

Populær og kommerciel musik som erhverv i Danmark

Analyse og anbefalinger, april 2017

Udarbejdet af Seismonaut for DPA - Danske Populær Autorer

Indhold

Side 3
Introduktion

Side 6
Branchens nøgletal

Side 10
Branchens profil og forretningsområder

Side 18
Branchens ansigter: Tre danske eksempler

Side 22
Branchens behov og udviklingsmuligheder

Side 30
Anbefalinger

Side 36
Metode

Populær og kommerciel musik som erhverv i Danmark

Interessen for dansk populær og kommerciel musik er stor. En række aktuelle danske artister og producere har sat tydelige aftryk på de internationale hitlister, og hvis den danske branche for musikproduktion kan fortsætte sit indtog i udlandet kan det udløse en stor gevinst for branchen og for samfundskøkonomien.

Musik er et kulturprodukt, som bidrager til at forme vores sociale identitet, dannelse og fællesskab. Samtidig er sangskrivning og musikproduktion et kommercielt erhverv, der skaber omsætning og bundlinje. Det gør ikke musikken mindre værd som kulturbærer. Det betyder blot, at vi også skal forstå og understøtte de professionelle musikskabere som kommercielle aktører, for hvem musikken er en levevej og en forretning.

Seismonaut har for DPA kortlagt på den populære og kommercielle sangskrivning og musikproduktion som erhverv i Danmark. Formålet med undersøgelsen er at blive klogere på, hvad det vil sige at skrive og producere musik som levevej. Samtidig har vi identificeret de centrale behov og udviklingsmuligheder, der kan bane vejen for et stærkere professionelt musikdanmark.

I analysen fokuserer vi på dem, der skaber musikken - dvs. sangskrivere, komponister, producere og tekstforfattere. Vi fokuserer på branchens professionelle lag, samt på mellemlaget af semiprofessionelle, der er på vej mod en professionel karriere.

Som et resultat af undersøgelsen har vi udviklet anbefalinger til, hvordan den danske branche kan styrkes i fremtiden. Du kan læse mere om undersøgelsens resultater og anbefalinger i denne rapport.

God fornøjelse med læsningen!

Fakta

Hvordan har vi gjort?

Vi har set i statistikkerne og de eksisterende datakilder. Dernæst har vi interviewet et bredt udsnit af branchens virksomheder og interessenter, og vi har gennemført en spørgeskemaundersøgelse med mere end 500 sangskrivere og producere i Danmark. Sidst men ikke mindst har vi set på best practise i Sverige for at lære fra popmusikkens nordiske supermagt.

Om DPA

DPA (Danske Populær Autorer) er en interesseorganisation, der arbejder politisk for de bedste rammer for den musik, der retter sig mod markedet. DPA har over 1.000 medlemmer, der arbejder professionelt med at skabe musik i både Danmark og udlandet.

Kontakt

DPA Danske Populær Autorer

Lautrupsgade 9, 5. sal
2100 København Ø
Telefon: 3312 0085
E-mail: dpa@dpa.org

Formålet med analysen

Analysen skal skabe et stærkere videngrundlag for musikbranchens organisationer samt for branchens politiske interessenter.

Analysens konklusioner og anbefalinger klæder aktørerne på til i samarbejde at bane vejen for talenterne og skabe bedre vilkår for de professionelle sangskrivere og producere i Danmark. Dermed kan vi få det fulde udbytte af branchens potentiale - til gavn for branchen og for samfundsøkonomien.

Formålet har på den baggrund været at:

- Etablere et overblik over branchen for kommerciel sangskrivning og musikproduktion som erhverv i Danmark
- Skabe indsigt i, hvad der kendetegner branchens profil og forretningsområder
- Afklare branchens udfordringer og udviklingspotentialer
- Lære fra de gode eksempler i Sverige

Anbefalinger

#1 Styrk professionaliseringen af talentlaget

Der er mange semiprofessionelle musikskabere i Danmark. Selvom talentmassen aldrig har været større er det stadig vanskeligt for den enkelte at bryde muren fra upcoming til professionel. For at realisere det fulde potentiale for den populære og kommercielle musik i Danmark skal vi etablere de fornødne rammer for fordybelse, kompetenceudvikling og netværksopbygning målrettet talentlaget. Vi anbefaler, at der arbejdes for at skabe bedre adgang for talentlaget til de professionelle produktionsmiljøer, samt at der etableres en faguddannelse for kommerciel sangskrivning og musikproduktion.

#2 Byg bro for eliten til udlandet

Den kommercielle musik repræsenterer et stort potentiale for at generere eksport- og skatteindtægter. For at realisere potentialet er der behov for en kulturforandring, hvor branchen selv og branchens interessenter udvider perspektivet fra musikken som kunstform til også at omfatte musikken som kommerciel eksportvare. Vi anbefaler, at de fremmeste danske sangskrivere og producere understøttes yderligere i deres internationaliseringindsatser, samt at der arbejdes proaktivt på at tiltrække toppen af den udenlandske branche til sangskrivercamps og lignende i Danmark.

Læs mere

Anbefalingerne er udarbejdet af Seismonaut på baggrund vores samlede analyse af den kommercielle og populære musik som erhverv i Danmark.

Anbefalingerne uddybes på s. 29.

Branchens nøgletal

Overblik over nøgletal for den populære og kommercielle sangskrivning og musikproduktion i Danmark

Der er 975 kommercielle sangskrivere,
producere og tekstforfattere i Danmark

975

personer

Langt fra alle har en registreret virksomhed

Blandt de 975 sangskrivere, producere og tekstforfattere er det langt fra alle, der har CVR-registreret virksomhed. En stor del tjener deres penge via personlig indkomst (CPR-nummer). Eksempelvis udbetales royalties i vid udstrækning som personlig indkomst.

Vores opgørelser viser, at den professionelle elite i branchen udgøres af ca. 100-200 personer.

Dertil har vi identificeret 200 registrerede virksomheder inden for feltet. Disse virksomheder er identificeret via manuel optælling og udgør således et minimum - der vil formentlig være virksomheder i branchen, vi ikke har identificeret.

De kommercielle sangskrivere,
producere og tekstforfattere omsætter
for 350 mio. kr.

350
mio. om året

Lige fordeling mellem personlig indkomst og virksomhedsomsætning

De 350 mio. kr. fordeles sig nogenlunde ligeligt mellem personlig indkomst (CPR) og virksomhedsomsætning (CVR).

5% af Danmarks samlede musikomsætning

Musikbranchen i Danmark omsætter samlet for 6,7 mia. kr. i bruttotal*. Dette omfatter alt fra festivaler og koncerter, salg og streaming, musik-management, musik-turisme mv.

Den kommercielle og populære sangskrivning og musikproduktion står med sine 350 mio. for ca. 5% af den samlede musikomsætning i Danmark.

**Rambøll: Dansk Musikomsætning 2015*

Branchen for musikproduktion er i vækst i Danmark

13%
årlig vækst

En branche i vækst

Ifølge Rambølls opgørelser* har den samlede danske musikbranche haft en samlet vækst på 12% i perioden 2012-2015.

Blandt de 200 virksomheder, vi har identificeret indenfor den kommercielle og populære musikproduktion, kan vi konstatere en årlig vækst på 13% i perioden 2011-2014.

Ser vi på den samlede vækst i perioden er tallet hele 32%. I året 2012-2013 var der dog fald i omsætningen, hvilket trækker den gennemsnitlige årlige vækst ned.

Det skal bemærkes, at de 200 virksomheder i vores undersøgelse ikke udgør hele populationen af virksomheder indenfor feltet.

**Rambøll: Dansk Musikomsætning 2015*



Branchens profil og forretningsområder

Hvad kendetegner den professionelle sangskrivning og musikproduktion som erhverv og forretningsområde?

Branchens profil og forretningsområder

Delkonklusion

Branchen består fortrinsvist af sangskrivere/komponister og sangskrivere/producere. Dertil kommer en mindre gruppe tekstforfattere. En stor andel af branchen er også udøvende artister. Generelt ser vi en tendens til, at mange forsøger at brede deres musikrelaterede virke ud og derved skabe flere indtjeningsmuligheder.

Storbyerne er samlingspunkt. Branchen spreder sig over hele landet, men størstedelen holder til i storbykommunerne København, Aarhus og Frederiksberg. Der er også en gruppe på 27%, der ikke har fast arbejdssted.

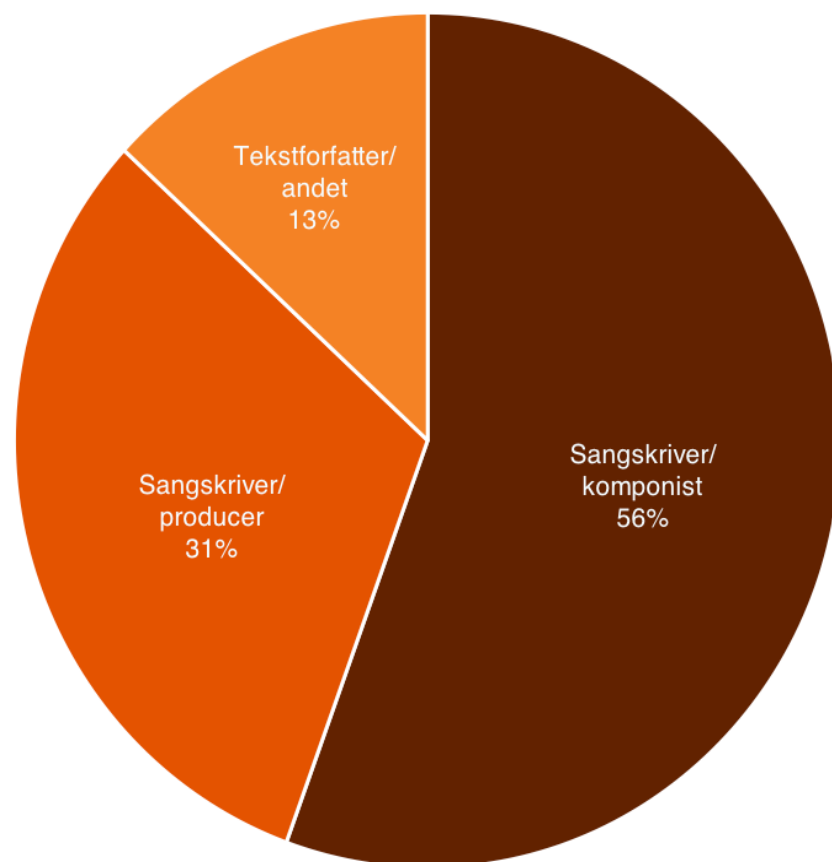
Branchen for musikproduktion rummer et stort mellem-lag af semiprofessionelle. Der er et stort mellem-lag af semiprofessionelle, der omsætter for mindre end 300.000 kr. om året. I gruppen af sangskrivere/producere ser vi den højeste andel af professionelle, der har musikken som primær indtægt. Tekstforfatterne er den gruppe, hvor færrest har musikken som primær indtægt.

Det er hjemmemarkedet der driver omsætningen i branchen. Generelt er det hjemmemarkedet, der fylder mest i branchen. Sangskrivere/producere er dem der afsætter mest til udlandet.

Langt de fleste i branchen har ingen fastansatte medarbejdere. I stedet er det udbredt at gøre brug af lønnede freelancere efter behov. En meget stor andel af branchen samarbejder med andre sangskrivere. Øvrige professionelle samarbejder omfatter primært forlag og pladeselskaber.

Størstedelen har ingen relevant uddannelse. Mere end halvdelen har ikke taget en uddannelse, der er relevant for deres arbejde som sangskriver, komponist, producer eller tekstforfatter.

De fleste ernærer sig som sangskrivere/ komponister eller som sangskrivere/ producere



Tre overordnede professioner indenfor feltet

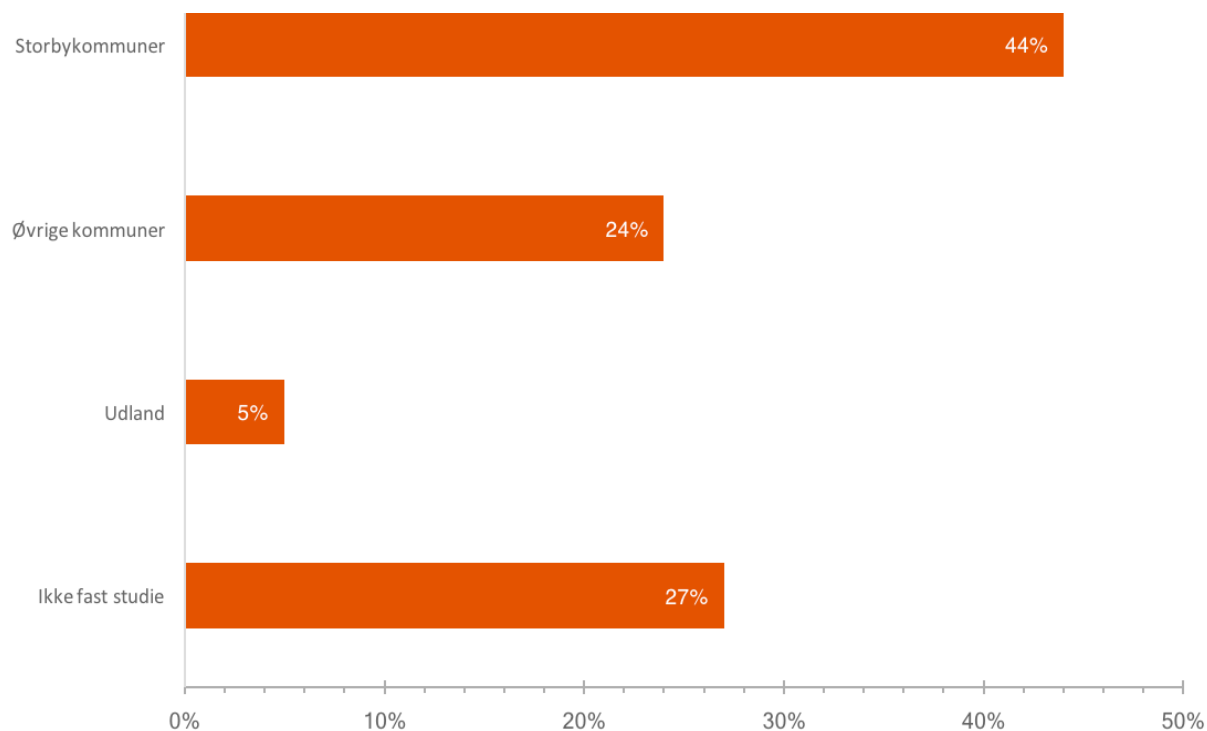
Sangskrivere/komponister er dem, der skriver sange til sig selv eller andre, men som ikke producerer dem selv.

Sangskrivere/producere er dem, der skriver og producerer sange til sig selv eller andre.

Tekstforfattere er dem, der udelukkende skriver tekster.

Kategorien Andet omfatter bl.a. undervisning og konsulentarbejde. Grundet denne kategoris beskedne størrelse i vores datasæt, har vi slået den sammen med tekstforfattere, som er den mindste af de øvrige kategorier.

Branchen er spredt i hele landet, men storbykommunerne udgør et samlingspunkt



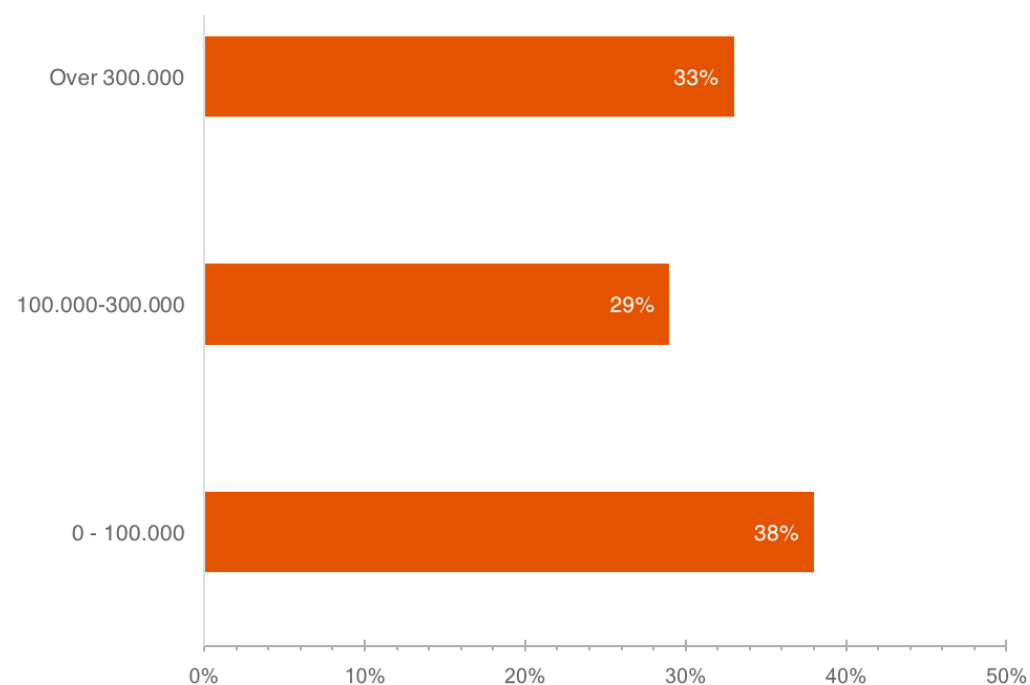
44% har fast arbejdssted/studie i enten København, Aarhus eller Frederiksberg Kommune (her anført som storbykommuner).

24% har fast arbejdssted/studie i øvrige kommuner fordelt over hele landet.

5% har fast studie/arbejdssted i udlandet

27% har ikke har et fast studie/arbejdssted

Branchen for musikproduktion rummer mange semiprofessionelle. Kun 5% omsætter for mere end 1 mio. kr. om året



Der er et stort mellemlag af semiprofessionelle, der omsætter for mindre end 300.000 kr. om året. Denne gruppe udgør samlet 67%.

33% omsatte for 300.000 kr. eller mere på deres musikrelaterede virke i 2016. 5% omsatte for mere end 1 mio. kr.

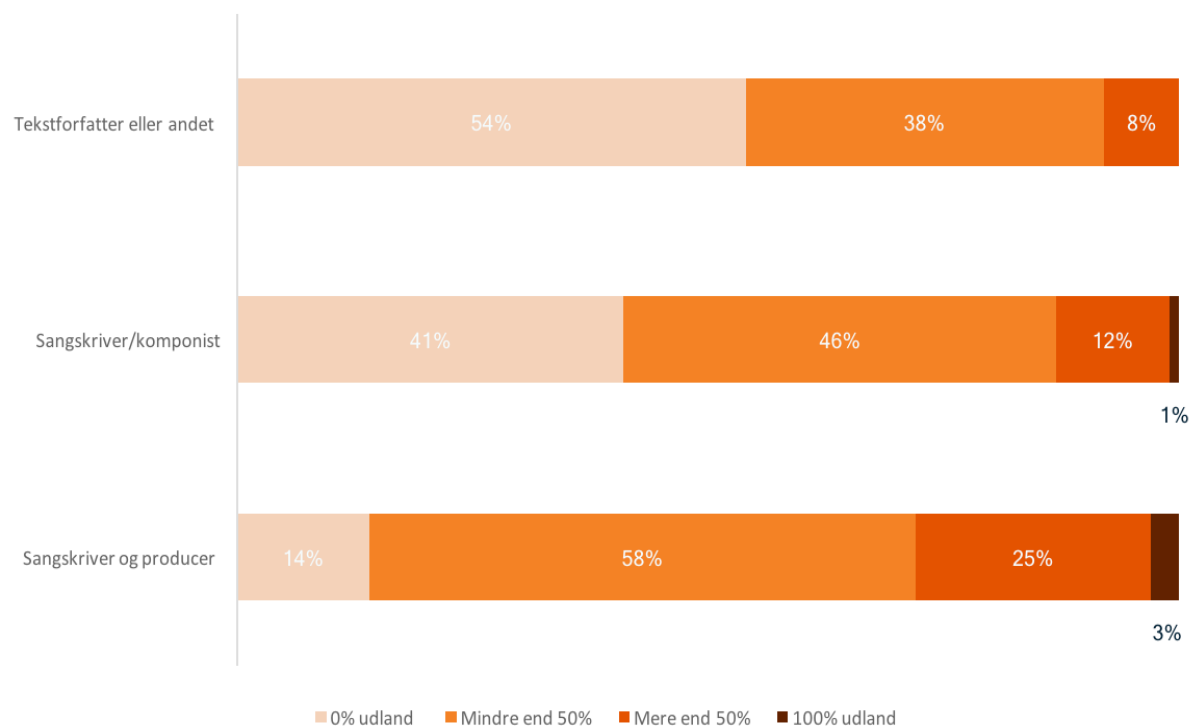
38% omsatte for mindre end 100.000 kr. på deres musikrelaterede virke i 2016.

Stor forskel på gennemsnitlig omsætning

Gruppen af sangskrivere/producere har en langt højere gennemsnitlig omsætning end sangskrivere/komponister og tekstforfattere.

- Den gennemsnitlige omsætning for sangskrivere/producere er 550.000 kr.
- Den gennemsnitlige omsætning for sangskrivere/komponister er 280.000 kr.
- Den gennemsnitlige omsætning for tekstforfattere er 180.000 kr.

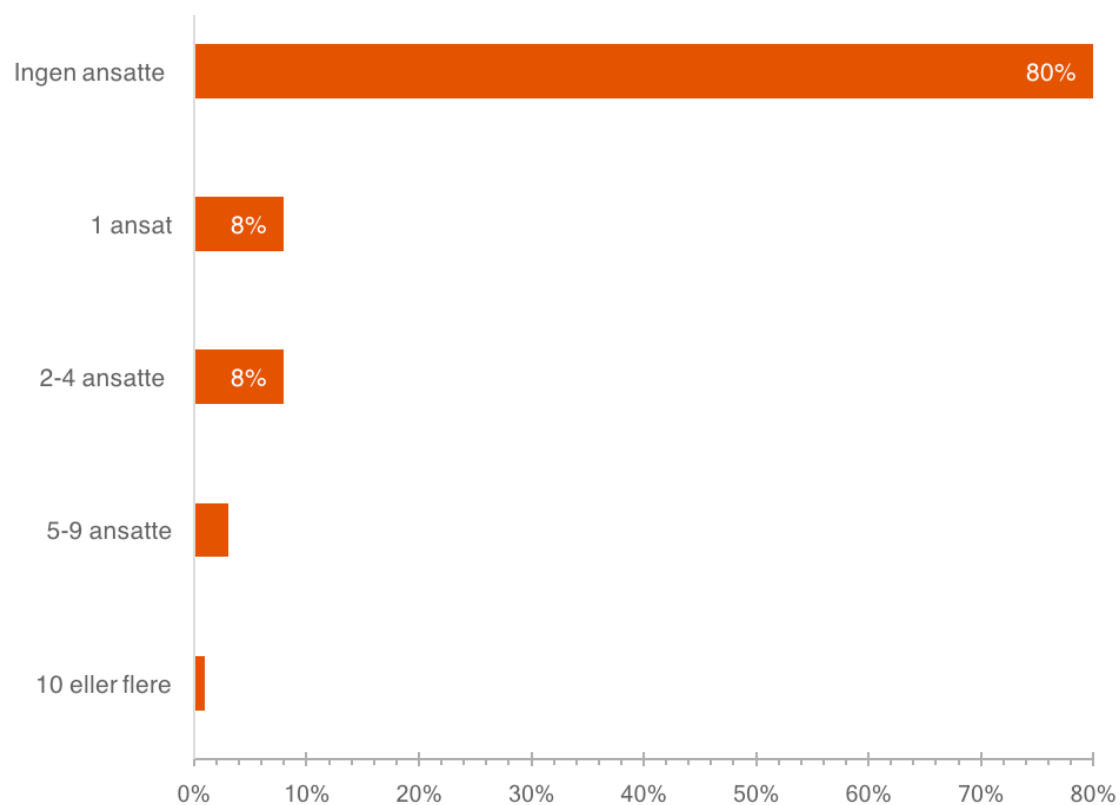
Hjemmemarkedet driver omsætningen i branchen. Sangskrivere/producere er dem, der afsætter mest til udlandet



Hjemmemarkedet er bærende på tværs af de tre kategorier. Sangskrivere/producere har den største afsætning til udlandet.

- 8% af tekstforfatterne afsætter mere end halvdelen af deres omsætning til udlandet.
- 13% af sangskriverne/komponisterne afsætter mere end halvdelen af deres omsætning til udlandet.
- 28% af sangskriverne/producere afsætter mere end halvdelen af deres omsætning til udlandet.

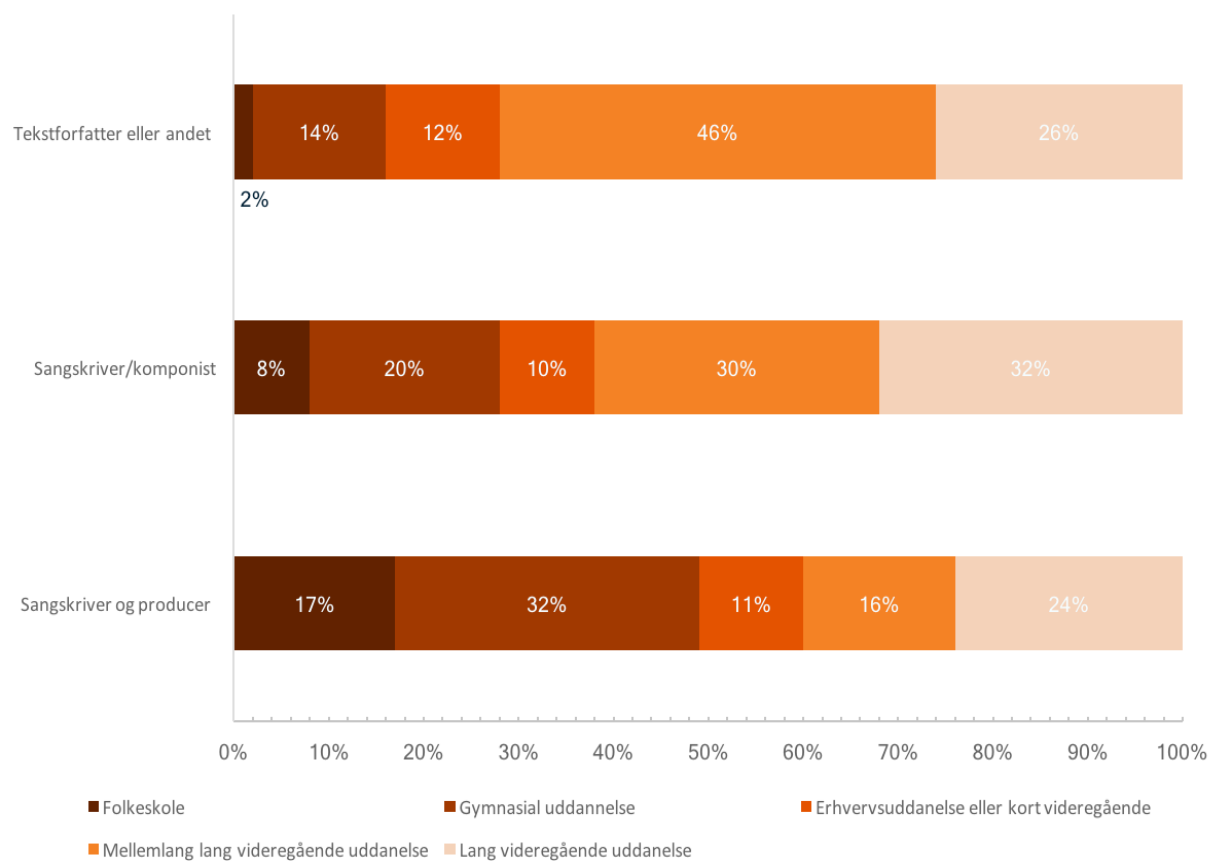
Branchen for musikproduktion består primært af selvstændige. 80% har ingen ansatte



Branchen består af i høj grad af individuelle aktører, der arbejder som selvstændig med egne musikproduktioner, som freelancer el.lign. Der er kun et fåtal i branchen, der har fastansatte medarbejdere.

- 80% har ikke har nogen ansatte.
- 8% har en enkelt ansat.
- 8% har 2-4 ansatte.
- 3% har 5-9 ansatte.
- 1% har 10 ansatte eller flere

Over halvdelen har ikke relevant uddannelse



72% af tekstforfatterne har en lang eller mellemlang videregående uddannelse. Blandt sangskrivere/komponister er det 62% mens det for sangskrivere/producere er 40%.

49% af sangskriverne/producerne har folkeskole eller gymnasium som højest afsluttede uddannelse.

Størstedelen har ikke relevant uddannelse

På tværs af de tre grupper svarer 56%, at de ikke har taget en uddannelse, der er relevant for deres arbejde som sangskriver, komponist, producer eller tekstforfatter.

Branchens ansigter

Overblik over nøgletal for den populære og kommercielle sangskrivning og musikproduktion i Danmark

CT Writing Camp

CT Writing Camp er Danmarks førende professionelle sangskriver-camp. Campen har på kort tid rodfæstet sig som en etableret begivenhed i det professionelle sangskrivermiljø - både herhjemme og internationalt.



Selv den dygtigste kommer ingen steder, hvis han eller hun ikke skaber sig det rette netværk

Cutfather
Sangskriver og producer

Den danske pop-koryfær, Cutfather, har i samarbejde med musikselskabet Tigerspring etableret Danmarks første tilbagevendende sangskriver-camp for kommerciel musik med en international profil. Sangskriver-camps går i al sin enkelthed ud på, at man sætter de bedste producere og sangskrivere sammen under attraktive rammer, og lader dem arbejde intenst med at skrive morgendagens hits.

Sangskriver-camps er en udbredt arbejdsmetode i USA, UK og Sverige. Faktisk rejser de bedste udenlandske producere og sangskrivere rundt og deltager i camps det meste af tiden. For den danske branche handler det om at fange de bedste sangskrivere i forbifarten mellem deres faste hotspots Los Angeles, London og Stockholm. København og Danmark har muligheden for at blive en attraktiv mellemstation, og det er netop motivationen bag Cutfathers og Tigersprings samarbejde:

»Vi synes det er interessant at samarbejde frem for at konkurrere med hinanden, og derved prøve at tiltrække nogle af verdens bedste sangskrivere. Den her slags camps virker som en magnet på de allerdygtigste folk, og det er noget, hele den danske branche kan få gavn af« siger David Tholander, Tigerspring

CT Writing Camp knytter nye relationer mellem de udenlandske sangskrivere og den danske branche. På sigt vil det utvivlsomt resultere i flere danske aftryk på de internationale hitlister - til gavn for hele fødekæden fra talent til professionel.

»Det er guld værd for de nye i branchen at komme ind og lære nogle af de dygtigste folk at kende og prøve at skrive sammen«, siger Cutfather, der gennem sin lange karriere har erfaret, at netværket og relationerne er en forudsætning for at lykkes som professionel. »Selv den dygtigste kommer ingen steder, hvis han eller hun ikke skaber sig det rette netværk,« slutter han. Og det er netop hvad sangskriver-campen bidrager til. Foruden en masse ny musik, naturligvis!

Fakta

Cutfather er en pioner i dansk kommerciel musik og har en lang række internationale hits på CV'et. Tigerspring er et professionelt musikselskab der bl.a. udvikler nye talenter i form af sangskrivere, producere og artister. Sammen har de skabt CT Writing Camp, som på kort tid er blevet et attraktivt pitstop for internationale sangskrivere.

En camp strækker sig typisk over 5 dage hvor de internationale sangskrivere bliver sat sammen med nogle af de bedste danske sangskrivere. De sange, der bliver skabt, bliver efterfølgende pitchet ind til store udenlandske udgivelses.

Campen skaber også positive gevinster for den lokation, hvor campen bliver afholdt. Der er nemlig gode billeder, historier og omtale på spil når de celebre producere og artister tweeter og Instagramer fra deres sommerophold i det danske.

I 2017 afholdes CT Writing Camp i Helsingør.

GL Music

GL Music er et moderne musikselskab, der arbejder på tværs af branchens klassiske skel. Kongstanken er at skabe synergi mellem flere forskellige forretningsområder med fokus på det, GL Music er bedst til: At udvikle koncepter og talenter fra A til Å.

GL Music startede som et klassisk produktions- og sangskrivningsteam bestående af Kim Nowak-Zorde, Daniel Fält og Lasse Lindorff. Forretningen var baseret på at skrive og producere for andre, men efterhånden gik det op for de tre partnere, at de med fordel kunne starte deres eget forlag og "lave kontrakt med sig selv". Det viste sig at være en god ide. Talentet rakte både til det kunstneriske og det forretningsmæssige, og inden længe havde GL Music taget andre sangskrivere med ind i folden. Sideløbende opdagede de, at de kunne brede sig ud på flere forretningsområder og dermed opnå synergieffekter både for dem selv og deres klienter.

GL Music har i dag udviklet sig til det, de selv kalder et musikselskab. De arbejder på tværs af klassiske skel mellem sangskrivning, forlagsarbejde, pladeselskab og live-produktion. Derudover tilbyder de specialiserede konsulenttydelser til tv-produktioner og events. CV'et tæller i dag produktioner som X-Factor, hvor GL Music håndterer hele den samlede musikentreprise, samt mange andre tv-produktioner såsom Voice Junior, Danmark har Talent, Mentor m.fl.

Spørger man GL Music er de ikke i tvivl om, at deres særlige styrke ligger i at udvikle ideer og koncepter i krydsfeltet mellem kunst, musik og forretning. GL Music ser sig selv som en del af den kreative og udviklende station, der hjælper artisterne, sangskriverne og klienterne fra A til Å.

»Vi fokuserer ikke 100% på at skabe hits, men på udviklingen hos den enkelte sangskriver og artist. Så skal hits'ne nok komme! Der skal nemlig hurtigt 10 sange til før der er én af de rigtig gode! Vores forretningsmodel giver et mere bredspektret forretningsflow". siger Lasse Lindorff, medejer af GL Music. Og netop derfor giver det mening for GL Music at være en multi-hus, der kan servicere sine klienter og udvikle indhold og koncepter på tværs af platforme og formater.

"Det giver os ballast og likviditet til at tro på sangskriveren og artisten og lave en langsigtet investering, hvor vi opererer 360 grader rundt om kernen - som er indholdet og musikken", slutter Lasse Lindorff.



Vi fokuserer ikke 100% på at skabe hits, men på udviklingen hos den enkelte sangskriver og artist

Lasse Lindorff
Medejer, GL Music

Fakta

GL Music A/S blev grundlagt i 2006. Foruden de tre partnere har selskabet 3 fastansatte og 2 fast tilknyttede konsulenter. I alt er der 8 ansatte på kontoret i Njalsgade. Dertil kommer en række freelancere, som hyres ind efter behov.

Mens andre selskaber stræber 100% efter at ramme de internationale hitlister, breder GL Music sig ud på fem forretningsområder:

- Musikproduktion: At skrive og producere musik for andre
- Forlagsarbejde: At udvikle sangskrivere og placere deres musik på udgivelser, TV, film og andre steder.
- Pladeselskab: At udvikle artister og udgive musik
- Live-produktion: At producere live-shows og turneer
- Music-consulting: At yde specialrådgivning for andre - fx tv-programmer og events

Foruden ovennævnte forretningsområder arbejder GL Music på at udvikle egne indholdsproduktioner til streaming-markedet med afsæt i platforme såsom TV2Play, ViaPlay, Netflix mv.

På forlaget repræsenterer GL Music Publishing i dag over 300.000 rettigheder i Skandinavien for internationale forlag som ROBA Music Publishing (Tyskland), Cloud 9 Music (Holland), Scheidler Music (Østrig), A&G Songs (UK) m.fl.

Læs mere: www.glmusic.dk

Nexus Music

Gennem mere end femten år har Nexus Music sat sit tydelige præg på de danske hitlister og award-shows. Med artister som Nik & Jay, Joey Moe, Alex, Ankerstjerne, Sisse Marie og Cisilia i front har Nexus skabt soundtracket til en hel ungdomsgeneration. Og nu skal succesen eksporteres til USA.

Nexus Music er et pladeselskab og produktionsselskab. Kernen i virksomhedens strategi er at finde og udvikle talentfulde artister, og dernæst opbygge alt omkring artisten i samarbejde med artisten selv. I nogle tilfælde er artisten kommet et stykke ad vejen på egen hånd, og i andre tilfælde starter Nexus Music helt fra bunden sammen med artisten. Arbejdet omfatter alt fra at skrive og producere musikken - altså produktet - til at udvikle hele indpakningen i form af artistens brand og visuelle profil. Men det stopper ikke der. Nexus er også med når der skal laves distributionsaftaler, forlagsaftaler, label-kontrakter og sponsoraftaler, og de har en finger med i spillet når der skal etableres et live-band, udvikles et sceneshow, bookes koncerter osv. Som modydelse tager Nexus en andel af artistens samlede omsætning.

“Fordi vi er med fra starten og opbygger både produktet og forretningen fra bunden sammen med artisten giver det mening, at vi har et cut på artistens samlede indtjening. Rundt om artisten skaber vi en samlet forretning,

som vi er partnere i”, siger Jules Wolfson, der sammen med makkeren Jon Ørom grundlagde Nexus Music i 2001 med Nik & Jay som spydspids.

Fordi Nexus er så dybt involveret i at udvikle sine artister er det afgørende, at selskabet ikke opererer med for mange artister på samme tid. Kapaciteten rækker til 3-5 aktive artister ad gangen for at forretningsmodellen kan realiseres.

Sideløbende skal der også være tid til at oparbejde det næste kapitel i historien om Nexus Music: Gennembruddet i USA. Jules Wolfson har gennem de senere år lagt en del af sin tid i at skrive musik til både nye og etablerede amerikanske artister, for på den måde at arbejde sig gradvist ind på det amerikanske marked. Planen er på længere sigt at udvikle artister på det amerikanske marked på samme måde, som Nexus har gjort det herhjemme. Lykkedes den mission, er forretningspotentialet vist ikke til at tage fejl af.

Fordi vi er med fra starten og opbygger både produktet og forretningen fra bunden sammen med artisten giver det mening, at vi har et cut på artistens samlede indtjening.

Jules Wolfson
Medejer, Nexus Music



Fakta

Nexus Music blev grundlagt i 2001. Selskabets første artist var Nik & Jay, hvis debutalbum solgte mere end 100.000 eksemplarer og indkasserede to Danish Music Awards. I dag har Nik & Jay solgt mere end 400.000 albums.

Siden deres indtog i dansk musik har Nexus Music slået en række bemærkelsesværdige musikrekorder:

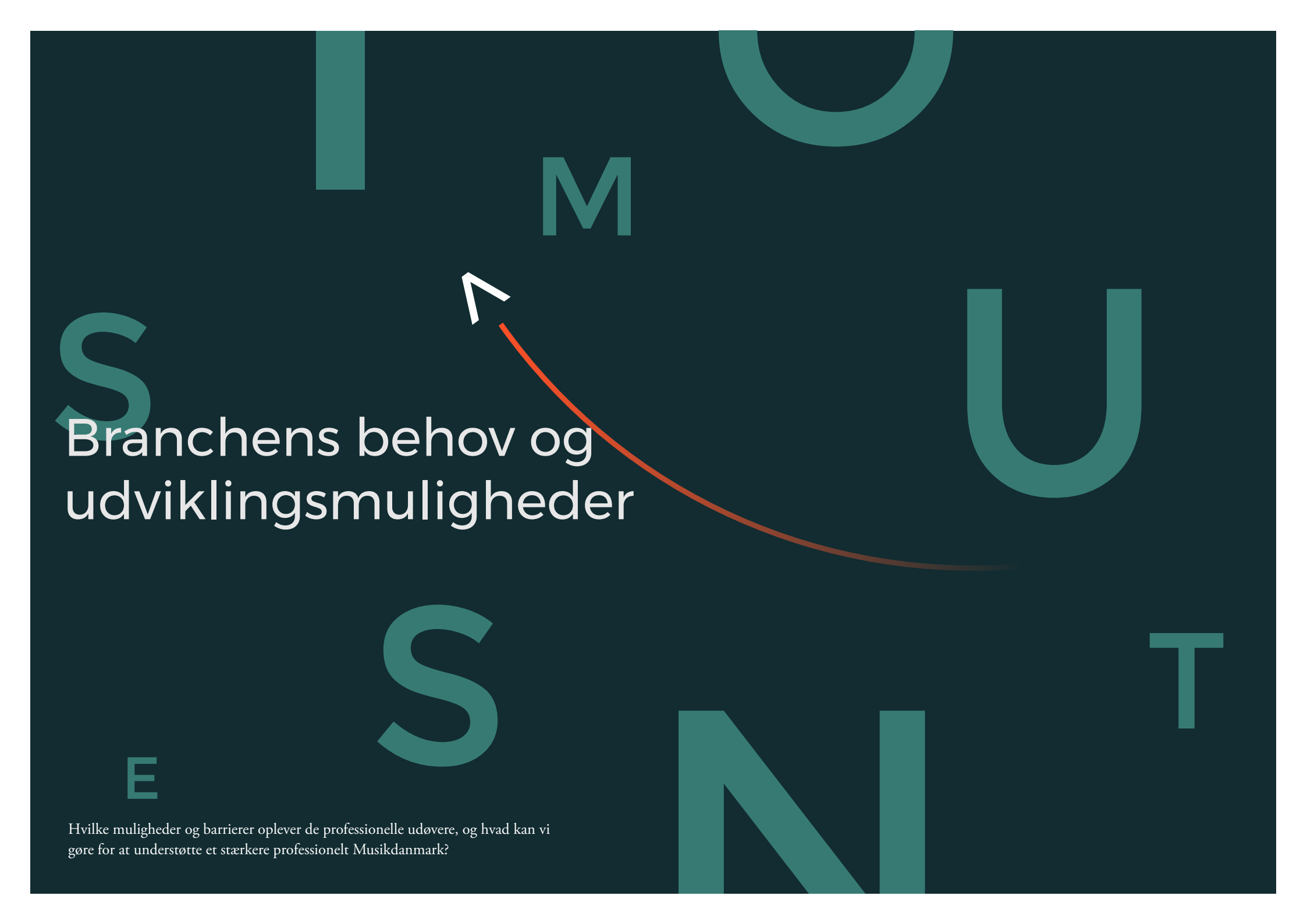
- De står bag den bedst sælgende popgruppe nogensinde i Danmark med Nik & Jay
- De har produceret det største klubhit nogensinde

i Danmark med sangen “Yo-Yo” af Joey Moe

- De har signet og produceret for den yngste danske DMA-vinder nogensinde med Cisilia.

Selvom selskabets egne artister udgør kerneforretningen kan Nexus også indlade sig på andre forretningsaktiviteter. Selskabet har en fast stab på 4-5 producere, som i hovedreglen har eksklusivaftale med Nexus. Disse producere kan dog også arbejde for andre artister med Nexus i rollen som forlag. Ind imellem træder Nexus også i rollen som forlag for deres egne artister.

Læs mere: www.nexusmusic.com



Branchens behov og udviklingsmuligheder

Hvilke muligheder og barrierer oplever de professionelle udøvere, og hvad kan vi gøre for at understøtte et stærkere professionelt Musikdanmark?

Branchens behov og udviklingsmuligheder

Delkonklusion

Branchen har positive forventninger om fremtidig vækst. 43% forventer en højere omsætning inden for de kommende to år. Det er særligt sangskrivere/producere der forventer fremtidig vækst. Langt størstedelen mener i øvrigt, at den danske branche har potentiale for at skabe øget indtjening og øge afsætning i udlandet i fremtiden.

Rettighedshaverne får ikke tilstrækkeligt udbytte af musikbranchens samlede vækst. Musikbranchen er samlet set i vækst, men et flertal af rettighedshaverne mener ikke, at de får et tilstrækkeligt udbytte af den omsætning, musikken samlet set genererer.

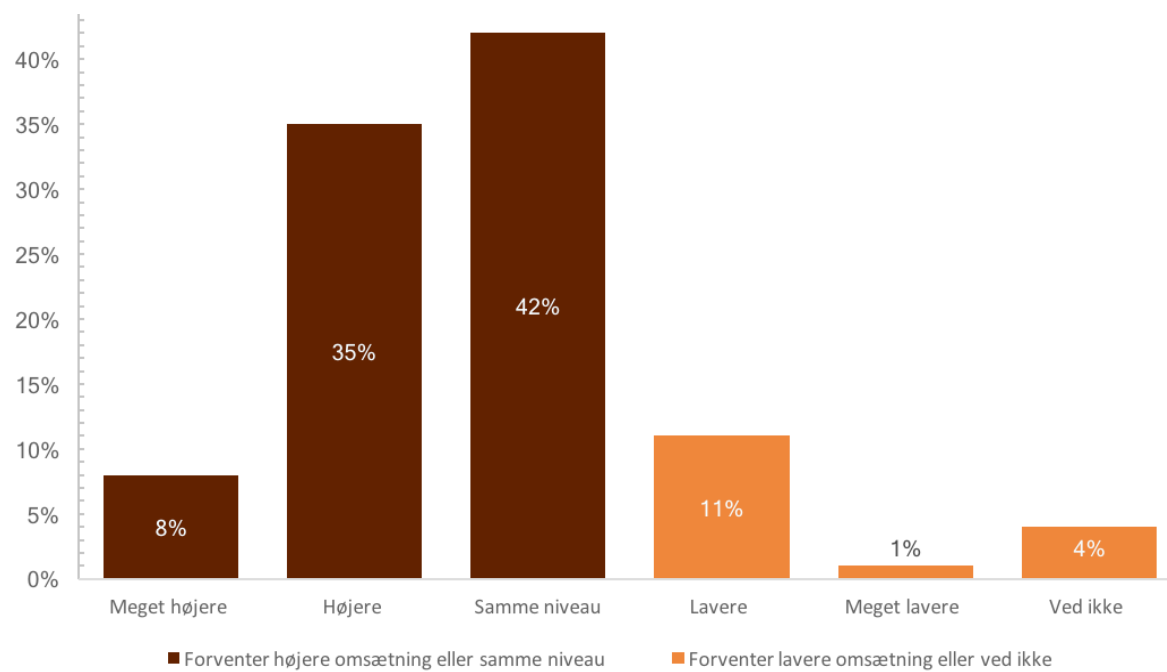
Den professionelle elite har store omkostninger til internationalisering. De danske sangskrivere og producere, som for øjeblikket klarer sig rigtig godt i USA, har alle investeret massivt i at etablere sig på den amerikanske scene. Tilstedeværelsen i USA er påkrævet for at lykkes, men det er omkostningstungt og risikobetonet for den enkelte, og de professionelle savner opbakning til deres internationaliseringsindsats fra det institutionelle Musikdanmark.

Vejen fra up-coming til professionel er lang og hård. Branchen peger på, at der er behov for at understøtte

talenternes udvikling. Talenterne har behov for kunne fokusere på at dygtiggøre sig musikalsk og kommercielt. Samtidig er de afhængige af at skabe et stærk netværk ind i branchen.

Danmark kan gøre sig gældende i USA på lige fod med Sverige. Den svenske succes på den internationale scene for kommerciel musik har banet vejen for andre skandinavere. Danskerne kan tilbyde den samme vare som svenskerne, og det er de ved at få øjnene op for i USA.

Branchen har positive forventninger til fremtiden

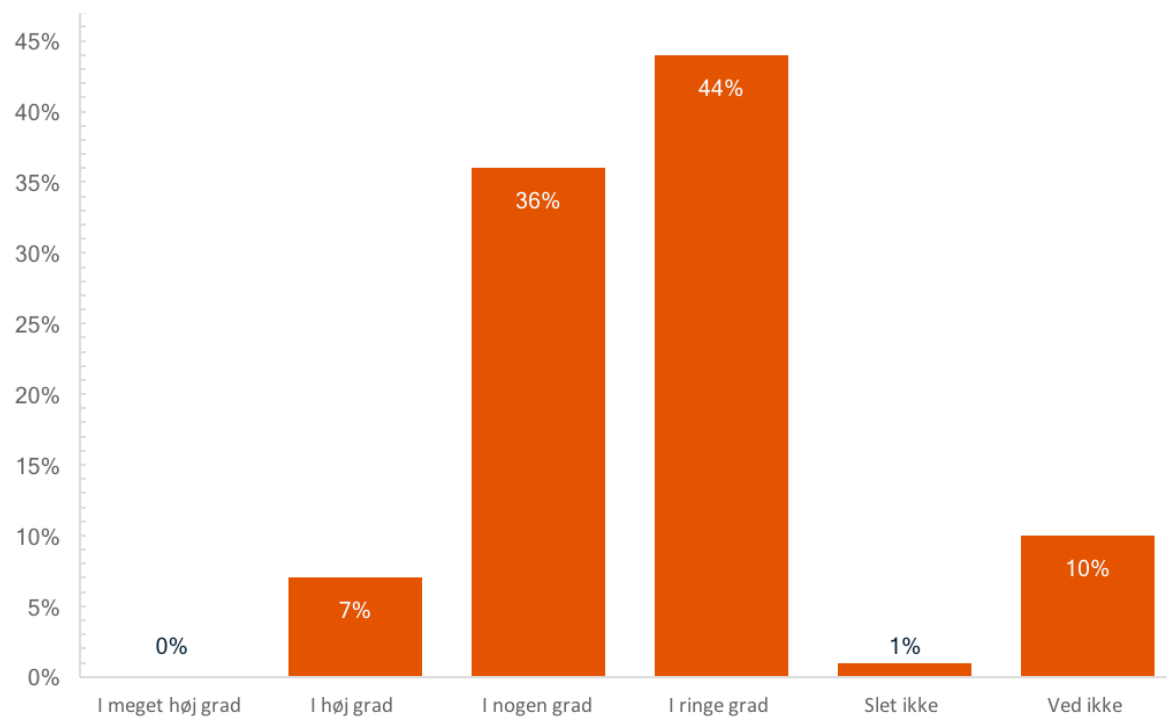


43% forventer, at de vil skabe meget højere eller højere omsætning i de kommende to år.

42% forventer, at deres omsætning vil være uændret.

12% forventer lavere eller meget lavere omsætning.

Rettighedshaverne får ikke tilstrækkeligt udbytte af musikbranchens samlede omsætning



Forretningsmodellerne i musikbranchen er under hastig forandring i takt med fremkomsten af nye digitale platforme såsom YouTube, Facebook og streaming-tjenesterne.

På trods af nedgang i fysisk salg af musik er musikbranchen som helhed i vækst. Dog mener 44% af rettighedshaverne, at de kun i ringe grad får tiltrækkeligt udbytte af musikbranchens samlede omsætning.

Kun 7% mener, at de i høj grad får tilstrækkeligt udbytte af omsætningen. 36% mener, at de i nogen grad får tilstrækkeligt udbytte af musikbranchens omsætning.

Vejen fra up-coming til professionel - hvad skal der til?

I en række interviews med professionelle danske sangskrivere og producere har vi spurgt ind til, hvad der har været udslagsgivende i deres udvikling fra up-coming til professionel, samt hvad de mener der skal til for at flere unge talenter klarer skærene og får skabt sig en professionel karriere.

Hårdt arbejde og disciplin

Den første faktor, som de professionelle sangskrivere og producere gennemgående peger på, er hårdt arbejde og disciplin. Det hårde slid er ganske givet en vigtig komponent i enhver professionel udvikling, men når det kommer til sangskrivning og musikproduktion er det ikke altid udgangspunktet, at sangskrivningen opfattes som et arbejde. Mange talenter starter med at skrive musik når inspirationen er tilstede og stemningen er den rette. Derfor kræver det et nyt mindset at begynde at skrive sange otte timer om dagen som en professionel gerning. Og det er netop hvad der skal til: Benhårdt og disciplineret arbejde, hver dag, uanset om inspirationen og lysten er tilstede eller ej.

Et stærkt netværk

En sangskriver eller producer uden et godt netværk kommer ingen vegne. Selv de bedste sange bliver aldrig udgivet, hvis de ikke bliver præsenteret for de rette ører og de rette hjælpende hænder i branchen. Derfor er det altafgørende for talenterne, at de får arbejdet sig ind i branchen og knytter gode personlige relationer. Samtidig er netværket med til at kompetenceudvikle talenterne, fordi det er gennem netværket, at talenterne skoles til at klare sig i branchen - både kunstnerisk og forretningsmæssigt. En god måde at opbygge sit professionelle netværk er ved at arbejde i tæt fysisk tilknytning til andre udøvere - fx i delte produktionsmiljøer - eller ved at arbejde i musikkollektiver sammen med andre talenter, og derved gøre sig mere synlig for den etablerede branche.

Gynger og karruseller

Mange professionelle sangskrivere og producere har klaret sig ved at brede profilen ud og have både gynger og karruseller i spil - fx som udøvende artist eller ved at indspille, producere eller mixe for andre. Det kan også være ved at undervise eller udføre konsulentarbejde. Pointen er, at man skaber flere indtjeningskilder og et mere varieret forretningsflow, som gør, at man bedre kan holde sig i gang inden for musikken uden at skulle bi-jobbe ved siden af.

Nye musikkollektiver viser vejen

Igennem de senere år har vi set eksempler på nye danske musikkollektiver, der starter som undergrundsforetagender og ender med at indtage de nationale sendeflader. Det er en tendens, der også ses i USA, hvilket måske varsler en helt ny strategi for talentlaget, der står på springbrættet til den professionelle scene.

Hukaos: I Aarhus har musikkollektivet Hukaos anført af Karl William imponeret både radiostationer og festivalerne. Det startede, da 7 aarhusianske musikskabere i 2013 begyndte at sætte fællesbrandet Hukaos som fortegn for deres musikalske virke. Sideløbende med Karl Williams gennembrud i 2016 har flere af de øvrige medlemmer i kollektivet tiltrukket sig stor opmærksomhed i den danske branche.

Cheff Records: På den anden side af bæltet, på Nørrebro i København, så vi et lignende eksempel da Cheff-slænget bestående af bl.a. Kidd, Topgunn, Klumben og Kesi lagde de danske sendeflader ned i 2011 og årene derefter. Det selvbestaltede pladeselskab Cheff Records udgjorde samlingspunktet i kollektivet, og spiller stadig i dag en fremtrædende rolle i dansk urbanmusik.



Vi har masser af talent i Danmark. Udfordringen er, at talenterne ikke har ressourcerne og netværket til at dygtiggøre sig i faget. Det er krævende at udvikle en udgivelsesklar artist - der skal skrives og produceres mange sange, og der går lang tid før man ser et afkast for alle involverede parter. Derfor er de fleste talenter nødt til at tage et hverdagsjob ved siden af, og så ryger en stor del af energien, og det bliver kun endnu sværere.

Lasse Lindorff

Sangskriver og producer, medejer af GL Music

Danske styrkepositioner i en international kontekst

Vi har spurgt de professionelle sangskrivere og producere om, hvilke styrkepositioner de ser for dansk musik på den internationale arena. Særligt med fokus på USA, som er det marked, der skaber adgang til resten af verden.

Den svenske succes har banen vejen for andre skandinavere

Svenskerne har en lang tradition for kommerciel sangskrivning og musikproduktion på internationalt niveau. Historien kan spores helt tilbage til ABBA, og i nyere tid er succesen kulmineret med Max Martins suveræne indtog på de globale hitlister fra slut halvfemserne og frem til i dag. Max Martins svenske musikmaskine er stadig blandt de mest eftertragtede i verden, og det har åbnet dørene for andre skandinavere i branchen. De danske sangskrivere og producere oplever, at de i høj grad kan levere det samme produkt som svenskerne, og at markedet i USA ikke skeler så meget til, om der står Sverige eller Danmark i passet. Så længe varen er den samme - og det mener de danske sangskrivere og producere, at den er.

Den effektive arbejdsetik

De danske sangskrivere og producere der opererer på det amerikanske marked, oplever, at de ofte kan producere musik langt mere effektivt end deres amerikanske kolleger. De danske producere er ikke opdraget med høje produktionsbudgetter og har lært sig at operere med ganske få omkostninger til fx studieteknikere og andet personel. I stedet har danskerne - i lighed med svenskerne - udviklet en blækspruttekultur, hvor det meste som regel kan lade sig gøre med de forhåndenværende ressourcer.

En eftertragtet nordisk lyd

Det er svært at ramme hovedet på sømmet i forhold til, hvad det helt præcist er, den skandinaviske lyd går ud på. Men hvorom alting er, er det en eftertragtet vare på det amerikanske marked. Nogle peger på, at årsagen skal findes dybt begravet i mulden af den nordiske folkemusik, som skulle have en melodisk struktur, der passer godt til moderne kommerciel musik. Andre peger på, at det i højere grad er skandinavernes evne til at nytænke og nyfortolke de aktuelle strømninger på det internationale marked - en form for "Nordic cool", der også skinner igennem blandt skandinaviske modebrands, designere og arkitekter.



Vi skandinavere har en arbejdsetik, som er eftertragtet i USA. Når en US-producer tager i studiet, hyrer han gladeligt folk ind til teknik, mix og til at spille instrumenter. Det har vi aldrig haft råd til. Vi sidder selv bag knapperne - og vi gør det bedre end de professionelle teknikere i USA. Og så spiller vi også fire instrumenter. Derfor er vi meget hurtigere og mere effektive.



Anbefalinger

Konkrete anbefalinger til at fremme den kommercielle musikproduktion i Danmark

Anbefalinger

Hvordan løfter vi branchen for populær og kommerciel musik i Danmark?

På de følgende sider fremsættes Seismonauts anbefalinger til tiltag, der kan løse de centrale udfordringer, vi har identificeret i analysen. Anbefalingerne fokuserer dels på at bane vejen for talenterne, så flere kan lykkes som professionelle, og dels på at skabe bedre vilkår for de allerstærkeste sangskrivere og producere så flere kan realisere drømmen om det store gennembrud i udlandet.

En grundforudsætning for at skabe forandringer for den kommercielle og populære musik som erhverv i Danmark er, at branchens interessenter arbejder sammen på alle de områder, hvor der kan findes fælles fodslag. Anbefalingerne sider skal derfor læses som et oplæg til hele branchen samt til de politiske beslutningstagere og forvaltninger, der arbejder for at fremme den professionelle musikbranche i Danmark. Endvidere vil flere af de tiltag vi lægger op til kunne løftes i samarbejde med private aktører og finansieringskilder.

#1

Styrk professionaliseringen af talentlaget

#2

Byg bro for eliten til udlandet

#1 Styrk professionaliseringen af talentlaget

Udfordringen

Der er mange semiprofessionelle musikskabere i Danmark. Selvom talentmassen aldrig har været større er det stadig vanskeligt for den enkelte at bryde muren fra upcoming til professionel.

Det skyldes ikke mindst, at det ikke er tilstrækkeligt at skrive og producere gode sange. Man skal også have adgang til et netværk i branchen, der kan bidrage til at realisere sangens potentiale. Selv i en YouTube-tidsalder er det stort set umuligt at klare sig som professionel sangskriver og producer uden at have et netværk ind i branchen.

Samtidig er der behov for, at de unge talenter får mulighed for at raffinere deres færdigheder under fokuserede forhold. Muligheden for at koncentrere sig 100% om musikken tilfalder dog kun de færreste i talentlaget, hvilket forhindrer overgangen til professionel.

Hvis vi skal have det fulde udbytte af talentmassen i Danmark skal vi etablere de fornødne rammer for fordybelse, kompetenceudvikling og netværksopbygning målrettet talentlaget.

Anbefalinger

Skab bedre adgang til de professionelle produktionsmiljøer

Rundt omkring i Danmark, herunder særligt i storbykommunerne, findes en række mere eller mindre formaliserede produktionsmiljøer for musik. Det vil være til stor gavn for talentlaget at få disse produktionsmiljøer kortlagt, samt at etablere konkrete initiativer med henblik på at indsluse nye talenter i miljøerne. Værdien går begge veje, idet de professionelle også vil nyde godt af at have øget kontaktflade med de nye talenter. Indsatsen kan sættes ind på flere niveauer - fra koordineret formidling og tværgående events med produktionsmiljøerne til egentlige talentindslusningsordninger i samarbejde mellem miljøerne og de relevante brancheorganisationer og musikuddannelser.

Etablér en faguddannelse for kommerciel sangskrivning og musikproduktion

Vejen fra upcoming til professionel handler i høj grad om at få mulighed for at fordybe sig og tilegne sig de relevante kompetencer - både som sangskriver/producer og som selvstændig entreprenør i musikbranchen. En faguddannelse for kommerciel sangskrivning og musikproduktion kan være en del af svaret på denne udfordring. Vores undersøgelse har vist, at størstedelen af musikskaberne i Danmark ikke har taget en relevant uddannelse for deres professionelle virke. Samtidig ser vi gode erfaringer i Sverige med en dedikeret faguddannelse for sangskrivere og producere med fokus på det kunstneriske såvel som det forretningsmæssige - samt med fokus på at skabe det fornødne netværk ind i branchen. Vores undersøgelse tyder på, at der er grobund for en lignende uddannelse i Danmark.

#1 Idékatalog

Herunder uddyber vi perspektiverne i de projektideer, der knytter sig til anbefalingerne målrettet professionalisering af vækstlaget. Fælles for projektideerne er, at de kan realiseres i flere skala og på flere niveauer alt efter samarbejdskonstellationer, ressourcer og finansiering. Det er op til branchens interessenter at gribe de muligheder der opstår både lokalt, regionalt og nationalt.

Skab bedre adgang til de professionelle produktionsmiljøer

Med henblik på at øge talenternes adgang til de professionelle produktionsmiljøer - til fordel for både talenter og professionelle - kan der etableres en talentindsamlingsordning, hvor unge talenter sluses ud i de eksisterende miljøer i samarbejde med miljøerne selv. Det kan foregå ved, at talenterne ansøger om en tidsbegrænset talentplads via en legatorordning. Ordningen vil skabe rammer om en uformel mesterlære, som vil have stor betydning for talenterne. Der kan også afholdes events, hvor talenterne videndeler og udveksler erfaringer med hinanden. På den måde kan ordningen skaleres til en egentlig platform for talentudvikling. Ordningen kan udvikles i et samarbejde mellem de relevante brancheorganisationer, uddannelser og øvrige interessenter såsom kommuner eller regioner. Den kan også udbydes i samarbejde med private finansieringskilder, herunder fonde og private virksomheder, der ser ordningen som en mulighed for målrettet branding eller CSR-arbejde.

Etablér en faguddannelse for kommerciel sangskrivning og musikproduktion

En faguddannelse for kommerciel sangskrivning og musikproduktion vil potentielt kunne tiltrække studerende fra hele landet - uanset, hvor uddannelsen fysisk placeres. Etableringen forudsætter samarbejde mellem en bred kreds af interessenter samt involvering fra branchen selv. I KulturMetropolen afsøger 14 kommuner aktuelt mulighederne for i samarbejde at etablere en kommerciel sangskriveruddannelse. Det er et initiativ, der ligger i tråd med denne anbefaling. Der kan endvidere hentes mulig inspiration i Sverige, hvor man har etableret en 2-årig erhvervsuddannelse for kommerciel sangskrivning og musikproduktion. En lignende uddannelse vil være særdeles relevant i Danmark, idet det vil give unge talenter mulighed for at opnå den fornødne fordybelse, faglige udvikling og netværksopbygning. En faguddannelse vil endvidere kunne skabe en indgangsportal til musikbranchen for en bredere talentmasse af unge på tværs af kulturelle baggrunde og sociale lag.

#2 Byg bro for eliten til udlandet

Udfordringen

De udviklingsmidler der omkranser musikbranchen i Danmark fokuserer i overvejende grad på musikken som kunstform og kulturbærer. Selvom musikken er værdifuld i sin egen ret udgør den også et kommercielt erhverv med potentiale for at skabe eksport- og skatteindtægter på det internationale marked.

Den professionelle elite i Danmark har et stort behov for at etablere sig i udlandet - i særdeleshed i USA.

Udfordringen for den enkelte sangskriver og producer er, at omkostningerne ved at være tilstede i fx Los Angeles er meget høje. Her savner det professionelle segment en større opbakning til deres internationaliseringsindsatser fra de støttestrukturer og institutioner, der arbejder for at fremme musikbranchen i Danmark.

For at realisere potentialet er der behov for en kulturforandring, hvor branchen selv og branchens interessenter udvider perspektivet til også at investere i den kommercielle musikskabelse og musikeksport i Danmark. Det vil bidrage til at bane vejen for flere internationale succeser og derved skabe flere rollemodeller til inspiration for talentlaget.

Anbefalinger

Understøt elitens internationalisering

Der er behov for, at der i højere grad end i dag foretages erhvervsmæssige investeringer i den del af musikbranchen, som generer omsætning og eksport på kommercielle præmisser - ligesåvel som der foretages kulturelle investeringer i den del af musikbranchen, der ikke kan klare sig kommercielt. Der kan med fordel etableres et internationaliseringsprogram, der supporterer de bedste danske producere og sangskrivere i deres indtog på de amerikanske markeder.

Træk den internationale elite til Danmark

Brobygning til udlandet hænger ikke kun sammen med at øge tilstedeværelsen af danske sangskrivere og producere i USA. Indsatsen kan også med fordel gribes an med omvendt fortegn, hvor vi skaber nogle attraktive ramme for at tiltrække udenlandske topnavne til Danmark. Her udgør writing camps en effektiv platform, der kan sætte Danmark på det kommercielle musiklandkortet på lige fod med Los Angeles, London og Stockholm.

#2 Idékatalog

Herunder uddyber vi perspektiverne i de projektideer, der knytter sig til anbefalingerne målrettet brobygning for eliten til udlandet.

Understøt elitens internationalisering

Adgangen til de globale hitlister går som hovedregel via USA, og Los Angeles er et centralt hotspot, hvor eliten af danske sangskrivere og producere prioriterer at være tilstede. Efter svensk forbillede har de opdaget, at efterspørgslen på den skandinaviske lyd og arbejdesetik er høj, og at de danske sangskrivere og producere kan levere den vare, der skal til. Et elitesupportprogram kan rumme forskellige facetter og initiativer, herunder økonomisk bidrag til rejseomkostninger samt facilitering af adgang til relevante faciliteter og ressourcer i Los Angeles. DPA og MXD har for nylig lanceret en fælles eksportstøttepulje der ligger i tråd med denne anbefaling, ligesom det er muligt at søge om ophold i DPA's hus i Los Angeles. Dette er gode initiativer i den rigtige retning, men mere kan gøres hvis branchens organisationer kan mødes i en koordineret indsats i samarbejde med offentlige og private finansieringskilder.

Træk den internationale elite til Danmark

Der findes i dag spirrende writing camps i Danmark med forskellige profiler, herunder CT Writing Camp, der henvender sig til eliten, og Aarhus Calling, der henvender sig til upcoming-segmentet. Det vil være oplagt at fortsætte investeringen i sådanne writing camps og understøtte dem i deres videre skalering, forankring og udvikling. Writing camps er endvidere værdifulde brandingplatforme for de specifikke byer, hvor de afholdes. Writing camps åbner derfor døre til medfinansiering fra byer og virksomheder, der ønsker at investere i den brandingværdi og omtale der bliver skabt, når musikkens internationale superstjerner frekventerer campen og omtaler stedet via sociale medier og andet.

Metode

S

Afgræsning, definitioner og metodiske forklaringer

E

I

N

M

O

A

U

T

S

Afgrænsning og definitioner

Analysens genstandfelt

Genstandsfeltet for undersøgelsen er sangskrivere, komponister, producere og tekstforfattere inden for det populære og kommercielle musikområde. Det skal således bemærkes, at vi ikke analyserer den kommercielle musikbranche i et 360 graders perspektiv. Eksempelvis omfatter analysen ikke spillesteder, festivaller, pladeselskaber, management- og bookingselskaber og andre aktører i værdikæden for populær og kommerciel musik. For en opgørelse af musikbranchens samlede omsætning henviser vi til Rambølls analyse *Dansk Musikomsætning* som udarbejdes på årlig basis. Der kan endvidere findes relevante oplysninger i Kodas årsberetninger.

Det kommercielle og populære musikområde

Det populære og kommercielle musikområde definerer vi som musik, der er lavet i et kommercielt øjemed, dvs. med henblik på at blive solgt, fx ved at blive spillet i radioen eller til tv, computerspil, film, B2B osv. Der findes ikke en standardiseret afgrænsning og derfor er det ikke muligt at isolere det kommercielle og populære musikområde i eksisterende datakilder såsom *Dansk Musikomsætning* eller i Kodas årsberetninger. Derfor er vores estimer baseret på en kombination af egne beregninger, som vi har krydstjekket bedst muligt med de tilgængelige datakilder.

Sangskrivere, komponister, producere og tekstforfattere

I rapporten anvender vi følgende terminologi: En Sangskriver/komponist skriver sange til sig selv eller andre, men producerer dem ikke selv. En sangskriver/producer skriver og producerer sange til sig selv eller andre. En tekstforfatter skriver tekster. Vi opererer også med kategorien Andet, som omfatter andre ydelser såsom fx undervisning og konsulentarbejde. Tekstforfattere og Andet er slået sammen i én kategori i vores resultater pga. disse gruppers beskedne størrelse i vores datasæt.

Branchens nøgletal

Antallet af kommercielle sangskrivere, producere og tekstforfattere

Antallet af kommercielle sangskrivere, producere og tekstforfattere i Danmark er estimeret med afsæt i DPAs medlemsdata, og er derefter krydstjekket med Kodas årsberetning fra 2015. I Kodas årsberetning har vi isoleret antallet af individuelle autorer, der har fået udbetalt 30.000 kr. eller mere fra Koda. Dette gør vi for at indkredse det professionelle og semiprofessionelle segment. Herefter har vi anvendt en markdown på 0,85 for at kompensere for udbetalinger, som ikke hidrører fra det kommercielle og populære musikområde.

Antallet af sangskrivere, producere og tekstforfattere i den professionelle elite

Antallet er estimeret på baggrund af DPAs medlemsdata og er efterfølgende krydstjekket med Kodas årsberetning fra 2015. I Kodas årsberetning har vi isoleret antallet af individuelle autorer, der har fået udbetalt 150.000 kr eller mere fra Koda og har herefter anvendt en markdown på 0,50 med henblik på at indkredse det øverste led i fødekæden.

Branchens omsætning

Estimatet af branchens omsætning er opgjort med afsæt i en spørgeskemaundersøgelse med 501 respondenter, som har anført deres årlige omsætning fordelt på hhv. CPR nummer og CVR nummer. På basis af de 501 respondenter har anvendt en markup på 1,9 for at matche op til den samlede population på 975 personer. Resultatet har vi krydstjekket med data fra Kodas årsberetning fra 2015, samt med et særtræk på 200 registrerede CVR numre i Danmarks Statistik.

Branchens vækst

Branchens gennemsnitlige årlige vækst er opgjort med afsæt i det samlede årlige omsætningstal for 200 registrerede CVR numre i branchen. Omsætningstallene er tilvejebragt via et særtræk i Danmarks Statistik for perioden 2011-2014.

Øvrige metodiske forklaringer

Branchens profil og forretningsområder

Branchens profil og forretningsområder er analyseret med afsæt i en spørgeskemaundersøgelse med 501 respondenter. Derudover har vi suppleret med kvalitative interviews med 11 sangskrivere og producere med forskellige profiler.

Branchens behov og udviklingsmuligheder

Branchens behov og udviklingsmuligheder er analyseret med afsæt i resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen kombineret med 11 kvalitative interviews.

Best practise i Sverige

Best practices i Sverige er udarbejdet med afsæt i desk research og kvalitative interviews og mailkorrespondancer med relevante kilder blandt svenske musikorganisationer.

Tak til alle der har bidraget til analysen.

SEISMON[↑]UT

SEISMON[↑]UT