

Forældet lovgivning hæmmer væksten i dansk musik

Danskerne streamer musik som aldrig før. Men der er stor forskel på, hvor meget streamingtjenesterne betaler for musikken. Det viser musikselskabernes nøgletal for 2016, som bliver offentliggjort i dag.

Der er fortsat vækst i dansk musik. Fra 2015 til 2016 voksede musikselskabernes indtægter med 9 %, og musikselskabernes samlede omsætning endte i 2016 på 494 mio. kr. Selvom væksten er til stede, står den dog ikke mål med det store digitale forbrug af musik. Markedet for musik er nemlig præget af ulige vilkår for streamingtjenesterne.

Den samlede indtjening fra streaming var i 2016 392 mio. kr. Heraf bidrog tjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music med hele 381 mio. kr. YouTube bidrog til gengæld kun med 11 mio. kr. svarende til 2,8 % af indtægterne fra streaming. Det på trods af at den amerikanske gigant er den mest populære musiktjeneste i Danmark.

Fair konkurrence og fair betaling

Grunden til, at YouTube undslår sig at betale fuld pris for musikken på lige fod med sine konkurrenter, er, at streamingtjenesten henviser til en EU-lovgivning, som blev vedtaget i starten af det nye årtusinde. Den siger, at passive teknologiske platforme ikke kan stilles ansvar for de aktiviteter, som foregår på platformen.

Henrik Daldorph, der er bestyrelsesformand i musikselskabernes brancheorganisation IFPI, mener loven giver god mening. Han understreger dog samtidig, at den aldrig har været tiltænkt tjenester som YouTube, der tjener penge på aktivt at formidle musik til forbrugerne:

”Musiklivets indtægter fra YouTube svarer vel til, hvad et par pølsevogne omsætter for på Rådhuspladsen. Det skriger til himlen, når man tænker på, hvor populær tjenesten er. Derfor er der behov for, at politikerne gør lovgivningen mere tidssvarende. Formålet bør være at skabe fair konkurrence og afspejle den digitale virkelighed, vi lever i.”

TDC Group, der står bag musiktjenesterne YouSee Musik og Telmore Musik, er en af de store bidragsydere til den danske musikbranche, og de håber, at danskernes appetit på streaming fortsætter. Mediedirektør Christian Morgan udtaler:

”Vi er glade for at bidrage til væksten i dansk musik. Hvis vi også vil have et spændende musikliv om 10 år, er det selvfølgelig vigtigt, at os der formidler musik til danskerne, betaler en fair pris til dem, der leverer musikken. Jeg håber derfor, at man også fra politisk side vil være med til at sikre en bæredygtig digital udvikling i musikbranchen.”

Vinylsalg større end YouTube

I kontrast til de lave indtægter fra YouTube fortsætter vinylsalget med at vokse. Vinyl udgør kun 4,8 % i markedet mod streamingandelen på 79,4 % af markedet. Alligevel er omsætningen fra vinylsalget over dobbelt så stor som omsætningen fra Danmarks mest populære streamingtjeneste YouTube. I 2016 indbragte salg af vinyl 23,9 mio. kr. til musikselskaberne mod YouTubes små 11 mio. kr. Det svarer til en vinylvækst på mere end 93 % sammenlignet med 2015, hvor salget af vinyl indbragte 12,4 mio. kr.

Nøgletal 'Musikselskaber 2016'

Det samlede marked

- Den samlede omsætning: 494 mio. kr. Det er en vækst på 9 % fra 2015, hvor omsætningen var 453 mio. kr.
- Omsætning fra streaming: 392 mio. kr. Det er en stigning på 21,3 % fra 2015, hvor omsætningen var 323 mio. kr.
- Omsætning fra cd'er: 31 mio. kr. Det er et fald på 49,7 % fra 2015, hvor omsætningen var 62 mio. kr. CD-salget udgør 6,3 % af den samlede omsætning.
- Omsætning fra download: 46 mio. kr. Det er et fald på 15 % fra 2015, hvor omsætningen var 55 mio. kr.
- Omsætning fra vinyl: 23,9 mio. kr. Det er en stigning på 93,4 % fra 2015, hvor omsætningen var 12,4 mio. kr.

Det digitale marked

- Det digitale marked udgør 88,8 % af det samlede marked svarende til 438 mio. kr.
- Streaming udgør 79,4 % af den samlede omsætning svarende til 392 mio. kr.
- Download udgør 9,4 % af den samlede omsætning svarende til 46 mio. kr.

Vinyl

- Vinylsalget udgør 4,8 % af markedet i 2016. I 2015 udgjorde det 2,7 % af markedet.
- Vinylsalget udgør i 2016 43,9 % af det fysiske salg.
- 12 % af danskerne i alderen 16-70 år lytter til musik på vinyl.

Danskerne og streaming

- 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.
- Streaming er danskernes foretrukne musikformat. 39 % af de 16-70 årige foretrækker streaming til at høre musik.
- Danskerne streamer hver eneste dag mere end 1 million forskellige titler på streamingtjenesterne.
- I 2016 afspillede danskerne en sang på en streamingtjeneste 7,1 mia. gange.

Dét betaler YouTube til udøvende musikere og musikselskaber

- YouTube er den mest udbredte streamingtjeneste i Danmark. 59 % af streamingbrugere i alderen 16 – 70 anvender YouTube til at høre musik.
- Musikselskabernes indtægter fra YouTube og lignende tjenester udgør 2,8 % af de samlede indtægter fra streaming i 2016.
- Musikselskabernes indtægter fra YouTube er 11 mio. kr. i 2016. Til sammenligning er musikselskabernes indtægter fra tjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music 381 mio. kr. i 2016.
- YouTube betaler 8 kr. per bruger om året til udøvende musikere og musikselskaber, mens abonnements tjenester som Spotify Premium, YouSee Musik og Apple Music betaler 221 kr. per bruger om året.

Fakta om lovgivningen og den aktuelle konkurrenceforvridning

2000: Fra politisk side ønsker man at stimulere den teknologiske infrastruktur til samfundets og borgernes bedste. Tanken er, at virksomheder i sagens natur ikke skal kunne stilles til ansvar, hvis eksempelvis servere og fiberkabler, som blot er passive teknologiske løsninger, bliver brugt til ulovlige formål af andre mennesker. Det fører til, at man i 2000 vedtager en såkaldt safe harbour i e-handelsdirektivet i EU, som sikrer leverandører af passive tekniske løsninger.

2005: YouTube ser dagens lys for første gang til glæde for forbrugere verden over.

2006: YouTube bliver opkøbt af Google. Tjenesten bliver en særdeles populær kanal for musik og musikvideoer. Ifølge [Wikipedia](#) er 76 af de 80 mest populære videoer på YouTube musikvideoer. Med henvisning til safe harbour i e-handelsdirektivet afviser YouTube at indgå fulde licensaftaler med musikleverandørerne.

2008: Spotify ser dagens lys i Stockholm. I den følgende årrække bliver streaming af musik særdeles populært blandt musikforbrugere og bidrager blandt andet til, at streaming i 2016 udgør 79,4 % af det samlede marked for indspillet musik i Danmark. Spotify og andre abonnements tjenester indgår fra starten fulde licensaftaler med musikleverandørerne.

2015: Musikselskabernes utilfredshed med lovgivningen vokser på globalt niveau. Streaming er nu mange steder den indspillede musiks vigtigste indtægtskilde. Derfor er det en torn i øjet på musikbranchen og de øvrige streamingtjenester, at en stor aktør som YouTube nægter at operere på markedsvilkår med henvisning til safe harbour. I musikbranchen kan man ikke forstå, at en streamingtjeneste, der aktivt udbyder musik ligesom andre streamingtjenester ikke agerer efter samme lovgivning.

2016: EU-kommissionen fremsætter forslag til copyright-direktiv for at tilpasse ophavsretten til den digitale virkelighed. Selvom copyright-direktivet ikke er beslægtet med e-handelsdirektivet fra 2000, har man her mulighed for at præcisere, at tjenester, der aktivt udbyder eksempelvis musik, film og bøger ikke kan påberåbe sig safe harbour.

2017: Kommissionens forslag til copyright-direktivet behandles af EU-parlamentet og Ministerrådet med henblik på at vedtage et endeligt direktiv. Dette arbejde involverer også de nationale regeringer, som skal forberede sine standpunkter til behandlingen i Ministerrådet. I forbindelse med at skelne mellem passive tekniske leverandører og aktive tjenester er det særligt direktivets artikel 13 og betænkning 37 og 38, der er interessant.



Citater til brug i pressedækning

Rasmus Rex Pedersen, ph.D. og Adjunkt i musikbranchestudier (RUC / RMC)

"Musikbranchen har vist vejen for en digital fremtid ved at understøtte udviklingen og udbredelsen af musikstreaming. Men hvis dette skal omsættes til en bæredygtig økonomi for dem, der skaber musikken, er det nødvendigt at sikre, at vilkårene for at præsentere musik på en streamingtjeneste forhandles fra et ligeværdigt udgangspunkt mellem musik- og teknologibranchen."

Anders Lassen, Direktør i Koda

"De store onlinetjenester som for eksempel YouTube tjener en meget stor del af deres penge på at bruge musikskabernes indhold, men på grund af en forældet lovgivning betaler de enten intet eller meget lidt for dette indhold. Dette er både urimeligt overfor musikskaberne og overfor konkurrerende onlinetjenester som for eksempel Spotify, der netop er forpligtet til at betale. Vi arbejder derfor i fællesskab med blandt andre IFPI intensivt for, at politikerne vil justere deres foreløbige udkast til et nyt ophavsretsdirektiv, så de store onlinetjenester en gang for alle bliver forpligtet til at betale for musikskabernes arbejde."

Yderligere citater fra Henrik Daldorph, Formand for IFPI

"YouTube betaler 8 kr. om året per bruger til musikere og musikselskaber. Til sammenligning indbringer andre abonnements-tjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music 221 kr. per bruger om året. Det fortæller en forholdsvis tydelig historie om, at der er noget helt galt med vilkårene i markedet."

og

"Hvis man vil sikre nogle forhold, som er en moderne markedsøkonomi værdig, kan man starte med den aktuelle reform af ophavsretten på EU-niveau. Her bør politikerne indskærpe, at tjenester som aktivt formidler indhold til offentligheden selvfølgelig er underlagt ophavsretten."