



KULTURDEPARTEMENTET

Rapport

Rapport fra Nordgård-utvalget

Juli 2013





KULTURDEPARTEMENTET

Rapport

Rapport fra Nordgård-utvalget

Juli 2013

Innholdsfortegnelse

Innledning	5
Utvalgets mandat.....	5
Utvalgets sammensetting og arbeid.....	6
Beskrivelse av feltet.....	7
Bakgrunn og generell utvikling	7
Norskandelen i Streamingmarkedet.....	8
Hit-konsentrasjon, mangfold og bærekraft.....	9
Langsiktighet, likviditet og risiko.....	11
Kostnader og investeringer	12
Utøveres økonomi og rammevilkår.....	13
Svar på Utvalgets Mandat.....	15
Vurder hvilke musikkutgivelser som er truet ved overgangen til nye plattformer for musikkutgivelser	15
Vurder hindrene for slike utgivelser.....	15
Vurder mulighetene for å påvirke denne utviklingen.....	17
Vurder hvordan politikken på området bør utvikles for å bidra til viktige omstillinger som følge av den digitale utviklingen	17
Vurder hvordan musikknæringen skal kunne tilpasse seg en teknologinøytral kulturpolitikk fremover	18
Forslag til tiltak.....	20
Referanser.....	22



Supersilent, PUNKT 2010
Foto: Jørund F. Pedersen

Innledning

Utvalgets mandat

Utvalget for digitale utfordringer i musikkbransjen har fått i oppdrag å beskrive utfordringene knyttet til overgangen til nye former for salg og distribusjon av innspilt musikk. Utvalget har blitt bedt om å utarbeide følgende innspillsnotat med vurderinger på konkrete problemstillinger og forslag til tiltak på området. Mandatets fokus ligger på omstillingene i musikkbransjen og endringer i verdikjeden som følger av dette. Det ligger en forståelse i oppdraget at deler av musikkbransjen opplever dramatiske utfordringer i overgangen til digitalisert distribusjon og salg av musikk og at dette kan ha negative konsekvenser for verdikjeden som helhet. Det ligger også en forståelse av at plateselskapene har en viktig funksjon i forhold til å investere i nye utgivelsener, sikre sjangerbredde og jobbe i samspill med utøver. Dette betyr at utvalget i stor grad har konsentrert seg om forholdene rundt plateselskaper og utøvere. Det er klart at det er en rekke andre forhold innen det man kan kalle musikkbransjen som også opplever utfordrende endringer. Enkelte av disse endringene kan også ses i sammenheng med utviklingen i musikkbransjen, men de vil likevel være på utsiden av utvalgets mandat og fokus. Utvalgets arbeid har først og fremst konsentrert seg om to parter; plateselskapene og utøverne. Begge disse partene har vært godt representert i utvalget.

Kulturdepartementets mandat til utvalget legger et tydelig fokus på overgangen til nye plattformer, nye modeller og nye muligheter. Mandatet fokuserer på prosess og omstilling og utvalget blir utfordret på å komme med forslag til hva som eventuelt kan gjøres fra politisk hold for at musikkbransjen på best mulig måte skal klare disse omstillingene. Vi legger derfor til grunn i arbeidet at forslag til tiltak i første rekke skal bistå bransje og utøvere å sikre levedyktighet, kvalitet og bredde i en periode hvor disse forholdene blir utfordret. Digitalisering og utvikling av musikkbransjen er i utgangspunktet positivt og byr på et spekter av

nye muligheter. Når utvalgets mandat og rapport fokuserer på utfordringene knyttet til disse endringene skyldes ikke dette en negativ innstilling til digitalisering av musikkbransjen, men snarere et forsøk på å styrke disse prosessene og gjøre dem mest mulig bærekraftig for alle parter.

Kulturdepartementet har bedt utvalget spesifikt om å se på følgende punkter:

- Vurdere hvilke musikkutgivelser som er truet ved overgangen til nye plattformer for musikkutgivelser
- Vurdere hindrene for slike utgivelser
- Vurdere mulighetene for å påvirke denne utviklingen
- Vurdere hvordan politikken på området bør utvikles for å bidra til viktige omstillinger som følge av den digitale utviklingen
- Vurdere hvordan musikknæringen skal kunne tilpasse seg en teknologinøytral kulturpolitikk fremover
- Komme med forslag til tiltak

De ovennevnte punktene har ligget til grunn for utvalgets arbeid. Vi vil i det følgende svare på dem gjennom å gi en beskrivelse av utviklingen og hvordan utvalget vurderer denne, før vi svarer punktvis på mandatets problemstillinger og kommer med forslag til tiltak.

Vi vil, så langt det lar seg gjøre, forsøke å trekke linjer til tilstøtende offentlige dokument for å utfylle, underbygge og komplimentere disse. Dette gjelder især Kulturutredningen 2014 (NOU 2013: 4) og Digitalutvalgets "Hindre for digital verdiskaping" (NOU 2013: 2).



Utvalgets sammensetting og arbeid

Utvalget har bestått av Daniel Nordgård (utvalgets leder), Larry Bringsjord (FONO), Hege Marit Folkestad (Kirkelig Kulturverksted), Renée Rasmussen (MFO), Knut Schreiner (utøver), Cecilie Torp-Holte (Circle Management), Marte Thorsby (IFPI), Christian Wadahl Uhlen (Gramart)

Utvalget har fått innspill av følgende gjester: Erik Brataas (Phonofile), Eivind Brydøy (Vox Artist), Martin Grøndahl (GRAMO), Jan Erik Haglund (Igloo Management), Joakim Haugland (Smalltown Supersound), Willy Martinsen (TONO), Inger Elise Mey (TONO), Terje Pedersen (Warner

Music), Rudolf Reim (Petroleum Records), Jarle Savio (EMI), Kjartan Slette (WIMP), Bugge Wesseltoft (utøver og platedirektør), Violet Road (Artist).

Utvalget ble opprettet i februar 2013 og leverer sin rapport august samme år. Vi har i denne perioden møttes fire ganger til møter med to dagers varighet. Vi har fordelt gjestene på alle disse møtene. Tema og mandat har vært en stor bestilling med relativt liten tid tilgjengelig. Vi tror ikke denne rapporten fullt ut beskriver feltet, problemstillinger eller løsninger, men den bør ses på som nettopp et innspillsnotat og dermed en eventuell start på flere nye initiativ.



Beskrivelse av feltet

Bakgrunn og generell utvikling

Musikkbransjen har gjennomgått store forandringer siden tusenårsskiftet, hvor overgangen til digital, nettbasert distribusjon av musikk har bydd på store utfordringer. Omsetningen i markedet for innspilt musikk har i perioden 2000 til 2011 blitt nær halvert, fra omsetning ut fra distributør på ca 1 mrd i år 2000 mot ca 500 mill i 2011 (IFPI 2012). Dersom vi regner beløpene om i 2011 kroner blir nedgangen større. En slik nedgang i løpet av så kort tid er svært dramatisk, uansett hvordan man velger å se på det. Utviklingen de siste årene har, som Kulturdepartementet skriver i utvalgets mandat, skapt stor usikkerhet rundt forbruksmønstre, forretningsmodeller og inntekter. Denne usikkerheten har preget både utøvere og plateselskaper, og det er en berettiget bekymring rundt bredde og kvalitet innen norsk musikkbransje. Inntektssvikten hos plateselskapene begrunnes i første rekke med ulovlige fildeling, som fra årtusenskiftet underminerte den økonomiske modellen platebransjen var bygd på. Det er mye som tyder på at ulovlig fildeling er mindre utbredt i dag, mye takket være nye lovlige kanaler for konsum av musikk. Men til tross for oppgang de seneste år er omsetningen fremdeles betydelig lavere enn i toppårene rundt 2000, noe som tyder på en bransje som fremdeles har en vei å gå i forhold til å få inntekter og utgifter til å stå i stil med ambisjoner, forventninger og muligheter. Den siste tiden har det vært en positiv utvikling i forhold til økte inntekter fra digitalt salg og da i sær streaming. Men fremveksten av nye formater og nye forbruksmønstre gir også nye utfordringer i forhold til inntektsfordeling mellom platebransjen og eksterne parter, internt i platebransjen og mellom plateselskap og utøver.

Utviklingen har gitt noen klare utfordringer i forhold til inntekter, inntjeningsstid og likviditet og det gir potensielt noen utfordringer i forhold til sjangerbredde, langsiktighet og forutsigbarhet.

Det er en fare for at mangfoldet blant utøvere og plateselskaper blir varig svekket i overgangen til nye modeller, da det er en større økonomisk risiko å investere i nye artister og nye musikkutgivelser. Det kan dermed oppstå et vakuum i perioden hvor nye modeller for salg og distribusjon av musikk blir implementert og adoptert. Dette er et punkt som også blir trukket frem av Digitalutvalgets¹ og Enger-utvalgets vurdering² - at situasjonen er særlig kritisk for de små plateselskapene og for bredden av utøvere.

De tydeligste utviklingstrekkene i musikkbransjen de siste årene er en økonomisk forskyvning fra markedet for innspilt musikk til live-sektoren. Innen markedet for innspilt musikk har vi sett en endring fra fysisk til digitalt (nedlasting og streaming). Vi har dessverre ingen analyse av utviklingen i norsk musikkøkonomi, men både Sverige³ og Danmark⁴ har gjort analyser av sine respektive markeder som det er naturlig å se på. I begge land vises en kraftig vekst innen livemarkedet og en tilsvarende kraftig nedgang i markedet for innspilt musikk. Volantes Musikbranschen i Siffror 2011 viser at livemarkedet i dag utgjør så mye som 51% av svensk musikkøkonomi. Nå er det flere ting som kan diskuteres med deres analyse og det er ikke gitt at utviklingen er helt lik i Norge, men tendensen i rapportene er uansett tydelig og den følger den samme trenden som den

¹ NOU 2013:2 *Hindre for digital verdiskaping*

² NOU 2013:4 *Kulturutredningen 2014*

³ I Sverige har man flere økonomiske analyser som viser utviklingen mellom sektorene. Daniel Johanson og Markus Larsson har analysert perioden 2000-2008. De to siste årene har Volante og Musik Sverige gitt ut *Musikbranschen i Siffror*.

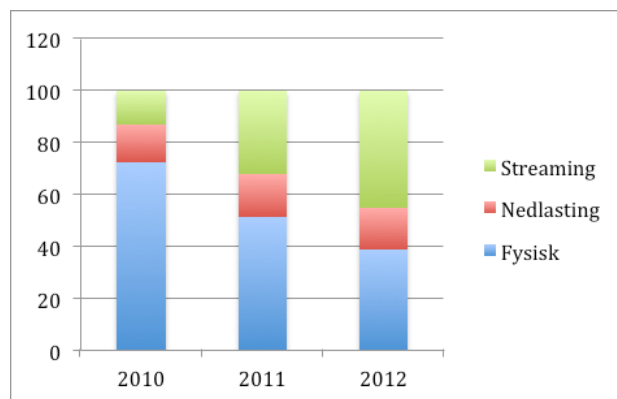
⁴ Rambøll's *Pengestrømme i Dansk Musikliv* (2010).

vi ser i andre markeder – live markedet opplever en stor vekst i forhold til innspilt musikk. Her er det likevel viktig å påpeke at live markedet preges av en svært topp-tung fordeling av inntekter, hvor de største navnene opplever en stor økning, mens midtsjiktet og de mindre etablerte navnene ikke nødvendigvis ser en slik vekst. I enkelte tilfeller kan man se det motsatte. Vi har ingen god analyse av pengestrømmene i det norske livemarkedet, men det er blitt gjort gode analyser i både England og USA som viser den samme tendensen som i Sverige og Danmark.⁵ Det er et underskudd på tilsvarende analyser i Norge, men Kulturdepartementet og Norsk Kulturråd har igangsatt en prosess for å få en økonomisk analyse av det norske markedet. Rambøll har fått i oppgave å analysere den norske musikkøkonomien og det er forventet en rapport vinteren 2014.

Innen markedet for innspilt musikk ser vi en tydelig dreining til digitalt forbruk og da i sær streaming. IFPI's tall gir et tydelig bilde om hvordan utviklingen ser ut de siste årene og gir dermed en viktig pekepinn på hvordan det vil se ut i nær fremtid. Fra 2010 til 2012 har fysisk gått fra å utgjøre 72,4% av markedet til 38,5%. Streaming har gått fra å utgjøre 13,4% i 2010, til å utgjøre 45% i 2012. Foreløpige tall fra 2013 viser at streaming utgjør 66% av markedet for innspilt musikk.

Med en så tydelig overgang til streaming som hovedformat for salg og konsum av musikk, er det ekstra viktig at vi forstår hvordan en slik overgang påvirker rammer, ambisjoner og forventninger til den norske musikkbransjen og norske utøvere.

⁵ Krueger, A. (2005) *The Economics of Real Superstars: The Market for Rock Concerts in the Material World* og PRS for Music's analyser av det engelske livemarkedet: King, Ian, (2009) *Live Issues* The Times UK, 21.07.09



(Kilde:IFPI Norge)

Norskandelen i Streamingmarkedet

Hvordan ser streamingmarkedet ut og hvordan vil det påvirke norsk musikkøkonomi? I begynnelsen av januar 2013, presenterte Marte Thorsby og IFPI Norge tall for fjorårets omsetningen av innspilt musikk i Norge. Tallene viser to viktige tendenser som vi mener illustrerer utviklingen i markedet godt. For det første økte den totale omsetningen av innspilt musikk i Norge med 7% i 2012. (De første 5 mnd i 2013, viser en oppgang på 18%) For det andre melder Thorsby at norskandelen har gått kraftig ned. Det anslås at norskandelen kan være så lav som mellom 10% og 15%. Dette bildet blir støttet av tall fra TONO, hvor man viser til en norskandel av streaminginntektene på mellom 12% og 15%. Både veksten i omsetning for innspilt musikk og nedgangen i norskandelen settes i sammenheng med streaming-modellen. Tidligere, i CD-markedet så sent som i 2005/2006, har man operert med en norskandel på mellom 40% og 50%. Et raskt og litt forenklet svar på utvalgets mandat kunne derfor være at norsk musikk taper på overgangen til nye plattformer for musikkutgivelser. Dette bildet blir forsterket i dialog med utøvere, managere og plateselskap. På den ene siden er man glad for at man synes å finne løsninger som dekker publikums behov og forventninger til tilgang og brukervennlighet. På den annen side er det en tydelig bekymring både hos plateselskaper og utøvere omkring bærekraften for norske plateutgivelser dersom det ikke skjer endringer.

I denne sammenheng er det viktig å minne om at streamingformatets fremtid avhenger av internasjonale forhold og ikke graden av suksess i det norske markedet. Det er en håndfull territorier som synes å adoptere formatet hurtig. Dette gjelder i første rekke enkelte Nordiske land som Sverige og Norge, samt land som Sør-Korea og Taiwan. Det er helt sikkert flere fellesnevnerne blant disse landene som bidrar til den enorme veksten, men en viktig side ved disse markedene er at de har en svært høy grad av bredbåndspenetrasjon. De er også relativt små musikkmarkeder. Vi ser ikke den samme markedsandelen for streaming i viktige musikkmarkeder som USA, Tyskland eller Storbritannia. I USA utgjør digital nedlasting av singel og album over 70% av det digitale markedet mens i Tyskland utgjør fremdeles fysiske plater 80% av markedet og streaming utgjorde kun 2,5% i 2012⁶. Dette viser at det er enorme forskjeller mellom ulike land. På verdensbasis utgjør streaminginntekter 13% av det globale digitale musikkmarkedet, noe som nødvendigvis illustrerer at på tross av en eventyrlig vekst i Skandinavia, er dette ytterpunktet i en utvikling som peker i samme retning, men hvor det er store interne forskjeller. Ettersom det amerikanske markedet har en avgjørende posisjon i internasjonal musikkøkonomi, kan utviklingen i dette markedet og i de andre store musikk-økonomiene være bestemmende for streamingformatets fremtid. Dette er en viktig påminnelse når man vurderer tiltak for ny kulturpolitikk basert på erfaringer med streamingformatet. Kulturdepartementet virker å være klar over dette idet de etterlyser tilrettelegging for en teknologinøytral kulturpolitikk.

⁶ http://www.musikindustrie.de/fileadmin/piclib/statistik/branchendaten/jahreswirtschaftsbericht-2012/download/Jahrbuch_BVMI_2012.pdf

Hit-konsentrasjon, mangfold og bærekraft

Markedet for innspilt musikk har blitt betydelig mer hit-basert i streamingøkonomien (nye hits, så vel som gamle hits). Både utvalgets medlemmer og gjester peker på denne utviklingen som viktig, og dette kan delvis være med på å forklare hvorfor norskandelen har gått ned. I konkurranse med et internasjonalt repertoar, både for ny musikk og for katalog, har norske utøvere og norsk musikk tapt terreng. Nå har selvsagt norsk musikk alltid operert i konkurranse med utlandet, men det er mulig at streamingformatet har gjort denne konkurransen ytterligere utfordrende. Utvalget har brukt mye tid på å diskutere hva som kan være grunnene til at norsk musikk taper markedsandeler i overgangen til streaming. En forklaring kan ligge i hvilket publikumssegment som har adoptert streamingformatet først. Det er en overvekt av unge mennesker som streamer musikk, og denne gruppens lyttemønster påvirker således fordelingen av inntekter.

Det kan også tenkes at musikkbransjen, i overgangen til nye plattformer for salg og distribusjon av innspilt musikk, ikke i stor nok grad har klart å tilpasse markedsføring og kommunikasjon. Dette er et problem som blir ytterligere forsterket idet bransjen de siste årene har gjennomgått en kraftig inntektssvikt, og ikke i like stor grad har økonomisk mulighet til å prøve og feile ved å teste ut nye modeller og nye kanaler. Vi tror markedsføring av norsk musikk er en nøkkelfaktor i en tid hvor publikum blir tilbudt en nærmest uendelig internasjonal musikkatalog innenfor den samme digitale rammen hvor norske utøvere og plateselskaper skal kjempe om oppmerksomhet. Den Amerikanske psykologen Barry Schwartz er inne på noe som kan være en forklaring på hvorfor det virker å være en konsentrasjon i topp. I boken "The Paradox of Choice: Why more is less" (2004) viser Schwartz hvordan en økt mengde valgalternativer ikke nødvendigvis medfører økte valgmuligheter. Ressursene som forbindes med å foreta et valg kan oppleves så overveldende idet man står ovenfor et hav av muligheter, at man i følge Schwartz ofte velger ett av to alternativer; man velger noe man kjenner fra før, eller man

avstår fra å ta et valg. Schwartz viser at mennesker tenderer til å søke en form for veiledning når man skal foreta valg. Ikke minst søker man også en grad av bekreftelse i etterkant av valget. Idet musikkbransjen ble digitalisert og til en viss grad omstrukturert ble også en del av markedsføringskanalene endret og det kan ha oppstått et visst vakuum idet gamle "gatekeepers" forsvant til fordel for nye. En forklaring på hit-konsentrasjonen kan derfor være at markedsføring ikke stor grad stor nok grad har bidratt til å kommunisere kvalitet og bredde. I møtet med over 20 millioner låter kan oppgaven med å navigere virke håpløs og løsningen blir å søke de største hittene og de gamle klassikerne. Her begynner vi å se endringer idet streamingtjenestene i større grad tester ut forskjellige former for kurering og veiledning i form av spillelister og personlig tilrettelegging. WIMPs fokus på norsk musikk i sine spillelister og høy grad av markedsføring av norsk musikk er nok en stor del av grunnen til at WIMP også har en større andel norsk musikk enn den vi ser ellers i streamingmarkedet. En annen grunn kan være at Wimp i større grad appellerer til en eldre lytterskare, som muligens i større grad lytter til norsk musikk.

Det kan tenkes at det også er mer strukturelle endringer som kan forklare forskyvningen til en lavere andel norsk musikk. Streamingøkonomien innebærer at hver låt genererer inntekter når den faktisk lyttes til, og ikke ved innledende enhetssalg som i CD-økonomien. Elementer som lojalitet spiller ikke lenger en rolle for inntektene. Tidligere kjøpte man kanskje en norsk CD av lojalitetsgrunner, og dette skapte inntekter, mens nå må låtene lyttes til i et relativt stort omfang for at det skal bli særlige inntekter av det. Det kan godt være at lyttermønsteret er relativt uendret, men ulikheten i forretningsmodell gjør at den økonomiske uttellingen blir annerledes. Per i dag er avregning til plateselskap og dermed også royaltyavregning til utøver utelukkende bestemt av antall streams, målt opp mot det totale antallet streams i samme periode i samme tjeneste. Det vil si at en artist gjerne kan ha 5000 fans som utelukkende bruker sitt streaming-abonnement til å høre på dennes musikk i et antall måneder, men likevel ikke få noen særlig avregning, dersom

andre artister lyttes til i betydelig større grad av andre abonnenter i samme tjeneste. Den delen av inntektene fra streamingabonnementene som skal tilfalle plateselskap og utøver går inn i en pool og fordeles basert på enkeltlåtenes andel av den totale lyttingen på streamingtjenesten.

Dersom du har 5000 svorne fans kan deres lytting utgjøre lite eller ingenting i dette regnestykket, mens i CD-alderen ville dette gjerne resultert i 5000 solgte album med en betydelig bedre avkastning. I dette regnestykket ligger det en kjempestor utfordring.

Plateselskapenes økonomi og utvikling

Norske plateselskap står ovenfor store økonomiske utfordringer. Når platebransjens totale omsetning i utgangspunktet er nær halvert fra 2000 til 2011 og veksten som nå finner sted i stor grad baserer seg på internasjonale hits (så vel som enkelte norske), er det i utgangspunktet vanskelig å satse bredt og langsiktig på nye norske musikkutgivelser. Utvalgets forståelse av situasjonen er at den er prekær for et midtsjikt av plateselskap med fast ansatte og en viss størrelse på administrative utgifter. Det er svært vanskelig å drive et profesjonelt plateselskap og å satse på nyutgivelser idet det digitale paradigmeskiftet har ført til bortfall av og/eller usikkerhet i forhold til salgsinntekter. For å ytterligere komplisere bildet genereres inntektene over en mye lengre periode enn i det tidligere CD-markedet, noe som skaper likviditetstutfordringer i plateselskapene. Det kan godt tenkes at dette er midlertidig og det kan godt tenkes at inntekter på lang sikt vil utgjøre en bærekraftig størrelse. Situasjonen er likevel alvorlig idet dagens situasjon gjør det vanskelig å satse på nye produksjoner all den tid inntektene knyttet til musikkutgivelser er så usikre. Dette fører til at utøvere som vil spille inn og gi ut musikk, i større grad henvises til å stå for dette selv.

Her må det legges til at enkelte av plateselskapenes tilbakemeldinger til utvalget viser en viss optimisme i forhold til egen drift. Når vi har pratet med Bugge Wesseltoft (Gubemusic) og Joakim Haugland (Smalltown Supersound) er disse relativt optimistiske på egne vegne. Likevel - ingen av

disse regner streaming som grunnlag for denne optimismen. Tvert imot. Som Bugge Wesseltoft sier; Streamingformatet fungerer særst dårlig for norsk musikk! Joakim Haugland er inne på noe av det samme når han sier at fysiske utgivelser ligger til grunn for alt han gjør og at digital omsetning i så fall er en bonus. Felles for begge er at de har flere ben å stå på, en stor grad av fleksibilitet og at de ikke er avhengig av digitalomsetning.

Også de store multinasjonale plateselskapene blir påvirket av at norskandelen på hjemmemarkedet opplever en så dramatisk nedgang som den vi ser. De norske avdelingene til de multinasjonale plateselskapene har en viktig rolle både med å investere i større satsinger, samt å utvikle og markedsføre norske artister for eksportmarkedet. Idet markedsandelene for norsk musikk synker så kraftig blir det desto vanskeligere å forsvare interne investeringer i norske utgivelser. Det er fort gjort å tenke at de multinasjonale selskapene ikke blir påvirket av endringene all den tid de kan basere økonomien på dagens hitmarked, internasjonale utgivelser og en katalog med flere tiår med hits. Men ettersom hvert prosjekt har sin egen økonomi og de norske prosjektene i stor grad må stå på egne ben, vil også disse satsingene måtte forsvares. Utfordringen ligger i insentiver til å satse på nytt og å satse på norsk.

Langsiktighet, likviditet og risiko

I utvalgets arbeid pekes det på at inntjeningsstiden for en innspilling er betydelig lengre enn hva den har vært tidligere. Dem vi har pratet med sier at der man tidligere jobbet med "inntjeningsvinduer" på uker eller noen få måneder, ser man nå på en inntjeningsperiode på flere år. I den offentlige debatten peker man ofte på Long-tail-prinsippet og hevder at økonomien er den samme, den er bare strukket ut over en lengre tidsperiode. Man snakker ofte om at der den gamle modellen sørget for inntekter over en kortere tidsperiode, konsentrert til album-release, kan man gjennom dagens digitale forbruk forvente inntekter spredd utover en lengre tidsperiode. Her må det legges

til at dette i vår sammenheng kun kan betraktes som en teori. Dagens streamingformat har kun eksistert i en kort periode og har dermed ikke bevist hvorvidt det stemmer at inntjening på repertoar vil fortsette i årevis, eller om dette er et fenomen forbeholdt noen få. Vi har heller ikke erfaring med hvorvidt dette betinger kontinuerlig markedsføring for å aktivere videre lytting (med tilhørende kostnader). Dersom teorien stemmer, vil det uansett utsette enkelte aktører for en likviditetsutfordring idet produksjonskostnader for nye innspillinger trenger lengre tid for å bli dekket inn, og dermed er det en økt risiko i prosjektene. I denne sammenheng bør man kanskje stille spørsmål ved hvorvidt en slik modell er forenlig med krav om å korte ned på opphavsrettens levetid, slik Digitalutvalget foreslår. Det vil si – hvorvidt det er forenlig å diskutere opphavsrettens levetid og rammer i en tid hvor brorparten av rettighetshavere sliter med å se noen sunn økonomi på kort tid men kanskje på lang sikt.

Det er en generell utfordring at musikere og musikkbransje i møte med dagens omstillinger til stadighet må kjempe for å begrunne rettighetshaveres rett til å få kompensert for bruk av sin musikk. Digitalutvalgets rapport underbygger deler av denne tankegangen, noe som blant annet ble påpekt av TONO i deres hørings svar til NOU 2013: 2.

I diskusjonen rundt det å finne bærekraftige modeller for fremtiden har musikkbransjen lett for å havne i en posisjon hvor man må forsvare sine interesser ovenfor andre kommersielle selskapers interesser, ved rett og slett å bli pekt på som et hinder for digital verdiskaping. Martin Mills, grunnlegger av Beggars Group, kommenterte på dette da han mottok Billboards Industry Icon Award under MIDEM 2013⁷:

Cross border licensing is clearly a problem, and the territorial structures that continue to dominate a global licensing marketplace are clearly an anachronism. We need help in moving beyond that. But we do not need to have control of our rights taken

⁷ <http://www.billboard.com/biz/articles/news/1533683/martin-mills-call-to-action-his-billboard-midem-speech-in-full>

away from us, to be forced to license that in which we have invested at uneconomic prices, to simply allow huge tech firms to make even huger profits. We do not need illegal services to be made more visible than legal ones. Tech companies should be the partners of rights companies, not their masters. And we value them enormously as such, our partnerships with them are fundamental to our business now – as is our content to theirs.

Kostnader og investeringer

Musikkbransjen jobber fremdeles med store kostnader og investeringer med en høy grad av risiko. Man vet aldri helt hva som vil slå an og selge i stort volum eller hva som trenger mer tid hvor man gjennom flere utgivelser og tilhørende markedsføring bygger opp et publikum som forhåpentligvis på sikt vil medføre større salgstall. Platebransjen har tradisjonelt løst dette ved å investere bredt i mange musikkarrister og mange utgivelser slik at sjansen for å ”treffe” øker. Det ligger en viss grad av subsidiering i en slik modell idet plateselskaper inngår avtaler med en rekke musikere, band og artister som aldri vil dekke kostnadene knyttet til produksjon, utgivelse og markedsføring. Man kan gjerne kalle det en kalkulert risiko som begrenses ved å fordele investeringene relativt bredt, ved å ha en viss kontroll over utgifter og en viss forventning om inntekter. Når inntektsgrunnlaget blir konsentrert rundt et fåtall utgivelser, vil dette også påvirke kalkyler og risikovilje. Man søker mindre risiko ved å signere færre band, ved å la utøver ta mer av risikoen selv, eller ved å sikre seg mer av potensielle inntekter. Dette har igjen konsekvenser for utøver.

Det blir ofte argumentert med at kostnadene knyttet til produksjon og distribusjon av musikk har gått ned og at risikoen med dette blir mindre. Dette påpekes også av Digitalutvalget:

”Et vanlig argument er at samtidig som musikkbransjen har lavere salgsinntekter på fysiske formater enn hva de hadde for 20 år siden, har de også barbert kostnadene i begge ender av produksjonskjeden. Med billigere utstyr og teknologi, flere studioer og generelt lavere innspillingskostnader

har produksjonssiden av musikkbransjen blitt rimeligere. I tillegg har digitale formater medført at distribusjonskostnader og salgskostnader har gått ned” (Digitalutvalgets NOU 2013: 2).

Dette er en sannhet med store modifikasjoner. Å hevde at platebransjens kostnader kun er knyttet til innspilling og distribusjon kan i beste fall beskrives som en grov forenkling. Som digitalutvalget også er inne på, er markedsføring av utøver og utgivelse blitt viktigere og mer ressurskrevende. Dette er en oppgave som tradisjonelt ligger hos plateselskapet. Man kan også diskutere hvorvidt kostnader knyttet til mangfoldiggjøring, distribusjon og logistikk er blitt så liten som Digitalutvalget beskriver (NOU 2013: 2, 83). Digitale plattformer for salg og tilgjengeliggjøring av musikk tar seg også betalt for sine tjenester. Digital distribusjon og markedsføring er ikke gratis selv om den inntar en annen form enn den man er vant til.

Å jobbe med kvalitetsinnspillinger er fortsatt dyrt. Selv om enkelte deler av innspillingsprosesser har blitt rimeligere og enklere, er det fortsatt store utgifter knyttet til en albuminnspilling. Den største utgiften er vanligvis miksen, altså den prosessen der alle de innspilte enkeltsporene med musikk blir mikset ned til en ferdig versjon. Av alle stadier i en innspillingsprosess, er det her forskjellen mellom amatør og profesjonell ofte blir synligst. Utøver og plateselskap benytter seg gjerne av profilerte og sjangerrelevante fagfolk, for å oppnå et tidsriktig lydbilde som skal treffe publikum og kritikere, og som skal kunne konkurrere om spilletid på radio. Dette kan ofte dreie seg om noen få aktører, både internasjonalt og nasjonalt, og følger tydelige trendmønstre gjennom et tiår. Den avsluttende mastringsprosessen (der man setter en siste equalizer- og kompresjons innstilling på platen) følger mange av de samme prinsippene som mikseprosessen, og foregår også på høyt nivå i den profesjonelle studiobransjen. Begge deler medfører betydelige kostnader som de aller fleste utøvere og plateselskap ikke slipper unna – uansett hvor stor del av produksjonen som foregår på egen hånd i utøvers eget studio.

Likevel, den digitale utviklingen har ført til en revolusjon rundt hva som i dag er mulig å gjøre på egenhånd eller i samarbeid med andre. Mulighetene som ligger i en laptop, digitale plug-ins og internett tillater at man kan gjøre store deler av en albuminnspilling alene og med relativt små ressurser. Den digitale utviklingen på feltet har skapt store muligheter for kreativitet og samarbeid. Fremveksten av Do it Yourself- og hjemmeinnsplingskultur kan føres tilbake til punk og alternativbevegelse og Portastudioer på åttitallet og må beskrives som utelukkende positivt. Men dette er likevel ikke et umiddelbart substitutt til profesjonelle studioer og/eller profesjonell musikkbransje av grunner som er nevnt ovenfor. Kanskje snarere tvert imot. Førsteamanuensis ved NTNU, Hendrik Storstein Spilker, viser med sin artikkel *The Network Studio Revisited: Becoming an Artist in the Age of "Piracy Cultures"* (Spilker 2012) at fremveksten av hjemmestudioer, eller "networked studios" paradoksalnok også fører til et økt fokus mot de profesjonelle studioene og de profesjonelle plateselskapene. Spilker baserer artikkelen sin på dybdeintervjuer med 22 norske musikkaktører som beskrives som semi-profesjonelle, eller "etablerte amatører" (advanced amateurs). Artikkelen viser at på tross av at respondentene kan gjøre store deler av produksjonen på egenhånd og på tross av at digitale produksjonsmetoder gjør prosessene billigere, ser de likevel på disse produksjonene som demoer og ikke som noe substitutt til kompetansen og ressursene man kan finne i musikkbransjen. Den økonomiske besparelsen ligger i den forberedende fasen og ikke nødvendigvis i den profesjonelle innspillingen, mixingen og masteringen av et album. Spilker viser at på tross av mulighetene som ligger i Do it Yourself modellen, søker musikkaktørene profesjonelle plateselskap og studioer. Denne utviklingen beskrives også av utvalget. Plateselskapene opplever en stor økning i henvendelser fra en økende gruppe utøvere som søker forskjellige typer samarbeid.

Her har vi et paradoks, en utfordring og et stort potensial. Billigere og mer tilgjengelig produksjonsutstyr gjør at flere utøvere produserer sine demoer, singler, EP'er og album. For norsk musikkbransje og for de enkelte utøvere er dette

positivt. Man har flere som lager musikk og dermed et større utvalg å ta av. Likevel blir ikke dette potensialet fullt ut utnyttet så lenge vi har en musikknæring som ikke i like stor grad er i stand til å ta risiko og følge opp utøvere og utgivelses på en profesjonell og langsiktig måte.

Utøveres økonomi og rammevilkår

Når man skal vurdere hvilke utgivelses som er truet, kan ikke enkeltutgivelsene vurderes isolert. Det er derimot nødvendig å se problemstillingen i sammenheng med utøveres generelle rammevilkår. Utvalget vil her utfylle og korrigere det bildet som tegnes i NOU 2013:4 s. 145 ("Levekår for musikere"). Den ovennevnte utviklingen påvirker i aller høyeste grad utøver. Enten man velger å gi ut sin musikk på egenhånd, eller i samarbeid med et plateselskap, har inntektene ved salg av innspilt musikk, totalt sett gått ned. Idet plateselskapene har mindre muligheter til å ta risiko, tvinges utøverne til å ta mye av denne risikoen selv. Utøver blir i større grad tvunget til å ha flere roller: bedriftsleder, platedirektør, bookingagent., osv, osv. I tillegg kommer tilstedeværelse for å markedsføre seg selv og sine innspillinger. Når markedsføringen strekkes ut i tid og med mindre midler tilgjengelig, kan man anta at det legger større press på utøver for å være delaktige i markedsføringen, ikke minst over sosiale medier. Det er ikke nødvendigvis noe galt i dette i seg selv, men summen av alle områder der utøver blir nødt til å konsentrere seg om andre ting enn fremføring og låtskriving begynner etter hvert å bli ganske stor. Det ligger noen store slagsider ved Do-it-yourself-modellen. Snarere enn å spesialisere seg på sin kjernekompetanse, og derigjennom øke sin egen verdi, blir utøverne i stedet generalister som kan "litt om alt". Dette står i grell kontrast til samfunnsutviklingen ellers, som kjennetegnes av både spesialisering og verdivekst i kulturbaserte økonomier.

Konsertmarkedet opplever en vekst. For noen har konsert, turné og festival blitt et substitutt til inntektsvikten i innspilt musikk. Det har vært mye fokus på veksten i sektoren og i lang tid har enkelte forventet at inntekter fra live skulle veie opp for nedgangen innen innspilt musikk. Nå vis-

er mer og mer av tall og analyser at inntektsfordelingen innen livesektoren er svært konsentrert til de største navnene og dermed ikke bidrar til å avlaste en vanskelig økonomi for det store flertallet av utøvere. Kanskje til og med tvert imot. Som de nevnte engelske og amerikanske analysene har foreslått, kan det virke som at utviklingen for det store flertall av artister i livemarkedet utvikler seg i negativ retning. Dette viser etter utvalgets mening at det voksende livemarkedet og overgangen til streaming neppe er tilstrekkelig til å kompensere for svekkede inntekter for musikere, og langt fra tilstrekkelig til å holde følge med veksten i den øvrige nasjonaløkonomien. I den anledning vil vi legge til at vi deler en generell bekymring rundt norsk utøveres levekår, slik også Kulturutredningen påpeker. Det kan godt tenkes at dette i hovedsak gjelder det vi kan kalle et midtsjikt i artist floraen. Men det er likevel en uheldig utvikling at inntekter og forutsigbarhet ikke virker å stå i stil med arbeidsinnsats som kreves fra utøver, enten dette gjelder livemarkedet eller i form av å måtte ikle seg seg rollen som platedirektør, studiotekniker og distributør. Utvalget er bekymret for hvilke virkninger – både på kort og lang sikt – dette vil ha på bredde og kvalitet i musikk-

utgivelser, samt på nasjonal bransjeøkonomi og eksportinntekter.

Det er også en uttalt bekymring fra MFO og Gramart at det ligger noen grunnleggende utfordringer i streaming-formatets økonomi og struktur knyttet til utøver, versus plateselskap. Det er helt klart en uenighet i forhold til hvordan man oppfatter inntektsfordeling, hva man mener er riktig forvaltning og kanalisering av streaminginntekter og hvordan dette forholder seg til platekontrakt. Disse forholdene har til en viss grad blitt diskutert i utvalget, men temaet har ikke blitt tatt inn i utvalgets arbeid da avstanden internt har vært stor og det har vært vanskelig å se i hvilken grad forholdet lar seg påvirke av politiske tiltak. Det er utvalgets leders oppfatning at deler av denne uenigheten skyldes den generelle nedgangen i inntekt hos brorparten av de involverte i musikkbransjen – plateselskap, så vel som utøver. Det er også leders oppfatning at forskning og bedre faktabasert kunnskap kan bidra til å avklare slike forhold.

Utvalget har ikke tatt disse diskusjonene med i våre vurderinger og forslag til tiltak.



*Jonas Alaska, Hovefestival 2012
Foto: Jørund F. Pedersen*

Svar på Utvalgets Mandat

Vurder hvilke musikkutgivelser som er truet ved overgangen til nye plattformer for musikkutgivelser

Det kanskje tydeligste svaret på dette vil være at norsk musikk synes å være truet ved overgangen til nye plattformer for musikkutgivelser. Som vi har beskrevet ovenfor, kan dette være en konsekvens av at markedet har blitt mer hit-konsentrert og dermed mer preget av internasjonale utgivelser. Det er vanskelig å gå inn på sjanger eller spesifikke typer utgivelser, men man kan mer generelt si at musikk som ikke er lagd for tung, repetitiv lytting, er den som taper med dagens modell. Tilbakemeldingene vi har fått tilsier at dette er en utvikling som norsk musikk taper på.

Markedet for innspilt musikk har blitt mye mer topp-tungt, og de mindre aktørene har fått dårligere økonomi, særlig grunnet likviditetsutfordringene som nevnt tidligere. Dette fører til at bredden i norske utgivelser er truet, fordi økonomien konsentrerer seg ytterligere rundt noen få store utøvere og utgivelser. Videre utfordres kvaliteten, fordi inntektene generelt har gått ned og dermed skal det mer til for å investere i nye plateinnspillinger.

Albumet som format kan også synes å være noe truet. En naturlig konsekvens av at markedsføring, distribusjon og konsum sentreres rundt enkelt-låt, er at albumet som format svekkes. Nå trenger ikke dette å ha noen dyptgripende konsekvens for bransje og utøvere – det ble skapt mye bra musikk før albumformatet ble tatt ordentlig i bruk på 60- og 70-tallet – men albumet er fremdeles det primære format for utøvere, musikkbransje og for så vidt det offentlige. Et tydelig eksempel på endringen er uteblivelsen av Hip-Hop som kategori under årets Spellemannspris grunnet

for få påmeldte album. Nå kan man selvsagt si at Spellemannsprisen burde tilpasse sine vilkår i henhold til dagens virkelighet. Man kan også stille spørsmål om hvilken konsekvens det har at man forlater et konsept som bygger på 10-12 spor forent under samme tittel. Det er likevel slik at mange utøvere har behov for å jobbe med format som er større enn én låt. Dette kan handle om kunstneriske eller praktiske årsaker.

Ved å ha en økonomisk modell som sentreres rundt repetitiv lytting, kan det tenkes at enkelte musikalske uttrykk aldri vil få en bærekraftig økonomi gjennom streaming. Den økonomiske modellen som ligger til grunn, gjenspeiler ikke nødvendigvis publikums hengivenhet og verdisetning av den enkeltes musikk (jamfør eksempelet ovenfor med 5000 CD-kjøpende fans versus 5000 Spotify fans)⁸. Det kan for eksempel tenkes at det er musikk som krever en innsats fra lytter, som krever lytteforhold eller som ikke er skapt for tilbakelent nytelse eller som summing i bakgrunn. Denne musikken har, i det minste fra et økonomisk perspektiv, store utfordringer knyttet til dagens nye plattformer for musikkutgivelser.

Vurder hindrene for slike utgivelser

Det største hinderet for norske utgivelser ligger i omstillingsprosessen musikkbransjen befinner seg i. Som vi har beskrevet ovenfor er den økonomiske situasjonen til norske plateselskap til dels svært dårlig, noe som vanskeliggjør forpliktende og langsiktig satsing på norske plateutgivelser og norske utøvere. Det er likevel grunn til å håpe at dette er midlertidig idet musikkbransje, utøver, publikum og eksterne næringer finner gode måter for å investere i, skape og nyte norsk musikk. Det kan godt tenkes at dette baseres på streamingmodellen, men det kan like gjerne tenkes at man i nær eller litt mer fjern fremtid vil

⁸Vi er klar over at det selvsagt er en rekke andre måter fans' engasjement kan bidra til en artists økonomi på, men slik har det også vært tidligere – enten det gjelder konsertmarked eller merchandize. Det må også ses i sammenheng med musikkbransjens struktur og dynamikk; hvor kommer pengene inn og hvem skal ta risiko?



*Hanne Kolstø, Odderøya Live 2012
Foto: Jørund F. Pedersen*

presenteres for nye formater og nye plattformer. I så måte er Departementets fokus på en teknologi-nøytral politikk helt riktig.

Det ligger noen utfordringer i hvordan musikkbransjen er bygd opp og forventninger knyttet til dens fleksibilitet og respons på raske omveltninger. Det tar tid å omstrukturere og reorganisere forretningsmodeller, rapporterings- og avregningssystemer og avtaler som matcher nye rammevilkår. Denne prosessen samsvarer ikke nødvendigvis med omverdens ønsker og forventninger. Det var mange som angrep musikkbransjen for å være for treg i sin omstillingsvilje i konkurranse mot ulovlig fildeling. Men det tar betydelig tid å få investorer og tjenesteleverandører som Spotify og Wimp til å satse på en helt ny type tjeneste, utvikle forretningsmodeller, forhandle med rettighetshavere, utvikle tilstrekkelig repertoarbase, utvikle gode rapporterings- og avregningssystemer og utvikle markedsføringsstrategier i en ny økonomi som streamingøkonomien. Dette er forhold som må forhandles intern og eksternt, nasjonalt og internasjonalt. I denne prosessen har det oppstått et vakuum. Det er lite risikokapital tilgjengelig for å satse på ny, norsk musikk. Dette gjelder spesielt blant norske plateselskap som tar en høy grad av risiko og som ønsker å tilby en stor sjangerbredde og mange utgivelser. Idet denne delen av bransjen opplever en kraftig nedgang i inntekter betyr det at slik risikokapital nødvendigvis må komme fra annet hold, gjerne kanalisert gjennom en midlertidig offentlig ordning.

På tross av at streamingformatet utvilsomt har bidratt til å få ned volumet på ulovlig bruk av musikk, er ulovlig fildeling og ulisensiert bruk av musikk fremdeles en utfordring og et hinder for musikkbransje og utøvere. Det er en grunnleggende rett å få bestemme over egen eiendom. Dette gjelder ikke minst når enkelte av aktørene som berikes av ulovlig distribusjon av musikk også er store internasjonale foretak. Etersom utviklingen innen feltet avhenger av det internasjonale markedet og internasjonal adopsjon av de nye formatene, vil ulovlig fildeling og ulovlig bruk av musikk, fremdeles være en utfordring for bransjen.

Vurder mulighetene for å påvirke denne utviklingen

Det er mange muligheter for å påvirke utviklingen i musikkbransjen i positiv retning, både gjennom politiske tiltak og gjennom musikkbransjens egne prosesser. Både Digitalutvalget og Kulturredningen anbefaler at det iverksettes tiltak for å hjelpe aktører på musikkfeltet i en midlertidig periode, mens bærekraftige forretningsmodeller etableres. Vi er enige i denne vurderingen. Vi tror utviklingen kan påvirkes ved å evaluere og justere eksisterende støtteordninger slik at disse bedre treffer dagens musikkbransje. Det bør iverksettes midlertidige, ekstraordinære tiltak for å hjelpe musikknæringen gjennom en periode som forhåpentlig blir kortvarig. Sist, men ikke minst, musikkbransjen selv må evaluere egne strukturer, betingelser og rammer og vurdere hvorvidt tiltak kan iverksettes fra deres side for å styrke de positive sidene og dempe de negative sidene ved prosessen.

Vurder hvordan politikken på området bør utvikles for å bidra til viktige omstillinger som følge av den digitale utviklingen

En sentral del av utvalgets mandat er hvorvidt og i så fall hvordan politiske tiltak kan bidra positivt til musikknæringens omstillingsprosess. En viktig vurdering i så måte vil være hvorvidt dagens apparat er skrudd sammen på en optimal måte med tanke på å nå uttalte mål. Utvalgets mandat er i utgangspunktet en stor bestilling som krever mye arbeid på relativt lite tid. Vi ville ikke ytt rettferdighet til de mange som er involvert i de forskjellige tiltak, støtteordninger og virkemidler dersom vi i løpet av dette arbeidet også tok på oss å evaluere de offentlige virkemidlene. Det er likevel et viktig punkt i mandatet som er gitt av Kulturdepartementet, og det har vært diskutert av utvalgets medlemmer og gjester. Vi vil, på bakgrunn av dette, legge frem noen generelle betraktninger rundt virkemiddelapparatet.

Det er utvalgets vurdering at det tilgjengelige virkemiddelapparat er generelt preget av små

tilskudd med til dels rigide krav. Disse kan være geografisk tilknytting, genretilhørighet, detaljkraav (for eksempel turnédatoer) og rapporteringskrav. Det kan tenkes at dette kan gjøres enklere og det kan tenkes at enkelte krav med fordel kan fjernes. Det bør åpnes for støtte også der utenlandske innsatsfaktorer (produsent, studio, miksing, mastring, enkelte musikere etc.) er benyttet ved innspillingen. Dette er for snevert i dag. Etter vårt skjønn bør det avgjørende være om utøver i overveiende grad er norsk. Det er utøver som er formidleren av det kulturelle i et fonogram, og bør ikke møte begrensninger i form av hvem vedkommende skal benytte seg av for å oppnå den beste innspillingen.

Det uttales et generelt ønske om en tydeligere tilstedeværelse av næringspolitikk på feltet. Det meste av tilgjengelig offentlig støtte kommer i form av kulturstøtte og kanaliseres gjennom utøver. Nye næringsrettede tiltak bør i større grad også kanaliseres gjennom de profesjonelle leddene, og da særlig plateselskapene. En slik satsing kan ikke gå på bekostning av virkemidler og støtteordninger for utøver. Sektoren har behov for at kulturpolitiske, så vel som næringspolitiske virkemiddel operer i utfyllende roller og at man i større grad kan kombinere virkemidler fra begge hold.

Det er utvalgets oppfatning at det er et stort forbedringspotensial i hvordan Innovasjon Norge forholder seg til musikknæringene. Tilbakemeldinger vi har fått gjennom arbeidet er at Innovasjon Norge ikke oppfattes som tilgjengelig eller parat til å jobbe med musikknæringene. Dette virker som et paradoks all den tid musikknæringene opererer i et internasjonalt, innovativt miljø med et stort markedspotensial. Det er derfor gledelig at Kulturdepartementet allerede har bestemt å etablere en kulturkæringssatsing i samarbeid mellom Norsk Kulturråd og Innovasjon Norge. Vi forventer at dette vil bidra til en forbedring av forholdet på dette området.

Vurder hvordan musikknæringene skal kunne tilpasse seg en teknologinøytral kulturpolitikk fremover

Vi mener at musikkbransjen står parat til å tilpasse seg en teknologinøytral kulturpolitikk. Som vi har beskrevet ovenfor, er slike omstillinger ressurskrevende og vanskelige. Det er en prosess musikkbransjen har møtt tidlig, i forhold til andre kulturkæringene vi kan sammenlikne med, og det er en prosess man begynner å få oversikt over. Fremtidig kulturpolitikk bør ikke skille på format, det være seg digital eller analog, eller CD, EP eller Single. Videre bør det ikke skilles på salgskanal. Likevel, format og salgskanaler har tidligere vært gode måter å kunne differensiere profesjonalitet, kvalitet, langsiktighet og potensiell kommersialitet i forhold til en utgivelse, eller et prosjekt. Idet man forlater slike krav, bør man også diskutere hvilke andre måter man har for å vurdere hvorvidt noen bør motta offentlig støtte i forhold til andre. Med mer enn 800 utgivelser i Norge hvert år, sier det seg selv at det offentlige ikke kan støtte opp om alle. Vi tror en teknologinøytral kulturpolitikk vil måtte evaluere egne støtteordninger og se hvorvidt det kan gjøres endringer og hva som bør settes som krav for å være støtteberettiget. Her må det også understrekes at det kan/bør stilles forskjellige krav i forhold til hva som begrunnes i et kunstnerisk perspektiv og et næringsperspektiv. De to opererer ikke nødvendigvis adskilt, men man kan og bør stille forskjellige krav i forhold til aktivitet og en eventuell offentlig støtte. En eventuelt næringsrettet støtte bør nødvendigvis stille næringsrettede krav. En vurdering av slike eventuelle krav bør gjøres i samråd med musikkbransje og utøvere.



Forslag til tiltak

1. Utvalget foreslår at det bevilges omstillingssmidler for musikknæringen, med fokus på plateselskapene, i en periode på fem år. Tiltaket skal bidra til å sikre kvalitet og bredde blant norske plateselskap slik at disse i større grad kan investere i norske utøvere og plateutgivelser. Omstillingssmidlene bør legges til en allerede eksisterende organisasjon slik at mest mulig av midlene går til tilskudd. Ordningen kan med fordel ha en næringspolitisk forankring og tiltaket bør evalueres i etterkant.
2. Utvalget foreslår at støtte i større grad ytes til de profesjonelle miljøene. Med over 800 utgivelser i Norge hvert år sier det seg selv at alle ikke kan støttes, og alle kan heller ikke regne med å tjene penger på prosjektene. Men det er viktig at vi opprettholder vitaliteten og bærekraften i de profesjonelle miljøene. Vi foreslår at man ser grundigere på hvordan man i best mulig grad kan sikre at profesjonaliteten opprettholdes.
3. Utvalget foreslår en evaluering av eksisterende virkemiddelapparat for å se om det er enkelte sider ved dagens ordninger som ikke virker etter hensikt eller hvorvidt det er enkelte krav og rammer som vanskeliggjør omstillingsprosessen musikknæringen nå gjennomgår. Det er for eksempel utvalgets oppfatning at kravet om at alle aktiviteter knyttet til en produksjon skal være norsk, er noe som harmonerer dårlig med dagens muligheter for digitale samarbeid. Likeledes kan man stille spørsmål med hvorvidt krav om at prosjekter ikke kan være påbegynt før søknad innvilges, harmonerer med en tid hvor det er vanskelig å trekke noen klare linjer for når demo-produksjonen stopper og albuminnspillingen begynner. Utvalget sitter igjen med et inntrykk av at det er flere endringer som kan, eller bør gjøres, men vi har ikke hatt tid til å gå godt nok inn i materien og gjøre en god nok analyse. Vi vil likevel foreslå noen umiddelbare tiltak knyttet til forhold vi opplever at fungerer bra.
 - a. Utvalget foreslår å øke publiseringsstøtten hos Norsk kulturråd. Det er en generell tilbakemelding at dette er en ordning som fungerer godt, er enkel å forholde seg til og relativt forutsigbar.
 - b. Utvalget foreslår å øke markedsføringsmidlene som kanaliseres gjennom Fond for Lyd og Bilde. Som vi har beskrevet ovenfor er markedsføring, både i regi av artist, plateselskap, management eller digitale distributører som WIMP, avgjørende for å løfte frem norske musikkutgivelser i en jungel av tilgjengelig musikk.
 - c. Utvalget foreslår å øke eksportsatsingen hos Music Norway. Dette må ses i sammenheng med de andre foreslåtte tiltakene og en generell betraktning om at en digital musikkbransje i utgangspunktet er internasjonal.
4. Utvalget foreslår en videre sikring av opphavsretten knyttet til musikkbransjen.
5. Utvalget foreslår at det tilrettelegges for økt forskning på musikknæringene. Utvalget stiller seg bak Grund-utvalget og Kulturutredningens vurderinger om viktigheten av å få mer forskningsbasert kunnskap på feltet. Det er et stort behov for forskning på musikkbransjen generelt og dagens omveltninger spesielt. Det har vært et underskudd på strukturert forskning på feltet i lang tid, noe som også vanskeliggjør dagens analyser. Vi har lite å sammenlikne med og det er vanskelig å mene så mye om utvikling over tid eller vurdere effekten av

tiltak. Dette gjelder spesielt hvis vi skal se på forhold som ikke lar seg belyse kun av omsetningstall. Musikkbransjen gjennomgår kraftige omveltninger og en forskningsbasert tilnærming til problemstillingene ville uten tvil være nyttig i arbeidet med å finne løsninger på utfordringene. En rekke av problemstillingene musikkbransjen står ovenfor er også direkte overførbare til andre sektorer som enten møter eller vil møte de samme utfordringene i nær fremtid. Det vil være verdifullt for flere enn dem som er direkte involvert i musikk, å tilegne seg mer kunnskap om omstillingsprosessen. Vi vil samtidig understreke at det er viktig at fremtidig forskning initieres og gjennomføres i samspill med musikkbransjen.

- a. I denne sammenheng bør man også vurdere hvorvidt det kan gjøres endringer i Skattefunnordningen slik at dette virkemiddelet i større grad bidrar til økt forskning og utvikling i musikkbransjen.
6. Utvalget foreslår en vurdering av hvordan Innovasjon Norges næringsrettede ordninger for SMB'er og mikrobedrifter, bedre kan tilrettelegges for musikkbransjen.
7. Utvalget foreslår å vurdere skattefradrag, eller andre tiltak som gaveforsterkning-smidler/samfinansiering som et verktøy for å få tilgang til privat risikokapital. Slike eventuelle tiltak bør vurderes nøye og i samråd med musikkbransjen.



Referanser

- Johansson, D., Larsson, M., (2008) *The Swedish Music Industry in Numbers: Economic Development Report 2000-2008*
- King, Ian, (2009) *Live Issues* The Times UK, 21.07.09
- Krueger, A. (2005) *The Economics of Real Superstars: The Market for Rock Concerts in the Material World*, Journal of Labor Economics, 23(1), pp. 1-30
- NOU 2013:2 Hindre for digital verdiskaping
- NOU 2013:4 Kulturutredningen 2014
- Portnoff, L. Nielsen, T (2012) *Musikbranschen i siffror: Statistik för 2011*, Tillväxtverket
- Spilker, H.S., (2012) *The Network Studio Revisited: Becoming an Artist in the Age of Piracy Cultures*, International Journal of Communication 6, 773-794
- Schwartz, B. (2004) *The Paradox of Choice: Why More is Less*, New York, Harper & Collins

Utgitt av:
Kulturdepartementet

Offentlige institusjoner kan bestille flere
eksemplarer fra:
Departementenes servicesenter
Post og distribusjon
E-post: publikasjonsbestilling@dss.dep.no
www.publikasjoner.dep.no
Tlf.: 22 24 20 00

Husk å oppgi publikasjonskode: V-0963 B
Forsidebilde: SGROW, PUNKT 2010/Jørund F. Pedersen

Trykk: Departementenes servicesenter - 08/2013 - 150