, står de overfor et valg mellom å være prioritert hos et norsk apparat som verken har det riktige nettverket eller kapasiteten til å gjøre de nødvendige investeringene, og å ikke være prioritert hos et apparat som potensielt har den kapasiteten.

Det er en utbredt oppfatning at de store internasjonale plateselskapene, såkalte *major labels* (Sony, Universal og Warner), er veien til suksess i utlandet. I det ligger en antagelse om at tilknytning til et av disse gir tilgang på internasjonal distribusjon og et bredere publikum. Med digital distribusjon og eksponering er ikke dette lenger tilfellet, ifølge bransjeaktørene selv. Det betyr ikke at de store plateselskapene ikke kan være gode støttespillere for karrieren til en artist, men de har ikke den samme muligheten til å skape et fenomen som de hadde med radio og fysisk salg av musikk. Å bygge en internasjonal karriere er en stor investering, og det er få som er villige til å ta en risiko med en artist som ikke allerede er etablert. Selv om man er innenfor dette «systemet», konkurrerer man stjerner i disse selskapene med noen av verdens største om oppmerksomhet og ressurser.

Har du et etablert publikum, får du prioritet. Har du en lokal innfallsvinkel, får du prioritet. Du kan ikke argumentere deg opp til prioritet i Tyskland med mindre du har noe der.

Bjørn Reinfjell, Warner Music

Det er ikke hvorvidt du er signert med en major label eller et globalt management, som avgjør om du kan konkurrere med internasjonale artister. Det som avgjør, er hvor store ressurser noen er villige til å investere i din

produksjon og promotering. Mindre, uavhengige aktører har mindre kapital, men kan gi artister prioritet på en måte som de større ikke nødvendigvis vil, da de har andre artister som de heller vil fokusere på. Dersom norske artister må konkurrere med utenlandske, og ikke har de samme tallene, havner de så langt bak i prioriteringen at de blir glemt. De som ønsker å ta steget fra en nasjonal til en internasjonal karriere, er avhengig av å bli prioritert. Derfor er det mange store norske artister som er signert hos relativt små plateselskaper og management som ofte bare har én eller to suksessfulle artister.

**Astrid S har samme management som Rihanna.
Det gjorde ingen forskjell. De er flyktige og illojale.**

Anonymt

Det er heller ikke gitt at de store plateselskapenes virksomhet i Norge har som mål å etablere norske artister i utlandet. Det er ofte mer lønnsomt for dem å holde artistene i det norske markedet, med mindre de oppnår ekstremt høye lyttertall i utlandet, noe som er sjeldent. Hos de fleste internasjonale plateselskapene deles inntektene fra den innspilte musikken mer eller mindre likt mellom landene hvor inntektene stammer fra, og landet hvor artisten er signert. Det innebærer at inntektene per avspilling er halvparten av hva den er i Norge. Samtidig er det ofte de norske aktørene som står for booking- og promoteringsutgiftene. Og lykkes de, er det en sjanse for at artisten ønsker å flytte virksomheten ut av landet, og de som investerte i suksessen sitter igjen med lite å vise til.

3.7 Spotify-generasjonen

Digitale plattformer som Spotify, TikTok og Instagram tilbyr en umiddelbar og global rekkevidde, og har blitt verktøy for å skape oppmerksomhet og interesse for artister. Spotify revolusjonerte musikkbransjen, en revolusjon som tilfeldigvis skjedde rett over grensen, i Sverige, og Norge var tidlig med på bølgen. På starten av 2010-tallet eksisterte det et vindu hvor norske artister konkurrerte om plassene på hitlisten sammen med andre store internasjonale navn som Taylor Swift, Rihanna og Katy Perry. Norske lyttere strømmet mer enn folk i andre land utenfor Europa, og norske artister var raske til å legge ut musikken sin på Spotify. Dette skapte momentum, og norske artister havnet

på internasjonale topplister, side om side med større, etablerte navn fra hele verden. Mange av dagens største norske artister, som Kygo, Astrid S, Alan Walker og Sigrid, fikk sitt store gjennombrudd på Spotify i denne perioden.

Disse kanalene har fremdeles muligheten til å skape stor, global oppmerksomhet, men til forskjell fra perioden for ti år siden har ikke norsk musikkbransje noen fordel. Nøkkelen til å omdanne denne oppmerksomheten til langsiktig suksess og en stor artistkarriere ligger i å utnytte øyeblikkene med internasjonal oppmerksomhet. Det krever kompetanse, ressurser, innsats og investering, og det er ikke gitt at det vil gi utbytte. Utfordringen for små norske aktører – det å måtte konkurrere med store internasjonale selskaper – er like gjeldende nå som den har vært tidligere. Flere i bransjen forteller derfor at de ikke satser på den samme digitale suksessen som bidro til suksess for Spotify-generasjonen, men i stedet jobber med å bygge artistkarrierer steg for steg, som oftest i Norge.

Det tar tid å bygge artistkarrierer. Det kan være lønnsomt med TikTok-blaff, men flere går tilbake til å bygge karrierer.

Frithjof Hungnes, Propeller Recordings

3.8 Tre kategorier norske artister

For å illustrere hvordan eksport av norsk musikk og norske artisters virksomhet i utlandet ser ut, har vi oppsummert tre typiske kategorier. Disse er kun ment som illustrerende eksempler. Vi har ikke kjennskap til situasjonen til de enkelte artistene som er nevnt.

De norske

Den første kategorien er de norske artistene som er store i Norge, men får lite eller ingen oppmerksomhet utenfor landegrensene. De har et norsk apparat, norske lyttere og majoriteten av konsertene sine i Norge. De har gode karrierer, fremfører ofte på norsk og har ikke noe stort ønske om å sikte utenlands. Inntektene deres fra innspilt musikk går gjennom en norsk distributør og et norsk plateselskap. Inntektene fra konserter går gjennom norske arrangører, og rettigheter gjennom norske vederlagsforvaltere. De har noe publikum utenfor Norge, men ikke nok til å utgjøre noen stor inntekt. De spiller enkelte konserter i utlandet og håndterer disse

gjennom lokale agenter. Artister i denne kategorien er for eksempel Arif, Stig Brenner og Susanne Sundfør.

De internasjonale

I andre enden av skalaen finner du de norske internasjonale artistene. Dette er artister og låtskrivere som er født i Norge, men har hovedvirksomheten sin i utlandet. De har mesteparten av publikummet sitt utenfor Norge, både når det gjelder strømming og konserter. De er tilknyttet og prioritert i internasjonale plateselskaper og distributører, har kanskje en norsk manager, men jobber med agenter fra hele verden. Støtteapparatet i Norge var ikke stort nok eller hadde ikke det riktige nettverket til å ivareta interessene deres, verken med tanke på produksjon, booking eller promotering. Nå har hver av dem en omsetning som er større enn de fleste aktører i den norske musikkbransjen. Kun deler av denne omsetningen ender imidlertid opp i Norge. Plateselskapene tar sin del, agentene sin del og arrangørene sin del, og resten fordeles på artistens ulike egne selskaper, hvor noen er registrert i Norge. Dette er eksempelvis artister som Kygo, Aurora, Alan Walker og Girl in Red.

De imellom

Det finnes også en tredje kategori norske artister, som har et betydelig internasjonalt publikum, men ikke så stort at man automatisk blir prioritert hos de internasjonale aktørene. De lytterne de har utenfor Norge, er heller ikke samlet i ett land, men spredt utover flere. Virksomheten deres er preget av mange ulike samarbeid og mye eget initiativ. De er tilknyttet ulike aktører i ulike land, drar på verksteder og sessions med produsenter i de store bransjelandene, bruker lokale agenter til å booke konserter og søker på offentlige tilskuddsmidler for å få utenlandsaktivitetene til å gå rundt. Inntektene deres fra Norge kan være relativt store, og de ønsker å bruke disse til å skape en mer internasjonal karriere, men det er få andre som ønsker å investere i forsøket. Dette er eksempelvis artister som Madrugada, Highasakite, Anna of the North og Astrid S.

De første to gruppene er i utgangspunktet litt uinteressante i spørsmål om norsk eksport av musikk. De som hovedsakelig har sin virksomhet i Norge, for et norsk publikum, har svært små utenlandsinntekter, og behovet deres er godt dekket av det norske apparatet. Den andre gruppen, som konkurrerer på de globale topplistene, har verdensturneer og samarbeider med noen av de aller største samtidsmusikerne, har behov som et norsk apparat ikke kan håndtere. De hadde krevd et helt selskap

i norsk skala, og det er ingen fordel for dem å være i Norge. Disse artistene står uansett for en uproporsjonalt høy andel av eksportinntektene bare ved å bo og leve i Norge.

Det er i den tredje gruppen, de som står mellom det norske og det internasjonale markedet, det kan være rom for at den norske bransjen kan ha en større rolle enn de har i dag. Disse artistene trenger investeringer, støtte og nettverk som kan hjelpe dem å bygge en fanbase utenfor landet. Det fordrer derimot at aktørene i Norge har både den nødvendige kapasiteten og insentiv til å skape den kapasiteten. Norske plateselskaper med kontorer i andre land, norske distributører og norske booking-agenter som kan fasilitere vekst og sørge for at inntektene herfra tilfaller norske bransjeaktører, trengs for at eksportinntektene skal kunne vokse.

For denne gruppen er det ikke nødvendigvis hele verden som utgjør det internasjonale markedet. I mange tilfeller er det et ønske å slå gjennom i andre nordiske land. Mye av konkurransen om eksportinntektene kommer ikke fra USA og Storbritannia, men fra Sverige og Danmark, ifølge bransjeaktørene. Flere større norske artister har produksjon, management og plateselskaper i de andre nordiske landene, særlig i Sverige. De har et større apparat, men er fremdeles geografisk og kulturelt nære. Aktørene her kjenner ofte det norske markedet vel så godt som de norske aktørene, men har samtidig et større nettverk å trekke på, og større ressurser å bruke, for å etablere og opprettholde en internasjonal karriere. Det hender også at nordiske artister velger samarbeidspartnere i Norge, men inntrykket gjennom intervjuene er at denne utvekslingen ikke er til fordel for den norske musikkbransjen. Til syvende og sist er eksportmulighetene for norske artister et spørsmål om størrelse, kompetanse og rekkevidde i den norske musikkbransjen.

Metode

Rambøll har gjennomført *Musikk i tall* på oppdrag for Kulturrådet siden 2013, med 2012 som første år vi målte omsetningen for. Hovedlinjene i datainnsamlingen og modellen for musikkområdet har ligget fast siden 2012. Det betyr at vi i år kan presentere sammenlignbare tall for en tolvårsperiode. På tross av dette ser årets statistikk annerledes ut enn i 2012, og innholdsmessig er også tallene og nedbrytningene forskjellige. Bakgrunnen for dette er at vi årlig har oppdatert og justert modellen i henhold til utviklingen på musikkfeltet i perioden, og vi har stadig forbedret data- og tallgrunnlaget med mer detaljerte og presise tall. Tilgangen til og formen på datamaterialet har også endret seg gjennom prosjektet. Endringene i metode og datagrunnlag for beregningene dreier seg i hovedsak om at datagrunnlaget for noen av variablene er endret fra tidligere år, men uten at det har påvirket muligheten for å sammenligne med tidligere år.

Dette kapittelet beskriver analyserammen og sentrale begreper. Videre redegjør vi for prosjektets referansegrupper, sentrale dataleverandører, den overordnede verdikjeden og datagrunnlaget for hver av variablene som benyttes i modellen. Vi gjør også en vurdering av dataenes kvalitet for de enkelte variablene.

4.1 En overordnet modell som er gjentagbar og robust

Gjennom *Musikk i tall* ønsker Kulturdirektoratet kunnskap om de samlede inntektene i musikkbransjen i Norge. Hensikten er å belyse hva som kjenne-tegner inntektene, og hvordan de ulike delene utvikler seg over tid. Statistikken skal bidra til å synliggjøre kunstområdets økonomiske verdi og bidra til et kunnskapsgrunnlag for politikkutvikling. Oppdraget til Rambøll har hatt et todelt mål:

- utvikle modeller for å tallfeste inntektene
- beskrive inntektstallene

Modellen som er utviklet for å tallfeste inntektene, sikter mot å skape et tallgrunnlag som, så langt det er mulig, er etterprøvbart og robust over tid. Vi har også tatt sikte på at modellene skal gi grunnlag for sammenligning med tallgrunnlaget på andre kunstfelt og i andre bransjer.

Dette legger noen føringer for datainnsamlingen og hvilke kilder vi kan benytte oss av. For det første ligger det i Rambølls oppdrag at vi, så langt det lar seg gjøre, skal benytte bransjens egne tall. Det vil si tall som aktørene i bransjen selv sitter på. Bakgrunnen for dette er blant annet at vi vil unngå merbelastningen en ny datainnsamling vil medføre for bransjeaktørene.

I tillegg er det en overordnet målsetting med prosjektet at vi skal kunne bruke den samme modellen for datainnsamling og måle omsetningen *på lik måte* over flere år. Kun på denne måten får vi tall som kan *sammenlignes over tid*. Oppdraget Rambøll har fått fra Kulturrådet, har vært å utvikle en statistikk som aktørene i og utenfor kunstbransjen selv kan benytte til videre undersøkelser og analyser.

4.2 Analyseramme

I *Musikk i tall* er beregningene av de samlede inntektene gjort ved å samle inn omsetningsstatistikk langs tre spor: *opphavsrettslige inntekter, salgsinntekter og inntekter fra fremføring eller visning*. Hver inntektstype har potensielle eksportinntekter. Etter at vi har samlet inn og sammenstilt tallmaterialet for disse tre inntektstypene, har vi aggregert tallene for de samlede inntektene. Videre har vi beregnet eksportinntekter for hver av de tre kategoriene, og igjen har vi aggregert disse tallene for å beregne den samlede eksporten.

Når tallene aggregeres, er det en risiko for både underrapportering og overrapportering av omsetningen. I de tilfellene hvor vi må gjøre antagelser om markedsstørrelser, har vi kvalifisert disse antagelsene i samarbeid med bransjeaktørene ved å vurdere samsvar mellom ulike datakilder. Generelt har vi vært oppmerksomme på risikoen for dobbelttelling. Eksempelvis er vederlags- og opphavsrettsinntekter trukket ut av omsetningen for både salg av innspilt musikk og konsertvirksomhet og behandlet som en egen kategori.

4.3 Referansegruppe

Hensikten med prosjektet er å utvikle en statistikk og en rapport som aktørene på feltet har nytte av. For å sikre dette, og for å sikre kvaliteten i prosjektet som helhet, er det nedsatt en referansegruppe som følger og har fulgt prosjektet.

Medlemmene i referansegruppen er valgt med tanke på at gruppen til sammen skal representere bredden på hvert av kunstrådene. Gruppen har bistått Rambøll med kunnskap om bransjen og feltet og bidratt til datainnsamlingen underveis i prosjektet.

Referansegruppen består av: FONO, Gramo, IFPI, NEMAA, Music Norway, Musikkforleggerne, Norske Konsertarrangører og TONO. Ikke alle medlemmene har vært med hvert år.

4.4 Intervjuer med bransjeaktører

Rambøll har gjennomført intervjuer med bransjeaktører fra og med *Kunst i tall* 2021. Det har blitt gjennomført intervjuer også i forbindelse med tidligere rapporter, men ikke systematisk eller som en sentral del av rapporten.

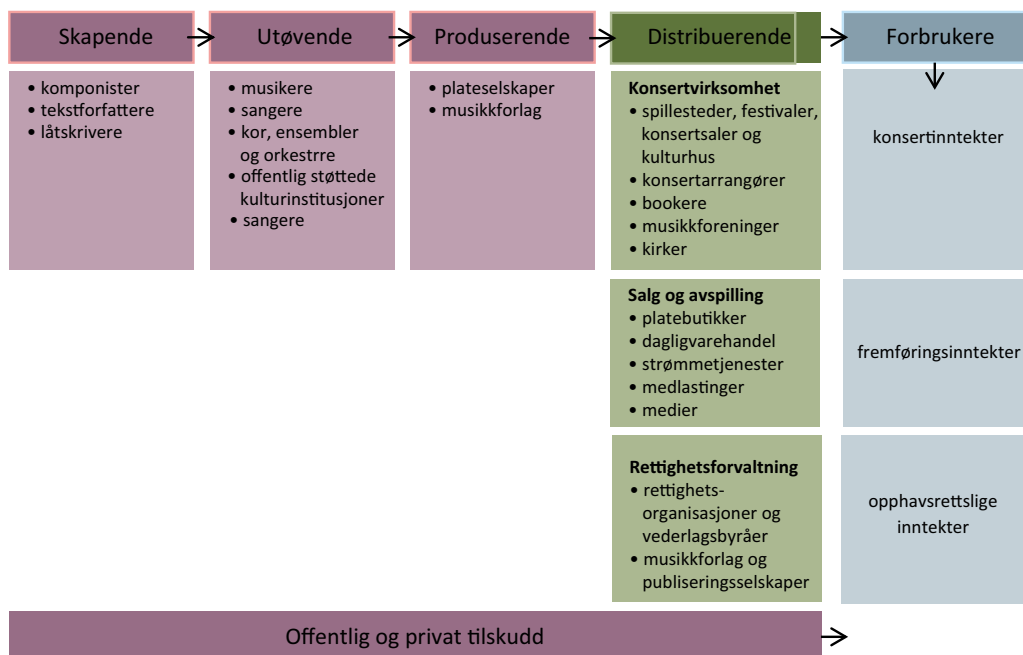
Intervjuene har blitt gjennomført for å i større grad belyse hva som ligger bakenfor tallene og statistikken, samt trekke frem relevante endringer og tendenser i bransjen og markedet for musikk. Sammen med Kulturdirektoratet og referansegruppen har vi kommet frem til spørsmål vi har ønsket å se nærmere på, og relevante informanter. Rambøll har deretter invitert informanter til å svare på disse spørsmålene i semistrukturerte intervjuer. Det har blitt gjennomført til sammen 8 intervjuer, med følgende aktører:

- Sony Music
- Warner Music
- DaWorks
- TONO
- Little Big Sister
- Nora Collective
- Propeller Recordings
- Paal Nilssen-Love

4.5 Verdikjeden og pengestrømmen i musikkbransjen

Figur 4.1 gir et forenklet bilde av verdikjeden i musikkbransjen. Verdikjeden starter med de *skapende* og går videre via *utøvende* og *produserende* til *distribuerende* aktører. De *distribuerende* aktørene er delt inn i tre kategorier, som sammenfaller med hovedkategoriene i inntektsgrunnlaget til musikkbransjen. I enden av verdikjeden finner vi *forbrukerne*. Det er inntekter fra denne gruppen som kartlegges i dette oppdraget.

Figuren inkluderer også en pil nederst der det står «Offentlig og privat tilskudd». Denne illustrerer støtte fra offentlige eller private virksomheter som tilfaller de ulike aktørene i kjeden. Denne delen av musikkbransjen inngår ikke i vår kartlegging, men offentlige innkjøp er regnet med. Boksen er likevel inkludert for å synliggjøre at dette er en vesentlig del av musikkbransjen i Norge.



➤ **Figur 4.1** Verdikjeden i musikkbransjen

4.6 Sentrale begreper

Salgsinntekter

Salgsinntekter fra innspilt musikk kommer fra salg av musikkinnspillinger i ulike formater fra distributør til konsument, fysisk (CD, vinyl eller DVD) eller digitalt (nedlasting eller strømming).

Eksportinntekter fra innspilt musikk gjelder enten salg av innspilt musikk i utlandet eller lisenser til å distribuere og markedsføre sanger eller album som plateselskapene selger til aktører i utlandet.

Fremføringsinntekter

Fremføringsinntekter for musikk er inntekter fra billettsalg til publikum for konserter i Norge, altså den prisen forbrukere betaler for å høre på levende musikk i Norge. (Inntekter fra fremføring av musikk i denne sammenhengen må ikke forveksles med de «fremføringsinntektene» som omtales i sammenheng med opphavsrettslige inntekter under.)

Eksportinntekter gjelder honorarer som norske artister og musikere får for sine opptredener utenfor Norges grenser.

Vederlag og opphavsrettsinntekter

Opphavsrettslige inntekter for musikk gjelder vederlag som tilfaller opphavspersoner med enerett ifølge åndsverkloven til å fremstille eksemplarer av verket (mekaniske rettigheter) og til å tilgjengeliggjøre verket for allmennheten (fremføringsrettigheter). Norske rettighetsorganisasjoner krever inn penger for dette og fordeler disse pengene videre til opphavspersonene. I tillegg kommer blant annet vederlag for kopiering av noter og sangbøker, inntekter fra avtalene i videresendingssektoren og fra privatkopiering, og avgifter fra ikke-vernet musikk.

Eksportinntekter i denne kategorien er vederlagsinntekter som er samlet inn av rettighetsorganisasjoner i utlandet og overført til norske rettighetsorganisasjoner.

Volumtall

Antall arrangementer: Det finnes ingen helhetlig oversikt over antall konserter i Norge og hvor de avholdes. Ved offentlig fremføring av musikk som er opphavsrettslig beskyttet, betales det imidlertid en avgift til TONO. En rekke

aktører har faste avtaler med TONO, men for øvrige konserter innvilges det enkelttillatelser. Disse er fordelt på fylke på grunnlag av postnummeret i fakturaadressen til arrangementene. Fakturaadressen vil i enkelte tilfeller ikke være den samme som stedet hvor arrangementet ble gjennomført. Derfor har vi valgt å samle fordelingen på fylkesnivå. Antallet arrangementer er ikke knyttet til hvorvidt det finnes musikkrapporter på arrangementene.

4.7 Beskrivelse av variablene

I det følgende beskriver vi i nærmere detalj hva som inngår i de ulike variablene. Dette inkluderer en spesifisering av hva variabelen omfatter og hva som inngår i beregningene, men også hva variabelen ikke omfatter. Det som ikke er omfattet av statistikken, er utelatt av metodiske årsaker, enten fordi det er definert å være utenfor statistikkens formål, eller fordi det ikke foreligger systematiske data.

Variabel 1: Inntekt fra salg av innspilt musikk i Norge

Omfatter: Variabelen omfatter omsetningstall generert gjennom salg av innspilt musikk i Norge, som fysiske eksemplarer (i butikk og over internett) og digitalt (i nedlastbart format og som strømming).

Variabelen omfatter ikke selvpublisering og direkte salg (merchandise), direkte avtaler og sync-rettigheter, da vi i samråd med referansegruppen har vurdert at dette faller utenfor oppdraget. Variabelen omfatter heller ikke salg av brukte fysiske formater eller direkteimport av innspilt musikk til norske forhandlere og privat direkteimport til norske forbrukere. Bakgrunnen for dette er at det ikke finnes noen gode kilder på eller metoder for å beregne omfanget av denne typen salg.

Kilder: Kildene for datagrunnlaget til variabelen har i flere år vært IFPI og intervjuer med og undersøkelser av distribusjonsledd. Fra og med årets måling har vi ikke tilgang på tall fra IFPI. For å kunne si noe om størrelsen på inntekter fra salg av innspilt musikk i Norge har vi sammenstilt driftsinntektene til alle plateselskaper i Norge med en omsetning på over 1 million kroner i perioden 2018–2023, sammenlignet disse med tall fra IFPI for årene 2018–2022 og gjort en antagelse om at utviklingen av de to størrelsene er sammenfallende for 2023. Vi har beskrevet denne modellen for enkelte av bransjeaktørene og fått bekreftet at en slik modell gir et tilnærmet riktig bilde. Vi anslår en usikkerhet i tallene på 2 prosent i hver retning gitt at tidligere tall fra IFPI stemmer.

Fysisk format: Vi vurderer at IFPI-tallene dekker størstedelen av markedet, og de resterende prosentene legges til. Videre blir påslag fra salg i butikk (platebutikker, dagligvare og bensinstasjoner) lagt til salgstallene for det fysiske markedet.

Tallene vi opererer med i beregningen, holder noen antagelser om gitte andeler i fordelingen av omsetningstallene:

- en andel til plateselskap (IFPI-tallene)
- en gitt andel til distribusjonsledd (påslag) (legges på IFPI-tallene)
- en gitt andel til opphavsrett (trekkes fra, fordi de er inkludert i IFPI-tallene)

Av hensyn til forretningshemmeligheter hos aktøren/aktørene som har levert data, kan vi ikke her oppgi nøyaktig hvordan vi gjør beregningene.

Nedlasting: Strukturen er omtrent lik som for fysisk format. Vi vurderer at IFPI-tallene dekker 100 prosent av dette markedet. Tallene vi opererer med i beregningen, holder noen antagelser om gitte andeler i fordelingen av omsetningstallene:

- en gitt andel til plateselskap (IFPI-tallene)
- en gitt andel til opphavsrett (trekkes fra, fordi de er inkludert i IFPI-tallene)
- en gitt andel til distribusjonsledd (legges på IFPI-tallene)

Grunnet konfidensialitet kan vi ikke her oppgi nøyaktig hvordan vi gjør beregningene.

Strømming: Det er vurdert at IFPI-tallene dekker 100 prosent av markedet.

Vurdering av kvalitet: Estimatenes som brukes til å beregne det samlede salget, er kvalitetssikret, og vi vurderer dem som robuste. Tallene er basert på selskapenes inntekter, og vi vurderer at de har høy kvalitet. Videre kan beregningen oppdateres direkte når IFPI oppdaterer sin statistikk. I tillegg er tallene sammenlignbare med det som har blitt publisert i den svenske rapporten *Musikbranschen i siffror* og den danske *Dansk musikomsætning*. IFPI har fra 2019 endret hvordan de rapporterer inntektstallene, «hvor det nå i større grad tar høyde for salg som ikke direkte innrapporteres til IFPI Norges statistikk».⁶

6 IFPI. (2021). *Musikkåret 2020*. <https://ifpi.no/musikkaret2020>

Variabel 2: Konsertinntekter i Norge

Omfatter: Variabelen omfatter konsertinntekter. Disse består i all hovedsak av inntekter fra salg av billetter til publikum til konserter i Norge, men også eventer når de registreres hos TONO. Inntekter forstås her som den prisen forbrukerne betaler for å høre på fremføringer av musikk på konserter og lignende. I tillegg inkluderer tallene fylkeskommunenes innkjøp av musikkproduksjoner i forbindelse med Den kulturelle skolesekken. I 2020 inkluderer variabelen også strømmede konserter under pandemien som er registrert hos TONO.

Variabelen omfatter ikke sponsede billettinntekter, gratisarrangementer eller øvrige inntekter i forbindelse med konsertvirksomhet, som mat og drikke eller merchandise, da vi i samråd med referansegruppen har vurdert dette til å falle utenfor oppdragets formål. Videre omfatter variabelen heller ikke konserter som ikke er registrert hos TONO, og favner på denne måten kun en kjerne av konsert- og eventvirksomheten i Norge. Musikkteater inkluderes ikke, fordi det er knyttet til scenekunst. Bruk av musikk i en del av kirkens arrangementer (begravelser, bryllup mv.) er ikke inkludert i variabelen, da det ikke finnes noen gode kilder på eller metoder for å beregne omfanget av og eventuelle inntekter knyttet til dette.

Kilder: Kildene for datagrunnlaget til variabelen er informasjon samlet inn fra medlemmer i Norsk teater- og orkesterforening, Den kulturelle skolesekken, rettighetsbetalinger til TONO og intervjuer.⁷

Metode: Datagrunnlaget for variabelen baserer seg på at Rambøll har innhentet og systematisert talldata og relevant informasjon. Rettighetsinnbetalingene refererer til konkrete billettinntekter ved at TONO krever inn en prosentandel av de samlede billettinntektene for ulike arrangementer. Ved å benytte ulike prosentandeler regner vi oss frem til reelle billettinntekter. prosentsatsene er verifisert av TONO og foreninger som har kjennskap til dette.

TONOs vederlagstall omfatter ikke konsertvirksomhet som ikke er underlagt opphavsrett, slik som eldre eller større verk. Dette gjelder særlig klassisk musikk. Derfor er det i tillegg samlet inn billettinntekter fra det klassiske feltet, herunder Oslo-Filharmonien og NTO-medlemmer. Disse inntektene supplerer altså tallene i modellen.

7 Tidligere har flere organisasjoner levert data, men etter en endring i avtalene med TONO i 2017 har disse ikke levert tall for dette året ettersom TONOs tall også dekker disse.

For å unngå dobbelttelling er den opphavsrettslige andelen trukket fra de totale inntektene og presenteres i kapitlet som omhandler vederlags- og opphavsrettslige inntekter.

Inntekter fra Den kulturelle skolesekken beregnes ut fra antall arrangementer og en gjennomsnittlig kostnad per arrangement.

Vurdering av kvalitet: Vi vurderer at statistikken gir et godt bilde av konsertvirksomheten. Estimaten som benyttes til å beregne de samlede billettinntektene, er etter vår vurdering robuste. Denne metoden gjør at det er mulig å oppdatere tallene på en relativt enkel måte, og tallene henviser til det samme universet. Derfor er sammenligning over tid mulig.

Samtidig rapporteres ikke alle konserter inn til TONO. Ved å benytte TONO-vederlag til å beregne samlede billettinntekter fanger vi derfor ikke opp all konsertvirksomhet i Norge.

Variabel 3: Opphavsrettslige inntekter i Norge

Omfatter: Variabelen omfatter vederlags- og opphavsrettsinntekter som samles inn i Norge og fordeles videre til norskregistrerte selskaper. Opphavsretten innebærer at de som for eksempel ønsker å gi ut plater med musikk eller spille en sang på radio eller på en kafé, må ha komponistens tillatelse til dette. I tillegg må de betale for tjenesten. En aktør fra musikkfeltet kan inngå en forvaltningskontrakt med et vederlagsbyrå som krever inn pengene for andres bruk av verket. Vederlagsbyrået forvalter penger som er generert gjennom bruk av opphavsrettslig materiale, og fordeler pengene videre til rettighetshaveren.

Variabelen omfatter ikke synkroniseringsavtaler gjort direkte mellom brukere og rettighetshavere/musikkforlag da det ikke finnes noen gode kilder på eller metoder for å beregne omfanget av dette. Den omfatter heller ikke selskaper som er registrert i utlandet, eller salg og lisensieringer gjennom utenlandske forlag som ikke er registrert hos for eksempel TONO, av samme grunn. Den inkluderer heller ikke «store rettigheter» i forbindelse med blant annet dramatiske produksjoner, da dette i hovedsak er knyttet til scenekunst.

Kilder: Kildene for datagrunnlaget til variabelen er TONO, Gramo, NCB, Norwaco, Kopinor og Musikkforleggerforeningen.

Metode: Datagrunnlaget for variabelen samles inn og systematiseres slik at det ikke foreligger overlapp mellom tallene. Vederlagsbyråene hjelper til med å klargjøre data til modellen.

Statistikken omfatter mekaniske rettigheter, fremføringsrettigheter, videresendingssektoren og avgifter for ikke-vernet musikk. *Mekaniske rettigheter* omhandler retten til å spille inn, produsere og utgi innspillinger av opphavsrettslig musikk, mens *fremføringsrettigheter* omfatter inntekter for bruk av opphavsrettslige verk i det offentlige rom, for eksempel i form av kringkasting over TV og radio, bakgrunnsmusikk på hoteller, serveringssteder, butikker og lignende eller livefremføring av musikk for publikum. *Videresendingssektoren* refererer til sekundær utnyttelse av lyd i for eksempel tv-produksjoner, og *avgifter for ikke-vernet musikk* omfatter innkrevde avgifter for kringkasting og annen offentlig bruk av ikke-vernedede opptak.

Vurdering av kvalitet: Tallene gjenspeiler vederlagsbyråenes inntekter, og vi vurderer at disse er robuste og av høy kvalitet. Det er mulig å oppdatere tallene når vederlagsbyråene oppdaterer sine tall.

Variabel 4: Inntekt fra innspilt musikk i utlandet

Omfatter: Variabelen omfatter eksporttall som er generert gjennom salg av innspilt norsk musikk i utlandet, som fysiske eksemplarer (i butikk og over internett) og digitalt (i nedlastbart format og som strømming).

Variabelen omfatter ikke selvpublisering og direkte salg (merchandise), direkteavtaler eller norske artister som har signert med utenlandske plateselskaper, da det ikke finnes noen gode kilder på eller metoder for å beregne omfanget av og eventuelle inntekter fra denne typen salg.

Kilder: Kildene for datagrunnlaget til variabelen er NCB, TONO, IFPI Global Music Report samt egne beregninger.

Metode: Med utgangspunkt i vederlagstall for mekaniske rettigheter som overføres til Norge (tall fra NCB), har vi estimert totale inntekter til den norske musikkbransjen fra *salg av innspilt musikk i utlandet*. I beregningen gjør vi antagelser om en forventet lisensavtale mellom plateselskapet og en part i et annet land, på lik linje med hva som er forventet i Sverige og Danmark. Metoden og estimatene er i tråd det som er gjort i den svenske og den danske musikkbransjen, jamfør henholdsvis *Musikkbransjen i siffror* og *Dansk musikkomsætning*.

Vurdering av kvalitet: Vi estimerer eksportinntektene basert på mekaniske rettigheter forvaltet av NCB. Derfor vil endringer i de estimerte inntektene gjenspeile endringer i NCBs inntekter snarere enn i den faktiske eksportaktiviteten det gjeldende måleåret. Datagrunnlaget varierer fra år

til år grunnet avtalegrunnlaget til NCB. NCB har gjennom omlegging endret datagrunnlag både i 2014 og i 2017, hvilket gjør at estimatene er for lave. Vi benytter IFPIs beskrivelse av trendene i det internasjonale online-markedet, men vi vet ikke om de tilsvarende trendene i de største eksportmarkedene for norsk musikk. Vi vurderer derfor at tallene på eksportinntekter fra innspilt musikk er usikre.

Variabel 5: Inntekter fra konserter i utlandet

Omfatter: Variabelen omfatter konsertrelaterte eksportinntekter i form av honorarer, og billettinntekter dersom det er en del av avtalene, som genereres når norskregistrerte musikere og artister opptre i utlandet. Konsertinntektene er begrenset til å omfatte honorarer til artister og musikere som har registrerte selskaper i Norge, og som har hatt konsertvirksomhet i utlandet i gjeldende virksomhetsår. Variabelen omfatter ikke aktører som ikke er norskregistrerte.

Kilder: Kildene for datagrunnlaget til variabelen er rapporteringer fra artister som har mottatt reisestøtte, forvaltet av Music Norway, kartlegging av inntekter blant NTO sine medlemmer, samt driftsinntekter hos selskapene til de større norske artistene.

Metode: Datagrunnlaget for variabelen baserer seg på data fra rapporteringer fra artister. Disse dataene har vi benyttet til å beregne hvor stort honorar aktørene har generert fra konsertvirksomhet i utlandet. Datagrunnlaget er kvalitetssikret av Music Norway. I tillegg benytter vi dataene til å beregne forventet honorar og forventet antall opptredener norske artister (av ulike størrelse) har i utlandet, for dem som ikke har mottatt reisestøtte. Dette danner grunnlaget for videre beregninger av samlede honorarer i utlandet, utover aktørene som har mottatt reisestøtte. For den siste gruppen gjøres det også en kartlegging av honorarer som store artister har generert fra opptredener i utlandet, basert på driftsinntekter og antall opptredener de har hatt i utlandet i det aktuelle året. Basert på research og intervjuer har vi kunnet estimere hvor stor andel av de ulike artistenes inntekter som stammer fra konsertvirksomhet. Dette varierer fra artist til artist.

Antagelsene om hvor mange aktører som har hatt konsertvirksomhet i utlandet, baserer vi på (1) antall aktører som har søkt reisestøtte, men som ikke har mottatt slik støtte, (2) antagelse om at det er aktører som ikke søker og allikevel drar utenlands, og (3) kartlegging av større aktører som har hatt konsertvirksomhet i utlandet i de respektive virksomhetsårene. Estimert antall aktører i disse gruppene ganges så med estimert honorar,

basert på datagrunnlaget fra mottagere av reisestøtte, og for de større artistene basert på kartlegging av antall konserter, research av inntekter og intervjuer om forventet honorar.

Vurdering av kvalitet: Konsertaktiviteten i utlandet er varierende, og forventet honorar for konsertaktivitet vil variere med hvilke land det turneres i. Metoden med bruk av kartlegging og research gjør at vi står i fare for ikke å fange opp alle aktører som har hatt konsertvirksomhet i utlandet det gjeldende året. Fordi det ikke foreligger en samlet statistikk eller kilder for å estimere konsertvirksomheten i utlandet, underestimerer vi disse inntektene. Vi mangler for eksempel en fullstendig oversikt over alle aktører som har hatt konsertvirksomhet i utlandet. Dette gjør at det er knyttet vesentlig usikkerhet til de estimerte inntektene for større artister som ikke søker eller rapporterer på reisestøtte. Ved bruk av en konsistent metodikk muliggjør vi likevel sammenligning av konsertvirksomheten i utlandet over tid, fordi beregningen baserer seg på forutsetninger og trender som finnes i øvrig innsamlet materiale.

Variabel 6: Opphavsrettslige inntekter fra utlandet

Omfatter: Variabelen omfatter de samlede vederlags- og opphavsrettsinntektene som overføres fra utenlandske aktører til norske vederlags- og opphavsrettsforvaltere, og som videre fordeles til norskregistrerte selskaper.

Variabelen omfatter ikke vederlag som går utenom norske vederlags- og opphavsrettsforvaltere, da det ikke finnes noen gode kilder på eller metoder for å beregne omfanget av dette.

Kilder: Kildene for datagrunnlaget til variabelen er TONO, Gramo, Norwaco og NCB.

Metode: Rambøll har innhentet og systematisert det tilgjengelige materialet slik at det ikke forekommer overlapp mellom tallene. Vederlagsbyråene hjelper til med å klargjøre data til modellen.

Vurdering av kvalitet: Inntektene har ikke alltid opphav i det gjeldende måleåret, ettersom det tar tid før den utførte aktiviteten i utlandet registreres som rettighetsinntekt i Norge. Tallene gjenspeiler vederlagsbyråenes inntekter, og vi vurderer at de er robuste og av høy kvalitet. Det er mulig å oppdatere tallene når vederlagsbyråene oppdaterer sine tall.

Kulturdirektoratet gjennomfører jevnlig målinger av inntektene i kunstbransjene i Norge – musikk, litteratur, scenekunst og visuell kunst. På musikkområdet har det blitt gjort målinger siden 2012. Tallene for 2023 viser en jevn økning i inntektene siden målingene startet, men samtidig et lite fall siden 2022.

Musikk i tall 2023 retter et særlig fokus på eksport av norsk musikk. Rapporten tydeliggjør hvilke inntekter som tilfaller norske virksomheter, og som dermed omfattes av målingen, og hvilke inntekter som forblir i utlandet, og derfor ikke er med i tallgrunnet.

Prosjektet er utført av Rambøll Management Consulting. Bidrag fra en lang rekke aktører på musikkområdet har vært avgjørende for å få frem de tallene som presenteres i rapporten. Målingen inngår i kunnskapsgrunnet for kultursektoren, og den synliggjør musikkområdets verdiskaping.

Utgitt i kommisjon hos
Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke

ISBN 978-82-7081-218-9



9 788270 812189

Kulturdirektoratet
Arts and Culture Norway