

Musikk i tall 2012

Hvor stor er den norske musikkbransjen? Og hva skaper den av verdier?

Dette er viktige spørsmål vi har savnet konkrete tall på. Nå har vi fått tallmateriale som er sammenlignbart med danske og svenske data. GramArt har sett frem til dette arbeidet, ettersom et godt faktagrunnlag er av stor betydning for debattene i musikkbransjen. GramArt har også hatt glede av å delta i referansegruppen.

GramArt håper "Musikk i tall 2012" vil suppleres av en pengestrømsanalyse tilsvarende den som er gjort i Danmark.

1. Innledning

Norsk musikkbransje omsatte i 2012 for over kr. 3 mrd. Omtrent halvparten var konsertinntekter, og den andre halvparten var rimelig likt fordelt mellom inntekter fra innspilt musikk og opphavsrettslige inntekter.

Analysen fanger ikke opp alt av musikkrelaterte inntekter i Norge. I denne sammenheng er omsetningen respektabel. Vi mener imidlertid det er betydelig rom for vekst i bransjen.

Vi ser også behov for at det forskes på de inntektsstrømmene som faller utenfor "Musikk i tall 2012". Ytterligere er det behov for en pengestrømsanalyse som viser hvordan pengene i "Musikk i tall 2012" fordeles internt i musikkbransjen. En slik pengestrømsanalyse har eksempelvis vært gjort i Danmark.

2. Innspilt musikk

I 2012 ble det omsatt innspilt musikk for omtrent kr. $\frac{3}{4}$ mrd. IFPIs statistikker viser at omsetningstallene for 2013 og 2014 øker ytterligere. Dette er positivt. Vi bemerker at de opphavsrettslige inntektene til låtskriver (Ncb/ "mechanicals") ikke er del av kategorien "Innspilt musikk" i statistikken. Disse inntektene, kr. 96 mill., er trukket ut, og befinner seg derimot i kategorien "Inntekter fra opphavsrettslig materiale". Dette betyr at inntekter fra innspilt musikk til musikkbransjen reelt var ca 850 mill. i 2012. Dette er hyggelig med tanke på de seneste års negative spådommer knyttet til innspilt musikk som inntektskilde.

Vi bemerker også at artister med avtaler med utenlandske plateselskaper ikke fanges opp i statistikken, ettersom inntektene ikke går via norske plateselskaper. Vår erfaring er at ca. halvparten av de platekontrakter der vi bistår med rådgivning, er såkalte *lisensavtaler*. Dette er avtaler hvor artisten eier innspillingen, og "leier" den ut på kortere tid (som regel 10-15 år) til plateselskap i de ulike territorier. I de fleste av disse avtalene reserveres utenlandske rettigheter, slik at artisten inngår ulike avtaler for de ulike territorier. Det kunne vært interessant å få kartlagt omfanget av inntekter dette genererer.

Videre ser vi at svært mange artister også inngår *artistavtaler med utenlandske selskaper*. Dette er avtaler der det utenlandske selskapet eier innspillingen, og utnytter den på verdensbasis. Eksempelvis innenfor sjangeren Metal, har mange norske band hatt tyske, østerrikske, polske og amerikanske selskaper som sitt primærselskap. Også her kunne det vært interessant med en kartlegging av omfanget av disse inntektene.

For de artistene som har *artistavtaler med norske plateselskap* er vi heller ikke sikre på hvor mye av utnyttelsen i utlandet som fanges opp i statistikken. Dette skyldes manglende oversikt

over den interne oppgjørsrutinen mellom den norske avdelingen og de utenlandske søsterselskaper, forhold til konsernbidrag etc.

Vi ser ikke at utnyttelse av rettigheter til innkopiering er fanget opp i statistikken. Innkopiering er utnyttelse av innspilt musikk gjennom sammenstilling med levende bilder, eksempelvis film, tv, reklame etc. Her finnes det bransjeavtaler av ukjent størrelse som det kunne vært interessant å få kartlagt.

3. Inntekter fra opphavsrettslig materiale

Denne kategorien utgjorde i 2012 omtrent 730 mill. Den største underkategorien er fremføringsrettigheter, med videresendingsrettigheter og mekaniske rettigheter på nærmest delt andreplass.

Vi har forstått tallene slik at fremføringsrettigheter omfatter både Tono og Gramo, det vil si både kompensasjon til rettighetshavere i komposisjon og innspilling.

Videresendingsrettighetene utgjorde nærmere 100 mill for musikkbransjen i 2012. Det er grunn til å beklage at Get, Canal Digital og RiksTv ikke ser ut til å ville betale for dette lengre. Dette er betydelige inntekter for bransjen, tilsvarende ca 200 årsverk. Vi håper Tv-distributørene innses at de har et medansvar for å opprettholde det økosystemet som de selv er avhengige av, om de ønsker å ha noe av interesse å distribuere.

4. Konsertinntekter

Konsertinntektene byr på noen utfordringer vi gjerne skulle ha sett bedre kartlagt. Vi er eksempelvis interesserte i å vite hvor stor del av konsertinntektene som går til norske artister, og hvor stor del som går til utenlandske. Vi har en fornemmelse av at det særlig blant de to største gruppene, "Festivaler" og "Konsertarrangører", er en relativt stor andel som går til utenlandske headlinere.

Konserttallet antagelig er noe lavt, da vi har vanskelig for å se at eventmarkedet i tilstrekkelig grad fanges opp i statistikken. Årsaken til dette er at det i hovedsak er Tonos tall som ligger til grunn for estimeringen av konsertmarkedet, og det synes som om disse tallene ikke er gode nok markører for eventer.

Merchandise-inntekter er ikke med i statistikken over konsertinntekter. Vi mener derfor det kunne vært grunnlag for en særskilt studie på hva norske artister tjener på ulike former for varmerkeutnyttelse. Dette gjelder ikke bare Merchandise, men også ulike former for sponing med penger og naturalytelser.

5. Sammenligning med skandinaviske land

Vi mener det er betryggende at vi ikke henger så langt etter Sverige og Danmark når vi ser inntekter i forhold til innbyggertall. Men vi ser også et stort potensial, både for hjemmemarkedet og eksportmarkedet. Vi håper "Musikk i tall 2012" her inspirerer til ytterligere forskning og debatt om disse vekstmulighetene.

6. Avsluttende merknad

"Musikkbransjen i tall" er et utmerket verktøy å bygge videre på. Vi håper Kulturdepartementet og Kulturrådet finner rom til å prioritere denne statistikken i årene fremover. Desto flere år statistikken føres, desto mer robuste tall får vi, og desto mer konstruktiv blir debatten i musikkbransjen. Skal politiske eller bransjemessige virkemidler være treffsikre, må de være tuftet på et godt faktagrunnlag.