

Hvert år mødes økonomer og forskere fra hele verden for at gøre status og se ind i fremtiden, når det gælder de økonomiske aspekter af kulturlivet. Denne sommer blev konferencen 'International Conference on Cultural Economics' afholdt på Frederiksberg, og et af de helt store omdrejningspunkter var piratkopiering, digitalisering og copyright. Læs her om de resultater og tendenser, der er særligt interessante for fremtiden i musikindustrien.

Af Sanne Arvin

Fra piratkopiering til selvrefleksion



At piratkopiering er en ualmindelig skidt disciplin bekræftes af førende økonomer, der varslers om svimlende økonomiske tab på trecifrede milliardbeløb samt millioner af tabte arbejdspladser. Ny forskning peger dog på, at det måske ikke er piraterne, man skal koncentrere sig om, hvis man vil vende nedtur til optur i musikindustrien. Tværtimod kan en del af problemerne ligge indbygget i industrien selv.

Piraterne koster kroner og arbejdspladser

Det er alment kendt, at musikbranchen hvert år mister indtægter på grund af piratkopiering. I kølvandet på dette er der mange bud på, hvordan musikere og pladeselskaber må se i øjnene, at man i fremtiden ikke kan tjene særlig mange penge på direkte salg af musik.

Digital piratkopiering er fortsat tiltagende og den største kilde til økonomiske tab i EU's kreative brancher som musik-, film- og tv-produktion. Eksempelvis kostede piratkopiering i 2008 omkring 73 milliarder kroner og i nabolaget af 185.000 arbejdspladser, viser en økonomisk rapport udarbejdet af Tera Consulyans.

Forskerne bag rapporten har ud fra forskellige beregningsmodeller estimeret, hvad piratkopiering vil komme til at koste EU i fremtiden. Et konservativt bud er, at piratkopiering i år 2015 vil koste omkring 234 milliarder kr. I lyset af den digitale udvikling anslås



”Et af mine hovedargumenter er, at det måske er tid til at reevaluere hele forretningsmodellen for musikindustrien, fordi den er baseret på en virkelighed, der eksisterede for årtier siden.”

– Forsker Daniel Nordgård

det dog at være mere realistisk, at piratkopiering i 2015 vil koste EU omkring 188 milliarder kr. og omkring 1,2 millioner arbejdspladser i 2015.

Selvom piratkopiering udgør den største årsag til det hastigt faldende salg i musikindustrien, fremhæves det i rapporten, at en del af den tabte fortjeneste også kan tilskrives manglen på legitime digitale forretningsmodeller, der kan opveje de gratis uautoriserede services.

Tid til selvrefleksion

At manglen på digitale forretningsmodeller kan være en del af forklaringen på en musikin-

dustri på katastrofekurs bliver taget meget alvorligt på universitetet i Adger i Norge. Daniel Nordgård, der også fremlagde sit forskningsprojekt på konferencen på Frederiksberg, har nemlig hellegit de næste tre år til at forske i emnet. Fokus ligger hverken på piratkopiering eller beskyttelsen af copyright. Tværtimod sætter projektet spørgsmålstegn ved, om det store fokus på piratkopiering er medvirkende til, at musikbranchen overser helt afgørende faktorer. Faktorer som industrien rent faktisk selv har indflydelse på.

Forklaringen på de millioner af kroner, musikindustrien har mistet det seneste årti, findes stort set

altid samme sted: Piratkopiering. Men Daniel Nordgård mener, at fokus skal lægges et andet sted:

”Et af mine hovedargumenter er, at det måske er tid til at reevaluere hele forretningsmodellen for musikindustrien, fordi den er baseret på en virkelighed, der eksisterede for årtier siden.” Nordgård fremhæver samtidig, at det er ved at fokusere på dette, at man på sigt også mest effektivt bekæmper piratkopiering.

Juridiske spændetrojer

En faktor, der diskuteres i forskningsprojektet, er, hvor tidskrævende og rigtigt det juridisk set er at sælge musik på nettet. Det fremhæves, at copyrightreglerne er baseret på et forældet regime, hvor industrien havde kontrol over landegrænser og kunne bestemme, hvem der kunne lytte til hvad hvornår. Det betyder bl.a., at man må sætte sig ind i reglerne for hvert enkelt geografisk område, for hvert enkelt musiknummer. Med digitaliseringen siger det sig selv, at der i dag ingen mulighed er for at have kontrol over eksempelvis den geografiske distribution af digital musik. Beslutningstagerne er begyndt at få øjnene op på dette, og der arbejdes bl.a. i EU med muligheden for et fælles digitalt marked, men der er altså stadig ikke fundet nogen endelige løsninger på problemet.

De komplicerede copyrightregler forklares bl.a. som en mulig kilde til manglende innovation og investeringer i musikindu-

strien. At opfylde alle copyrightforpligtigelser kan ofte være så kompliceret, at det på forhånd er uforudsigeligt for investorer, hvor meget tid og hvor mange ressourcer det indebærer. Ofte involverer dette, at investorerne må betale for juridisk ekspertise, og selve processen med at sikre at alle copyrightforpligtigelser er opfyldt, kan ende med at koste mere end en investor nogen sinde kan tjene på selve investeringen.

"Et eksempel på dette kommer fra filmindustrien. På en filmkonference, jeg deltog i tidligere på året, blev det bl.a. pointeret, at den største juridiske udfordring ved at lave film er at sikre rettighederne omkring den musik, der bliver brugt i filmen," fortæller Nordgård. Han fremhæver det groteske i, at det mest omfattende papirarbejde i en filmproduktion altså handler om de juridiske rettigheder til soundtracks, hvilket ikke ligefrem er befordrende for investeringer i musikindustrien.



International Conference on Cultural Economic blev afholdt på CBS på Frederiksberg.

Storhed og fald

En anden af de forklaringer, der anslås som medvirkende til de store økonomiske tab i pladebranchen er, at pladeselskaberne i deres konstruktion ikke er omstillingsdygtige og gearet til de nye digitale måder at distribuere musik på. Nogle af de største debattører og kritikere af digital fildeling er de store pladeselskaber, og det

er netop de største pladeselskaber, der er de mindst fleksible i forhold til at tilpasse sig nye tider. For at forklare dette henvises til den ekstreme økonomiske succes, pladeselskaberne oplevede med cd'ens fremmarch. Dette betød, at pladeselskaberne kom på Wall Street som aktieselskaber og blev forvandlet til gigantiske forretnin- ger med en meget lille fleksibilitet.

Da den digitale revolution gjorde sit indtog i musikbranchen, kunne de på grund af disse virksomheds- konstruktioner ikke gøre så meget andet end at prøve at bekæmpe udviklingen i stedet for omstille sig til den nye virkelighed.

Nye tider om vi vil det eller ej

At bekæmpe den digitale revolution fremhæves dog som en mildest talt vanskelig strategi. Det diskuteres, hvorvidt helt nye forretningsmodeller for lovligt salg af musik ikke allerede er en realitet, som alle i branchen bliver nødt til at forholde sig til.

Nordgård fremhæver, at et tegn på denne nye realitet er, at der i perioden 2008-2009 blev registreret et drastisk fald på omkring 30 % i ulovlige downloads i Norge. Dette fald i piratkopiering har dog ikke betydet en ellers forventelig stigende indtægt i pladebranchen i samme periode.

Disse tal antyder, at der ikke er den direkte forbindelse mellem piratkopiering og salg af musik, som det ellers antages i de fleste

>>

When you want strings that sound and feel great.

Gig after gig.



Finally, strings with great tone that last **3-5x longer**. Buy fewer sets of strings, change them less often and trust that your guitar is ready to go whenever you are.

www.elixirstrings.com

Elixir
strings



Fald i piratkopiering betyder ikke stigende indtægt i pladebranchen.

undersøgelser på området. I stedet peges på en anden mulig årsag til de færre ulovlige downloads: Spotify og beslægtede musiksites, der netop har vundet indpas i samme periode. På denne type sites ejer brugerne ikke musikken, men betaler for adgang til den.

"Dette burde være gode nyheder for musikindustrien," mener Daniel Nordgård. "For det viser, at musikindustrien er i berøring med en model, som publikum godt kan lide, og det er meget vigtigt at være opmærksom på, at forbrugervanerne allerede har ændret sig," fortsætter han.

Spotify er stærkt kritiseret for det meget dårlige afkast,

kunstnerne i sidste ende får for deres musik, hvilket også flere gange er blevet debatteret her i MUSIKEREN. Alligevel mener Daniel Nordgård, at Spotify og tjenestens markante succes peger i en vigtig retning. Nemlig mod, at der findes forretningsmodeller, der egner sig til den nye realitet i musikindustrien, og at brugerne stadig gerne vil betale for musik frem for at benytte sig af ulovlige alternativer.

Den nye indtægtsform

"Den specifikke Spotify-model er ikke god, eller det er i hvert fald ikke den bedste model, fordi det er åbenlyst, at musikken må koste

"Min pointe er ikke, at kunstnerne skal stille sig tilfreds med det beløb, de får på Spotify. Jeg understreger bare, at pladeindustrien bliver nødt til at begynde at arbejde med disse modeller"

– Forsker Daniel Nordgård

Heavy metal for ørerne?
- beskyt dem mod høreskader

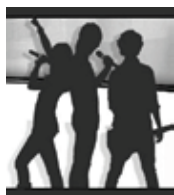
Audiovox fremstiller individuelt formstøbte musikerhørevern.

Intet går tabt. Du får stadigvæk den samme musikoplevelse, blot på et lavere niveau. De er derfor ideelle, hvis du ikke vil gå på kompromis med lydkvaliteten.

Pris for hørevern til musikere kun 1.499,-

Ring 3940 1050 og hør nærmere.
www.audiovox.dk

Musiklejr



Jam
Musiklege
Studiooptagelser
Prøv nye instrumenter
Sangskrivning
Demo CD
Hygge

6 dage – 2.100 kr (incl mad)

www.musiklejr.dk



mere, end den gør lige nu,” understreger Nordgård. Han mener dog, at Spotify er meget interessant, fordi denne form for streaming vidner om en kløft imellem to forskellige kendte indtægtsmodeller i musikbranchen:

”Den ene kendte model indebærer, at du betaler et bestemt beløb, hvis du anskaffer noget musik, eksempelvis køber en cd. Det er den model, man har overført til salget af downloads på nettet. Den anden indtægtsmodel er broadcasting-indtægten. Den indtægtskilde som streamingerne i Spotify-modellen udgør, befinder sig et sted imellem de to kendte modeller, og musikindustrien har ikke identificeret denne nye model endnu. Det er netop min pointe, at musikindustrien bliver nødt til at genforhandle hele forretningsmodellen, fordi der findes denne distributionsform, der slet ikke passer ind i den traditionelle model.”

Nordgård forklarer, at en del af kritikken af Spotify kan skyldes, at modellen netop ikke passer ind i den måde indtægtskilderne i musikbranchen normalt tænkes på:

”Der er et meget omdiskuteret eksempel, hvor Lady Gaga klager over kun at tjene 164 dollars for en million streaminger på Sportify. Tilsvarende kan man sige, at hvis et af mine numre eksempelvis bliver spillet på den største radiokanal i Norge, der ca. har en million lyttere, får jeg ca. 40 norske kr. I begge tilfælde når musikken ud til en million lyttere, men der er altså flest penge at hente hos Spotify.”

Med dette eksempel understreger Daniel Nordgård afslutningsvis, at der efter hans mening stadig er penge at tjene i musikindustrien, men overlevelse og succes i høj grad afhænger af industrien selv:

”Min pointe er ikke, at kunstnerne skal stille sig tilfreds med det beløb, de får på Spotify. Jeg understreger bare, at pladeindustrien bliver nødt til at begynde at arbejde med disse modeller, hvis de vil overleve, og jeg mener også, de har en rigtig god mulighed for at ændre deres egen virkelighed ved at gøre det.”

Læs mere om konferencen på www.acei2010.com

Studiomaster
since 1976

Importør:
SC SOUND A/S
Tel.: +45 4399 8877
mail@sc-sound.dk
www.sc-sound.dk