



ifpi

MUSIK-

SELSKABER

2014

tal og perspektiver

FOTO: SOPHIE BECH

FORORD



For få år siden var et musikmarked præget af vækst og optimisme en fjern drøm. I dag er det en realitet. For andet år i træk oplever vi nemlig en samlet vækst for salg af indspillet musik i Danmark. En kærkommen udvikling som vi ikke tidligere har oplevet på denne side af årtusindeskiftet.

Væksten skyldes entydigt danskernes brug af streamingtjenester, som også i 2014 fortsatte med at vokse. Omsætningen fra streaming steg i det forgangne år med 50,5 % sammenlignet med 2013. Det betyder, at det samlede digitale salg nu står for rekordhøje 74,3 % af omsætningen.

Den positive udvikling med streaming skaber selvfølgelig også nye udfordringer. Vi behandler langt større datastrømme, end vi tidligere har været vant til. Indtægterne deles mellem flere aktører end tidligere, fordi danskerne hører meget mere forskelligt musik via streamingtjenesterne. Og investeringerne i musik kommer i dag tilbage til os over længere tid, fordi vi modtager betaling for musikken drypvist i takt med, at forbrugerne aktivt vælger musikken til på tjenesterne. Det giver alt sammen god mening. Men det bevirker også, at vi skal tænke skarpere, løbe stærkere og være mere åbne over for nye muligheder på musikselskaberne.

I dag er musikselskaberne dog dynamiske og omstillingsparate virksomheder, som ikke kun orienterer sig mod salg af streams, cd'er og downloads til de danske forbrugere. Derfor har vi som noget nyt valgt at dokumentere og offentliggøre musikselskabernes indtægter fra andre forretningsområder som eksempelvis kommercielle partnerskaber, koncertvirksomhed og salg af merchandise. Det er vigtige indtægtskilder, som også er et resultat af musikselskabernes langsigtede arbejde med artisterne og deres musik.

Omsætningen fra de øvrige indtægtsområder er et nyt initiativ og offentliggøres derfor særskilt i denne publikation.

Jeg håber, at 'Musikselskaber 2014' kan være med til at kvalificere debatten om branchens vilkår og trivsel.

Henrik Daldorph
Bestyrelsesformand, IFPI
Februar 2015

Hvad er *Musikskaber 2014* – *tal og perspektiver*?

Musikskaber 2014 – tal og perspektiver er en samlet opgørelse over udviklingen blandt danske musikskaber, der er medlem af brancheorganisationen IFPI Danmark. Medlemmerne tegner sig for omkring 95 % af det samlede marked for salg og distribution af indspillet musik (inkl. Grønland og Færøerne).

Musikskaber 2014 – 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. Såfremt enkelte mindre skaber i den forbindelse ikke endnu har indleveret markedsinformation ved publikationens deadline, overføres sådanne data til det efterfølgende år.

Dette metodiske greb anvendes fortløbende og udelukkende på mindre beløb. Derfor ændrer det ikke det samlede billede for helåret.

Publikationen baserer sig på musikskabernes nettoomsætning og sætter dermed fokus på musikskabernes økonomiske trivsel og udvikling på brancheniveau. Publikationen skal således ikke læses som en bruttoopgørelse af musikkens samlede værdi i samfundet.

Musikskaber 2014 - tal og perspektiver

Statistiske oplysninger kan citeres frit mod behørig kildeangivelse.

Ansvarshavende redaktør: Lasse Lindholm

Tekst og redaktion:
Pernille Møller Poulsen
Anders Erikstrup
Jakob Plesner Mathiasen
Lasse Lindholm

Supplerende input:
Michael Heitmann (M&I Service)

Design: Henrik Siegel

Fotos: Fotomaterialet er venligst stillet til rådighed af kunstnere og musikskaber. De pågældende fotografier er krediteret i overensstemmelse med det overfor redaktionen oplyste. Kopiering er ikke tilladt.
Forside: MØ
Foto: Thomas Skou

Musikskaber 2014 - tal og perspektiver er optimeret til læsning via iBooks på iPad

[Download PDF](#)



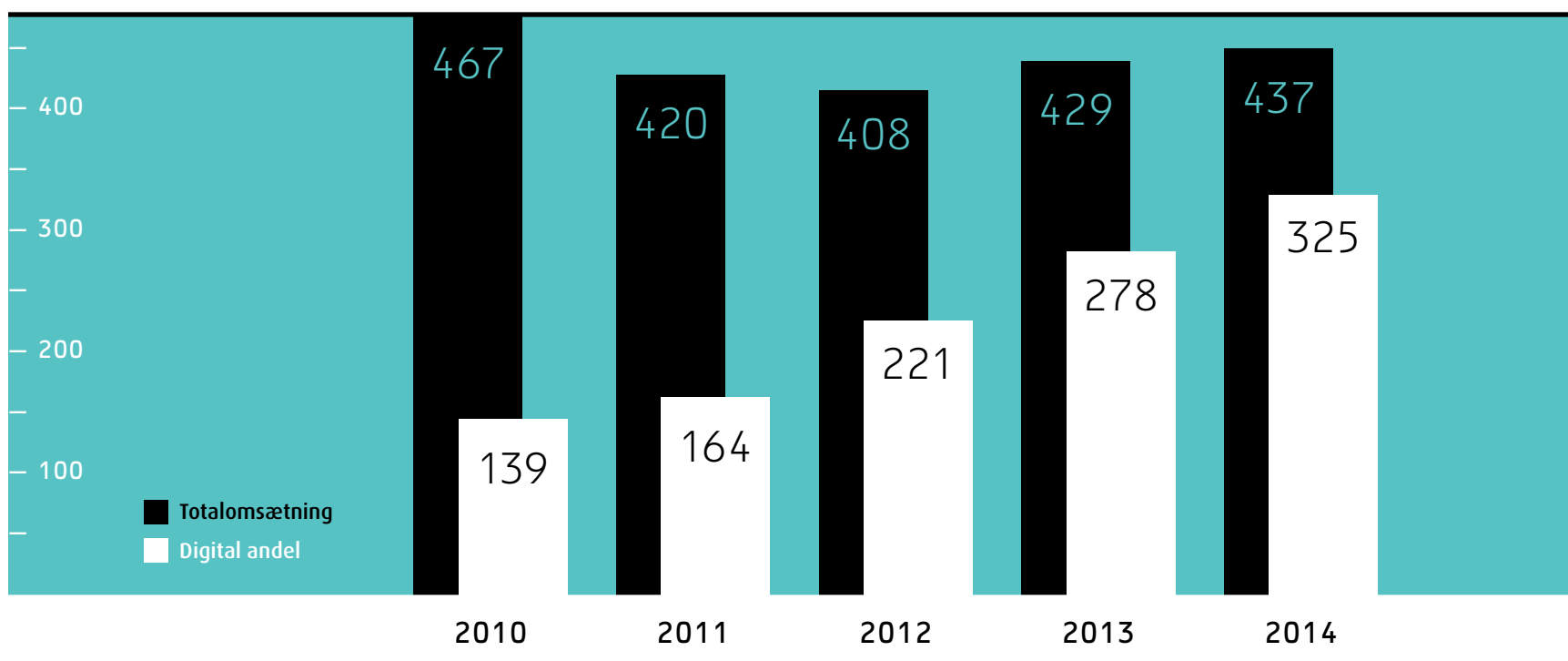
FOTO: UNIVERSAL MUSIC

INDHOLD

Stærkeste år siden 2010	s. 5
En ny digital dagsorden	s. 6
Streaming og de andre formater	s. 8
Dansk og international musik	s. 11
Musiksekskaberne går nye veje	s. 13
Musik gavner samfundet - også økonomisk	s. 16
Fakta om streaming	s. 18
Artister om streaming	s. 21
Track Top-20 2014	s. 23
Album Top-20 2014	s. 24
Danish Music Awards 2014	s. 25
Om IFPI	s. 27
IFPI's medlemmer	s. 28

Stærkeste år siden 2010

FIG.1 Omsætningsudvikling 2010-2014 (mio. kr.)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser omsætningsudviklingen 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 2014 lå musikselskabernes omsætning på 437 mio. kr. Dermed er der både tale om en vækst på 1,8 % i forhold til 2013 og den flotteste omsætning siden 2010.

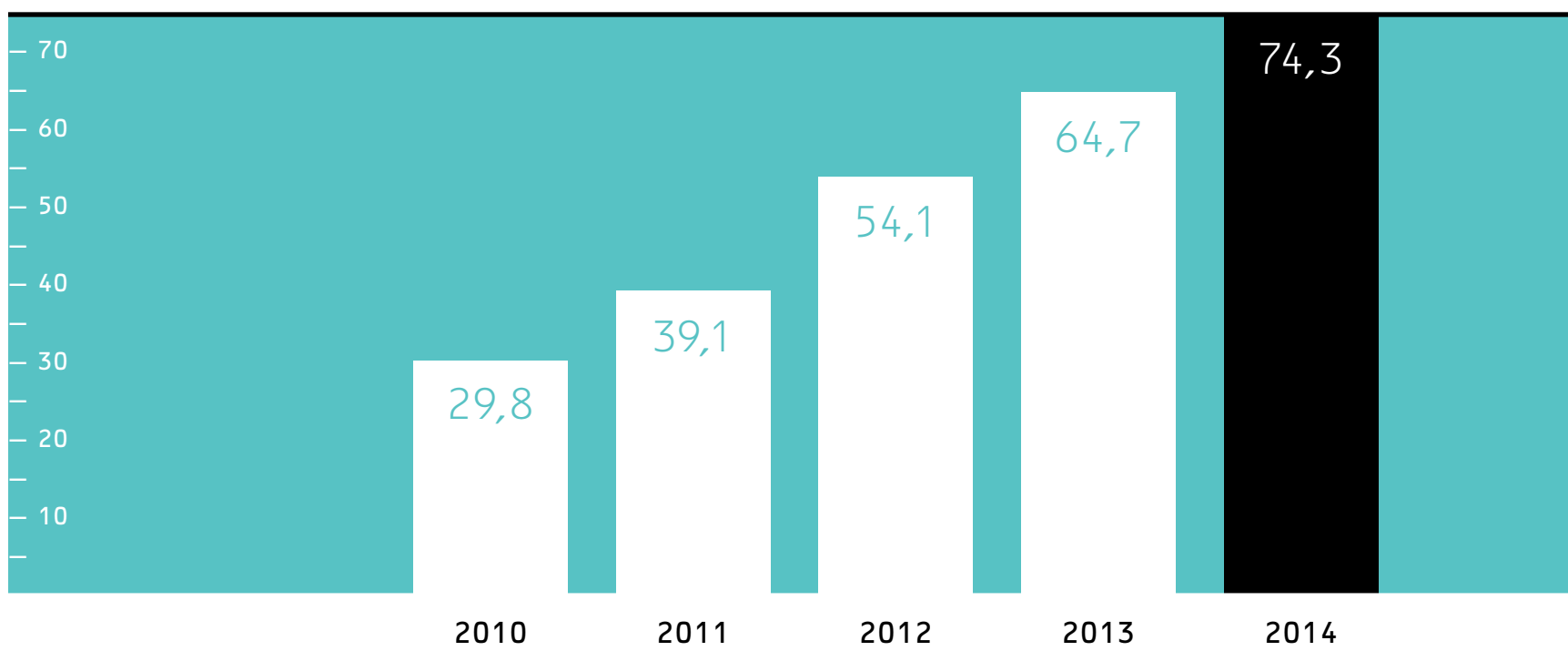
Når man dykker ned i tallene, understreger væksten med tydelighed, at branchens satsning på streaming har været den rigtige vej at gå. Med en nedgang i cd-salget på 26,7 % og en nedgang i salget af downloads på 36,1 % har det nemlig ikke været skrevet i sten, at 2014 skulle fortsætte den stigende omsætningskurve fra 2013. At det alligevel er tilfældet, skyldes musikselskabernes indtægter fra streamingtjenesterne, som er vokset med hele 50,5 % i det forgangne år. Dermed kompenserer danskernes brug af streamingtjenester ikke blot for det faldende salg af cd'er og downloads. Den skaber også en fortsat vækst i markedet.

Udviklingen har også betydning for omsætningskurven i løbet af året, hvor november og december traditionelt har været vigtige måneder for musikselskaberne. Cd'en har været en oplagt gaveidé i julehandlen, og det har bidraget mærkbart på den samlede årsomsætning. Ingen musikprodukter har endnu erstattet cd'en som den oplagte julegaveide, og julesalget betyder derfor ikke lige så meget for den samlede årsomsætning som tidligere. Til gengæld har musikselskaberne via streamingabonnementer mere stabile indtægter gennem alle årets 12 måneder.

I 2006 stod omsætningen i november og december for hele 31,7 % af musikselskabernes årlige omsætning. I 2010 var det tilsvarende tal 30,5 %, mens november og december 2014 kun stod for 23,5 % af årets samlede omsætning.

En ny digital dagsorden

FIG.2 Digital andel af samlet omsætning 2010-2014 (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.

Det digitale marked står stærkere end nogensinde. I 2014 stod de digitale indtægter nemlig for hele 74,3 % af det samlede marked. Omsætningen for digitalt salg af musik er således steget med 134 % siden 2010.

Dermed ligner den stigende digitalisering af musikbranchen ikke en blomst, der ser ud til at visne foreløbig. Fra 2013 til 2014 voksede den digitale omsætning nemlig fra 278 mio. kr. til 325 mio. kr.

Den positive digitale udvikling kommer udelukkende fra streamingtjenester som Spotify, Play, WiMP og Deezer. Indtægterne fra streamingtjenester voksede alene fra 2013 til 2014 med hele 50,5 % til 256 mio. kr. En imponerende procentuel stigning, når man tager højde for, at streaming allerede i 2013 udgjorde 39,6 % af musikselskabernes omsætning fra salg af musik.

Når den samlede digitale vækst alligevel kan synes moderat, skyldes det, at 2014 blev året, hvor mange danske forbrugere skiftede musikkøb på download-portalerne ud med streamingabonnementer. Med en omsætning på 69 mio. kr. i 2014, lå indtjeningen langt fra de 108 mio. kr. man fik ind på salg af album og tracks via download i 2013.

Indtægter fra download faldt således med 36,1 % fra 2013 til 2014. Salget af album downloads faldt med 24,9 % fra 35 mio. kr. til 26 mio. kr., mens salget af track downloads med en nedgang på 52,7 % fra 67 mio. kr. til 32 mio. kr. blev mere end halveret.

Med streamingtjenesterne som solide piller i den digitale brobygning til forbrugerne landede musikselskaberne dog alligevel en samlet digital vækst på 16,9 %.

FOTO: RASMUS WENG KARLSEN

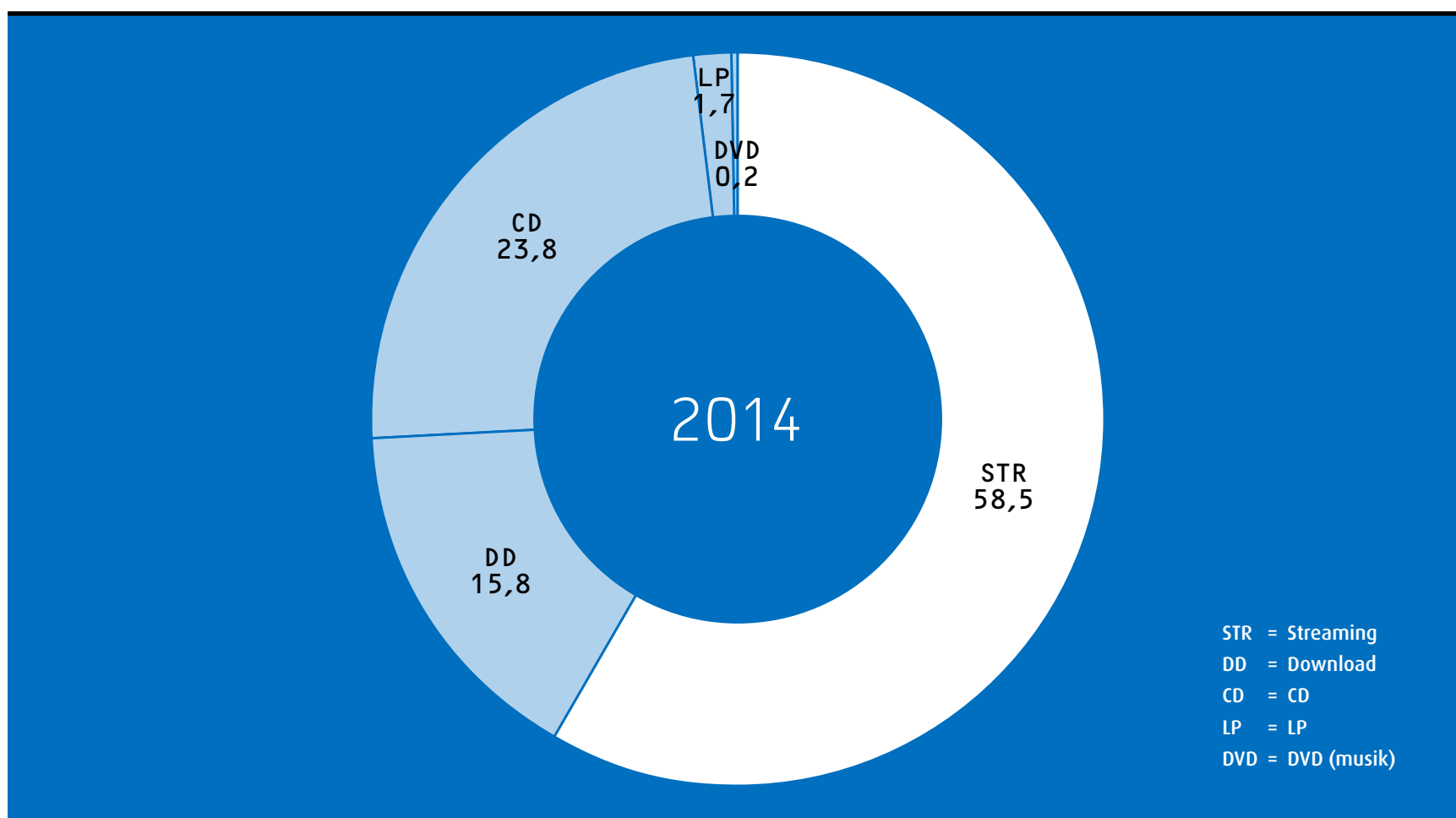
RAPMUSIKKENS SKÆVE STEMME

S!VAS

29-årige Sivas Torbati kommer fra Brøndby Strand. Et område på den københavnske vestegn som også har fostret stjerner som Burhan G og Outlandish. I kølvandet på debut-ep'en *d.a.u.d.a* fra september 2013 brugte S!vas 2014 på at cementere sin position som en af Danmarks mest unikke artister. Ved DMA 2014 erobrede S!vas en statuette for Årets Danske Urbanudgivelse, inden han sammen med Ukendt Kunstner indtog scenen i et fyldt Forum.

Streaming og de andre formater

FIG.3 Omsætning fordelt på formater (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren 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.

Forrige år stod streaming for 39,6 % af den samlede omsætning fra traditionelt salg af indspillet musik. I 2014 stod streaming for hele 58,5 % samtidig med, at det samlede marked for salg af musik voksede. Det siger noget om streamings popularitet blandt danske forbrugere i disse år, men det understreger også, at andre formater mere end nogensinde før er under pres.

Som det tydeligt fremgår af figur 3 og 4 fremstår både cd-salget og download-salget som svage ekkoer af deres storhedstid. I 2014 stod cd-salget

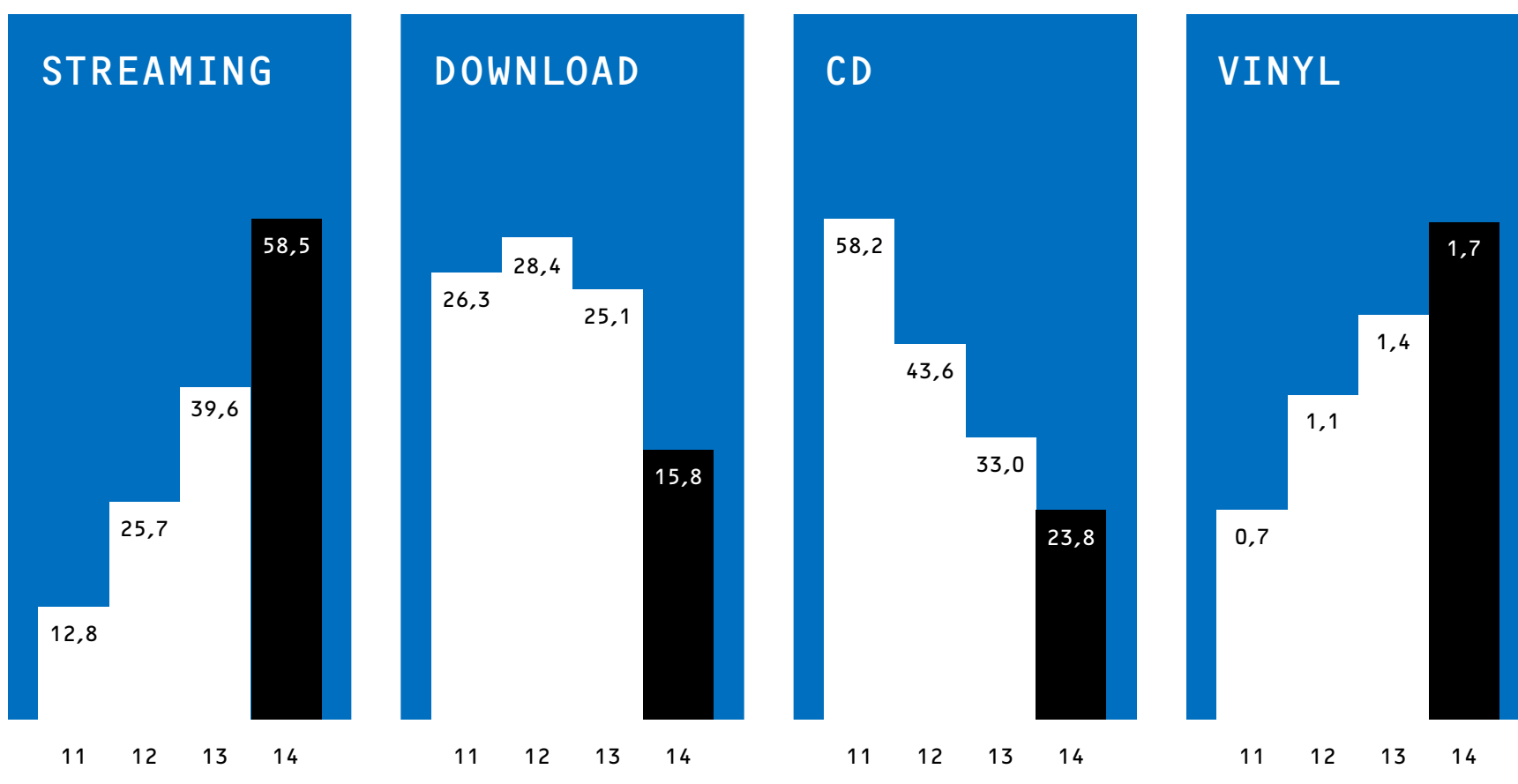
for blot 23,8 % af den samlede omsætning mod 33 % i 2013. Den lille blanke sølvskives markedsandel er mere end halveret over de sidste tre år.

Hvor cd'ens gradvise udfasning i markedet næppe kan komme bag på nogen, er download-formatets tab af terræn mere markant og pludseligt. I 2014 stod download for blot 15,8 % af det samlede marked mod 25,1 % i 2013, og man skal tilbage til 2009 for procentuelt at se downloadformatet fylde mindre i det samlede landskab.

På de opadgående kurver har streaming igen fået følgeskab af vinylsalget, som i 2014 landede på 7,6 mio. kr. Det er en vækst på hele 27,9 % sammenlignet med 2013. Dermed udgjorde vinylsalget i 2014 1,7 % af den samlede omsætning mod 1,4 % i 2013. Vinylen er stadig en marginal indtægtskilde på brancheniveau, men dens andel af det samlede fysiske salg er mere end femdoblet siden 2011. En forøgelse der selvfølgelig både skyldes vinylens opblomstring og cd-salgets udfasning.

Den overordnede konklusion for 2014 er forholdsvis entydig. Streaming af musik er uden sammenligning danskernes foretrukne format, og udbredelsen har været hastig. Således er den årlige omsætning fra streaming næsten fem gange større nu, end den var i 2011, hvor den i øvrigt blot udgjorde 12,8 % af det samlede marked.

FIG.4 Formaternes individuelle udvikling af totalmarkedet (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren 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.

SAMMEN OG HVER FOR SIG

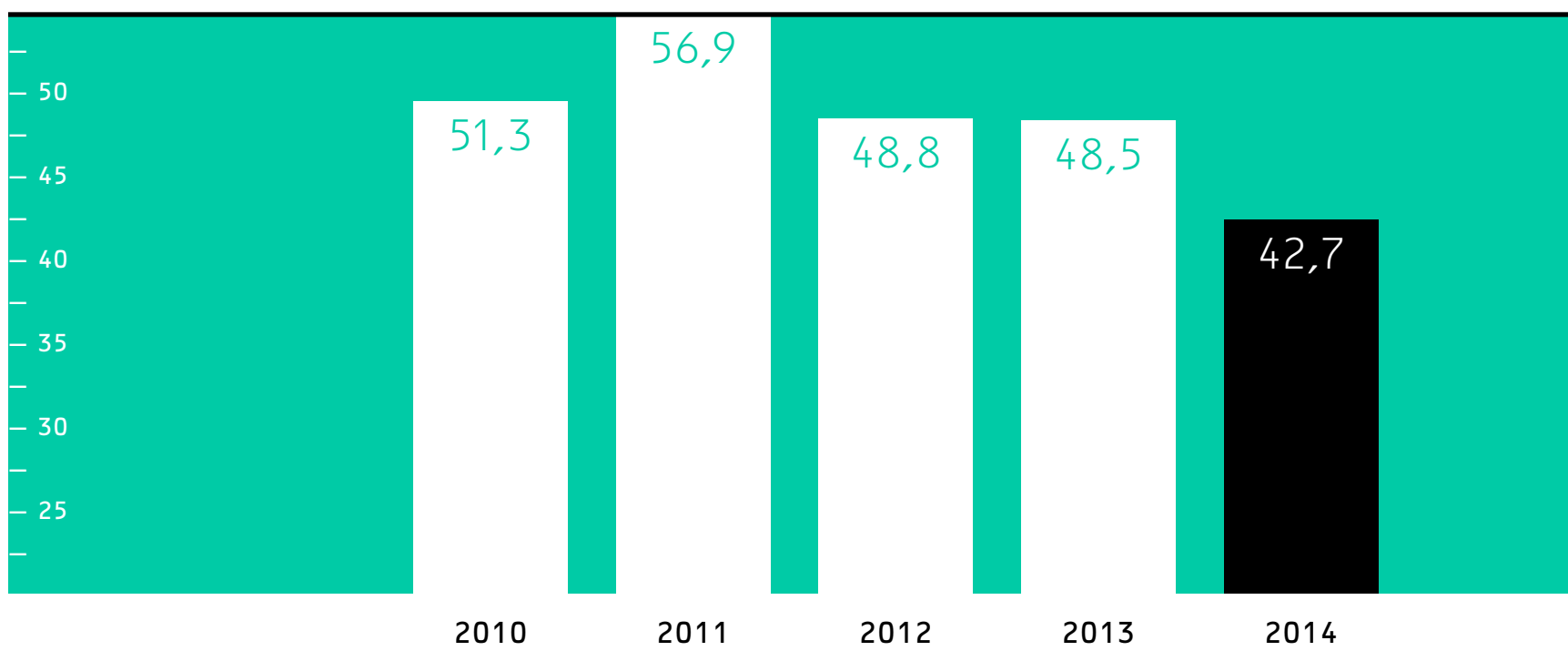
CHRISTOPHER & BRANDON BEAL

Amagerkanske Christopher udgav i 2014 albummet *Told You So* og stod bag dansk musiks måske største gennembrud i det forgangne år. Christopher var den tredje mest streamede artist i Danmark i 2014, men også internationalt har han vakt opsigt. Blandt andet nåede *CPH Girls* andenpladsen på QQ Media Chart, der er Kinas største streaminghitliste for vestlig musik. Christopher samarbejdede gennem 2014 med amerikanskfødte Brandon Beal. Det kom der hits ud af. Først medvirkede Christopher på Brandon Beal's *Twerk It Like Miley*, og sidenhen medvirkede Brandon Beal på netop *CPH Girls*. Begge sange er at finde på den samlede Track Top-50 i 2014.



Dansk og international musik

FIG.5 Dansk andel af totalomsætning 2010-2014 (i procent)



KILDE: IFPI DANMARK

Figur 5 viser den danske musiks procentuelle andel af den totale omsætning i de seneste fem år. Figuren er baseret på indberetninger fra IFPI Danmarks medlemmer, som vurderes at stå for 95 % af det danske marked for indspillet musik.

2014 var i kommercielt øjemed et magert albumår, når man ser på danske udgivelser over en bred kam. Eksempelvis udgav hverken Rasmus Seebach, Lukas Graham eller Marie Key storsælgende album sidste år. Det kan aflæses i dansk musiks andel af det samlede marked. I 2014 stod dansk musik for 42,7 % af den samlede omsætning mod en andel på 48,5 % i 2013.

Dansk musik dominerer fortsat salget af cd'er og vinylplader med en markedsandel på 58,1 %. Dog er fraværet af de stærke lokale albumudgivelser sidste år medvirkende til, at dansk musiks markedsandel på de fysiske formater går ned med 6,7 % sammenlignet med 2013.

På den digitale side oplevede dansk musik en mindre nedgang fra 39,6 % af den samlede digitale omsætning i 2013 til 37,3 % i 2014. Nedgangen på

2,3 % er dog ikke overraskende i en digital virkelighed. Forbruget af international musik må nemlig forventes at vokse i takt med, at danskerne tilvælger streamingtjenesterne og deres ubegrænsede adgang til en meget lang hale af international musik.

Zoomer vi yderligere ind, var dansk musik kilde til 36,6 % af den samlede streamingomsætning, mens dansk repertoire stod for 36,8 % af omsætningen fra salg af tracks på downloadportaler som iTunes.

Man kan selvfølgelig se den faldende danske markedsandel og den øgede internationalisering som en uundgåelig konsekvens af den stigende digitalisering. Dog skal man være opmærksom på, at dansk musik fortsat står meget stærkt i markedet, når man sammenligner med en dansk markedsandel på 30 % ved årtusindeskiftet, hvor al omsætning stammede fra fysiske formater.

HITMAGER OG MEGASTJERNE

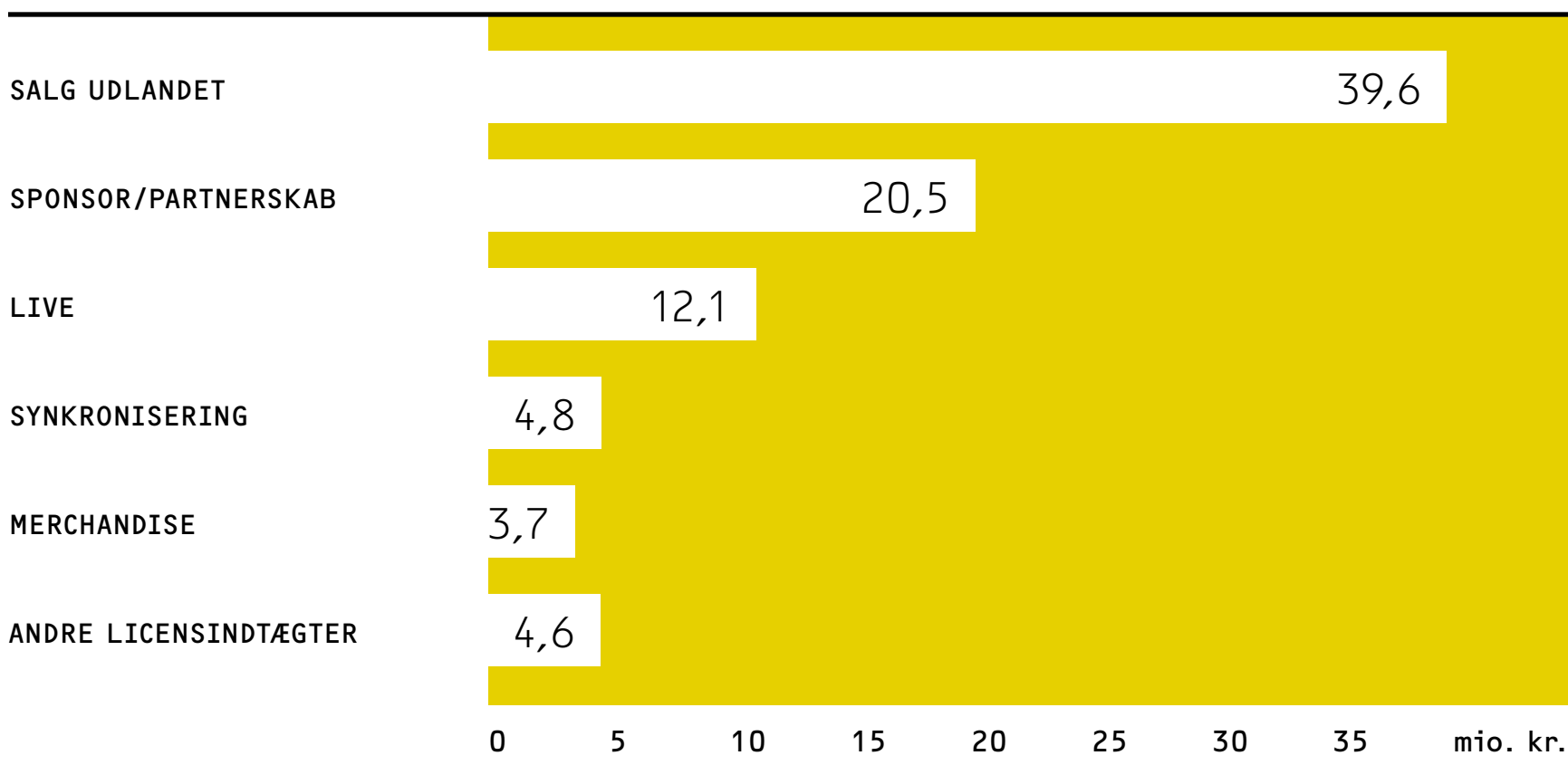
PHARRELL

WILLIAMS

En længere introduktion er næppe nødvendig. Som en del af producerduoen The Neptunes står han bag utallige kæmpehits fra stjerner som Snoop Dogg, Justin Timberlake, Jay-Z og Britney Spears. Han har gennem en årrække været med til at tegne gruppen N.E.R.D., og i 2013 medvirkede Pharrell på Daft Punks *Get Lucky* og Robin Thickeys *Blurred Lines*. Dermed blev 2013 et ganske solidt springbræt til et år, hvor Pharrell Williams for alvor trådte i karakter som stjernesolist på globalt niveau. Det skyldtes ikke mindst singlen *Happy*, der i løbet af de første måneder af 2014 voksede sig til en sjældent set hittornado.

Musiksekskaberne går nye veje

FIG.6 Øvrig omsætning (mio. kr.)



KILDE: IFPI DANMARK

Figuren viser musiksekskabernes øvrige omsætning fordelt på indtægtskilder i mio. kr. I forbindelse med øvrige indtægtsområder er det ikke sandsynligt, at IFPI's medlemmer dækker 95 % af markedet, idet en række andre aktører er ganske aktive indenfor eksempelvis live- og merchandisemarkedet.

Traditionelt har publikationen 'Musiksekskaber' fokuseret på musiksekskabernes omsætning i forbindelse med salg af indspillet musik til danske forbrugere. Mange musiksekskaber har imidlertid foldet deres forretningsområder ud over de seneste år og er i samarbejde med musikerne blevet bedre til at udnytte musikken og musikerens brands kommercielt. Det kan blandt andet aflæses i en stigende aktivitet på koncertområdet, et intensiveret fokus på kommercielle partnerskaber og en øget bevidsthed om at styrke internationale relationer. Derfor inkluderer publikationen for første gang omsætningstal fra musiksekskabernes øvrige indtægtsområder.

De øvrige indtægtsområder udgør i alt 85,3 mio. kr. i 2014. Det svarer til 16,4 % af den samlede omsætning, hvis man lægger beløbet til branchens traditionelle omsætning på 437 mio. kr. i 2014.

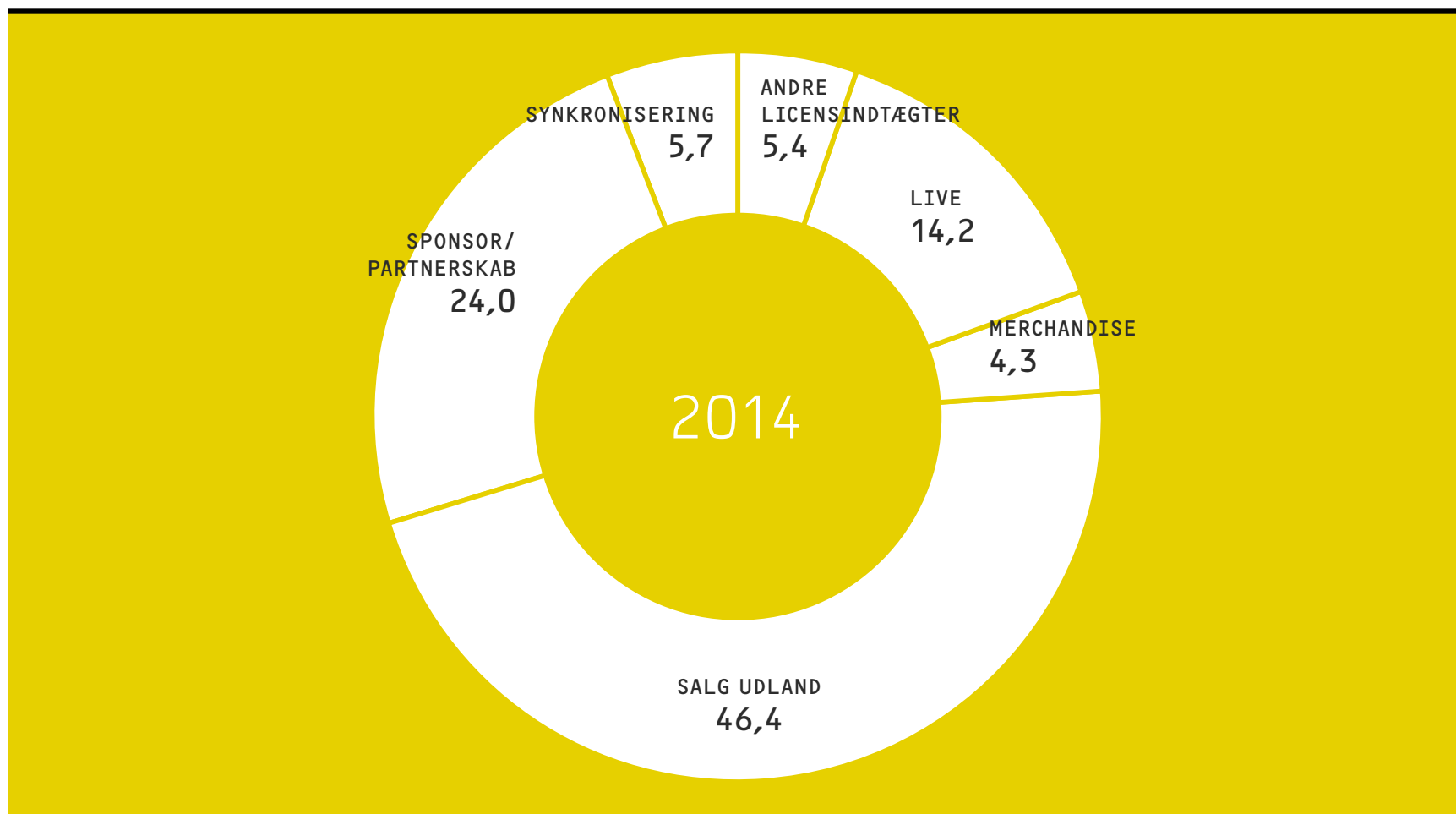
Musiksekskabernes salg af indspillet musik i udlandet er ikke en ny indtægtskilde. Men det er første gang, publikationen dokumenterer dette salg på brancheniveau. I 2014 stod eksport af musik for hele 39,6 mio. kr. eller 46,4 % af den øvrige omsætning. Eksporten vil sandsynligvis variere kraftigt fra år til år afhængigt af, om specifikke danske artister på et givent tidspunkt hiter internationalt.

Kommercielle partnerskaber er derimod et område med stort vækstpotentiale uafhængigt af enkelte specifikke udgivelser. Musik og musikalske brands har langt større pondus i offentligheden og i det enkelte menneskes liv, end musikselskabernes økonomi er et egentligt udtryk for. Det bliver der rådet bod på i disse år, hvor musikselskaberne i stigende grad fokuserer på de afledte økonomiske fordele ved at arbejde med musik. Den strategi er særdeles forenelig med det øvrige erhvervslivs forståelse af, at samarbejder med musikbranchen både kan styrke brands og være direkte profitable. Kommercielle partnerskaber tegner sig i 2014 for 20,5 mio. kr. af omsætningen svarende til 24 %.

Ligeledes kan koncertområdet vise sig at være en yderligere kilde til vækst for musikselskaberne i de kommende år. I hvert fald fokuserer flere selskaber i dag på koncertindtægter som et vigtigt ben i en sund projektøkonomi. Allerede i det forgangne år skabte liveområdet en omsætning på 12,1 mio. kr. eller 14,2 % af de øvrige indtægtsområder.

Synkronisering, der dækker over 'udlån' af indspillet musik til film, står i 2014 for 4,8 mio. kr., mens musikselskabernes salg af merchandise står for 3,7 mio. kr.

FIG.7 Øvrig omsætning (i procent)





INTERNATIONALT POTENTIALE

JULIAS

MOON

Julias Moon har med deres soulfulde sound og fængende melodier skabt sig et solidt navn i det forgangne musikår. Trioen debuterede med singlen *Bay* i 2013. I 2014 fik de for alvor ørenlyd hos danske musikelskere med *Lipstick Lies* og *Palace*, der begge storhittede på de danske radiostationer. I oktober 2014 skrev de kontrakt med Universal Danmark og det amerikanske succeslabel Republic Records. Dermed har de fremadstormende popambassadører i Julias Moon støbt det første fundament til et internationalt gennembrud.

Musik gavner samfundet - også økonomisk

Musik spiller ikke kun en vigtig rolle i det enkelte menneskes liv. Den spiller også en væsentlig rolle for økonomien i samfundet. Det viser to omfattende undersøgelser om musik i samfundsøkonomien, som IFPI bidrog til i 2014.

Musik i Danmark

- Musikbranchen bidrog i 2013 med en bruttoomsætning på mere end **7 milliarder kroner** til dansk økonomi.
- Den årlige omsætning i musikbranchen svarer til **4.478 årsværk**.
- Indspillet musik udgør **36,3 %** af den samlede bruttoomsætning i musikbranchen svarende til **2,54 milliarder**.

(Kilde: Rambøll rapporten "Dansk Musikstatistik 2013", juni 2014)

Musik i EU

- Den kreative industri er den mest kriseresistente industri i EU med en stigning i beskæftigelse på **0,7 %** fra 2008-2012.
- Den kreative industri omsatte på europæisk plan for **535,9 milliarder euro** i 2012.
- Den kreative industri er den tredjestørste i Europa målt på beskæftigelse, idet **7 mio.** europæere i 2012 havde job i den kreative industri.
- Musikbranchen bidrog specifikt med **25,3 milliarder euro** til Europas økonomi i 2012 og beskæftigede **1,168 million** europæere.

(Kilde: EY rapporten "Creating Growth: Measuring Cultural and Creative Markets in the EU", December 2014)

HENT OG LÆS HELE
RAPPORTEN HER



HENT OG LÆS HELE
RAPPORTEN HER





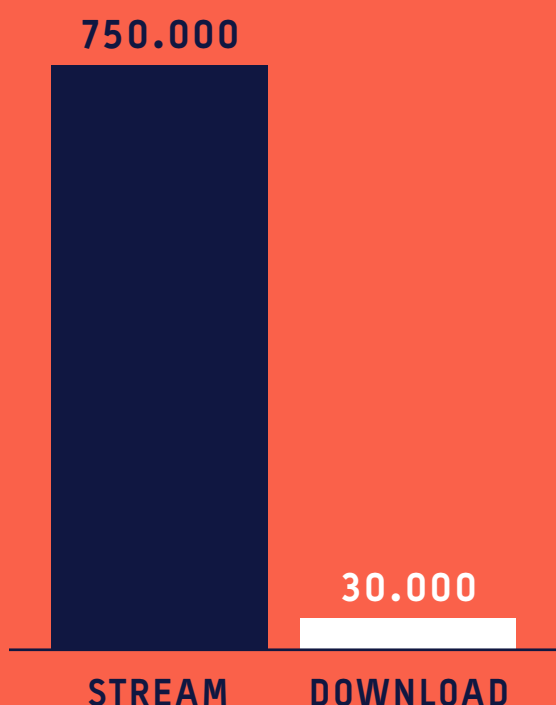
EN MAND MED SIN GUITAR

ED SHEERAN

De danske musikstreamere kastede i 2014 deres kærlighed på britiske Ed Sheeran, der fik fornøjelsen af at indtage placeringen, som 2014's mest streamede artist i Danmark. Det skyldtes ikke mindst Sheerans andet studiealbum *X*, som Warner udgav i sommeren 2014. Ed Sheeran er imidlertid en alsidig herre. Foruden sin egen musikalske karriere har han inden for de seneste år arbejdet sammen med så forskellige navne som Taylor Swift, One Direction og den amerikanske rapper Lupe Fiasco.

FAKTA OM

STREAMING



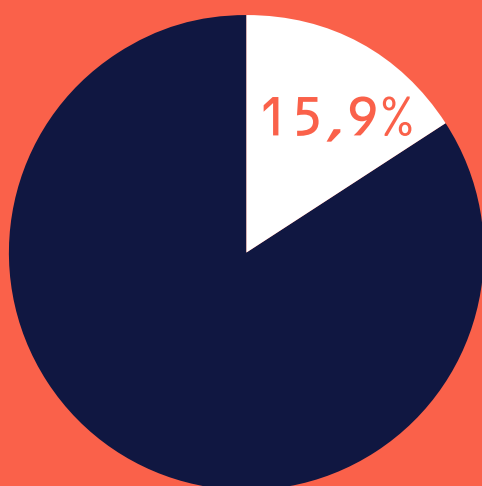
STREAMING ØGER DIVERSITETEN I MUSIKFORBRUGET

Med streamingtjenester har forbrugerne adgang til mere end 30 mio. forskellige sange. Dem kan de kvit og frit gå på opdagelse i uden at skulle have penge op af lommen, når de afspiller et nyt nummer. Derfor afspiller danske forbrugere også langt mere forskellig musik, end de gjorde inden streamingtjenesterne kom til Danmark. Hver eneste dag streamer danskerne mere end 750.000 forskellige titler. Til sammenligning downloader danskerne omkring 30.000 titler om ugen.

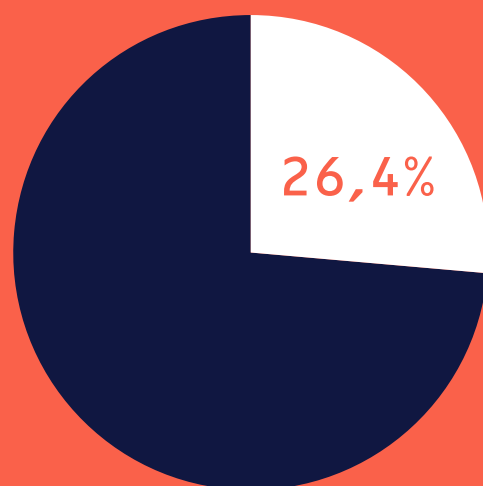
(Kilde: M&I Service 2015)

HITLISTEMUSIK FYLDER MINDRE MED STREAMING

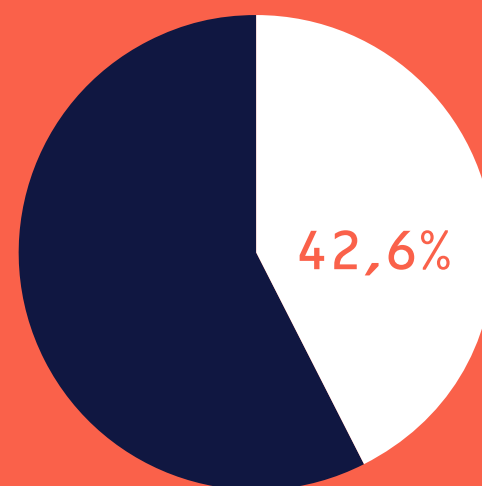
Fordi forbrugerne lytter til mere forskelligt musik på streamingtjenesterne, fylder den aktuelle hitlistemusik også mindre indenfor streaming. Det betyder samtidig, at pengene fra streaming skal fordeles mellem mange flere forskellige sange end tidligere. Illustrationen viser, hvor stor en andel de 50 bedst sælgende udgivelser i 2014 udgør af den samlede økonomi inden for henholdsvis streaming, download af sange og fysik salg af album.



STREAMING TOP-50



DOWNLOAD TOP-50

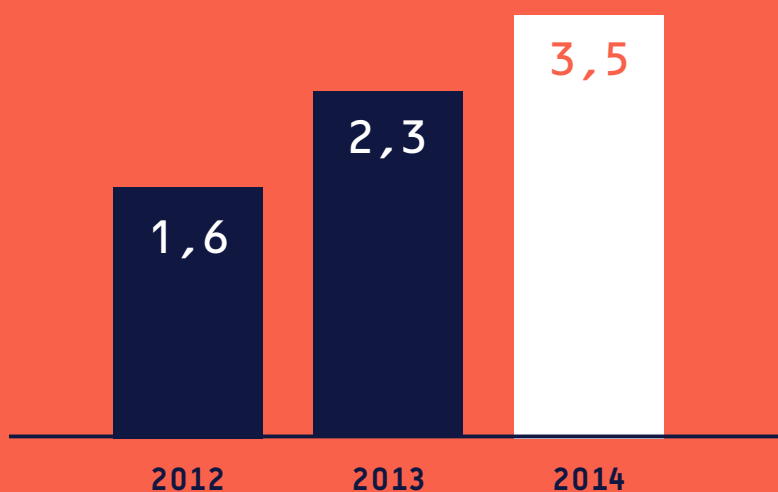


ALBUM TOP-50

(Kilde: M&I Service 2014)

FAKTA OM

STREAMING



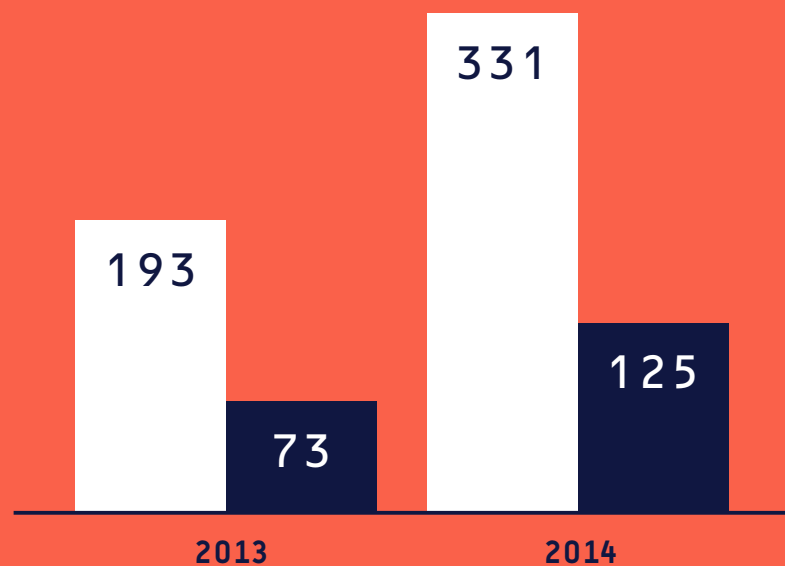
ANTALLET AF STREAMS STIGER

I takt med at streaming vinder markedsandele, stiger antallet af årlige streams. I 2014 afspillede danskerne 3,5 mia. gange en sang på en streamingtjeneste. Det er mere end en fordobling siden 2012, hvor tallet var 1,6 mia.

(Kilde: M&I Service 2014)

MILLIONER AF STREAMS

I 2014 blev 331 forskellige sange streamet mere end en mio. gange. I 2013 var tallet 193. Ud af de 331 sange stod danske artister bag 125 af sangene. I 2013 var tallet 73. Tallet for 2014 svarer til en dansk andel på 37,8 %.



(Kilde: M&I Service 2014)

TOP-5 MEST STREAMEDE ARTISTER I 2014



1. Ed Sheeran



2. Rasmus Seebach



3. Christopher



4. Medina

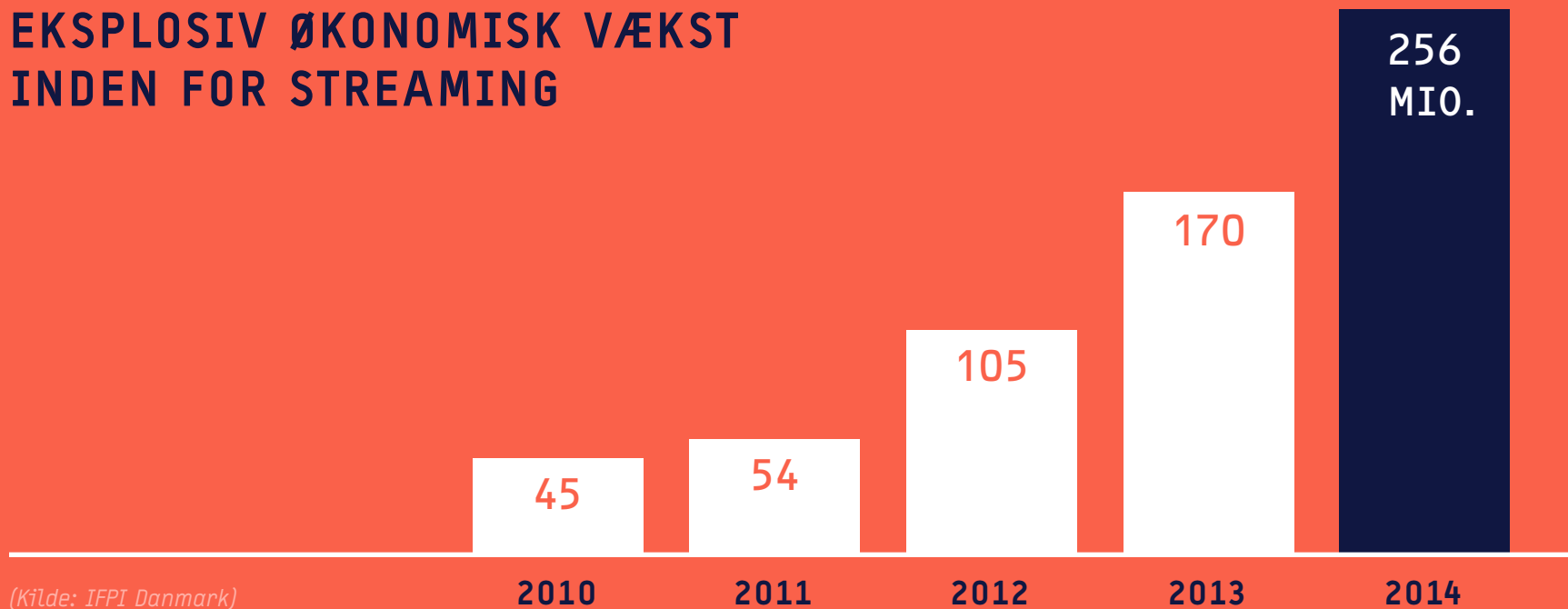
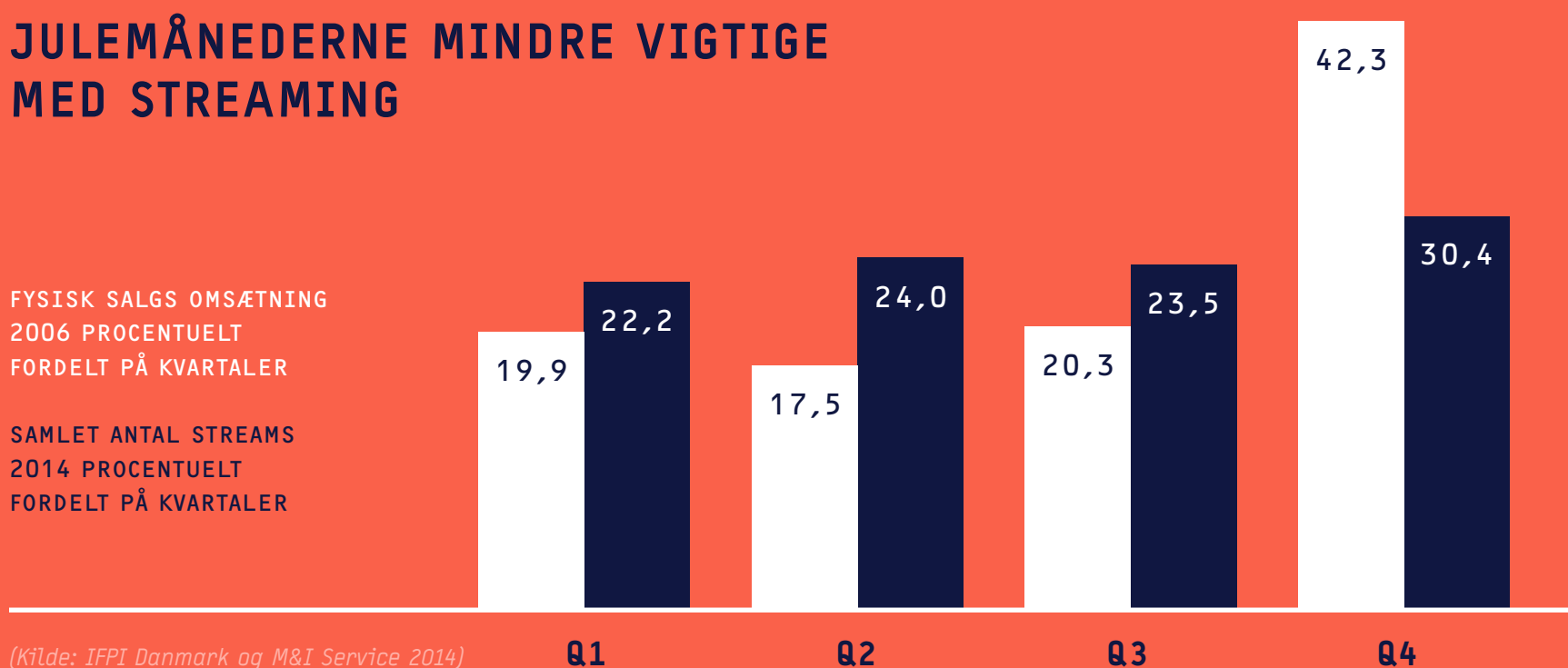


5. Calvin Harris

(Kilde: M&I Service 2014, streaming top-1000)

FAKTA OM

STREAMING

EKSPLOSIV ØKONOMISK VÆKST
INDEN FOR STREAMINGJULEMÅNEDERNE MINDRE VIGTIGE
MED STREAMING

Mens salget af cd'er stadig dominerede markedet, var julesalget af langt større betydning, end det er i dag. I fjerde kvartal 2006 stod salget af fysiske formater som cd'er eksempelvis for hele 42,3 % af årets samlede omsætning fra fysisk salg. I en virkelighed hvor streaming er dominerende, er både salg og forbrug af musik fordelt mere jævnt udover året. Eksempelvis udgjorde antallet af streams i fjerde kvartal af 2014 blot 30,4 % af årets samlede antal streams.

ARTISTER OM

STREAMING

”Via streamingtjenesterne når jeg ud til grupper af mennesker, som jeg ellers ikke ville nå ud til. Folk der gerne vil lytte til noget nyt, uden at skulle købe et helt album, og forhåbentlig afføder det yderligere interesse for min musik.”

KIRA SKOV

”Jeg er selv en ”streamer”, og som artist glæder jeg mig over at folk ikke bare i Danmark, men også ude over landets grænser, har nem adgang til at opdage og lytte til min musik via streamingtjenesterne.”

CHRISTOPHER

”Vi er enormt glade for det paradigmeskift, der har været i måden, hvorpå man forbruger og lytter til musik. Og det betyder samtidig meget for os, at hastigheden på nettet er blevet bedre, så lyd kvaliteten også er begyndt at følge med på streamingtjenesterne. Samtidig er det dejligt, at der er et mindre økonomisk opsving i gang, så vi ikke bare skal nøjes med at overleve af musikken i Danmark men kan bruge det til at skabe et kunstnerisk frirum. Det skulle gerne være med til at gøre musikken og den kreative udfoldelse endnu bedre i sidste ende.”

EMIL SIMONSEN, SUSPEKT

”Jeg er fra internetgenerationen, og min karriere er begyndt på internettet. Jeg er stor tilhænger af streaming, og det er godt at se, at flere og flere bruger tjenesterne. Jeg tror, det er fremtiden for musikken, at man nemt og hurtigt kan gå ind og lytte til præcis, hvad man vil.”

KESI

”Streaming giver mig et langt mere præcist billede af, hvem der lytter til min musik, og statistikken er blevet uundværlig.”

JOEY MOE

FOTO: RASMUS STABELL

DANMARKS POPDRONNING

MEDINA

Medina har ikke tabt pusten siden sit folkelige gennembrud i 2009. Hun er en af de mest prisvindende danske artister og har blandt andet modtaget hele syv DMA-statuetter i løbet af karrieren. Også 2014 blev et hitår for Medina. Hun stod sammen med producerduoen Pitchshifters bag storhittet *Jalousi*, som var det højest placerede danske hit på tracklisten i 2014. Både *Jalousi* og Medinas andet 2014-hit *Giv Slip* er gået platin. En oplevelse der ikke er ny for Medina. Faktisk har hele 13 af hendes hits minimum opnået platin. Dermed har Medina skabt et hit-cv, der er meget få artister forundt.

Tracklisten 2014

SE HELE TOP-50
PÅ HITLISTEN.NU

TRACK TOP-20 2014

1



John Legend

All Of Me

SONY MUSIC



ITUNES



SPOTIFY

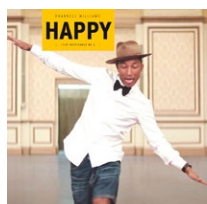


WIMP



TDC PLAY

2



Pharrell Williams

Happy

SONY MUSIC



ITUNES



SPOTIFY

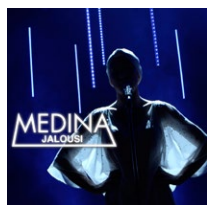


WIMP



TDC PLAY

3



Medina

Jalousi

LABELMADE / UNIVERSAL MUSIC



ITUNES



SPOTIFY



WIMP



TDC PLAY

4	Mr. Probz	Waves	SONY MUSIC
5	Ed Sheeran	I See Fire	UNIVERSAL MUSIC
6	Hedegaard	Happy Home	COPENHAGEN / TWTTW / UNIVERSAL MUSIC
7	Joey Moe	Million	SONY MUSIC / DISCO:WAX
8	Clean Bandit	Rather Be feat. Jess Glynne	WARNER MUSIC
9	Brandon Beal	Twerk It Like Miley feat. Christopher	TWTTW / UNIVERSAL MUSIC
10	Sam Smith	Stay With Me	UNIVERSAL MUSIC
11	Robin Schulz & Lilly Wood	Prayer In C	WARNER MUSIC
12	Lukas Graham	Mama Said	COPENHAGEN / TWTTW / UNIVERSAL MUSIC
13	Magic!	Rude	SONY MUSIC
14	Burhan G	Karma feat. L.O.C.	COPENHAGEN / UNIVERSAL MUSIC
15	Sia	Chandelier	SONY MUSIC
16	Katy Perry	Dark Horse feat. Juicy J	UNIVERSAL MUSIC
17	Pitbull	Timber feat. Ke\$ha	SONY MUSIC
18	Kato	Dumt På Dig feat. Topgunn	SONY MUSIC / DISCO:WAX
19	Topgunn	Kongens Have	CHEFF RECORDS / ARTPEOPLE
20	Calvin Harris	Summer	SONY MUSIC

Albumlisten 2014

SE HELE TOP-100
PÅ HITLISTEN.NU

ALBUM TOP-20 2014
















- | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|--|---|---|
| 1 |  | <p>Rasmus Seebach
Ingen Kan Love Dig I Morgen
ARTPEOPLE</p> | 
ITUNES | 
SPOTIFY | 
WIMP | 
TDC PLAY |
| 2 |  | <p>Diverse kunstnere
M:G:P 2014
SONY MUSIC / MERMAID RECORDS</p> | 
ITUNES | 
SPOTIFY | 
WIMP | 
TDC PLAY |
| 3 |  | <p>ONE DIRECTION
Four
SONY MUSIC</p> | 
ITUNES | 
SPOTIFY | 
WIMP | 
TDC PLAY |
| 4 | Sam Smith | In The Lonely Hour | UNIVERSAL MUSIC | | | |
| 5 | AC/DC | Rock Or Bust | SONY MUSIC | | | |
| 6 | Ed Sheeran | X | WARNER MUSIC | | | |
| 7 | Leonard Cohen | Popular Problems | SONY MUSIC | | | |
| 8 | Christopher | Told You So | WARNER MUSIC / PARLOPHONE | | | |
| 9 | Tina Dickow | Whispers | A:LARM / UNIVERSAL MUSIC | | | |
| 10 | Pink Floyd | The Endless River | WARNER MUSIC | | | |
| 11 | Kandis | Kandis 16 | SONY MUSIC | | | |
| 12 | Coldplay | Ghost Stories | WARNER MUSIC / PARLOPHONE | | | |
| 13 | John Mogensen | Hvad Er Der Så Mer?? - De Allerbedste... | UNIVERSAL MUSIC | | | |
| 14 | Michael Falch | Hånden På Hjertet - De Største Sange | UNIVERSAL MUSIC | | | |
| 15 | L.O.C. | Sakrilegium | DME / SGMD | | | |
| 16 | Lars H.u.g. | 10 Sekunders Stilhed | SONY MUSIC / GENLYD | | | |
| 17 | Burhan G | Din For Evigt | COPENHAGEN RECORDS / UNIVERSAL MUSIC | | | |
| 18 | Bruce Springsteen | High Hopes | SONY MUSIC | | | |
| 19 | Joey Moe | Joey | SONY MUSIC / DISCO:WAX | | | |
| 20 | Marie Key | De Her Dage | SONY MUSIC | | | |

FOTO: PER JANUS STRANGE

DMA

2014

En kold lørdag i november dannede et udsolgt Forum i København rammerne for Danish Music Awards 2014. Her var både publikum, tv-seere og en samlet branche med til at hylde musikken ved dansk musiks ældste og mest prestigefyldte prisfest. Danish Music Awards Ærespris gik til 30 års-jubilaren D-A-D, som på prispodiet fik overrakt prisen af Peter Sommer og Simon Kvamm. Samme festlige aften løftede D-A-D taget af Forum med en optræden, der beviste, at erfaring og energi er to yderst forenelige størrelser. D-A-D's seneste album *Disn3oland Af3or D3ok* udkom i januar 2014 og er indtil videre gået guld.



D A N I S H M U S I C A W A R D S 2 0 1 4

ÅRETS DANSKE UDGIVELSE:

MØ
No Mythologies To Follow

ÅRETS DANSKE GRUPPE:

Ukendt Kunstner

ÅRETS DANSKE SOLIST:

MØ

ÅRETS DANSKE HIT:

Medina
Jalousi

ÅRETS NYE DANSKE NAVN:

MØ

ÅRETS DANSKE SANGSKRIVER
- KODA PRISEN:

Rasmus Seebach, Nicolai Seebach
og Lars Ankerstjerne
Ingen Kan Love Dig I Morgen

ÅRETS DANSKE PRODUCER:

Hedegaard
Happy Home

ÅRETS INTERNATIONALE
UDGIVELSE:

Pharrell Williams
GIRL

ÅRETS INTERNATIONALE HIT:

Pharrell Williams
Happy

ÅRETS DANSKE
ROCKUDGIVELSE:

Spids Nøgenhat
Kommer Med Fred

ÅRETS DANSKE
POPUDGIVELSE:

Christopher
Told You So

ÅRETS DANSKE
URBANUDGIVELSE:

S!vas
D.A.U.D.A

ÅRETS DANSKE
VOXPOPUDGIVELSE:

Michael Falch
Sommeren Kom Ny Tilbage

ÅRETS DANSKE CLUB NAVN:

Brandon Beal (feat. Christopher)
Twerk It Like Miley

ÅRETS DANSKE LIVE NAVN:

Spids Nøgenhat

ÅRETS DANSKE MUSIKVIDEO:

MØ
Instrueret af Emile Rafael
Produceret af Caviar
Walk This Way

ÅRETS PUBLIKUMSPRIS:

Christopher

ÅRETS IDÉ:

Musikstarter
Nephew

DANISH MUSIC AWARDS

ÆRESPRIS:

D-A-D

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. I IFPI mener vi, at den bedste måde at gøre det på er ved at give forbrugerne optimale muligheder for at tilegne sig musik ad kanaler, der både er tidssvarende 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 i Magstræde 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 1.300 producenter og distributører fordelt på 63 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 ifpi@ifpi.dk
Følg os på twitter på [@ifpiDK](https://twitter.com/ifpiDK)

IFPI Danmarks medlemmer

Art Management ✉ umj@artmanagement.dk 🌐 www.artmanagement.dk	GL Music ✉ lasse@glmusic.dk 🌐 www.glmusic.dk	Panamericana ✉ p.skovsted@panamericana.dk 🌐 www.donkeysound.dk
ArtPeople ✉ info@artpeople.dk 🌐 www.artpeople.dk	HITHOUSE-Production ✉ hen@hithouseproduction.dk 🌐 www.hithouseproduction.dk	Playground Music Denmark ✉ info@playgroundmusic.com 🌐 www.playgroundmusic.com
Black Pelican Entertainment ✉ info@blackpelican.dk 🌐 www.blackpelican.dk	Instant Major ✉ christian@instantmajor.dk 🌐 www.instantmajor.dk	REO Records ✉ jof@mail.dk 🌐 www.robinentertainment.dk
Border Breakers ✉ michael@borderbreakers.com 🌐 www.borderbreakers.com	JAM Company ✉ info@jam.dk 🌐 www.jam.dk	Rigel ✉ info@hithouse-production.dk
Cosmos Music ✉ info.dk@cosmosmusicgroup.com 🌐 www.cosmosmusicgroup.com	Labelmade Records ✉ rasmus@providersmusic.dk 🌐 www.labelmade.dk	Sony Music ✉ info@sonymusic.dk 🌐 www.sonymusic.dk
Crunchy Frog ✉ info@crunchy.dk 🌐 www.facebook.com/crunchyfrogdk	Labrador Music ✉ info@labradormusic.dk 🌐 www.labradormusic.dk	SteepleChase Productions ✉ webmaster@steeplechase.dk 🌐 www.steeplechase.dk
Dacapo Records ✉ henrik.rordam@dacapo-records.dk 🌐 www.dacapo-records.dk	Lifted House ✉ c.rosen@liftedhouse.com 🌐 www.liftedhouse.com	Sundance Music ✉ sundance@sundance.dk 🌐 www.sundance.dk
Danish Music & Entertainment ✉ tom@d-m-e.dk 🌐 www.d-m-e.dk	Music For Dreams ✉ info@musicfordreams.dk 🌐 www.musicfordreams.dk	Target Group ✉ michael@targetgroup.dk 🌐 www.targetgroup.dk
Discart ✉ ds@discart.dk 🌐 www.discart.dk	Naxos Denmark ✉ info@naxos.dk 🌐 www.naxosdirect.dk	Tigerspring ✉ info@tigerspring.net 🌐 www.tigerspring.net
disco:wax ✉ info@discowax.com 🌐 www.discowax.com	Nordic Music Society ✉ jon.madsen@nordic-music.dk 🌐 www.nordic-music.dk	Tutl ✉ tutl@post.olivant.fo 🌐 www.tutl.com
Exlibris/Storyville ✉ mg@storyville-records.com 🌐 www.exlibris.dk	OH Musik ✉ oh@ohmusik.dk 🌐 www.ohmusik.dk	Universal Music ✉ frontdesk@umusic.com 🌐 www.universal.dk
Forlaget GUF ✉ guf@post5.tele.dk 🌐 www.guf.biz	Olufsen Records/Classico 🌐 www.classicorecords.dk	Warner Music Denmark ✉ dk.kontakt@warnermusic.com 🌐 www.warnermusic.dk

Del Musikselskaber 2014 – tal og perspektiver

