



MUSIKBRANSCHEN I SIFFROR

STATISTIK FÖR 2009–2014

OM MUSIKSVERIGE

Musiksverige är intresseorganisationen som kommunicerar och driver musikbranschens samlade frågor. Vi samlar artister, kompositörer, textförfattare, musiker, managers, producenter, musikbolag, musikförlag och musikutbildningar i Sverige. Vår uppgift är att ge den svenska musiken bästa möjliga förutsättningar att skapas, utvecklas och spridas, bland annat genom samverkan med andra kreativa branscher, myndigheter och departement.

Grundare är SAMI (Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisation), Musikerförbundet, Symf (Sveriges Yrkesmusikerförbund), Stim (Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå), FST (Föreningen Svenska Tonsättare), Musikförläggarna, SKAP (Sveriges kompositörer och textförfattare), Ifpi Sverige (International Federation of the Phonographic Industry) och SOM (Svenska Oberoende Musikproducenter).

Nätverksmedlemmar är SSES (Swedish Sound Engineers Society), Sveriges Dragspelares Riksförbund, MBIN (Music Business Independent Network), MMF (Music Managers Forum Sweden) och Föreningen Musikbranschutbildningar.

Läs mer om Musiksverige på musik sverige.org

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRORD	5
OM MUSIKSVERIGES STATISTIK	6
STATISTIKENS OMFATTNING OCH AVGRÄNSNINGAR	8
SAMMANFATTNING	10
DEN SVENSKA MUSIKMARKNADEN 2014	12
DEN SVENSKA MUSIKMARKNADENS UTVECKLING 2009–2014	14
UPPHOVSRÄTTSLIGA INTÄKTER	16
INTÄKTER FRÅN INSPELAD MUSIK	24
KONSERTINTÄKTER	28
INTÄKTSFÖRDELNING I MUSIKBRANSCHEN	31
AVSLUTANDE REFLEKTIONER	32
SYSSELSÄTTNING I MUSIKBRANSCHEN	34
ORDLISTA	36



FÖRORD

När vi 2008 tog initiativ till att bilda Musiksverige fanns behovet av tillförlitlig branschstatistik högt på agendan. Det känns bra att vi 2015 kan presentera musikbranschens statistik för femte gången och att den fortsätter att visa på en bransch som utvecklas mycket väl – mellan 2009 och 2014 med en omsättningsökning på 25 procent.

Samtidigt som vi gläds åt musikbranschens tillväxt ska vi komma ihåg att omsättningstalet bara visar på en dimension av ekonomin. Att enbart studera omsättningen, ger oss inte tillräcklig kunskap om företagens vinster, artisters och musikers eller låtskrivares levnadsvillkor och inte heller hur de ekonomiska ersättningarna fördelas inom branschen. För att på djupet kunna beskriva en branschs framgång, måste vi naturligtvis även ha den kunskapen.

I årets rapport är vi därför stolta över att för första gången presentera en bild över intäktsfördelningen. Denna nya statistik visar att knappt en procent av företagen står för över hälften av intäkterna. Tre procent av företagen står för 70 procent av intäkterna, och när vi kommer upp till 13 procent av företagen har vi ringat in 86 procent av omsättningen.

Kunskap som den här är en viktig bas för förändring. Men för att musikbranschen ska blomstra behövs också goda förutsättningar för både skapande och för investeringsvilja. Värnande om upphovsrätten är en sådan förutsättning. En annan, lika viktig, är att musikmarknadens olika aktörer agerar under schyssta villkor. En tredje förutsättning är ökad transparens kring dessa villkor.

Med en stark upphovsrätt och schyssta, transparenta villkor kommer musikbranschen att kunna fortsätta skapa både arbete och inkomst för tiotusentals människor, generera exportintäkter, fungera som ett säljverktyg för andra produkter och tjänster och viktigast av allt; att vara en kulturbärare för mänskligt välbefinnande.

Stefan Lagrell

Styrelseordförande, Musiksverige

OM MUSIKSVERIGES STATISTIK

Musiksverige har sedan 2010 tagit fram statistik över den svenska musikbranschens omsättning i form av intäkter som genererats via laglig distribution på den inhemska marknaden och exportmarknaden. Det här är således det femte året av uppföljande mätningar av musikbranschens intäkter. Nytt för i år är att vi inte bara samlat in data för år 2014, utan även historiska data som sträcker sig tillbaka till 2009 för hela den samlade musikbranschen, och tillbaka till 2007 för konsertområdet.

Rapporten analyserar den svenska musikbranschens intäktsutveckling utifrån de tre kategorierna *upphovsrättsliga intäkter*, *intäkter från inspelad musik* och *konsertintäkter*. Intäkststyperna beskrivs närmare i de avsnitt de presenteras i rapporten.

Den totala omsättningen för den samlade musikbranschens alla genrer inkluderar:

1. Upphovsrättsliga intäkter som genereras när musik framförs exempelvis i radio, på tv, internet eller i bakgrunden på restauranger med mera.
2. Intäkter för inspelad musik som säljs i form av prenumerationsabonnemang på strömmad musik, eller som nedladdningar eller fysiska skivor.
3. Konsertintäkter i samband med festivaler och konserter.

Upphovsrättsliga intäkter är grundstenen i musikbranschens ekonomi. De är en del av det totala värdet av all försäljning av både inspelad musik och konsertbiljetter. Både intäkter från inspelad musik och konsertintäkter avser hela marknaden och priset mot konsument.

En arbetsgrupp har garanterat att data lämnats och även granskat rapporten. Arbetsgruppen har i likhet med tidigare år bestått av chefer och experter i Musiksveriges medlemsorganisationer.

Ekonomie doktor Linda Portnoff, vd på Musiksverige, har sammanställt statistiken och författat rapporten och Sofia Thurn, projektledare på Musiksverige, har koordinerat arbetet.



STATISTIKENS OMFATTNING OCH AVGRÄNSNINGAR

Musiksverige har publicerat statistikrapporter sedan 2012 och sedan dess har statistiken uppdaterats årligen. Över lag har samma mätmetoder tillämpats från år till år, vilket ger en jämförbarhet över tid. I de fall en metod har ändrats har även historiska data omräknats utifrån den nya metoden för att bibehålla jämförbarheten.

Den här rapporten beskriver den samlade svenska musikbranschens intäktsutveckling från 2009 till 2014. Över den här femårsperioden har musikbranschen blivit alltmer digital och global. De nätverk där musiken skapas sträcker sig över alla möjliga sorters gränser – både geografiska och organisatoriska. Detta gör kartan över finansiella flöden stundtals svår att överblicka, och dessutom är den inte statisk utan den behöver ritas om i takt med utvecklingen. I arbetet som ligger bakom den här rapporten med att samla in data har därför några av de intäkter som presenterats i tidigare rapporter omklassificerats och reviderats efter diskussioner med dataleverantörerna.

I år har vi också bytt beräkningsmetod och datakälla till Statistiska Centralbyrån för att fastställa konsertintäkterna. Den nya metoden innebär en revidering av tidigare års siffror, som gör att konsertintäkterna hamnar på en något högre nivå, men trenden är densamma som tidigare. Övriga revideringar som gjorts av tidigare års siffror diskuteras i anslutning till de avsnitt där de presenteras.

Vid sidan av musikbranschintäkternas utveckling har också andra aspekter av musikbranschen belysts i tidigare publicerade rapporter från Musiksverige.

Musikbranschen i siffror – statistik för 2013 beskriver också bakgrunden till, och syftet med, kollektiv förvaltning av rättigheter. Här ges en inblick i hur ett upphovsrättssällskap arbetar.

Musikbranschen i siffror – statistik för 2012 innehåller ett avsnitt om sysselsättning och könsfördelning. Då skrev vi att ungefär 9000 personer, eller var tusende person i Sverige, arbetar inom musikbranschen och 18 procent av vd-befattningarna innehas av kvinnor. I slutet av årets rapport har vi uppdaterat denna statistik med färsk siffror. I *Musikbranschen i siffror – statistik för 2012* diskuteras också upphovsrättens betydelse och konsertmarknadens utveckling ur de tre största svenska livebolagens perspektiv.

I rapporten *Musikbranschen i siffror – statistik för 2011* betonas särskilt att de svenska musikexportintäkterna endast utgör en liten del av musikens totala värde i utlandet. Vissa ekonomiska värden i utlandet ingår inte i det statistiska underlaget i Musiksveriges rapporter – till exempel producentintäkter som inte registreras i svenska bolag, gager till svenska musiker och artister som betalas ut via utländska konsertbolag, samt intäkter till svenska upphovspersoner anslutna till utländska upphovsrättssällskap.

Varumärkesvärden för Sverige som framgångsrik musiknation har inte heller tillmätts ekonomiska värden utan vi följer utvecklingen av de intäkter i musikbranschen som vi kan uppmäta med hög tillförlitlighet – det vill säga intäkter som direkt kan hänföras till musikförsäljning, liveframträdanden, musik användning i radio och dylikt. Försäljning av musikinstrument eller högtalare, löner till musiklärare eller musikvideoregissörer är inte medräknat i statistiken, för att ta några exempel. Att musikbranschen skapar arbetstillfällen och omsättning i helt andra branscher är inte heller någonting som vi försökt kvantifiera, även om alla vet att så är fallet.

Den första rapporten *Musikbranschen i siffror – statistik för 2010* innehåller ett längre metodavsnitt, och för den metodintresserade läsaren kan vi också hänvisa till den separata publikationen *Musikbranschen i siffror – metodutveckling*.

Alla Musiksveriges tidigare rapporter finns tillgängliga på www.musiksverige.org

SAMMANFATTNING

- Den svenska musikbranschs intäkter i Sverige och från utlandet uppgick under 2014 till 8,2 miljarder kronor vilket motsvarar en ökning med fem procent jämfört med föregående år.
- Musikbranschs totala intäkter utgörs till 51 procent av konsertintäkter, 27 procent av upphovsrättsliga intäkter och 22 procent av intäkter från inspelad musik.
- På fem år, mellan 2009 och 2014, har den svenska musikbranschs intäkter ökat med 1,6 miljarder kronor. Det motsvarar en ökning med nästan en fjärdedel. Drygt en halv miljard av denna intäktsökning utgörs av exportintäkter.
- Musikexporten uppgick 2014 till drygt 1,5 miljarder kronor och ökade med 29 procent jämfört med föregående år.
- Svenska konserter och turnéer utomlands inbringade 421 miljoner kronor 2014. Det kan jämföras med den svenska konsertexporten 2007 som var 726 miljoner kronor. Den drastiska minskningen av konsertexportintäkter indikerar att den svenska musikbranschen riskerar att förlora kompetens när det gäller att underhålla och utveckla en global och exportorienterad musikmarknad.



A black and white photograph of two men in a crowd. The man on the left is wearing a baseball cap with 'CINCINNATI' on it and a thick chain. The man on the right is wearing a beanie. A large, bold, red '+25%' is superimposed over the center of the image.

INTÄKTERNA I DEN SVENSKA MUSIKBRANSCHEN HAR ÖKAT MED 25 % MELLAN 2009 OCH 2014

DEN SVENSKA MUSIKMARKNADEN

Den svenska musikmarknaden omsatte nästan 8,2 miljarder kronor 2014, vilket motsvarar en ökning på cirka fem procent jämfört med året innan. Siffran inkluderar försäljning både på den inhemska marknaden och på exportmarknaden.

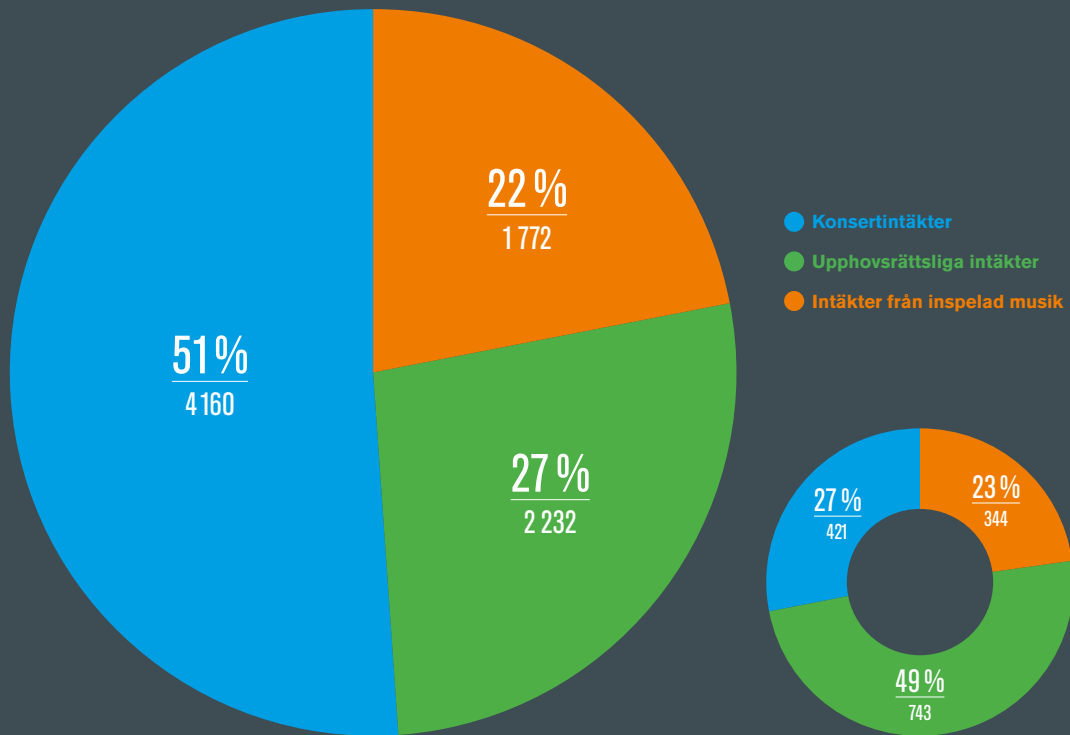
När vi skriver inhemska musikförsäljning avser vi betalningar för musikkonsumtion i Sverige. Det betyder att exempelvis konsertintäkter från de utländska artisterna Pearl Jam eller Justin Timberlake som spelade i Sverige 2014 inräknas i den inhemska marknadens intäkter, medan svensk musik som framförts i utlandet räknas som exportintäkter – i de fall intäkterna tas upp i Sverigeregistrerade bolag. Svenska upphovspersoner, artister och musiker, förlag, och musikbolag som får musik de äger rättigheterna till framförd exempelvis i radio, på tv eller via internet utomlands utgör alltså exempel på upphovsrättslig musikexport. Vid exempelvis ett svenskt musikbolags licensiering till en part i ett annat land, uppstår en exportintäkt för inspelad musik hos det svenska bolaget.

I likhet med tidigare år stod *konsertintäkterna 2014* för drygt hälften av de totala intäkterna. De uppgick till 4,2 miljarder kronor och representerade därmed 51 procent av musikbranschens samlade intäkter från den inhemska marknaden och exportmarknaden. Konsertintäkterna ökade med två procent mot 2013, vilket är en lägre ökningstakt än tidigare. *Upphovsrättsliga intäkter* stod för 27 procent och uppgick till 2,2 miljarder kronor, vilket motsvaras av en ökning med elva procent jämfört med 2013. *Intäkter från inspelad musik* utgjorde 22 procent av de totala intäkterna och motsvarade 1,8 miljarder kronor – en ökning med sju procent jämfört med föregående år.

Exporten på 1,5 miljarder kronor år 2014 stod för 18 procent av den svenska musikbranschens totala omsättning. Det är den högsta exportandel som uppmätts sedan 2009. Sammantaget ökade den svenska musikexporten under året med 335 miljoner kronor – en 29-procentig ökning jämfört med 2013.

Om vi analyserar musikbranschintäkterna ur ett exportperspektiv ser vi att den procentuella fördelningen förändras. Här stod de upphovsrättsliga intäkterna för nästan hälften, 49 procent, av den totala exporten (743 miljoner kronor), följt av konsertintäkter 27 procent (421 miljoner kronor) och intäkter från inspelad musik 23 procent (344 miljoner kronor).

MUSIKMARKNADENS TOTALA INTÄKTER 2014



Figur 1: Fördelning av musikbranschens totala intäkter 2014 från inhemsk marknad och export, uppdelad på intäktslag (miljoner kronor)..

Figur 2: Svenska musikexportens intäktsfördelning 2014 (miljoner kronor).

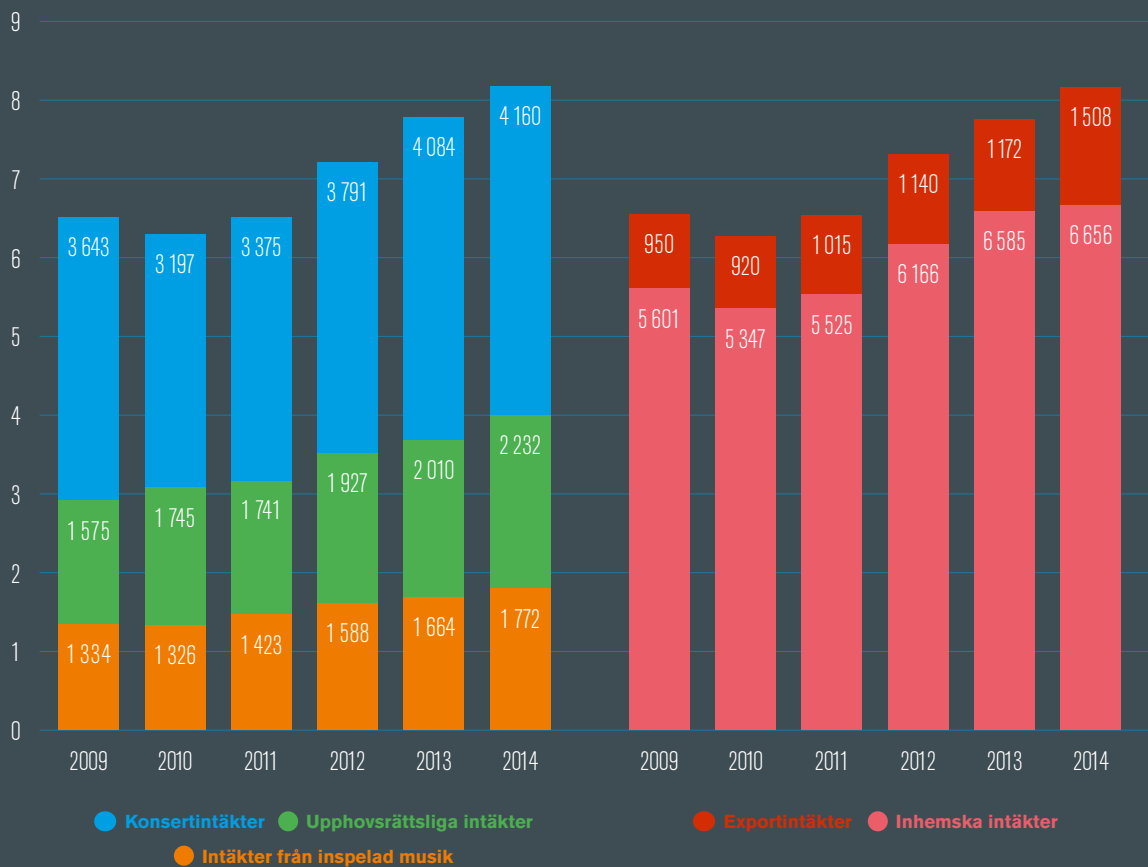
DEN SVENSKA MUSIKMARKNADENS UTVECKLING 2009–2014

Denna rapport tar inte hänsyn till effekter av växelkursutvecklingen. Generellt gäller att när kronan är stark gentemot en utrikes valuta påverkar det exportintäkterna negativt. Trots att kronans växelkurs varit stark 2009–2013 har vi kunnat uppmäta ökade musikexportintäkter varje år. Sedan första kvartalet 2013 har kronan försvagats gentemot en viktad korg av olika valutor, vilket ger en skjuts åt den svenska exporten. Musikexportintäkternas positiva utveckling under 2014 har således sannolikt gynnats av valutakursutvecklingen.

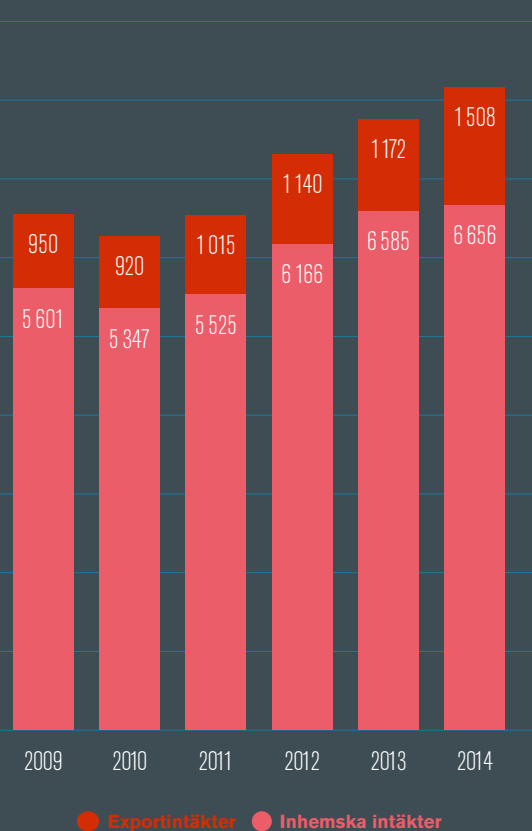
I diagrammen till höger ser vi först den svenska musikbranschens samlade intäkter från export och hemmamarknad uppdelade på intäktsslag. Därefter presenteras de samlade intäkterna nedbrutna för den inhemska marknaden och exportmarknaden.

I de följande avsnitten kommer varje intäktsområde att beskrivas och analyseras mer i detalj. Men övergripande kan vi se att efterfrågan på svensk musik är fortsatt stark både på hemmamarknaden och utomlands.

MUSIKMARKNADENS INTÄKTSUTVECKLING 2009–2014



Figur 3: Svenska musikmarknadens intäktsutveckling 2009–2014 (miljoner kronor).



Figur 4: Svenska exportmarknadens intäktsutveckling 2009–2014 (miljoner kronor).

UPPHOVSRÄTTSLIGA INTÄKTER

Upphovsrättsliga intäkter avser insamlad ersättning till kompositörer, arrangörer, textförfattare, musiker, artister, musikförlag, musikbolag och producenter. Vi inleder med en genomgång av vilka olika områden som genererar dessa upphovsrättsliga intäkter till rättighetshavarna, samt en beskrivning av hur stora intäkterna var år 2014. Därefter analyserar vi utvecklingen från 2009 till 2014.

UPPHOVSRÄTTSLIGA INTÄKTER 2014

Samtidigt som merparten (nästan 1,5 av 2,2 miljarder kronor år 2014) av de upphovsrättsliga intäkterna genererades på den inhemska marknaden, ligger Sverige i topp i internationella jämförelser av upphovspersoners internationella ekonomiska framgångar.¹ En ökning av den upphovsrättsliga exporten på knappt 18 procent innebär ytterligare 132 miljoner kronor jämfört med föregående år, vilket totalt under 2014 ger en exportintäkt på 743 miljoner kronor.

Intäkterna kan indelas i sex övergripande kategorier. Framföranderättigheter är den enskilt största kategorin. Den utgörs av intäkter från licenser för användning av bakgrundsmusik på restauranger, hotell, konserter, biografier och andra offentliga miljöer, samt musik i kommersiell tv, public service-tv, radio och närradio.² De totala intäkterna för denna användning uppgick år 2014 till cirka 1,3 miljarder kronor, vilket är en ökning med två procent mot föregående år.³

När musik konsumeras online, via exempelvis Spotify eller iTunes uppstår tekniskt sett både en typ av framförande och en typ av mekanisering. De intäkter som skapas till följd av onlinelyssnandet följer vi i kategorin *online*.⁴ Onlineområdet uppgick 2014 till 478 miljoner kronor. Tillväxten av

¹ Se exempelvis Waldfoegel J., & Ferreira F. (2013) "Pop Internationalism: Has Half a Century of World Music Trade Displaced Local Culture?" *The Economic Journal*, vol. 123, No. 569, s. 634–664.

² Gränsen mellan framföranderättigheter och online har varit rörlig, där online vuxit fram som en egen kategori över tiden. I praktiken består online till en del framföranderättigheter och en del mekaniska rättigheter. Stims onlineintäkter från export redovisas här inkluderade i framföranderättigheterna.

³ Upphovsrättsliga konsertintäkter från export år 2013 har reviderats ned med cirka 44 miljoner kronor på grund av dubbelräkning.

⁴ På grund av den snabba utvecklingen på onlineområdet utvecklas också metoderna att mäta och redovisa dessa intäkter inom berörda organisationer. Exportsiffror för mekaniska rättigheter och online vill vi förstå som avräkning till Stim från NCB från andra territorier förutom Sverige. På grund av byte av dataleverantör till NCB har också dessa tidigare kommunicerade siffror reviderats.



+18%

DEN UPPHOVSRÄTTSLIGA EXPORTEN ÖKADE MED 18 % FRÅN FÖREGÅENDE ÅR

onlineintäkter fortsätter och ökade med 57 procent från 2013. Ökningen beror till viss del på ett ökat onlinelyssnande på svensk musik i utlandet – både i form av nedladdningar och strömmade tjänster.

För intäkterna från licensiering av mekaniska rättigheter, som backade nästan en femtedel från 2012 till 2013, vände trenden. 2014 ökade de med fem procent, vilket innebär en intäkt på 169 miljoner kronor.

Intäkter från synkroniseringsrättigheter fortsätter att variera. En minskning på åtta procent föregående år vände detta år till en uppgång på sju procent och inbringade 168 miljoner kronor.

Privatkopieringsersättning och vidareändningsersättning uppgick till 46 miljoner kronor. Kabelersättningar ökade något och kopieringsrelaterade intäkter minskade något. Detta då kopiering för enskilt bruk minskar till förmån för strömmad konsumtion. Den sammantagna uppgången var en procent.⁵

Kategorin *övriga intäkter* ökade med fem procent och de utgjordes av intäkter från flera olika områden – till exempel grafiska rättigheter i form av notlicenser, vissa rättigheter till live, merchandise, synkronisering samt biblioteks- och fonogramersättning.

	Intäkter 2014	Intäkter 2013	Förändring
Framföranderättigheter	1 278	1 252	+2 %
Online	478	305	+57 %
Mekaniska rättigheter	169	161	+5 %
Synkroniseringsrättigheter	168	157	+7 %
Privatkopiering och vidareändring	46	46	+1 %
Övrigt (grafiska rättigheter, biblioteksersättning med mera)	93	89	+5 %
Totalt upphovsrättsliga intäkter	2 232	2 010	+11 %

Figur 5: Upphovsrättsliga intäkter 2014 jämfört med 2013 (miljoner kronor samt procentuell förändring).

⁵ På grund av avrundning ser intäkterna från privatkopiering och vidareändring identiska ut, men de ökade från knappt till drygt 46 miljoner kronor.



UPPHOVSRÄTTSMARKNADENS UTVECKLING 2009–2014

Diagrammet till höger visar de upphovsrättsliga intäkternas utveckling från 2009 fram till 2014. Data kommer från Stim, NCB, SAMI, Ifpi, Musikförläggarna och Copyswede (via upphovsrättsorganisationerna).

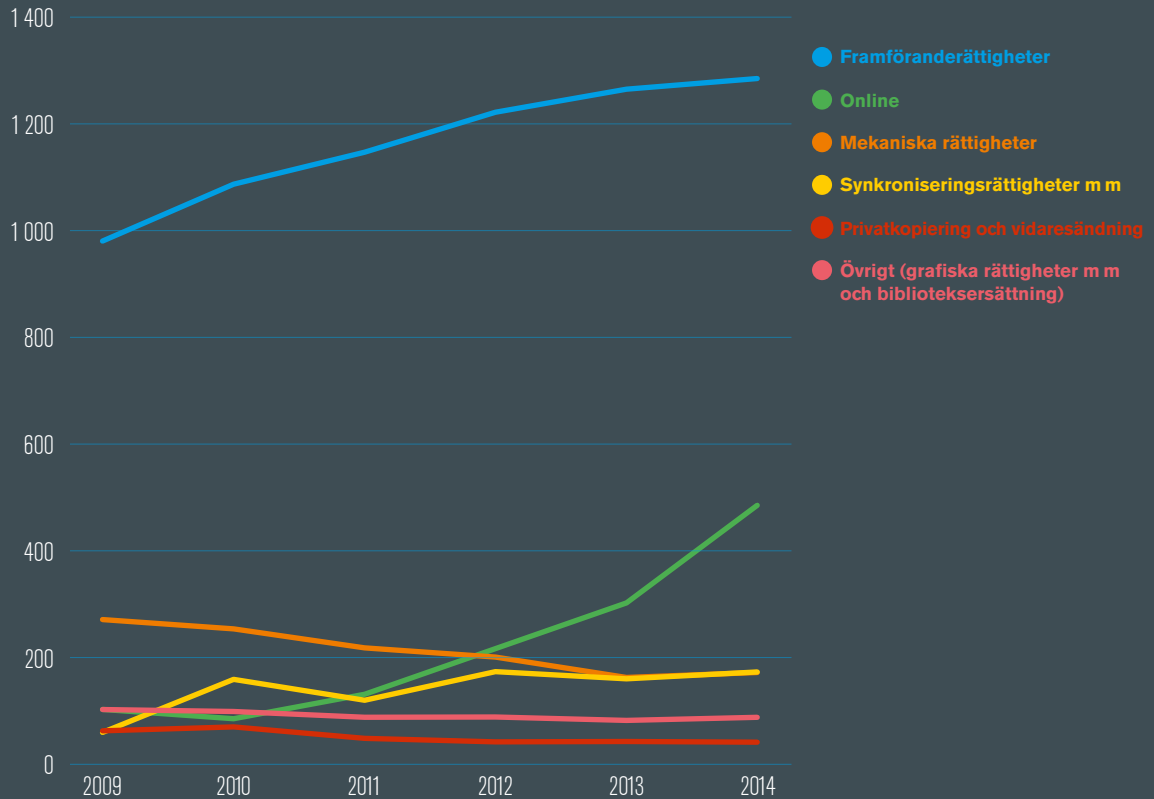
Kurvan högst upp i diagrammet som visar framföranderättigheternas intäktsutveckling kan delvis förklaras av att svenska låtskrivare och kompositörer skriver allt fler verk åt stora artister, vilket genererar ökade intäkter i allt fler territorier världen över. När det gäller intäkterna till musiker och artister kan däremot vare sig någon ökning eller minskning spåras direkt till internationella framgångar. Som redan nämnts varierar exportintäkterna över tid på grund av valutans förändringar, och det bör också beaktas att internationella systersällskap kan vara försenade med sina avräkningar till de svenska sällskapen vilket på så sätt gör att de dyker upp under ”fel” år. De ökningarna av intäkter till musiker och artister som trots allt kan noteras beror huvudsakligen på att SAMI tecknat fler internationella utväxlingsavtal och därmed täcker upp större insamlingsområden.

Den största andelen av framföranderättigheternas intäkter utgörs av bakgrundsmusik i offentliga sammanhang. Ökningen över tiden beror på ökad marknadsbearbetning från upphovsrättsorganisationernas sida, och ökad kännedom om skyldigheten att betala för nyttjande av musik.

Näst störst är intäkterna från tv-området. Sedan 2009 har tv-marknaden genomgått en omfattande omstöpning från schemalagda program till en kompletterande och snabbt växande internetkonsumtion, ”webb-tv”. Den här tydliga trenden illustrerar tittarnas vilja att se program – och lyssna på musiken i produktionerna – utifrån sin egen smak, i olika digitala och internet-uppkopplade format. Den sammanlagda användningen av musik i tv har ökat sedan 2009, liksom antalet tittare och den totala konsumtionen. På senare år har konkurrensen från digitala internationella medietjänster med strömmat innehåll också ökat – en utveckling som ritat om tv-kartan ordentligt.

Även radiolyssnandet utgör en del av marknaden för framföranderättigheter. Lyssnandet på analog radio har minskat sedan 2009 medan konsumtionen av internetradio har ökat. Under hela tidsperioden har intäkterna från public service varit i princip intakta. Reklamradion är däremot ett relativt konjunkturkänsligt område, som har pendlat upp och ner under perioden

UPPHOVSRÄTTSLIGA INTÄKTER 2009–2014



Figur 6: Upphovsrättsliga intäkter 2009–2014 (miljoner kronor).

och som på senare år återhämtats och stabiliserats. Närradion uppvisar en överraskande stabilitet över hela tidsperioden, och webbsändningar kan snarare sägas ha kompletterat än ersatt FM-sändningar.

Den kurva som sticker ut mest i diagrammet på föregående sida är den remarkabla utvecklingen av onlineintäkter. Sedan de första mätningarna av onlineintäkter började göras 2007 har lyssnandet på lagliga online-musiktjänster i Sverige fått ett genombrott. 2009 uppgick online-intäkterna till 100 miljoner kronor. Fem år senare har de nästan femfaldigats och 2014 uppgick de till 478 miljoner kronor. Ett musikabonnemang är idag en naturlig del av miljontals svenskers hushållsekonomi.

Nya tekniska lösningar har varit av stor betydelse för utvecklingen och gjort det enkelt för konsumenterna att lyssna på musik på ett lagligt sätt. I Sverige tog lagligt nedladdad musik (downloads) aldrig fart – istället har strömmad musik visat sig vara den form som svenska konsumenter föredrar. Den strömmade musikens framväxt har haft en stor påverkan på den svenska musikkonsumtionen, och ett flertal tjänster som generar intäkter för musikskaparna har lanserats i Sverige.

Intäkter från licensiering av mekaniska rättigheter liksom ersättning för privatkopiering har sjunkit sedan 2009, vilket hänger samman med att försäljningen och privatkopieringen av musik i fysiska exemplar minskar. Om nya produkter som till exempel mobiltelefoner kommer att kompensera för det bortfallet är för tidigt att säga.

Även om synkroniseringsrättigheterna skiftar över tiden, kan vi ur den historiska utvecklingen utläsa att de ökat med 180 procent från cirka 60 miljoner kronor 2009 till 168 miljoner kronor 2014.



INTÄKTER FRÅN INSPELAD MUSIK

Med intäkter från inspelad musik menar vi försäljning av musikinspelningar i olika format såsom cd-skivor, nedladdningar och strömningar. Siffrorna avspeglar vad slutkonsumenterna betalar för musik i detaljhandeln. För att undvika dubbelräkningar när vi adderar ihop den samlade branschens totala omsättning har upphovsrättsandelen av den inspelade musikens intäkter brutits ut för att särredovisas tillsammans med övriga upphovsrättsliga intäkter.

INTÄKTER FRÅN INSPELAD MUSIK 2014

Totalt uppgick intäkterna från inspelad musik till knappt 1,8 miljarder kronor vilket motsvarar en ökning på sju procent jämfört med föregående år. Denna procentsats kan i sin tur brytas ned till en tillbakagång med fem procent för fysiska exemplar och en uppgång för onlineförsäljningen med elva procent. Eftersom intäkterna på den inhemska marknaden i princip stod still jämfört med 2013 kan uppgången härledas till en ökning av exportintäkterna.

På den inhemska marknaden uppgick intäkter från inspelad musik till drygt 1,4 miljarder kronor, och exportintäkterna – som avser framförallt licensintäkter från utlandet till svenska musikbolag – var cirka 344 miljoner kronor.

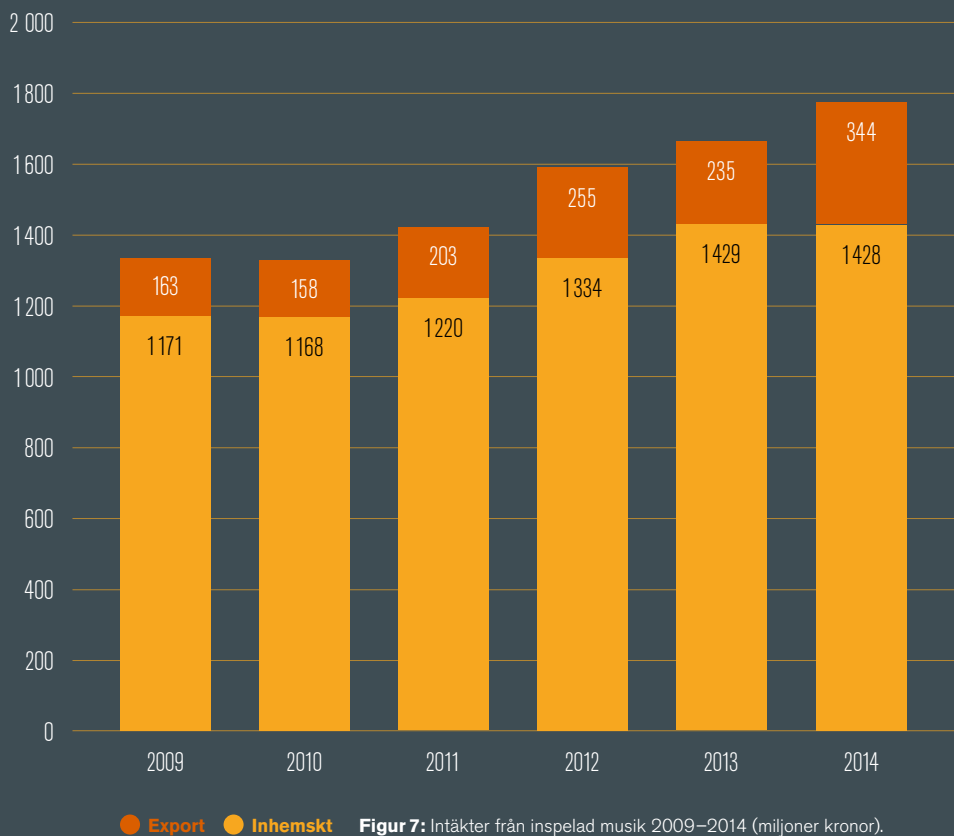
UTVECKLINGEN AV MARKNADEN FÖR INSPELAD MUSIK 2009–2014

Diagrammet till höger visar de inspelade intäkternas utveckling från 2009 fram till 2014 och har tagits fram med hjälp av data från musikbolagens intresseorganisation Ifpi samt antaganden om strömmatmarknaden.

I samband med arbetet att ta fram historiska siffror framkom det att majorbolagen förbisett att rapportera vissa royaltyintäkter från export tidigare år.⁶ Intäkterna för 2011, 2012 och 2013 har därför reviderats upp. Samtidigt har en större andel intäkter identifierats som upphovsrättsliga, efter en översyn av klassificeringen av intäkter från mekaniska rättigheter i utlandet samt ett byte av dataleverantör för dessa intäkter till NCB. Detta har påverkat exportintäkterna nedåt. För åren 2009 och 2010 saknas dessutom ett av majorbolagens exportförsäljning som följd av ett förvärv. Intäkterna 2009 och 2010 är alltså i realiteten högre än vad som visas i stapeldiagrammet. Det bör

⁶ Förklaringen är att de i sin internredovisning inte tar med alla intäkter över resultatmåttet EBITDA. En relativt stor del har gått under denna rad som "non operating result" och därmed inte varit i fokus för bolagen trots att dessa intäkter tagits upp fiskalt och därmed ingått i bolagens årsredovisningar.

INTÄKTER FRÅN INSPELAD MUSIK 2009–2014



därför noteras att diagrammet inte ger en riktigt rättvis bild över hur marknaden utvecklats förrän från 2012 och framåt.

Tittar vi tillbaka ännu tidigare än 2009 vet vi att intäkterna till svenska musikbolag halverades från år 2000 till 2008 enligt statistik från Ifpi. När iTunes lanserades 2005 hade den illegala marknaden för inspelad musik ett starkt fäste. Det gjorde att de digitala intäkterna inte tog fart, trots etableringen av både iTunes och ett stort antal lokala och internationella legala återförsäljare av digital musik. 2009 markerar startpunkt för en vändning. Pirate Bays grundare dömdes till fängelse i en medialt uppmärksammat rättegång som suddade ut mycket av den gloria som funnits tidigare kring förespråkarna för fri, illegal fildelning. Ipred infördes i svensk lagstiftning den 1 april 2009, med följden att Sveriges befolkning informerades bättre om upphovsrätt, det nya svenska bolaget Spotifys popularitet tog fart ordentligt, och den svenska internettrafiken gick ner med 40 procent i direkt anslutning till införandet.⁷

En nyligen publicerad rapport från Nielsen visar dock att sett till hela världens befolkning är betalningsviljan för strömmade musiktjänster fortfarande mycket låg, varför många organisationer i musikbranschen fortfarande arbetar intensivt med att öka kunskapen om varför musikerättighets-havare måste få betalt för sitt arbete.⁸

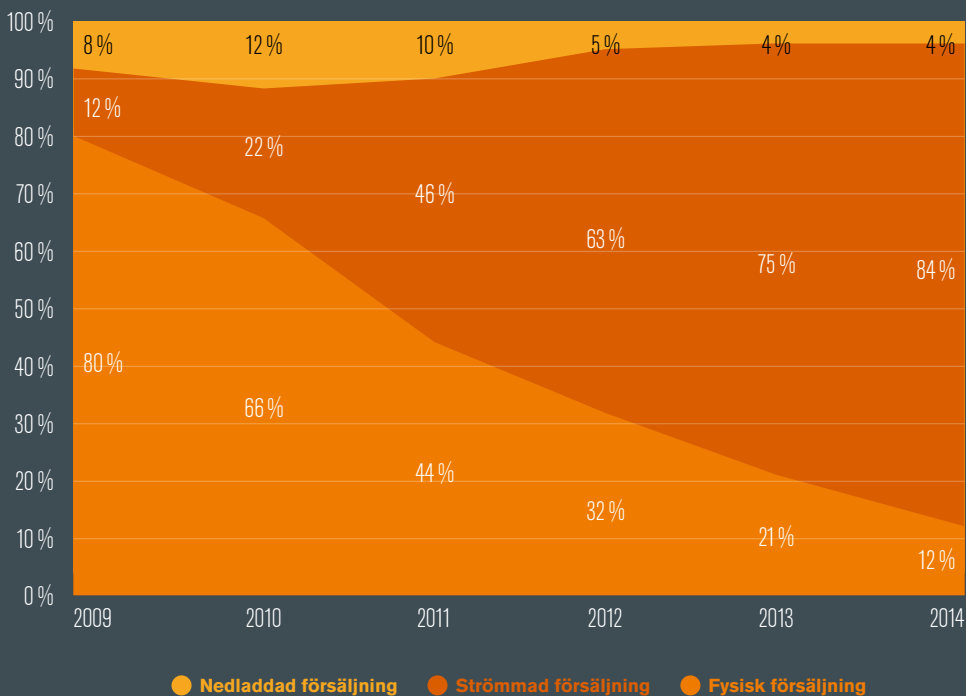
Tillväxten för användandet av strömmade musiktjänster och inte minst premium-versioner med fast betalning har varit rekordsnabb sedan 2009. Detta sammanföll med spridningen av smartphones i Sverige. Iphone som tidigare varit en lyxprodukt för vuxna började även användas av barn och ungdomar. Den generation av musikkonsumenter som befarades var borta för alltid på grund av illegal musikkonsumtion kom tillbaka med en modern telefon och ett abonnemang på en streamingtjänst.

Intäkterna från inspelad musik är fortfarande långt ifrån nivåerna på 2000-talet, men uppvisar ändå en sensationell ökning jämfört med omvärldens siffror under samma period. Sverige tillsammans med Norge har legat i framkant i övergången till musikbranschens strömmade ekonomi. I diagrammet till höger ser vi hur konsumtionen i Sverige skiftat från fysiska och nedladdade format till strömmade musiktjänster över tidsperioden 2009–2014. Endast tolv procent utgörs av intäkter från cd- och vinylförsäljning i Sverige 2014. I huvudsak kommer intäkterna från Spotifyabonnemang.

⁷ Adermon, A och C-Y Liang (2014), "Piracy and Music Sales: The Effects of an Anti-Piracy Law", *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol 105, s 90–106.)
<http://www.nationalekonomi.se/sites/default/files/NEFfiler/43-3-aacyl.pdf>

⁸ Nielsen Music 360 report.

INTÄKTER FRÅN INSPELAD MUSIK 2009–2014



Figur 8: Fördelning mellan intäkter från inspelad musik i olika format på den inhemska marknaden 2009–2014.

KONSERTINTÄKTER

Konsertintäkterna har i den här rapporten estimerats utifrån data från Statistiska Centralbyråns enhet för näringslivets struktur, närmare bestämt med hjälp av omsättningsstatistik inom SNI-kod 90.02 när det gäller den inhemska marknadens intäkter, och momsstatistik inom samma kod när det gäller exportmarknaden. Musiksverige har därefter bearbetat intäkterna genom att reducera dem till 80 procent eftersom SNI-kod 90.02 Stödföretag till artistisk verksamhet även inkluderar verksamheter utanför musikbranschen.

Med inhemska konsertintäkter avses biljettpriser för konserter och festivaler i Sverige. Med konsertrelaterad export avses intäkter till Sverigeregistrerade bolag för svenska artisters konserter och turnéer i utlandet.

KONSERTINTÄKTER 2014

Totalt omsatte konsertmarknaden 4,2 miljarder kronor under 2014 vilket är en ökning med två procent jämfört med tidigare år. 421 miljoner kronor, motsvarande en tiondel av de totala konsertintäkterna, kom från konserter och turnéer utomlands.

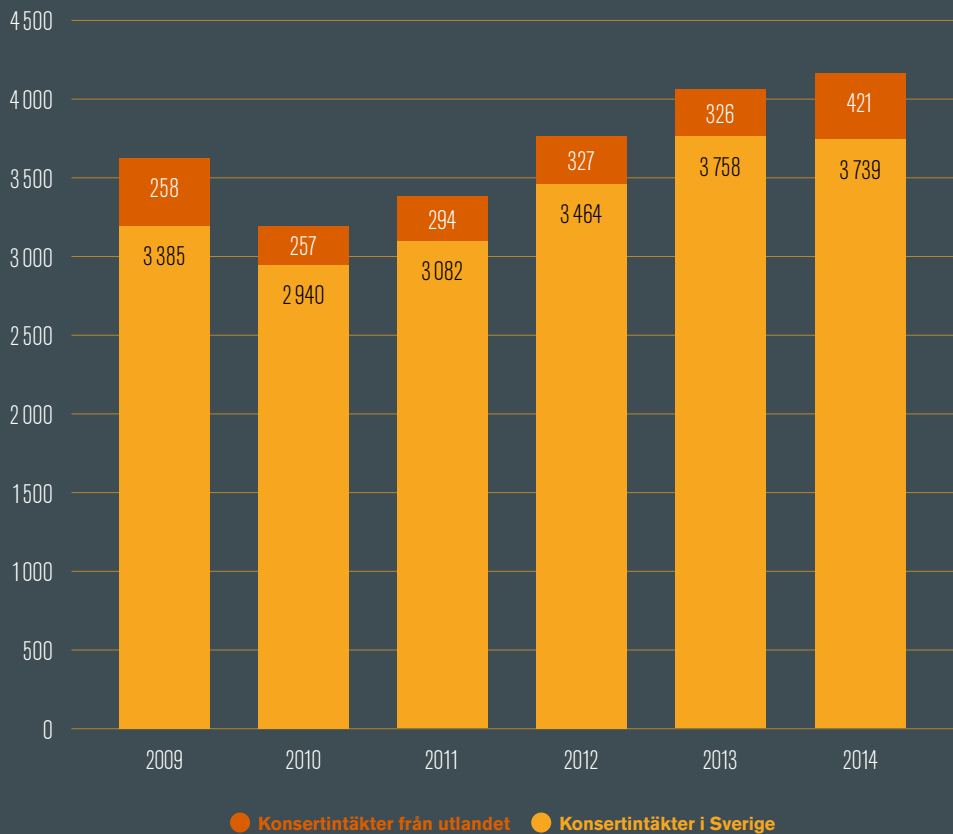
Både svenska och utländska konsert- eller managementbolag hjälper till att organisera och administrera vissa svenska artister och musikers framföranden i utlandet. I de fall svenska artister samarbetar med utländska agenter, management och/eller arrangörer, utgörs den konsertrelaterade exportintäkten till Sverige endast av artistgaget. Detta skiljer sig alltså från konserter som genomförs i Sverige, där omsättningen motsvaras av hela värdet av de sålda biljetterna.

2014 var året då rekorden för levande musik slogs på löpande band med besöksrekord i kategorierna endagsfestival (Stockholm Fields), flerdagsfestival (Bråvalla) och enskild konsert (Håkan Hellström på Ullevi) och sammanlagt hade de tio största festivalerna fler besökare än de tio största året innan. Även den svenska konstmusiken var framgångsrik med 339 uruppföranden under 2014.

KONSERTMARKNADENS UTVECKLING 2009–2014

Intresset för livemusik fortsätter att öka. Både fler konsertbesök och ökade biljettpriser är orsaker till att de totala intäkterna är högre 2014 än vad de var 2009. I och med att konsertmarknaden representerar nästa halva omsättningen i musikbranschen är det logiskt att stapeldiagrammets utseende liknar den samlade branschens utveckling.

KONSERTINTÄKTER 2009–2014

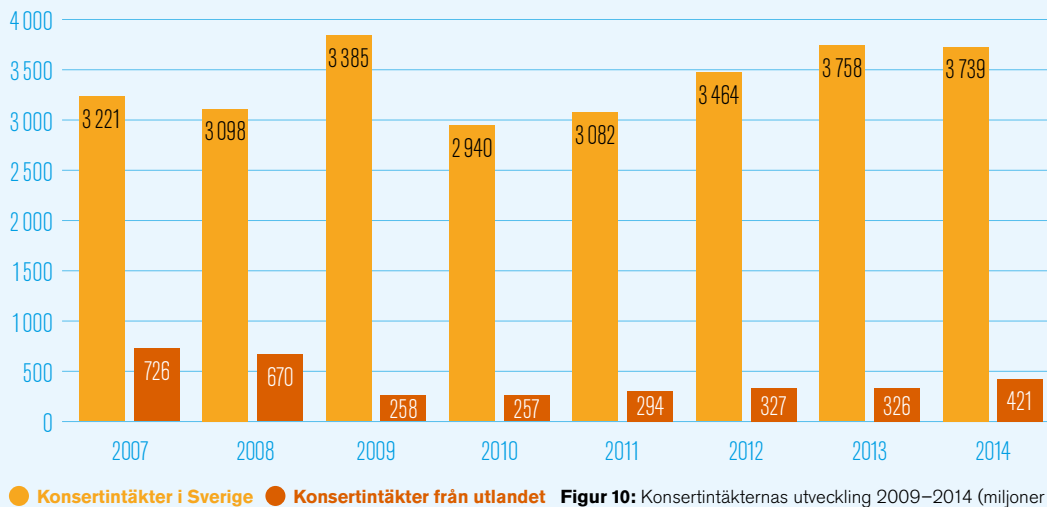


Figur 9: Konsertintäkternas utveckling 2009–2014 (miljoner kronor).

BORDE INTÄKTERNA FRÅN KONSERTER UTOMLANDS VARA HÖGRE?

Trots ökade konsertintäkter de senaste fem åren är det intressant att se hur exportintäkterna har blivit mycket mindre 2014 än vad de var under de tidigare åren 2007 och 2008. Exportandelen har halverats från 18 procent år 2007 och 2008 till att ligga runt nio procent under de nästkommande sex åren. Exportintäkterna idag är således bara drygt hälften så stora som de var för sex, sju år sedan. En viktig förklaring är att svenska band och artister idag ofta avtalar direkt med utländska managementbolag med nischad kompetens, finansiella muskler och internationella nätverk. Det medför att intäkterna inte fångas upp i mätningarna av den svenska musikbranschens intäkter – de tas istället upp i de länder där dessa företag finns.

Så vad är egentligen en rimlig analys av konsertexportutvecklingen? Ingenting tyder på att musikproduktion, låtskrivande och internationellt turnerande skulle vara på tillbakagång. Tvärtom vittnar musikbranschens bedömare om att allt fler svenska band, artister och låtskrivare når ut internationellt. Frågan är via vilka kanaler. Är det med hjälp av utländskt management eller utländska bolag – ja då ser vi det inte som intäkter i statistiken. Det är en fråga som skulle behöva undersökas närmare. Om detta skulle vara förklaringen till att exportintäkterna är lägre idag betyder det i sin tur att vi riskerar ett bortfall av kompetens när det gäller att underhålla och utveckla en global och exportorienterad musikmarknad. I värsta fall med ännu större uteblivna intäkter i framtiden som följd.



INTÄKTSFÖRDELNING I MUSIKBRANSCHEN

I tabellen presenteras siffror från första halvåret 2015 som visar hur intäktsfördelningen ser ut på konsertmarknaden – det vill säga för ungefär halva musikbranschen. Statistiken för konsertmarknaden har tagits fram i samarbete med Statistiska centralbyrån, och ur tabellen kan man utläsa att knappt en procent av företagen står för mer än hälften av intäkterna. Tre procent av företagen står för 70 procent av intäkterna, och när vi kommer upp till 13 procent av företagen har vi ringat in 86 procent av omsättningen. Kort sagt: ett fåtal, framgångsrika, stora aktörer delar på den största andelen av intäkterna. Resten av pengarna delas mellan alla de många mindre aktörer som utgör musikbranschens stora massa.

	Inrikes omsättning i miljoner kronor exkl moms	Antal anställda	Antal arbetsställen
Under 1 miljon	689	507	3 096
1–4 miljoner	693	655	345
5–9 miljoner	343	478	49
10–19 miljoner	433	254	32
20–49 miljoner	445	579	15
50–99 miljoner	330	171	5
Över 100 miljoner	2 064	588	8
Totalt	4 996	3 232	3 550

Figur 11: Konsertintäkternas inkomstfördelning 2015.

Källa: Statistiska centralbyrån. Omsättningsstatistik. Momsstatistik. Enheten för Näringslivets struktur.

AVSLUTANDE REFLEKTIONER

Den svenska musikbranschens totala intäkter har ökat med 1,6 miljarder kronor på fem år. Det motsvarar en intäktsökning på knappt 25 procent eller nästan en fjärdedel mellan 2009 och 2014. Exportintäkterna har ökat i storleksordningen en halv miljard kronor under samma tidsperiod.

Den här rapporten har fokuserat på den ekonomiska utvecklingen mellan 2009 och 2014 förutom på konsertområdet där vi haft möjlighet att blicka tillbaka till 2007. Det är året före både den globala finanskrisen och den strömmade musikens intåg i musikbranschen. En intressant brytpunkt fångas därmed upp mellan 2007/2008 och de efterföljande åren. I anslutning till diagrammet över konsertmarknadens utveckling konstaterade vi att de uppmätta exportintäkterna idag bara är hälften så stora som 2007 och 2008. Och eftersom konsertområdet står för över hälften av intäkterna hade framförallt exportutvecklingen varit mindre positiv än vad som framgår i den här rapporten, om vi hade kunnat dra tillbaka utvecklingslinjerna för hela den samlade musikbranschen till 2007.

En annan observation, och kanske också den allra viktigaste reflektionen när det gäller musikbranschens ekonomiska utveckling, är att trots ökade intäkter totalt sett så undrar allt fler var pengarna tar vägen. Många små bolag, artister, kompositörer och musiker har idag lägre intäkter än de haft tidigare år. Det finns förstås många teorier om det, och svaren måste dessutom bli unika för varje enskilt fall, men bland förklaringarna kan nämnas inkomstfördelningen i den hit-orienterade musikbranschen, vilket vi tidigare varit inne på.

Den svenska musikbranschens intäktsutveckling visar avslutningsvis inte hur det går i termer av vinst eller lönsamhet, eftersom kostnads- eller investeringsutvecklingen under tidperioden inte har undersökts. Den säger inte heller någonting om musikens värde, som har många fler dimensioner än ”bara” priset – eller annorlunda uttryckt, just de intäkter som är fokus i den här rapporten. Även om inga intäkter alls skulle ha skapats den senaste femårsperioden så skulle givetvis andra, ännu större och viktigare värden i samhället ändå ha uppnåtts.



SYSSELSÄTTNING I MUSIKBRANSCHEN

Den svenska musikbranschen sysselsatte 9 699 personer 2013, vilket är 900 personer fler än två år tidigare.⁹ Med sysselsatta avses både anställda och egenföretagare. Det är viktigt att se dessa knappt 10 000 personer i förhållande till antalet anslutna medlemmar som exempelvis Ifpi, SAMI och Stim har gemensamt – de överstiger nämligen 100 000 till antalet. Alla medlemmar är inte företagare och alla är inte heller aktiva när det gäller att skapa ny musik.

Könsfördelningen inom musikbranschen visar att 61 procent är män och 39 procent är kvinnor. Tabellen till höger visar könsfördelningen på beslutsfattande positioner i musikbranschen jämfört med näringslivet som helhet.¹⁰ Det har inte skett någon förändring sedan förra mätningen för två år sedan.

Av de svenskar som arbetar i musikbranschen har 86 procent svensk bakgrund och 14 procent utländsk bakgrund. Med utländsk bakgrund avses att en person antingen är utrikes född eller född i Sverige samtidigt som båda föräldrarna är födda utomlands.

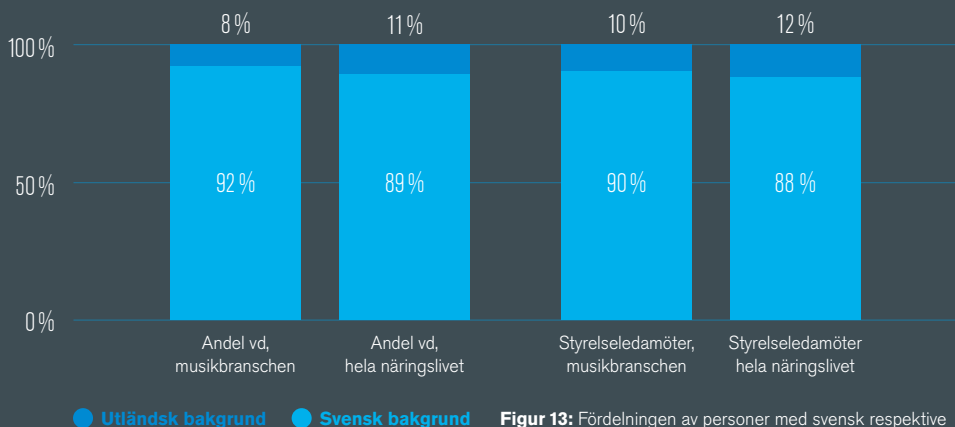
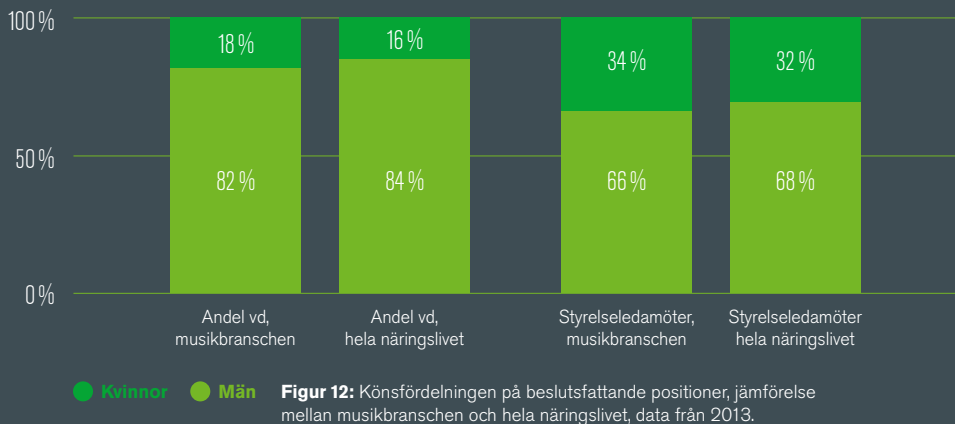
I näringslivet som helhet är andelen med utländsk bakgrund något högre än i musikbranschen, där 18 procent har utländsk bakgrund och 82 procent har svensk bakgrund. Enligt Statistiska centralbyråns befolkningsstatistik var andelen med utländsk bakgrund, 15 år eller äldre, 21 procent år 2013.

På beslutsfattande positioner är andelen med utländsk bakgrund lägre i musikbranschen än i näringslivet som helhet. Andelen med utländsk bakgrund på vd-position är 8 procent inom musikbranschen, vilket kan jämföras med 11 procent i hela näringslivet. Andelen med utländsk bakgrund i styrelser är 10 procent inom musikbranschen och 12 procent inom hela näringslivet.

⁹ Statistiken har på uppdrag av Musiksverige samlats in av kunskapsföretaget Volante och är baserad på statistik från Statistiska Centralbyrån.

¹⁰ Vd-befattningen i musikbranschen innehas till 82 procent av män och 18 procent av kvinnor. Cirka en tredjedel av styrelsepositionerna innehas av kvinnor.

ANDEL KVINNOR OCH PERSONER MED UTLÄNDSK BAKGRUND PÅ BESLUTSFATTANDE POSITIONER



ORDLISTA

MEKANISKA RÄTTIGHETER

Upphovspersonens rätt att erhålla ersättning för sitt verk då hen överlåtit rätten att mångfaldiga det digitalt eller på exempelvis cd, vinyl och dvd.

MERCHANDISE

Merchandise är ett engelskt begrepp för exempelvis t-shirts, posters och leksaksfigurer som säljs med artistens logga eller namn, ofta i samband med turnéer eller konserter men även via artistens webbplats eller andra återförsäljare.

MUSIKBOLAG

Musikbolag arbetar bland annat med att hitta och utveckla artister, spela in musik samt ansvara för marknadsföring och försäljning av musik. Indiebolag är en förkortning av independentbolag och avser de musikbolag som är helt fristående och oberoende av majorbolagen. Efter att EMI Music såldes var majorbolagen 2014 Universal Music Group, Sony Music Entertainment och Warner Music Group.

MUSIKFÖRLAG

Musikförlag arbetar på uppdrag av låtskrivare, kompositörer och textförfattare. Musikförlaget tillvaratar och representerar rättigheterna till upphovspersonens musik så att de får ersättning för nyttjandet av sina musikaliska verk. Musikförlagen marknadsför musiken till olika användare inom en rad områden, bland annat genom synkronisering i film, tv och reklam och utgivning av noter och låttexter.

NÄRSTÅENDE RÄTTIGHETER

Upphovsrättslagen ger artister och musiker som medverkar på en inspelning och den som producerat inspelningen ett upphovsrättsligt skydd, både ideellt och ekonomiskt. En artist som själv skrivit, framfört och producerat sin musik är såväl upphovsperson som innehavare av närstående rättigheter.

OFFENTLIGT FRAMFÖRANDE

Offentligt framförande sker när musik framförs för en publik på en konsert eller spelas upp från till exempel tv, dator, radio eller skiva i exempelvis en butik, på en arbetsplats eller restaurang.

ONLINEFÖRSÄLJNING

Med onlineförsäljning menas försäljning av musik via digitala musiktjänster som till exempel iTunes (nedladdad musik) och Spotify (strömmad musik). I denna kategori inkluderas också vissa intäkter från webb-tv och webb-radio såsom SVT Play och SR Webb och andra liknande tjänster.

PRIVATKOPIERINGERSÄTTNING

Privatkopieringsersättningen gör det möjligt att kopiera och spela in musik, film och tv för privat bruk samtidigt som de upphovspersoner vars arbete kopieras kompenseras för detta. Enligt EU-lagstiftningen tillåts privatkopiering endast om upphovspersonernas inkomstbortfall som en följd härav kompenseras. Privatkopieringsersättningen betalas av den bransch som tillverkar och säljer produkter som kan användas för privatkopiering, som till exempel cd/dvd-skivor, mp3-spelare, externa hårddiskar, usb-minnen och digitalboxar med inbyggd hårddisk.

ROYALTYINTÄKTER

Intäkter som bland andra musiker, artister och upphovspersoner har rätt till när någon använder deras verk.

SYNKRONISERING

En synkronisering sker när man sammanför musik med en bildproduktion, exempelvis film, tv, radio och reklam. För att musiken ska få användas i produktionen ska tillstånd erhållas från upphovspersonen, artisten, dennes musikförlag eller musikbolag. Upphovsrättsinnehavaren får även ersättning när produktionen sänds i etermedia.

STRÖMMAD MUSIK

Exempel på strömmande musiktjänster är Spotify, Apple Music och Tidal. Strömning av musik (streaming) betyder att ljudfiler skickas från en webbtjänst, via internet, till mottagarens dator, mobiltelefon etcetera där filerna spelas upp i realtid samtidigt som de skickas från webbtjänsten. Man kan då lyssna på musiken direkt utan att först ladda ner hela filen.

UPPHOVSRÄTTSLIGA INTÄKTER

Upphovsrättsliga intäkter är ersättning till rättighetshavare för att deras musikaliska verk kopieras eller framförs för allmänheten exempelvis i radio eller på konserter.

URUPPFÖRANDE

Det första framförandet av ett konstnärligt verk.

VIDARESÄNDINGS- ELLER KABELSÄTTNING

När en tv-kanal vidaresänds i kabel-tv-nät har rättighetshavarna rätt till ersättning för nyttjandet från de som vidaresänder kanalen.



ISBN 978-91-982971-0-2



9 7 8 9 1 9 8 2 9 7 1 0 2 >

INFO@MUSIKSVERIGE.ORG · WWW.MUSIKSVERIGE.ORG · 08-668 75 31 · HORNSGATAN 103, 117 28 STOCKHOLM

Roi