

HVAD KOSTER MUSIK?

Ryd forsiden!

Jeg ville ønske, at jeg i forbindelse med sagen om de landsdækkende kommercielle radiostationer kunne gøre som den gamle avisredaktør og sige: "Ryd forsiden!" til typograferne. Men så let er det desværre ikke.

I skrivende stund ved vi nemlig ikke, om de store kommercielle radiostationer i Danmark overlever eller ej. Nok har mediepolitikere på Christiansborg og kulturministeren lovet en hjælpende hånd, men det er usikkert om hjælpen er tilstrækkelig, og om den kommer i rette tid.

Et af de emner, der ofte dukker op i forbindelse med radiostationernes økonomi, er prisen på musik og et ønske om en politisk fastsat pris. Jeg vil her gerne slå fast, at det *ikke* er prisen på musik, der skaber de økonomiske problemer på radiomarkedet. Jeg er af den klare overbevisning, at en politisk fastsat pris på musikken på ingen måde er løsningen for de trængte radiostationer.

Musik til en rimelig pris

Musik i radio og tv er naturligvis ikke gratis. Kunstnere og pladeselskaber skal såvel som alle andre have betaling for deres arbejde. Det sker blandt andet gennem en rimelig betaling, når musikken bruges i medierne.

Med "rimelig" mener jeg en pris, der både er acceptabel for kunstnerne og pladeselskaberne, der selvfølgelig gerne vil have så høj en pris som mulig for deres arbejde. Men samtidig også en pris, der er acceptabel for radio- og tv-stationerne, der skal drive en forretning. De er som alle andre kunder naturligvis interesseret i at få musikken så billigt som muligt.

Frie forhandlinger

I Danmark bliver prisen på musik fastsat gennem frie forhandlinger mellem ophavsretsorganisationerne og medierne. Dette har været og vil fortsat være den bedste måde at sikre, at radio- og tv-stationernes såvel som kunstnernes ønsker og behov bliver respekteret, når prisen på musik aftales.

Der står i den politiske medieaftale fra juni 2006, at Gramex og KODA i forbindelse med aftaler om betaling fra radio- og tv-stationer skal tage højde for både stationernes omsætning og det faktiske lyttertal. Og det er netop disse principper, der har ligget til grund for de seneste års forhandlinger med radiostationerne. Det har ført til en lang række aftaler, der ikke blot tager højde for omsætning og lyttertal, men også så vidt muligt inkorporerer nye former for rapportering, så det er så simpelt som muligt for radio- og tv-stationerne at bruge musikken.

Fast pris eller fleksibilitet?

Især de kommercielle landsdækkende radiostationer er i en meget vanskelig økonomisk situation. Derfor retter de gang på gang henvendelse til politikerne om en politisk fastsat lavere pris for musikken. Politikerne lytter til ønskerne og sætter dermed musikbranchen under hårdt pres. Men selvom prisen for musikken blev sat drastisk ned, så ville disse radiostationer alligevel have årlige underskud i millionklassen. Ret beset belaster musikken ikke deres økonomi nær så meget som mange andre væsentlige udgifter så som løn til studieværter, annoncesælgere og andet personale, husleje, teknik, sendeudstyr og ikke mindst koncessionsafgiften til staten.

Det er vigtigt at notere sig, at en fastsat pris også betyder en fastlåst pris, uden rum for udvikling og fleksibilitet. Dette stemmer dårligt overens med ønsket om et mangfoldigt radiomarked, hvor der både er plads til små og store spillere, og hvor der ikke mindst er løbende mulighed for at afprøve nye platforme og tekniske muligheder, alt sammen noget, der kræver en fleksibel prissætning af musikken.

Musik når ud til forbrugerne på stadig flere måder. FM-båndet er blevet suppleret med DAB og web-kanaler. Musik købes og høres i højere grad som abonnementsløsninger i forbindelse med teleabonnementer, hardwareindkøb, kabel-tv m.m. Forbrugerne kræver let adgang til musikken på alle flader, og musikbranchen ønsker at imødekomme dette. Det kræver fleksibilitet og dynamik, i særdeleshed når det gælder måden, hvorpå prisen for musikken fastlægges. De frie forhandlinger er en garanti for, at musikbranchen kan udvise denne fleksibilitet.

Dialog og samarbejde

Efter min bedste overbevisning er der ikke nogen facitliste for, hvad en fair betaling for musikken er, men hvis to parter efter en gensidig tilfredsstillende forhandling når frem til en pris, så kommer man næppe tættere på det, man kan kalde den "rigtige" pris i netop dén situation.

Musikbranchen og radio- og tv-stationerne er afhængige af hinanden, og vi har et fælles ønske om at gøre et bredt repertoire af musik tilgængeligt for så mange lyttere og seere som muligt. Det kan kun lykkes, hvis vi arbejder sammen. Det bedste samarbejde opstår, når begge parter er lige og frie og ikke underlagt unødige politiske indgreb.

Efter disse indledende bemærkninger vil jeg opfordre til, at du på de følgende sider læser mere om blandt andet radiomarkedet og nogle af de mange andre emner, der har præget det seneste år i Gramex.

God læselyst!

Bjørn Juell-Sundbye
Direktør, Gramex

ÅRET DER GIK

- GRØNLAND, RADIOER OG MEGET MERE

Uddybende orientering i forbindelse med indkaldelse til generalforsamling den 22. oktober 2009, kl. 17.00

Årets resultat

Regnskabet for 2008 viser et resultat, som vi kan være tilfredse med. Trods et på mange måder udfordrende år viser fordelingsregnskabet en lille fremgang på indtægtssiden, mens stigningen i udgifterne er procentvis lavere. Det er afgørende for Gramex, at vi er i stand til at yde den bedst mulige service til både vore medlemmer og vore kunder, samtidig med at omkostningerne til administrationen holdes så lave som muligt. Med en stigning i udgifterne, der ligger under ændringerne i nettoprisindekset, mener vi at have opfyldt kravet, der gør, at vi hvert år kan sikre, at flest mulige penge går tilbage til medlemmerne. For året 2008 har vi således kunnet fordele 155 mio. kr. til vore medlemmer.

Nyt ansigt i rådet

I foråret 2009 fik Dansk Skuespillerforbund ny formand. Katja Holm overtog pladsen efter Henrik Petersen. Dermed udtrådte Henrik Petersen også af Gramex' råd efter 12 år. Der skal lyde en stor tak til Henrik Petersen for hans mangeårige indsats i Gramex' råd, hvor han altid på bedste vis har varetaget de udøvende kunstners interesser. Samtidig byder vi Katja Holm velkommen i rådet og ser frem til et frugtbart samarbejde.

Musik i Grønland

Den grønlandske musik spiller en vigtig rolle i Grønland og fylder tilsvarende meget i det grønlandske mediebillede. Derfor er det også vigtigt, at en stor del af de penge, der kommer ind fra de grønlandske medier, går tilbage til det grønlandske musikliv. Det sikrer Gramex gennem en særlig pulje, som alle grønlandske kunstnere og sangere hvert år kan søge støtte fra.

I år gik pengene blandt andet til afholdelsen af den 10. Nipiaa Rockfestival. Festivalen er verdens nordligste internationale rockfestival, der hvert år afholdes i byen Aasiaat. Her kan man opleve grønlandske kunstnere spille, men festivalen byder også det grønlandske publikum på bands fra blandt andet Canada, Italien og Guatemala. Udover at give publikum en række fantastiske musikalske oplevelser er formålet med festivalen også, at musikerne fra de forskellige lande kan mødes og inspirere hinanden.

Børnekorforeningen i Nuuk fik også bevilget støtte til deltagelse i det store nordiske børnekorstævne "Nordbusang", der i år afholdes i Finland. Her vil børnekoret repræsentere Grønland og formidle både det grønlandske sprog og den grønlandske sangtradition til sangglade børn og korledere fra resten af Norden.

Derudover blev der givet penge til så forskellige projekter som CD indspilninger, musikundervisning og musikopførelser, samt andre projekter der understøtter den grønlandske musiktradition.

Gramex og radiomarkedet

Gramex har gennem det seneste halvandet år forhandlet aftaler på plads med hele radiomarkedet, og vi har derfor været helt tæt på en radiobranche, der ligesom musikbranchen befinder sig i en tid præget af udvikling og udfordringer.

Musikkens værdi i radioen

Udfordringerne er som nævnt især tydelige, når vi vender blikket mod de landsdækkende kommercielle radioer, som er hårdt økonomisk pressede. I nogle af de indlæg, der har været i medierne, har man kunnet få den opfattelse, at det er prisen på musik, der er den afgørende faktor for de landsdækkende kommercielle radiostationers økonomiske problemer. Hvis der stadig skulle være nogen, der har den opfattelse, så vil vi gerne én gang for alle aflive denne myte.

Med de aftaler, der i løbet af det seneste år er indgået mellem Gramex og de landsdækkende kommercielle radiostationer, udgør betalingen til musikere og pladeselskaber mellem 4 og 7 % af stationernes udgifter. Denne betaling er ingenting i forhold til de udgifter, stationerne har til koncessionsafgifter til staten, studieværter, sendeudstyr m.m. For selvom musikken var gratis, ville de landsdækkende kommercielle radiostationer stadig have underskud.

Vi ved fra statistikkerne, at de radiostationer, der spiller mest musik også har flest lyttere. Et interessant eksempel at fremhæve er den nu hedengangne TV2 Radio, der grundet økonomiske problemer i starten af 2008 så sig nødsaget til at opgive alle sine studieværter og efterfølgende sende non-stop musik på deres frekvens. I den periode, hvor der udelukkende blev spillet musik, oplevede kanalen en markant stigning i lyttertallene. Musikken er altså ikke en belastning for radiostationerne, men en værdifuld faktor, der er med til at tiltrække og fastholde lyttere. Et øget lyttertal vil på sin side have en positiv effekt på den enkelte radiostations muligheder for at tiltrække nogle af de tiltrængte indtægter via reklamekroner.

Det realistiske radiomarked

Og det er netop de manglende indtægter, der spiller den afgørende rolle i radioernes økonomiske problemer. Det største problem for de landsdækkende kommercielle radiostationer er, at de ikke har kunnet generere de nødvendige reklameindtægter. I Danmark ligger radioreklamernes andel af det

samlede annonceforbrug på kun 1,5 %, hvilket er mindre end en fjerdedel af det europæiske gennemsnit og langt under de øvrige nordiske lande, hvor andelen ligger mellem 4 og 5 %. Ydermere har andelen været faldende over de senere år.

De landsdækkende kommercielle radiostationer er en vigtig del af det mangfoldige radiomarked i Danmark, og dermed en vigtig del af den danske musikformidling. Derfor er det også nødvendigt, at der skabes rammer for de landsdækkende kommercielle radiostationer, der gør det muligt at drive dem som en sund og fornuftig forretning. Bedre rammebetingelser for de landsdækkende kommercielle radiostationer, og dermed overordnet set et sundere radiomarked, vil give mulighed for, at flere aktører vil udvise interesse for markedet. Det vil på sigt kunne føre til flere radiokanaler med forskellige profiler. Det er et scenario, som både musikbranchen og politikerne i øjeblikket efterlyser.

Alle aftaler i hus

Som nævnt har Gramex igennem det seneste halvandet år indgået en række nye aftaler på radiomarkedet. De sidste aftaler, der er faldet på plads her i løbet af første halvår af 2009, er med de ikke-kommercielle lokalradioer. Vi har i samarbejde med foreningerne SAML og KPK/DILEM udviklet en ny type aftale, der både tager hensyn til det faktiske antal lyttere og samtidig letter det administrative arbejde for de enkelte stationer. Med indgåelsen af disse aftaler er der skabt ro i vores samarbejde med såvel de kommercielle som de ikke-kommercielle radioer, så vi nu i fællesskab kan koncentrere os om at få musikken ud til lytterne.

Bedre service til medlemmerne

Et udslag af de nye radioaftaler bliver en endnu bedre service til medlemmerne i form af nye fordelingsmuligheder. Det betyder, at vi fra 2010 kan fordele individuelt fra DAB- og web-kanaler. Det har gennem længere tid været et ønske fra vores medlemmer, at det meget høje musikforbrug på de digitale kanaler i højere grad blev afspejlet i udbetalingerne, hvilket nu er muligt. De nye aftaler indeholder også rapporteringer fra de kommercielle lokalradioer, hvilket forventes at få betydning for udbetalingen til nogle af de medlemmer, der desværre ikke bliver spillet så meget på de landsdækkende kanaler. Vi ser frem til, at vi i 2010 for første gang kan fordele efter disse nye principper.

Øget tendens til mindre airplay

Fokus på et sundere og mere mangfoldigt radiomarked vil forhåbentlig også have en positiv effekt på den tendens, der over de seneste år har været til, at færre og færre af de nye danske udgivelser får airplay på de landsdækkende kanaler.

Antallet af nye danske udgivelser ligger hvert år nogenlunde stabilt omkring 1200, men ud af disse nye udgivelser bliver færre spillet i landsdækkende radio. Antallet af nye danske udgivelser, der fik airplay, er således faldet fra 75 % i 2007 til 71 % i 2008 på DRs FM-kanaler. Faldet fra 75 % til 71 % virker måske ikke så voldsomt, men det er en bekymrende tendens. Ikke mindst når det lægges

sammen med det faktum, at de numre, der rent faktisk får airplay, også ligger i meget heftig rotation på radiokanalerne. I praksis betyder det, at det langt hen af vejen er de samme få numre, der bliver spillet hele tiden. Slemst ser det også ud, hvis vi ser på de kommercielle landsdækkende radiostationer, der fortsat kun spiller ca. 6 % af de nye danske udgivelser.

De kommercielle lokale stationer beviser, at der er lyttere til mange flere af de nye danske udgivelser. De spiller næsten tre gange så mange af de nye danske udgivelser, som de kommercielle landsdækkende stationer, og de har bestemt ikke problemer med at skaffe lyttere på den baggrund.

Øget fokus på kommunikation

.....

Der er efterhånden ikke nogen, der er i tvivl om, at musikbranchen er en branche i forrygende udvikling, præget af både politiske, økonomiske og ikke mindst teknologiske forhold. En del af udviklingen viser sig i den positive tendens, at branchens forskellige aktører rykkere tættere sammen på tværs af de forskellige tilknytningsforhold og på tværs af musikrettigheder. I Gramex ser vi dette som en overordentlig positiv tendens. Der er ingen tvivl om, at fælles tiltag, som for eksempel Musikzonen, vil være med til at understøtte dette.

En fælles opgave

At branchen rykker tættere sammen betyder blandt andet, at vi indbyrdes er nødt til at kommunikere mere og bedre med hinanden for at opretholde og udvikle de samarbejder, som vi indgår i. Samtidig er kommunikation en af de opgaver, som vi i nogle sammenhænge løfter bedst i fællesskab. Det gælder for eksempel det stigende behov, som vi mærker, for øget kommunikation i forhold til politikere og medier. Det er nødvendigt for Gramex og de øvrige aktører i musikbranchen løbende at kommunikere målrettet for at forklare sammenhængene i musikkens fødekæde. Kun på den måde kan vi sikre, at såvel det politiske system som de medier, der gang på gang sætter den offentlige dagsorden, får en nuanceret og velfunderet forståelse for, hvilke mekanismer der spiller ind i musikbranchen.

Fra multinational til græsrod

I forhold til vore medlemmer oplever vi også et øget behov for dialog om, hvordan vi administrerer deres rettigheder. Medlemskaren er ligesom resten af branchen præget af en stærk udvikling, hvor grænserne mellem forskellige grupperinger bliver mere utydelige. En udøvende kunstner kan også godt være producer og have sit eget pladeselskab, eller en hjemmeside, hvor han spiller både sin egen og andre kunstners musik. Eller noget helt tredje, der gør, at han ikke blot er medlem hos Gramex, men også kunde, og i sidste ende også "almindelig" forbruger af musik. Derfor har vi hele tiden fokus på, at vores kommunikation med medlemmerne passer til præcis den situation, de befinder sig i.

En stor del af den daglige dialog med medlemmerne foregår via telefon eller ved møder med de enkelte medlemmer. For at forstå vore medlemmers forhold til bunds synes vi, det er vigtigt, at vi møder dem, der hvor de er.

.....

Det betyder, at vi traditionen tro har været med på både Midem i Cannes, Roskilde festivalen og SPOT 2009 i Århus. I år var vi også for første gang med på Start! festivalen på Vesterbro i København, hvor vi fik lejlighed til at møde mange nye unge kunstnere og mindre pladeselskaber. For os er disse møder med medlemmerne uvurderlige, hvad end det drejer sig om multinationale pladeselskaber eller unge græsrodder.

Forlængelse af beskyttelsestiden

.....

Gramex har gennem længere tid sammen med Dansk Musiker Forbund, Dansk Artist Forbund og IFPI arbejdet intenst på at få gennemført en forlængelse af beskyttelsestiden. Dette arbejde har blandt andet udmøntet sig i flere møder med kulturministeren, hvor vi fik mulighed for at fremlægge medlemmernes synspunkter. Sagen om beskyttelsestidens forlængelse kører fortsat i EU-regi. Derfor er det vigtigt for rettighedshaverne, at de danske politikere bakker op om ønsket om en forlængelse.

Der er endnu ikke truffet nogen endelig afgørelse på området, og selvom man fra EU's side er meget opsat på at få beskyttelsestiden forlænget ud fra et ønske om at højne kunstnernes levestandard, så møder forlængelsen modstand flere steder fra, heriblandt desværre også fra danske politikere. Vi håber på en snarlig og forhåbentlig positiv afgørelse, og vi vil fortsætte vores indsats på området, indtil den endelige afgørelse foreligger.

Musik med muligheder

.....

Selvom radioerne har spillet en stor rolle i det forgangne år, må vi ikke glemme, at musikken spiller en stor rolle mange andre steder end i radioen. Vores arbejde i Gramex handler om at sikre medlemmerne en fair betaling for musikken lige meget, hvor den bliver brugt. Og musikken bliver brugt i rigtig mange forskellige sammenhænge.

Musik til arbejdet

Et af de områder, vi har haft fokus på i det forgangne år, er den musik, der spilles på arbejdspladserne. Forskning har vist, at musik på arbejdspladsen er med til at fremme stemning, samtale og trivsel blandt de ansatte. Derfor vil de fleste arbejdspladser også gerne give deres medarbejdere mulighed for at spille musik på arbejdspladsen. Gramex og KODA har siden 1950'erne samarbejdet med Dansk Arbejdsgiverforening om rammerne for musik på de danske arbejdspladser. I foråret 2009 blev der indgået en ny moderniseret og fleksibel aftale, der gør det nemt for de enkelte virksomheder at betale for musikken, så de uden besvær fortsat kan tilbyde musik som en del af et godt arbejdsmiljø.

De digitale muligheder

Den teknologiske udvikling er med til at udvide de muligheder, der er for brug af musikken. Det kan vi blandt andet se på udbredelsen af brug af baggrundsmusik på hjemmesider. Med en stigende tendens til at flytte markedsføringen over på internettet, stiger behovet for at skille sig ud og gøre et ind-

.....

tryk også på internettet. I den forbindelse benytter flere og flere virksomheder baggrundsmusik på deres hjemmesider til at understøtte deres image og skabe genkendelighed hos kunderne.

Internettet spiller i det hele taget en stor rolle, når vi taler om nye muligheder for musikken. Med internettet har vi generelt fået lettere adgang til musikken, og musikbranchen arbejder løbende på den udfordring, det er at sikre en ikke bare let, men også lovlig adgang til musikken via internettet.

En af de måder, vi får adgang til musikken på via internettet, er gennem webcasting, der er et stadigt voksende digitalt alternativ til traditionel radiolytning. Teknologien bag webcasting gør, at du ikke behøver være et stort kommercielt firma for at kunne sende musik ud via internettet. Det er med webcasting, som det er med hjemmesider - diversiteten rækker fra de helt små til de multinationale, og såvel de store som de små vil gerne have mulighed for at sende musik ud til deres lyttere.

Hvad end det gælder hjemmesider, webcasting eller noget helt tredje, så skal kunstnerne og pladeselskaberne selvfølgelig have en fair betaling for brugen af musikken. Her gør det sig også gældende, at en fleksibilitet i prissætningen er nødvendig for at tilgodese de mange forskellige typer af for eksempel webcastere. Derfor har Gramex både i forhold til baggrundsmusik på hjemmesider og til webcasting udviklet en række fleksible aftaler, der i prissætningen tager højde for både den diversitet, der er på området, og samtidig gør det let for såvel de små som de store at betale for musikken.

Musikkens værdi

En af de udfordringer, vi har taget hul på i den seneste tid, og som vi vil arbejde videre med i det kommende år, er behovet for at formidle information om musikkens værdi. Det gælder både, når der er tale om radiolytning, webcasting, markedsføring på internettet, ventemusik i telefonen, musik på arbejdspladserne, musik i butikkerne og alle de mange andre steder, hvor musikken gør en forskel.

Sammen med KODA forbereder vi i øjeblikket informationsmateriale om de områder, hvor vi i dag ved, at musikken spiller en positiv rolle. Materialet ligger færdig i løbet af efteråret 2009 og vil blive fulgt op af en konference i starten af 2010. Begge dele vil forhåbentlig være en inspiration for mange flere til at begynde at bruge musik aktivt i deres arbejde og hverdag, og måske endda også inspirere til helt nye måder at bruge musikken på.

Dette er blot et af forhåbentlig mange andre fremtidige tiltag, hvor Gramex gennem nye alliancer og partnerskaber både internt i musikbranchen og eksternt med nye spillere vil tage aktivt del i, at den udvikling, der foregår i musikbranchen, fortsætter til glæde både for vore medlemmer og kunder, og i sidste ende for brugerne.