

---

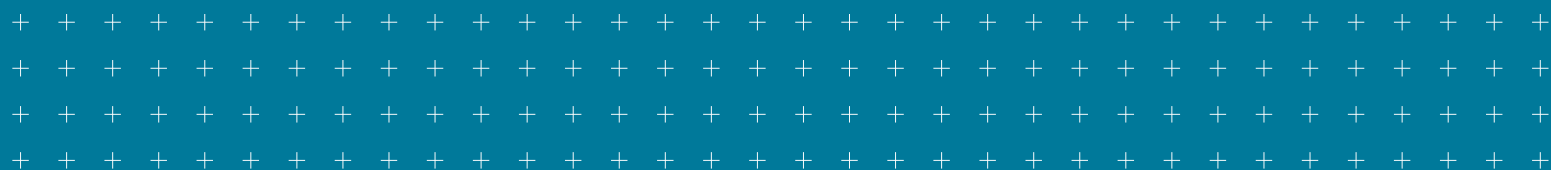
# Musikbranschen i siffror

---

Statistik för 2011

---

Rapport 0143





# Musikbranschen i siffror

Statistik för 2011

Rapport 0143

Linda Portnoff, Volante

Tobias Nielsén, Volante

**Tillväxtverkets publikationer**

finns att beställa eller ladda ner som pdf på [tillvaxtverket.se/publikationer](http://tillvaxtverket.se/publikationer). Där finns även material som gavs ut av Nutek.

**© Tillväxtverket**

Upplaga: 2 000 ex, därefter tryck vid behov  
Stockholm, december 2012  
Produktion: Ordförandet AB  
Tryck: DanagårdLitho  
ISBN 978-91-86987-70-1  
Rapport 0143

**Har du frågor om innehållet denna publikation, kontakta:**

Musiksverige  
[statistik@musiksverige.org](mailto:statistik@musiksverige.org)  
[www.musiksverige.org](http://www.musiksverige.org)

**Har du frågor om Tillväxtverkets arbete med kulturella och kreativa näringar, kontakta:**

Klas Rabe, telefon, växel 08-681 91 00  
[foretagsutveckling@tillvaxtverket.se](mailto:foretagsutveckling@tillvaxtverket.se)  
<http://www.tillvaxtverket.se/kkn>

# Förord

Tillväxtverket och Musiksverige (en intresseorganisation för den samlade svenska musikbranschen) har i ett projekt tagit fram denna rapport. Arbetet har letts av Musiksverige. Kunskapsföretaget Volante har författat innehållet.

För Tillväxtverket har ett mål varit att utveckla en modell för att visa en kulturdriven bransch i siffror. Därigenom ges incitament till ytterligare kulturdrivna branscher att göra motsvarande sammanställningar. Den kreativa sektorn, liksom de offentliga strukturer som främjar sektorn, behöver faktaunderlag för nya strategiska anpassningar.

Myndighetens andra mål är att belysa just *Musikbranschen i siffror*, så att relevanta utvecklingsinsatser kan formas som stärker musikkulturens position. Bland annat har siffrorna i årets och fjolårets rapport lett till att musikbranschens organisation för export, Export Music Sweden, förändrat sin verksamhetsinriktning. Syftet med förändringen är att fler musikföretagare ska kunna ta del av verksamheten och i förlängningen få ökade intäkter från utlandet, oavsett musikgenre och grad av kommersialisering. Landets musikexport bidrar också till en större nyfikenhet på Sverige i utlandet. Därför har regeringen satt mål för Svenska Institutet och Exportrådet att satsa särskilt på kommunikation om musik och kreativa näringar.

Regeringen har dessutom pekat ut kulturella och kreativa näringar som ett prioriterat område under 2013 för Tillväxtverket. Denna rapport ingår i myndighetens genomförande. Tillväxtverket tackar alla som bidragit i arbetet.

*Birgitta Böhlin*

Tf generaldirektör

# Förord • Musiksverige

Den svenska musikbranschen är närvarande i stora delar av världen. Till och med i länder med i grunden helt annorlunda musikkultur spelas svensk musik på konserter, i radio och tv, som bakgrundsmusik på restauranger och i taxibilar. Svenska producenter och artister promotas på stortavlor i världsstäder och upptäcks via internet av nya lyssnare långt ifrån där musiken en gång skapades.

Efterfrågan på svensk musik ökar utomlands, liksom musiklyssnandet i Sverige. Musikbranschens totala tillväxt, inkluderat både hemmamarknaden och exporten, var fyra procent mellan 2010 och 2011, vilket är högre än Sveriges tillväxt i stort.

Musikbranschen är en del av de växande kreativa näringarna, som sysselsätter fler än till exempel fordonsindustrin och har en omsättning motsvarande tre procent av Sveriges BNP.

Att musiken är en framtidsbransch syns också i Musiksveriges senaste prognos där branschens aktörer räknar med att växa med drygt fem procent per år de kommande fem åren.

Musikbranschen drivs inte i första hand av ekonomiska intressen, utan av viljan att skapa, att uttrycka sig och att sprida musik till publiken. Musiken samverkar med ekonomin på brokiga och gynnsamma sätt. Branschen är också okonventionellt organiserad i jämförelse med traditionell svensk industri. Men trots – eller kanske tack vare – det kan musiken generera intäkter på över 6,3 miljarder kronor.

*Elisabet Widlund*

Vd, Musiksverige

# Sammanfattning



Greta Bondesson/Baskery.  
Folk- & Världsmusikgalan.  
Foto: Peter Ahlbom

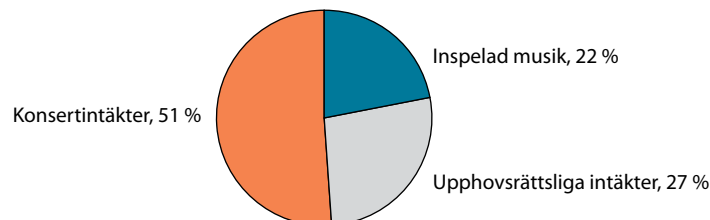
Den svenska musikbranschen omsatte drygt 6,3 miljarder kronor 2011, vilket motsvarar en ökning på 4 procent jämfört med året innan. Siffran inkluderar försäljning både på den inhemska marknaden och exportmarknaden. Exporten på drygt 1 miljard kronor står för 16 procent av den totala omsättningen, vilket är 1 procent mer än föregående år.

Den musikexport som är uppmätt i den här rapporten avser en kärna som endast avspeglar en del av det totala värdet av svensk musik utomlands. För att kunna avspegla det totala värdet måste man ta hänsyn både till mjukare värden, såsom varumärkesvärden och intäkter som genereras av svensk musik men som stannar i utlandet.

Både intäkterna från försäljning av inspelad musik samt upphovsrättsliga intäkter på onlineområdet ökade starkt år 2011. Onlineförsäljningen av inspelad musik på den inhemska marknaden gick för första gången om den fysiska försäljningen i absoluta tal. I förhållande till år 2010 kan vi se en trend som pekar mot att onlineförsäljningen tar en allt större andel av den totala försäljningen av inspelad musik även på exportmarknaden.

Sammanlagt stod konsertintäkter för drygt hälften av de totala intäkterna. De uppgick till 3,2 miljarder kronor och representerade 51 procent. Upphovsrättsliga intäkter uppgick till 1,7 miljarder kronor och utgjorde 27 procent medan intäkter från inspelad musik uppgick till knappt 1,4 miljarder kronor och motsvarades av 22 procent.

Fördelning av musikbranschens totala intäkter från inhemsk marknad och export, procent.







# Innehåll

<b>Om den här rapporten</b>	<b>11</b>
Bakgrund och metod	11
Ett föränderligt musiklandskap	14
<b>Den inhemska musikmarknaden 2011</b>	<b>16</b>
Upphovsrättsliga intäkter	16
Intäkter från inspelad musik	19
Konsertintäkter	22
Den inhemska musikmarknadens intäkter i sammandrag	22
<b>Den svenska musikexporten 2011</b>	<b>24</b>
Upphovsrättsliga exportintäkter	24
Exportintäkter från inspelad musik	27
Intäkter från konsertrelaterad export	28
<b>Avslutande sammanfattning</b>	<b>30</b>
<b>Ordlista</b>	<b>31</b>



# Om den här rapporten

## Bakgrund och metod

I februari 2011 kunde för första gången statistik över musikbranschens samlade intäkter presenteras. Statistiken var genreoberoende och redovisade alltså intäkter för all sorts musik. Statistiken innefattade kategorierna upphovsrättsliga intäkter, intäkter från inspelad musik och konsertintäkter – i de två senare fallen på konsumentprisnivå. Statistiken, som avsåg intäkter för 2010, initierades som en del av regeringens handlingsplan för kulturella och kreativa näringar då Tillväxtverket gav Musik Sverige uppdraget att samla in statistik över musikbranschens intäkter för den inhemska marknaden såväl som exportmarknaden.

Samarbetet mellan Tillväxtverket och Musik Sverige<sup>1</sup> fortsatte under 2012 för att utveckla statistiken på liveexportområdet och för att kunna presentera statistik för 2011. Kunskapsföretaget Volante har utvecklat metoden för att samla och analysera musikbranschens statistik, och även uppdaterat statistiken för 2011 som presenteras i denna rapport.

- *Linda Portnoff*, huvudsaklig skribent; ekonomie doktor och analysansvarig på Volante.
- *Tobias Nielsén*, medförfattare; kulturekonom och vd på Volante.
- *Joakim Sternö*, research; etnograf och analytiker på Volante.

När ”vi” används i rapporten syftar det på författarna. I de fall siffror, tabeller, diagram och grafer saknar källhänvisning är de från denna undersökning.

I arbetet med att sammanställa statistik för år 2011 ingick även att ytterligare undersöka den konsertrelaterade exporten, ett område som i arbetet med den första rapporten visade sig svårast att tillmäta ett värde. Metodutveckling för liveexporten redogörs för i den separata rapporten *Musikbranschen i siffror: Metodutveckling*, som även innehåller en närmare beskrivning av metoden generellt.

---

<sup>1</sup> Från Musik Sverige har projektet letts av Elisabet Widlund, vd, och koordinerats av Sofia Thurn och Sanjin Husanovic. Från Tillväxtverket har projektet letts av Klas Rabe, programansvarig Kulturella och kreativa näringar.

Den metod vi använder för att samla in och analysera statistik för år 2011, är i stort densamma som utvecklades under startåret för mätningarna. Det var ett av projektets syften – att utveckla en metod som tillåter uppdateringar av siffrorna och gör dem jämförbara över tid. Samtidigt har vi anpassat datainsamlingen när det gäller 2011 års siffror utifrån de lärdomar vi kunnat dra från arbetet med 2010 års statistik.

Vi har även beaktat musiklandskapets förändringar, vilket framför allt medfört att några dataleverantörer tillkommit och att några har fallit bort. Vissa dataleverantörer på musikbolagssidan och upphovsrättsidan har omkategoriserat sina intäkter till följd av arbetet med statistikinsamlingen, som varit en lärprocess för alla inblandade. Dessa förändringar har lett till att vi i denna rapport reviderat 2010 års siffror för att ge oss två helt jämförbara år.

En arbetsgrupp har garanterat att data lämnats och även granskat rapporten. Arbetsgruppen har bestått av styrelseledamöter och vd i Musiksverige samt andra chefer och experter i Musiksveriges medlemsorganisationer.<sup>2</sup> Därutöver har personer i konsert- och underhållningsbranschen bidragit till arbetet med att fastställa den konsertrelaterade exporten.



Elin Larsson Group. Jazzkatten, Sveriges Radio. Foto: Stina Gullander

---

<sup>2</sup> Musiksveriges medlemmar är SAMI (Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisation); Musikerförbundet; SYMF (Sveriges Yrkesmusikerförbund); STIM (Svenska tonsättares internationella musikbyrå); FST (Föreningen Svenska Tonsättare); Musikförläggarna (f.d. Svenska Musikförläggareföreningen, SMFF); SKAP (Föreningen Svenska Kompositörer av Populärmusik); IFPI Svenska Gruppen (International Federation of the Phonographic Industry) och SOM (Svenska Oberoende Musikproducenter). Nätverksmedlemmar: SSES (Swedish Sound Engineers Society), Sveriges Dragspelares Riksförbund, MBIN (Music Business Independent Network) och MMF (Music Managers Forum Sweden). Livemusiksektorn har i arbetsgruppen representerats av Anders Larsson, vd United Stage, och Jonas Sjödén, CFO Live Nation.

### Huvudsakliga dataleverantörer<sup>3</sup>

**Copyswede** samordnar licensiering av tv- och radioprogram så att samtliga upphovsmän bakom ett program ska få rätt ersättning.

**Ifpi (International Federation of the Phonographic Industry)** företräder musikbolagen och representerar cirka 95 procent av den totala skivmarknaden i Sverige.

**Musikförläggarna**, tidigare Svenska Musikförläggareföreningen (SMFF), är de svenska musikförlagens branschorganisation och representerar 90 procent av den svenska musikförlagsmarknaden.

**NCB (Nordic Copyright Bureau)** är en nordisk-baltisk organisation som i samverkan med upphovsrättsorganisationer över hela världen förvaltar rättigheterna till inspelning och kopiering av musik på cd, dvd, film, video, internet och så vidare för kompositörer, textförfattare och musikförlag.

**SAMI (Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisation)** ser till att artister och musiker får betalt för sin musik när den framförs offentligt och samlar in pengar när inspelad musik sprids via radio, tv och till exempel i butiker, restauranger, gym och diskotek. Över 28 000 artister och musiker är anslutna till SAMI som har över 40 000 kunder som använder musik i sin verksamhet.

**SCB (Statistiska centralbyrån)** är en myndighet i Sverige som producerar statistik.

**SOM (Svenska Oberoende Musikproducenter)** är en ideell intresseorganisation för oberoende svenska musikbolag. Den viktigaste uppgiften är att tillvarata medlemmarnas upphovsrättsliga intressen. SOM ingår kollektivt som medlem i Ifpi.

**Stim (Svenska tonsättares internationella musikbyrå)** är en upphovsrättsorganisation för kompositörerna, textförfattarna och deras musikförlag. Stim ser till att de drygt 65 000 medlemmarna får betalt när deras musik spelas offentligt.



Mofeta & Jerre. Årets Hiphop, Manifestgalan. Foto: Christer Carlsson

<sup>3</sup> Utöver dessa huvudsakliga dataleverantörer har även MMF (Music Managers Forum) och representanter från livebolag och konsertarrangörer bidragit till framtagandet och kvalitetssäkringen av statistik på det konsertrelaterade området.



Vocado. Årets kör, Sveriges Körförbunds pris. Foto: Alexander Lagergren

## Ett föränderligt musiklandskap

Om vi tänker på hur musik produceras och konsumeras idag framträder bilden av en långt gången internationalisering av musikmarknaden. Teknikutvecklingen har lett till att nationsöverskridande produktioner underlättas, mycket tack vare att musiken idag kan förflytta sig enkelt och billigt i digitala format. Människor som skapar musik kan skicka filer till varandra och samarbeta trots att geografien skiljer dem åt. Bakom ett verk står inte sällan ett flertal upphovsmän med olika nationaliteter. Även när det gäller att framföra musiken på olika platser rör sig musiker och artister över nationsgränser för att nå sin publik.

Allt fler har dessutom åtkomst till musik var de än befinner sig via smartphones och datorer, vilket gör att musiklyssnandet inte heller är platsbundet på samma sätt som tidigare.

Det här betyder att avgränsningen till att mäta den svenska musikbranschens intäkter är något problematisk. Vår undersökning fångar intäkter som registreras hos bolag med säte i Sverige. Samtidigt är vi medvetna om att vare sig musikproduktion eller -konsumtion år 2011 låter sig beskrivas särskilt väl utifrån ett traditionsenligt handelsperspektiv från en enskild nations horisont.

Om man ska peka ut ett enskilt område som varit särskilt föränderligt från år 2010 till år 2011, är det onlineområdet. Både intäkterna från försäljning av inspelad musik och från upphovsrättsliga intäkter på onlineområdet ökade starkt år 2011. Onlineförsäljningen av inspelad musik gick för första gången om den fysiska försäljningen i absoluta tal och baserat på statistik från de största musikbolagen vet vi att trenden håller i sig även år 2012.<sup>4</sup>



Avicii. Årets låt och Årets innovatör, Grammisgalan. Foto: Jacob Schulman

---

4 <http://ifpi.se/wp/wp-content/uploads/GLF-halvaret-20121.pdf>

# Den inhemska musikmarknaden 2011



Ahmadu Jah. Årets hederspris, Folk- & Världsmusikgalan.  
Foto: Peter Ahlbom

Den totala omsättningen på den inhemska musikmarknaden uppgick till drygt 5,3 miljarder kronor fördelat på upphovsrättsliga intäkter, intäkter från inspelad musik och konsertintäkter.

## Upphovsrättsliga intäkter

De upphovsrättsliga intäkterna avser insamlade medel till upphovsmän, förlag, musiker och musikbolag. Totalt uppgick de upphovsrättsliga intäkterna på den inhemska marknaden till 1 223 miljoner kronor år 2011. Framföranderättigheter<sup>5</sup> stod för den enskilt största delen, 805 miljoner kronor, vilket är en ökning på 5 procent jämfört med år 2010. Den procentuella fördelningen mellan olika typer av upphovsrättsliga intäkter framgår av cirkeldiagrammet (figur 1). I kategorin grafiska rättigheter ingår också övriga förlagsintäkter inklusive notutgivning, masterintäkter och utlåning av fonogram.

Tabell 1 visar hur de upphovsrättsliga intäkterna fördelar sig samt presenterar en jämförelse med år 2010. Intäkter från bakgrundsmusik i offentliga sammanhang ökade från 241 miljoner kronor år 2010 med 10 procent till 265 miljoner kronor år 2011. Totalt sett sjönk intäkter från tv-området, men intäkter från public service-tv ökade med 35 procent från 66 miljoner kronor år 2010 till 89 miljoner kronor år 2011. På den kommersiella tv-sidan sjönk intäkterna med 17 procent från 216 miljoner kronor till 180 miljoner kronor.<sup>6</sup>

Den enskilt största procentuella förändringen representeras av intäktsökningen på onlineområdet med 70 procent, från 69 miljoner kronor år 2010 till 117 miljoner kronor år 2011.<sup>7</sup>

Intäkter från mekaniska rättigheter, som är förknippade med reproduktion av fysiska enheter som cd- och dvd-skivor, sjönk med 12 procent från 111 miljoner kronor år 2010 till 97 miljoner kronor år 2011. Sjönk gjorde också intäkterna hänförliga till privatkopierings- och kabelersättning, vilket framförallt kan förklaras av en nedgång på privatkopieringssidan på grund av sjunkande försäljning när det gäller brännbara cd-skivor och andra tomma lagringsmedia.

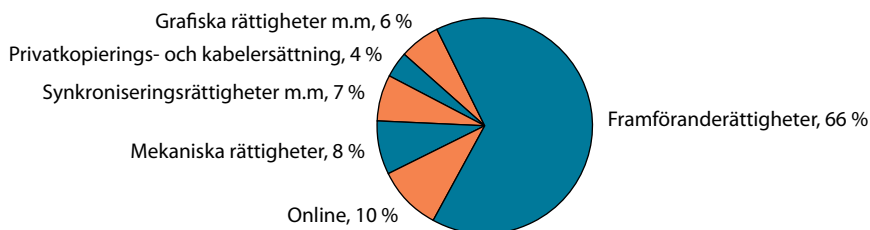
5 Ett offentligt framförande kan ske på en allmän plats i form av bakgrundsmusik till exempel på en restaurang, i samband med konserter eller på tv, radio och bio.

6 Ersättningsnivåerna från tv-bolagen varierar med hänsyn till hur mycket musik som används och hur många tittare man har.

7 Se avsnittet om intäkter från inspelad musik för bakomliggande förklaringsfaktorer.



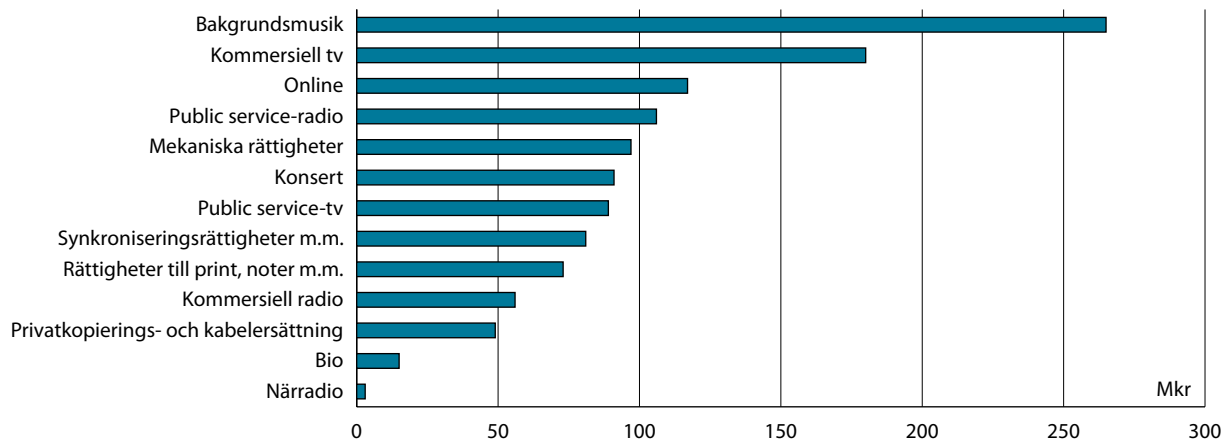
Figur 1 Procentuell fördelning mellan upphovsrättsliga intäkter 2011.



Tabell 1 Upphovsrättsliga intäkter och procentuella förändringar jämfört med 2010, Mkr.<sup>8</sup>

	2011	2010	Förändring
Framföranderättigheter	805	779	3 %
Bakgrundsmusik i offentliga sammanhang	265	241	10 %
Tv	269	282	-5 %
Kommersiell tv	180	216	-17 %
Public service-tv	89	66	35 %
Radio	166	156	6 %
Kommersiell radio	56	53	6 %
Public service-radio	106	103	3 %
Närradio	3	-	-
Bio	15	14	7 %
Live	91	85	7 %
Online	117	69	70 %
Mekaniska rättigheter	97	111	-12 %
Synkroniseringsrättigheter med mera	81	127	-36 %
Privatkopierings- och kabelersättning	49	70	-31 %
Grafiska rättigheter med mera	73	83	-12 %
<b>Totalt upphovsrättsliga intäkter</b>	<b>1 223</b>	<b>1 239</b>	<b>-1 %</b>

Figur 2 Upphovsrättsliga intäkter nedbrutna, Mkr.



Synkroniseringsrättigheter avser rätten att sammanföra musik, text och bild, exempelvis i reklam- och filmsammanhang, och dessa intäkter sjönk med 35 procent från 127 miljoner kronor år 2010 till 81 miljoner kronor år 2011. Årliga variationer i den här typen av intäkter är förväntade i och med att det beror på vilka synkroniseringsavtal som sluts mellan förlag och upphovsmän å ena sidan och exempelvis ett reklamfilmsproduktionsbolag å andra sidan.

<sup>8</sup> Omsättningssiffrorna för år 2010 har i vissa fall reviderats på grund av omkategoriseringar.



**The Turn of the Screw, Läckö Slottsopera.**  
**Operapriset, Tidskriften Opera.**  
Foto: Petter Magnusson

## Upphovsrätten i musikbranschen

Upphovsrätten ger kompositörer och textförfattare, artister och musiker, musikbolag och musikförlag möjlighet att få ut sin musik på marknaden och få betalt för den.

För en kompositör eller textförfattare ger upphovsrätten också ett skydd för det arbete han eller hon lagt ner och möjlighet att hindra att andra plagierar musiken. Det är upphovsrätten som ger kompositören och textförfattaren möjlighet att bestämma vem som ska få använda musiken, om han eller hon vill sälja den, behålla den för sig själv eller sprida den gratis. För kompositören och textförfattaren kan upphovsrätten vara den enda grunden för ekonomisk ersättning, eftersom de ofta inte har gager eller försäljningsintäkter att förlita sig på.

Upphovsrätten består inte bara av den ekonomiska rätten – rätten att få ersättning för sina verk – utan till lika stor del av den ideella rätten. Den ideella rätten är kompositörens och textförfattarens rätt att bli angiven som upphovsman och att bestämma över verket.

Kompositören/textförfattaren sluter ibland avtal med ett musikförlag för att få hjälp att få ut sina verk på marknaden. Kompositören och musikförlaget fattar tillsammans beslut om i vilka sammanhang musiken ska användas. Förlagets intäkter baseras på en procentsats av upphovsmannens intäkter. Upphovsrätten gör att förlagets investeringar kan återbetalas under ett antal år och möjliggör risktagande och investeringar i ny musik.

För musiker och artister innebär upphovsrätten en rätt till ersättning när inspelade verk, som de medverkat på, framförs i exempelvis radio eller tv eller som bakgrundsmusik på restauranger. De musiker och artister som inte är kompositörer eller textförfattare kan vara beroende av upphovsrättsliga ersättningar från offentligt framförande, då de ofta endast får en engångsersättning i samband med inspelning.

Musikbolagen ges genom upphovsrätten rätt att ta betalt för nyttjande av inspelad musik. Upphovsrätten innebär också att musikbolaget kan få intäkter för tidigare nedlagt arbete. Detta möjliggör affärsverksamhet och återinvesteringar i ny musik, då betalningen för tidigare investeringar i marknadsföring och inspelningar kan komma först efter lång tid.

Upphovsrättsliga intäkter uppkommer genom att den som använder musik i sin verksamhet betalar till upphovsrättsorganisationerna Stim, SAMI och Ifpi. Ersättningen betalas utifrån ett antal kriterier, till exempel hur stor betydelse musiken har för verksamheten, hur stor verksamheten är och vilken typ av verksamhet det är.<sup>9</sup>

## Upphovsrättsliga intäkter per invånare – Sverige bäst i världen

Om man relaterar de upphovsrättsliga intäkterna som genererats på den inhemska marknaden till folkmängden, kan man säga att Sverige är ett av världens mest framgångsrika länder. De svenska upphovsrättsliga intäkterna motsvarar 132 kronor per invånare vilket är nästan dubbelt så mycket som Storbritannien på 75 kronor per invånare, som i sin tur ligger nästan dubbelt så högt som USA och Kanada på 39 kronor per invånare.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Källa: Musiksverige.

<sup>10</sup> Nyckeltalen bygger på bearbetningar av data från FN när det gäller folkmängden, från CISAC när det gäller upphovsrättsliga intäkter för USA och Kanada, från Page & Careys studie (2011) när det gäller upphovsrättsliga siffror för Storbritannien, och från Stim när det gäller Sveriges upphovsrättsliga intäkter. Växelkurser som använts är årliga snittkurser för år 2010.

## Intäkter från inspelad musik

Med intäkter från inspelad musik menar vi försäljning av musikinspelningar i olika format. Siffrorna avser detaljhandelnivå men exkluderar upphovsrättsliga intäkter, som är utbrutna och separat redovisade i avsnittet om upphovsrättsliga intäkter. Totalt uppgick försäljningen av inspelad musik till 1 168 miljoner kronor år 2011. Det motsvaras av en procents minskning jämfört med föregående år.

Intäkter från fysisk försäljning av framförallt cd, vinyl, och dvd uppgick år 2011 till 506 miljoner kronor. Försäljningen av musik i fysiska format sjönk således med 35 procent jämfört med tidigare år. Onlineförsäljningen som inkluderar strömmad musik och lagligt nedladdad musik uppgick till 651 miljoner kronor, vilket motsvarar en 65-procentig ökning jämfört med år 2010. Intäkterna från strömmad musik har beräknats<sup>11</sup> till 534 miljoner kronor, vilket innebär en uppgång på 106 procent, medan intäkter från lagligt nedladdad musik minskade med 13 procent jämfört med föregående år, från 135 miljoner kronor till 118 miljoner kronor 2011.



Kungliga Filharmonikerna. Årets klassiska, Grammisgalan. Foto: Jurek Holzer

Tabell 2 Tabell över intäkter från inspelad musik, Mkr.

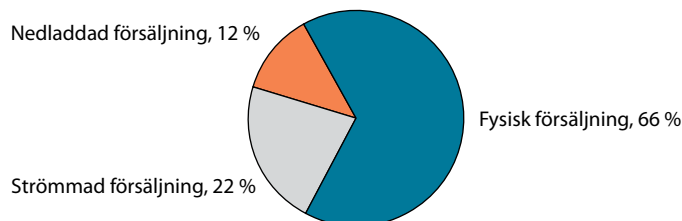
	2011	2010	Förändring
Fysisk försäljning	506	774	-35 %
Onlineförsäljning	651	394	+65 %
Strömmat	534	259	+106 %
Nedladdat	118	135	-13 %
<b>Total försäljning inspelad musik</b>	<b>1 157</b>	<b>1 168</b>	<b>-1 %</b>

11 Kalkylen för uträkningen av inhemska marknaden för strömmad musik bygger på antaganden om fördelning av intäkter till musikbolagen i kategorierna Premium, Free/open/ad-supported/other och Unlimited enligt Ifpis *GLF REPORT Jan-Oct 2012*. Antaganden om antal användare av betaltjänsterna är baserade på statistik från Mediavision och intervjuer. Kalkylen består av två delkalkyler, en för januari-maj (då Spotify:s gratisversion begränsades) och en för juni-december 2011.

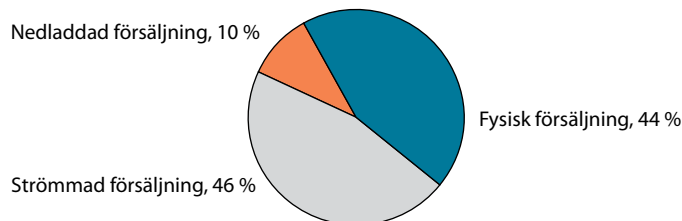
Om vi tittar tillbaka på hur intäkterna fördelade sig mellan den fysiska försäljningen och försäljning på internet år 2010, stod den fysiska försäljningen fortfarande för två tredjedelar av den totala försäljningen. Den strömmade försäljningen uppgick år 2010 till 22 procent och den nedladdade försäljningen var 12 procent.

År 2011 har den fysiska försäljningen backat till att representera 44 procent av den totala försäljningen, medan försäljningen på internet stod för mer än hälften av totalsumman, fördelat på 46 procent strömmad musik och 10 procent lagligt nedladdad musik.

Figur 3 Fördelning av intäkter från inspelad musik år 2010, procent.



Figur 4 Fördelning av intäkter från inspelad musik år 2011, procent.



### Aktörer i den nya musikindustrin

Den digitala utvecklingen har medfört en tillströmning till musikindustrin av nya teknikbolag, samtidigt som etablerade bolag har möjligheter att erövra nya marknadssegment. Till skillnad från sedan länge etablerade musikbolag, vars strukturer byggts upp för att hantera inspelning, distribution och marknadsföring av fysiska produkter, har de bolag som man ibland refererar till som *born globals* aldrig behövt ställa om eller anpassa sig efter musikbranschens ändrade marknadsförutsättningar. I stället har verksamheten från start varit inriktad mot att möta efterfrågan i den framväxande nya musikindustrin. Ett exempel på en sådan grupp aktörer utgörs av de så kallade produktionsbolagen, som bland annat arbetar med kringtjänster till världsturnerande djs. Deras historia sträcker sig ofta inte längre tillbaka än till 2010.

Ett annat exempel är det svenskgrundade digitala musikbolaget X5 med huvudkontor i Stockholm, som startade sin verksamhet år 2003 och som idag har cirka 40 anställda i Stockholm och New York. De förvärvade tidigt rättigheter till äldre inspelningar och har idag en katalog på över 250 000 inspelningar. God lönsamhet har gjort att man även kan bekosta egna nyinspelningar. Alla titlar säljs på en global marknad via de stora nätbutikerna. År 2011 var X5:s intäkter 66 miljoner kronor, varav ungefär 95 procent kom från exportmarknaden.

## Utvecklingen på den digitala marknaden

Utvecklingen på den globala digitala musikmarknaden går mot en ökad konsumtion av strömmad musik,<sup>12</sup> och de nordiska länderna ligger väl framme. Norge med 48 procent av befolkningen som strömmar musik är marknadsledande i världen, och på andra plats kommer Spanien med 44 procent. På tredje plats ligger Sverige med 44 procent av befolkningen som strömmar musik. Två förklaringar är hög internetpenetration och starka nedgångar på marknaderna för fysiska format, vilket skapat förutsättningar för etableringen av tjänster som Wimp i Norge och Spotify i Sverige.<sup>13</sup>

Enligt rapporten "Svenskarna och internet 2012" är den olagliga fildelningen fortfarande omfattande i Sverige. 29 procent av alla män och 11 procent av alla kvinnor i undersökningen fildelar någon gång. Andelen som någon gång fildelar olagligt har inte visat sig minska, trots den ökande användningen av strömmad musik. Det är vanligare att de som fildelar olagligt också prenumererar på en digital musiktjänst, jämfört med de som inte fildelar olagligt. Däremot finns det inget samband, varken positivt eller negativt, mellan olaglig fildelning och köp av musik i nedladdat format.<sup>14</sup>

Tabell 3 Topplistor år 2011.<sup>15</sup>

Årlista album (inklusive samlingar) 2011	
1	Blandade artister: "Melodifestivalen 2011"
2	Blandade artister: "Så mycket bättre – Säsong 2"
3	Veronica Maggio: "Satan i gatan"
4	Adele: "21"
5	Eric Saade: "Saade Vol. 1"
6	September: "Love CPR"
7	Lasse Stefanz: "Cuba libre"
8	Benny Anderssons orkester: "O klang och jubeltid"
9	Blandade artister: "Passione – A Christmas collection"
10	Eldkvarn: "Stans bästa band: 1971–2011 - De första 40 åren"
Singellistan 2011 <sup>1</sup>	
1	Veronica Maggio: "Jag kommer"
2	Don Omar & Lucenzo: "Danza kuduro"
3	Den svenska björnstammen: "Vart jag mig i världen vänder"
4	Adele: "Someone like you"
5	Bruno Mars: "Grenade"
6	Jennifer Lopez featuring Pitbull: "On the floor"
7	September: "Mikrofonkåt"
8	Adele: "Rolling in the deep"
9	Maroon 5 featuring Christina Aguilera: "Moves like Jagger"
10	Rihanna featuring Calvin Harris: "We found love"
Topp 10-låtar i Sverige för 2011 på Spotify <sup>2</sup>	
1	Veronica Maggio: "Jag kommer"
2	Bruno Mars: "Grenade"
3	Jennifer Lopez featuring Pitbull: "On the floor"
4	Daniel Adams Ray: "Gubben i lådan"
5	September: "Mikrofonkåt"
6	Adele: "Rolling in the deep"
7	Chris Medina: "What are words"
8	Pitbull featuring Ne-Yo, Afrojack & Nayer: "Give me everything"
9	Alexandra Stan: "Mr. Saxobeat"
10	Eminem & Rihanna: "Love the way you lie"



Veronica Maggio. Årets pop, Årets textförfattare och Årets kompositör (med Christian Walz), Grammisgalan. Foto: Sarah Nankin

<sup>12</sup> Gratis- och betalversioner sammantaget.

<sup>13</sup> "Streaming Goes Global: Analysing Global Music Adoption". Mark Mulligan, 2012.

<sup>14</sup> "Svenskarna och internet". Olle Findahl, 2012. Stiftelsen för Internetinfrastruktur.

<sup>15</sup> <http://www.sverigetopplistan.se>



Tove Styrke: "High and Low".  
En av P3:s mest spelade låtar.

P3:s mest spelade låtar under 2011 <sup>3</sup>	
1	Adele: "Set fire to the rain"
2	Veronica Maggio: "Jag kommer"
3	Timbuktu: "Resten av ditt liv"
4	Adele: "Rolling in the deep"
5	Jessie J featuring B.O.B.: "Price tag"
6	Jennifer Lopez featuring Pitbull: "On the floor"
7	Den svenska björnstammen: "Vart jag mig i världen vänder"
8	Tove Styrke: "High & low"
9	Martin Solveig featuring Dragonette: "Hello"
10	Lykke Li: "I follow rivers"

1 <http://www.ifpi.se>

2 <http://www.spotify.se>

3 <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3040&artikel=4874491>.

P3 har en musikpolicy där 1/3 av musiken som spelas ska vara av en svensk artist eller låtskrivare.

## Konsertintäkter

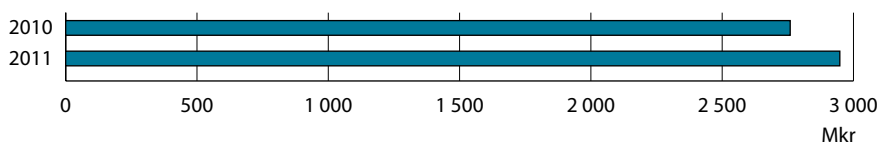
Vi berättade i *Musikbranschen i siffror: Statistik för 2010* att den årliga tillväxten på konsertområdet varit 4,3 procent mellan åren 2004 och 2010. Trenden på konsertområdet håller i sig och ökningen från år 2010 till år 2011 uppgick till 7 procent, från 2 759 miljoner kronor till 2 948 miljoner kronor.

Beräkningarna av konsertintäkter har skett genom en uppräkningsutifrån den snittprocent som konsert- och festivalarrangörerna betalar till Stim och som är baserad på det totala biljettpriset. Därefter har de upphovsrättsliga intäkterna räknats bort och redovisats i upphovsrättskategorin.<sup>16</sup>

Tabell 4 Konsertintäkter år 2011, Mkr.

	2011	2010	Förändring
Konsertintäkter	2 948	2 759	+7 %
<b>Totala konsertintäkter</b>	<b>2 948</b>	<b>2 759</b>	<b>+7 %</b>

Figur 5 Konsertintäkter år 2010 och 2011, Mkr.



## Den inhemska musikmarknadens intäkter i sammandrag

Tabell 5 nedan visar den procentuella förändringen mellan år 2010 och år 2011 för den inhemska musikmarknaden.

Totalt uppgick intäkterna till 5 328 miljoner kronor, vilket är en sexprocentig ökning från år 2010. En analys av intäkternas utveckling inom de tre olika segmenten visar att:

16 För uphovsmännen gäller idag i Sverige att verken är skyddade 70 år efter uphovsmännens död och för närstående rättigheter gäller skyddet i 50 år efter det att upptagningen/inspelningen av verket gjordes. Med det valda angreppssättet fångar vi inte in omsättningen för konserter med enbart verk vars uphovsrättsliga skyddstid löpt ut.



Jill Johnson. Mottagare av SKAP-stipendium.  
Foto: Mats Oscarsson





Ann-Sofi Söderqvist. Mottagare av stipendium ur Sven Paddocks Minnesfond.  
Foto: Pelle Piano

- *Upphovsrättsliga intäkter*  
Backade tillbaka med en procent från 1 239 miljoner kronor till 1 223 miljoner kronor på den inhemska marknaden.
- *Intäkter från inspelad musik*  
Minskade med 1 procent från 1 168 miljoner kronor till 1 157 miljoner kronor på den inhemska marknaden.
- *Konsertintäkter*  
Ökade sju procent från 2 759 miljoner kronor till 2 948 miljoner kronor på den inhemska marknaden.

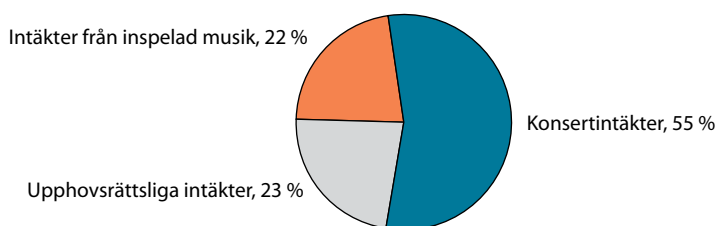
Konsertintäkter står för lite mer än hälften av de totala intäkterna på den inhemska marknaden. Samtidigt råder samband mellan de tre kategorierna som innebär att inspelad musik kan vara en förutsättning för möjligheten att ge konserter, eller vice versa kan liveframföranden föregå inspelningar eller öppna upp för nya inspelningsmöjligheter. De upphovsrättsliga intäkterna genereras både ur inspelad musik och konserter.

Procentuellt sett fördelade sig intäkterna på följande sätt år 2011 (år 2010 inom parentes). År 2011 stod konsertintäkter för 55 (53) procent medan resten fördelade sig på upphovsrättsliga intäkter 23 (24) procent och intäkter från inspelad musik 22 (23) procent.

Tabell 5 Omsättning för den svenska musikmarknaden, 2011 jämfört med 2010, Mkr.

	2011	2010	Förändring
<b>Inspelad musik (Mkr)</b>			
Fysisk försäljning	506	774	-35 %
Onlineförsäljning	651	394	106 %
<b>Total försäljning inspelad musik</b>	<b>1 157</b>	<b>1 168</b>	<b>-1 %</b>
<b>Konsertintäkter (Mkr)</b>			
Konsertintäkter	2 948	2 759	+7 %
<b>Totala konsertintäkter</b>	<b>2 948</b>	<b>2 759</b>	<b>+7 %</b>
<b>Upphovsrättsliga intäkter (Mkr)</b>			
Framföranderättigheter	805	779	+3 %
Online	117	69	+70 %
Mekaniska rättigheter	97	111	-12 %
Synkroniseringsrättigheter m.m.	81	127	-36 %
Privatkopierings- och kabelersättning	49	70	-31 %
Grafiska rättigheter med mera	73	83	-12 %
<b>Totalt upphovsrättsliga intäkter</b>	<b>1 223</b>	<b>1 239</b>	<b>-1 %</b>
<b>TOTALT</b>	<b>5 328</b>	<b>5 166</b>	<b>3 %</b>

Figur 6 Fördelning mellan intäkter från inspelad musik, konsertintäkter och upphovsrättsliga intäkter år 2011, procent.



# Den svenska musikexporten 2011



Lykke Li. Årets album och Årets artist, Grammisgalan.

Den totala omsättningen för den svenska musikexporten uppgick till drygt 1 miljard kronor fördelat på upphovsrättsliga intäkter, intäkter från inspelad musik och konsertrelaterade intäkter.

## Upphovsrättsliga exportintäkter

Svenska artister, upphovsmän och deras musikbolag och -förlag är berättigade till upphovsrättsliga ersättningar, exempelvis när musiken spelas på radio utomlands. På det upphovsrättsliga exportområdet inbringades 502 miljoner kronor under år 2011 vilket uppvisar en ökning på nio procent jämfört med 2010 då intäkterna uppgick till 460 miljoner kronor.<sup>17</sup>

Tabell 6 nedan, som ger en total överblick över intäktsförändringarna på det upphovsrättsliga exportområdet, visar att onlineintäkterna är de intäkter som ökat mest – 48 procent jämfört med år 2010. Siffran bör dock tolkas med försiktighet då detta område fortfarande är under utveckling.<sup>18</sup>

Tabell 6 Upphovsrättsliga exportintäkter år 2011, Mkr.

	2011	2010	Förändring
Framföranderättigheter	326	298	+10 %
Onlineintäkter	17	11	+48 %
Mekaniska rättigheter	105	101	+4 %
Synkroniseringsrättigheter med mera	38	34	+13 %
Grafiska rättigheter med mera	16	16	-1 % <sup>19</sup>
<b>Totalt</b>	<b>502</b>	<b>460</b>	<b>+9 %</b>

<sup>17</sup> Exportintäkter för framföranderättigheter som samlas in via Stim kan dels avse Stimanslutna upphovsmän och musikförlag, dels utländsk musik med Stimanslutna så kallade subförlag. Vi har valt att inte ta med intäkter för subförlagda rättigheter för de nordiska länderna, eftersom vi i samråd med musikbranschens organisationer anser att dessa intäkter inte är en del av svensk musikexport. Valutakurseffekter har inte beaktats.

<sup>18</sup> Delar av onlinerättigheterna kan ligga klassificerade som mekaniska rättigheter. Det finns inte något harmoniserat klassificeringssystem internationella rättighetsorganisationer emellan, vilket gör att delar av onlineintäkterna i vissa fall hamnar under andra rubriker även hos de utländska rättighetssällskapen. Det går trots detta att tyda en trend som visar att onlinerelaterade exportintäkter på det upphovsrättsliga området är på uppgång.

<sup>19</sup> Antal värdesiffror gör att nedgången på en procent inte syns i intäktsiffrorna.



Tabell 7 nedan visar de fem-i-topp länder som Stim har positiv handelsbalans med på det upphovsrättsliga området. ”Exporten” till Singapore är 71 gånger större än ”importen”, följt av Hongkong (14 gånger), Japan (12 gånger), och Ungern och Brasilien (9 gånger).

Tabell 7 Positiv handelsbalans år 2011.

Hur många gånger större är ”exporten” än ”importen”?	
Singapore	71
Hongkong	14
Japan	12
Ungern	9
Brasilien	9

”Export” och ”import” skrivs här inom citationstecken eftersom det inte rör sig om den totala exporten och importen, utan enbart om Stims handelsbalans.

Sverige har bara negativ handelsbalans med fyra länder när det gäller upphovsrättsliga intäkter till kompositörer och textförfattare, vilket framgår av tabell 8 nedan. Tillsammans representerar USA och Storbritannien 70 procent av all ”import”.

Tabell 8 Negativ handelsbalans år 2011.

Hur många gånger större är ”importen” än ”exporten”?	
USA	3,9
Storbritannien	2,3
Kanada	2,0
Frankrike	1,1

Sammanställningen i tabell 9 nedan visar intäkter som svenska musiker och artister får via SAMI för framföranden i utlandet av de inspelningar de medverkat på. Störst intäkter kommer från Tyskland (5,5 miljoner kronor), följt av Danmark (4 miljoner kronor), Nederländerna (3,7 miljoner kronor), Norge (3,2 miljoner kronor) och Finland (2,8 miljoner kronor). Tabellen visar att förutom Tyskland och Nederländerna, så är den nordiska marknaden betydelsefull för svenska musiker och artister.

Tabell 9 Upphovsrättsliga exportintäkter till svenska artister.

Hur mycket samlas in från utlandet till svenska artister?	
Land	Mkr
Tyskland	5,5
Danmark	4,0
Nederländerna	3,7
Norge	3,2
Finland	2,8
Belgien	2,6
Storbritannien	2,4
Frankrike <sup>1</sup>	2,2
Japan	1,4
Kanada	0,8

<sup>1</sup> Adami och Spedidam.



Goran Kajfes. Nordic Music Prize.  
Foto: Camilla Lindqvist

## Värdet av den svenska musikexporten

De intäkter som avspeglar den svenska exporten i den här rapporten avser en kärna som kan utökas med många ringar, som alla samverkar med kärnan men vars värde är svårare att fånga i siffror.

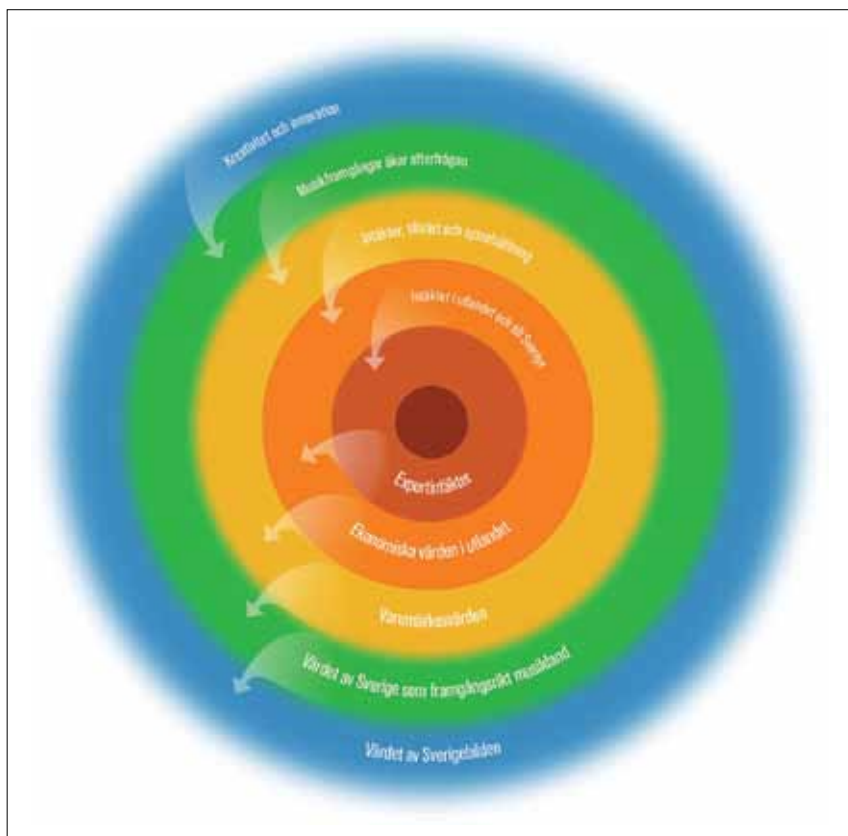
Ekonomiska värden i utlandet utgörs till exempel av de svenska "superproducenternas"<sup>20</sup> intäkter som tas upp i utlandsregistrerade bolag eller av intäkter som samlas in av utländska upphovsrättsorganisationer för svenska upphovsmän och artisters räkning i de fall de valt att ansluta sig till dem i stället för till de svenska sällskapen.

Därutöver kommer svenska musikentreprenörers varumärkesvärden – allt från enskilda artisters varumärken till företag som Spotify – som spiller över och bidrar till värdet av Sverige som framgångsrikt musikland. Men för att kunna bygga starka och långsiktigt värdefulla varumärken krävs en stark kärna som kan liknas vid en förädlingsbar råvara; talangfulla artister och låtskrivare och support-strukturer i form av professionella managers, musikbolag och förlag.

Många vittnar dessutom om betydelsen av musik för Sverige bilden utomlands – en bild som bidrar till att göra Sverige mer spännande och som kan initiera möten, samtal, samarbeten, och kanske till och med affärer som kan bidra till exportintäkter.

Bilden nedan illustrerar hur exportintäkterna endast utgör en liten del av den svenska musiks totala värde i utlandet. Denna rapport mäter exportintäkterna som den innersta kärnan ger upphov till.

Figur 7 Värdet av den svenska musikexporten.



Andrea Tarrodi. Årets konstmusikpris,  
Kammarmusik/mindre ensemble,  
Musikförläggarnas pris.  
Foto: Louisa Sundell

<sup>20</sup> De så kallade svenska superproducenterna och låtskrivarna som skriver musik som gång på gång placerar sig högt i topp på Billboardlistan är mycket eftertraktade i Los Angeles, och de flyttar ofta tillfälligt till USA eller etablerar bolag där för att komma närmare sin marknad.



Simone Moreno. Årets rytm, Manifestgalan.  
Foto: Sesse Lind

## Exportintäkter från inspelad musik

Exportintäkter från inspelad musik utgörs till största delen av licensintäkter, som kommer de svenska musikbolagen och deras artister till godo när de ingår avtal med parter i andra länder. En mindre del utgörs av direktexport av fysiska exemplar av till exempel cd- eller dvd-skivor.

Exporten av inspelad musik uppgick år 2011 till 220 miljoner kronor, vilket är en minskning på nära en procent jämfört med år 2010, då inspelad musik exporterades för 221 miljoner kronor.

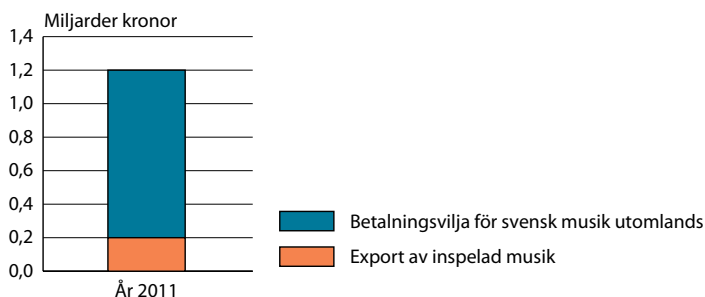
Exportintäkter hänförliga till onlineförsäljning ökade, samtidigt som exportintäkter från fysisk försäljning (huvudsakligen cd-skivor) minskade. Mätt i absoluta tal bär onlinesidan nätt och jämnt upp tappet i fysisk försäljning på exportsidan. I förhållande till år 2010 kan vi se en trend som pekar mot att onlineförsäljningen tar en allt större andel av den totala försäljningen av inspelad musik.

När det gäller den inspelade musiken måste betonas att det som blir en exportintäkt i Sverige motsvaras av en fem till sex gånger större betalningsvilja för svensk musik utomlands. Detta beror på att det endast är nettot i form av licensavgiften som kommer tillbaka till Sverige, resten stannar hos grossister och återförsäljare i utlandet. Exportintäkter för inspelad musik år 2011 motsvarade alltså en betalningsvilja för svenska musikbolags exporterade repertoar på uppskattningsvis 1,2 miljarder kronor.

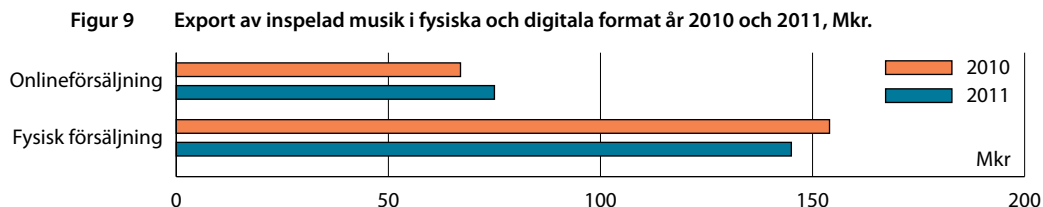
### Hur exporterar man inspelad musik?

Vanligtvis exporteras inspelad musik genom att repertoarägaren (oftast ett musikbolag) i Sverige skriver ett licensavtal med en part i ett annat land. Detta avtal beviljar parten rätten att agera som repertoarägare i landet eller de länder avtalet avser. Det betyder att denna part exempelvis kan sälja cd-skivor, sälja musiken digitalt eller försöka få den spelad i radio. På intäkterna som genereras betalas en royalty till den svenska repertoarägaren. Alla avtal är förstås unika, men en licensavgift på cirka 25 procent är inte ovanlig. Det betyder att en exportintäkt på försäljning av inspelad musik i konsumentledet är värd fem-sex gånger den till Sverige inkomna nettointäkten.

Figur 8 Exportintäkter från inspelad musik år 2011.



Figur 9 nedan visar att exporten av fysiska exemplar minskade med 6 procent från 154 miljoner kronor år 2010 till 145 miljoner kronor år 2011, samtidigt som exporten av musik på internet i strömmat eller lagligt nedladdat format ökade med 12 procent från 67 miljoner kronor år 2010 till 75 miljoner kronor år 2011.



Tonbruket. Årets jazz, Grammisgalan.  
Foto: Fredrik Wennerlund

### Intäkter från konsertrelaterad export

När svenska musiker och artister framträder utomlands genereras konsertrelaterade exportintäkter.<sup>21</sup> Den konsertrelaterade exporten har beräknats till 281 miljoner kronor för år 2011.<sup>22</sup> Det innebär en ökning på 17 procent jämfört med föregående års 241 miljoner kronor. Variationer i intäkter över åren är hänförliga till vilka artister som turnerat, och hur många konserter som genomförts.

För enstaka band och artister med stor publik, kan turnéer generera en betydande exportintäkt. Men i normalfallet, för många mindre och mellanstora artister, genereras inte några betydande intäkter. I stället är marknadsföring, promotion eller att få spelfarenhet i utlandet nog så viktiga anledningar till att framträda utomlands. Även om de flesta utlandskonserter inte ger några betydande intäkter till svenska artister och konsertbolag, utgör de ändå viktiga satsningar inför framtiden.

För att kort förklara vad den konsertrelaterade exporten mäter, vill vi börja med att upprepa att musikbranschens aktörer verkar på en internationaliserad marknad, och det gäller inte minst den konsertrelaterade exportens område.

Svenska och utländska konsert- eller managementbolag, hjälper till att organisera och administrera vissa svenska artister och musikers konsertframträdanden i utlandet. I de fall svenska artister samarbetar med utländska agenter på management- och/eller arrangörssidan, utgörs den konsertrelaterade exportintäkten till Sverige endast av artistgaget. Detta skiljer sig alltså från en i Sverige genomförd konsert, där hela värdet av antalet sålda biljetter utgör omsättningen.

<sup>21</sup> Den totala konsertrelaterade exporten är svår att mäta i och med att det inte finns någon samlande instans eller organisation som dokumenterar intäkter på detta område, vare sig för konsertbolagen eller för deras artister.

<sup>22</sup> För en mer ingående diskussion kring utvecklingen av mätmetoden från föregående år, se den separata rapporten *Musikbranschen i siffror: Metodutveckling*.



Aleks. Årets nykomling, Grammisgalan. Foto: Johanna Wallin

Det är endast gager och kommissioner till svenska konsertbolag som kommer till Sverige, som kan räknas som exportintäkt. Den uppmätta konsertrelaterade exporten innefattar således inte vissa gager till musiker och artister i de fall då de får sitt gage via ett utländskt konsertbolag.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Även om vi inte fångar samtliga intäkter på liveexportsidan, har vi utvecklat en metod som på ett tillförlitligt sätt mäter den konsertrelaterade exporten över tid och insamlingen av data kommer att kunna upprepas vilket möjliggör jämförelser.

# Avslutande sammanfattning



Lina Nyberg Band.  
Jazzkatten, Sveriges Radio.  
Foto: Stina Gullander

Musikbranschens intäkter har ökat med 243 miljoner kronor, från cirka 6,1 miljarder kronor år 2010 till cirka 6,3 miljarder kronor år 2011 vilket motsvarar en ökning på 4 procent. Tabell 10 nedan visar förändringarna på den inhemska marknaden och exportmarknaden sammantaget. Exportandelen ökade en procentenhet från 15 procent år 2010 till 16 procent år 2011.

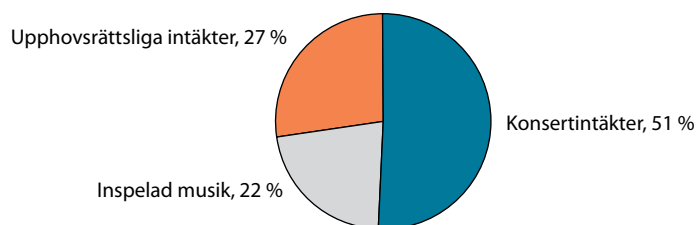
Tabell 10 2011 i sammandrag, Mkr.

Musikbranschens intäkter från den inhemska marknaden och exportmarknaden			
	2011	2010	Förändring
Upphovsrättsliga intäkter	1 725	1 699	2%
Intäkter från inspelad musik	1 377	1 389	-1%
Konsertintäkter	3 229	3 000	8%
<b>TOTALT</b>	<b>6 331</b>	<b>6 088</b>	<b>4%</b>

Den positiva utvecklingen 2011 har sin främsta förklaring i ökade konsertintäkter. En positiv utveckling uppvisar även det upphovsrättsliga området, samt marknaden för strömmad musik.

Sammanlagt stod konsertintäkter för drygt hälften av de totala intäkterna. De uppgick till 3,2 miljarder kronor och representerade 51 procent. Upphovsrättsliga intäkter uppgick till 1,7 miljarder kronor och utgjorde 27 procent medan intäkter från inspelad musik uppgick till knappt 1,4 miljarder kronor och motsvarades av 22 procent.

Figur 10 Fördelning av musikbranschens totala intäkter från inhemska marknad och export, procent.



# Ordlista

## *Digital musikmarknad*

Marknaden för digital musik inkluderar lagligt nedladdad musik (via exempelvis Itunes) och lagligt strömmande musik (via exempelvis Spotify). Det är enbart de lagliga musiktjänsterna som genererar intäkter, och som kan räknas till marknaden. Samtliga lagliga digitala musiktjänster finns listade på <http://www.pro-music.org/legal-music-services-europe.php>. Klicka på Sweden.

## *Fildelning*

Fildelning av musik innebär att tillgängliggöra samt distribuera musik i digitalt format mellan exempelvis två datorer via ett nätverk. Fildelning i sig är inte olagligt, men för att fildelningen ska vara laglig krävs att rättighetsinnehavaren har gett sitt tillstånd till att musiken fildelas.

## *Framföranderättigheter*

Rätten att framföra musik i radio, tv och som bakgrundsmusik på exempelvis restauranger.

## *Fullpris, pris i mellannivå och rea*

Översättning av den amerikanska benämningen full price, mid price och sale som man använder för att kategorisera in cd-skivor i olika prisklasser vid försäljning. Detta kan delvis bero på hur länge skivan funnits ute på marknaden.

## *Fysisk försäljning/fysiska produkter*

Försäljning av fysiska produkter så som cd, vinyl, dvd och vhs.

## *Indiebolag*

Förkortning av independentbolag och avser de musikbolag som är helt fristående och oberoende av majorbolagen.

## *Licensavtal*

En repertoarägare (oftast ett musikbolag) i Sverige skriver licensavtal med en part i ett annat land. Detta avtal beviljar rätten att agera som repertoarägare i landet eller länderna avtalet avser. Det betyder att denna part kan sälja cd-skivor, sälja musiken digitalt, försöka få den spelad i radio med mera. På intäkterna som genereras betalas en ersättning till den svenska repertoarägaren.

### *Majorbolag*

Universal Music Group, Sony Music Entertainment, EMI Music och Warner Music Group.<sup>24</sup>

### *Managementbolag*

En manager arbetar direkt med artisten och har i uppdrag att på alla möjliga sett optimera artistens karriär. Både kortsiktigt och långsiktigt, såväl finansiellt som personligt och kreativt. Ett managementbolag är ett företag som har en eller flera managers som arbetar tillsammans med en eller flera artister.

### *Masterinspelning*

Masterinspelning är den faktiska inspelningen av en låt eller ett album.

### *Masterintäkter*

När en artist släpper en låt eller en skiva har antingen artisten själv eller musikbolaget som artisten har avtal med, rättigheterna till masterinspelningen. När låten eller skivan spelas offentligt, mångfaldigas etc. får rättighetsinnehavaren en ersättning.

### *Mekaniska rättigheter*

Upphovsmannens rätt att erhålla ersättning för sitt verk då han/hon överlåtit rätten att mångfaldiga det 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 hemsida samt andra återförsäljare.

### *Musikförlag*

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

### *Musikbolag (skivbolag)*

Musikbolag arbetar bland annat med att hitta och utveckla artister, spela in musiken samt ansvarar för marknadsföring och försäljning av denna musik.

### *Nedladdad musik*

Nedladdning av musik innebär att musik i digitalt format – en datafil – kopieras mellan exempelvis två datorer via ett nätverk. Nedladdning

---

<sup>24</sup> År 2011.



av musik kan ske via lagliga och olagliga tjänster. För att en nedladdningstjänst ska vara laglig, krävs att den har avtal med rättighetsägarna till musiken. Varken nedladdning eller uppladdning av skyddat material utan tillstånd från rättighetshavarna är tillåtet. Det är enbart de lagliga musiktjänsterna som genererar intäkter till musikbranschen. Lista över lagliga nedladdningstjänster finns på <http://www.pro-music.org/legal-music-services-europe.php>. Klicka på Sweden.

#### *Onlineförsäljning*

Med onlineförsäljning menas försäljning av musik via digitala musiktjänster som till exempel Itunes (nedladdad musik) och Spotify (strömmande musik).

#### *Produktionsbolag*

Ett produktionsbolag inom livemusik arbetar med att producera turnéer och konserter till de artister som har ett avtal med produktionsbolaget. De arbetar då med allt från marknadsföring till ekonomi och koordinering.

#### *Rättighetsinnehavare*

En eller flera personer som äger rättigheterna till ett verk. Även ett musikbolag och ett musikförlag kan vara rättighetsinnehavare.

#### *Strömmande musiktjänster*

Exempel på strömmande musiktjänster är Spotify och Wimp. Strömning av musik (streaming) är när ljudfilerna skickas från en webbtjänst, via internet, till mottagarens dator, mobiltelefon etc. 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.

#### *Synkronisering*

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

#### *Upphovsrätt*

Laglig rätt att få ekonomisk ersättning för ett verk, att anges som upphovsperson och att bestämma över verket.

#### *Upphovsrättsliga intäkter*

Intäkter som upphovsrättsinnehavaren får när dennes verk spelas upp i exempelvis radio eller framförs på konsert.

**Tillväxtverket underlättar  
förnyelse i företag och regioner,  
och gör det enklare för företag.**