



representing the
recording industry
worldwide

Til Folketingets medlemmer af

- Kulturudvalget
-
-
-

København K, 28/08 2009

Pladebranchen.08 – årsskriftet fra pladeselskabernes brancheorganisation er kommet.

Pladebranchen.08 er klart, og vi har fornøjelsen af vedlagt at fremsende IFPI's årsskrift i den trykte udgave, som vi erfaringsmæssigt ved, at mange der interesserer sig for musikbranchens forhold, efterspørger til referencebrug. Vi vedlægger også den pressemeddelelse, som er blevet udsendt i forbindelse med offentliggørelsen af årsskriftet.

Det er femte gang, IFPI udsender et årsskrift, som i tekst, tal og billeder forsøger at tegne et aktuelt billede af pladebranchens situation. Og vi har denne gang udbygget statistikmaterialet og de dertil hørende analyser yderligere for at give et endnu mere nuanceret billede af udviklingen, der følger i kølvandet på det komplekse digitale markedes vækst.

Musikbranchens rolle som prøveklud i de gennemgribende forandringer, som en lang række erhverv (aviser, bogbranche, film og tv for blot at nævne nogle få eksempler) gennemgår som konsekvens af digitaliseringen, er velkendt. Og vi vil gerne dele vore erfaringer fra det paradigmeskift, som branchen står midt i, med det politiske liv, som har mulighed for at præge udviklingen.

Vi håber, du får glæde af Pladebranchen.08, og minder om, at vores website www.pladebranchen.nu løbende opdateres med nyheder om og fra branchen. Her kan man også downloade Pladebranchen.08 som PDF på adressen: www.pladebranchen.nu/pladebranchen08.pdf. Helt gratis og lovligt.

Har du spørgsmål, kommentarer eller ønsker forhold uddybet, er du naturligvis meget velkommen til at kontakte os.

Med venlig hilsen
IFPI Danmark


Jesper Bay

IFPI Danmark
Højbro Plads 10
DK-1200 København K

Direct (+45) 32 71 20 19
E-mail bay@ifpi.dk

Tel (+45) 32 71 20 00
Fax (+45) 32 71 21 00

www.ifpi.dk
www.pladebranchen.nu

PRESSEMEDDELELSE

- VÆKST I DET DIGITALE SALG GIVER OPTIMISME I DANSK PLADEBRANCHE -

- Pladeselskabernes brancheorganisation IFPI fremlægger i dag tal fra 2008, som tegner et billede af en branche i voldsom forandring. Forklaringen er den eksplosive vækst på det digitale musikmarked, der på en gang er branchens mulighed og ultimative udfordring –

København - 27. august 2009 – I dag offentliggør den danske afdeling af pladeselskabernes internationale brancheorganisation sit årsskrift Pladebranchen.08. Med tal, tendenser, analyser og artikler fortæller de 48 sider om et særdeles begivenhedsrigt år for en branche, som gennem 10 år har været under et stadigt stigende pres fra omgivelserne. Og Pladebranchen.08 giver samtidig et kig bag kulisserne hos et af de første erhverv, som for alvor mødte den digitale udfordring, en lang række andre brancher for tiden forsøger at tackle på hver deres måde.

Hvor det omfattende musikpirateri, som bare i Danmark hvert år anslås at koste musikbranchen flere hundrede millioner kroner i mistet salg, har udgjort et centralt tema i tidligere årsskrifter, handler IFPI's årsskrift denne gang i højere grad om alle de muligheder, som det digitale marked giver branchen. Dette ændrede fokus skal ikke mindst se på baggrund af den eksplosive vækst i det digitale marked, som pladeselskaberne oplevede i 2008: Den digitale omsætning voksede med ikke mindre end 91,2 % i forhold til 2007, og rundede dermed for første gang 100 mio. kr. (104,1 mio. kr.).

Nye forretningsmodeller som TDC's PLAY-abonnement spillede en betydelig rolle i udviklingen. Og selv om den voldsomme digitale vækst endnu ikke er tilstrækkelig til at kompensere for faldet i CD-salget (fig. 1), tegner en digital andel af markedet på 18,7 % mod 8,8 % i 2007 (svarende til en fremgang i andel på 112,5 % - fig. 5) alligevel konturerne af et marked under gennemgribende forandring. En tendens, der er blevet bekræftet i 2009 af flere nye tiltag som fx Telia's "Fri Musik" og abonnementstjenesten TouchDiva, som forventes at give yderligere digital vækst, når 2009-resultatet gøres op.

Digital musik er mere international

Det digitale marked er på mange måder forskelligt fra det traditionelle CD-marked. Først og fremmest er musikkøberne yngre og mere internationalt orienteret. Stigningen i det digitale salg er derfor især kommet salget af international musik til gode. Den større digitale andel af markedet har dermed – for første gang i dette årti - betydet et fald i den danske andel af salget (fig. 2). Det er naturligvis især noget, som de lokalt baserede producenter mærker (fig. 4, 6, 7, 8 og 9 samt artiklen side 21). **FORTSÆTTES SIDE 2...**

Henrik Daldorph, der er formand for IFPI Danmark siger: "Vi følger udviklingen nøje. Det er en høj prioritet for os at sikre, at den digitale vækst også bliver til fordel for dansk musik og de mindre / danske producenter".

Organisationsmæssige forandringer

Markedsudviklingen stiller helt nye krav til pladeselskabernes indsats. Branchen har i de seneste år både måttet skære ned, konsolidere, tilføje nye kompetencer og i det hele taget reorganisere. Og Pladebranchen.08 illustrerer dette centrale tema i to længere artikler: Direktør for Copenhagen Records, Jakob Sørensen, fortæller i et interview (side 14 ff.), hvordan hans selskab tackler de nye udfordringer, og erklærer bl.a., at "fremtidens pladeselskab er en kombination af flere forretningsområder og mere A&R¹". Han forklarer også, hvorfor kunstnere stadig har brug for et pladeselskab.

En anden artikel om freelancere i musikbranchen (side 30 ff.) sætter ord og ansigter på nogle af de organisationsmæssige forandringer, musikselskaberne går igennem i disse år og giver samtidig indtryk af det betydelige antal arbejdspladser, og de omfattende investeringer, som pladebranchen også repræsenterer i dansk kulturliv.

Andre highlights fra Pladebranchen.08

- Universal er – som det også er tilfældet globalt – Danmarks største pladeselskab med en andel af den samlede omsætning på 27,1 % (fig. 4). Nr. 2 er Sony (19,8 %), og det danskejede MBO er tredjestørst (14,5 %). Derefter følger EMI (13 % og Warner (11,4 %).
- Faldet i salget af CD'er presser priserne, og for sjette år i træk faldt prisen på en gennemsnitlig fuldpris-CD, så den nu halter næsten 50 % bagefter udviklingen i det almindelige forbruger prisindeks (set i forhold til 1993 – fig. 10).
- Musik er stadig en attraktiv julegave. 43,9 % af den indspillede musik sælges således i fjerde kvartal (fig. 11).

Pladebranchen.08 kan downloades gratis (og lovligt) fra:

www.pladebranchen.nu/pladebranchen08.pdf

Kontakt:

Jesper Bay, Kommunikations- og marketingdirektør for IFPI Danmark (MOB) 208 208 88,
eller mail: bay@ifpi.dk

¹ A&R: Artist and repertoire – det som i andre brancher ville hedde R&D (research and development). I pladebranchen omfatter det bl.a. talentspejning og –udvikling, kreativ sparring med kunstnerne, tilrettelæggelse af indspilninger etc.

Pladebranchen.08

IFPI Danmark årsskrift

Indhold.08

Tal, tendenser, markedsstatistik og analysér + artikler om den danske pladebranche 2008/09

04 STATUS 2008/09: MODSÆTNINGERNES ÅR

IFPI's formand, Henrik Daldorph, ser tilbage på markante begivenheder for pladebranchen i 2008 og første halvdel af 2009. Fra den nye oplevelseszone til dommen i The Pirate Bay-sagen.

14 KUNSTNERNE HAR STADIG BRUG FOR ET PLADESELSKAB

Interview med en af pladebranchens succesfulde ledere Jakob Sørensen, direktør for Copenhagen Records. Om hvad kunstnere skal bruge et pladeselskab til i 2009. Om manglende skarphed i branchen. Og om forventningerne til fremtiden. Og så får vi historien om Alphabeats internationale succes.

20 UAFHÆNGIGE SELSKABER UNDER DIGITALT PRES

Væksten i det digitale marked presser den uafhængige sektor, som i 2008 havde tilbagegang. Vi analyserer udviklingen.

30 FREELANCERE I MUSIKBRANCHEN

Pladebranchen omfatter hundredvis af arbejdspladser. De senere års omfattende forandringer har skabt helt nye strukturer – og en lang række nye virksomheder, der fungerer som underleverandører til den etablerede del af branchen. Vi ser nærmere på freelancemarkedet.



representing the
recording industry
worldwide

Plus: Hitlisterne 2008 / Guld- & platincertificeringer 2008 / DMA09 og meget mere

Velkommen til Pladebranchen.08

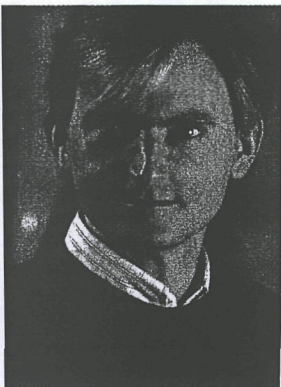


Foto: Steen Tronsgaard

→ Vi har forud for udarbejdelsen af IFPI's femte årsskrift overvejet grundigt, om vi skulle kalde det noget andet end "Pladebranchen.08", fordi vores medlemmer, der pt. står for ca. 95 % af omsætningen af indspillet musik i Danmark, i stadig højere grad beskæftiger sig med alt muligt andet end "plader". Når vi alligevel har valgt at holde fast i de ikke helt dækkende betegnelser "pladebranche" og "pladeselskaber" er forklaringen først og fremmest, at de fleste læsere trods alt har en fornemmelse af, hvad de dækker. Og at vi ved fx at bruge begrebet "musikbranche" og "musikskaber", som der i stigende omfang er tale om, i virkeligheden ville forvirre mere, end forklare.

Disse overvejelser gav imidlertid anledning til at give Pladebranchen.08 et lidt andet fokus end de hidtidige udgaver. Naturligvis er årsskriftet fortsat et forsøg på at give et aktuelt signalement af branchen ved at præsentere relevante tal og statistikker med tilhørende analyser. Og i nærværende udgave har vi endda udvidet talmaterialet som resultat af, at flere informationer er blevet tilgængelige i takt med det digitale markedes stigende betydning. Men i et par længere artikler har vi denne gang også valgt at se nærmere på det arbejde, som hver dag udføres i pladebranchen. I de senere år er det som om, pladeselskaber i stigende grad af vore kritikere blot bliver betragtet som "fordyrende mellemlid". Vi, der arbejder i branchen, ved naturligvis bedre. Men vi må nok erkende, at vi ikke har været særligt gode til at forklare, hvad det egentlig er, vi bidrager med. Typisk fordi vi ser det som vores hovedopgave at fortælle, hvor dygtige vores kunstnere er – og ikke hvad vi selv går og laver. Det prøver vi nu at råde lidt bod på.

I et længere interview fortæller Jakob Sørensen fra Copenhagen Records således bl.a. om selskabets arbejde med en af de største, danske succeshistorier i nyere tid – Alpha beat – og om hvorfor kunstnere stadig kan have glæde af et pladeselskab i 2009. Og i anden større artikel ser vi nærmere på freelance promotion, som dels er et eksempel på, hvorledes branchen er under gennemgribende forandring – også organisatorisk – dels viser, hvordan pladeselskaberne investerer i musikken og i den proces ikke blot skaber arbejdspladser på selskaberne selv men også i det omgivende samfund.

2008 var, som Henrik Daldorph er inde på i sin kommentar, et modsætningsfyldt år, der trods mange lyspunkter – særligt på det digitale område – ikke gav pladebranchen den økonomiske fremgang, vi kunne have ønsket. Finanskrisen, som bl.a. gik ud over julehandelen, var ikke ligefrem en hjælp i den forbindelse. Omvendt ramte den en pladebranche, der allerede var i højeste kriseberedskab, og måske derfor var bedre rustet end så mange andre til også at tackle disse nye udfordringer. Vi har næppe set de sidste strukturforandringer og konsolideringsprocesser i branchen i denne omgang. Men i skrivende stund står mange nye aktører klar i kulissen med initiativer, som tilbyder publikum musikken på nye, attraktive måder, og som vil bidrage til fortsat digital vækst i 2009. Pladebranchens afgørende rolle som professionel facilitator af disse initiativer bør give masser af mod på fremtiden.

København, august 2009

Jesper Bay
Kommunikations- og marketingdirektør
IFPI Danmark



representing the
recording industry
worldwide

+ PLADEBRANCHEN.08 TAL & TENDENSER

Omsætning 2008	07
Markedsandele og formater	08
Markedsandele og nationalitet	10
Detail - prisudvikling	11
Detail - hvornår købes musikken?	12
Detail - genrer	13
De uafhængige selskaber	20
Chartshares Album og Compilation	23
Chartshares Track- og Hotlisten	25
Chartshares Airplay og DVD	29
Guld og platin-shares 2008	42

+ PLADEBRANCHEN.08 ARKIV

Album Top-50	22
Compilation Top-20	23
Tracklisten Top-50	24
Hotlisten Top-20	25
Radio Airplay Top-20	26
TV Airplay Top-20	26
Musik-DVD Top-20	27
Entertainment-DVD Top-20	27
Guld og platin i 2008	40
Danish Music Awards 2009	44
Medlemsoversigt	47

IFPI Danmark på nettet

www.pladebranchen.nu

www.hitlisten.nu

www.ifpi.dk

**Pladebranchen.08 kan downloades i PDF format fra
www.pladebranchen.nu/pladebranchen08.pdf**



representing the
recording industry
worldwide