



MUSIK—

SEL SKABER

2016

*tal og perspektiver*



# FORORD

I mere end et århundrede har man kunnet høre musik i de danske hjem. I starten af 1900-tallet var det dog kun de velbjærgede borgere forundt at opleve grammo-fonen frembringe lyd i stuen. På daværende tidspunkt kostede en grammofoon nemlig mere end en månedsløn for de fleste danskere.

Sådan er det heldigvis ikke i dag. Tværtimod kan alle nu få adgang til millioner af musiknumre med en lav månedlig ydelse og få klik på mobilen. Forbruget af indspillet musik har således næppe været større, end det er i dag.

Derfor er det ikke med udelt begejstring, vi kan konstatere, at musikselskabernes indtægter for salg af indspillet musik udgør 494 mio. kr. i 2016. For selvom der er tale om en vækst på 9 % sammenlignet med 2015, burde markedet være markant større, når man ser på det faktiske forbrug af musik i Danmark.

Når det ikke er tilfældet, skyldes det en forældet EU-lovgivning, som blev lavet længe før vi trådte ind i den digitale virkelighed, vi kender i dag. Den forældede lovgivning bevirker, at nogle streamingtjenester kan undslå sig at indgå aftaler på samme markedsvilkår som andre tjenester. Også selvom de udbyder musik til danskerne på samme vis som de øvrige tjenester - og oven i købet tjener svimlende beløb på at gøre det.

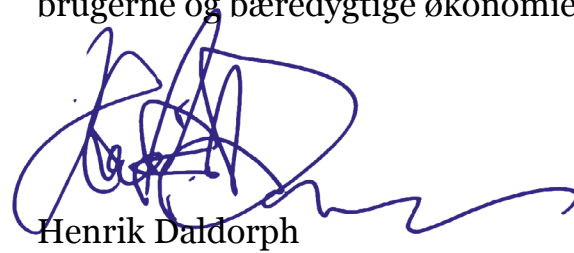
Musikselskabernes nøgletal og analyser for 2016 viser mere tydeligt end nogensinde, at problemet er reelt. Abonnementstjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music bidrager i gennemsnit med 221 kroner om året per bruger, mens Danmarks mest populære musiktjeneste YouTube bidrager med 8 kroner om året per bruger. Av.

Løsningen ligger imidlertid lige for. Den europæiske lovgivning – og særligt den aktuelle reform af ophavsretten – bør understrege, at alle tjenester, der aktivt udbyder musik, selvfølgelig skal indhente tilladelse fra dem, der leverer musikken, før den kan udbydes. Også amerikanske giganter som YouTube, der baserer deres succesfulde forretningsmodel på, at brugerne selv uploader musik til tjenesten.

Det er bekymrende, at artister, sangskrivere og musikselskaber ikke får en anstændig betaling for deres hårde arbejde fra sådanne tjenester i dag. Mindst lige så bekymrende er det imidlertid, at konkurrencesituationen mellem tjenesterne er så grotesk, at den reelt er en bombe under udviklingen af nye spændende muligheder til forbrugerne.

For hvor er incitamentet til videreudvikling hos tjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music, når de konstant skal konkurrere med tjenester som YouTube, der udnytter en forældet EU-lovgivning til at slippe for at betale det samme for musikken som sine konkurrenter?

Det danske musikmarked er blandt de mest digitale og avancerede markeder i verden. Det skal vi være stolte af. Men vi skal ikke være naive. Sidste år er længe siden i en digital virkelighed. Derfor er der behov for politisk handling på EU-niveau i forbindelse med den aktuelle reform af ophavsretten. Og der er behov for, at danske politikere går forrest for at sikre en fortsat positiv udvikling af tidssvarende muligheder til forbrugerne og bæredygtige økonomier i musikbranchen.



Henrik Daldorph  
Bestyrelsesformand i IFPI Danmark

# Hvad er Musikselkaber 2016 – tal og perspektiver?

*Musikselkaber 2016 – tal og perspektiver* er en samlet opgørelse over udviklingen blandt danske musikselkaber, der er medlem af brancheorganisationen IFPI Danmark. Medlemmerne tegner sig for 95 % af det samlede marked for salg og distribution af indspillet musik (inkl. Grønland og Færøerne).

*Musikselkaber 2016 – tal og perspektiver* er en digital publikation, som udover at kigge bagud i statistisk fugleperspektiv også vil have et blik for aktuelle udfordringer og muligheder.

Publikationen baserer sig først og fremmest på musikselkabernes nettoomsætning og sætter dermed fokus på musikselkabernes økonomiske trivsel og udvikling på brancheniveau. Publikationen skal således ikke læses som en brutto-opgørelse af musikkens samlede værdi i samfundet.



*Musikselkaber 2016 – tal og perspektiver* er optimeret til læsning via iBooks på iPad

DOWNLOAD

## Musikselkaber 2016 – tal og perspektiver

Statistiske oplysninger kan citeres frit mod behørig kildeangivelse.



**Ansvarshavende redaktør:**  
Pernille Møller Poulsen

**Tekst og redaktion:**  
Pernille Møller Poulsen  
Lasse Lindholm  
Mikala Alida Fritz  
Jakob Plesner Mathiasen

**Supplerende input:**  
Michael Heitmann (M&I Service)  
Megafon

**Design:** Henrik Siegel

**Fotos:** Fotomaterialet er venligst stillet til rådighed af kunstnere og musikselkaber. De pågældende fotografer er krediteret i overensstemmelse med det over for redaktionen oplyste. Kopiering er ikke tilladt.

Forside: Volbeat  
Foto: Ross Halfin



FOTO: SØREN SOLKÆR

MADS

LANGER

Mads Langer har for længst slået fast, at han er en langtidsholdbar soloartist. I 2016 tog han endnu engang danskerne med storm, da han sendte sit femte album *Reckless Twin* på gaden. Albummet indeholder blandt andet nummeret *3AM*, som blev det største danske radiohit i 2016. Nummeret indbragte desuden Mads Langer en platinplade som svarer til, at sangen er streamet mere end 9 mio. gange.



FOTO: UNIVERSAL MUSIC



# INDHOLD

Vækst uden klapsalver	s. 7
Digital dominans og sorte huller	s. 8
Markedet samler sig	s. 10
Dansk og international musik	s. 12
Den digitale kortslutning	s. 14
Fakta om streaming	s. 18
Track Top-20 2016	s. 22
Album Top-20 2016	s. 23
Vinyl Top-20 2016	s. 24
Vinylens comeback	s. 26
Danish Music Awards 2016	s. 28
Om IFPI	s. 31
IFPI's medlemmer	s. 32



FOTO: NICOLAS TOBIAS



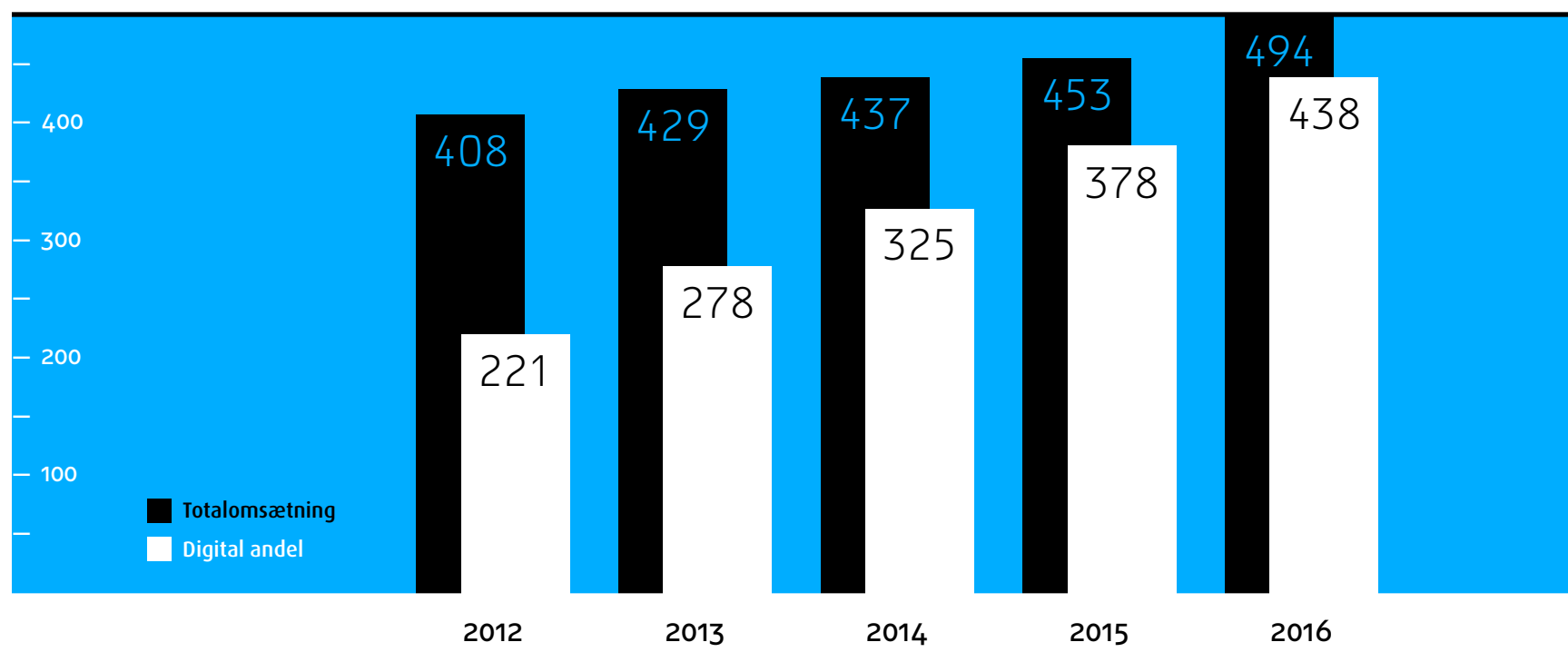
# GULDDRENG

Fænomenet Gulddreng beviste i 2016, at man på få måneder kan komme på alles læber med den rette kombination af træfsikre hits og attitude. I skrivende stund har Gulddreng, med det borgerlige navn Malte Ebert, udgivet otte singler inden for et år. Alle har de placeret sig i toppen af de danske hitlister. En imponerende bedrift af den selvsikre 23-årige vejlegenser.



# Vækst uden klapsalver

**FIG.1** Omsætningsudvikling 2012-2016 (mio. kr.)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser omsætningsudviklingen hos medlemmerne af IFPI Danmark i de seneste fem år. Den samlede omsætning i figuren er opgjort på basis af månedlige salgsindberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som står for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

I 2016 omsætter musikselskaberne 494 mio. kr. på salg af indspillet musik. Dermed vokser markedet for indspillet musik med 9 % i forhold til 2015, hvor omsætningen lå på 453 mio. kr. Det betyder samtidig, at musikselskaberne oplever vækst for fjerde år i træk.

Ved første øjekast er det naturligvis positivt, at markedet er vokset med 86 mio. kr. siden 2012. Men set i et større perspektiv er der stadig et stykke vej for at nå på niveau med musikselskabernes omsætningen ved årtusindeskiftet. I 2000 omsatte musikselskaberne nemlig for over 1 mia. kr. Og med streamingtjenesternes eksplosive indtog i de danske hjem, burde væksten være markant større.

Når det ikke er tilfældet, skyldes det blandt andet, at en af de største streamingtjenester ikke indgår licensaftaler på lige fod med sine konkurrenter. Det skaber en konkurrencemæssig skævvridning i markedet. Men det betyder også, at musikselska-

berne og de artister, man samarbejder med, ikke modtager en fair betaling for en stor del af det massive musikforbrug, der finder sted.

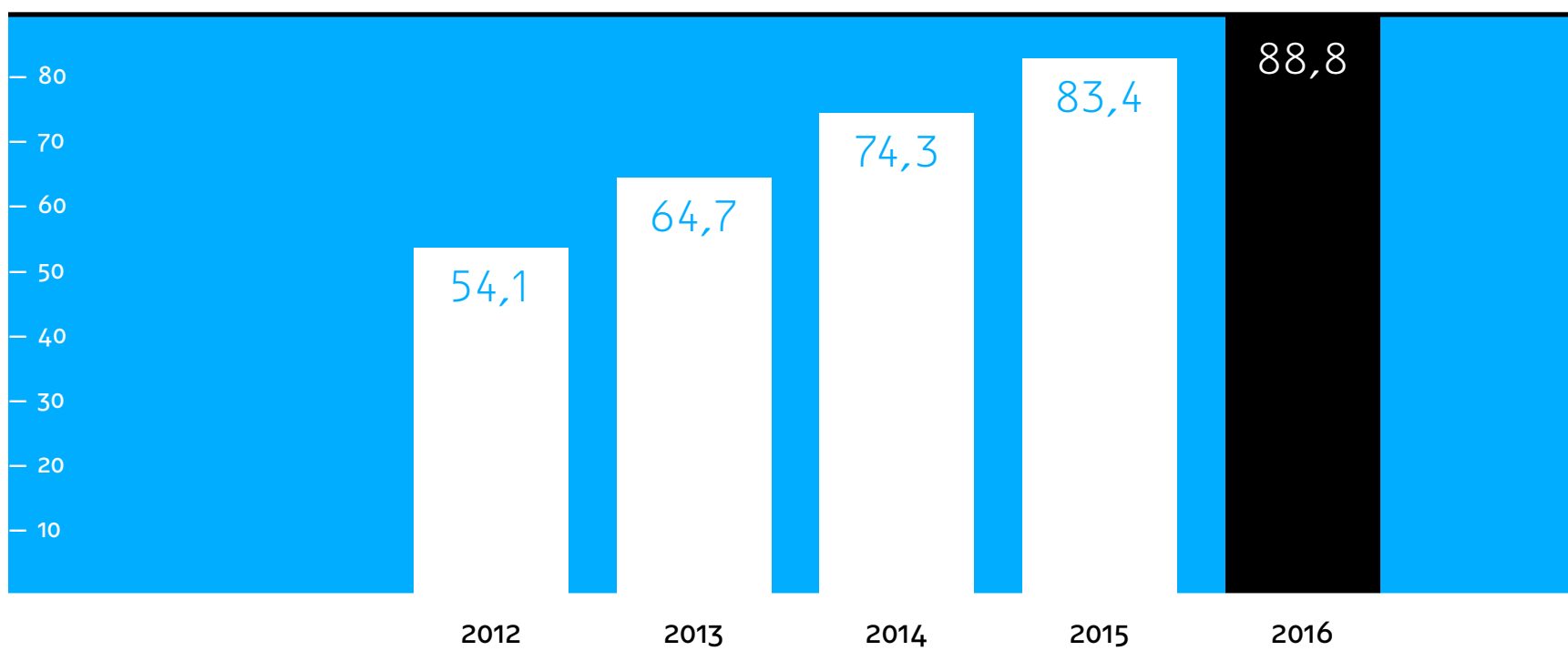
Streamingtjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music bidrager i 2016 med hele 381 mio. kr. til det samlede marked. Samtidig bidrager streamingtjenester som YouTube, der er i øvrigt er Danmarks mest populære musiktjeneste, med blot 11 mio. kr. Indtægterne fra en tjeneste som YouTube er ikke imponerende, og de fortæller med tydelighed om det potentiale, der er i markedet, hvis streamingtjenester som YouTube begynder at operere på lige markedsvilkår med sine konkurrenter.

Samlet set er det dog stadig danskernes stigende glæde ved streaming, der sikrer vækst i branchen. I 2016 indbringer streaming samlet 392 mio. kr. til musikselskaberne, mens tallet i 2015 var 323 mio. kr. Det svarer til en vækst på 21,3 %.



# Digital dominans og sorte huller

**FIG.2** Digital andel af samlet omsætning 2012-2016 (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser den digitale andel af branchens samlede omsætning hos medlemmerne af IFPI Danmark i de seneste fem år. Den samlede omsætning i figuren er opgjort på basis af månedlige salgsindberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

I 2016 stammer 88,8 % af omsætningen fra danskernes digitale musikforbrug. Dermed kan man betragte de fysiske musikformater som nicheprodukter i markedet.

Streaming står i 2016 for 79,4 % af det samlede marked mod 71,3 % i 2015. Det skyldes blandt andet, at stadig flere danskere finder streamingtjenesterne så attraktive, at de vælger at betale for et streamingabonnement eller udnytter muligheden for at få et abonnement via deres teleudbydere.

Ser man på, hvor pengene fra streaming kommer fra, er billedet dog tankevækkende. 97,2 % af de samlede streamingindtægter kommer fra tjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music, mens blot 2,8 % kommer fra tjenester som eksempelvis YouTube. Det er bemærkelsesværdigt, da 59 % af de danskere, der streamer musik, anvender YouTube til at høre musik. Dermed er YouTube den

mest udbredte musiktjeneste i Danmark. Men der er et åbenlyst misforhold mellem populariteten og den omsætning, YouTube betaler tilbage til artister og musikselskaber.

Med streamingtjenesternes stigende dominans i markedet, kunne man forvente, at indtægterne fra download ville styrtdykke. Men det er ikke tilfældet i 2016, selvom downloadindtægterne dog falder lidt. Download står for 9,4 % af markedet i 2016 mod 12,1 % af markedet i 2015. Og målt i kroner og ører omsætter download for 46 mio. kr. i 2016 – 8 mio. kr. mindre end i 2015.

Downloadindtægterne udgør nu kun 10,6 % af det digitale marked, mens streaming står for de resterende 89,4 %. Og uanset hvor optimistisk man er på downloadformatets vegne, har formatet formentlig oplevet sin storhedstid tilbage i 2012, hvor det stod for 28,4 % af musikselskabernes samlede omsætning.



# MØ

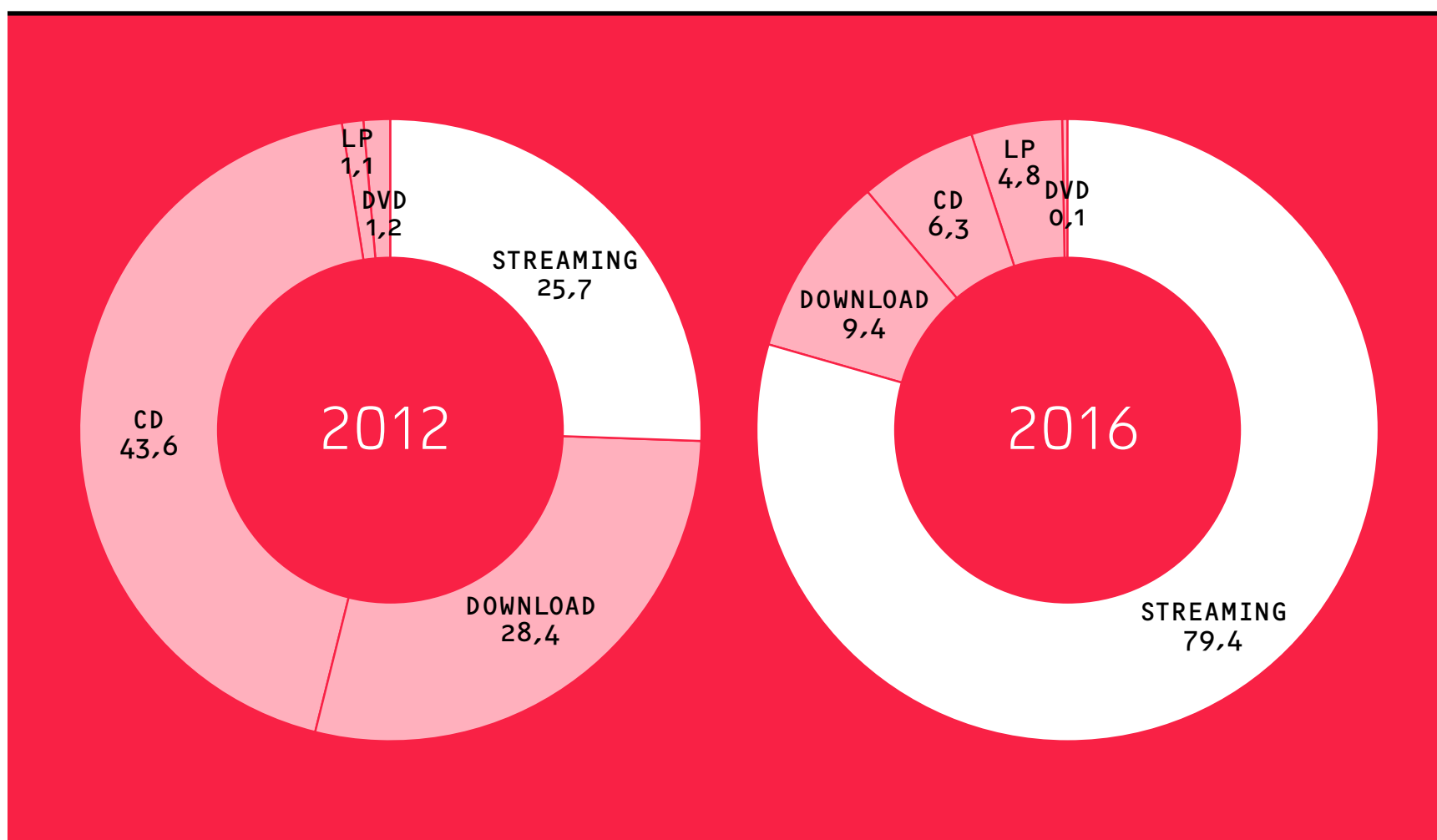
Med kæmpehits som *Lean On*, *Kamikaze* og *Final Song* har den fynske verdensstjerne MØ for længst etableret sig som en af nyere tids mest eksponerede danske artister. Det blev der ikke lavet om på i 2016, hvor MØ sammen med Justin Bieber og Major Lazer storhittede med *Cold Water*. I USA gik sangen 3 x platin, hvilket svarer til mere end 450 mio. streams.





# Markedet samler sig

**FIG.3** Omsætning fordelt på formater (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser den procentuelle fordeling af formater repræsenteret på det danske marked for indspillet musik. Figuren er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

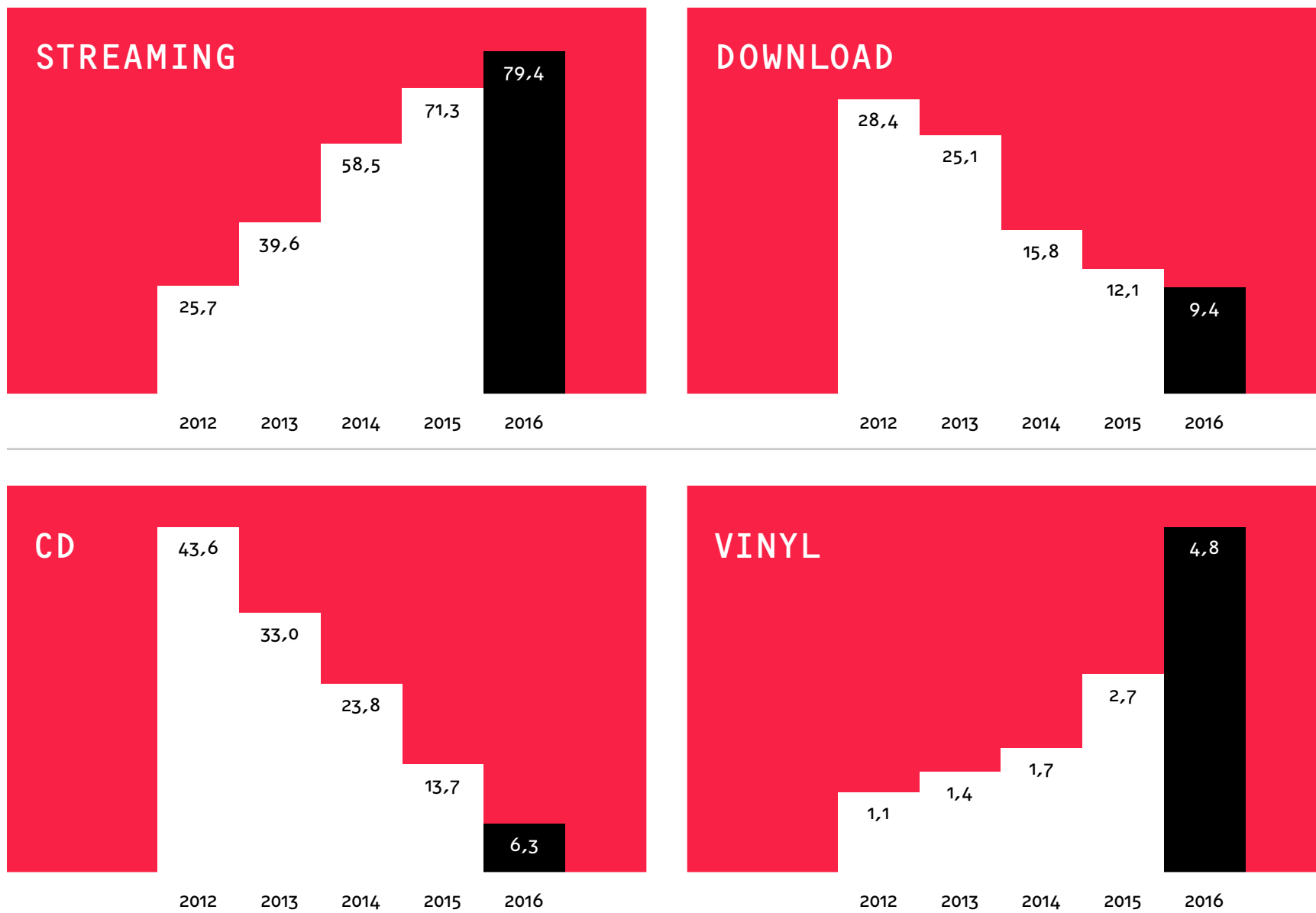
Verden omkring musikselskaberne har ændret sig. Og det har musikselskabernes tilgang til verden også. Begge dele afspejler sig i ovenstående model, som viser formaternes andele af markedet i 2016 sammenlignet med 2012.

Salget af et enkelt format – nemlig cd'en – dominerede musikmarkedet totalt op gennem 00'erne. Men den stigende digitalisering af musikforbruget medførte et opbrud i markedet, hvor både cd, download og streaming i en årrække konkurrerede om at være danskernes foretrukne format. Det er 2012 et sigende eksempel på.

Her havde både cd, download og streaming en markedsandel på over 25 %.

De tider er imidlertid slut. I 2016 udgør streamingindtægterne over trefjerdedele af det samlede marked. Dermed tegner der sig et forholdsvis entydigt billede af, at de danske musikforbrugere igen over en bred kam foretrækker et specifikt musikformat frem for andre. Det betyder samtidig, at både cd og download er gået fra i 2012 at være de største formater i markedet til i dag at friste en tilværelse som nicheprodukter.



**FIG.4** Formaternes individuelle udvikling i totalmarkedet (i procent)

KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser den procentuelle udvikling indenfor formaterne cd, vinyl, download og streaming. Figurene er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

Streaming har derimod mere end tredoblet sin andel af det samlede marked siden 2012. Men målt i procentuel forøgelse finder streaming ironisk nok sin banemand i vinylpladen, som har mere end firedoblet sin markedsandel siden 2012.

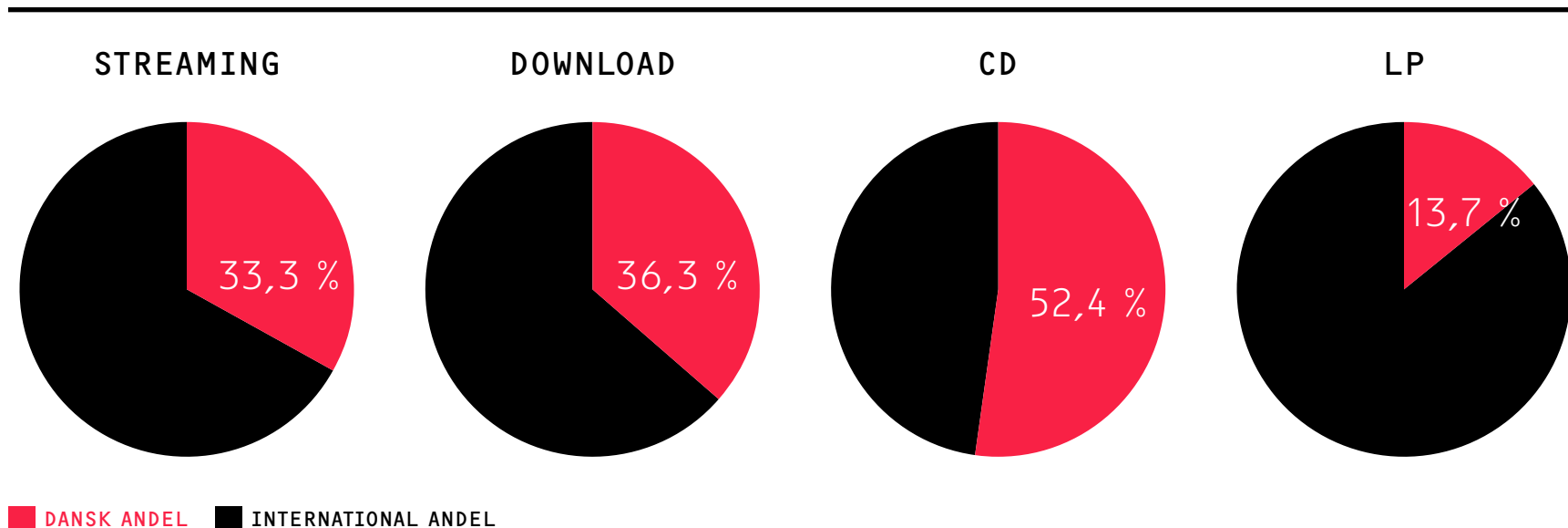
Vinyl udgør dog stadig blot 4,8 % af det samlede marked i 2016. Men med et blik ud i fremtiden

er det sandsynligt, at 2017 bliver året, hvor vinylpladen overhaler cd'en målt på omsætning. Et scenarie som de fleste ville have grint højt af ved årtusindeskiftet, hvor vinylen blot omsatte for godt en halv million kroner, mens cd'en omsatte for mere end en svimlende milliard.



# Dansk og international musik

**FIG.5** Dansk andel inden for formaterne (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figur 5 viser den danske musiks procentuelle andel inden for de forskellige formater. Figuren er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

Dansk musik klarer sig fortsat godt, og samlet set udgør dansk musik i 2016 33,8 % af den samlede omsætning.

Som illustrationen ovenfor viser, varierer dansk musiks markedsandel imidlertid kraftigt fra format til format. Inden for streaming står dansk musik for 33,3 % af omsætningen, mens den inden for downloadformatet udgør 36,3 %. Dermed ligner dansk musiks andel af det samlede digitale salg det billede, som vi kender fra de foregående år, hvor dansk musik også har udgjort omkring en tredjedel af markedet.

De internationale udgivers stabile dominans på de digitale platforme kan i stor udstrækning forklares med den massive overvægt af international musik, som man i dag har adgang til med få klik på sin mus eller mobil. I modsætning hertil står salget af fysiske produkter, hvor hyldemeterne sætter begrænsninger for, hvor meget international musik man kan udbyde. Derfor er det heller ikke bemærkelsesværdigt, at dansk musik står for 52,4 % af den omsætning, som kommer fra salg af cd'er i Danmark.

Ud fra den logik vækker det imidlertid opsigt, at dansk musik blot tegner sig for 13,7 % af omsætningen fra vinyl. Det kan der være flere forklaringer på. En forklaring er, at mange vinylelskende forbrugere er begyndt at opkøbe de klassikere, som de tidligere har haft stående på cd-hylden. Dermed gentager historien fra årtusindeskiftet sig med omvendt fortegn, idet mange forbrugere på daværende tidspunkt købte udgivelser på cd, som de tidligere havde stående på vinylhylden under stereoanlægget.

En anden forklaring på den internationale dominans på vinylmarkedet er, at lokale produktionsfaciliteter har været stort set ikke eksisterende de sidste mange år. Det besværliggør vinylproduktionen af lokalt repertoire. Med vinylpladens voksende plads i forbrugernes bevidsthed, kan man dog forvente, at nye lokale produktionsfaciliteter vinder frem i den kommende tid og dermed bidrager til en større dansk andel af vinylsalget.



FOTO: DANNY CLINCH

# LUKAS GRAHAM

Som det første danske musiknavn nogensinde modtog Lukas Graham i 2016 intet mindre end tre nomineringer ved de amerikanske Grammy Awards, som løb af stablen i Los Angeles i februar 2017. Samtidig fik bandet med den karismatiske forsanger fra Christiania æren af at optræde til den prestigefyldte prisfest i selskab med den amerikanske countrysanger Kelsea Ballerini.

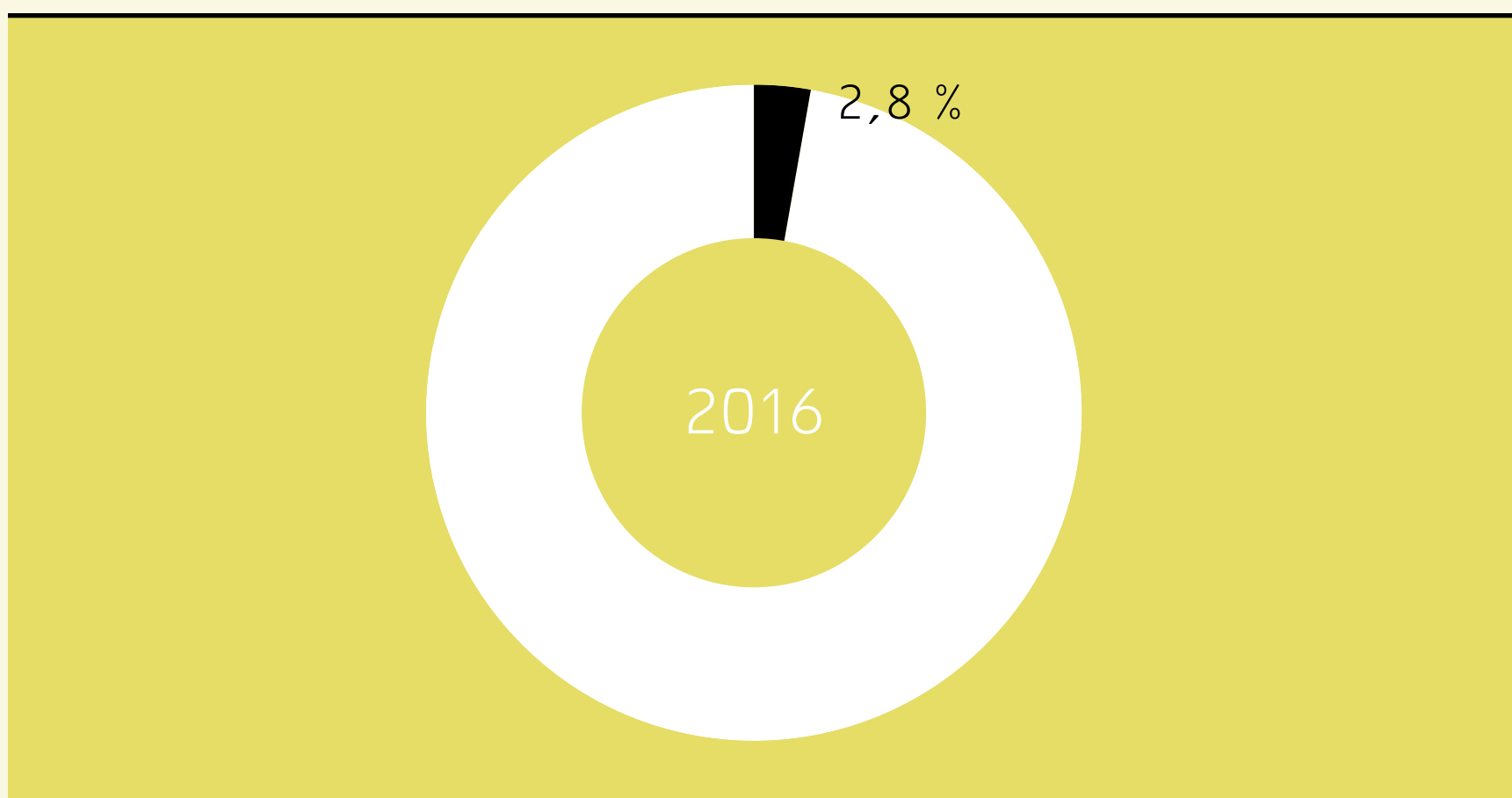




# Den digitale kortslutning

64 % af danskerne i alderen 16-70 år benytter i 2016 en streamingtjeneste til at høre musik. Af dem benytter 59 % YouTube. Det gør YouTube til landets mest populære platform for musik. Alligevel bidrager YouTube med en forsvindende lille andel af de danske musikeres og musikselskabers indtægter fra indspillet musik.

**FIG.6** YouTube's andel af musikselskabernes samlede streamingindtægter i 2016



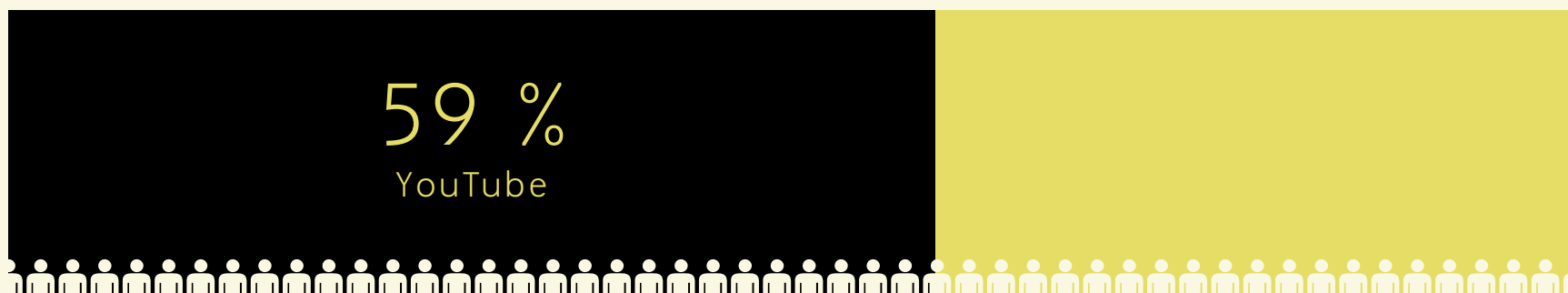
KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser den procentuelle fordeling af formater repræsenteret på det danske marked for indspillet musik. Figuren er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

Figuren ovenfor taler sit eget tydelige sprog. I 2016 bidrager udbetalingerne fra YouTube og lignende videotjenester med blot 11 mio. kr. til musikselskabernes samlede omsætning fra streaming. Tjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music står for udbetaling af hele 381 mio. kr. Dermed udgør udbetalingerne fra tjenester som YouTube kun 2,8 % af de samlede streamingindtægter. Et

foruroligende tal med tanke på, at YouTube er den musiktjeneste, som flest danskere i 2016 benytter til at afspille musik fra.

Det aktuelle billede betyder, at musikselskaber og musikere går glip af store summer penge, fordi en tjeneste som YouTube undslår sig at betale markedsprisen for at udbyde musik. Og mindst lige

**FIG.7** YouTube er den mest udbredte musiktjeneste i Danmark

59 % af danskere i alderen 16 - 70 år, der streamer musik, anvender YouTube.  
Kilde: Megafon-undersøgelse udarbejdet for IFPI Danmark 2016

så bekymrende er det, at YouTube bidrager til en uhørt konkurrenceforvridning i et marked, hvor de øvrige streamingtjenester med største selvfølgelighed indgår fulgyldige licensaftaler med musiklivet, før de gør brug af musikken.

#### Hvad er problemet?

Da internettet begyndte at spire, ønskede man fra politisk side at stimulere den teknologiske infrastruktur til samfundets og borgernes bedste. Det gjorde man blandt andet ved at sikre de virksomheder, som bidrager til at udbygge infrastrukturen i vores digitale samfund. Og det giver god mening. For selvfølgelig skal du som virksomhed ikke kunne stilles til ansvar, hvis eksempelvis dine servere og fiberkabler, som blot er passive teknologiske løsninger, bliver brugt til ulovlige formål af andre mennesker. Denne sikring af virksomheder blev til lov på EU-niveau i 2000 og går under navnet safe harbour.

Problemet i dag er, at den eksisterende lovgivning fra 2000 i sagens natur er forældet. Der er løbet meget vand i den digitale å siden årtusindeskiftet. Derfor tager den aktuelle lovgivning ikke højde for mange af de fænomener, der i dag sætter dagsordenen på den digitale scene. Et godt eksempel er YouTube, som første gang så dagens lys i 2005. YouTube baserer en stor del af deres forretningsmodel på aktivt at udbyde musik til brugerne. Præcis som de øvrige streamingtjenester vi kender i dag.

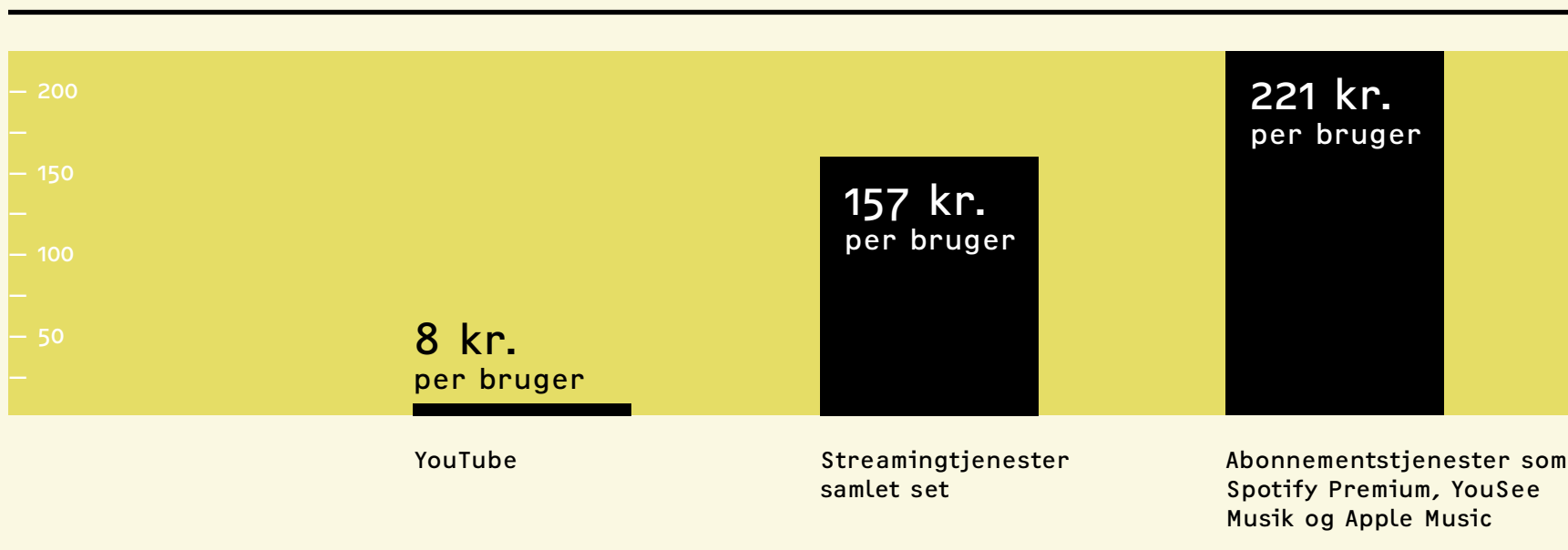
Selvom lovgivningen på ingen måde var tiltænkt aktive tjenester som YouTube, benytter YouTube den forældede lovgivning til at undslå sig at betale musiklivet på lige fod med sine konkurrenter. Man henviser til, at man har særstatus, fordi brugerne selv uploader musik til siden. Men for forbrugere fremstår YouTube præcis som det, den er: En streamingtjeneste man kan bruge til afspilning af musik. Ligesom Spotify, YouSee Musik, Apple Music, Deezer og alle de andre.

#### Hvad er løsningen?

Løsningen på problemet ligger til højrebænet. Den europæiske lovgivning skal opdateres, så det klart fremgår, at der er forskel på passive teknologiske platforme og tjenester, som tjener penge på aktivt at kommunikere og udbyde indhold som musik til brugerne.

Det kan man gøre i forbindelse med den aktuelle reform af ophavsretten i EU. Den nye lovtekst skal blot understrege, at tjenester som tjener deres penge på aktivt at udbyde musik og andet indhold til brugerne, selvfølgelig har forpligtelse til at indgå aftaler med fx musikselskaber, inden man kan formidle deres produkter. Dermed vil en tjeneste som YouTube skulle indgå aftaler på lige fod med de øvrige tjenester. Og det er vel ikke for meget at forlange, eftersom tjenesterne konkurrerer om det samme musikmarked.



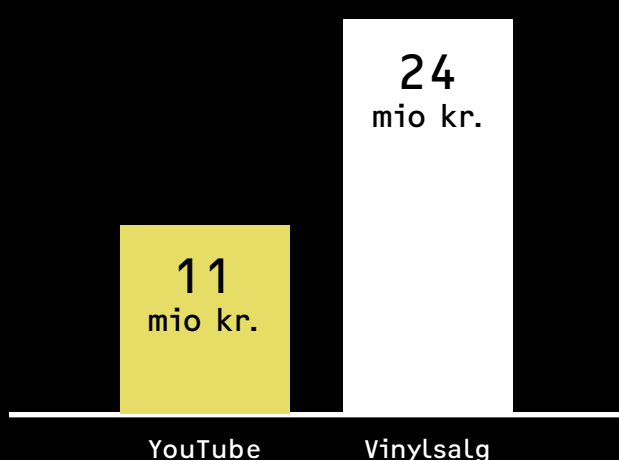
**FIG.8** Så meget betaler tjenesterne per bruger om året

KILDE: IFPI DANMARK

Opgørelsen er lavet ved at sammenligne musikselskabernes dokumenterede streamingindtægter med en Megafonundersøgelse, hvor danskere mellem 16 og 70 år har angivet, hvilke streamingtjenester de benytter til at høre musik. Streamingbrugere under 16 år og over 70 år er således ikke medtaget i opgørelsen. Figuren repræsenterer således ikke en udtømmende analyse baseret på hele den danske befolkning men anskueliggør størrelsesforholdet mellem betalinger fra YouTube og de øvrige streamingtjenester.

Som ovenstående illustration viser, skal man være glad for luftfrikadeller og vindsovs for at være tilfreds med de beløb, YouTube hvert år udbetaler per bruger til udøvende artister og musikselskaber. Den årlige udbetaling på 8 kroner per bruger fra YouTube skal nemlig fordeles mellem alle de sange, der bliver afspillet fra tjenesten.

Gennemsnittet for alle streamingtjenester ligger på 157 kroner om året per bruger, mens de største bidragsydere ikke overraskende er abonnements-tjenester som Spotify Premium, YouSee Musik og Apple Music. Her udbetaler man i snit 221 kroner om året per bruger til udøvende musikere og musikselskaber.

**FIG.9** Omsætning i 2016**YouTube vs. Vinyl**

Streaming udgør 79,4 af markedet for indspillet musik i Danmark. YouTube er Danmarks mest populære streamingtjeneste til musik. Vinylsalget udgør samlet kun 4,8 % af markedet for indspillet musik i Danmark. Alligevel bidrager salg af vinyl med over dobbelt så mange penge til musikselskaberne som Danmarks mest populære streamingtjeneste.

Kilde: IFPI Danmark



FOTO: SONY MUSIC

# BEYONCÉ

Ingen over, ingen ved siden af. Beyoncé fortsætter med at imponere. Helt uden forvarsel overraskede Beyoncé en søndag i april 2016 sine fans verden over med udgivelsen af sit sjette album *Lemonade*. Albummet, der gæstes af prominente navne som James Blake, Kendrick Lamar, The Weeknd og Jack White, opnåede en placering som nummer 1 på den amerikanske Billboard-hitliste. Herhjemme gæstede Beyoncé et udsolgt Parken i juli.



## FAKTA OM

# STREAMING

## POPULÆRE STREAMINGTJENESTER

I Danmark er der masser af muligheder for at streame musik. Top-5 over de mest anvendte tjenester til at høre musik i 2016 er:

1. YOUTUBE
2. SPOTIFY
3. YOUSEE MUSIK
4. TELMORE MUSIK
5. APPLE MUSIC

Kilde: Megafon-undersøgelse udarbejdet for IFPI 2016

## 39 %

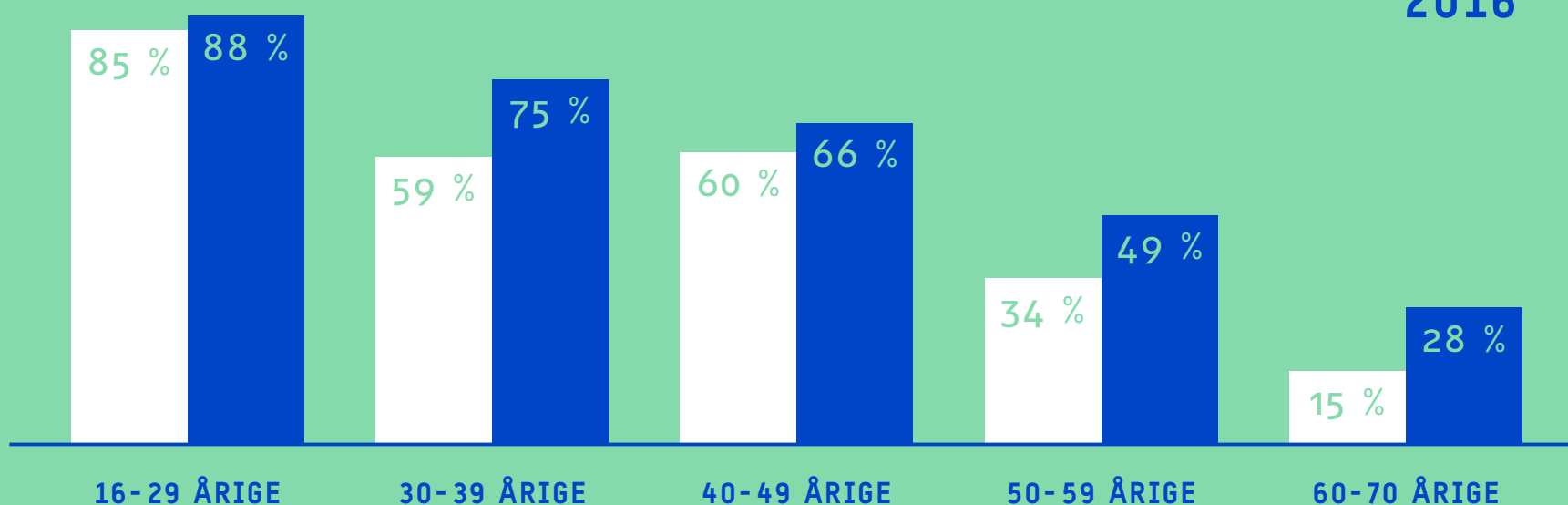
## STREAMING ER DANSKERNES FORETRUKNE MUSIKFORMAT

Hele 39 % af danskere mellem 16-70 år angiver streaming som deres foretrukne måde at høre musik på. De næstmest populære formater er radio og cd. 29 % foretrækker radio, når de skal høre musik, mens 13 % foretrækker cd.

Kilde: Megafon-undersøgelse udarbejdet for IFPI 2016

## ALDERSGRUPPERS BRUG AF STREAMINGTJENESTER

2015  
2016



64 % af danskerne i alderen 16-70 år benytter en streamingtjeneste til at høre musik. Blandt de 16-29 årige anvender hele 88 % en streamingtjeneste. Dermed er de ikke overraskende den gruppe, hvor flest streamer musik. De ældre musikelskere tager også i stigende grad streaming til sig, og der er sket en markant udvikling fra 2015 til 2016. For eksempel er antallet af streamingbrugere blandt de 60-70 årige steget med hele 87 % fra 2015 til 2016.

Kilde: Megafon-undersøgelse udarbejdet for IFPI 2015 og 2016

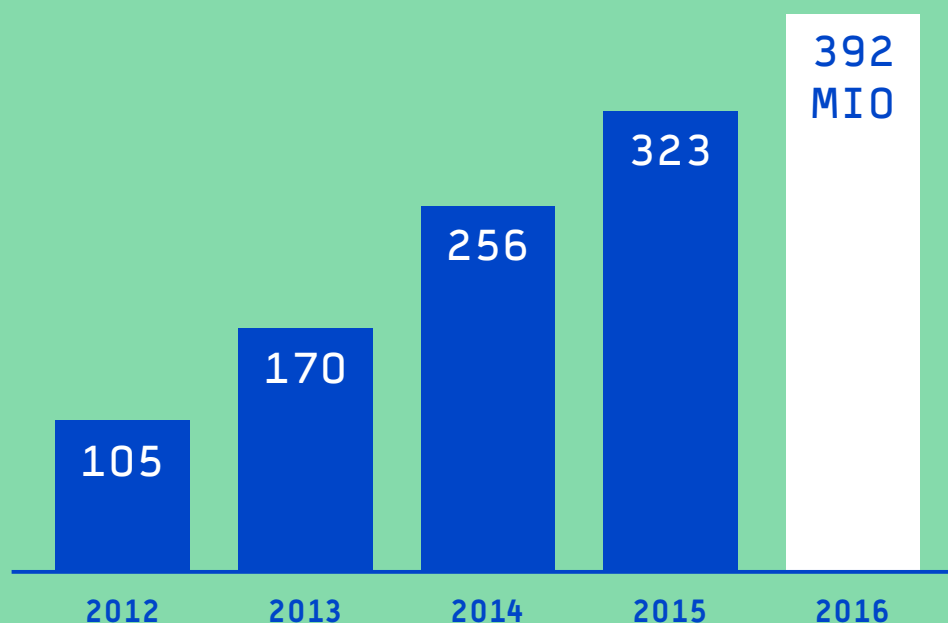
## FAKTA OM

# STREAMING

## EKSPLOSIV VÆKST INDEN FOR STREAMING

Musikselskabernes indtægter fra streaming fortsætter med at stige. Fra 2012 til 2016 er indtægterne steget fra 105 mio. kr. til 392 mio. kr. Det er en stigning på 273 %.

Kilde: IFPI Danmark



## 1 MILLION TITLER OM DAGEN

Streamingtjenester giver forbrugerne mulighed for at gå på opdagelse i mere end 30 mio. forskellige sange. Det udnytter de danske musikelskere i stor stil. Hver eneste dag streamer danskerne mere end 1 million forskellige titler på streamingtjenesterne.

Kilde: M&I Service 2017

1.000.000

 60 %

## STØRRE DIVERSITET

60 % af streamingbrugerne lytter til mere forskellig musik efter at have fået adgang til musik gennem en streamingtjeneste.

Kilde: Megafon-undersøgelse udarbejdet for IFPI 2016

 84 %

## TILFREDSHED MED TJENESTERNE

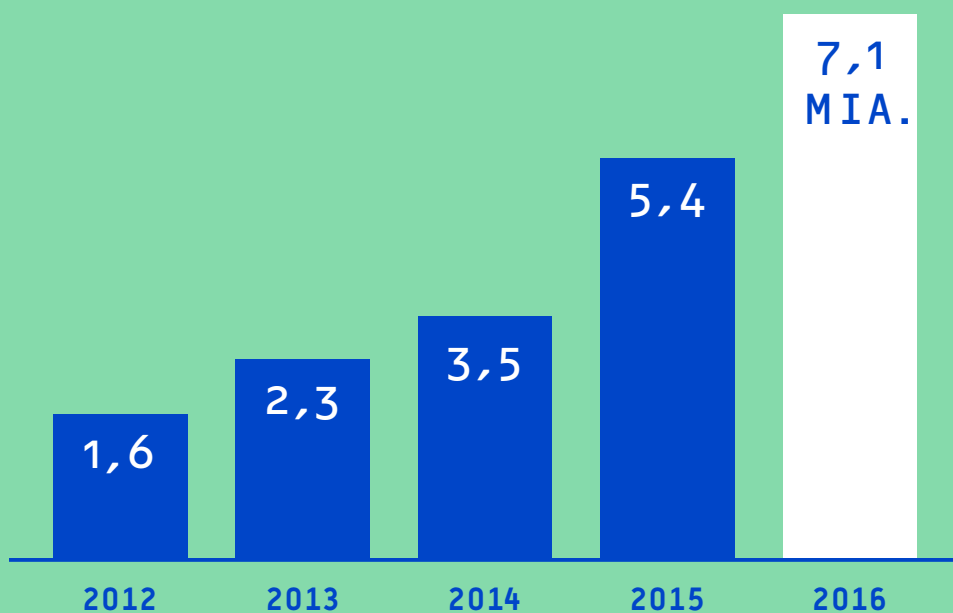
Hele 84 % af de danskere som streamer musik er tilfredse eller meget tilfredse med den streamingtjeneste, de benytter.

Kilde: Megafon-undersøgelse udarbejdet for IFPI 2016



## FAKTA OM

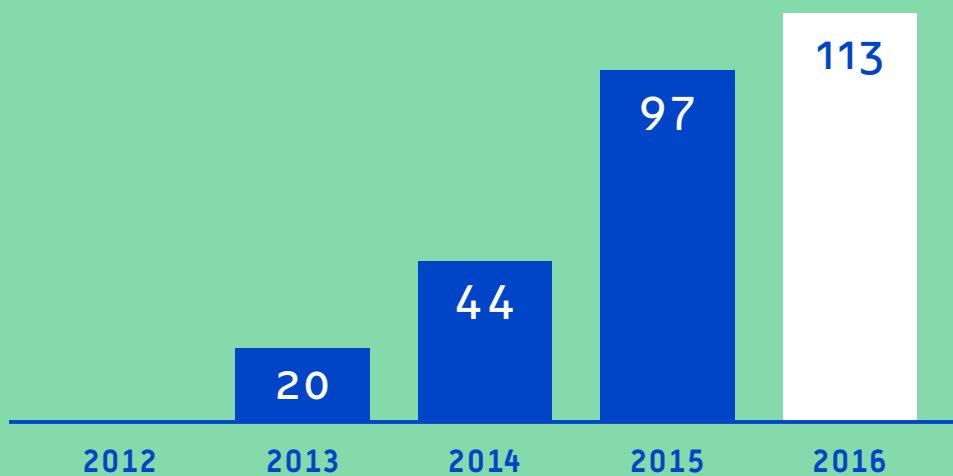
# STREAMING



## ANTALLET AF STREAMS STIGER STADIG

Antallet af årlige streams stiger i takt med, at flere danskere opdager streamingtjenesterne. I 2016 klikkede danskerne 7,1 mia. gange på en streamingtjeneste for at lytte til en sang. Dermed er antallet af streams mere end firedoblet siden 2012.

Kilde: M&I Service 2016



## MILLIONER AF KLIK

I 2013 blev 20 forskellige sange streamet mere end fem mio. gange. I 2016 var tallet mere end fem gange så stort. Her blev 113 forskellige sange streamet mere end fem mio. gange.

Kilde: M&I Service 2016

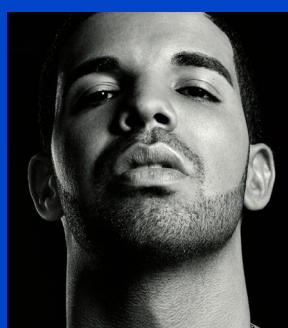
## TOP-5 MEST STREAMEDE ARTISTER I 2016



1. Justin Bieber



2. Lukas Graham



3. Drake



4. Gulddreng



5. Rihanna



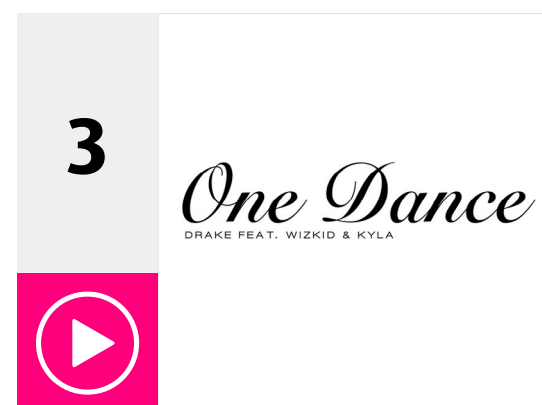


# BLAK

Den store musikalske landeplage i 2016 hed *Nede Mette* og kom fra sangskriveren og rapperen Blak fra Nakskov. *Nede Mette* gik i 2016 3 x platin, endte som årets bedst sælgende track og sikrede Blak en DMA-statue for Årets Danske Clubnavn.



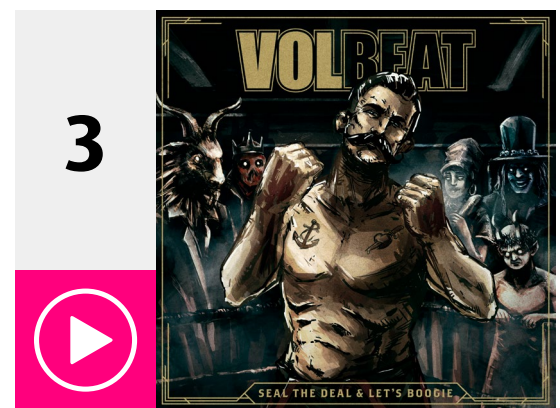
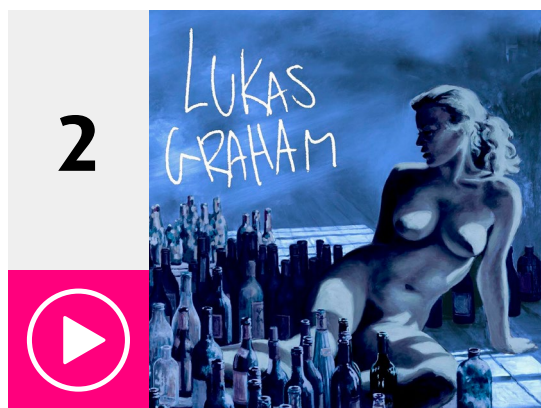
# Tracklisten 2016



## TRACK TOP-20 2016

1	<b>Blak</b>	Nede Mette	SONY MUSIC
2	<b>Justin Bieber</b>	Love Yourself	UNIVERSAL MUSIC
3	<b>Drake</b>	One Dance Feat. Wizkid & Kyla	UNIVERSAL MUSIC
4	<b>Sia</b>	Cheap Thrills	SONY MUSIC
5	<b>Alan Walker</b>	Faded	SONY MUSIC
6	<b>Justin Timberlake</b>	Can't Stop The Feeling!	SONY MUSIC
7	<b>Gulddreng</b>	Se Mig Nu	UNIVERSAL MUSIC
8	<b>Lukas Graham</b>	7 Years	COPENHAGEN / TWTTW / UNIVERSAL
9	<b>Major Lazer</b>	Cold Water Feat. Justin Bieber & MØ	WARNER MUSIC
10	<b>Gulddreng</b>	Model	UNIVERSAL MUSIC
11	<b>Mike Posner</b>	I Took A Pill In Ibiza	UNIVERSAL MUSIC
12	<b>Phlake</b>	Angel Zoo	SONY MUSIC
13	<b>Maître Gims</b>	Est-Ce Que Tu M'Aimes?	SONY MUSIC
14	<b>Volbeat</b>	For Evigt	UNIVERSAL MUSIC
15	<b>Gilli</b>	Tidligt Op	MXIII / DISCO:WAX
16	<b>Justin Bieber</b>	Sorry	UNIVERSAL MUSIC
17	<b>Cheat Codes &amp; Kris Kross Amsterdam</b>	Sex	SONY MUSIC / DISCO:WAX
18	<b>MØ</b>	Final Song	SONY MUSIC
19	<b>Brandon Beal</b>	Golden Feat. Lukas Graham	TWTTW / UNIVERSAL MUSIC
20	<b>Shawn Mendes</b>	Treat You Better	UNIVERSAL MUSIC

# Albumlisten 2016

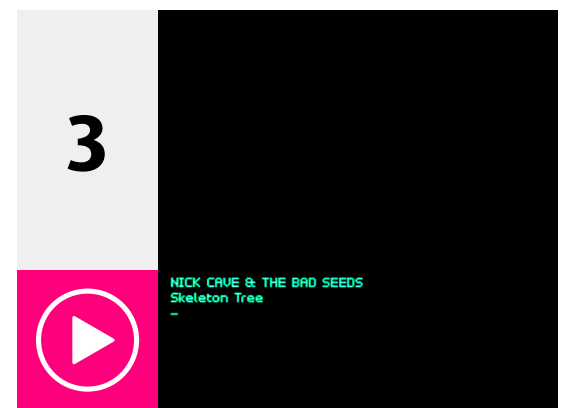
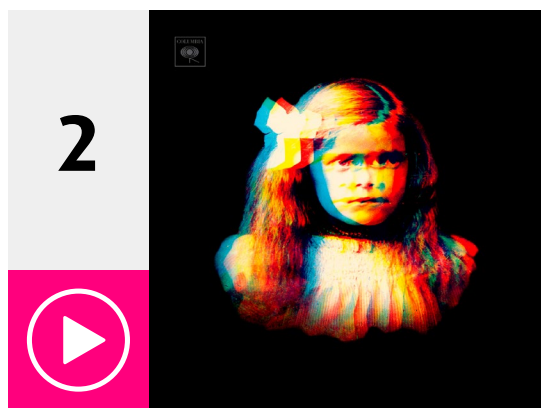
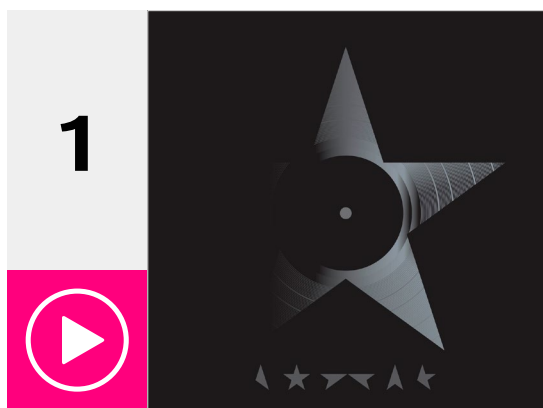


## ALBUM TOP-20 2016

1	<b>Justin Bieber</b>	Purpose	UNIVERSAL MUSIC
2	<b>Lukas Graham</b>	Lukas Graham (Blue Album)	COPENHAGEN / UNIVERSAL
3	<b>Volbeat</b>	Seal The Deal & Let'S Boogie	UNIVERSAL MUSIC
4	<b>Drake</b>	Views	UNIVERSAL MUSIC
5	<b>Rasmus Seebach</b>	Verden Ka' Vente	ARTPEOPLE / OFFBEAT
6	<b>Rihanna</b>	Anti	UNIVERSAL MUSIC
7	<b>Ed Sheeran</b>	X	WARNER MUSIC
8	<b>Coldplay</b>	A Head Full Of Dreams	WARNER MUSIC / PARLOPHONE
9	<b>Diverse</b>	MGP 2016	SONY MUSIC / MERMAID RECORDS
10	<b>Shawn Mendes</b>	Handwritten	UNIVERSAL MUSIC
11	<b>Adele</b>	25	PLAYGROUND / XL RECORDINGS
12	<b>Kanye West</b>	The Life Of Pablo	UNIVERSAL MUSIC
13	<b>Major Lazer</b>	Peace Is The Mission	WARNER MUSIC
14	<b>Twenty One Pilots</b>	Blurryface	WARNER MUSIC
15	<b>The Weeknd</b>	Beauty Behind The Madness	UNIVERSAL MUSIC
16	<b>Charlie Puth</b>	Nine Track Mind	WARNER MUSIC
17	<b>David Bowie</b>	Blackstar	SONY MUSIC
18	<b>Sia</b>	This Is Acting	SONY MUSIC
19	<b>Maître Gims</b>	Mon Cœur Avait Raison	SONY MUSIC
20	<b>Selena Gomez</b>	Revival	UNIVERSAL MUSIC



# Vinyllisten 2016



## VINYL TOP-20 2016

1	<b>David Bowie</b>	Blackstar	SONY MUSIC
2	<b>Dizzy Mizz Lizzy</b>	Forward In Reverse	SONY MUSIC
3	<b>Nick Cave &amp; The Bad Seeds</b>	Skeleton Tree	PLAYGROUND MUSIC
4	<b>Leonard Cohen</b>	You Want It Darker	SONY MUSIC
5	<b>Radiohead</b>	A Moon Shaped Pool	PLAYGROUND MUSIC
6	<b>Volbeat</b>	Seal The Deal & Let'S Boogie	UNIVERSAL MUSIC
7	<b>Rolling Stones</b>	Blue & Lonesome	UNIVERSAL MUSIC
8	<b>Folkeklubben</b>	Slå Flint!	ARTPEOPLE
9	<b>Amy Winehouse</b>	Back To Black	UNIVERSAL MUSIC
10	<b>Lukas Graham</b>	Lukas Graham (Blue Album)	COPENHAGEN / UNIVERSAL
11	<b>Metallica</b>	Hardwired...To Selfdestruct	UNIVERSAL MUSIC
12	<b>Adele</b>	25	PLAYGROUND MUSIC
13	<b>Bisse</b>	Højlandet	SHOWBISSE INC / DVP
14	<b>Baby Woodrose</b>	Freedom	BAD AFRO
15	<b>PJ Harvey</b>	The Hope Six Demolition Project	UNIVERSAL MUSIC
16	<b>Den Sorte Skole</b>	Indians & Cowboys	DEN SORTE SKOLE
17	<b>Bon Iver</b>	22, A Million	PLAYGROUND MUSIC
18	<b>Lukas Graham</b>	Lukas Graham	COPENHAGEN / UNIVERSAL
19	<b>Iggy Pop</b>	Post Pop Depression	UNIVERSAL MUSIC
20	<b>The Who</b>	My Generation	UNIVERSAL MUSIC



FOTO: MORTEN JERICHAU

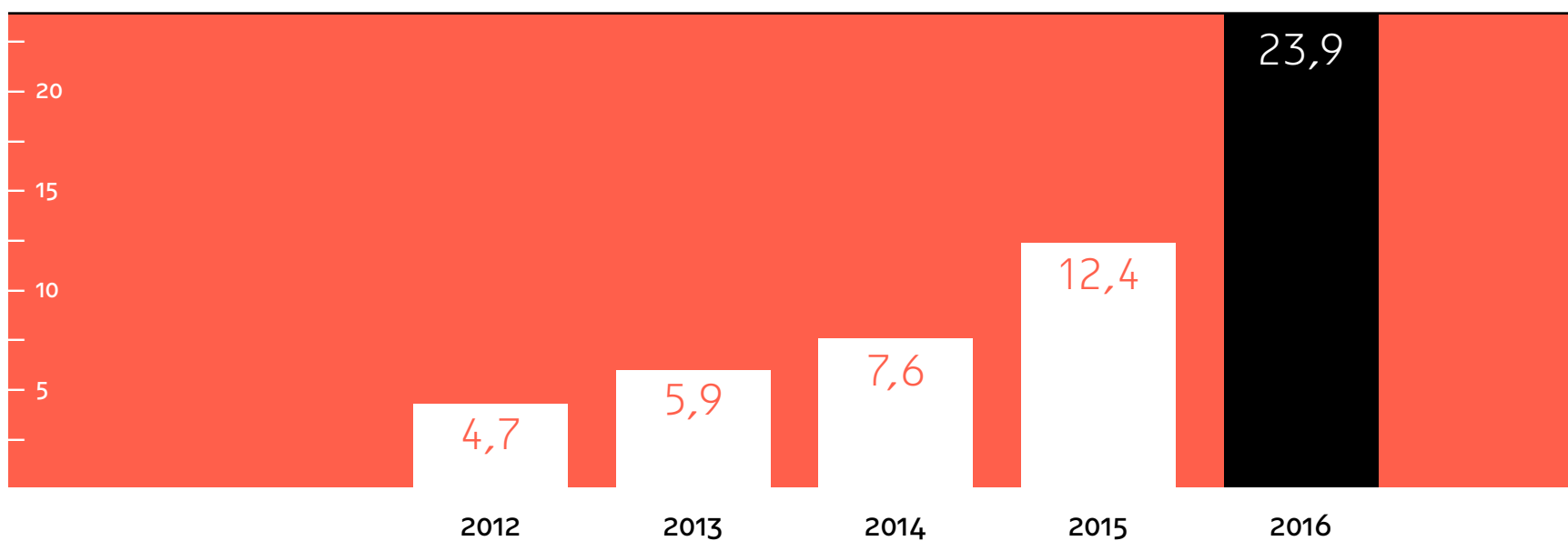
# CHRISTOPHER

Christophers status som popstjerne i Danmark er svær at benægte. Nu ser den krølhårede popprins imidlertid også ud til at gøre det kinesiske marked til sit domæne. I Kina gik hittet *Limousine* nemlig ind som nummer et på the QQ Music Chart i 2016. Den hårdtarbejdende sanger har også optrådt på kinesisk TV for mere end 80 mio. seere og tog i efteråret 2016 på sin første soloturné i Kina.



# Vinylens comeback

**FIG.10** Vinylsalgets udvikling (mio. kr.)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser omsætningsudviklingen for vinyl hos medlemmerne af IFPI Danmark de seneste fem år. Den samlede omsætning i figuren er opgjort på basis af månedlige salgsindberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som står for 87 % af vinylsalget i Danmark.

I 2012 var musikselskabernes cd-indtægter næsten 40 gange så store som indtægterne fra vinylpladen. I 2016 er forskellen minimal. Mens salget fra cd'en er faldet med 83 % siden 2012, er vinylsalget nemlig steget med 409 %. Det vidner på den ene side om et ekstremt fald i cd-salget, mens det på den anden side vidner om en yderst positiv udvikling for vinylformatet.

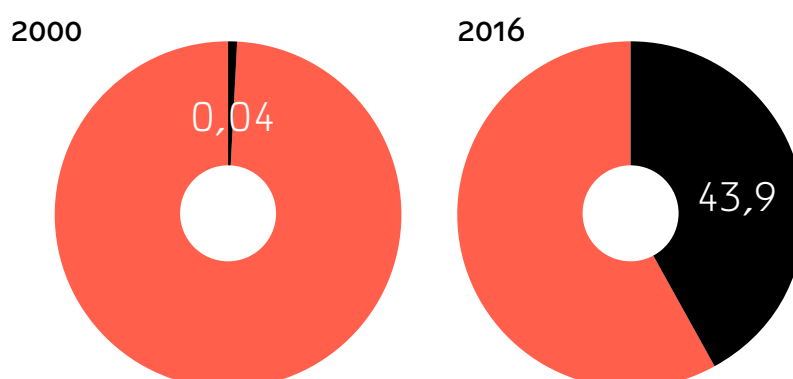
Det er en imponerende vækstkurve vinylomsætningen har. I 2016 omsætter musikselskaberne hele 23,9 mio. kr. på vinyl - en stigning på 93 % på blot et år. Vinylpladen trodser dermed den generelle udvikling inden for fysiske formater og bliver mere og mere populær i de danske hjem. I dag udgør vinylen 43,9 % af de samlede indtægter fra fysisk salg, mens andelen kun lå på 2,5 % i 2012.

Derfor er der også grund til at tro, at vinylen i 2017 'overhaler' cd-formatet og bliver det største fysiske format på markedet målt på omsætning. En udvik-

ling som ikke mange havde spået tilbage omkring årtusindeskiftet, hvor vinylen kun udgjorde 0,04 % af det fysiske salg. Mens cd'en omsatte for over en milliard i 2000, omsatte vinylen nemlig for under en halv million.

Selvom vinylen oplever en renæssance er den fortsat et nicheprodukt. Ser man på musikselskabernes samlede omsætning i 2016, udgør salget af vinylen blot 4,8 % af den samlede omsætning.

## VINYLSALGETS ANDEL AF DET FYSISKE MARKED



## HVOR MANGE LYTTET TIL MUSIK PÅ VINYL?

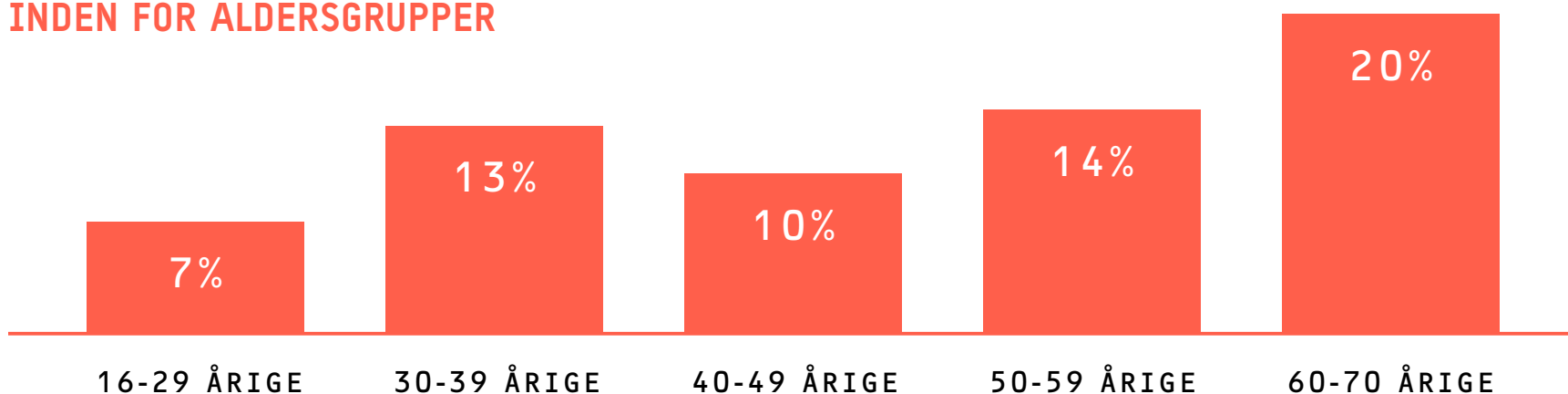
12 % af danskerne i alderen 16-70 år lytter til musik på vinyl. Og selvom det måske ikke er overraskende, at de ældre målgrupper, som er vokset op i vinylens storhedstid, er glade for vinylpladen, er det bemærkelsesværdigt, at også yngre målgrupper har taget vinylen til sig. At vinyl er et musikprodukt, som også de yngre anvender til at høre musik, vidner om nichens forankring blandt danskerne - og at vinylen på trods af digitaliseringens fodfæste langt fra er et uddøende fysisk format.



**12 % AF DANSKERE I  
ALDEREN 16-70 ÅR LYTTET  
TIL MUSIK PÅ VINYL**

*Kilde: Megafon undersøgelse udarbejdet for IFPI 2016*

## ANDEL DER LYTTET TIL MUSIK PÅ VINYL INDEN FOR ALDERSGRUPPER



*Kilde: Megafon undersøgelse udarbejdet for IFPI 2016*



**FOR 4 % AF DANSKERNE I  
ALDEREN 16-70 ÅR ER  
VINYL DEN FORETRUKNE MÅDE  
AT HØRE MUSIK PÅ**

*Kilde: Megafon undersøgelse udarbejdet for IFPI 2016*

## DE MEST SOLGTE VINYLPLADER I 2016

- 1** DAVID BOWIE:  
BLACKSTAR
- 2** DIZZY MIZZ LIZZY:  
FORWARD IN REVERSE
- 3** NICK CAVE & THE BAD SEEDS:  
SKELETON TREE
- 4** LEONARD COHEN:  
YOU WANT IT DARKER
- 5** RADIOHEAD:  
A MOON SHAPED POOL

Se hele Vinyl Top-20 på side 23

*Kilde: M&I Service 2016*



# DMA 2016

Den 12. november 2016 slog Forum igen dørene op for dansk musiks ældste og mest prestigefyldte prisfest. Skuespilleren Rasmus Bjerg og sangeren Burhan G afløste DMA's grand old man Anders Breinholt i værtsrollen og kunne sammen med TV 2's seere, publikum og den samlede musikbranche hyldede årets prismodtagere. Aftenens helt store vinder blev duoen Phlake fra Albertslund, der modtog ikke mindre end fem statuetter for deres anmelder-  
roste debutalbum *Slush Hours*.





## DANISH MUSIC AWARDS 2016

### ÅRETS DANSKE UDGIVELSE:

Phlake  
*Slush Hours*

### ÅRETS DANSKE GRUPPE:

The Minds of 99

### ÅRETS DANSKE SOLIST:

Alex Vargas

### ÅRETS DANSKE HIT:

Gilli feat. MellemFingaMuzik  
*C'est la vie*

### ÅRETS NYE DANSKE NAVN:

Phlake

### ÅRETS DANSKE SANGSKRIVER

#### – KODA-PRISEN:

Jonathan Elkær,  
Mads Bo Iversen og  
Gisli Gislason  
*Slush Hours* med Phlake

### ÅRETS DANSKE PRODUCER:

Jonathan Elkær for  
*Slush Hours, Pregnant &  
Angel Zoo* med Phlake

### ÅRETS INTERNATIONALE UDGIVELSE:

Justin Bieber  
*Purpose*

### ÅRETS INTERNATIONALE HIT:

Justin Bieber  
*Love Yourself*

### ÅRETS DANSKE ROCKUDGIVELSE:

The Minds of 99  
*Liber*

### ÅRETS DANSKE POPUDGIVELSE:

Phlake  
*Slush Hours*

### ÅRETS DANSKE URBANUDGIVELSE:

Ukendt Kunstner  
*Den Anden Side*

### ÅRETS DANSKE CLUBNAVN:

Blak  
*Nede Mette*

### ÅRETS DANSKE LIVE-NAVN:

Lukas Graham

### ÅRETS DANSKE MUSIKVIDEO:

MØ  
*Final Song*  
Instrueret af Mister Whitmore

### ÅRETS PUBLIKUMSPRIS:

Gulddreng

### DANISH MUSIC AWARDS'

#### ÆRES-PRIS:

Medina







# JUSTIN

# BIEBER

Mange har haft travlt med at dømme ham ude. Faktum er dog, at canadiske Justin Bieber bliver ved med at komme tilbage og positionere sig som en af de største musikalske stjerner i verden. Det billede går igen i Danmark, hvor Justin Bieber var den mest streamede artist i 2016. Ved DMA vandt Justin Bieber både prisen for Årets Internationale Udgivelse for albummet *Purpose* og Årets Internationale Hit for *Love Yourself*.

# IFPI er musikselskabernes brancheorganisation



Vores fornemmeste opgave er at sikre de bedst mulige forretningsvilkår for danske musikselskaber. Derfor afsøger vi nye muligheder for kommerciel udnyttelse af musik. Det gør vi ved at fjerne barrierer for den digitale udvikling. Vi gør det ved at tage hånd om musikselskabernes rettigheder. Og vi gør det ved at synliggøre den kulturelle og kommercielle værdi, som musikken bidrager til i vores samfund.

Musikselskaberne spiller en afgørende rolle i udviklingen og synliggørelsen af nye talenter. Vi arbejder derfor for, at musikselskaberne også fremadrettet har ressourcerne til at sikre udviklingen af spændende musiknavne, der kan bidrage til et levende kulturliv i morgendagens Danmark. I IFPI mener vi, at den bedste måde at gøre det på er ved at give forbrugerne optimale muligheder for at tilegne sig musik ad kanaler, der både er tidsvarende og lovlige. Det betyder, at vi arbejder fokuseret på at bidrage positivt til etableringen af nye digitale tjenester og andre tiltag, der kommer både musikselskaber, musikere og forbrugere til gode.



Følg os på  
twitter på  
[@ifpiDK](https://twitter.com/ifpiDK)

Læs mere om IFPI på [www.ifpi.dk](http://www.ifpi.dk)  
Kontakt IFPI på [ifpi@ifpi.dk](mailto:ifpi@ifpi.dk)



Vores sekretariat holder til i Magstræde i hjertet af København. Her er vi et lille hold – af både kommunikatører, jurister og andre – der i et tværfagligt og uhøjtideligt miljø arbejder for vores medlemmers vilkår.

IFPI Danmark er en del af IFPI International, som på verdensplan repræsenterer mere end 1.300 producenter og distributører fordelt på 60 markeder. IFPI's internationale sekretariat ligger i London.

IFPI Danmarks medlemskreds er sammensat af musikselskaber, som bidrager til produktion og distribution af musik i Danmark. Omsætningen hos IFPI Danmarks medlemmer udgør tilsammen 95 % af den samlede omsætning fra salg af musikudgivelser i Danmark (inkl. Grønland og Færøerne).



# IFPI Danmarks medlemmer

## ArtPeople Music

✉ info@artpeople.dk  
🌐 www.artpeople.dk

## Border Breakers

✉ michael@borderbreakers.com  
🌐 www.borderbreakers.com

## Cosmos Music

✉ info.dk@cosmosmusicgroup.com  
🌐 www.cosmosmusicgroup.com

## Crunchy Frog

✉ info@crunchy.dk  
🌐 www.facebook.com/crunchyfrogdk

## Dacapo Records

✉ henrik.rordam@dacapo-records.dk  
🌐 www.dacapo-records.dk

## Danish Music & Entertainment

✉ tom@d-m-e.dk  
🌐 www.d-m-e.dk

## Discart

✉ ds@discart.dk  
🌐 www.discart.dk

## disco:wax

✉ info@discowax.com  
🌐 www.discowax.com

## Exlibris/Storyville

✉ mg@storyville-records.com  
🌐 www.exlibris.dk

## Forlaget GUF

✉ guf@post5.tele.dk  
🌐 www.guf.biz

## GL Music

✉ lasse@glmusic.dk  
🌐 www.glmusic.dk

## HITHOUSE-Production

✉ hen@hithouseproduction.dk  
🌐 www.hithouseproduction.dk

## JAM Company

✉ info@jam.dk  
🌐 www.jam.dk

## Labelmade Records

✉ rasmus@providersmusic.dk  
🌐 www.labelmade.dk

## Labrador Music

✉ info@labradormusic.dk  
🌐 www.labradormusic.dk

## Lifted House

✉ c.rosen@liftedhouse.com  
🌐 www.liftedhouse.com

## Music For Dreams

✉ info@musicfordreams.dk  
🌐 www.musicfordreams.dk

## Naxos Denmark

✉ info@naxos.dk  
🌐 www.naxosdirect.dk

## Nordic Music Society

✉ jon.madsen@nordic-music.dk  
🌐 www.nordic-music.dk

## OH Musik

✉ oh@ohmusik.dk  
🌐 www.ohmusik.dk

## Olufsen Records/Classico

✉ Nørregade 53, 3. th.  
1165 København K

## Panamericana

✉ p.skovsted@panamericana.dk  
🌐 www.musicall.dk

## Playground Music Denmark

✉ info@playgroundmusic.com  
🌐 www.playgroundmusic.com

## RE:A:CH

✉ jb@remeegroup.com

## REO Records

✉ jof@mail.dk  
🌐 www.robinentertainment.dk

## Sandrew Metronome

✉ info@sandrewmetronome.com  
🌐 www.sandrewmetronome.com

## Sony Music

✉ info@sonymusic.dk  
🌐 www.sonymusic.dk

## SteepleChase Productions

✉ webmaster@steeplechase.dk  
🌐 www.steeplechase.dk

## Sundance Music

✉ sundance@sundance.dk  
🌐 www.sundance.dk

## Target Group

✉ michael@targetgroup.dk  
🌐 www.targetgroup.dk

## Tigerspring

✉ info@tigerspring.net  
🌐 www.tigerspring.net

## Tutl

✉ tutl@post.olivant.fo  
🌐 www.tutl.com

## Universal Music

✉ frontdesk@umusic.com  
🌐 www.universal.dk

## Warner Music Denmark

✉ dk.kontakt@warnermusic.com  
🌐 www.warnermusic.dk

FOTO: TOPPER

# GILLI

Melankoli, melodi og nerve er grundelementer i Gillis aktuelle succes. Med hits som *C'est la vie* og *Tidligt op* har den 24-årige rapper gjort både radiostationer og streamingtjenester til sine hjemmebaner i løbet af de seneste år. Rejsen fra dyb undergrund til hvermandseje kulminerede senest med prisen Årets Danske Hit for netop *C'est la vie* ved Danish Music Awards i november 2016.



# Del Musikelskaber 2016 – tal og perspektiver

