



representing the
recording industry
worldwide

MUSIK-

SELSKABER

2010

tal og perspektiver

FOTO: SOPHIE BECH



FORORD

Heller ikke 2010 blev året, hvor vi fik knækket musikselskabernes negative kurve. Den samlede omsætning er stadig nedadgående. Det går selvfølgelig ikke henover hovederne på os, der arbejder professionelt med musikken. Alle mærker vi udfordringerne i dagligdagen. Uanset om vi er medarbejdere på et musikselskab eller talentfulde musikere, der kæmper for at stable en sammenhængende karriere på benene.

De kommende år vil uden tvivl også blive udfordrende, men samtidig rejser nye muligheder sig i den digitale horisont. Og det skaber grundlag for masser af optimisme og håb. Det viste 2010 os nemlig også.

I de skandinaviske nabolande kunne vi iagttage, hvordan nye on demand-streaming-tjenester stimulerer musikforbruget og skaber grobund for nye spændende forretningsmodeller, der i øvrigt minimerer den ulovlige kopiering på internettet. I Sverige udgjorde streamingindtægterne i 2010 mere end 65 % af den samlede digitale omsætning og står i dag for mere end 20 % af musikselskabernes samlede indtjening. Det er forbilledligt og inspirerende.

Heldigvis tyder intet på, at vi har set mere end blot begyndelsen af en ny digital virkelighed. En virkelighed hvor alle forbrugere nemt og bekvemt kan få adgang til en

”Vi skal som branche gøre vores ypperste for, at forbrugerne får nye digitale muligheder.”

mangfoldig verden af musik, uanset hvor de befinder sig. Den udvikling kommer vi alle til at vinde på. En øget konkurrence i udbuddet af streamingtjenester vil desuden medføre større udbredelse og bedre brugeroplevelser, ligesom musikelskernes forbrug i stigende grad vil blive knyttet til deres øvrige digitale adfærd.

Ulovlige tjenester på internettet truer dog stadig den kulturelle og økonomiske bæredygtighed i musiklivet og i andre kreative brancher. Og det er særdeles problematisk i et samfund, der i stigende grad finansieres af den oplevelsesøkonomi, som musikelskabernes spiller en vigtig rolle i. Derfor giver det også god mening, at man fra politisk side øger sit fokus på, hvordan vi forholder os til internettet i et demokratisk samfund, hvor både borgere, kunstnere og virksomheder er afhængige af deres rettigheder.

Vi skal som branche gøre vores ypperste for, at forbrugerne får nye digitale muligheder. Men også politisk vilje til at tage kulturens vilkår seriøst er afgørende for, at musikken fortsat kan skabe stærke kulturelle fællesskaber og danne lydspor til det enkelte menneskes rejse gennem livet.



Henrik Daldorph,
Formand for IFPI Danmark

Maj 2011



Hvad er *Musikskaber 2010* – *tal og perspektiver*?

Musikskaber 2010 – tal og perspektiver er en samlet opgørelse over udviklingen blandt danske musikskaber, der er medlem af brancheorganisation IFPI Danmark. Medlemmerne tegner sig for omkring 95 % af det samlede marked for salg og distribution af indspillet musik (inkl. Grønland og Færøerne).

Musikskaber 2010 – tal og perspektiver er en digital publikation, som udover at kigge bagud i statistisk fugleperspektiv, også vil have et blik for aktuelle udfordringer og muligheder. Dermed kan publikationen forhåbentligt også bidrage til en kvalificeret debat om branchens tilstand og vilkår.

Publikationen er først og fremmest baseret på medlemmernes indberetninger af data.

Ironisk nok bliver indsamlingen af data stadig mere kompleks i takt med den stigende digitalisering. Det betyder blandt andet, at flere mindre medlemmer af IFPI modtager dataindberetninger fra deres samarbejdspartnere med uønsket stor forsinkelse. I specifikke tilfælde estimerer IFPI Danmark derfor omsætningen for de medlemmer, som endnu ikke har indleveret markedsinformation.

Dette forhold rykker dog ikke nævneværdigt ved det samlede billede, og IFPI Danmark estimerer således, at der højst er tale om en usikkerhedsmargen på 1 til 2 %.

Musikskaber 2010 - tal og perspektiver

© IFPI Danmark 2011. Kopiering af tekst og grafik må kun finde sted med skriftlig tilladelse fra IFPI Danmark. Statistiske oplysninger kan citeres frit mod behørig kildeangivelse.

Ansvarshavende redaktør: Lasse Lindholm

Tekst og redaktion:
Lasse Lindholm, Thomas Borre,
Jakob Plesner Mathiasen og
Cecilie Rasmussen

Supplerende input:
Pia Ekberg, Michael Heitmann
(Nielsen Music)

Design: Henrik Siegel

Fotos: Fotomaterialet er venligst stillet til rådighed af kunstnere og musikskaber. De pågældende fotografer er krediteret i overensstemmelse med det overfor redaktionen oplyste. Kopiering er ikke tilladt. Forside: Nabiha, foto: Nicolas Tobias Følsgaard

**Musikskaber
2010 - tal og
perspektiver**
er optimeret til
læsning via
iBooks på iPad

[Download PDF](#)

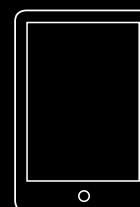




FOTO: HAMISH BROWN

INDHOLD

Gynger og karruseller	s. 7
Tættere på den digitale virkelighed	s. 8
Dansk vokseværk	s. 12
Formaternes kamp	s. 16
Mest solgte album	s. 20
Mest solgte track	s. 23
Mest spillede i radioen	s. 24
Danish Music Awards 2010	s. 26
Om IFPI	s. 28
IFPI's medlemmer	s. 29
Vidste du at...	s. 30

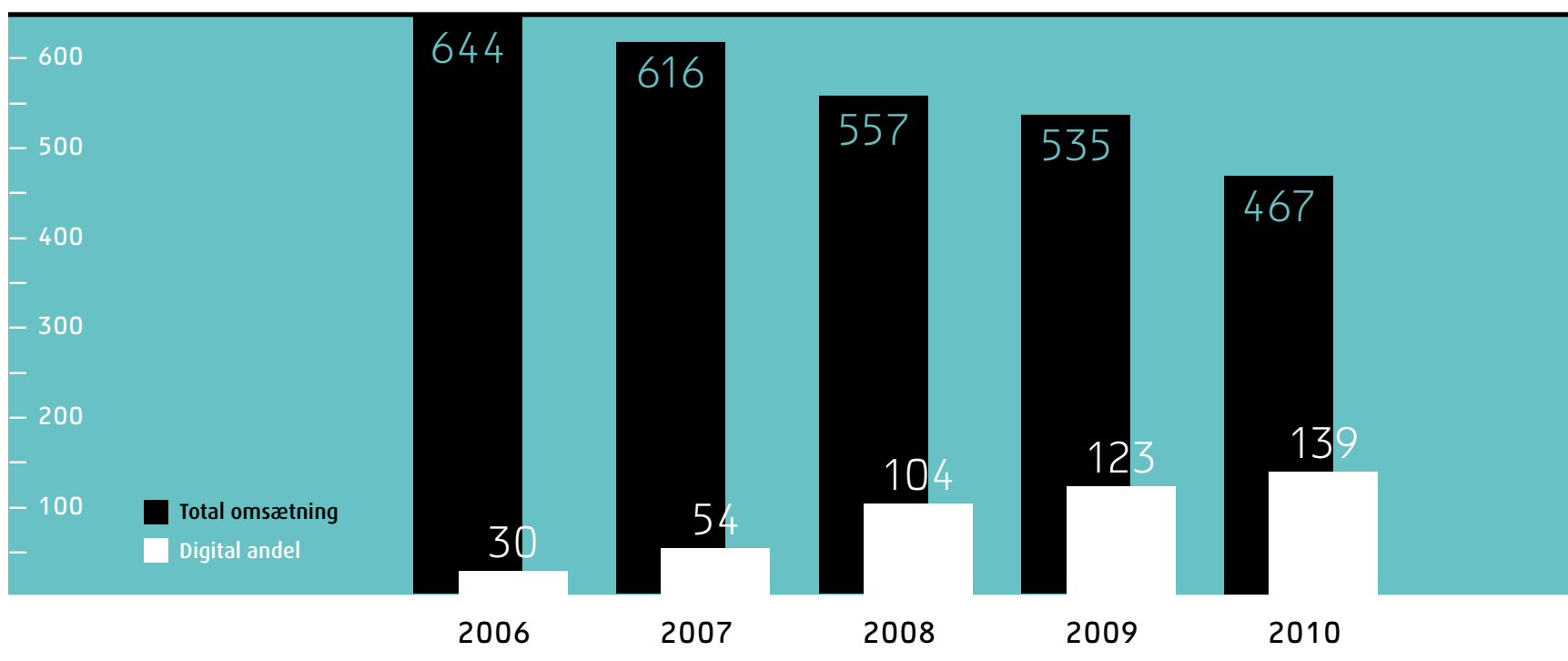
”Musikbranchen indeholder stort økonomisk potentiale i relation til samarbejdet med det øvrige erhvervsliv. Udvikling af partnerskabs- og sponsor-koncepter åbner op for nye forretningsområder og for muligheden for at kapitalisere på de mange værdier, der findes i og omkring musikken.”

KASPER SANDFELDT BJERGBÆK

Sponsorkonsulent i Volcano Management

Gynger og karruseller

FIG.1 Omsætningsudvikling 2006-2010 (mio. kr.)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser omsætningsudviklingen hos medlemmerne af IFPI Danmark i de seneste fem år. Og det er netop i denne periode den digitale udvikling bliver synlig, idet 2006 var det første år, hvor iTunes var i stand til at levere fyldestgørende data til branchens statistik. Den samlede omsætning i figuren er opgjort på basis af månedlige salgsindberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

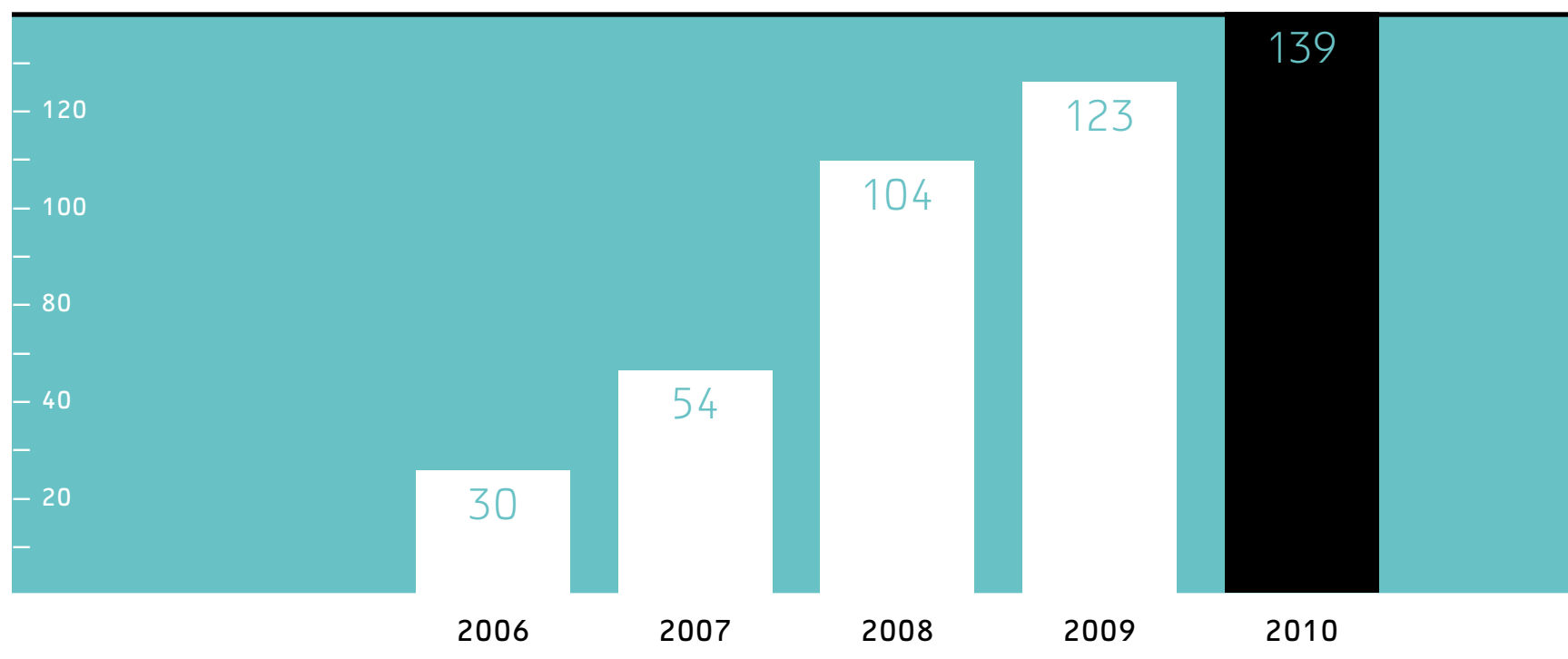
2010 blev ikke året, hvor kurven knækkede, og omsætningen for salg af indspillet musik igen begyndte at stige. Omsætningen for 2010 lå samlet set på 467 mio. kr., og dermed er der tale om et fald på 13 % fra 2009, hvor omsætningen lå på 535 mio. kr.

Denne udvikling er i høj grad en fortælling om et digitalt marked, der ikke endnu har bevist sit fulde potentiale, ligesom det er fortællingen om forbrugernes faldende interesse for cd'er. Og selvom den digitale omsætning næsten er femdoblet siden 2006, fylder den digitale vækst ikke tomrummet ud fra den tidligere indtjening på fysiske musikprodukter.

I 2006 omsatte fysiske produkter for 614 mio. kr., mens omsætningen af fysiske formater i 2010 var 328 mio. kr. Til sammenligning er den digitale omsætning i samme periode steget fra 30 til 139 mio. kr. Og det understreger med al tydelighed den store udfordring, som musikselskaberne står overfor ved indgangen til 2011. For hver krone man i løbet af de sidste fem år har tjent på de digitale gynger, har man tabt tre kroner på de fysiske karruseller, der drejer langsommere og langsommere rundt.

Tættere på den digitale virkelighed

FIG.2 Digital omsætning 2006-2010 (mio. kr.)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser den digitale omsætningsudvikling hos medlemmerne af IFPI Danmark i de seneste fem år. Den samlede digitale omsætning i figuren er opgjort på basis af månedlige salgsindberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

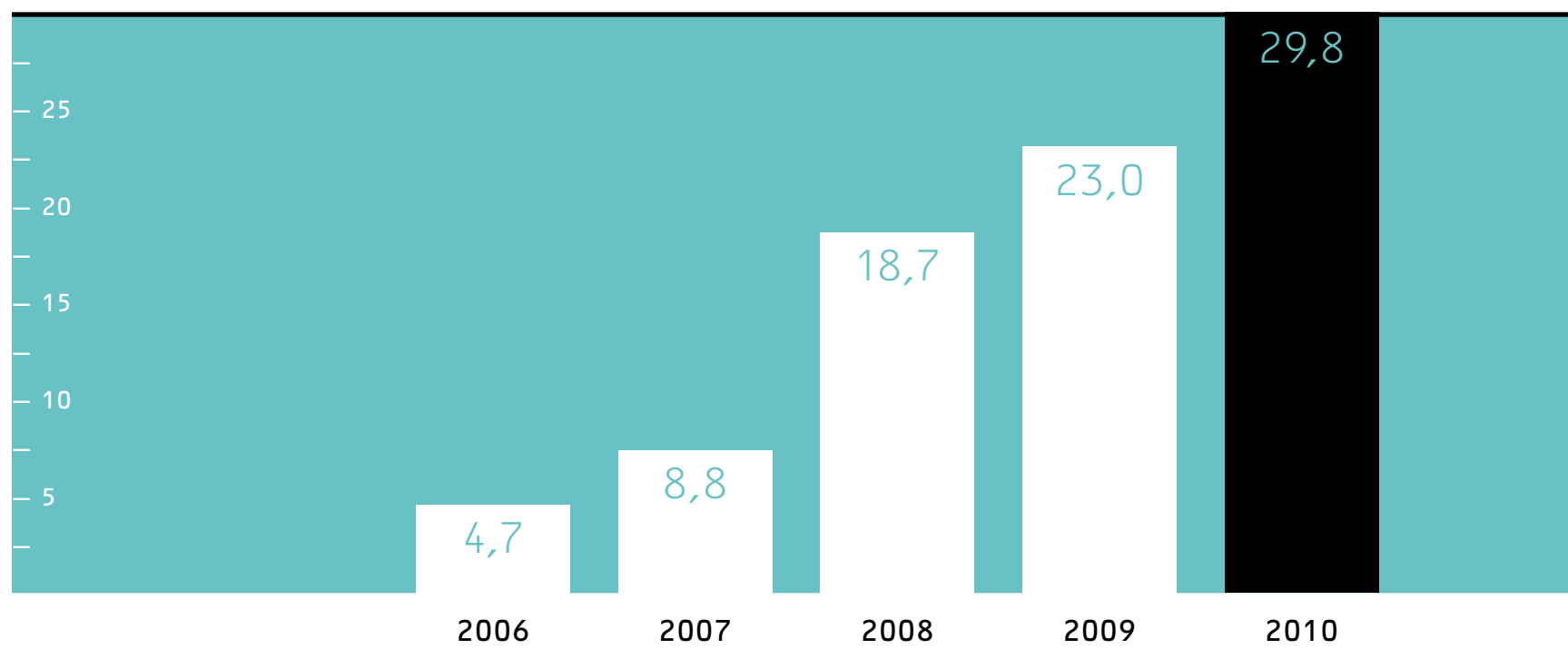
Den digitale omsætning steg fra 2009 til 2010 med 16 mio. kr., hvilket svarer til en vækstrate på 13 %. Isoleret set er vækst naturligvis et positivt fænomen. Men en vækstrate på 13 % står i skærende kontrast til både det samlede europæiske billede og de tidligere digitale vækstrater i Danmark.

På europæisk plan voksede den digitale omsætning i 2010 med 21,6 % (*Record Industry in Numbers*, IFPI 2011), og vender vi blikket

mod Sverige, var den digitale vækst i 2010 på hele 83 % (ifpi.se). Den svage digitale vækst i Danmark kan blandt andet forklares med brugernes manglende adgang til tidssvarende streamingtjenester, som i 2010 for alvor begyndte at få tag i europæiske musikelskere generelt og musikglade svenskere i særdeleshed. I 2010 stod streamingtjenesterne for mere end 20 % af den samlede omsætning i Sverige og udgjorde i alt 66,1 % af den digitale omsætning.

Tættere på den digitale virkelighed

FIG.3 Digital andel af samlet omsætning 2006-2010 (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser den digitale andel af branchens samlede omsætning hos medlemmerne af IFPI Danmark i de seneste fem år. Den samlede omsætning i figuren er opgjort på basis af månedlige salgsindberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

I 2010 var den digitale andel af det samlede marked 6,8 % højere end i 2009. Dermed udgjorde den digitale andel af den samlede omsætning 29,8 % i 2010. Danmark placerer sig således på linje med verdensgennemsnittet, hvor 29 % af musikselskabernes samlede omsætning i det forgangne år stammede fra digitale indtægter (*Record Industry in Numbers*, IFPI 2011).

Nye streamingtjenesters tilbud om ubegrænset adgang til musik, udviklingen af hastige mobile

bredbåndsforbindelser og en eksplosion i udbredelsen af smartphones og tabletcomputere bringer imidlertid håb til markedet. Et marked hvor den digitale andel af omsætningen med stor sandsynlighed vil tage kvantespring de kommende år og forhåbentlig bidrage til at knække den generelt negative omsætningsudvikling.

”Der er ingen tvivl om, at musikbranchen er udsat for nogle ekstremt voldsomme forandringer i disse år. Det gør det endnu mere nødvendigt, at alle aktører i branchen står sammen for at skabe de nye forretningsmodeller, vi alle sammen skal leve af i de kommende år.”

ANDERS LASSEN
Direktør i KODA

FOTO: NICOLAS TOBIAS FØLSGAARD

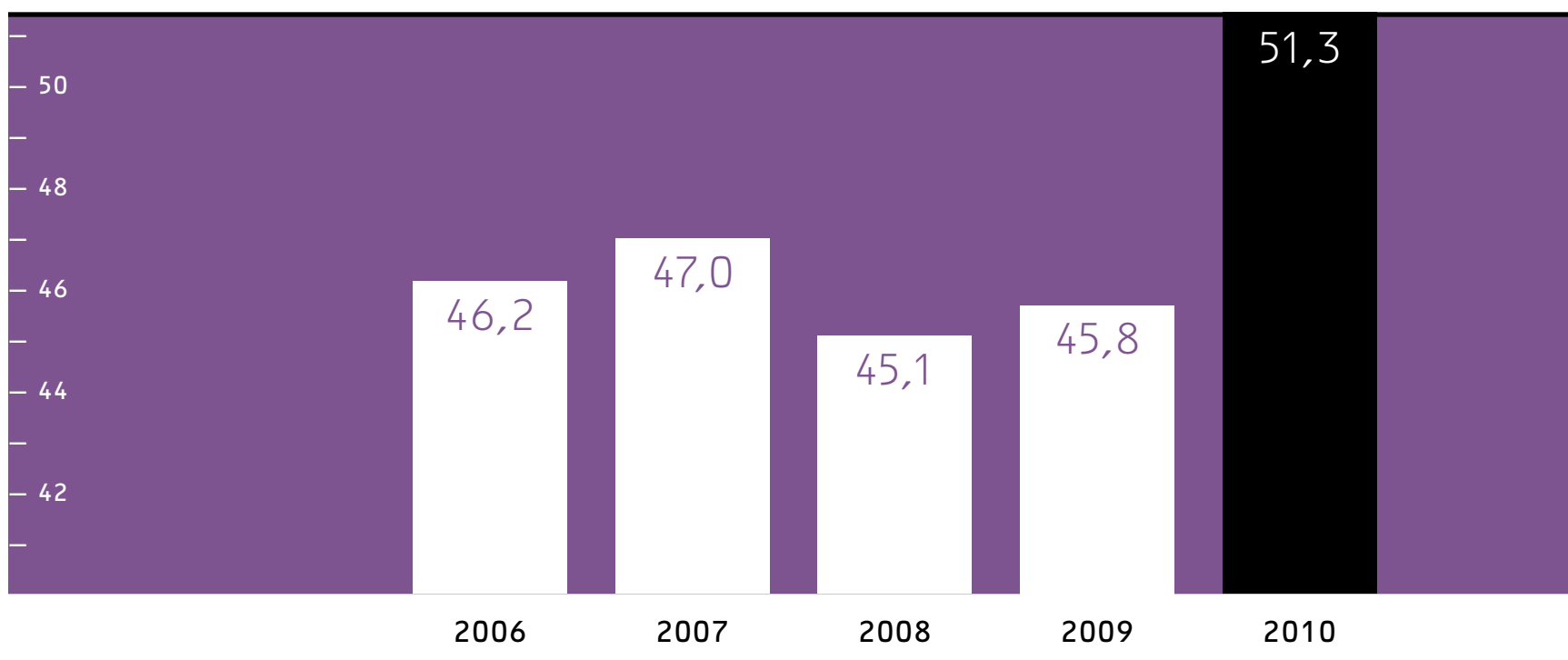
RASMUS

SEEBACH

Rasmus Seebachs debutalbum var årets mest solgte i 2010 og har (indtil videre) opnået en sjælden 9 x platin-certificering. Albummet er udgivet af ArtPeople.

Dansk vokseværk

FIG.4 Dansk andel af totalomsætning 2006-2010 (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figur 4 viser den danske musiks procentuelle andel af den totale omsætning i perioden 2006-2010. Figuren er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

For første gang nogensinde udgjorde salget af dansk musik med 51,3 % over halvdelen af den samlede omsætning for musikselskaberne i 2010. Det er med andre ord en vækstrate på 5,5 % sammenlignet med 2009. På den lange bane kan dansk musiks flotte markedsandel ses i lyset af de blot 30 %, som dansk musik udgjorde af den samlede omsætning omkring årtusindskiftet. Den positive udvikling skyldes ikke mindst kombinationen af et fantastisk vækstlag i dansk musik, men også at musikselskaberne – på trods af økonomisk nedgang – har insisteret på at blive ved med at prioritere udviklingen og udbredelsen af dansk kvalitetsmusik.

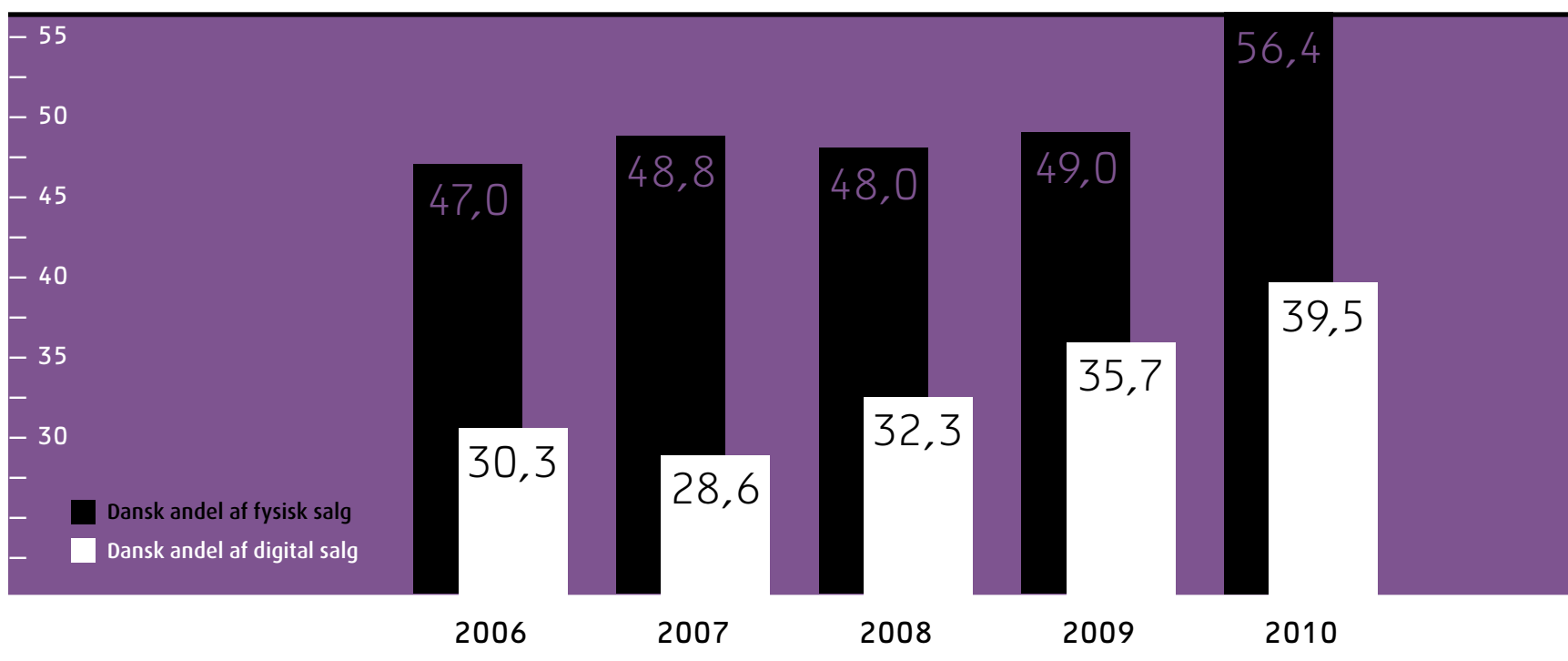
Træerne vokser dog ikke ind i himlen af den grund. Både dansk og internationalt repertoire oplevede i 2010 et fald i omsætningen. I den

forbindelse er det dog bemærkelsesværdigt, at salget af dansk musik – målt i kroner og øre – kun faldt med 2,5 %, mens det internationale repertoire oplevede en nedgang på hele 22,5 %.

Den store mangfoldighed i det nationale udbud gav sig også til kende på de danske hitlister, som gennem året blev domineret af så forskellige artister som Rasmus Seebach, Kim Larsen, Volbeat, Medina og Kashmir. I det samlede billede var 12 ud af de 20 bedst sælgende album i det forgangne år danske, mens 10 ud af de 20 første pladser på Tracklisten blev indtaget af nationale artister. 5 ud af de 10 øverst placerede sange på Tracklisten blev i øvrigt fremført på dansk. Hitlisterne for helåret 2010 kan ses på s. 20, 23 og 24.

Dansk vokseværk

FIG.5 Dansk andel af fysisk og digital omsætning 2006-2010 (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figur 5 viser henholdsvis den danske andel af fysisk og digital omsætning i procent. Figuren er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

Fremgangen for dansk musiks andel af den samlede omsætning kan både iagttages på det digitale og på det fysiske marked. På det digitale marked udgjorde dansk musik 39,5 % af den samlede digitale omsætning, hvilket er en stigning på 3,8 % i forhold til 2009. På det fysiske marked stod salget af dansk musik for hele 56,4 % af omsætningen, hvilket svarer til en stigning på 7,4 %.

Traditionelt set har dansk musik udgjort en større del af det fysiske salg, end den har gjort på det digitale område. Det synes dog at ændre sig i takt med, at det digitale musikforbrug vinder indpas blandt de 'digitalt tillærte' generationer, som tidligere har sværget til det fysiske ejerskab og måske også orienterer sig mere nationalt end de yngre musikforbrugere.

”I 2011 er det blevet klart, at streaming og lignende adgangsbaserede tjenester vil være centralt for branchen og forbrugerne i de kommende år – måske endda det kommende årti?! Det er begyndelsen på en ny tid, hvor branchen skaber en ny relation til forbrugerne og udvikler produkter og forretningsmodeller, der er skræddersyet til den digitale hverdag og de ændrede brancherelationer og pengestrømme. Der er nemlig stadig brug for at udvikle pladebranchens potentiale i forhold til den øgede konkurrence i distribution og salg fra internationale IT-koncerner. Vi kommer jo fra et årti, hvor musik blev et guldæg for Apple, og det er ikke gået ubemærket hen.”

FABIAN HOLT

Lektor i Performance-design ved RUC

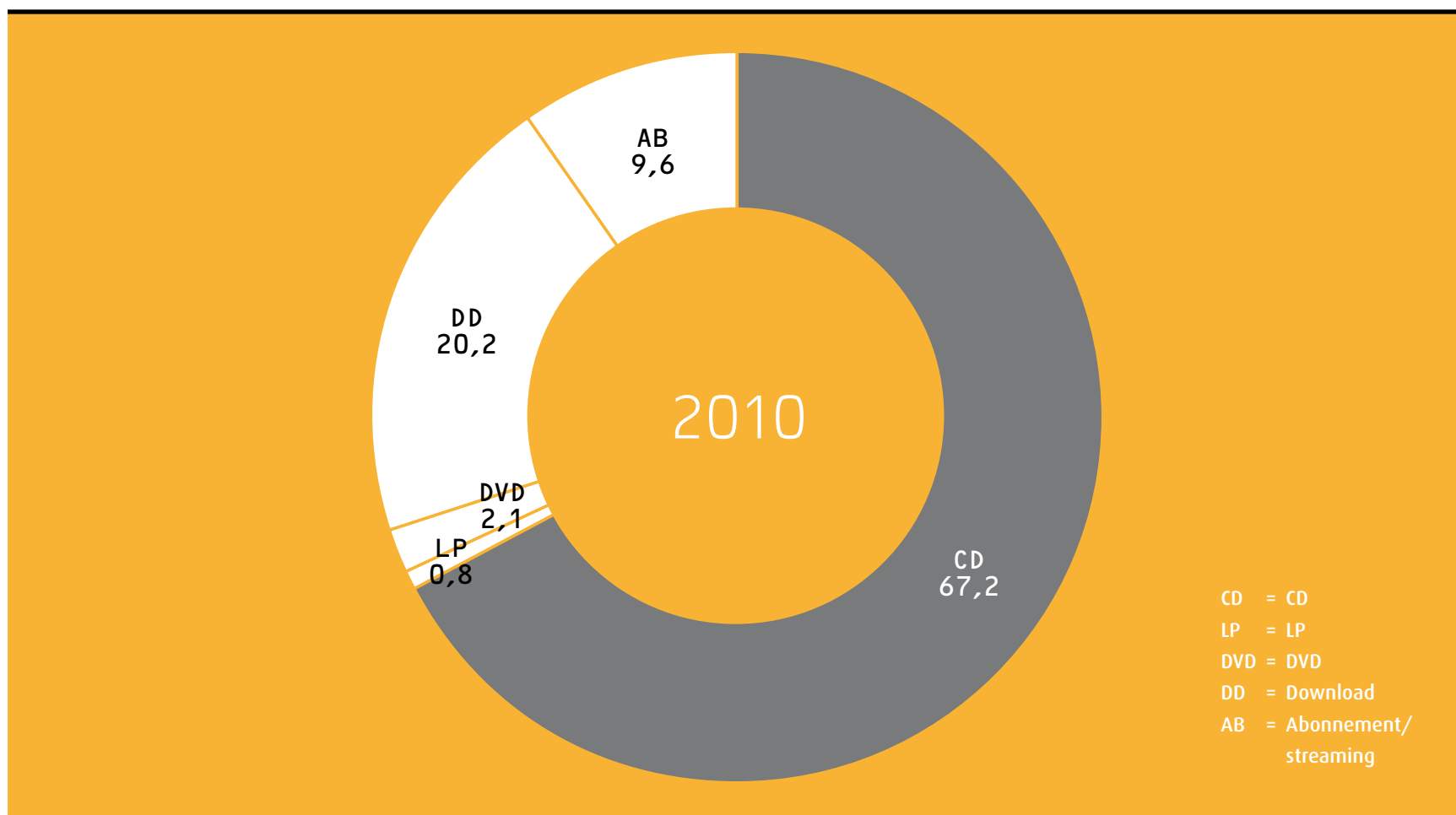
A photograph of Shakira performing on stage. She has long, wavy blonde hair with red highlights and is wearing a black and white patterned halter-neck crop top and a long, patterned skirt. She is holding a microphone in her right hand and has her left hand on her hip. The background is dark with some stage lights.

SHAKIRA

Shakira havde årets bedst sælgende track med den officielle FIFA World Cup 2010 titelsang "Waka Waka (This Time For Afrika)" Feat. Freshly Ground. Titelsangen er udgivet af Sony Music.

Formaternes kamp

FIG.6 Omsætning fordelt på formater



KILDE: IFPI DANMARK

Figur 6 viser den procentuelle fordeling af formater repræsenteret på det danske marked for indspillet musik. Figuren er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

På trods af at cd'en fortsætter sin tur i nedadgående retning, så er den omsætningsmæssigt stadig et bærende produkt i musiksekskabernes portefølje. Cd'en udgør nemlig over 67 % af markedet i Danmark. Derfor er det heller ikke retvisende at erklære cd'en stendød. Udviklingen taler dog sit tydelige sprog. På fire år er markedsandelen for cd'er faldet med 21,2 %, og alene fra 2009 til 2010 er den faldet 7,5 %.

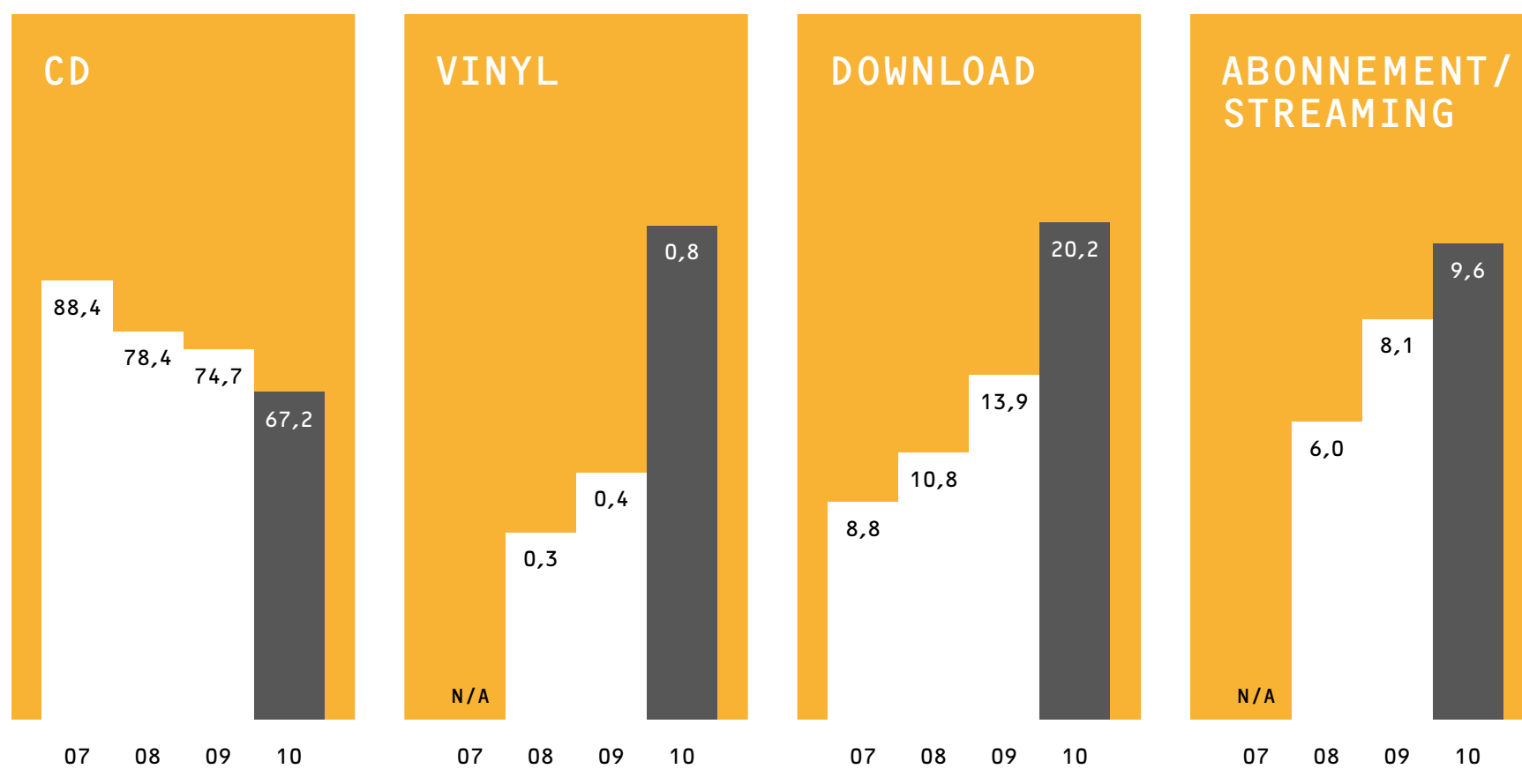
Markedsandelen for downloads – der domineres af tracks og hele albums – fortsætter derimod med at stige og ligger på 20,2 % af det samlede marked i 2010. I det samlede salg af digitale tracks og albums udgør salget af tracks 54,4 %, mens albums står for 45,6 %.

Overordnet kan abonnementsstjenesternes forholdsvist svage andel af det digitale marked

forklares med, at manglende konkurrence på området har gjort det svært for streamingen at nå bredt ud til musikforbrugerne. Nye internationale udbydere og en stigende forbrugerbevidsthed om abonnementstjenesternes fordele skaber imidlertid store forventninger til en kraftig vækst i forbruget af streaming de kommende år.

Vinylskiven fortsætter sit markante opsving og kan i 2010 prale af at have fordoblet sin betydning i det samlede formatregnskab. Det er formentlig ikke lp-formatet, der kommer til at skaffe smør på brødet til hverken musikere eller musikselskaber, men den sorte lak synes at spille en stigende rolle i takt med, at det digitale salg forøges.

FIG.7 Formaternes individuelle udvikling af totalmarkedet (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figur 7 viser den procentuelle udvikling indenfor formaterne cd, vinyl, download og abonnement/streaming. Figurene er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

”Alt tyder på, at det bliver vigtigere for forbrugeren at have adgang til digitalt musikindhold fremfor ejerskab. Derfor vil streamingtjenesterne blive en vigtig del af hverdagen for mange musikelskere i fremtiden.”

ARNBJØRN JOAR STYRKOR MARKLUND
Online Marketing Consultant

FOTO: SIGURD HØYEN

MEDINA

Medinas "Vi To" var årets mest spillede track på dansk radio i 2010 – og samtidig det næstbedst sælgende download track. "Vi To" er udgivet af Labelmade i samarbejde med A:larm Music/MBO.

Mest solgte album

SE HELE TOP 100
PÅ HITLISTEN.NU

ALBUM TOP-20 2010

1

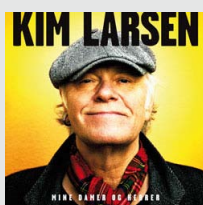


RASMUS SEEBACH RASMUS SEEBACH

ARTPEOPLE



2



KIM LARSEN MINE DAMER OG HERRER

EMI MUSIC



3



MEDINA VELKOMMEN TIL MEDINA

A:LARM MUSIC/LABELMADE/MBO



4	Tina Dickow	Welcome Back Colour	A:LARM MUSIC
5	Thomas Helmig	Past Forward	SONY MUSIC
6	Take That	Progress	UNIVERSAL MUSIC
7	Hansi Hinterseer	The Danish Collection	SONY MUSIC
8	Kashmir	Trespassers	SONY MUSIC
9	Volbeat	Beyond Hell/Above Heaven	EMI MUSIC
10	Lady Gaga	The Fame Monster	UNIVERSAL MUSIC
11	Burhan G	Burhan G	COPENHAGEN RECORDS/MBO
12	Eminem	Recovery	UNIVERSAL MUSIC
13	Michael Jackson	Michael	SONY MUSIC
14	Runrig	50 Great Songs	RE CART/MBO
15	Sissel Kyrkjebø	Til Deg	UNIVERSAL MUSIC
16	AC/DC	Iron Man 2 (Soundtrack)	SONY MUSIC
17	De Eneste To	De Eneste To	SONY MUSIC/COPENHAGEN RECORDS
18	Dalton	Var Her!	RE CART/MBO
19	Dalton	Tyve Ti	RE CART/MBO
20	The Rumour Said Fire	The Life And Death Of A Male Body	A:LARM MUSIC

”En stor del af DI’s næsten 11.000 medlemmer vil kunne bruge musik som et anderledes og slagkraftig værktøj til at markedsføre sig på. Ofte vælger virksomhederne de traditionelle marketingværktøjer som avisannoncer, TV-reklamer, sponsorater osv. Men med musik som markedsføring kan man skille sig ud fra mængden og få sit helt eget brand. Hvem kender ikke Julebryg-reklamen alene på musikken? Derfor har vi en interesse i at bygge bro mellem den traditionelle industri og oplevelses-industrien for derigennem at skabe ny viden og øget vækst.”

JOHN R. KRISTENSEN
Chefkonsulent i DI ITEK



DE ENESTE TO

De Eneste To er ikke blot et spektakulært kunstnerisk samarbejde mellem to af Danmarks helt store sangskrivere. Duoens debutalbum er samtidig resultatet af et tæt samarbejde mellem Sony Music, hvor Peter Sommer normalt slår sine solistiske folder og Copenhagen Records, der er hjemsted for Simon Kvamm og resten af Nephew.

Mest solgte track

SE HELE TOP 100
PÅ HITLISTEN.NU

TRACK TOP-20 2010

1



Shakira Feat. Freshly Ground Waka Waka (This Time For Africa)

SONY MUSIC



2



Medina Vi To

A:LARM MUSIC/LABELMADE/MBO



3



Clara Sofie & Rune RK Når Tiden Går Baglæns

NIGHTOLOGY RECORDS



4	Stromae	Alors On Danse	UNIVERSAL MUSIC
5	Yolanda Be Cool & Dcup	We No Speak Americano	SONY MUSIC
6	Burhan G Feat. Medina	Mest Ondt	COPENHAGEN RECORDS/MBO
7	Eminem Feat. Rihanna	Love The Way You Lie	UNIVERSAL MUSIC
8	Rasmus Seebach	Lidt I Fem	ARTPEOPLE
9	Kato Feat. U\$O & Johnson	Hey Shorty (Yeah Yeah Pt. 2)	SONY MUSIC/DISCO:WAX
10	Edward Maya Feat Vika Jigulina	Stereo Love	SONY MUSIC
11	Medina	Ensom	A:LARM MUSIC/LABELMADE/MBO
12	Kato Feat. Jon	Turn The Lights Off	SONY MUSIC/DISCO:WAX
13	Cheryl Cole	Fight For This Love	UNIVERSAL MUSIC
14	Burhan G Feat. Nik & Jay	Tættere På Himlen	COPENHAGEN RECORDS/MBO
15	Rihanna	Only Girl (In The World)	UNIVERSAL MUSIC
16	Nephew Feat. Landsholdet	The Danish Way To Rock	COPENHAGEN RECORDS/MBO
17	Erik Hassle	Hurtful	UNIVERSAL MUSIC
18	M. Hampenberg, A. Brown + Yepha	Skub Til Taget	SONY MUSIC/DISCO:WAX
19	Lady Gaga	Alejandro	UNIVERSAL MUSIC
20	Robyn	Dancing On My Own	EMI MUSIC

Mest spillede i radioen

AIRPLAY TOP-20 2010

1



Medina
Vi To

A:LARM MUSIC/LABELMADE/MBO



2



Adam Lambert
Whataya Want From Me

SONY MUSIC



3



Train
Hey Soul Sister

SONY MUSIC

4 **Burhan G Feat. Medina**

Mest Ondt

COPENHAGEN RECORDS/MBO

5 **Alphabeat**

DJ

COPENHAGEN RECORDS/MBO

6 **Lady Gaga**

Alejandro

UNIVERSAL MUSIC

7 **Cheryl Cole**

Fight For This Love

UNIVERSAL MUSIC

8 **Owl City**

Fireflies

UNIVERSAL MUSIC

9 **Erik Hassle**

Hurtful

UNIVERSAL MUSIC

10 **Owl City**

Vanilla Twilight

UNIVERSAL MUSIC

11 **Rasmus Seebach**

Lidt I Fem

ARTPEOPLE

12 **Snow Patrol**

Just Say Yes

UNIVERSAL MUSIC

13 **Robyn**

Dancing On My Own

EMI MUSIC

14 **Katy Perry**

California Gurls

EMI MUSIC

15 **Alicia Keys**

Try Sleeping With A Broken Heart

SONY MUSIC

16 **Mads Langer**

You're Not Alone

COPENHAGEN RECORDS/MBO

17 **Infernal**

Love Is All

WARNER MUSIC

18 **Erik Hassle**

Don't Bring Flowers

UNIVERSAL MUSIC

19 **Robbie Williams**

You Know Me

EMI MUSIC

20 **Lady Gaga Feat. Beyonce**

Telephone

UNIVERSAL MUSIC

”Musik har et stort uudnyttet potentiale som kommerciel platform. Interessen for samarbejder er stigende fra både musikbranchens og erhvervslivets side, og vi ved fra vores undersøgelse, at musik betyder meget for langt de fleste danskere. Udfordringen bliver nu at skabe partnerskaber og projekter, der rent faktisk bidrager med relevant værdi for musikforbrugerne. Det kræver indsigt i forbrugeren, i musikbranchen og i erhvervslivets behov samt evnen til at omdanne den indsigt til vedkommende koncepter, kommunikation og services.”

KATJA MOESGAARD
Chief Client Officer i MEC

DANISH MUSIC AWARDS 2010



ÅRETS DANSKE ALBUM:

Medina "Velkommen Til Medina"

A:larm Music/Labelmade/MBO

ÅRETS DANSKE GRUPPE:

Alphabeat "The Spell"

Copenhagen Records/MBO

ÅRETS DANSKE

KVINDELIGE KUNSTNER:

Medina "Velkommen Til Medina"

A:larm Music/Labelmade/MBO

ÅRETS DANSKE

MANDLIGE KUNSTNER:

Rasmus Seebach "Rasmus Seebach"

ArtPeople

ÅRETS NYE DANSKE NAVN:

Medina "Velkommen Til Medina"

A:larm Music/Labelmade/MBO

ÅRETS DANSKE SANGSKRIVER:

Medina & Providers for
Medina "Velkommen Til Medina"

A:larm Music/Labelmade/MBO

ÅRETS DANSKE PRODUCER:

Providers for
Medina "Velkommen Til Medina"

A:larm Music/Labelmade/MBO

ÅRETS DANSKE HIT:

Medina "Vi To"

A:larm Music/Labelmade/MBO

ÅRETS UDENLANDSKE HIT:

Stromae "Alors On Danse"

Universal Music

ÅRETS UDENLANDSKE ALBUM:

Robyn "Body Talk Pt. 1"

EMI Music

ÅRETS DANSKE JAZZUDGIVELSE:

Jakob Bro "Balledeering"

Lovlands Records

ÅRETS DANSKE VOKALJAZZ

UDGIVELSE:

Sinne Eeg "Don't Be So Blue"

Red Dot Music

ÅRETS NYE DANSKE JAZZNAVN:

August Rosenbaum "Beholder"

Gateway

ÅRETS DANSKE CROSSOVER

JAZZ UDGIVELSE:

Girls In Airports "Girls In Airports"

Gateway

ÅRETS DANSKE FOLK ALBUM:

Falgren Busk Duo "Duet"

GO' Danish Folk Music

ÅRETS NYE DANSKE FOLK NAVN:

Falgren Busk Duo

GO' Danish Folk Music

ÅRETS DANSKE FOLK MUSIKER/

VOKALIST:

Nikolaj Busk

GO' Danish Folk Music

ÅRETS DANSKE FOLK KOMPONIST:

Bjarke Falgren "Falgren Busk Duo"

GO' Danish Folk Music

ÅRETS DANSKE WORLD ALBUM:

Afenginn "Bastard Etno"

Westpark Music

ÅRETS DANSKE WORLD TRACK:

Fatma Zidan "Ana Kol"

Gateway Music

ÅRETS INITIATIV:

Rap Akademiet

IFPI'S ÆRESPRIS:

Cæcilie Norby

CÆCILIE

NORBY

Cæcilie Norby modtog IFPI's ærespris ved
Danish Music Awards 2010.

IFPI er musikselskabernes brancheorganisation

Vores fornemmeste opgave er at sikre de bedst mulige forretningsvilkår for danske musikselskaber.

Derfor afsøger vi nye muligheder for kommerciel udnyttelse af musik. Det gør vi ved både at fjerne barrierer for den digitale udvikling og tage hånd om musikselskabernes rettigheder. Og vi gør det ved at synliggøre den kulturelle og kommercielle værdi, som musikken bidrager til i vores samfund.

Musikselskaberne spiller en afgørende rolle i udviklingen og synliggørelsen af nye talenter. Vi arbejder derfor for, at musikselskaberne også fremadrettet har ressourcerne til at sikre udviklingen af spændende musiknavne, der kan bidrage til et levende kulturliv i morgendagens Danmark.

Mulighederne for at investere tilstrækkeligt i nyt talent er imidlertid under pres, fordi branchens omsætning i en årrække har været nedadgående. Det skyldes både teknologiske kvantespring, ændrede forbrugsmønstre og et stigende udbud af underholdningsprodukter. Men det skyldes også den omfattende ulovlige kopiering, der fortsat finder sted på nettet.

I IFPI mener vi, at den bedste måde at minimere ulovlig kopiering på er at kæmpe for, at forbrugerne har optimale muligheder for at tilegne sig musik ad kanaler, der både er tidsvarende og lovlige. Det betyder, at vi arbejder fokuseret på at bidrage positivt til etableringen af nye digitale tjenester og andre tiltag, der kommer både musikselskaber, musikere og forbrugere til gode.

Vores sekretariat holder til på Højbro Plads i hjertet af København. Her er vi et lille hold – af både kommunikatører, jurister og andre – der i et tværfagligt og uhøjtideligt miljø arbejder for vores medlemmers vilkår. IFPI Danmark er en del af IFPI International, som på verdensplan repræsenterer mere end 1500 producenter og distributører fordelt på 76 lande. IFPI's internationale sekretariat ligger i London.

IFPI Danmarks medlemskreds er sammensat af musikselskaber, som bidrager til produktion og distribution af musik i Danmark. Omsætningen hos IFPI Danmarks medlemmer udgør tilsammen ca. 95 % af den samlede omsætning fra salg af musikudgivelser i Danmark (inkl. Grønland og Færøerne).

Læs mere om IFPI på www.ifpi.dk
Kontakt IFPI på info@ifpi.dk

IFPI Danmarks medlemmer

Art Management

✉ umj@artmanagement.dk
 🌐 <http://www.artmanagement.dk>

ArtPeople

✉ info@artpeople.dk
 🌐 <http://www.artpeople.dk>

Black Pelican Entertainment

✉ info@blackpelican.dk
 🌐 <http://www.blackpelican.dk>

Border Breakers

✉ michael@borderbreakers.com
 🌐 <http://www.borderbreakers.com>

COPE Records

✉ info@coperecords.com
 🌐 <http://www.coperecords.com>

Cosmos Music A/S

✉ info.dk@cosmosmusicgroup.com
 🌐 <http://www.cosmosmusicgroup.com>

Crunchy Frog

✉ info@crunchy.dk
 🌐 <http://blog.crunchy.dk/>

Dacapo Records

✉ henrik.rordam@dacapo-records.dk
 🌐 <http://www.dacapo-records.dk/>

Discart ApS

✉ ds@discart.dk
 🌐 <http://www.discart.dk>

disco:wax ApS

✉ info@discowax.com
 🌐 <http://www.discowax.com/>

EMI Music Denmark

✉ info@emi.dk
 🌐 <http://www.emi.dk>

Exlibris/Storyville

✉ mg@storyville-records.com
 🌐 <http://www.exlibris.dk>

Forlaget GUF

✉ guf@post5.tele.dk
 🌐 <http://www.guf.biz>

Labelmade Records ApS

✉ rasmus@providersmusic.dk
 🌐 <http://www.labelmade.dk>

Lifted House ApS

✉ c.rosen@liftedhouse.com
 🌐 <http://www.liftedhouse.com>

MBO A/S

✉ info@mbogroup.dk
 🌐 <http://www.mbogroup.dk>

Music For Dreams

✉ musicfordreams@vme-group.com
 🌐 <http://www.musicfordreams.net/>

Naxos Denmark/Olga Musik ApS

✉ info@naxos.dk
 🌐 <http://www.olgamusik.dk>

OH Musik

✉ oh@ohmusik.dk
 🌐 <http://www.ohmusik.dk>

Olufsen Records/Classico

🌐 <http://www.classicorecords.dk>

Panamericana Recordings

✉ p.skovsted@panamericana.dk

Playground Music Denmark

✉ info@playgroundmusic.dk
 🌐 <http://www.playgroundmusic.dk>

Rigel ApS

✉ info@hithouse-production.dk

Sony Music

✉ info@sonymusic.dk
 🌐 <http://www.sonymusic.dk>

SteepleChase Productions

✉ webmaster@steeplechase.dk
 🌐 <http://www.steeplechase.dk>

Sundance Music

✉ sundance@sundance.dk
 🌐 <http://www.sundance.dk>

Target Distribution ApS

✉ Michael@targetdistribution.dk
 🌐 <http://www.targetdistribution.dk>

Tigerspring

✉ info@tigerspring.net
 🌐 <http://www.tigerspring.net>

Tutl

✉ tutl@post.olivant.fo
 🌐 <http://www.tutl.com>

Universal Music A/S

✉ frontdesk@umusic.com
 🌐 <http://www.universal.dk>

Voices Music & Entertainment

✉ vme@vme-group.com
 🌐 <http://www.vme-group.com>

Warner Music Denmark

✉ kontakt@warnermusic.com
 🌐 <http://www.warnermusic.dk>

Vidste du at...

... 161 mio. betalende musikelskere ifølge en international undersøgelse forventes at bruge streamingtjenester i 2016.

(ABI Research 2011)

... musikselskaberne på globalt plan bruger 16 % af omsætningen på talentudvikling. Det er lidt mere end medicinalindustrien bruger på udvikling – og over dobbelt så meget som eksempelvis software & computer services.

(Investing in Music, IFPI/Worldwide Independent Music 2010)

... danskerne i snit er villige til at betale 74 kr. pr. måned for ubegrænset adgang til musikken.

(Greens Analyseinstitut, Børsen 2011)

... 76 % af danskere mellem 12-70 år lytter til musik mere end en time daglig.

(MEC Access 2010)

... det digitale salg på globalt plan udgør ca. 29 % af omsætningen for indspillet musik. Til sammenligning er det henholdsvis 1 og 2 % i film- og forlagsindustrien.

(Recording Industry in Numbers, IFPI 2011)

... hver tredje nordmand streamer musik, og at 54 % af dem, der tidligere hentede musik ulovligt på nettet helt, er stoppet efter at have fået en streamingtjeneste.

(Norstat på vegne av Aspiro Music 2010).

... 70 % af de norske musikelskere, der i en gratis prøveperiode har oplevet streamingtjenesten WiMP, ender med at købe et abonnement.

(Digital Music Report, IFPI 2011).

... musikselskaberne i Danmark tilsammen årligt omsætter for mindre end det jyske familiefirma, der står bag Skumbananer og P-tærter. (henholdsvis 535 mio. kr. og 604 mio. kr. i 2009).

(Pladebranchen.09, IFPI 2010/Erhvervsbladet april 2009).

*Del Musikselvskaber 2010 – tal og
perspektiver med dine venner*

