

Högskolan Dalarna
Akademin för språk och medier
Ljudproduktion, fördjupningskurs 30 hp
Ht 2011

Examensuppsats

Död eller levande?

Vad anser branschfolk i skivbolagen om bolagens position
och roll i Sverige?



HÖGSKOLAN
Dalarna

Författare: Vincent Bell

Handledare: Thomas Florén

Examinator: Toivo Burlin

Sammanfattning

I denna uppsats läggs fokus på skivbranschen och vad folk inom branschen anser om dess funktion och roll.

Syftet med uppsatsen är att återge skivbolagens egna tankar och åsikter och jämföra dessa med årsredovisningar från branschorganisationer, rapporter, litteratur, vetenskapliga artiklar samt den allmänna uppfattningen hämtad från blogg- och foruminlägg och tidningsartiklar.

Uppsatsen bygger till största delen av intervjuer med totalt sex personer som är verksamma i branschen från den allra högsta nivån av multinationella bolag till de absolut minsta.

Den bild som framkommer i uppsatsen visar på att den vanligt förekommande uppfattningen om att skivbolagen idag spelat ut sin roll är felaktig. Skivbolagen hjälper artister med bl.a. marknadsföring, utvecklingen av musik, all administrering samt att de har de resurser som krävs för att nå ut till den breda massan. Det är dock beroende på var i karriären man befinner sig och vad artisten själv vill uppnå. För vissa kan det således vara onödigt. Uppsatsen visar även att skivbolagens roll förändrats drastiskt på grund av bl.a. utbredningen av ny digital teknik. Det är också möjligt att på grund av dessa nya förutsättningar kan rollen förändras ytterligare i framtiden.

Skivbolagen arbetar numera på en betydligt bredare front än tidigare. Verksamheten centreras inte runt den fysiska försäljningen utan förlags- och licensieringsverksamheter är mycket aktuella. Samarbetet mellan små och stora skivbolag påvisas tydligt, en form av samarbete där båda parterna i många fall är beroende av varandra. De mindre bolagen förefaller även vara mer benägna att ta risker i samband med kontraktering av nya akter.

Nyckelord

Musikbranschen, skivbolag, skivbranschen, internet, fildelning, marknadsföring, artist, Spotify, IFPI, STIM, SOM

Innehållsförteckning

Inledning	1
Syfte & frågeställning	4
Avgränsning	4
Metod	6
Val av intervjupersoner	7
Frågor	8
Tidigare forskning.....	9
Resultat	12
Är skivbolagen onödiga mellanhänder?	12
Vad har skivbolagen för roll i Sverige idag?	13
Hur har internets utveckling förändrat verksamheten?	14
Är musikbranschen en döende bransch?	15
Majorbolag och ägande	16
Relationen mellan bolagen	17
Diskussion & Slutsats.....	18
Vidare funderingar	20
Förslag till vidare forskning	21
Källförteckning	22
Tryckta källor:	22
Elektroniska källor:	22
Internetlänkar:	23

Inledning

Internets utveckling har enligt många varit den främsta bidragande orsaken till det paradigmskifte som musikbranschen genomgått under den senaste tioårsperioden. Det pågår en debatt om att skivbolag inte behövs längre och att det enda de är ute efter är att tjäna så mycket pengar som möjligt och därmed fullkomligt grundlurar artister för sin egen vinning. På internet finns många yttranden och det pågår diskussioner om sakfrågan, speciellt i bloggar som detta citat kommer från:

Skivbolagen är out of date, gå och lägg er! På stenåldern när skivbolagen var kungar och satt på sina kontor och räknade alla pengar som de lurade av folket på för tok för dyra skivor ...

... medans skivbolagen sitter kvar på stenåldern dock räknar de inte pengar längre, de sitter och funderar på hur de kan stämna olika privatpersoner för att få in lite julbonus.¹

Att skivbolagens roll numera är utspelad och gammelmödig är en uppfattning som till synes är vanlig. Ett uttalande från Piratpartiet är att musikerna idag inte längre behöver stödet från ett skivbolag på grund av den tekniska utvecklingen:

Modern teknik har drastiskt sänkt både produktions- och distributionskostnaderna så genom att kapa mellanhanden och utnyttja Internet mer kan artisterna själva ta in en större del av kakan samtidigt som priset för musik sänks.²

Vårt att nämna är att det även är ett av deras argument i debatten om man ska ha upphovsrätt eller inte men faktum är att man som artist kan arbeta på detta sätt med hjälp av Internet om man nu vill.

Uttalanden som att skivbolagen inte har något större värde idag för branschen och artisterna förekommer även de flitigt. Daniel Johanssons, forskningsingenjör på KTH, skrev den 8 februari 2010 ett blogginlägg på netopia.se angående alla de positiva reaktionerna han hade fått från ”piraterna” för sitt arbete om musikbranschen ur ett ekonomiskt perspektiv. Det positiva gensvaret om att fildelning gynnade musikbranschen, som var ”piraternas” tolkning, tyckte Johansson var onödigt då han ville påpeka att skivbolagen faktiskt behövs och att

¹ Skivbolagen är out of date, hackerunit.se

² Hur ska musikerna tjäna pengar, piratpartiet.se

många band finns till på grund tack vare skivbolagens arbete.³

I diskussionen som följde i kommentatorsfältet är detta ett exempel på vad som diskuterades:

Skivbolagen och deras aktieägare genererar ju inget värde. Att de historiskt har behövts för inspeknings teknik [sic] och distribution är av noll intresse idag.

Andra hävdar precis tvärtom och menar på att skivbolagen behövs på grund av att dessa bolag tar hand om så mycket mer än vad gemene man kanske förstår. Verksamheten kan bestå utav rådgivning, planering inför skivsläpp, annonser, marknadsföring på internet, kontakter med bokare och mycket annat.⁴

Lars Nylin som varit verksam inom musikbranschen i många år och som nu är chefredaktör på branschtidningen musikindustrin.se skrev detta rörande frågan om musikbranschen var död eller inte:

Däremot kan man redan nu använda affären [! Angående uppköpet av EMI] som argument i en helt annan diskussion: den om huruvida musikindustrin är "död" eller ej. Ignoranta tyckare har ju för vana att påstå detta. På exempelvis Twitter haglar sådana "sanningar" varje minut. Trots att musikkonsumtionen är större än någonsin. Trots att det i princip varje dag skrivs krigstidsrubriker i medier som direkt eller indirekt kopplar till en i högsta grad levande musikindustri.⁵

Det Nylin syftar på är alla de artiklar i olika tidningar runt om i världen har skrivit om hur musikindustrin är döende och att dagens generation med människor har orsakat det.

Argumenten är bl.a. att många stora skivbutiker, som Virgin Megastore eller Tower Records, tvingats stänga sina affärer på grund av dålig försäljning och att de stora majorbolagen visat negativa bokslut.⁶

Att skivförsäljningen har minskat markant är ett faktum men det är samtidigt viktigt att lyfta fram att musikindustrins, som helhet, inkomster under åren 2000-2008 inte har förändrats namnvärt utan snarare omfördelats.⁷

Se följande graf 1 för en illustration av detta.

³ En skållhet dusch eller sanningen om den svenska musikbranschens intäkter, netopia.se

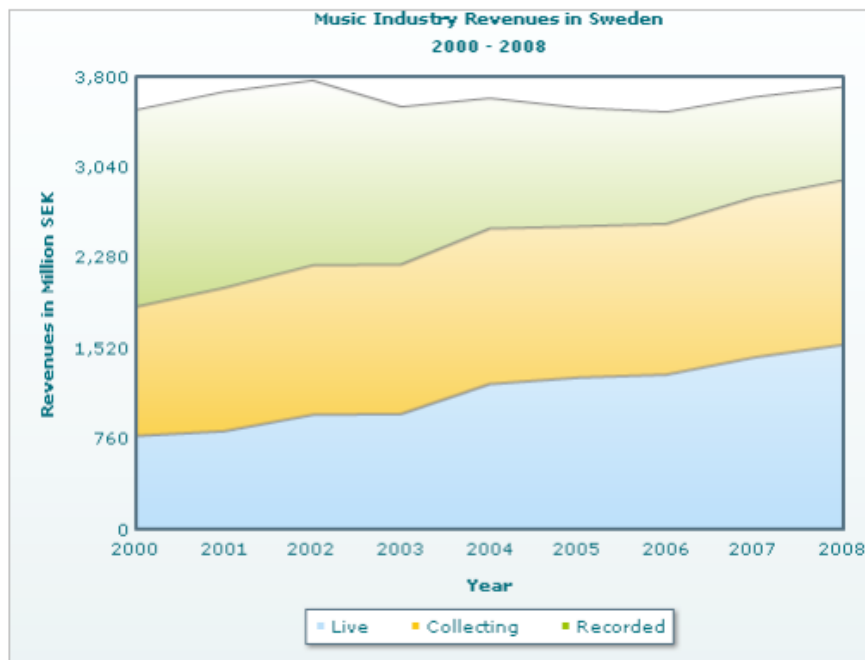
⁴ Shelby Lynnes och ditt behov av nödvändiga mellanhänder, musikindustrin.se

⁵ Ryktet om musikindustrins död är betydligt överdriven, musikindustrin.se

⁶ The Generation That Killed Rock 'n Roll, huffingtonpost.com

⁷ The Swedish Music Industry in Graphs, trendmaze.com

Graf 1



källa: The Swedish Music Industry in Graphs, trendmaze.com

Denna bild visar tydligt hur intäkterna omfördelades under åtta år i Sverige. Musikindustrin som helhet genererade ungefär lika mycket men skivförsäljningen har gått från att vara den största inkomstkällan till att bli den minsta, istället har liveintäkterna blivit den absolut största.⁸

Även statistik från STIM visar på en omfördelning av intäkterna. Intäkterna som STIM betalade ut till kompositörer för framförande av deras musik i Sverige - på konserter och andra livespelningar - ökade mellan åren 2005-2010 med 44,5% - från 788,2 mkr till 1.1 mdkr.⁹

Att skivbranschens verksamhet har förändrats på olika sätt samt att intäkterna har omfördelats inom branschen ser man tydligt men frågan är om skivbolagen spelat ut sin roll. Är de numera onödiga mellanhänder som många kritiker påpekar eller har artister och den övriga musikbranschen fortfarande någon användning för dem?

⁸ Swedish Music Industry in Graphs, trendmaze.com

⁹ STIM årsredovisningar 2006 & 2010

Syfte & frågeställning

Syftet med denna uppsats är dels att skildra hur branschen själv uppfattar sin roll och funktion i dagens skivindustri, dels att relatera och analysera dessa skildringar utifrån tidigare forskning på området. Utifrån detta syfte har följande frågeställningar formulerats:

- Vad anser skivbolagen själva om debatten att de inte behövs längre?
- Hur uppfattar branschfolk att den nya tekniken har påverkat förutsättningarna för skivbolagens verksamhet och funktion/roll i branschen?
- Hur ser relationen och samarbetet ut mellan de olika skivbolagen enligt dem själva?

Avgränsning

Det är mycket svårt att definiera de olika delarna i musikbranschen, vilket tidigare forskning har visat.¹⁰ Engström och Hallencreutz visar på en komplicerad produktionsprocess där många olika bolag ingår och att dessa oftast har stora nationella och internationella nätverk.¹¹ I uppsatsen riktas fokus mot svenska skivbolag.

Skivbolag utgör bara en av den mängd av olika aktörer som agerar i musikbranschen. Exempel på andra aktörer är bokningsbolag och musikförlag. En vanlig förekommande uppfattning är att skivbolag endast arbetar med skivförsäljning men i verkligheten kan de även arbeta med exempelvis förlagsverksamheter och marknadsföring.¹²

För enkelhetens skull är det vanligt att dela upp skivbranschen mellan indie- och majorbolag. Innebörden av indiebolag är dock något diffus. Själva ordet indie kommer från engelskans independent och betyder helt enkelt oberoende eller självständig. Inom populärmusiken benämns indie även som en musikgenre eller subkultur som karaktäriseras av oberoende från den kommersiella popmusiken med en ”do-it-yourself”-attityd.¹³

I denna uppsats och benämningen indiebolag menas ungefär samma sak, att bolagen är ”fria från stora mediakoncerner” som en kandidatuppsats om ämnet uttrycker det.¹⁴

¹⁰ Florén 2010

¹¹ Engström & Hallencreutz 2003

¹² Se resultat

¹³ Portnoff 2007

¹⁴ Boström & Kennberg 2009

I en annan uppsats benämns indiebolag som följande: ”Ofta mindre skivbolag som verkar oberoende av majorbolagen i fråga om kontraktering, produktion och distribution.”¹⁵

Floréns kategorisering ger emellertid en mer rättvis bild av hur det ser ut i musikbranschen.

Det finns många åsikter på hur man bör definiera de oberoende bolagen och dess verksamhet.

Problematiken i detta tar den sistnämnde författaren upp:

En innebörd ger uttryck för att skivbolag är oberoende då det är fritt från majorbolags ägande, en annan ger uttryck för att oberoende skall förstås som ett bolags frihet att bedriva sin verksamhet utan inblandning och påverkan av majorbolag och en sista handlar om att oberoende skall förstås som en individs förmåga och position att handla fritt utan att låta sig påverkas av majorbolagen, även då man de facto kan vara anställd av ett sådant.¹⁶

Utifrån de bolagen jag valt att intervjua har jag tillämpat Floréns kategorisering av de olika bolagen som räknar utifrån organisationens storlek.¹⁷ Det ger mig tre kategorier: majorbolag, mellanstora bolag samt små bolag.

Majorbolag som är de bolag som är multinationella med tiotusentals anställda samt är ett av de fyra stora bolagen som existerar för närvarande.

- Universal Music Group
- Sony Music Entertainment
- Warner Group
- EMI Music¹⁸

Oftast kallar man resten av bolagen för indiebolag men eftersom jag har valt denna kategorisering kommer jag att dela in dem i två olika kategorier:

Mellanstort bolag – innebär att bolaget har mer än fem anställda.

Små skivbolag – innebär att bolaget har färre än fem anställda.

¹⁵ Chalmers et al. 2010

¹⁶ Florén 2010: 27

¹⁷ Florén 2010

¹⁸ Under uppsatsens gång har ett uppköp av EMI Music pågått, se latimes.com och som.a.se

Metod

Uppsatsen är kvalitativ och insamling av empiri har till största delen skett genom fyra semi-strukturerade intervjuer och två intervjuer över mail. Strukturen är semi-strukturerad då det ger utrymme för djupare reflektioner samt ger möjlighet till att ställa följdfrågor och låta informanterna föra fram centrala teman och frågor. Detta har framstått som speciellt viktigt då det finns relativt lite forskning att bygga och utveckla intervjufrågor ifrån. Som grund i uppbyggnaden av intervjun har jag använt mig av Kvaless resonemang, från sin bok *Den kvalitativa forskningsintervjun*, som bl.a. tar upp det mänskliga samspel då man hela tiden måste tänka på hur man framställer sig. En viktig punkt är de första minuterna då ett bra första intryck av intervjuaren är essentiellt för en avslappnad intervju.¹⁹ Vad jag strävade efter under intervjuens gång var att själv uppträda samlat, lugnt, påläst och professionellt.

Jag har tagit kontakt med informanterna via mail med en förfrågan om att delta i en intervju. Fem av dem fick jag mailadresser från personliga kontakter och resten hämtade jag från respektive officiella hemsidor, totalt 30 stycken. Av dessa fick jag svar från nio stycken varav tre avböjde. Den ena avböjde på grund av tidsbrist och den andra på grund av att skivbolaget endast var på hobbynivå och var därmed inte motiverad till ett deltagande. Den tredje arbetade på Universal och avböjde på grund av ”otillräcklig erfarenhet”. Som sagt var två intervjuer över mail vilka var Warner och Universal som berodde på tidsbrist från både deras och min sida. Jag har gett samtliga informanter möjligheten att vara anonyma av anledningen att jag vill ha uppriktiga svar som ibland kan kräva anonymitet. Då några av dem velat vara anonyma i uppsatsen har jag valt att göra samtliga namnlösa vilket beror på att jag vill vara konsekvent. Anledningen till att jag endast skrivit från vilka bolag informanterna från majorbolagen arbetar på är för att jag vill tydliggöra de olika svaren mellan stora och små skivbolag samt hur de stora bolagens svar skiljer sig från varandra.

Det var upp till informanterna att välja plats, tid och datum och jag har lämnat stort utrymme för att det ska bli optimalt för dem. Samtliga valde att hålla intervjun på sina kontor. Jag anpassade mig till informanterna helt och hållet, ett exempel är när mötet med EMI sköts upp med fyra dagar och jag uppehöll mig i Stockholm endast för mötets skull. Tanken med denna något försiktiga ansats är att låta villkoren bestämmas av den som intervjuas för att eliminera

¹⁹ Kvale 1997

eventuella stressfaktorer som kunnat ge mig sämre svar. Intervjuerna pågick mellan 40-80 minuter vilka spelades in på en digital inspelare. Intervjutiden varierade beroende på intervjuobjektets schema.

Datainsamling har även kompletterats med annat material som exempelvis STIM:s årsredovisningar, statistik från IFPI och vetenskapliga rapporter inom branschen. Detta material har både använts för att orientera mig själv inom området men också för att öka trovärdigheten för resultaten.

Val av intervjupersoner

Urvalet av vilka bolag som skulle intervjuas var beroende på vilka som jag fick kontakt med och ville ställa upp. Vissa av de intervjuade fick jag hjälp med kontakt via personligt nätverk, vilket har underlättat mitt arbete avsevärt. Däremot har jag inte haft någon som helst kontroll på vilka jag fått intervjuas utan har fått ta det jag lyckats med och göra det bästa av situationen. Min riktlinje har givetvis varit att försöka nå de föredragna bolagen jag velat intervjuas vilket jag anser att jag till viss del har uppnått. Det målet har varit att intervjuas de fyra största majorbolagen i Sverige samt ett antal mindre aktörer. Sony Music besvarade dessvärre ej på upprepade förfrågningar om intervju. Följande bolag har intervjuats:

Majorbolag:

EMI Music

Warner Music Sweden (via mail)

Universal Music (via mail)

Mellanstort bolag:

Playground Music Scandinavia

Små skivbolag:

Despotz Records

Imperial Recordings

Frågor

Utifrån mina forskningsfrågor har jag formulerat frågorna i intervjuguiden:

- Skulle du kunna berätta om dig själv och din bakgrund?
- Vissa artister och bloggarna skriver ibland om hur onödiga skivbolagen är nu för tiden, vad känner du om det?
- Hur skulle du beskriva skivbolagens roll i Sveriges musikindustri?
- Hur har den nya tekniken så som Spotify, digital distribution och annat påverkat er verksamhet?
- Om du skulle få välja, skulle du vilja arbeta som du gör nu fast 20 år tidigare när Internet inte fanns eller är det bra som det är nu?
- Hur definierar du indie- respektive majorbolag?
- Hur ser du på relationen mellan indie- och majorbolag?

Tidigare forskning

Det finns mycket forskning om musikbranschen men mycket av den har inte en direkt anknytning till min forskning. Generellt sett finns det många argument som visar på att skivindustrin inte kan ses som en enda industri utan bör istället beskrivas som olika marknader med olika logiker.²⁰ Det är därför rimligt att påstå att musikindustrin som helhet är mycket komplex och består av många olika aktörer.

Matthew David, med *Peer to Peer and the Music Industry*, har t.ex. skrivit om hur fildelningen format branschen, hur Napster²¹ skapades, hur skivbolagen fick se CD-försäljningen dala nedåt samt hur en kontraktering fungerar. Som ett exempel berättar han att om man får ett stort kontrakt från ett majorbolag blir man skyldig bolaget alla de pengar de lägger ut på en. Alla kostnader för marknadsföring, manager, agenter, instrument, producent och inspelning av skivan måste betalas tillbaka till bolaget innan du tjänar egna pengar. 1994 var det så att sålde du 250 000 skivor på ett år var du ändå fortfarande skyldig en stor summa pengar, berättar David vidare. Det var t.o.m. så att banden förlorade pengar för varje spelning de gjorde allt eftersom turnékostnader ökade. Totalt sett hade bandet tjänat ungefär lika mycket som de hade gjort ifall de jobbat halvtid i en vanlig matbutik.²²

Min uppfattning är dock att David varit något partisk och onyanserad med tydligt förutfattade meningar, vilket drar ner trovärdigheten betydligt.

Keith Negus bok *Music Genres and Corporate Cultures* tar bl.a. upp företagskulturen bland de amerikanska skivbolagen. Ett avsnitt handlar om de olika bolagens sätt att dra till sig artister de ville kontraktera och vad dessa faktorer kunde vara. Negus berättar bl.a. om att det sägs att Green Day tackade nej till Sony i förmån till Warner bara för att Warners huvudkontor var ett vackert trähus jämfört med Sonys val att bygga sitt med marmor, vilket då gav en mycket tristare stämning. Vidare berättas det att skivbolagen ibland såg vissa band som dragplåster, som t.ex. REM som inte sålde särskilt mycket skivor, för att locka till sig andra artister som kunde ge större utdelning.²³

²⁰ Florén 2010, IFPI Digital Music Report 2011

²¹ Napster var år 2000 det första programmet som möjliggjorde gratis musik, se history.com

²² David 2010

²³ Negus 1999: 63-64

På senare år har det kommit flera avhandlingar om den svenska musikbranschen och skivindustrin. Ett exempel är Thomas Florén med sin avhandling *Talangfabriken*.

Florén menar att i mindre skivbolag är det vanligt att verksamheten är beroende av ett fåtal människor som verkligen brinner för sitt yrke och är starkt förknippade med bolaget vilket innebär att de även ”står och faller” med detta. Skillnaden mot ett majorbolag är att dessa har en struktur och organisation som gör att bolaget klarar av ett byte av en framgångsrik och duktig A&R. Majorbolagens verksamhet är inte endast beroende av en A&R:s arbete utan har även bl.a. distribution av fysiska skivor och rättigheter på extremt många låtar. Därför är dessa bolag inte lika individberoende som för mindre bolag. Däremot finns det inte ett stort urval av människor som kan arbeta som A&R på ett majorbolag så därför kan man se det som att skivbolag i huvudsak är individberoende, fast på olika sätt.²⁴

Branschen som den ser ut idag består enligt Florén av hundratals små bolag och ett fåtal stora majorbolag. Dessa lever i ett ömsesidigt beroendeförhållande. De stora bolagen är beroende av de små bolagens förmåga att hitta ny musik och utveckla artister medan de små bolagen är beroende av de stora bolagens kapacitet och kompetens att marknadsföra och distribuera musiken. I intervjuer har små bolag beskrivits som ”plantskolor” som är mycket duktiga på att sätta igång en artists karriär men att de senare kan växa ur det lilla bolagets händer. När denna topp är nådd är enda utvägen ett majorbolag om artisten i fråga vill utvecklas ytterligare.²⁵

Det finns även ett antal uppsatser som behandlar ämnet i fråga.

I Lindqvist & Sundbloms uppsats konstaterades att samtliga av de intervjuade, förutom Martin Norman på Warner, var överens över att indiebolagen är de som står för större delen av innovationen som sker inom branschen. Norman ansåg att Warner har en väl utvecklad förmåga att följa trender. Övriga intervjuobjekt förklarade att indiebolagen alltid hakar på nya trender först av alla som sedan majorbolagen möjligtvis investerar pengar i och tar över helt och hållet, beroende på hur utfallet blir.²⁶

Författarna kommer även fram till, likt Florén, att det finns skillnader mellan major- och indiebolagens sätt att sköta sin verksamhet. Indiebolag står för den mesta delen för innovation och utveckling, då dessa bolag är mer benägna att ta risker, bland annat eftersom de har mer att vinna på riskerna. Det beror på att personerna bakom bolagen oftast har en öppnare syn på

²⁴ Florén 2010: 98

²⁵ Florén 2010: 169

²⁶ Lindqvist & Sundblom 2009: 44

branschen och de möjligheter som kan uppstå. På grund av indiebolagens tillstramade ekonomi använder sig de till en större utsträckning av färdiga nätverk för att marknadsföra sig själva och sina artister.²⁷

I Joni Ljungqvists uppsats framgår det att för den framtida musikbranschen kommer internet spela en extremt stor roll då paketering, marknadsföring, distribution och försäljning kan ske utan att ens ha en fysisk produkt tillgänglig. Därför verkar det som om den framtida affärsmodellen där olika parter och aktörer samarbetar på ett dynamiskt sätt, jämfört med det linjära icke-dynamiska sättet vi har idag, då alltid styrs relativt hårt av en eller flera mäktiga aktörer. Dessutom ligger stort fokus på sociala medier och peer-to-peer²⁸ för nätverkning och informationsutbyte. Det traditionella aktivitetsflödet kommer säkerligen att blandas med online-modellen, enligt författaren.²⁹

Ljungqvist menar att respondenterna verkar överens om att internet kommer att ha en viktig roll i framtiden och att det är viktigt att se alla de möjligheter som internet som kanal medför. Den fysiska distributionen kommer säkerligen med tiden att fasas ut och det monopol som sker numera kan komma att upplösas.³⁰

²⁷ Lindqvist & Sundblom 2009: 51

²⁸ Utan centrala servrar - alla anslutna användare kommunicerar direkt med andra användare. Alla anslutna datorer är därför både servrar och klienter.

²⁹ Ljungqvist 2010: 21

³⁰ Ljungqvist 2010: 32

Resultat

Är skivbolagen onödiga mellanhänder?

Samtliga anser att skivbolagen är nödvändiga och argumenten formuleras olika.

Informanterna på Warner och EMI ser skivbolag som en typ av bank eller riskkapitalist. Utan skivbolagen hade artisterna inte kunnat satsa på musiken utan att behöva jobba vid sidan av så därför är de beroende av förskotten. Nuförtiden gäller det även att bedöma risken på investeringar precis som alla andra riskkapitalistbolag. Återstoden av informanterna tar inte upp detta utan menar att det är viktigt vad skivbolagen faktiskt kan erbjuda en artist. En respondent på ett mindre bolag förklarar att man måste tänka på att trots att det framgår som att t.ex. Robyn har ett eget skivbolag arbetar i själva verket EMI åt henne med all administration och distribution i Sverige. Det är viktigt att tänka på vad som händer i bakgrunden. En person på ett annat mindre bolag tänker ungefär likadant om frågan och menar att det är självklart att artister behöver ett skivbolag. Skivbolagen definieras som en typ av mellanhand som t.ex. bokningsbolag är eller rent av en fotograf. Artister behöver mellanhänder för att kunna nå ut till den breda massan. ”... vill du sälja dina skivor från på gig till gig och göra allt själv och sånt, more power to you”, ” Men du kommer att aldrig lyckas stort på det”, förklarar han.

Respondenten på Universals uppfattning är att de flesta artisterna vill ha hjälp från skivbolagen just för att de vet att dessa har expertisen som behövs. Det framgår dock tydligt att EMI:s representant vill poängtera att skivbolagen kan vara onödiga för vissa artister, det beror helt på vad de vill ha för publik och ifall de har finansiella muskler att driva eget. De anställer exempelvis tio människor i varje land de vill verka i som sköter all administration och marknadsföring. Han förklarar närmare vad han menar:

På skivbolag, som alla andra branscher, handlar allt om att ha rätt folk. Har man den bästa VD:n, den bästa A&R:en och den bästa marknadschefen, har man troligen också de bästa förutsättningarna att ge bäst service till sina artister. Enligt min definition har man då också det bästa skivbolaget.

Intervjupersonerna på ett mindre bolag anser även de att det beror helt på artisten och vad denne vill. De förklarar att nu för tiden är det väldigt mycket enklare att framställa och producera musik än det var för bara tio år sedan. Vad de mindre bolagen sammantaget vill understryka är att man som artist får tänka på vad som ska hända efter att man har gett ut sin

musik. Skivbolagen kan ta kostnader så som formgivning eller framställning av CD-skivor eller t.o.m. vinylskivor som blir mer och mer populärt. Bara kostnaden att trycka upp CD-skivor, vinylskivor samt 7"-skivor kan hamna på ungefär 40 000 kronor om man trycker upp låga upplagor. Det viktigaste är dock vad man förväntar sig som artist av ett skivbolag. Vissa artister vill kanske bara att musiken ska finnas för ens vänner. Samma bolag vill sammanfatta med att: "Vad man får är ju några som har ett nätverk och kommunicerar veckovis med radio, media och återförsäljare."

En A&R på ett mindre bolag berättar att den dåliga bilden vissa har av skivbolag kan bero på årtal av maktmissbruk som vissa bolag har bedrivit men vill betona att det är långt ifrån alla som arbetar på det sättet. Skivbolagen får även oftast hela skulden ifall intresset falnar kring en artist. Samtliga respondenter är till synes överens med att skivbolagen inte spelat ut sin roll ännu. Diskussioner som påstår det motsatta har en viss tendens att sällan ta upp att det är människor med speciell expertis som arbetar på bolag, som har de resurser och kontakter som krävs för att administrera och marknadsföra artister. Även tidigare forskning visar på att skivbolagen är mycket viktiga för musikbranschen.³¹

Vad har skivbolagen för roll i Sverige idag?

Skivbolagens roll och position har under det senaste årtiondet förändrats på många sätt. Bolagens är överens med att det numera arbetas på en mycket bred front. Fokus riktas inte bara mot att sälja CD-skivor som varit den största inkomsten tidigare. "Förr handlade det mesta om att bygga upp extrem hype inför en release, för att sedan sälja massa skivor under en tremånadersperiod och sedan gå vidare", berättar informanten på Universal. Hans uppfattning är även att skivbolagens främsta roll är att upptäcka och utveckla de absolut bästa från det stora utbud Sverige har idag. Denna uppfattning delar EMI:s representant med att förklara att hjälpa artisterna med att utveckla sin musik och hjälpa dem att nå rätt publik är en uppgift som skivbolagen lägger stor vikt på. Kontakten med de olika mediekanalerna förefaller sig vara betydligt enklare att skapa om man ringer från ett beryktat bolag så som t.ex. EMI än om en okänd artist ringer för sin egen räkning. Skivbolagens verksamhet sträcker sig följaktligen längre än till bara den fysiska marknaden. Två av de mindre bolagens respondenter anser att man bör se skivbolag som musikbolag istället eftersom det reflekterar verksamheten på ett bättre sätt. Licensieringen tas upp som exempel. De arbetar mycket med

³¹ Negus 1999, Florén 2010, Lindqvist & Sundblom 2009

att få sina artisters verk med i filmer, spel och reklam. Skivbolagens inkomstmodell ser snarare ut som för ett musikförlag idag. Man kan dock som band eller artist börja med att endast skaffa sig en manager eller bokningsförlag och komma långt på det sättet, men för eller senare kommer de till den nivån där ett skivbolag bör ta vid. Det finns för många administrativa bitar för att ett band ska kunna klara av det vid sidan av sitt musicerande. En av dem förklarar vidare om sin syn på saken:

Tidigare var det då att alla ville ha ett skivkontrakt först, det var den enda vägen. Först skivkontraktet, sen gick du in i studion och spelade in skivan, sen släpptes den och sen åkte du på turné och så. Men nu finns det ju fler vägar men det är fortfarande så att skivbolaget har en väldigt viktig roll i det här.

Hur har internets utveckling förändrat verksamheten?

”Extremt mycket”, enligt informanten på Universal. Han förefaller vara övertygad över att det är Sverige som är i framkanten vad gäller utvecklingen av musikindustrin i och med Spotifys framväxt som är en svensk uppfinning.³² Denna otroliga framgång har tagit delar av den försäljning som iTunes en gång genererade innan Spotify lanserades, vill en A&R på ett mindre bolag berätta. Dock vill han poängtera att han välkomnar den digitala tekniken och personligen föredrar hur den nya tekniken har förändrat branschen. Bättre priser och tillgänglighet är en gemensam uppfattning respondenterna emellan. En representant på EMI understryker att bolagen kan bli bättre på att följa trender och att det är viktigt att ge konsumenterna det de vill ha vilket i det här fallet är snabbt, billigt och enkelt. Två av majorbolagens informanter påpekar sammanfattningsvis även att fildelningen har minskat och intäkterna ökat, om än marginellt, vilket har gjort att bolagen har vågat investera i artisternas karriärer igen. Tidigare forskning pekar mot en teknisk utveckling inom musikbranschen som skulle innebära ett än mer enkelt system för att marknadsföra och distribuera musik.³³

Innan internets intåg var musikbranschen en betydligt mer lukrativ verksamhet, det är alla respondenter överens om. Trots det är samtliga positiva över utvecklingen men för de allra minsta bolagen är utvecklingen som skett inte optimal ur en ekonomisk synvinkel. Spotify tas upp som exempel på detta som ger ett par ören per klick och låt. De allra största bolagen har

³² About Us, spotify.com

³³ Ljungqvist 2010

miljoner med låtar i sin s.k. backkatalog³⁴ vilket då genererar extremt mycket pengar. Ett mindre bolag med ett mindre antal artister har därmed en betydligt mindre backkatalog vilket gör att det inte genererar särskilt mycket pengar. När de små skivbolagen kunde gå runt på ett mindre antal sålda fysiska exemplar har mycket av den inkomsten försvunnit till Spotifys fördel. De artisterna i fråga når ut till exakt samma publik men istället för att köpa skivorna så strömmar de låtarna. Under 2010 betalade STIM ut till artisterna för över 20 miljoner låtar som strömmats via Spotify i Sverige.³⁵

Det bör dock understrykas att trots detta är samma personer mycket positiva till utvecklingen vad gäller marknadsföring och distribution. Uppfattningen bland bolagen kring en mycket viktig verksamhet i dagsläget förefaller sig vara att samla stora mängder rättigheter som de sedan får betalt för, i och med den växande mängd strömmande musik. Därav kan man förstå det stora intresset att få ta del av EMI:s olika tillgångar som många tidningar skrivit om den senaste tiden, där själva skivbolaget för närvarande håller på att säljas till Universal och musikförlaget med den enorma backkatalogen till Sony.³⁶

Det finns idag omkring 13 miljoner låtar tillgängliga på över 400 digitala återförsäljare världen över. Jämför man detta med 2004 då det fanns mindre än 60 stycken som hade en miljon låtar ser man tydligt en extremt stor ökning. Marknadsvärdet för den digitala musikförsäljningen har dessutom mellan 2004-2010 ökat från 2.9 mdkr till 31.9 mdkr.³⁷

Denna statistik styrker tidigare forskning som visar dels en omfördelning av intäkterna då onlineförsäljningen växer för varje år, dels den förutspådda utveckling musikbranschen tros göra med alltmer internetbaserade tjänster och produkter.³⁸

Är musikbranschen en döende bransch?

Tvärt emot vad som ibland påstås i den mediala sfären växer musikbranschen för varje år, speciellt musikkonsumtionen. Intäkterna till kompositörerna för liveframförande ökade, som tidigare nämnt, med 44,5% åren 2005-2010 och statistiken visar inga tecken på att det skulle

³⁴ En samling med de låtar som skivbolaget äger rättigheterna till

³⁵ STIM Årsredovisning 2010

³⁶ EMI Group sold as two separate pieces to Universal Music and Sony, latimes.com

³⁷ IFPI Digital Music Report 2011

³⁸ The Swedish Music Industry in Graphs, Ljungqvist 2010

minska.³⁹

Respondenterna talar om Spotify som en bidragande faktor då det anses vara ett ypperligt verktyg för marknadsföring.

”Musiken kommer alltid att finnas”, säger en A&R på ett mindre bolag. I och med den digitala utvecklingen kommer nya modeller att utvecklas parallellt. David Bowie tas upp som exempel som förklarade att musiken kommer att bli som vatten eller elektricitet. Istället för att betala en fast summa som idag betalar man beroende på hur mycket man har använt. Han vill dock framhålla att en fast avgift nog ändå är ett bättre sätt.

Tjänster som Spotify har ändrat sättet människor lyssnar till musik och bidrar till en ökad musikkonsumtion, tror en informant på ett annat mindre bolag. Framför allt har människor breddat sin musiksmak då man alltid kommer åt i princip alla låtar som är utgivna. Folk som förut hade en enkelriktad musiksmak och endast köpte t.ex. 70-talsmusik kan idag uppge att de även tycker om 90-tals Black Metal och den senaste elektroniska dansmusiken, beskriver han.

Hur framtidens musikbransch ser ut är svårt att säga för bolagens representanter. Det är dock osannolikt att majorbolag kommer att finnas kvar i all evighet eftersom möjligheterna att distribuera sin egen musik har ökat stort. Däremot är det nog alldeles säkert att majorbolagen kommer ha en mycket stor del i de allra största artisternas karriärer inom en tioårsperiod, anser respondenten på EMI.

Majorbolag och ägande

Det problemet har varit tämligen enkelt att besvara för samtliga. De mindre bolagens respondenter framhåller att det är främst det faktum att majorbolagen är aktiebolag med riskkapitalister bakom sig som vill ha utdelning, vilket innebär att dessa bolag alltid måste redovisa bra kvartalsrapporter, även fast försäljningen är låg. Presenteras röda siffror finns det en risk att VD:n blir utbytt. Den största skillnaden bolagen emellan är flexibiliteten som indiebolag har när de vill kontraktera artister utefter vad de personligen anser om musiken i fråga. Majorbolag tenderar att istället rikta sin uppmärksamhet mot säkrare investeringar vilket innebär mer likriktad musik som majoriteten av människor kan tänkas tycka om och konsumera, även kallad mainstream-musik. På grund av majorbolagens extremt stora organisationer, där beslut måste gå igenom många led, har besluten en viss tendens att bli mer

³⁹ STIM Årsredovisning 2006 & 2010

opersonliga. En A&R på ett av de mindre bolagen förklarar att tanken med aktieinnehavare är svår att förstå då man ska få människor som försöker att industrialisera en bransch, som främst drivs av kreativitet och konstnärligt uttryck, att acceptera att man arbetar med ”magkänslan” – att ”nästa skiva så släpper det.”

Han påpekar även i sina argument att det finns s.k. major-independent⁴⁰ vilket gör en kategorisering av bolagen betydligt mer komplicerad.

Relationen mellan bolagen

Florén påpekar flera gånger i sin avhandling relationen mellan bolagen. Sammanfattningsvis visar han på att bolagen ofta är beroende av varandra. Denna uppfattning har jag fått bekräftad efter mina intervjuer. De mindre bolagen behöver ofta arbeta tillsammans med majorbolagen ifall man vill nå den globala marknaden. Det är de enda som har de finansiella resurserna för att kunna genomföra det. I många fall licensierar man ut sina artister till majorbolag i andra länder för att få den förstärkning och kontaktnätverk som behövs. Samtidigt är det som vilket mänskligt förhållande som helst, påpekar en representant på ett mindre bolag. Det kan självklart uppstå meningsskiljaktigheter och då får man kräva sin rätt och diskutera problemen och komma fram till en bra lösning för båda parter. Mindre bolag som oftast är oberoende av de större koncernerna ingår ibland i samarbeten gällande publicering. För vissa artister krävs ett förskott av pengar vilket de mindre bolagen inte har råd med, då tar majorbolagen vid och får en del av inkomsterna tillsammans med det mindre bolaget. De större bolagen förklarar att det är bra att det finns små och stora aktörer då artisten kan byta emellan beroende på var i karriären han eller hon befinner sig. Precis som Florén beskriver i sin avhandling så händer det att artisten kontrakteras av ett majorbolag efter att ha börjat sin karriär hos ett mindre.

⁴⁰ Bolag som beskriver sig själva som oberoende och har aktieinnehavare

Diskussion & Slutsats

Det är tydligt att skivbolagens roll i musikbranschen, både i Sverige och i världen, har debatterats vilt i den mediala sfären och skapat många diskussioner. Det är viktigt att ha kännedom om den statistik som finns att tillgå för att kunna bilda sig en trovärdig och korrekt uppfattning. Det finns annars en överhängande risk att en orättvis bild växer fram och tystar ner de röster som försöker förklara hur det egentligen fungerar.

Skivbolag är inte onödiga mellanhänder i dagens musikbransch. Det framgår mycket tydligt dels efter intervjuer med människor som arbetar i branschen och har lång erfarenhet, dels baserat på statistiken som både branschorganisationerna IFPI och STIM tagit fram under årens gång – vilket jag har redovisat tidigare i uppsatsen. Detta påstående styrks även av tidigare forskning i form av vetenskapliga artiklar, avhandlingar, rapporter och litteratur som jag också uppvisat. Det ska dock påpekas att skivbolagens roll har förändrats drastiskt. I och med den digitala revolutionen, i form av internetbaserade tjänster och möjligheterna som följer detta, har skivbolagen gått från att vara någonting essentiellt för att en artists karriär ens ska vara möjlig till att vara en del i en mycket komplex process som musikindustrin visat sig vara.

Man bör däremot ta i beaktande att informanterna i fråga är måna över att främst lyfta fram argument i positiva ordalag, vilket faller sig naturligt. Fem av sex intervjuade bolag var överens om att skivbolagen har en mycket stor roll i musikbranschen. Vad man dock kan dra för slutsats är att i och med att bl.a. livemusiken visar en uppåtgående trend är det möjligt att skivbolagen kan vara onödiga för de artister som är kontrakterade med framgångsrika bokningsbolag. De får då all typ av administrations- och marknadsföringsmässig hjälp de behöver från det bolaget. För vissa artister kan därför skivbolag vara onödiga. Det är även möjligt att skivbolagens roll i framtidens musikbransch kommer att minska rejält eller rentav försvinna helt. Redan nu har skivbolagens traditionella verksamheter fasats ut relativt mycket och det arbetas på en betydligt bredare front än tidigare. Den roll som dessa bolag haft i flera decennier kan således endast bli en bisyssla som en mer omfattande form av musikbolag tar hand om, som även två av informanterna tar upp. Denna nya klassificering ger en betydligt bättre bild av den verkliga verksamheten. Tidigare forskning pekar även den mot ett slut på de

multinationella skivbolagen då alternativa sätt att marknadsföra och distribuera musik på blir större för varje år som går.⁴¹

Musikbranschen är för den delen inte döende på något sätt. Empirin visar genomgående på en omfördelning av intäkterna och skivbolagen ser över sin verksamhet för att kunna följa med i de senaste trenderna. Enorma resurser investeras på den nya digitala tekniken som visserligen utvecklas i mycket hög takt, stora bolag kan ha svårt att vara först, men min uppfattning är att framtiden ser ljus ut både för aktörer och för konsumenter. Jag vill även betona att det är tydligt att musikkonsumtionen ökat och möjligheterna att tjäna pengar ökar som följd av detta, därför är det en orealistisk tanke att musikbranschen skulle vara döende. Trots detta går det inte att undgå det faktum att små skivbolag har det betydligt svårare att finansiera sin verksamhet då bl.a. den strömmande tekniken, som t.ex. Spotify använder sig av, inte ger lika hög inkomst som fysiska medier tidigare gjort, vilket även framkommer under intervjuerna. Således må musikbranschen vara i allra högsta grad levande men för vissa bolag är den svår att verka i.

Fildelning har diskuterats sedan internet introducerades och det är tydligt att skivbranschen har skadats svårt av det på grund av en kraftig nedgång av den fysiska försäljningen. Däremot är det rimligt att överväga tanken på att den utbredda fildelningen i Sverige har påskyndat utvecklingen av mycket snabbt bredband, då konsumenter efterfrågar det. Detta har inneburit bl.a. att företag kunnat lägga ner mycket resurser på att utveckla tjänster och produkter som t.ex. Spotify. Sverige var rankad fem i Europa på bredbandskvalité⁴² år 2010 och var då även rankad nio globalt. Kvalitén på bredbandsuppkopplingen världen över ökade dessutom med 24 % sedan 2009.⁴³

Forskning inom detta område visar även att samtidigt som de största skivbolagen rapporterar att den utbredda piratkopieringen minskar omsättningen, kan man dra en parallell mellan ökad illegal nedladdning och ökade intäkter för liveframträdanden, som gynnar artisterna mer eftersom det är brukligt att dessa får en större del av intäkterna än från skivförsäljning.⁴⁴

⁴¹ David 2010: 159-160

⁴² Kvalitén på bredband räknas ut från olika parametrar så som nedladdnings- och uppladdningshastighet, konsumtion av bandbredd och fördröjning

⁴³ Broadband Quality Study 2010, sbs.ox.ac.uk

⁴⁴ David 2010: 143

Vidare är kategoriseringen mellan bolagen med olika stora organisationer relativt lik mellan respondenterna. Det är intressant att de större bolagen har en betydligt mer kortfattad förklaring medan de mindre mer ingående förklarar sin tolkning där frihet och kreativitet tas upp. Trots välformulerade argument anser jag att Floréns sätt att kategorisera skivbolagen utifrån organisationens storlek, sett till antal anställda, är lättare att förstå och applicera. Problemet ligger i att det finns otroligt många bolag i dagsläget där s.k. oberoende faktiskt har ett majorbolag som huvudägare samt att stora bolag framställs som oberoende vilket även Florén och respondenten från ett av de mindre bolagen tar upp.

Vidare funderingar

Ett ämne jag inte tog upp under intervjuerna var uppköpet av EMI. Detta på grund av att det uppdagades under uppsatsens gång och är ej helt genomförd än. Uppköpet är problematiskt på många sätt. Det leder till orättvisa privilegier och ger det största bolaget, Universal, högre procentuella andelar och makten som följer därefter.⁴⁵ Det hämmar konkurrens och viljan till att komma fram till nya och kreativa lösningar för de mindre bolagen. Branschorganisationen Svenska Oberoende Musikproducenter, SOM, är även de kritiska mot Universals uppköp av en stor del av EMI. Anders Engström, Ordförande för SOM berättar:

Man behöver inte ha speciellt livlig fantasi för att föreställa sig hur ett bolag direkt eller indirekt skulle kunna utnyttja det faktum att man kontrollerar långt över 50 % av den musik som spelas i svensk radio. TV-formaten ”Så mycket bättre” och ”Idol” kontrolleras också av Universal. Vilket utrymme skulle det ge för musik producerad av andra bolag och då inte minst den som ges ut av de mindre oberoende aktörerna?⁴⁶

Internationellt sätt kommer Universal kunna styra och sätta upp egna villkor för nya digitala tjänster eftersom de kommer att ha ca 50 % av marknaden. De oberoende bolagen som har betydligt mindre resurser kommer inte ha någonting att sätta emot – det är alltså bara att acceptera. Hur det blir i slutändan får framtiden avgöra då man fortfarande väntar på vad EU har att säga om saken innan köpet är helt och hållet klart.

I min uppsats har jag endast intervjuat verksamma personer inom skivbranschen. Det är rimligt att anta att vissa artister kan ha andra synvinklar och åsikter. Det finns dock en risk för förutfattade meningar p.g.a. för liten inblick i hur administrationen fungerar. Vissa artister kan

⁴⁵ Även Sony Music köper delar av EMI

⁴⁶ SOM är oroade över sammanslagningen EMI/Universal, som.a.se

även ha en image som innebär ett visst sätt att kommentera skivbranschen, vilket även en respondent betonade. Trots det är jag nöjd över mitt resultat då jag tycker att svaren skiljer sig mellan bolagen. En viktig aspekt är även att branschfolk ofta har stor kunskap över hur branschen fungerar som helhet och har därför hög trovärdighet. Vissa av de intervjuade personerna har även varit eller är fortfarande aktiva musiker, speciellt de från de mindre bolagen.

Förslag till vidare forskning

Jag tycker att det vore intressant att se åt vilket håll utvecklingen gått mot inom en femårsperiod och sedan också en tioårsperiod räknat från idag och framåt. Utvecklingen pekar som sagt mot allt mer internetbaserade tjänster och jag anser det vara befogat att anta att den digitala försäljningen av musik kommer att tillslut vara det dominerande globalt sett och att den fysiska försäljningen kommer att ligga på samma nivåer som den för vinylskivor och ses mer som samlarobjekt. Det vore även intressant att se vad både etablerade och oetablerade artister har för åsikter. Svar jag skulle vilja ha besvarade är:

- Hur ser den framtida inkomstmodellen ut för skivbolagen i Sverige?
- Hur kommer fördelningen av intäkter se ut i framtiden?
- Kommer skivbolag och musikförlag bli ett och samma typ av bolag eftersom dess verksamhet liknar varandra mer och mer?
- Vad kan artister som har kontrakt och är etablerade samt mindre, oetablerade artister ha för uppfattning?

Källförteckning

Tryckta källor:

David, M. (2010) *Peer to Peer and the Music Industry – The Criminalization of sharing*. London: SAGE Publications Ltd

Engström, A & Hallencreutz D. (2003) *Från A-dur till bokslut: Hårda fakta om en mjuk industri*. IUC Musik- & Upplevelseindustri

Florén, T. (2010) *Talangfabriken: Om organisering av kunskap och kreativitet i skivindustrin*. Stockholm: Acta Universitatis Stockholmiensis

Kvale, S. (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur

Negus, K. (1999) *Music Genres and Corporate Cultures*. London: Routledge

Elektroniska källor:

Boström P, Kennberg A. (2009) *Inspelning, marknadsföring och lansering av debutalbum*. Nedladdat 2011-12-29 från Handelshögskolan i Skövdes hemsida, <http://his.diva-portal.org/smash/get/diva2:220558/FULLTEXT01>

Broadband Quality Study 2010. Nedladdat 2012-01-08 från University of Oxfords hemsida, <http://www.sbs.ox.ac.uk/Documents/broadband%20study/Third%20annual%20broadband%20study%202010.pdf>

Chalmers C et al. (2010) *Utvecklingsprocessen bakom artistsvarumärken: En studie utifrån ett branshperspektiv*. Nedladdat 2011-12-29 från Linnéuniversitetets hemsida, <http://lnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:413125/FULLTEXT01>

Digital Music Report 2011: Music at a touch of a button. Nedladdat 2012-01-07 från IPFI:s hemsida, <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>

Johansson D, Larsson M. (2009) *The Swedish Music Industry in Graphs. Economic Development Report 2000 – 2008.* Nedladdat 2011-12-29 från http://www.trendmaze.com/media/1038/swedish_music_industry_2000-2008.pdf

Lindqvist M, Sundblom J. (2009) *Skivbolagsbranschen och internet - en jämförelse mellan major- och indiebolag.* Nedladdat 2011-12-21 från Södertörns Högskolas hemsida, <http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:272174/FULLTEXT01>

Ljungqvist, J. (2010) *Var och en sin egen lyckas smed - En undersökning av skivbolagens framtida roll i musikindustrin.* Nedladdat 2011-11-27 från Linnéuniversitetets hemsida, <http://lnu.diva-portal.org/smash/get/diva2:331602/FULLTEXT02>

Portnoff, L. (2007) *Control, Cultural Production and Consumption. Theoretical Perspectives, Empirical Dilemmas, and Swedish Music Industry Practices.* Nedladdat 2011-12-29 från Handelshögskolan i Stockholms hemsida, http://www2.hhs.se/efi/diss/742_Portnoff_Control,%20cultural%20production%20and%20consumption.pdf

STIM årsredovisning 2006 – Nedladdat 2011-12-29 från STIM:s hemsida, [http://notes03.stim.se/stim/prod/stimv4.nsf/wwwpages/3D97C49D4495CE3BC12572DB00448E42/\\$File/arsredovisning2006.pdf](http://notes03.stim.se/stim/prod/stimv4.nsf/wwwpages/3D97C49D4495CE3BC12572DB00448E42/$File/arsredovisning2006.pdf)

STIM årsredovisning 2010 – Nedladdat 2011-12-29 från STIM:s hemsida, http://www.stim.se/Documents/STIM_AR10_WEB_Uppslg.pdf

Internetlänkar:

EMI Group sold as two separate pieces to Universal Music and Sony. Nedladdat 2012-01-06 från Los Angeles Times hemsida, <http://articles.latimes.com/2011/nov/12/business/la-fi-ct-emi-sold-20111112-68>

En skällhet dusch eller sanningen om den svenska musikbranschens intäkter – Nedladdat 2011-12-29 från Netopias hemsida, <http://www.netopia.se/2010/02/08/en-skallhet-dusch-eller-sanningen-om-den-svenska-musikbranschens-intakter/>

Hur ska musikerna tjäna pengar – Nedladdat 2011-11-15 från Piratpartiets hemsida, <http://www.piratpartiet.se/faq>

Ryktet om musikindustrins död är betydligt överdriven – Nedladdat 2011-12-29 från Musikindustrins hemsida, http://www.musikindustrin.se/artikel/3003/NYLIN_Ryktet_om_musikindustrins_dod_ar_betydligt_overdriven.html

Shelby Lynnes och ditt behov av nödvändiga mellanhänder – Nedladdat 2011-12-29 från Musikindustrins hemsida, http://www.musikindustrin.se/artikel/2546/NYLIN_Shelby_Lynnes_och_ditt_behov_av_nodvandiga_mellanhander.html

Skivbolagen är out of date... Nedladdat 2011-11-15 från Hackerunits hemsida, http://hackerunit.se/main/index.php?option=com_content&view=article&id=241:skivbolagen-aer-out-of-date&catid=39:nyhet-dator&Itemid=57

SOM är oroade över sammanslagningen EMI/Universal. Nedladdat 2012-01-08 från SOM:s hemsida, <http://www.som.a.se/28.aspx?newsid=70&location=1&language=0>

Spotify – Contact us. Nedladdat 2012-01-05 från Spotifys hemsida, <http://www.spotify.com/se/about-us/contact/>

The death spiral of Napster begins. Nedladdat 2012-01-09 från TV-kanalen Historys hemsida, <http://www.history.com/this-day-in-history/the-death-spiral-of-napster-begins>

The Generation That Killed Rock 'n Roll – Nedladdat 2011-12-29 från Huffingtonposts hemsida, http://www.huffingtonpost.com/nathan-harden/the-generation-that-kille_b_444428.html