

# DANSK MUSIKOMSÆTNING 2019

UDARBEJDET AF RAMBØLL MANAGEMENT CONSULTING  
MED SPARRING FRA DANSK ERHVERV

DANSK  
ERHVERV



Dansk Musikomsætning 2019 er en branchestatistik, som opgør musikbranchens samlede økonomiske værdi for 2019.

Analysen dokumenterer økonomien i musikken og dermed ikke musikeres økonomi. Fokus er på musik omsat på markedsmæssige vilkår. Offentlig støtte opgøres ikke selvstændigt.

Analysen er for syvende gang udarbejdet af Rambøll, på opdrag af Konsortiet bestående af Koda, IFPI, MXD, Dansk Live, Gramex og Musikforlæggerne. Denne analyse er udarbejdet med sparring fra Dansk Erhverv.

## 3 SAMLEDE RESULTATER

## 7 LIVEMUSIK

## 12 INDSPILLET MUSIK

## 16 EKSPORT

## 20 OM DANSK MUSIKOMSÆTNING 2019

## 24 DATAKILDER



# **SAMLEDE RESULTATER**

SAMLET OMSÆTNING 2019\*

9.678 MIO. KR

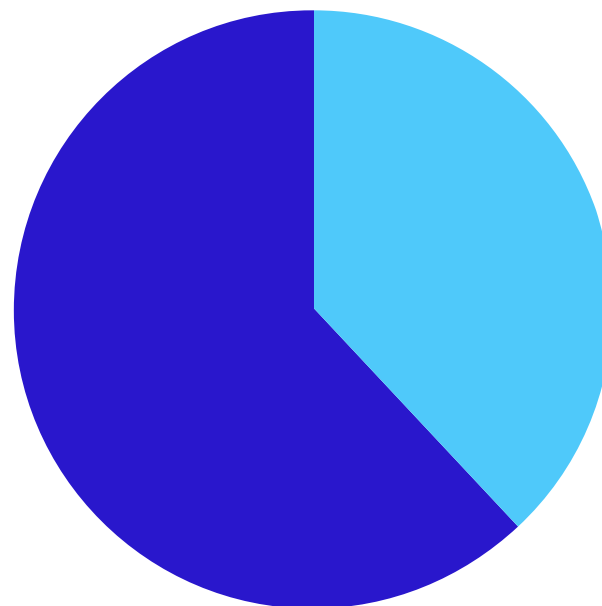
ÅRSVÆRK\*\* 5.340



LIVEMUSIK

6.140 MIO. KR

ÅRSVÆRK\*\* 3.388



INDSPILLET MUSIK

3.538 MIO.

ÅRSVÆRK\*\* 1.952

HERAF EKSPORT 1.060 MIO. KR

ÅRSVÆRK\*\* 585

NOTE:

Der er tale om priskorrigerede tal (2019-priser).

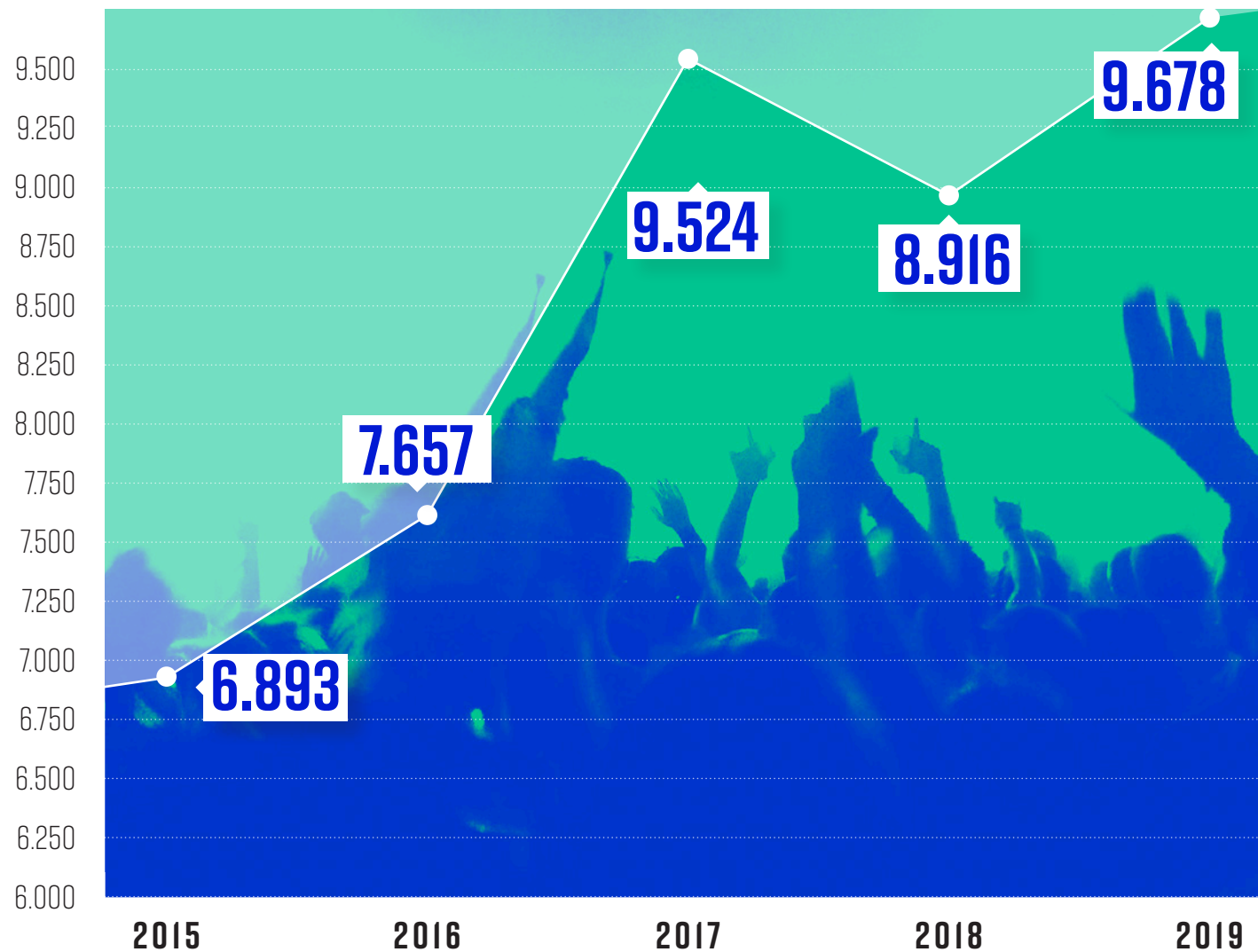
Generelle antagelser bag analysen findes i afsnittet 'Datakilder'.

\*Grundet afrunding, summerer delkomponenterne ikke nødvendigvis til den samlede omsætning.

\*\*Et årsværk udgør 37 timers arbejde i 52 uger = 1.924 timer uden at tage højde for ferie og helligdage.

Årsværk er ydermere beregnet pba. omsætning pr. FTEE (fuldtidsansatte) for alle erhverv.

Mio. kr.



VÆKST FRA 2015-2019

40%

VÆKST FRA 2018-2019

9%

OMRÅDE	2015	2016	2017	2018	2019	VÆKST 2015-2019	VÆKST 2018-2019
Livemusik	4.076	4.675	6.220	5.570	6.140	51%	10%
Indspillet musik	2.817	2.982	3.305	3.345	3.538	26%	6%
<b>Samlet</b>	<b>6.893</b>	<b>7.657</b>	<b>9.524</b>	<b>8.916</b>	<b>9.678</b>	40%	9%
- Heraf eksport*	635	763	1.038	897	1.060	67%	18%

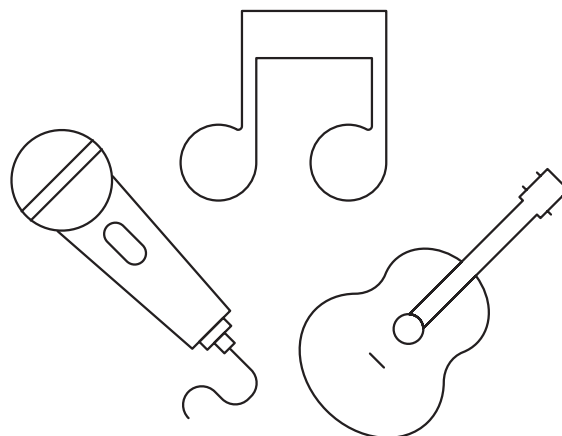
NOTE:

Alle priser er 2019-priser i mio. kr. Bemærk, at grundet afrunding summerer delkomponenterne ikke nødvendigvis.

\*Den store stigning i eksport fra 2015 til 2019 skyldes til dels opdateret døgnforbrug blandt turisterne ift. tidligere år.

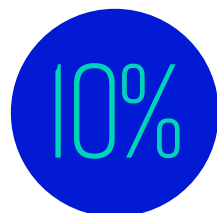
A photograph of a musician performing live music on stage. The musician is wearing a dark t-shirt and has a beard. His right arm is raised, and he is wearing a watch and a bracelet. A microphone is on a stand in front of him. The background is a large, blurred crowd of people. The entire image has a blue color overlay.

# LIVEMUSIK

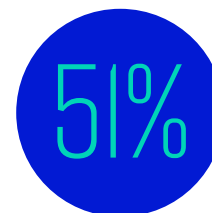


OMSÆTNING LIVEMUSIK 2019  
**6.140 MIO. KR**

VÆKST FRA 2018-2019

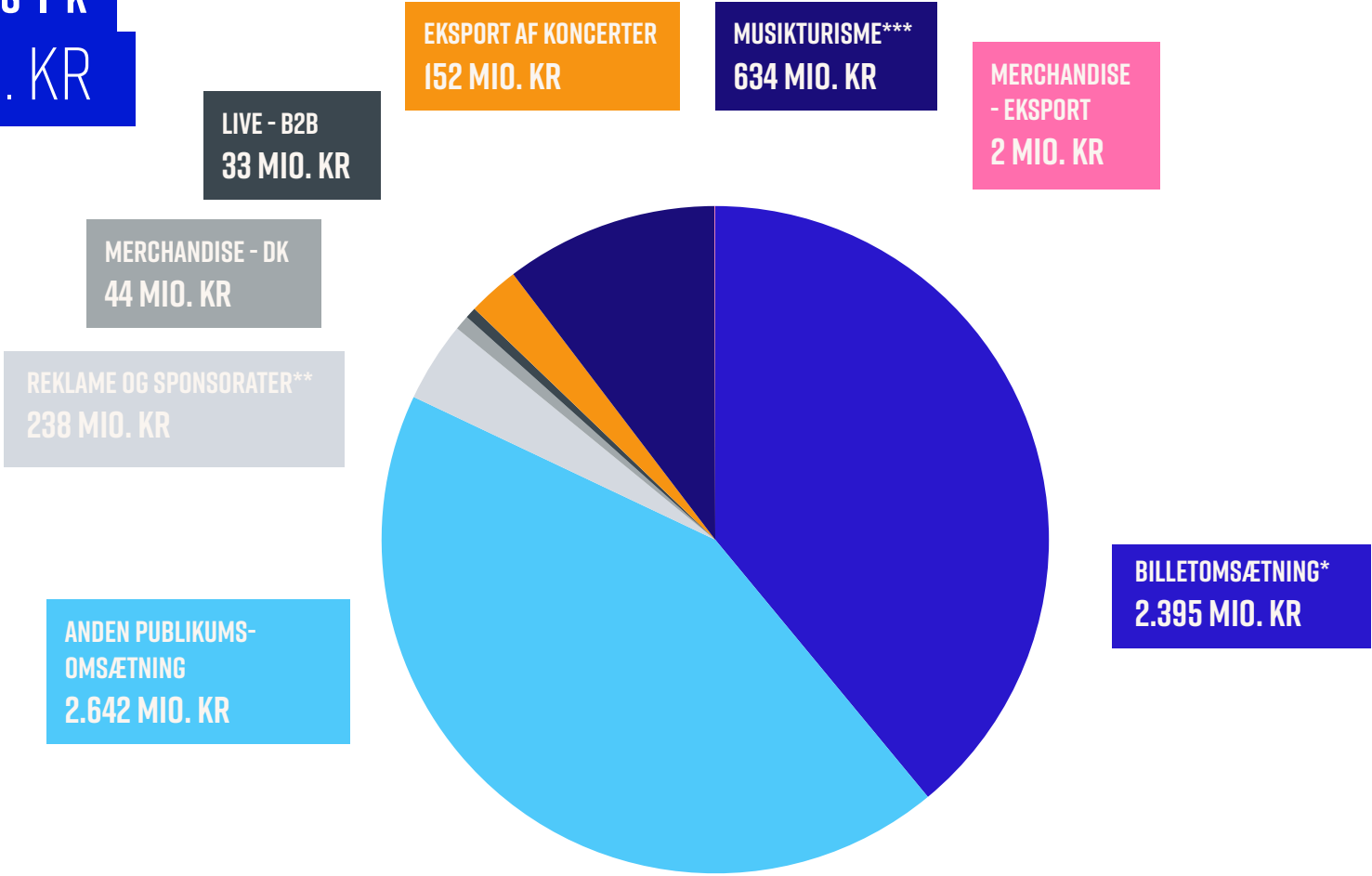


VÆKST FRA 2015-2019





**SAMLET OMSÆTNING  
LIVEMUSIK  
6.140 MIO. KR**



NOTE:

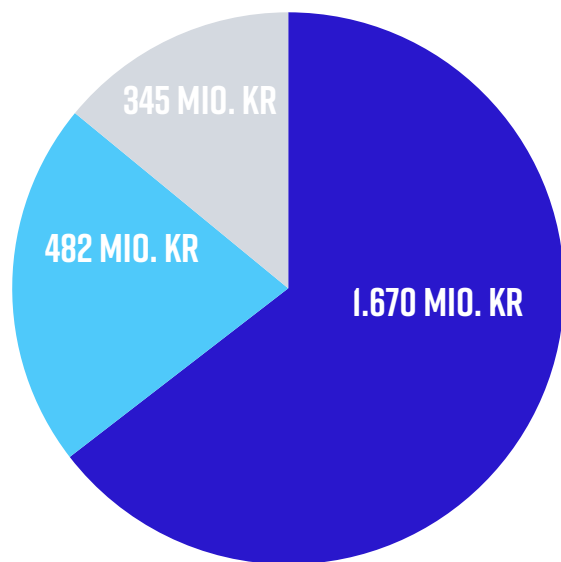
Grundet afrunding, summerer delkomponenterne ikke nødvendigvis til den samlede omsætning  
 \*Koda har fra 2015 ændret deres regnskabspraksis således, at det ikke er muligt at estimere det samlede antal publikummer ved koncerter med entré, hvorfor billetomsætningen sandsynligvis er underestimeret.

\*\*Reklame og sponsorater samt merchandise var tidligere indeholdt i området ”øvrige musikomsætning”. Fra 2015 er reklamer og sponsorater samt merchandise fordelt mellem live og indspillet musik. Denne kategori indeholder således reklamer og sponsorater samt merchandise solgt i forbindelse med livearrangementer.

\*\*\*Indeholder udenlandske turisters døgnforbrug ved ophold samt selve billetomsætning og anden publikumsomsætning fra livekoncerten. Vær opmærksom på, at turisternes døgnforbrug blev opdateret i opgørelsen for 2016 ift. tidligere år – de nyeste tal fra VisitDenmark er væsentligt højere end dem, der er blevet anvendt tidligere.

## BILLETOMSÆTNING 2.497 MIO. KR

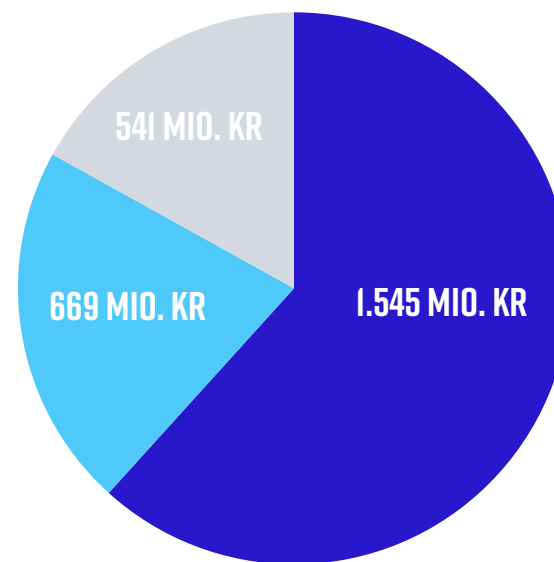
HERAF MUSIKTURISME: 102 MIO. KR



● Spillesteder ● Festivaler ● Andre arrangementer\*

## ANDEN PUBLIKUMSOMSÆTNING 2.755 MIO. KR

HERAF MUSIKTURISME: 113 MIO. KR



### NOTE:

Bemærk at billetomsætningen og anden publikumsomsætning for festivaler underestimeres på baggrund af registreringspraksis hos Koda, hvor registreringen følger arrangøren. En del af billetomsætningen for festivaler ligger derfor i de andre kategorier.

\*Eksempler på arrangementer, som hører under kategorien "andre arrangementer", er: Aalborg Karneval, livemusik i Legoland og Kulturnatten i København.

OMRÅDE	2015	2016	2017	2018	2019	VÆKST 2015-2019	VÆKST 2018-2019
<b>Livemusik</b>	<b>4.076</b>	<b>4.675</b>	<b>6.220</b>	<b>5.570</b>	<b>6.140</b>	<b>51%</b>	<b>10%</b>
<i>Live – DK</i>	3.569	4.052	5.305	4.819	5.352	50%	11%
Billetomsætning	1.520	1.777	2.543	2.074	2.395	58%	16%
Anden publikumsomsætning	1.833	2.031	2.442	2.460	2.642	44%	7%
Reklame og sponsorater	152	176	236	212	238	57%	12%
Merchandise - DK	28	33	48	37	44	58%	17%
Live – B2B	36	35	37	34	33	-8%	-5%
<i>Live – eksport</i>	507	623	914	752	788	55%	5%
Eksport af koncerter	182	245	237	200	152	-16%	-24%
Musikturisme*	324	376	675	550	634	96%	15%
Merchandise - eksport	1	1	2	2	2	58%	17%

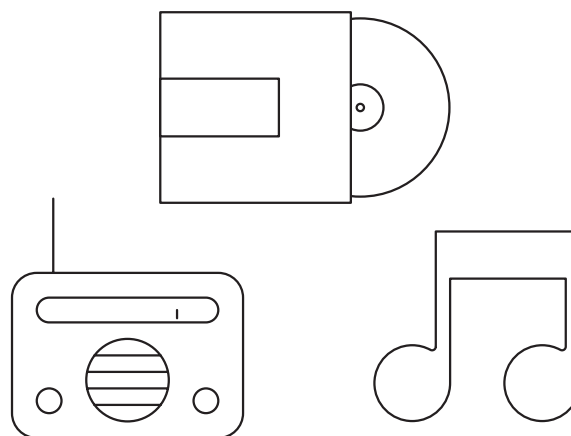
## NOTE:

Alle priser er 2019-priser i mio. kr. Bemærk, at grundet afrunding summerer delkomponenterne ikke nødvendigvis.

\*Den store stigning i eksport fra 2015 til 2019 skyldes til dels opdateret døgnforbrug blandt turisterne ift. tidligere år.

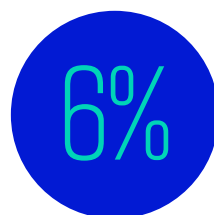


**INDSPILLET  
MUSIK**

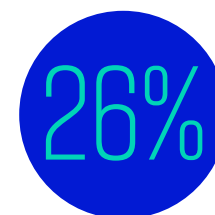


OMSÆTNING INDSPILLET MUSIK 2019  
3.538 MIO. KR

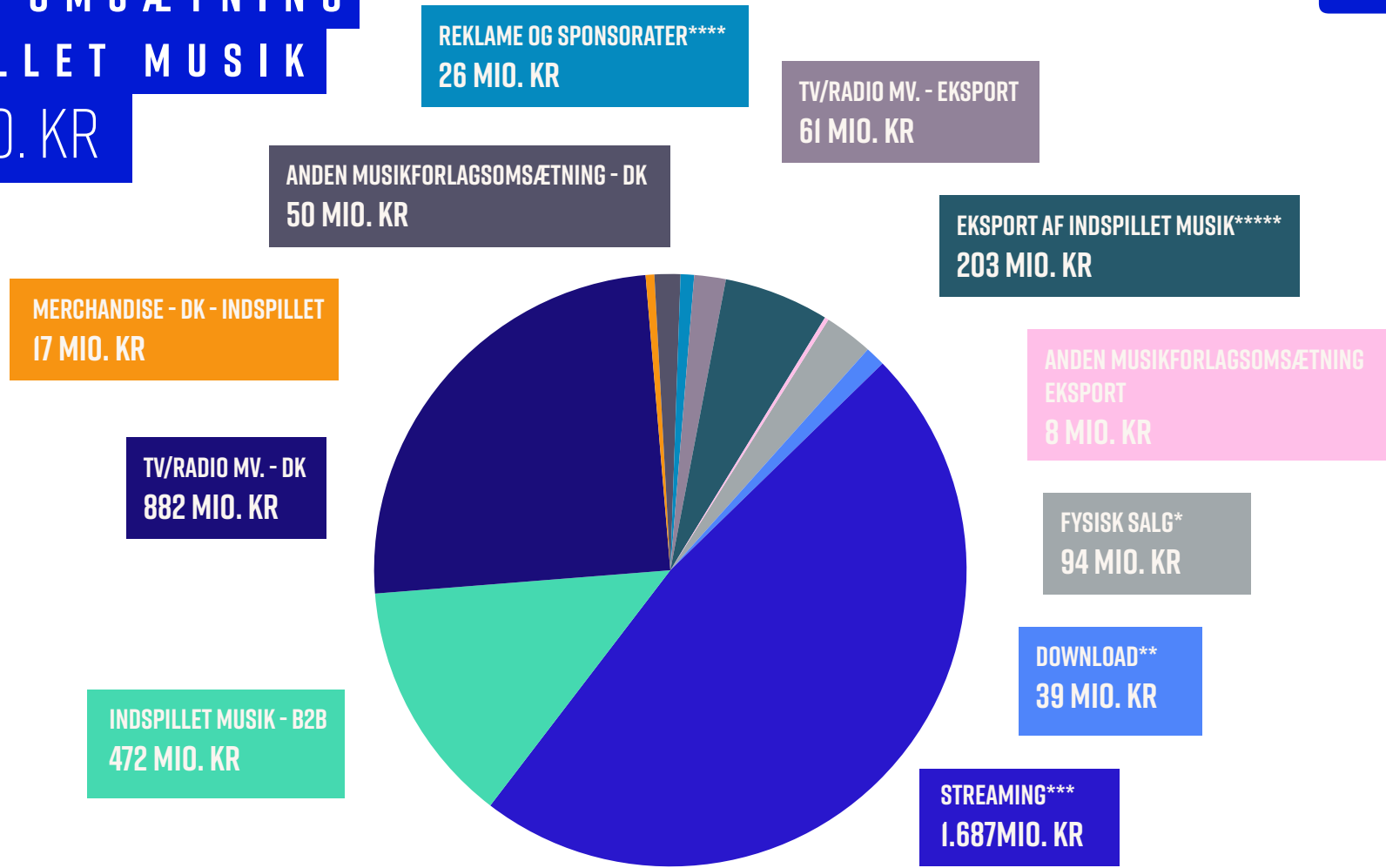
VÆKST FRA 2018-2019



VÆKST FRA 2015-2019



**SAMLET OMSÆTNING  
INDSPILLET MUSIK  
3.538 MIO. KR**



NOTE:

Tallene baseres udelukkende på dokumenterbar omsætning. Grundet manglende branchestandarder findes der herudover en større udokumenterbar eksportomsætning, som ikke er medregnet.

\*Der er anvendt en mark-up på 35 pct. i detaileddet og efterfølgende tillagt 25 pct. i moms. Der er tidligere anvendt en højere mark-up, som også indeholdt moms. Der er derfor små afvigelser i metoden i opgørelserne før 2016.

\*\* Der er anvendt en mark-up på 45 pct. i detaileddet og efterfølgende tillagt 25 pct. i moms. Der er tidligere anvendt en højere mark-up, som også indeholdt moms. Der er derfor små afvigelser i metoden i opgørelserne før 2016. Online mekaniske rettigheder indkasseres ikke længere af NCB.

\*\*\* Baseres på at selskaberne og Koda får 70 pct. af omsætningen og efterfølgende tillagt 25 pct. i moms.

\*\*\*\* Reklame og sponsorater samt merchandise var tidligere indeholdt i området ”øvrige musikomsætning”. Fra 2015 er reklame og sponsorater samt merchandise fordelt mellem live og indspillet musik.

\*\*\*\*\* Eksport af indspillet musik baseres på data fra NCB. Antallet af lande, hvorpå der indsamles rettigheder, kan variere fra år til år. Dette giver stor inkonsistens i dette estimat. Det har ikke været muligt at indsamle data fra alternative kilder.

# INDSPILLET MUSIK

## OMSÆTNING 2015-2019

OMRÅDE	2015	2016	2017	2018	2019	VÆKST 2015-2019	VÆKST 2018-2019
<b>Indspillet musik</b>	<b>2.817</b>	<b>2.982</b>	<b>3.305</b>	<b>3.345</b>	<b>3.538</b>	<b>26%</b>	<b>6%</b>
<i>Indspillet - DK</i>	2.689	2.842	3.181	3.199	3.267	21%	2%
Fysisk salg	130	104	110	96	94	-28%	-2%
Download	119	117	47	39	39	-67%	0%
Streaming	998	1.155	1.439	1.648	1.687	69%	2%
Indspillet musik - B2B	462	479	530	473	472	2%	0%
TV/radio mv. - DK	915	909	968	857	882	-4%	3%
Merchandise - DK	9	16	16	14	17	89%	21%
Anden musikforlagsomsætning - DK	32	38	45	46	50	56%	9%
Reklame og sponsorater	24	24	26	26	26	8%	0%
<i>Indspillet - eksport</i>	128	140	123	146	271	112%	86%
TV/radio mv. - eksport	46	60	75	65	61	33%	-6%
Eksport af indspillet musik	71	72	42	71	203	186%	186%
Anden musikforlagsomsætning - eksport	11	8	7	10	8	-27%	-20%

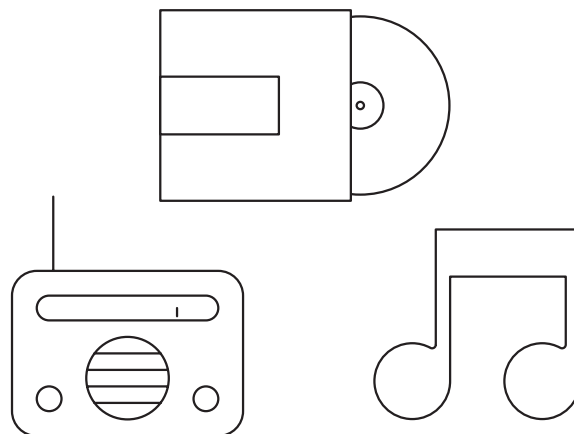
NOTE:

Alle priser er 2019-priser i mio. kr. Bemærk at grundet afrunding summerer delkomponenterne ikke nødvendigvis.

A close-up, blue-tinted photograph of a computer keyboard. The keys are visible, and the overall image has a strong blue color cast. A white rectangular text box is centered over the keyboard.

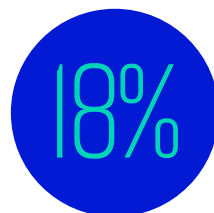
**EKSPORT**



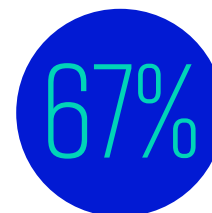


OMSÆTNING EKSPORT 2019  
1.060 MIO. KR

VÆKST FRA 2018-2019

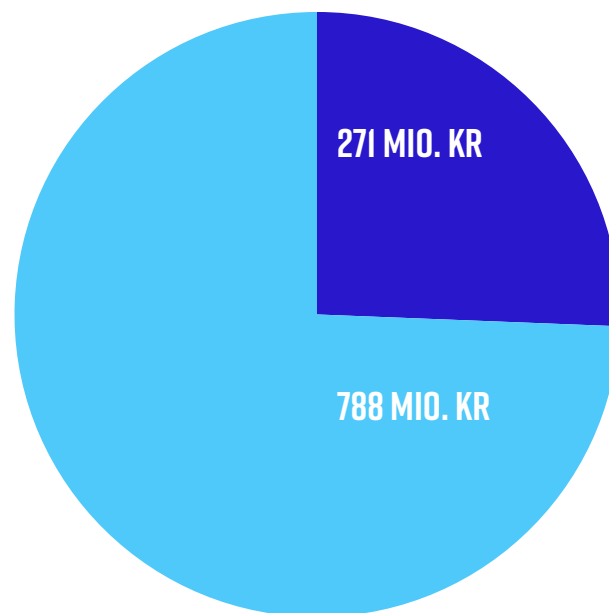


VÆKST FRA 2015-2019



# EKSPORT SAMLET OMSÆTNING

1.060 MIO. KR



● Livemusik\*

● Indspillet musik

## NOTE:

Eksporten findes i de foregående figurer ved at sammenlægge samtlige eksportkategorier inden for hvert område. Eksport på liveområdet består af eksport af koncerter, merchandise og musikturisme. Eksport på området indspillet musik består af eksport af indspillet musik, eksport via TV/radio samt musikforlagsomsætning i udlandet.

\*Vær opmærksom på, at turisternes døgnforbrug blev opdateret i 2016 ift. 2015 og igen i 2017 – de nyeste tal fra VisitDenmark er væsentligt højere end dem, der er blevet anvendt tidligere.

OMRÅDE	2015	2016	2017	2018	2019	VÆKST 2015-2019	VÆKST 2018-2019
<b>Eksport i alt*</b>	<b>635</b>	<b>763</b>	<b>1.038</b>	<b>897</b>	<b>1.060</b>	<b>67%</b>	<b>18%</b>
Livemusik	507	623	914	752	788	55%	5%
Indspillet musik**	128	140	123	146	271	113%	86%

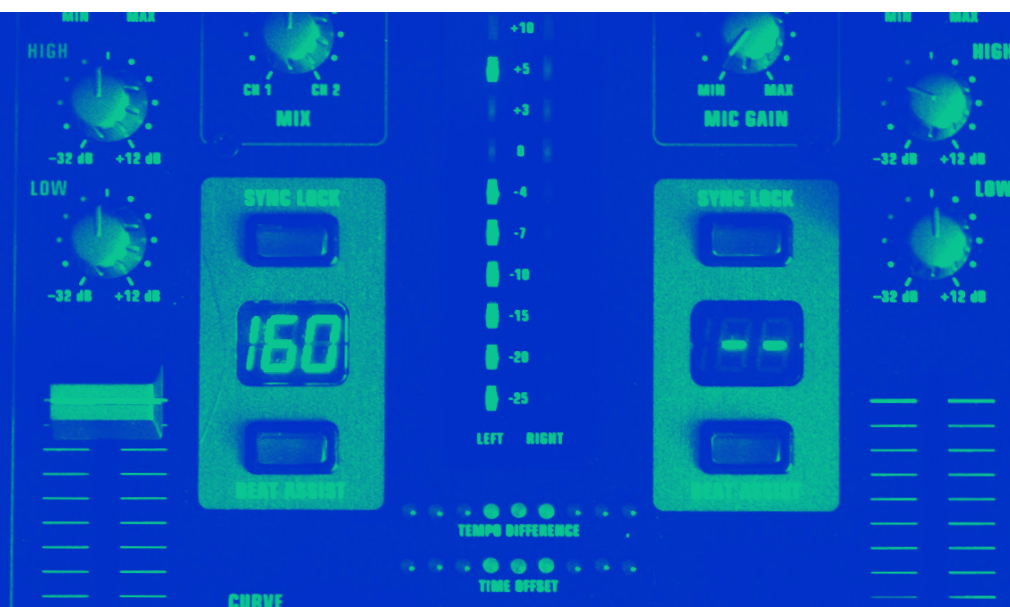
NOTE:

Alle priser er 2019-priser i mio. kr. Bemærk, at grundet afrunding summerer delkomponenterne ikke nødvendigvis.

\*\*Indspillet musik indeholder også "Anden musikforlagsomsætning".

\*Den store stigning i eksport fra 2015 til 2019 skyldes til dels opdateret døgnforbrug blandt turisterne ift. tidligere år. Tallet for døgnforbruget i 2015 lå på 853 kr. VisitDenmark opdaterede deres turistundersøgelse i 2017 til et døgnforbrug 1.268 kr., så døgnforbruget i 2018 og 2019 hhv. ligger på 1.278 kr. og 1.288 kr.

# OM DANSK MUSIKOMSÆTNING 2019



- Opgørelsesmetoden i analysen er videreført fra tidligere udgaver. Der er således i år kun foretaget mindre justeringer.
- Økonomien i musikken er opgjort på bruttoniveau - altså den økonomiske værdi, der skabes i yderste led af den økonomiske værdikæde.\*
- I forbindelse med udformningen af Dansk Musikomsætning 2019 udarbejdede Rambøll ligeledes en opgørelse over Dansk Musikomsætning 2018. Af den grund er Dansk Musikomsætning 2018 også nævnt i dette metodeafsnit.

\* Dette inkluderer også, at der er medregnet moms på de elementer, der er momsbelagte (fx billetomsætning og salg af merchandise).

Dansk Musikomsætning 2018 og 2019 er en klassisk branchestatistik, som opgør musikbranchens samlede økonomiske værdi for både 2018 og 2019. Musik er overalt i vores samfund, og musikbranchen genererer økonomisk værdi og beskæftigelse på en lang række forskellige områder.

Arbejdet med en retvisende branchestatistik for musikbranchen er derfor en kompliceret proces, der kræver data fra en bred vifte af aktører i musikbranchen; herunder repræsentanter for koncertarrangører, producenter af indspillet musik, forlag og forvaltningsorganisationer, som varetager komponisters og udøvende musikeres økonomiske interesser i forbindelse med offentlig brug af deres musik til koncerter, i TV, radio, butikker mv.

I forbindelse med udarbejdelse af branchestatistikker er det normen at opgøre den økonomiske værdi på bruttoniveau – altså hvilken økonomisk

værdi musikken skaber i yderste led af den økonomiske værdikæde. Dette er således også tilfældet med Dansk Musikomsætning 2018 og 2019. I praksis betyder det eksempelvis, at man fokuserer på, hvilken værdi den indspillede musik skaber, når den bliver solgt i butikkerne frem for blot at fokusere på musikproducenternes omsætning i forbindelse med salg af indspillet musik til butikkerne. Og det betyder, at man fokuserer på, hvilken samlet økonomisk værdi en koncert skaber på et spillested - herunder billetindtægter og salg af drikkevarer - frem for blot at fokusere på, hvilken omsætning en musiker skaber ved at spille til en koncert. I den forbindelse bør det bemærkes, at Dansk Musikomsætning 2018 og 2019 fokuserer på musikken som et produkt, der omsættes på markedsmæssige vilkår, og at offentlig støtte derfor ikke opgøres eller inkluderes som en selvstændig værdi i statistikken.

En branchestatistik bør ikke forveksles med en samfundsøkonomisk analyse, hvor alle afledte økonomiske effekter af musikken søges belyst. Således inkluderer Dansk Musikomsætning 2018 og 2019 eksempelvis ikke den afledte økonomiske effekt af skabelsen af jobs i branchen, ligesom opgørelsen ej heller søger at opgøre den indspillede musiks økonomiske betydning for den generelle produktivitet og befolknings sundhed i samfundet. En samfundsøkonomisk analyse af musikbranchen ville derfor med stor sandsynlighed konkludere, at musikbranchens samlede værdi i samfundet er langt større end den værdi, som opgøres i nærværende branchestatistik.

Opgørelsesmetoden i Dansk Musikomsætning 2018 og 2019 er i det store hele videreført fra opgørelserne fra 2012-2017, og der er kun foretaget mindre metodiske justeringer. Dermed er det muligt at sammenligne tallene over en længere periode.

Dansk Musikomsætning 2018 og 2019 er udarbejdet af Rambøll med sparring hos Dansk Erhverv på opdrag af IFPI, Koda, Gramex, Dansk Live, MXD og Musikforlæggerne.

DANSK  
ERHVERV



# DATAKILDER

Den primære datakilde er rettigheder fra rettighedsorganisationerne, hvilket sikrer en systematisk indsamling af data. Bemærk at dækningsgraden af de indsamlede rettigheder har været varierende over år og inden for de forskellige områder, hvilket kan betyde variation i resultaterne over år. Derudover har ændringer i regnskabspraksis ved rettighedsorganisationerne betydet at datagrundlaget ikke er helt konsistent imellem årene. Der er dog ikke sket væsentlige forskelle for 2018 og 2019 i forhold til opgørelsen fra 2017.



- Betaling for rettighederne til musikken er den grundlæggende datakilde i analysen.
- Fordelen ved dette er, at der findes et ekstensivt og validt datagrundlag for rettighedsbetalingerne.
- Ulempen er, at rettighederne kun udgør en del af den samlede økonomi i dansk musikliv. Der er derfor:
  - Suppleret med data fra andre kilder.
  - Udarbejdet standardiserede nøgletal på baggrund af tidligere nationale og internationale studier samt indsamlet data fra et udsnit af de centrale aktører i branchen.
- Datakvaliteten for de enkelte områder er svingende, men generelt gælder det, at den indenfor de store områder i opgørelsen er valid. Datakvaliteten forbedres løbende som konsekvens af arbejdet med udarbejdelsen af branchestandarder.

- Et årsværk udgør 37 timers arbejde i 52 uger = 1.924 timer. Antal årsværk for branchen er således antal fuldtidsstillinger skabt af branchen, hvor eventuelle deltidsstillinger er summeret således at man får samlet antal fuldtidsstillinger skabt af branchen. Antal årsværk pr. omsætningskrone er beregnet ud fra data fra Danmarks Statistik, for den samlede omsætning og samlet antal fuldtidsansatte i relevante og sammenlignelige erhverv i Danmark. Disse er beregnet i løbende priser, eftersom vi har vurderet, at fremskrivning af disse til faste 2018 og 2019-priser ikke er sammenligneligt. Det skyldes at data tilgængelighed på Danmarks Statistik er mere end 1 år bagud (2017-tal er tilgængelige), hvilket gør, at de to faktorer der anvendes til at udregne årsværket (omsætning og antal ansatte) ikke er angivet for 2018 og 2019. Det er således uhensigtsmæssigt at spå om udviklingen i antal ansatte for 2018 og 2019, hvorfor det ligeledes er uhensigtsmæssigt at fremskrive omsætningstallene for 2018 og 2019, med henblik på at sammenligne denne med antal ansatte for tidligere år. Estimeringen af årsværk vil løbende blive opdateret således at seneste data tilgængelig på Danmarks Statistik anvendes og opdateres for de foregående år.
- Inden 2015 var reklame og sponsorater samt merchandise indeholdt i området "Øvrig musikomsætning". I 2015 blev disse poster fordelt mellem live og indspillet musik. Denne metode er opdateret for tidligere år, så live og indspillet musik ikke indeholder mere omsætning i perioden 2015-2017 end perioden 2012-2014. Af samme årsag blev "Øvrig musikomsætning" i 2015 omdøbt til "Anden musikforlagsomsætning". Denne kategori blev lagt ind under "Indspillet Musik" i 2016, hvorfor kategorien "Anden musikforlagsomsætning" helt udgik som selvstændig kategori.
- Turisters døgnforbrug er løbende blevet opdateret med væsentlige stigninger i forhold til tidligere års analyser fra VisitDenmark. Ændringerne har medført, at udenlandske turisters døgnforbrug er opdateret i 2014 og 2017, hvor man i mellemværende år har benyttet fremskrivning. I 2017 blev udenlandske turisters døgnforbrug ændret til 1.268 kr. og vha. fremskrivning betyder det at døgnforbruget er hhv. 1.278 kr. og 1.288 kr. i 2018 og 2019. VisitDenmark bekræfter at de udenlandske gæsters døgnforbrug har en stigende tendens.

- Publikumstal er estimeret på baggrund af rettighedsindtægter og nøgletal baseret på prissystemet fra Koda, for koncerter med og uden entré.
- Gennemsnitlig billetpris for koncerter er hentet fra "Analyse af pengestrømme og ressourcer i dansk musikliv" (Pengestrømsanalysen) og understøttet af interviews med branchens aktører i 2012. Disse er fremskrevet til igennem analysen. For denne analyse er billetpriserne valideret i samarbejde med Dansk Live.
- Gennemsnitlig billetpris for festivaler er estimeret på baggrund af nøgletal fra Dansk Live og interviews med branchens aktører i 2012. Dette nøgletal er blevet fremskrevet for at sikre kontinuitet. For denne analyse er billetprisen blevet valideret i samarbejde med Dansk Live.
- Andel af anden underholdning, der er musik, er estimeret på baggrund af interviews i branchen i 2012 og fremskrevet i årene efter.
- Eksempler på arrangementer, som hører under kategorien andre arrangementer er f.eks.: Aalborg Karneval, Live musik i Legoland og Kulturnatten i København.
- Anden publikumsomsætning pr. gæst er estimeret på baggrund af nøgletal fra Dansk Live 2012, og fremskrevet på baggrund af tidligere år.
- Live – B2B (Business to Business) omsætning er leveret af Koda. Der anvendes en mark-up på 2 for at opgøre live – B2B på bruttoniveau, som er valideret af konsortiet.
- Rettighedsindtægter i forbindelse med eksport af live musik er leveret af Koda.
- Andel af indtægt til musikere, som spiller i udlandet, er estimeret på baggrund af "Analyse af pengestrømme og ressourcer i dansk musikliv" (Pengestrømsanalysen) og UK music industry -Production Music Association (PSA).

## FORDELING AF OMSÆTNING (2/2)

- Andelen af billetter solgt til turister er estimeret på baggrund af data fra større billetudbydere. Da markedet er meget volatilt, kendes de interviewede agenter's markedsandel ikke præcist, og estimatet er derfor forbundet med usikkerhed. Af denne årsag er estimatet konservativt sat. Udover billetomsætning og anden publikumsomsætning, indeholder estimatet for musikturisme de udenlandske gæsters døgnforbrug i Danmark.
- Omsætning i forbindelse med salg af merchandise i ind- og udland er estimeret efter interviews med musikbranchen samt UK music industry - Production Music Association (PSA). Herfra er beregnet at en gennemsnitlig gæst bruger 5,50 kr. på merchandise i forbindelse med live arrangementer i 2012. Nøgletallet er fremskrevet i analysen årene efter.

Dette er antaget kun at gælde for publikum til koncerter med entre.

- Reklame og sponsorater er estimeret som en andel af liveomsætningen på baggrund af oplysninger fra "Analyse af pengestrømme og ressourcer i dansk musikliv" (Pengestrømsanalysen) og den britiske undersøgelse "Adding up the UK Music industry". For at estimere omsætningen som er relateret til live musik, er omsætningen estimeret for indspillet musik fratrukket den samlede omsætning.

BILLET- OG ANDEN PUBLIKUMS-  
OMSÆTNING INKL. MUSIKTURISME

- Se Livemusik – fordeling af omsætning.

Tallene baseres udelukkende på dokumenterbar omsætning. Grundet manglende branchestandarder findes der herudover en større udokumenterbar eksportomsætning, som ligesom tidligere år ikke er medregnet i Dansk Musikomsætning 2018 og 2019.

- I tidligere opgørelser indeholdt TV/radio mv. on-demand tjenester. I 2015 blev dette ændret så, denne omsætning i stedet er en del af streamingomsætningen. Dette gør sig også gældende i 2018 og 2019.
- Der anvendes en mark-up på fysisk salg, download og streaming for at tage højde for omsætningen i detailledet. Læg desuden mærke til, at mark-ups er ændret meget ift. 2015, idet moms nu optræder separat i beregningen.
  - Omsætning i forbindelse med fysisk salg er leveret af IFPI – jf. disse tal er mark-up'en ændret fra 60% i 2015 til 35% fra 2016 og er stadig aktuelt.
  - Omsætning i forbindelse med download er leveret af IFPI og NCB – jf. disse tal er mark-up'en ændret fra 60% i 2015 til 45% fra 2016 og er stadig aktuelt.
  - Omsætning i forbindelse med streaming er leveret af IFPI og Koda. Mht. streaming er der tale om selskabernes andel af den samlede

nettoomsætning og i 2018 og 2019 er den andel fortsat 70%.

- Fysisk salg, download og streaming er opskaleret til 100 pct. for at tage højde for, at IFPI's medlemmer udelukkende dækker (for 2018 og 2019) hhv. 92 og 90%, 96 og 93% og 96 og 93% af markedet.
  - Rettighedsindtægterne fra streaming er opskaleret for at tage højde for, at Koda udelukkende dækker en andel af repertoire.
- Omsætning i forbindelse med eksport af indspillet musik er estimeret på baggrund af data fra NCB. Bemærk at NCB fra 2014 ikke indsamler rettigheder fra CLA EMI - European territories. Sammenlignet med 2014 indsamles data i 2015 yderligere i Schweiz og Østrig – dette gør sig ligeledes gældende for dette års analyse for 2018 og 2019. Det har ikke været muligt at indsamle data for de manglende lande fra anden kilde og det vurderes ikke validt at fremskrive indtægten fra 2014 på baggrund af det tilgængelige datagrundlag.
  - Kun en andel af den samlede omsætning i udlandet fra indspillet musik kommer hjem til de danske repertoireejere i form af royalty. Der anvendes en antagelse om denne andel på 35% baseret på dialog med IFPI.

- Omsætning på indspillet musik – B2B er leveret af Gramex og Koda.
  - Der anvendes en mark-up på 2 for at opgøre indspillet musik – B2B på bruttoniveau. Denne mark-up er leveret af konsortiet i et af de tidligere år, og er genanvendt i 2018 og 2019.
- Rettighedsomsætning på TV/radio mv. er leveret af Gramex og Koda.
  - Kommerciel radioomsætning er leveret af de kommercielle radiostationer (en andel af omsætningen er estimeret til at være genereret af musik).
  - TV/radio mv. indeholder live-udsendelser på TV og i radio.
  - Omsætning på satellit/kabel og retransmission er leveret af Koda.
  - Omsætningen for synkronisering og AV-kopivederlag er leveret af Musikforlæggerne og NCB.
    - Der benyttes en fordeling mellem Musikforlæggerne og komponister/tekstforfattere til at opgøre omsætningen på bruttoniveau.
  - Omsætning fra musikmagasiner eksklusive merchandise er leveret af aktører i branchen (GAFFA) og er estimeret på baggrund af markedsandele for 2017. GAFFAs markedsandel er ændret fra 50% i 2016 til 40% i 2017 og er genbrugt i 2018 og 2019. Omsætningen fra musikmagasiner blev i 2016 opdateret så den er inkl. moms. For at sikre rigtig sammenlignelighed er moms også lagt til for årene 2012-2015.
- TV/radio mv. indeholder liveoptrædener på TV og i radio.
- Eksportindtægter fra TV/radio er leveret af Koda.
- Omsætning i forbindelse med salg af merchandise er opgjort ud fra data for merchandiseomsætning fra IFPI-medlemmer og musikmagasiners salg af merchandise som, baseret på markedsandele, er opregnet til hele markedet. Læg mærke til, at GAFFAs markedsandel er ændret fra 50% i 2016 til 40% i 2017 og denne er anvendt i 2018 og 2019.
- Sponsorater og reklameomsætning for indspillet musik er leveret af IFPI og estimeret ud fra medlemmernes markedsandel.
- Tidligere "Anden Musikforlagsomsætning" er lagt ind under kategorien "Indspillet musik."
  - Andre musikforlagsrettigheder i ind- og udland er leveret af Musikforlæggerne samt Copydan Tekst og Node.
  - Der benyttes en fordeling mellem Musikforlæggerne og komponister/tekstforfattere til at opgøre omsætningen på bruttoniveau.

Eksporttallene baseres udelukkende på dokumenterbar omsætning. Grundet manglende branchestandarder findes der herudover en større udokumenterbar omsætning, som ligesom tidligere år ikke er medregnet i Dansk Musikomsætning 2018 og 2019.

- Rettighedsindtægter i forbindelse med eksport af livemusik er leveret af Koda
  - Andel af indtægt til musikere, som spiller i udlandet, er estimeret på baggrund af *"Analyse af pengestrømme og ressourcer i dansk musikliv"* (*Pengestrømsanalysen*).
- Andelen af billetter solgt til udenlandske gæster er estimeret på baggrund af data fra større billetudbydere. Da markedet er meget volatilt, kendes de interviewede agents markedsandel ikke præcist, og estimatet er derfor forbundet med en del usikkerhed. Af denne årsag er estimatet konservativt sat. Denne andel er uændret i 2018 og 2019 i forhold til tidligere år. Udover billetomsætning og anden publikumsomsætning, indeholder estimatet for musikturisme de udenlandske gæsters døgnforbrug i Danmark.
- Omsætning i forbindelse med eksport af indspillet musik er estimeret på baggrund af data fra NCB. Bemærk at NCB fra 2014 ikke indsamler rettigheder fra CLA EMI - European territories. Sammenlignet med 2014 indsamledes data i 2015 yderligere i Schweiz og Østrig. Dette gør sig også gældende i 2018 og 2019. Det har ikke været muligt at indsamle data for de manglende lande fra anden kilde og det vurderes ikke validt at fremskrive indtægten fra sidste år på baggrund af det tilgængelige datagrundlag.
  - Kun en andel af den samlede omsætning i udlandet fra indspillet musik kommer hjem til de danske repertoireejere i form af royalty. Der anvendes en antagelse om denne andel på 35% baseret på dialog med IFPI.
- Eksportindtægter fra TV/radio mv. – eksport er leveret af Koda.
- Omsætning i forbindelse med salg af merchandise i udlandet er estimeret på baggrund af interviews med musikbranchen samt oplysninger fra musikmagasiner.
- Forlagsrettigheder solgt til udlandet er leveret af DMFF
  - Der benyttes en fordeling mellem DMFF og komponister/tekstforfattere til at opgøre omsætningen på bruttoniveau

# SAMMENLIGNING MED TIDLIGERE OPGØRELSER AF DANSK MUSIKOMSÆTNING (1/2)

Ved opstarten af en ny brancheopgørelse må det forventes, at metoden kontinuerligt valideres, udvikles og forbedres. Dette ses såvel for statistik fra Danmarks Statistik, samt for analyser af musikomsætning i andre lande. Metoden i denne opgørelse er også opdateret og valideret over årene. Der er dog ikke sket nogen metodeopdateringer i dette års udgave.

Således er estimerne i opgørelserne løbende blevet valideret med nyt data, ligesom nyt data er blevet tilføjet til datagrundlaget. Data som løbende er blevet tilføjet til opgørelsen inkluderer:

Den mest markante metodeforbedring fandt sted i 2015-analysen, og den relaterer sig til opgørelsen af antal publikummer. Mellem 2012 og 2013 er metoden for opgørelsen af antal publikummer markant ændret og den blev yderligere forbedret i 2014. Metodeændringerne har medført at publikumsestimaterne udelukkende er baseret på rettigheidsindtægter fra Koda, hvilket på nuværende tidspunkt er vores mest ekstensive datagrundlag. Den nye metodeændring medfører endvidere mere konsistente estimer over tid, givet at Koda ikke

ændrer deres regnskabspraksis. I 2015 lavede Koda således en ændring i deres regnskabspraksis, der medførte, at estimerne blev mindre sammenlignelige over år. Det metodegrundlag, som blev anvendt i 2015 udgaven, er blevet videreført til dette års udgave.

Endeligt er der lavet en række ændringer af kategoriseringer af bl.a. omsætningen i de enkelte år, uden at ændre på den bagvedliggende metode og det samlede resultat. I 2013 blev omsætningen for B2B delt op, således at omsætningen fra live musik kom op under live kategorien. I 2015 blev der lavet markante ændringer af kategoriseringerne. Således er al omsætningen der tidligere lå under "Øvrig musik" delt op mellem live musik og indspillet musik, undtagen anden musikforlagsomsætning. Dette er yderligere blevet ændret i 2016 udgaven, hvor kategorien "Anden Musikforlagsomsætning" nu er blevet lagt ind under "Indspillet Musik". Dette blev gjort ud fra en vurdering af, førstnævnte kun udgør en meget lille andel af den samlede opgørelse, hvorfor det ikke længere gav mening at postere den som en særskilt kategori.



# SAMMENLIGNING MED TIDLIGERE OPGØRELSER AF DANSK MUSIKOMSÆTNING (2/2)

For at gøre det muligt at analysere udviklingen i musikbranchen, blev statistikken fra tidligere opgørelser opdateret i 2015, således at estimaterne blev omregnet ved brug af nyeste metode. Dette betyder, at de nyeste tal for 2018 og 2019 er sammenlignelige helt tilbage til 2012.

Når man sammenligner omsætningen over år, er der dog en række faktorer man skal være opmærksom på:

- At Koda fra 2015 har ændret deres regnskabspraksis således, at det ikke er muligt for os at estimere det samlede antal publikummer ved koncerter med entré, dermed er billetomsætningen sandsynligvis en smule underestimeret i 2015. Det samme gør sig gældende i de efterfølgende år.
- At data for IFPI's medlemmers omsætning af merchandise samt sponsorater og reklame ikke er tilgængelig før 2014. Omsætningen for sponsorater og reklame er estimeret for 2012 og 2013, men det har ikke været muligt at estimere merchandise omsætningen og denne mangler derfor i 2012 og 2013. Data opgøres ikke efter 2017 og i analysen for

2018 og 2019 har man fremskrevet 2017-tal.

- At NCB begyndte at indsamle rettigheder for færre lande i 2014, og to nye lande fra 2015. Af denne grund kan eksport af indspillet musik ikke sammenlignes over årene 2012-2013 og 2014-2019.
- For analyserne 2018 og 2019 har man opdateret brugen af mark-up for udregning af det samlede fysisk salg og download salg. Nu lægges mark-up til på samme måde, som moms. Dvs. 1+mark-up. Denne ændring er rettet tilbage i tid og har ændret foregående analysers resultater.

Derudover bør det generelt bemærkes, at musikbranchen er en branche med en meget volatil omsætning. Særligt store udgivelser eller koncerter i enkelte år kan potentielt betyde store udsving i omsætning. Dette tydeliggøres således også med det større fald i livemusik i 2018 og en stigning igen i 2019. Når man analyserer udviklingen i branchen, bør man derfor betragte udviklingen over en længere periode og ikke blot fra år til år.

## KONTAKT



**Mads Scheuer**  
Presseansvarlig  
Tlf.: 31 22 48 06  
E-mail: msc@koda.dk



**Thomas Rohde**  
Adm. direktør  
Tlf.: 20 35 84 44  
E-mail: thomas@mxd.dk



**Esben Marcher**  
Sekretariatschef  
Tlf.: 86 12 12 30  
E-mail: esben@dansklive.dk



**Kikki Mortensen**  
Afdelingschef  
Tlf.: 33 85 32 30  
E-mail: ktm@gramex.dk



**Peter Littauer**  
Bestyrelsesmedlem  
Tlf.: 23 63 82 30  
E-mail: peter@musikforlaeggerne.dk



**Lasse Lindholm**  
Direktør for Kommunikation og Public Affairs  
Tlf.: 26 23 38 33  
E-mail: lal@ifpi.dk

For yderligere information om metoden bag statistikken kontakt Rambøll:

**RAMBOLL**

**Martin Haaning**  
Senior Director  
Tlf: +45 . 51 61 78 42  
E-mail: mha@ramboll.com