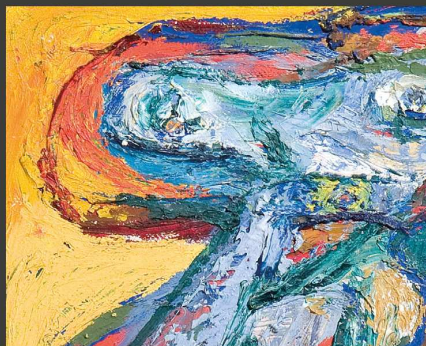
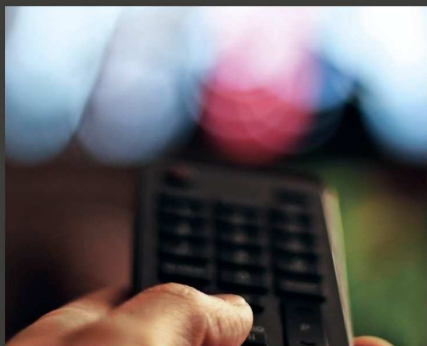


Årsberetning : 2013

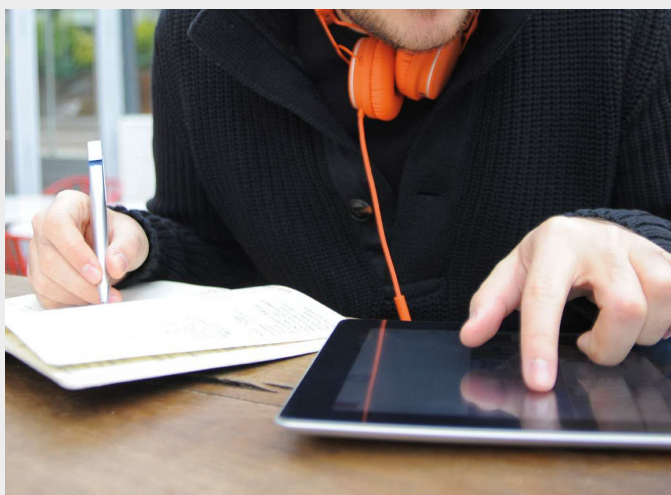
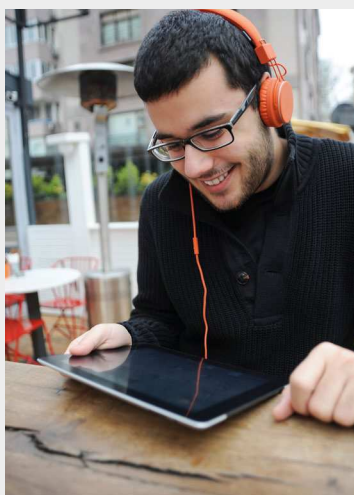
Copydan

Arkiv
AVU-medier
BilledKunst
KulturPlus
Verdens TV
Tekst & Node
Fællesforeningen



Indhold

Indledning	3
Copydan AV-foreningerne	4
Om Copydan AV-foreningerne	5
Betalings-tv og den nye medievirkelighed	6
Betalings-tv er kulturpolitik i praksis	7
Det er ikke dyrt at se TV i Danmark	8
Betalings-tv er en vigtig bidragsyder til finansiering af danske film og tv-serier	9
TV-distributørerne sikrer kvalitets-tv til danskerne	10
Betalings-tv er traditionelle mediers svar på musiktjenesten Spotify	11
Foreningernes økonomi	12
Copydan BilledKunst	12
Broen mellem billedskabere og billedbrugere	16
Copydan Tekst & Node	17
Årets udbetaling af kopivederlag	18
Undervisningsmateriale kopieres mest	19
Nye digitale kopieringsaftaler	20
Vind en forfatter – nu også med musik	22
Copydan Fællesforeningen	20
Grundigt gearet til fremtiden...	22
Copydan	22
Kontakt	



Fotos: Zeynep Ogan, iStock

Forsidefotos:
Kresten Hillerup, Ditte Valente, Savas Keskiner, Sophie Winqvist, Henrik Petit, Christine Glade og Zeynep Ogan

Indledning

Copydan er skabt og styret af kulturerhvervet og indholdsbranchen

Bag organisationen står skabende og udøvende kunstnere og skribenter samt film-, tv- og musikproducenter, forlag og dagblade

Copydan-huset består af syv foreninger, hvoraf de seks er rettighedsorganisationerne Arkiv, AVU-medier, BilledKunst, KulturPlus, Verdens TV og Tekst & Node. Den sidste forening er en fælles administration under navnet Fællesforeningen.

Rettighedsorganisationerne i Copydan-huset arbejder alle for Kunst, Viden og Underholdning og sikrer adgang til medier, kunst, litteratur, tv- og filmværker og kulturarven.

Foreningerne arbejder for at sikre rettighedshaverne en fair og rimelig betaling for ovennævnte, så man også i fremtiden kan styrke og vækste både videnssamfundet og det danske kulturliv.

På de følgende sider kan du læse mere om de syv forskellige foreninger og deres virke.

Om Copydan AV-foreningerne

Copydan AV-foreningerne består af de fire foreninger:

Copydan Verdens TV, Copydan AVU-medier, Copydan KulturPlus, Copydan Arkiv

Fælles for AV-foreningerne er, at de er non-profit og arbejder med "Kunst, Viden og Underholdning" inden for den audiovisuelle branche (tv, film og musik). De fire foreninger er ejet af over 30 forskellige rettighedsorganisationer, som repræsenterer de mange tusinde kunstnere og kulturproducenter, der har bidraget til produktionen af de mange film- og tv-udsendelser samt musikudgivelser, der hvert år bliver skabt i Danmark.

Om Copydan **AVU-medier**

AVU-medier håndterer rettigheder til audiovisuelt indhold i en lang række formidlingsammenhænge, bl.a. inden for biblioteker, museer, folkeskoler og gymnasier. AVU-medier har mange års erfaring med at gøre tv-udsendelser og film tilgængelige i uddannelsessystemet og på den måde muliggøre en levende og dynamisk undervisning i skolerne. Foreningen støtter desuden den faglige formidling omkring pædagogisk mediebrug i folkeskoler og på gymnasier, universiteter og andre undervisningsinstitutioner.

Om Copydan **Verdens TV**

Verdens TV administrerer og håndterer ophavsrettigheder i forbindelse med distribution af danske og udenlandske tv- og radiokanaler. Verdens TV giver bl.a. adgang til mere end 200 forskellige tv-kanaler fra hele verden – herunder de svenske, tyske og norske nabolandskanaler. Verdens TV er med til at sætte fokus på nabolandskanalerne og det værdifulde tv-vindue, som de udgør til viden, kultur og sprog i landene omkring os. Herudover håndterer Verdens TV en række digitale tv-tjenester, som fx Start Forfra og catch up, der giver danskerne nemmere og mere fleksibel adgang til tv-indhold.

Om Copydan **Arkiv**

Arkiv løser de ophavsretlige problematikker, som er forbundet med genanvendelse af store mængder af udsendelser. Arkiv håndterer alle rettighederne i de mere end 100.000 timers radio og tv, som er indeholdt i DR's arkiver, og som er stillet on demand til rådighed for danskerne på DR Bonanza. Arkiv giver også DR mulighed for at genudsende hele eller dele af sine udsendelser på niche-tv-kanalerne DR K og DR Ramasjang.

Om Copydan **KulturPlus**

KulturPlus sikrer, at der bliver afregnet vederlag til kunstnere og producenter, når der sælges blanke kopimedier i forretningerne. Pengene fra ordningen søger at kompensere kunstnere og producenter for tabene ved lovlig privatkopiering af musik, tv og film.

Betalings-tv og den nye medievirkelighed

Vores forestilling om tv ændrer sig i disse år. Tv er kunst, viden og underholdning. Men tv er også et spørgsmål om teknik, distribution og økonomi, der har en stor betydning for de kreative rammer. Derfor sætter AV-foreningerne fokus på betalings-tv og den nye medievirkelighed.

Tv-udsendelser, tv-serier og film kan i dag leveres over en almindelig internetforbindelse, og det betyder, at det langt fra kun er foran tv-alteret i stuen, at vi lader os underholde af, hvad der nu engang bliver vist. De dage er for længst forbi. Vi ser stadig tv i mange timer hver dag, men vi vil selv bestemme hvor og hvornår.

Time Shift-teknikker (fx StartForfra), web-tv2go og forskellige on demand tv-tjenester har gjort det muligt for os selv at vælge tid og sted for tv-sening. De traditionelle kanaler får konkurrence fra OTT-tjenester, og tv-skærmen har fået konkurrence fra bærbare og fleksible tablets (mobile devices).

Samspelet mellem de nye tv-tjenester og betalings-tv er imidlertid præget af en række nuancer, som ikke altid kommer frem i debatten. I denne beretning sætter vi derfor fokus på den betydning, som betalings-tv har for værdikæden, der sikrer dansk indhold og mangfoldighed på tv-markedet, og via interviews formidles indblik i de udfordringer, som de danske distributører har i forhold til at tilpasse sig forbrugerens nye forventninger.

Jeg mener...



Foto: CBS

” Betalings-tv har stor betydning i forhold til variationen på tv-markedet, fx karakteriseret ved adgangen til nabolandskanalerne og ved at etablere produktion på tværs af de nordiske lande. Den måde, hvorpå tv distribueres og bruges, er imidlertid under forandring og præges i dag af bl.a. nye tv-tjenester (fx streaming) og ikke mindst ved at yngre seersegmenter stiller nye krav til deres tv-forbrug. Udviklingen kræver, at branchen i højere grad er på forkant med udviklingen og de konsekvenser, som teknologien har for markedet.

Hvis de etablerede tv-udbydere ikke skal løbes over ende, skal de således i højere grad tænke onlinetjenester ind i deres produkter og sørge for at gøre deres tv-pakker mere fleksible og tilgængelige på sekundære skærme. Det er svært at spå om udviklingen, men uanset er det helt entydigt, at rettigheder får en voksende betydning. Distributionen af indhold på nye platforme kræver således nye aftaler – og den digitale udvikling kan kun være en kæmpe fordel for rettighedshaverne.

**Søren Sandfeld
Jakobsen**

Professor, Ph.d.,
Aalborg Universitet

Betalings-tv er kulturpolitik i praksis

Betalings-tv har en stor andel i, at Danmark har et stærkt tv-udbud præget af mangfoldighed og kvalitet, men betalings-tv er også vigtig industri- og erhvervs politik. I en tid hvor tv-branchen er i opbrud og "den amerikanske tsunami" er over os, er det netop det særegne danske og de skræddersyede løsninger, branchen skal overleve på.

Interview

Ulf Lund

Mediedirektør, TDC Group

Foto: Ulrik Jantzen



Selv om tv-seningen er faldet de sidste par år, ser danskerne stadig i gennemsnit mere end 3 timers tv om dagen. Derved nyder de godt af, at tv-distributørerne har investeret i infrastruktur, kundeservice og samlet alle kanalerne til dem i en let tilgængelig pakke.

Den danske betalings-tv-industri har for alvor haft voksevækst siden årtusindskiftet og omsætter i dag for mange milliarder kroner og beskæftiger – direkte og indirekte – mange tusinde mennesker. Det er en kæmpe gevinst for det danske samfund.

Økonomien i betalings-tv-industrien er med til at sikre de danske produktionsselskabers eksistens, for de ville på ingen måde kunne leve af kun at producere programmer til DR. Derudover skaber industrien arbejde til instruktører, musikere, skuespillere, manuskriptforfattere, producere osv. Ingen af rettighedshaverne i Koda eller Copydan ville have det virke, som de har i dag, uden betalings-tv.

Uden betalings-tv ingen Champions League for FC København

Der er også en klar sammenhæng

mellem betalings-tv og stærke fodboldklubber, da store dele af økonomien, der finansierer klubberne, kommer fra de tv-stationer, der indgår i betalings-tv-pakkerne. Uden betalings-tv ville FC København aldrig kunne kvalificere sig til Champions League – simpelthen fordi de ikke ville have penge nok til at købe og udvikle de dygtigste spillere.

I sidste ende giver det hele selvfølgelig kun mening, hvis der bliver leveret et produkt, som seerne vil betale for. Her spiller distributørerne en vigtig rolle, fordi det er os, der er det sidste led ud mod kunden, og det er os, der opkræver pengene og sørger for at sende dem videre rundt i systemet.

Den danske model er en succes

Da jeg startede i branchen i 2001, var økonomien meget mindre end i dag. Når vi i dag har en så stærk branche, er det blandt andet fordi, det meste udviklingsarbejde er foregået i en konstant dialog mellem en lang række aktører; politikere, tv-stationer, distributører, rettighedshavere og organisationer. Alle har de bidraget til at skabe en dansk model, der er i dag er en kæmpe succes.

Fokus på den individuelle seer

Tidens strømninger gør, at tv-branchen, som vi kender den, står over for nye udfordringer og de kommer i høj grad fra USA, med Google, Apple og Netflix i spidsen. Det er den virkelighed, som vi i Danmark skal tilpasse os, og udfordringen kan efter min mening summeres op til et hvad, et hvor og et hvornår: Danskerne skal kunne se HVAD de vil, HVOR de vil, og HVORNÅR de vil.

Det tv-pakke-produkt som vi tilbyder i 2014, skal fungere i forhold til alle tre dimensioner, og vi kommer til at se en acceleration på alle områder. Der skal være mere valgfrihed, også på kanalniveau, det hele skal kunne tilgås på langt flere devices, og on demand bliver endnu mere udbredt.

Vi skal satse på det danske i konkurrencen med USA

Tv-stationerne gør klogt i at fokusere på det, man ikke kan få hos Netflix og Google. De skal satse på det unikke, det lokale og det danske, for hvis vi skal konkurrere mod det amerikanske, er vi nødt til at være tættere på danskerne, end de er. Danskerne vil have dansk indhold, men kun hvis det rammer dem på den rigtige måde selvfølgelig. Og så vil flow-tv altid være stærkest, når det er live, eller i hvert fald opleves som live. Det handler ikke kun om sport, men i lige så høj grad om underholdning, drama og nyheder. Til gengæld kommer de danske kanaler nok til at skære markant ned for de amerikanske tv-serier, som for tiden dominerer streaming-forbruget.

Streaming er et godt supplement til flow-tv

Man kan principielt godt forestille sig en konvergens mellem flow-tv og SVOD-tjenester, men som det er nu med Netflix, kan jeg ikke forestille mig, at de også bliver en flow-tv station.

SVOD er et godt supplement til flow-tv. Der er jo ikke nogen modstrid mellem at være Netflix-kunde og samtidig have et fuldpakke-abonnement. Derfor er der ikke noget i vejen for, at vi på et



tidspunkt tager dem ind på vores hylder og sælger dem oven i eller ved siden af vores tv-pakker. Tjenester som Netflix, YouBio, HBO Nordic og Viaplay er vel i virkeligheden bare moderne 'high pay'-tjenester, og sådan nogle har vi jo altid haft plads til.

Boksen er 'indgangen' til de nye tjenester Kabel-tv's styrke er også dets største udfordring. Kabel-tv er i sin essens ukrypteret, og det giver en fantastisk enkelhed, men det betyder samtidig, at

seerne ikke kan vælge individuelle kanaler, og de kan heller ikke bruge Start-Forfra, TV Arkiv eller alle de andre nye muligheder, hvis de ikke har en digital boks. Derfor har vi en stor opgave med at forklare vores kunder om de mange fordele, som de kan få med boksen, og samtidig skal vi blive bedre til at levere boksløsninger, der er billige, enkle og lette at betjene.

Kunderne skal have mere for pengene
Vi har lige lanceret "Tv med Bland Selv",

som er vores nye valgfrie pakker; alle kanalerne i Fuldpakken er om et øjeblik tilgængelige på web-tv både hjemme og ude; og vi udvider snart vores Tv Arkiv ganske markant. Men vi må erkende, at vi skal blive endnu bedre til at give kunderne værdi for pengene, og vi kunne nok også hjælpe os selv ved at få de konstante prisstigninger på tv-pakkerne til at flade lidt mere ud. Men det er noget hele værdikæden må forholde sig til, for hvem er det så, der skal have færre penge? ■

Jeg mener...



Foto: Steen Brogaard

Troels Ravn

MF, Kultur- og medieordfører (S)

” Vi lever i en tid med en rivende teknologisk udvikling, der bl.a. har betydet at især yngre generationer har flyttet forbruget fra det traditionelle flow tv til pull-medier, hvor de selv bestemmer tid, sted og sendeflåde for deres tv-sening. Jeg ser det som en positiv situation præget af mangfoldighed, en situation hvor det traditionelle tv-forbrug i stigende grad vil blive suppleret af nye tjenester. Samtidigt skaber det selvfølgelig også udfordringer for det etablerede system – og i denne sammenhæng er det vigtigt, at vi kan bibeholde et system præget af variation i tv-udbudet.

Det handler om, at vi på det nye tv-marked også fastholder de bidrag som eksempelvis public service-tv og betalings-tv skaber, fx i forhold til produktion af dansk tv-indhold.

Jeg mener...



Foto: Sophie Wingvist

Martin Strange-Hansen

Filminstruktør

” Som filminstruktør oplever jeg udviklingen af digital distribution på film- og tv-markedet som meget spændende, bl.a. fordi de nye platforme i visse formater giver os mulighed for at arbejde kreativt med feedback fra seerne. Når det er sagt, skal det understreges, at betalings-tv er en fundamental del af producentmiljøets økosystem og bl.a. fungerer som et meget vigtigt vindue for vores film.

Betalings-tv sikrer således, at der føres midler tilbage til det kreative miljø og dansk indholdsproduktion. Dette skyldes bl.a., at betalings-tv, i forhold til streaming-tjenester, er præget af mere håndfaste rettighedsaftaler. De indtægter, vi som kunstnere og producenter får i denne sammenhæng, er med til at sikre, at vi kan oprettholde vores arbejde med dansk indholdsproduktion.

Det er ikke dyrt at se TV i Danmark

Hvis vi ikke havde betalings-tv, ville der ikke være økonomi til at producere de mange gode drama- og sportsprogrammer, som vi har adgang til i dag, og uden distributørernes indsats ville danskerne slet ikke have det nuværende mangfoldige tv-udbud.

Interview

Kim Poder

Direktør, TV3

Foto: Søren Hedman TV3



Det er god kulturpolitik, at der i dag er så mange mennesker, der arbejder med at udvikle nye tv-programmer til danskerne. Samtidig er det godt for den danske tv- og filmproduktion, at man har det store univers af tv-kanaler at afsætte sine produktioner til. Det bør de danske politikere være glade for.

Uden betalings-tv ville det ikke være muligt for TV3 at producere sportsprogrammer på det niveau, som vi gør i dag. Reklameindtægterne kan ikke finansiere det alene, men seerne er også villige til at betale for gode sportsprogrammer, og idrætsverdenen lever godt af investeringer i tv-indhold, som betales af seerne.

Danskerne har et ambivalent forhold til tv og derfor vil de have det billigere

Danskerne ser langt mere tv end nordmænd og svenskere. En dansk gennemsnitsfamilie bestående af 4 personer ser tilsammen ca. 12 timers tv om dagen. Alligevel har betalings-tv et dårligt image hos den almindelige dansker, og det er der flere årsager til.

Jeg tror, at mange mennesker oplever det som noget syndigt at se tv. Når man spørger danskerne, hvor meget tv de ser, så er der stor forskel på, hvor meget

tv de siger, at de ser, og hvor meget de konkret ser. Undersøgelser viser, at danskerne ser dobbelt så meget tv, som de selv angiver.

En anden grund til betaling-tv's dårlige ry er, at tidligere var der meget få udbydere at vælge imellem, og det har irriteret danskerne. Den ene halvdel af danskerne skulle have parabol eller antenne for at kunne se tv, og den anden halvdel var tvunget ind i boligforeningernes tv-pakker.

Endelig har vi som branche ikke været gode til at forklare kunderne, at de kan få tv-pakker af høj værdi for mellem 200 og 400 kr. om måneden. Når jeg ser, hvad folk ellers bruger af penge på mobilabonnementerne, Spotify, Netflix og andre former for underholdning, set i forhold til alle de gode oplevelser man får fra tv, så synes jeg, at pakkerne er rigtigt prissat. Det bør vi, som samlet branche, forklare kunderne bedre.

Tv-distributøren er kundens ven

Den nye teknologi kan sammenlignes med en revolution, der giver en masse nye muligheder. Der findes ikke længere barrierer i form af kabel eller parabol, og derfor er det blevet endnu vigtigere for distributøren at have fokus på produkter og gode kundeoplevelser.

En tv-distributør er at sammenligne med en god ven, der forhandler på kundens vegne og sikrer det rette produkt og en ordentlig pris. En almindelig dansker ville slet ikke have mulighed for selv at gå ud på markedet og sammensætte en tv-pakke, til den pris og kvalitet som tv-distributørerne kan. Uden distributørernes indsats ville danskerne slet ikke

have det mangfoldige tv-udbud, som de har i dag.

Samtidig udvikler distributørerne nye produkter, og hvis markedet var opdelt i mindre distributører, ville der ikke være den samme drivkraft til at udvikle gode tv-pakker og ny teknologi. Vi skal også huske, at udviklingen af de mange nye teknologier som fx PVR, Web tv 2 go og StartForfra er drevet af distributører som Viasat, TDC, Canal Digital, Stofa og Waoo. Uden deres indsats ville man slet ikke kunne få disse tjenester i Danmark.

Distributørerne er vigtige for TV3's forretning, og de kommer fortsat til at distribuere vores kanaler, men vi skal blive bedre til at diskutere vores indbyrdes roller, for den enes succes er jo afhængig af den andens. Tv-stationerne skal heller ikke undervurdere den kompetence, der ligger i at sammensætte en god tv-pakke til kunderne og i at stå for faktureringen.

Konkurrence sikrer bedre tv-programmer

TV3 er en langt mere rendyrket underholdningskanal end TV2 og DR, hvor der hersker en helt anden form for konservatisme. Vi skal være et alternativ til statskanalerne, og vi har historisk set været kendte for at være nytænkende, men vi er samtidig en bred kanal, der henvender sig til hele familien Danmark, for vi skal også ramme dem, der har betalings-tv, da vi ikke kun kan leve af reklamer.

TV3 er den største tv-station i Danmark, som ikke er statsejet. Vores hovedopgave er, at investere i nye gode ideer og sikre, at vi ikke gentager os selv men udvikle nye spændende tv-formater. Vi håber på at udvikle et nyt "Familien på



Bryggen", men konkurrencen i dag er langt større end tidligere, hvor vi kun var oppe i mod DR og biografen. I dag er der langt flere, der konkurrerer om danskerens tid, og her taler vi ikke kun tv-kanaler og streamingtjenester men om også facebook og de sociale medier generelt.

Hvis der kun fandtes et DR, ville der være mindre konkurrence, og tv-indholdet ville være ringere, for der ville ikke være andre kanaler at spejle sig i. Derfor er betalings-tv med til at sikre, at danskerne får mere for licenspengene.

Vi er til for danskernes skyld

Vi kan se på vores seertal, at danske tv-kanaler er det, der står stærkest hos kunderne. De udenlandske kanaler kan vi i princippet køre over internettet, så hvis vi kun havde CNN, Discovery og Disney Channel, havde tv-distributørerne ingen berettigelse. De danske kanaler står for hovedparten af seningen, og hvis man lavede en brugerafstemning blandt kunderne, er der ingen tvivl om, at hovedparten af pengene ville blive placeret på de danske kanaler.

De udenlandske kanaler lever af at være sammen med de danske, og hvis ikke de blev placeret i samme pakke, ville de ikke blive distribueret, for i dag kan forbrugerne let få adgang til de udenlandske kanaler via nettet. Mangfoldigheder sikres via tv-pakkerne og forsvinder uden dem.

Som tv-station er vi til for danskernes skyld – ikke for distributørernes. Derfor er programinnovation i centrum for os. Men det er klart, at i takt med at tv-distributørerne tilbyder nye tjenester som web tv 2 go eller Multi room, så skal der en vis finansiering til, og det er heller ikke gratis for tv-stationerne at producere 4 K produktioner. Derfor skal den teknologiske udvikling ledsages af betalingsvillighed hos kunderne.

Mindre tv-pakker er ikke lig med billigere priser

I forbrugernes øjne er 'frit valg' og derved mindre tv-pakker – ensbetydende med

at spare penge. Intuitivt er det rigtigt, men reelt er det jo ikke sådan. Det bliver ikke billigere at producere "Borgen", hvis der er færre, der ser DR. Der vil gå en masse tabt, hvis tv-pakkerne forsvinder, og derfor er det bedre, at vi i solidaritet vælger pakker, der har en mangfoldighed.

Det er lykkedes at etablere en sandhed om, at tv er for dyrt og det er dels fordi vi som branche har været for dårlige til at forklare os og dels fordi, danskerne oplever det som syndigt at se for meget tv. Danskerne har også en ide om, at indkøbet af tv skal være som at gå i supermarkedet, hvor der er frit valg på alle hylderne og så betaler man ved kassen, afhængigt af hvor mange varer man har i kurven.

Hvis TV2 var på valg i hver husstand, ville det koste TV2 rigtig mange penge. Mange ville vælge dem fra for at spare penge. Så ville TV2 have færre penge til at producere programmer, det ville betyde færre reklamer og derved dårligere tv og i sidste instans endnu færre seere, hvilket igen ville ende med et endnu ringere tv-indhold. Altså en ond cirkel, der bider sig selv i halen.

Danskerne kan få rigtig fine programmer for 150 kr. om måneden og for 400 kr. kan de få meget flotte programmer. Vi har gået og sagt, at nu skal det også være billigere at se tv, men jeg synes ikke, at det er dyrt at se tv i Danmark.

Branchen skal rykke tættere sammen

Jeg føler, at broadcasterne er tæt på distributørerne og forstår udfordringerne og problemerne, men rettighedshaverne har outsourcet for meget til Copydan, de skal tættere på os. Der skal også gøres op med nogle af de nuværende salgsvinduer, som fx hvornår en film kan ses i biografen og hvornår den kommer ud til salg og leje.

Jeg har haft en personlig agenda i 15 år og er endnu ikke kommet igennem med den. Jeg synes, det er så irriterende, at jeg ikke kan se biografpremierer hjemme hos mig selv på mit kæmpestore tv. Jeg har tre børn og kan ikke let gå i biografen,

og jeg tror, at der er mange andre i samme situation. Her er der en kommerciel mulighed for rettighedshaverne, som ligger lige til højrebenet.

Der skal også ses på nogle af de meget strikse salgsvinduer, som vi har i dag. Det er meget få film, der har et stort dansk publikum i biografen. Her ville det gavne betalings-tv og den danske filmproduktion, hvis vi havde en teknologi, der gjorde det muligt at udnytte nogle flere og nye salgsvinduer.

Hele on demand tankegangen er jo så logisk og meningsfuld, og med de nye betalingstjenester er kunderne villige til at betale mere. Her har folk mulighed for at se tingene forskudt.

Jeg synes, man skal prøve at få rettigheder bedre i spil end i dag. Der vil være en større betalingsvillighed for at se en dansk film i premiereweekenden, hvor man lige har læst om skuespillerne i fx "Se og hør", end hvis den har stået på hylden i videobutikken i tre år.

Den kommercielle sektor sikrer et mangfoldigt dansk tv-udbud

I Danmark sidder staten på en usandsynlig stor del af tv-seningen gennem DR og TV2. Spørgsmålet er, om seertallene på de to stationer skal stige eller fortsætte i sin nuværende form? For samtidig er man meget optaget af, at danskerne frit skal kunne vælge, hvilke kanaler de skal se, men den diskussion handler ikke om DR og TV2. Man kan jo se, at Boxer er blevet meget rost for sine nye tv-pakker, der netop har en grundmodel, der kun indeholder DR og TV2.

Her skal politikerne huske, at hvis de synes, det er sundt, at der er nogle private virksomheder der ligger kræfter i at producere til danskerne, så skal man ikke primært beskytte de kanaler, som staten ejer. Derimod skal man være opmærksom på, hvordan man regulerer den kommercielle sektor, hvis man fortsat ønsker at have et mangfoldigt og stort dansk tv-udbud. ■

Betalings-tv er en vigtig bidragsyder til finansiering af danske film og tv-serier

Danske film og tv-serier er populære hos danskerne, men forretningsmodellen bag er udfordret af de nye forbrugsmønstre. For i takt med at markedet bliver mere digitalt og salget af DVD'er falder, bliver der færre indtægtskilder og samtidig er udgifterne på produktions- og rettighedssiden uændret. Det betyder, at producenter, rettighedshavere og distributører er nødt til, at gå sammen om at løse udfordringerne for at overleve på den lange bane.

Interview

Michael Fleischer

Administrerende direktør, SF Film



Foto: Anders Hviid

Jeg tror, at der er en form for sammen-smeltning på vej mellem betalings-tv, SVOD og andre tjenester, og spørgsmålet er, om man fortsat kan få folk til at betale for flere ting på én gang. I dag får de det hele, når de køber betalings-tv, men måske skal konceptet betalings-tv omdefineres? Allerede nu er markedet for betalings-tv ved at ændre sig til

abonnementsbaseret modeller, men økonomien skal stadig hænge sammen. Det betyder, at priserne for de enkelte produkter stiger, for ellers er der ikke nogen bæredygtig økonomi.

Grundmodellen forbliver uændret

Fremover vil forbrugerne opleve, at de køber en abonnementsservice mere end en betalings-tv-kanal, men bag linjerne forbliver forretningsmodellen den samme. Jeg tror ikke, at aftalerne med distributører og rettighedshavere ændrer sig meget, da de repræsenterer en væsentlig del af vores indtægter i dag og dermed er de også centrale medspillere.

Hvis tendensen er, at folk ikke vil have de store pakker, men noget mere individuelt, så må vi justere forretningsmodellen så den passer hertil. Konsekvensen kan

så være, at nogle priser stiger og andre falder. Den model oplever jeg endnu ikke, at der er nogen, der har regnet på.

Den digitale verden kræver at vi spænder livremmen ind

Som rettighedshaver er vores største udfordring i disse år, at få økonomien til at hænge sammen. Vi ser jo et markant fald i salget af DVD'er, der endnu ikke kompenseres af mersalg på de digitale platforme. Derfor har vi nogle år foran os, hvor vi skal spænde livremmen ind, mens vi tilpasser os til den digitale verden. Samtidig skal vi naturligvis holde fast i og supportere det fysiske marked, som stadig eksisterer.

Både spillefilm og tv-serier er populære

Tv-serier er blevet det nye sort hos de danske tv-seere og trækker et stort pub-



Jeg mener...



Foto: Sanne Krogh

Michael Aastrup Jensen

MF,
Kulturordfører (V)

” Det er vigtigt at sikre, at en stor del af indholdet på de danske tv-kanaler forbliver dansk produceret. Det danske marked har en relativt høj frekvens af dansk indhold, da de fleste kommercielle kanal i større eller mindre grad får produceret dansk indhold. Betalings-tv er derfor medvirkende til at sikre fortsat produktion af dansk indhold.

Jeg mener, at det er vigtigt med fri konkurrence for at sikre de bedst mulige løsninger af sådanne ydelser. Dette vil betyde, at streamingtjenester, som Netflix, bliver momspligtige i Danmark med 25 procent moms pr. 1. januar 2015.

likum på de traditionelle flow-tv-kanaler. "Arvingerne" og "Badehotellet" har sikret store seertal og det er tydeligt, at TV2 får en helt anden økonomi på en mandag aften, når de sender "Badehotellet", end hvis de ikke havde sendt en dansk serie. Jeg tror også, at SBS, MTG og nogle af de andre mindre kanaler med fordel kunne overveje at sende danske serier, selv om det er dyrt, fordi det trækker et loyalt publikum, der vender tilbage uge efter uge. Her kan vi også se, at streaming på disse serier – både før og efter – er en vigtig del af seergrundlaget for tv-stationer.

Nok er der samlet set færre spillefilm på tv-stationernes sendeflade i dag end tidligere og selvom bl.a. TV2 har meddelt, at de hellere vil anvende penge på flere tv-serier end på enkelte danske spillefilm, ser jeg ingen tegn på, at spillefilm skulle være på vej væk fra tv-kanalernes sendeflader. Vi kan derimod se, at gamle danske film stadig er ekstremt populære, ligesom seerne gerne vil se nyere danske eller udenlandske film, hvis de har noget at byde på.

Ophavsretsloven betyder rigtig meget for os, men vores største udfordring er, at hvis vi sælger en film eller en serie til f.eks. Netflix, der først bliver vist i USA, så har forbrugeren mulighed for at se filmen, inden den når de danske tv-skærme. Dette er problematisk, for hvis vi sælger (billigt) til omverden og USA, kan det efterfølgende være svært at sælge til Danmark.

Copydan kan støtte os på flere måder

Der er flere måder, hvor Copydan kan støtte os. De kan blandt andet bistå os med lobbyarbejde og tale vores sag politisk på Christiansborg. For i kraft af deres rolle som repræsentanter for både store og små organisationer har de en helt anden tilgang til de udfordringer, der er, end jeg har som rettighedshaver. På den måde kan Copydan også være vores direkte repræsentant overfor forbrugerne og forklare dem om problematikkerne, hvorimod jeg som rettighedshaver let

kan blive skudt i skoene, at jeg bare vil maksimere min forretning.

Copydan kan også være med til at udvikle nye forretningsmodeller og man kunne forestille sig, at de fx kunne stå bag etablering af en tænketank, hvor vi som branche afdækker, hvordan vi sammen kan løse vores udfordringer. Her har vi jo en fælles interesse, for hvis ikke vi løser udfordringerne, er der ingen af os, der har noget at lave på den lange bane.

Et godt råd til politikerne og tv-distributørerne

Jeg mener, det der blev begået en stor fejl da holdbacket i den nuværende standardkontrakt blev ændret fra at være 24 måneder til 22 måneder. Det lyder muligvis ikke af meget, men det betyder, at producenten nu har mindre tid til at tjene pengene hjem på biograf- og videodistribution.

Politikerne skal ikke blande sig i, hvordan branchens salgsvinduer skal se ud, men derimod glæde sig over, at der stadig eksisterer en betalings-tv tilbud i Danmark for uden dette, ville der mangle penge til finansiering af dansk film.

Der er ingen tvivl om, at kunderne gerne vil have vores film og vores tv-serier – folk elsker at gå i biografene, og de vil gerne nyde vores store danske spillefilm, ligesom de gerne følger de store danske tv-serier uge efter uge. Udfordringen er blot, at de nu vil have det på deres egen måde og så må vi som distributør finde de nye måder at tilbyde kunderne vores produkter på.

Tidligere har vi kunne kontrollere tingene, det kan vi ikke mere. I dag vil publikum konsumere på egne betingelser, og det passer ikke til de nuværende forretningsmodeller og det er et fælles problem, når vi lever af rettigheder. Vi har brug for at kunne kapitalisere på vores rettigheder og her nytter det ikke noget, at vi begrænser os via gamle nogle aftaler, der er lavet i den analoge tidsalder. ■

Jeg mener...



Foto: Søren Jensen

Anders Kjærhauge
Juridisk chef, Zentropa

” I Danmark har vi, bl.a. med betalings-tv som en værdifuld aktør, gennem mange år haft et velfungerende marked for film og tv-produktion.

De nye digitale platforme har gjort det muligt at formidle film og tv over forskellige netværk og har givet nye anvendelsesområder og nye muligheder for forbrugere – men det har også skabt et forretningsområde, som er meget komplekst.

Rettighedsspørgsmålet vil i denne sammenhæng få en voksende betydning, og vi sætter i høj grad vores lid til, at rettighedsorganisationerne med deres ekspertise kan bidrage til at sikre et velfungerende samspil mellem indholdsproducenter, distributører og rettighedshavere.

TV-distributørerne sikrer kvalitets-tv til danskerne

Danskerne kan være glade for, at de har adgang til betalings-tv. Det giver dem mulighed for at få adgang til en masse tv-kanaler med gode danske programmer og hjælp, når de har spørgsmål til teknikken eller andre områder.

Interview

Steen Ulf Jensen

Administrerende direktør, Boxer TV A/S



Foto: Dawid

Tv-distributørerne sikrer den infra-struktur, som gør det muligt for danske husstande at modtage tv-signaler. Endvidere skaber tv-distributørerne overblik ved at samle kanalerne i pakker. Det ville være mere besværligt for forbrugerne, hvis de selv skulle købe de forskellige kanaler. Desuden ville der være væsentlig mindre dansk indhold, hvis vi ikke havde betalings-tv, da det i høj grad er med til at finansiere de danske produktioner.

Boxer har bidraget til mere fleksibilitet i tv-pakkerne

Boxer var de første, der kunne tilbyde mindre pakker, større valgfrihed og en mere fleksibel pris. Vi gjorde op med det gamle pakkesystem, som gik på at udbyde små-, mellemstore og store pakker. Nu er de andre distributører så fulgt efter.

Hvad fremtiden bringer

Jeg tror, at hovedparten af de traditionelle distributører vil blive og at en del af de nye forretningsmodeller, som fx Netflix ender med at blive et af de tilbud, som de

gamle distributører får ind på deres hylde side om side med de øvrige kanaler.

På sigt tror jeg ikke, at folk vil betale for flere forskellige produkter på samme tid. For de fleste vil det være mere overskueligt, at få det hele fra en distributør. Streaming komplementerer flow tv og folk vil gerne have begge dele. De vil bare betale lidt mindre og have større mulighed for selv at sammensætte deres pakke

Dansk tv-indhold er nøglen til et stærkt marked for betalings-tv

De dansksprogede kanaler er helt centrale for dansk betalings-tv's fortsatte eksistens. Det danske indhold er unikt og når danskerne vælger kanaler i deres pakker, så vælges de internationale kanaler fra.

Spørgsmålet er dog, om vi har fået for mange danske kanaler, for de bliver jo fyldt med internationalt indhold. Vi ville måske gøre os selv en tjeneste ved at begrænse antallet af kanaler og så til gengæld sørge for, at de har mere dansk indhold. Det er jo et spørgsmål om kvantitet versus kvalitet, når nu kvantiteten bliver tilgængelig alle mulige andre steder.

Vi skal omfavne udviklingen

Vi skal udvikle vores produkter, så det bliver lettere for forbrugerne selv at vælge kanaler. Vi skal udvikle nye forretningsmodeller og sørge for, at kunderne kan tilgå os på alle platforme

også på tablets og mobiltelefoner. For os er det i dag ren investering at følge med teknologien, men også et spørgsmål om, at vi skal forsvare disse indtægter ved at udvikle nye produkter. Vi kan ikke tage penge for, at folk ser tv på ipad, for det forventer de bare at kunne.

Vi skal omfavne udviklingen, selv om det kan være svært. Samtidigt er det også vigtigt, at vi får et mere smidigt samarbejde med Copydan, hvor vi hurtigere kan få afregningsmodeller på plads ellers kommer vi for sent ud på markedet med vores nye produkter til kunderne. Vi har brug for et godt samarbejde og for at kunne flytte os hurtigere sammen. ■

Betalings-tv er traditionelle mediers svar på musiktjenesten Spotify

De danske TV-distributører gør det godt, men den teknologiske udvikling og de nye distributionsformer udfordrer de etablerede forretningsmodeller. Betalings-tv-branchen er stadig et attraktivt marked, men der er hård konkurrence også på de nye streaming tjenester. Endelig har slutbrugerne større magt end tidligere, da de nemmere kan styre tv-forbruget efter egne behov.

Interview

Stig Møller Christensen

Salgsdirektør, Betalings-tv TV 2



Foto: Miklos Szabo

Det er kendetegnende for det danske marked, at vi har en stor mængde dansk indhold af høj kvalitet. Se bare programfladen hos kanaler som TV2, SBS og Viaplay. Det er ret unikt for et lille sprogråd og ikke noget, som bare kan tages for givet. Det nuværende betalings-tv marked er finansieringskilden til denne mangfoldighed

En gennemsnits tv-pakke indeholder i dag både mere kvalitet og et større udvalg end for 10 år siden. Økosystemet virker godt. Samtidig fungerer OTT-tjenesterne fint som supplement til flow-tv, og hvis forbrugerne i dag vil se "Game of Thrones", så kan de abonnere på HBO, hvis de vil se andre serier og programmer tidsskiftet kan de fx abonnere på Viaplay eller TV2 Play.

Betalings-tv-branchen var 15-20 år forud for sin tid

Distributørerne tilbyder en samlet service og et varieret udbud, som grundlæggende er attraktivt for forbrugerne. Betalings-tv skabte på denne måde

allerede i 90'erne en parallel til musikbranchens brugervenlige Spotify, og var i den forstand 15-20 år forud for de internetbaserede abonnements-tjenester, som vi kender i dag. Men logikken er den samme.

Vi har som branche en fælles opgave om at gøre markedet endnu bedre, herunder at sikre, at forbrugerne får mulighed for at købe mere individuelle løsninger. Jeg synes, at tv-pakker er gode og prisværdige produkter, når man tager i betragtning, at danskerne i gennemsnit ser 3 timers tv om dagen og betaler ca. 3-400 kr. om måneden for det. Ingen andre mediekategorier leverer samme værdi for pengene til danskerne, og det er ingen tilfældighed at øvrige medier i dag kigger på betalings-tv som rollemodel for at etablere betalingsmodeller for indhold på internettet. Modellen virker simpelthen.

Betalings-tv er et produkt, som 95 % af danskerne forbruger og er tilfredse med. Men selvfølgelig er det svært for den almindelige forbruger at forstå sammenhængen mellem tv-pakkernes kanal-sammensætning, de bagvedliggende rettigheder og tekniske barrierer for fx "frit valg". Det er heller ikke let at forstå, at tv-kanaler er billigere, når man køber mange kanaler fremfor nogle enkelte, men det er jo netop, fordi man opnår kollektive mængderabatter.

Fremtiden byder på mere skræddersyede kundeløsninger og mere streaming

De væsentligste ændringer i betalings-

markedet er, at der kommer flere OTT-baserede løsninger, mere VOD sening, mere tidsforskudt tv-sening og mere konkurrence. Overordnet set vokser streaming, og betalings-tv bliver mere personaliseret og tilpasset individet. Det er, hvad forbrugerne forventer, og dem som er dygtige til at levere dette vinder forbrugerens gunst.

TV2s kanaler vil fortsat blive distribueret via en tv-distributør som dominerende model, selv om vi selvfølgelig har vores egen play-tjeneste. Men denne er en lille supplementsforretning. Hos TV 2 er vi konsistente med at holde fast i betalings-tv-modellen og i at udvikle det kommercielle tv-marked, men vi er også optaget af at udnytte de nye markedsmuligheder som opstår med OTT/streaming-markedet.

TV-distributørerne bidrager bedst til den videre udvikling af betalings-tv ved fortsat at tilbyde forbrugerne fleksible og tidssvarende løsninger. Man vil som branche ikke nøjes med at arbejde med prissætning, det handler også om at udvikle nye tjenester i samspil med de etablerede produkter. Endelig tror jeg alle aktører i branchen kommer til at forholde sig til både antallet og kvaliteten af kanaler i en digital tidsalder, hvor forbrugerne får flere og flere alternativer.

TV 2 samarbejder i denne sammenhæng med både tv-distributører og Copydan om at udvikle nye tjenester, og vil med



disse partnere gerne udvikle fremtidens tv-marked. Vi er sådan set i fuld gang.

I den fortsatte udvikling af det danske betalings-tv-marked er de dansksprogede kanaler de vigtigste. Det viser historien og sådan tror jeg fortsat, at det vil være.

Rettigheder skal være lettere at købe

Rettighedshaverne har en vigtig rolle i at gøre det nemmere at købe rettigheder. Ét stort ønske fra TV 2's side er mindre kompleksitet og nemmere adgang til at købe nye rettigheder, som ligger i forlængelse af de eksisterende. Når TV 2 køber en tv-produktion eller et programformat, er det vigtigt at de nye rettigheder til fx simulcast og catch-up følger med. Som tv-station kan gamle og nye rettigheder ikke skilles ad. Der er brug for et rettighedsmarked, hvor det hænger bedre sammen.

Hvis rettighedshaverne kan bidrage til en simplere håndtering og klarering af

de nye rettigheder er det lettere for TV2 at udvikle tidssvarende digitale tv-tjenester - både med tv-distributører og på TV 2 Play. Det betyder ikke nødvendigvis, at de nye rettigheder skal være "gratis", men de skal være langt simplere at håndtere juridisk, administrativt, teknologisk og økonomisk. I dag er det unødigt komplekst og en reel barriere for innovation. I værste fald overlades banen til udenlandske spillere og pirattjenester, som ikke bidrager til at finansiere dansk indholdsproduktion eller rettighedshavernes indtjening.

Overordnet byder tv-markedet i dag på flere tilbud og mere valgfrihed til danskerne end nogensinde før. Jeg vil stilfærdigt hævde, at markedet er ret velfungerende, konkurrencen er behård og præget af masser af produktudvikling. Udover dette er det vigtigt med et blik for fortsat balance og sameksistens mellem de markedsbaserede og de licensfinansierede tv-tilbud, hvis man fra politisk side måtte have tanker om regulering. ■

Jeg mener...



Foto: Steen Brogaard

Morten Marinus

MF, Medieordfører
Dansk Folkeparti

” Fremtidens tv-landskab vil være præget af en ny form for frihed for seeren, som får mulighed for selv at vælge tid og sted for tv-seningen. Denne udvikling er for mig at se udelukkende positiv, da den er med til at give de enkelte forbrugere, fx travle børnefamilier, muligheder for selv at tilrettelægge deres tv-forbrug efter egne behov.

Det forhold, at vi har et kommercielt betalings-tv, er med til at gøre billedet på tv-markedet mangfoldigt. I denne sammenhæng er det bl.a. positivt, at vi med betalings-tv har adgang til tv fra vores nabolande – nu også med undertekster. Det er vigtigt, at vi fastholder samhørighed med vores nabolande, deres kultur og ikke mindst deres sprog. Jeg synes ikke, det skal være sådan, at vi som svenskere og danskere skal være nødt til at slå over i engelsk, når vi skal tale med hinanden.

På det brogede tv-marked er det vigtigt, at vi fastholder kunstnere og producenters rettigheder – også i forhold til de nye måder at distribuere indhold på. Rettighederne indgår som en vigtig del i tv-markedets fødekæde, som sikrer, at fx skuespillere og instruktører kan opretholde deres erhverv.

Foreningernes økonomi

Copydan **Arkiv**

De samlede omkostninger i foreningen udgjorde i 2013 0,1 mio. kr., og derved fik foreningen i 2013 et resultat på 39,2 mio. kr. til fordeling blandt rettighedshaverne. Copydan Arkiv har i henhold til vedtægterne ingen formue, idet hele årets resultat udbetales til rettighedshaverne.

Copydan **AVU-medier**

De samlede omkostninger i 2013 udgjorde 4,9 mio. kr., og derved fik foreningen i 2013 et resultat på 42,9 mio. kr. til fordeling blandt rettighedshaverne. Pengene fordeles således, at cirka halvdelen går til film- og tv-producenter og tv-stationer, mens den anden halvdel går til de skabende og udøvende kunstnere.

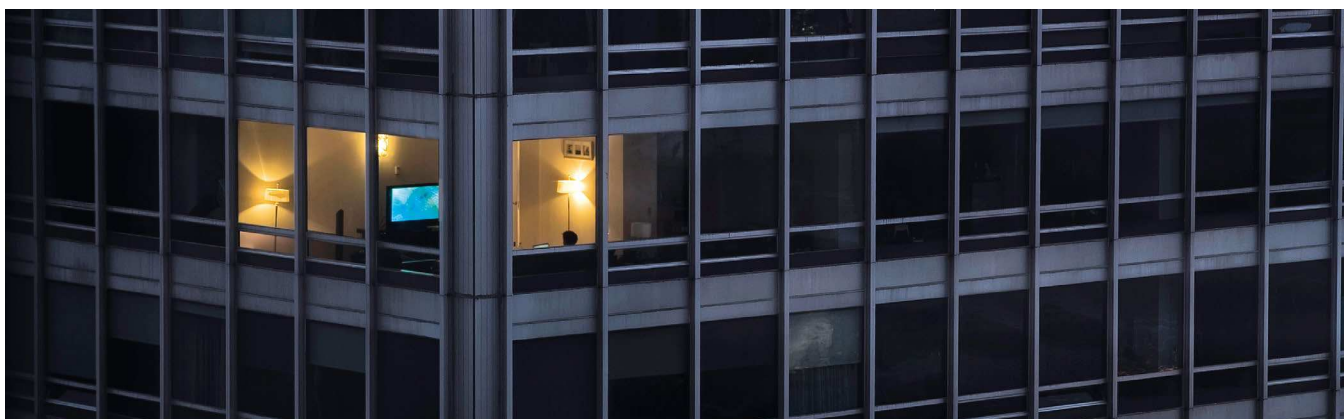
Copydan **KulturPlus**

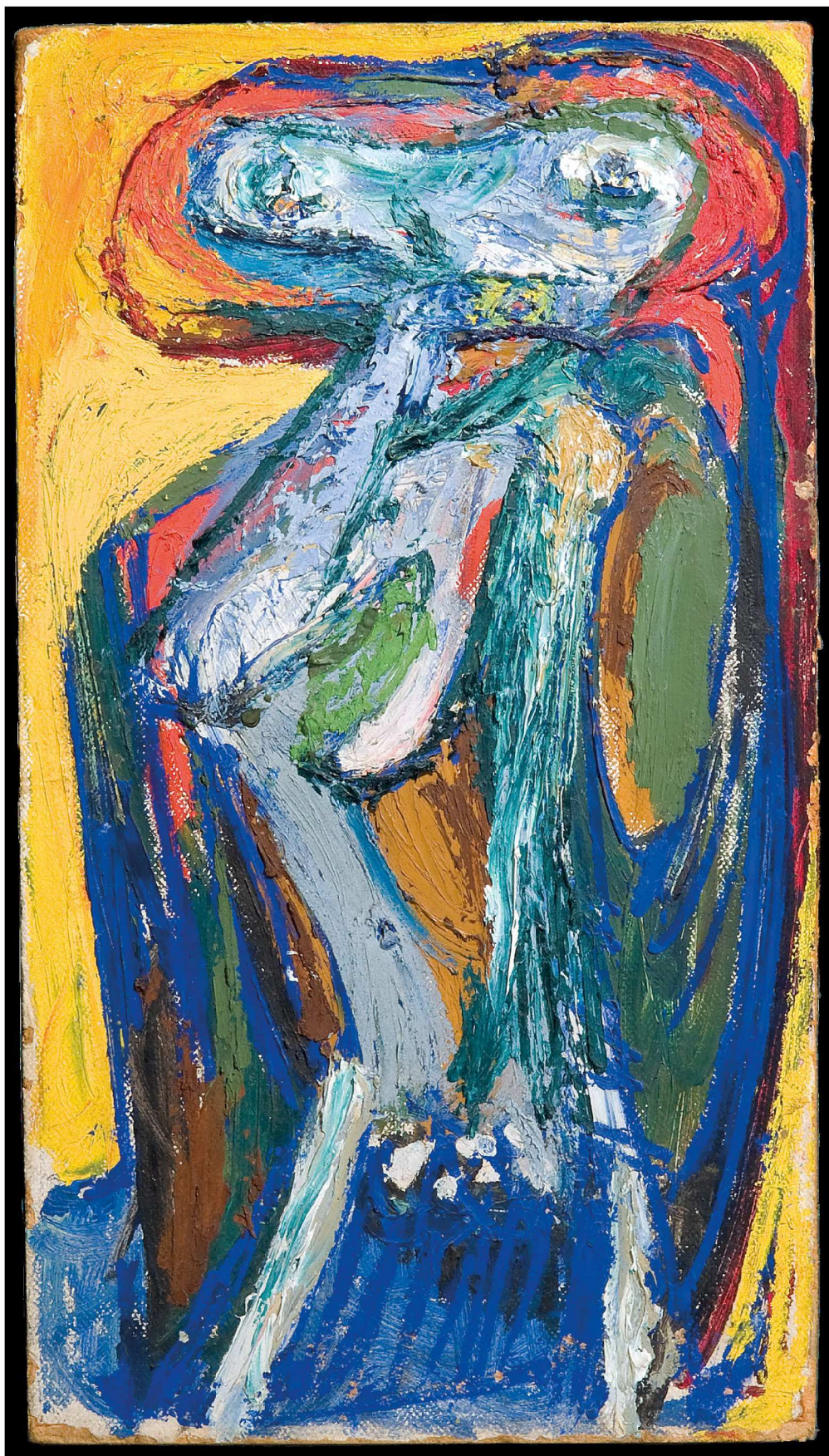
De samlede omkostninger i 2013 udgjorde 2,9 mio. kr., og derved fik foreningen i 2013 et resultat på 27,8 mio. kr. til fordeling blandt rettighedshaverne. Pengene fordeles således, at cirka 40 % går til film- og tv-producenter, musikselskaber og tv-stationer, mens cirka 60 % går til de skabende og udøvende kunstnere. En tredjedel af de indkomne vederlag skal efter ophavsretsloven anvendes til at understøtte vækstlag og nytænkende tiltag.

Copydan **Verdens TV**

De samlede omkostninger i 2013 udgjorde 32,5 mio. kr., og derved fik foreningen i 2013 et resultat på 740,6 mio. kr. til fordeling blandt rettighedshaverne. Resultatet til fordeling inkluderer særlige tjenester men ikke særvederlag såsom Koda-vederlag, der er opkrævet i henhold til administrationsaftale. De særlige tjenester, som er kommet til over tid og udgør en integreret del af almindeligt tv-forbrug i dag, er fx Start Forfra, Sidste Døgn, TV Arkiv, Catch up, WebTV inden for og uden for hjemmet, TV til offentlig visning og indhold i kabelfødte tv-kanaler. Pengene fordeles således, at cirka halvdelen går til film- og tv-producenter, musikselskaber og tv-stationer, mens den anden halvdel går til de skabende og udøvende kunstnere.

For alle foreningerne gælder det, at de ikke har nogen formue, og alle indtægter med fradrag af faktiske omkostninger udbetales til rettighedshaverne. Pengene er med til at dække investeringer og nye produktioner og udgør endvidere en væsentlig andel af kunstnernes honorarer og arbejds løn.





Asger Jorn – Uden titel, 1954. ©Donation Jorn, Silkeborg/billedkunst.dk

BilledKunst repræsenterer bl.a. Asger Jorn, der i år har 100-års jubilæum. I årets løb har vi klareret rettigheder til kunstværker til flere udstillinger, bl.a. på Louisiana, Statens Museum for Kunst og Museum Jorn.

Broen mellem billedskabere og billedbrugere

Forståelsen for værdien af billeder og kunst i alle former for formidling er vokset. BilledKunst har gennem 2013 udbygget aftalegrundlaget for brug af alverdens billedkunst som fotografier, tegninger, malerier og illustrationer. Vi handler på vegne af billedskaberne.

Endnu flere offentlige institutioner og private virksomheder udnytter i dag de muligheder, der ligger i at formidle deres budskaber gennem billeder. Det betyder, at de ophavsmænd, vi arbejder på vegne af, såsom malere, tegnere, illustratører, fotografer, grafikere og billedhuggere, er sikret respekt for deres ophavsret og betaling for deres arbejde gennem de enkelte aftaler.

Som nonprofit-organisation etableret af de danske billedskaberes organisationer, handler BilledKunst på vegne af individuelle ophavsmænd. Vi er godkendt af Kulturministeriet til både at lave brede licenser om brug af billedkunst og til at administrere den såkaldte følgeretsordning, hvor kunstnere får et vederlag, når deres værker videresælges af auktionshuse og kunsthandlere mv.

Levende undervisning med digitale billeder

I dag er det en selvfølge at bruge digitale billeder i undervisningen. Stort set alle danske uddannelsesinstitutioner har en licensaftale med BilledKunst om at bruge digitale billeder. Det betyder, at undervisere og elever frit kan udnytte internettets store læringspotentiale ved at bruge og downloade billeder og indsætte dem i

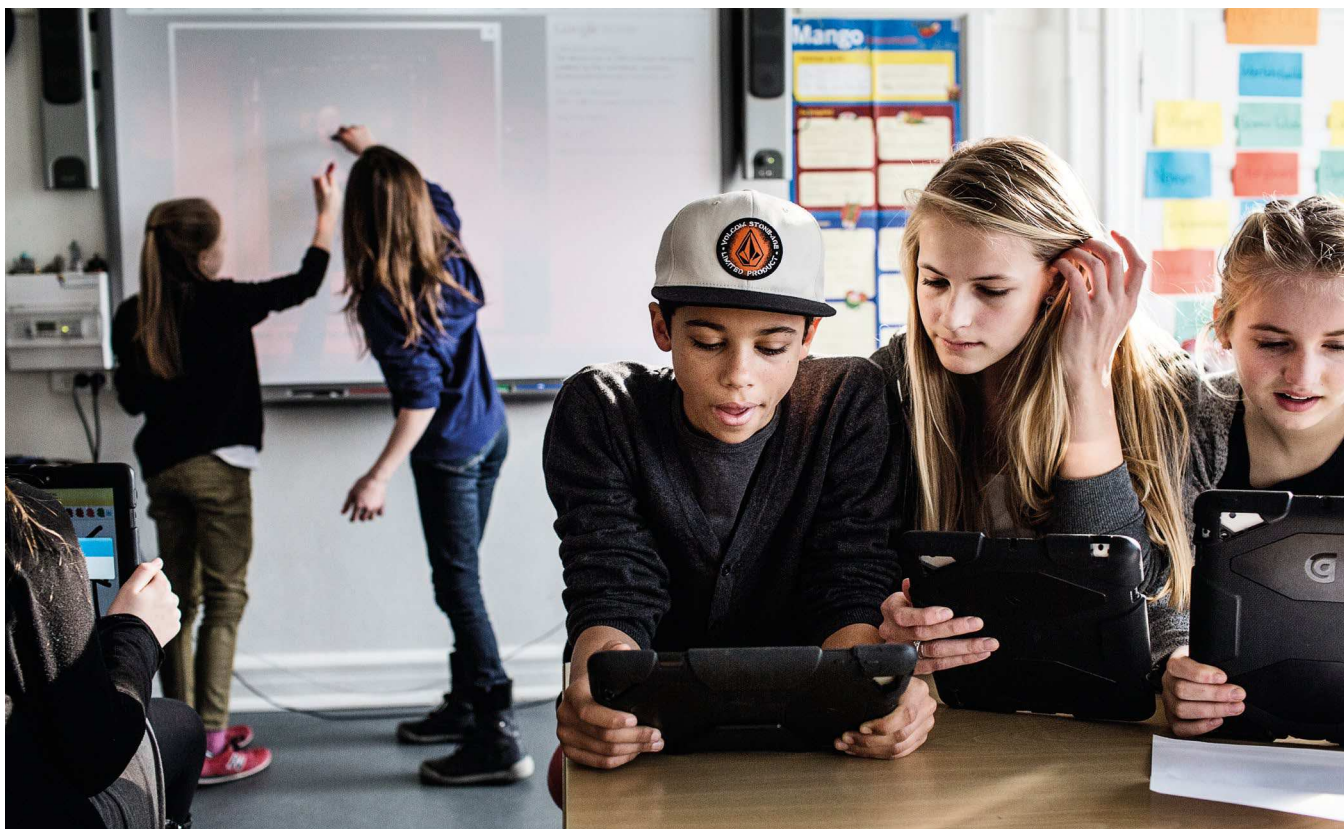


Foto: Ditte Valente

Eleverne i 6. klasse på Guldborg Skole i København bruger billeder på deres iPads og smartboards.

ARoS



GUBI®

POLITIKKENS FORLAG



ARKEN

Information

PSYKIATRI
FONDENGYLDENDAL DDC®
Danish Design Centre

DR

LOUISIANA  MUSEUM OF MODERN ART

Udover danske undervisningsinstitutioner samarbejder BilledKunst med en bred vifte af offentlige og private virksomheder og institutioner.

digitale undervisningsforløb, opgaver og rapporter mv. Og så er det billigt, det koster nemlig i gennemsnit ikke mere end en almindelig is, nemlig 20 kr. pr. elev/ studerende pr. år.

Stor interesse for auktioner

Efter en årrække, hvor finanskrisen har påvirket salget af kunst negativt, synes kurven at være knækket. Følgeretsvederlaget til kunstnere fra auktionshuses og kunsthandleres videresalg af kunst steg til 7,6 mio. kr. i 2013 mod 6,9 mio. kr. i 2012 og 6,0 mio. kr. i 2011. Den store interesse for kunstauktioner viste sig også ved, at 800.000 danskere fulgte med i tv-serien 'Auktionshuset', som præsenterede seerne for hverdagen hos Bruun Rasmussen med alt fra vurderinger i private hjem til buddene på de store auktioner. Serien blev sendt på DR, som også har en licensaftale med BilledKunst. Hos landets mange auktionshuse

og kunsthandlere fik alt fra traditionel billedkunst til unikamøbler nye ejere. F.eks. holdt Bruun Rasmussen auktion over ældre originalfotografier med erotiske motiver og dokumentationsfotografier fra ekspeditioner. Fotografier af bl.a. Helmut Newton og Annika von Hausswolff kom under hammeren.

Kunstens mestre tiltrækker publikum

I 2014 ville Asger Jorn, som BilledKunst repræsenterer, være fyldt 100 år. Det blev fejret allerede sidste år på Museum Jorn med udstillingen 'Picasso Jorn', som viste Jorn i sammenhæng med nogle af de helt store mestre, som han selv betragtede som sine vigtigste forbilleder og inspirationskilder. Udstillingen blev en sand publikumsmagnet med 30.000 gæster, hvilket er rekord for museet. Louisiana fejrede også Asger Jorn, og denne gang var det sammen med Jackson Pollock. Derudover klarerede BilledKunst

rettigheder til udstillinger som Arkens 'Frida Kahlo – Et liv i kunsten' samt Gl. Holtegaard og Øregaard Museums tvillingeudstilling med den kontroversielle kunstner Man Ray. I årets løb klarerede vi også rettigheder til kunst i en lang række bøger, på plakater, postkort og internettet. F.eks. brugte tv-manden Søren Ryge i sin bog 'Naturglæde' illustrationer af kunstneren Johannes Larsen, og hos AP Møller Fonden klarerede vi rettigheder til kunstværker på deres hjemmeside. Møbelfirmaet Gubi fik for et par år siden licens til at producere kunstneren Jaques Adnets legendariske runde spejle, som fortsat i 2013 var et hit hos kunderne.

Penge til kunsten

I 2013 fordelte BilledKunst 47,3 mio. kr. til danske og udenlandske skabere af billedværker, hvilket er en stigning på 10 % i forhold til 2012. Dermed giver billed-

licenserne og følgeretten et vigtigt bidrag til den visuelle del af det danske kulturliv og oplevelsesøkonomien. 5.100 kunstnere modtog gennem BilledKunst betaling for brug af deres værker og fik hermed et bidrag til at skabe nyt og spændende indhold til gavn og glæde for os alle. Samlet modtog vi 54,5 mio. kr. i vederlag og havde således administrationsomkostninger for 7,2 mio. kr.

Det viser klart, at ophavsretsloven, når den anvendes som værktøj i et samarbejde mellem brugere og billedoplysningsmændene, er nøglen til succesfuld sikring af nem og enkel adgang til lovlig billedbrug.

Du kan læse en detaljeret årsrapport på www.billedkunst.dk

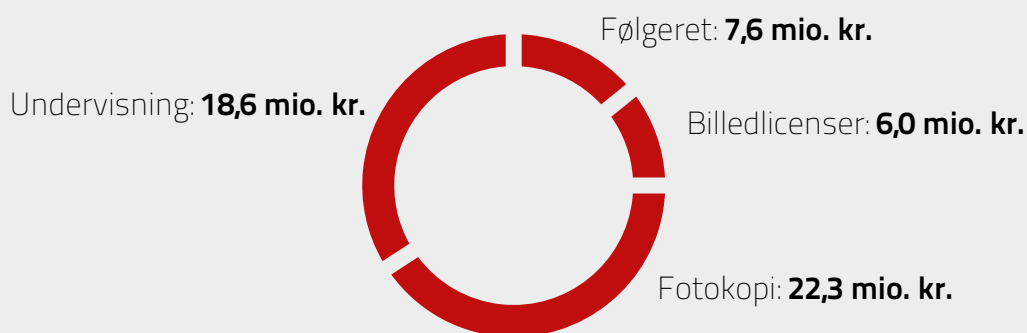


Foto: Jakob Boserup

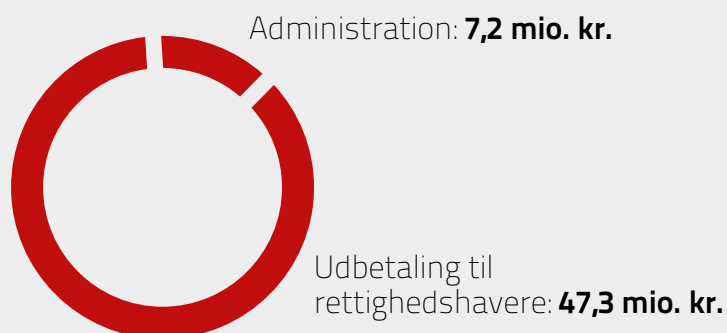
” En af mine største udfordringer er at bevare fokus på det, jeg kan, nemlig at tegne og fortælle historier. Pengene fra BilledKunst hjælper mig med at holde fokus på det, jeg er bedst til.

Tea Bendix, illustratør

Verderlagsfordeling



Samlet vederlag: 54,5 mio. kr.

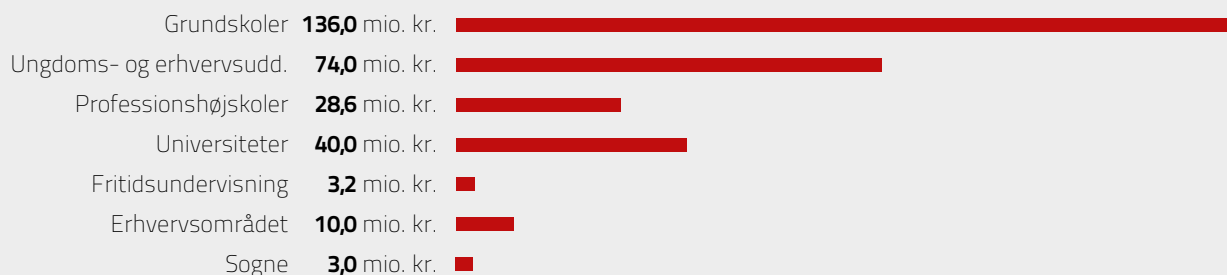


Årets udbetaling af kopivederlag

Skoler, virksomheder, offentlige og private institutioner betaler til Copydan Tekst & Node for at kopiere. Pengene sender vi videre til rettighedshaverne, dvs. dem, der har skrevet, udarbejdet og udgivet det kopierede materiale

64.000 danske og udenlandske forfattere, komponister, illustratører og udgivere får i 2014 del i de 294,8 mio. kr., der er blevet betalt i 2013 for den kopiering, der er foretaget på undervisningsinstitutionerne, i sognene og i private og offentlige virksomheder.

I alt: **294,8 mio. kr.**



I alt udbetales der i 2014 294,8 mio. kr. til rettighedshaverne for den kopiering, der er foretaget på landets undervisningsinstitutioner, sogne og private og offentlige virksomheder i 2013.

Foto: Kresten Hillerup



” Det betyder meget for mig, at mine rettigheder bliver sikret

Sigurd Barrett,
forfatter, komponist og entertainer

Undervisningsmateriale kopieres mest

Et stort udsnit af landets uddannelsesinstitutioner har givet os oplysninger om, hvad de har kopieret igennem året. Det har igen i år givet os en stor stikprøve, der viser, at i alt 1.030.000 originale sider i gennemsnit hver er blevet kopieret i 48,6 eksemplarer. Dette bliver samlet til 50 mio. kopier. Denne stikprøve er, sammen med tidligere års indsamlede kopier, brugt som grundlag for beregningen af, hvor meget der skal udbetales til den enkelte rettighedshaver.

Stikprøven viser desuden, hvilke materialetyper der bliver kopieret på landets skoler og uddannelsesinstitutioner. Her er det – ikke overraskende – faglitteraturen, der dominerer. Vi ser dog også et pænt kopieringsforbrug af lyrik, herunder sangtekster og noder, på landets undervisningsinstitutioner.

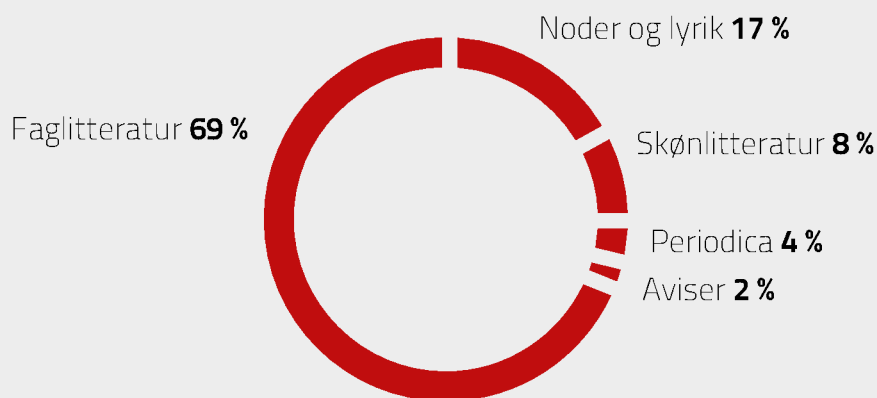


Foto: Sengeløse Skole

”På Sengeløse Skole er vi glade for en aftale med Tekst & Node – for os er det vigtigt at vide, at de penge, vi betaler for at kopiere, går direkte tilbage til dem, der har lagt arbejde i at skabe materiale, vi kan bruge i vores undervisning”

Mette Christiansen,
souschef, Sengeløse Skole

Kopieringsvederlag



Diagrammet viser, hvilke typer værker der kopieres i undervisningssektoren. Hele 69 % af undervisningsmaterialet, der udløser kopieringsvederlag i januar 2014, er faglitteratur.

Nye digitale kopieringsaftaler

I 2013 har vi forhandlet nye aftaler med skole- og uddannelsessektoren, der giver mulighed for, at underviserne også kan kopiere fra digitale tekst- og nodeudgivelser. Tidligere havde de kun mulighed for at fotokopiere, printe ud fra internettet og i nogle tilfælde skanne materiale ind.

Baggrunden for de nye digitale kopieringsaftaler skal ses i sammenhæng med styrket anvendelse af IT i undervisningen, som er et af kernemålene i strategien for digital velfærd, som regeringen, KL og Danske Regioner fremlagde i 2013. Undervisere har længe været godt i gang med at integrere digitale medier i undervisningen, hvor flere og flere digitale undervisningsmaterialer dukker op i forlagenes kataloger, og denne udvikling kan Tekst & Nodes kopieringsaftaler nu understøtte.

Rammer for kopieringen

Det er samtidig vigtigt, at der er nogle rammer for kopiering og for anvendelsen af kopierne – det tager aftalerne også højde for. Som det gør sig gældende for den såkaldt analoge kopiering, er der fastsat en ramme for, hvor mange sider

man må kopiere fra en digital udgivelse, og der er krav om, at eleverne kun kan få adgang til kopierne ved brug af password.

Kopieringens HVEM-HVAD-HVOR

Selvom vi har arbejdet på at forenkle reglerne for kopiering, er der stadig mange ting, som underviserne skal forholde sig til, når de står ved kopimaskinen eller copy-paster fra en digital tekstudgivelse.

Derfor har vi styrket formidlingen af aftalernes indhold. Her har skolerne og uddannelserne selv hjulpet os med gode råd og sparring om, hvad der er relevant for underviserne at vide, og hvordan vi bedst muligt formidler det.

Det har blandt andet resulteret i kampagnen 'Kopieringens HVEM-HVAD-HVOR' og det tilhørende informationsite www.kopitilundervisning.dk, der skal fungere som en form for vidensbank, hvor den enkelte undervisningsinstitution kan gå ind og finde lige præcis deres kopieringsaftale, en guide til reglerne for kopiering og downloade info-plakater. Kampagnen er blandt andet blevet fulgt op af annoncer i en række relevante fagblade.



Illustrator: Lisa Reking

"Kopieringens Hvem-Hvad-Hvor henvender sig til alle skoler og uddannelser, der har indgået den nye kopieringsaftale med Copydan Tekst & Node"

Vind en forfatter – nu også med musik

Også i år har Tekst & Node gennemført konkurrencen Vind en forfatter, denne gang med tilføjelse af musikerpræmier.

Konkurrencen har været meget populær, så for skoleåret 2012-2013 besluttede vi os for at udvide konkurrencen til også at have musikere på listen over præmier, så musikskolerne bliver tilgodeset i konkurrencen. Det er de grundskoler og musikskoler, der indberetter kopier til os, der er med i konkurrencen, da vi gerne vil

belønne dem, der gør et godt og grundigt arbejde med at indsende kopier. Oplysningerne er afgørende for, at vi kan fordele pengene, som skolerne betaler for kopierne, videre til de rette udgivere og autorer. Samtidig fungerer konkurrencen som en motivation for, at lærerne husker at sende kopier til os igennem et helt år.

Konkurrencen fortsætter i de kommende skoleår, hvor vi vil gøre endnu mere ud af at fortælle skolerne, at god indberetning giver adgang til præmier, men naturligvis mest af alt at deres indberetning er alfa og omega for, at vi kan kanalisere pengene videre til de rette rettighedshavere.



Foto: Kresten Hillerup

Utterslev Skole var den første skole, der vandt en musiker i konkurrencen Vind en forfatter. De vandt, fordi de var en af de skoler, der var mest omhyggelige med at indberette kopier til Copydan Tekst & Node.

Grundigt gearret til fremtiden...

I lighed med tidligere viste også 2013 sig at være et år med såvel travlhed som nye, teknologiske landvindinger for Fællesforeningen. Vanen tro har vi fokuseret på at varetage administrative opgaver inden for økonomi, regnskab, IT, HR, fælles administration og ejendomsdrift på en sådan måde, at fleksibiliteten inden for alle led er blevet optimeret.

Særligt på IT-området har vi taget markante skridt for at skabe yderligere og endnu mere effektiv interaktion med vore samarbejdspartnere. Vi har for onlineplatformen C-selv udviklet adgang, så der er mulighed for at godkende nye aftaler elektronisk, og så rettighedshavere kan logge på for at se deres udbetalingspecifikation direkte.

Scanninger skaber tryghed og datakvalitet skaber fleksibilitet

Forretningsplatformen i ERP-systemet fra Navision er desuden blevet styrket via en større konvertering af datastrukturen, så datakvaliteten er blevet bedre, og så det nu er muligt at foretage bedre sorteringer til rapportering samt beslægtede opgaver.

Databaseserverne til ERP er ligeledes blevet opgraderet til den nyeste version, mens SharePoint-platformen er blevet opgraderet, så den nu er klar til det nye dokumenthåndteringssystem og til udarbejdelse af nye rapporter, hvor den første testversion er kørende hos udvalgte brugere. I bestræbelserne på at opnå et så højt sikkerhedsniveau som muligt

har vi også gennemført såvel interne som eksterne sårbarhedsskanninger.

Backup i egen boldgade

Vi har også i høj grad rettet fokus mod retmæssige brugeradgange til forretningskritiske data i ERP-systemet, og vi har hjemtaget backuppen, så den nu er i drift in-house i Copydan. Vi har ligeledes sat spot på stabilitet og performance i driftsmiljøet, og vi har tilsikret, at der kan laves løbende sikkerhedsopdateringer uden væsentlig nedetid i arbejdstiden. Procedurer og guidelines inden for både udvikling og drift af IT er udvidet i forhold til ITIL-standarderne, og IT-sikkerheden er justeret i forhold til virtualiseringen takket være blandt andet yderlige antivirus og en ændret backup-løsning.

Overblik på flere områder

Som hovedydelse til foreningerne kan vi bidrage til at lette deres professionelle dagligdag ved at varetage årsrapporter, lønudbetaling, udarbejdelse af budgetter, ind- og udbetalinger, bogholderitransaktioner, rapporteringer til bank og skat, kontakt til revisor og løbende beregning af likviditet samt øvrige økonomisk relaterede indrapporteringer. Disse kan foreningerne til- og fravælge efter behov.

I 2013 har transaktionsmængden på dette område været stigende grundet foreningernes behov for hyppigere ind- og udbetalinger samt større omsætning, øgede krav om udar-



Foto: Henrik Petit



Foto: Henrik Petit

Fotograferet foran Copydan-Huset: Formand og musiker Anders Laursen, som repræsenterer kunstnerne, og næstformand og advokat Katrine Schlüter Schierbeck, der repræsenterer producentsiden.

bejdelse af dokumentation samt øget trafik i forbindelse med intern og ekstern rapportering.

Synlighed og synergi

Den mere massive transaktionsmængde er blevet håndteret ved effektiviseringer og arbejdsdeling i tæt synergi mellem Fællesforeningen og foreningerne i Copydan-samarbejdet. Det finansielle marked har krævet stor opmærksomhed omkring styring af likviditeten og kreditrisikoen i den periode, Copydan-foreningerne har likviditeten i deres varetægt, indtil rettighedshaverne kan få dem udbetalt.

Hvad den overordnede administration angår, har vi virket som bindeled til den daglige drift indenfor områderne HR, ejendomsdrift, kantine, forsikringer, alarm og fysisk adgang til Copydan-huset.

Vi har desuden forestået ansvar og koordinering af fælles initiativer, omfattende blandt andet APV, sikkerhedskurser, sundhedstjek samt projektorienterede opgaver, som det skift af pensionsordning for Copydan-husets foreninger, der for indværende gennemføres.

Feedback fra formandskabet

Vi oplever fra formandskabets side fællesskabet Copydan som synergiskabende. Det giver nemlig merværdi, når små og store foreninger med forskellige forretningsområder inden for ophavsret sidder i samme hus og deler viden.

Dette gælder ikke mindst fordelene ved de fælles systemer samt andre funktioner og processer, hvor et fællesskab giver mulighed for at dele udgifter på sammenfaldende områder. Fællesforeningens ledelse samarbejder således tæt med medarbejderne omkring kontinuerligt at holde Fællesforeningen optimeret og godt klædt på til fremtiden, som den vil udvikle sig for de enkelte foreninger.

Vi holder os løbende ajour med dette arbejde og følger planerne for til stadighed at møde morgendagen så velforberedte som muligt til gavn for foreningerne og i sidste ende rettighedshaverne.

Samarbejdet i såvel formandskabet som i bestyrelsen samt med ledelsen i Fællesforeningen har også i år fungeret rigtig godt med både glæde og tilfredshed til følge.

Kontakt

Arkiv

Telefon: 35 44 14 99
E-mail: arkiv@copydan.dk
Bryggervangen 8, 1. sal, 2100 København Ø.

Adm. direktør: Jacob Graff Hedebrink
Direktør: Martin Gormsen
Bestyrelsesformand: Per Schultz

AVU-medier

Telefon: 35 44 14 96
E-mail: avumedier@avumedier.dk
Bryggervangen 8, 1. sal, 2100 København Ø.

Adm. direktør: Jacob Graff Hedebrink
Direktør: Martin Gormsen
Bestyrelsesformand: Katrine Schlüter Schierbeck

BilledKunst

Telefon: 35 44 14 91
E-mail: billedkunst@billedkunst.dk
Bryggervangen 8, stuen, 2100 København Ø.

Direktør: Torben Gammelgaard
Bestyrelsesformand: Fotograf Peter Thornvig

KulturPlus

Telefon: 35 44 14 95
E-mail: kulturplus@copydan.dk
Bryggervangen 8, 1. sal, 2100 København Ø.

Adm. direktør: Jacob Graff Hedebrink
Direktør: Martin Gormsen
Bestyrelsesformand: Lena Brostrøm

Tekst & Node

Telefon: 35 44 14 00
E-mail: tekstognode@copydan.dk
Bryggervangen 8, 2. sal, 2100 København Ø.

Direktør: Anders Kristian Rasch
Bestyrelsesformand: Oversætter Frants Iver Gundelach

Verdens TV

Telefon: 35 44 14 92
E-mail: verdenstv@verdenstv.dk
Bryggervangen 8, 1. sal, 2100 København Ø.

Adm. direktør: Jacob Graff Hedebrink
Direktør: Martin Gormsen
Bestyrelsesformand: Mikael Waldorff

Fællesforeningen

Telefon: 35 44 14 04
E-mail: copydan@copydan.dk
Bryggervangen 8, Stuen, 2100 København Ø.

Direktør: Hans-Jørgen Andresen
Bestyrelsesformand: Anders Laursen

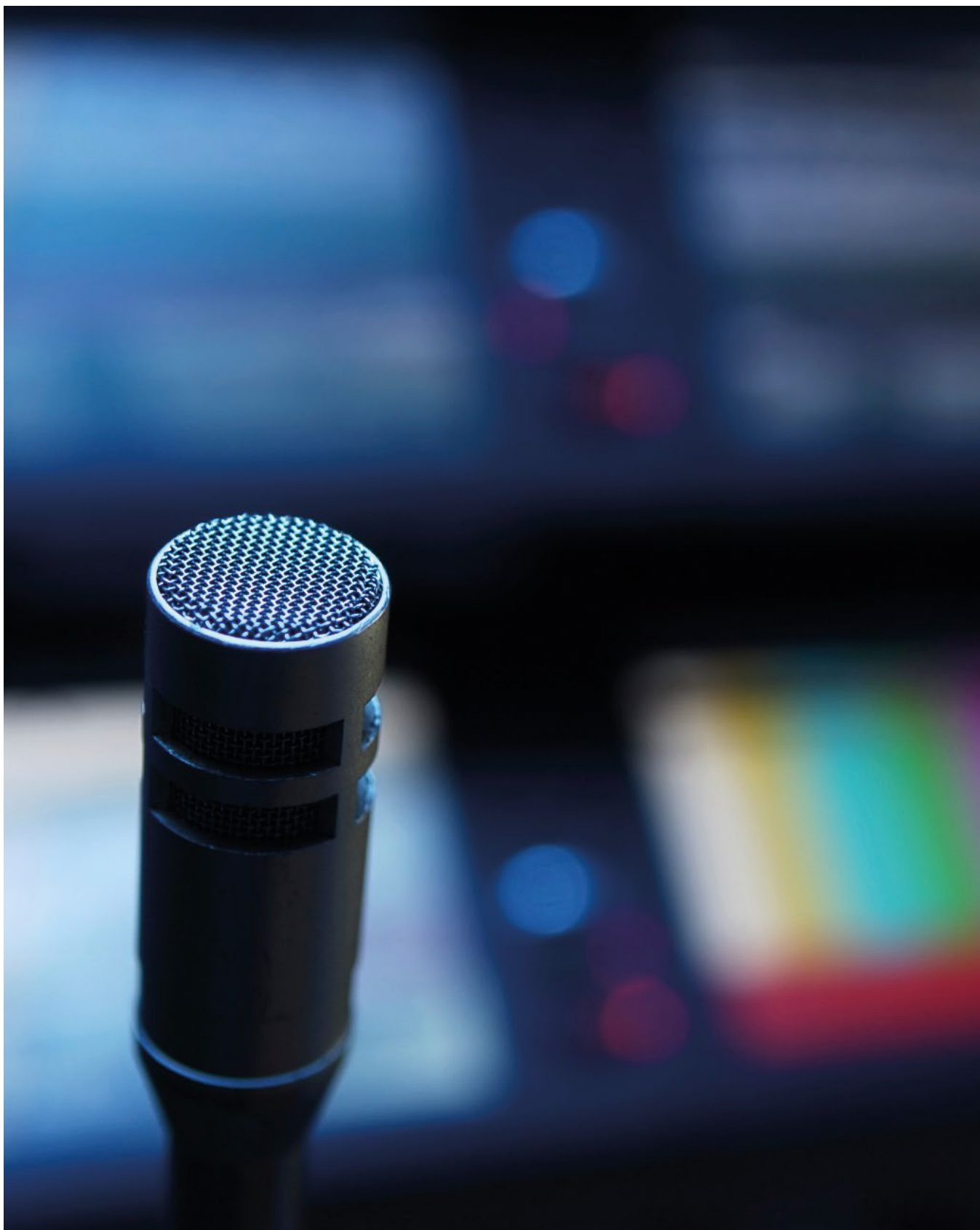


Foto: Savas Keskiner, iStock

Medlemsorganisationerne bag de seks rettighedsorganisationer

Copydan-foreningerne har mandat fra nedenstående 48 medlemsorganisationer til at varetage ophavsretten for deres medlemmer. Hver organisation er repræsenteret i en eller flere af Copydan-foreningernes bestyrelser.

Akademikerne

Animations sammenslutningen (ANIS)

Billedkunstnernes Forbund

Dansk Artist Forbund

Dansk Filmfotograf Forbund

Dansk Forfatterforening

Dansk Journalistforbund (DJ)

DJ: Danske Bladtegnere

DJ: Fotograferne

DJ: Pressefotografforbundet

DJ: Visuelt Forum

Dansk Kapelmesterforening

Dansk Komponist Forening

Dansk Metal

Dansk Musiker Forbund

Dansk Musikforlæggerforening

Dansk Skuespillerforbund

Danske Billedkunstneres Fagforening

Danske Dramatikere

Danske Filminstruktører

Danske Jazz, Beat & Folkemusikautorer (DJBFA)

Danske Kunsthåndværkere

Danske Medier

Danske Populærautorer

Danske skønlitterære Forfattere

Danske Tegneserieskabere

dff/Dansk Fotografisk Forening

Filmret

Film & TV-Arbejderforeningen (FAF)

Foreningen af Danske Sceneinstruktører

Forlæggerforeningen

Foreningen af Danske Kulturtidsskrifter

Fællesrådet for Udvøvende Kunstnere

Gramex

HK/Privat. Tegnere, grafikere & illustratorer

IFPI Danmark

Illustratorgruppen, Dansk Forfatterforening

Koda

Koda-Dramatik

Nordisk Copyright Bureau (NCB)

Producentforeningen

Sammenslutningen af Danske Scenografer

Tegnerne – Tegnerforbundet af 1919

Teknisk Landsforbund

Universitetsforlagene i Danmark

