

MUSIKFORLAG

Af Ole Dreyer

For

*Music Management-uddannelsen på
Det Jyske Musikkonservatorium*

og

PROMUS – Musiknetværket i Aarhus.



Indhold

Forord.....	3
Generelt	4
Musikforlagets primære arbejde	5
Udlandet.....	6
Pengestrømme	7
KODA	7
NCB.....	7
Synchs	8
Pengestrømme i udlandet	8
Eksempel på udregning af indtægter.....	8
Mere info.....	9

Forord

Ud af 30 års arbejde i musikbranchen har jeg de seneste 12 år arbejdet som musikforlægger, dels hos verdens største musikforlag EMI Music Publishing, dels som selvstændig. Jeg har fået indsigt i, hvor kompliceret en verden musikforlagsbranchen er, og hvilken kompleksitet af faglighed, musikforståelse, konstant videnopdatering – og ikke mindst musikviden – man skal håndtere som musikforlægger.

Jeg har skrevet nedenstående på opfordring af Jesper Mardahl, og er endnu engang blevet overrasket over hvor komplekst et emne, der er tale om. Jeg har forsøgt at skrive så kort og præcist som muligt, og løbende inddraget hvad det hele betyder i praksis. Jeg havde oprindeligt tænkt at indskrive et par cases, men vurderede, at det ville blive for omfattende. Det skal nævnes, at nedenstående er forenklede eksempler, dels af pladshensyn, men også af hensyn til læseren, der for nuværende blot skal have en introduktion.

Indledningsvis vil jeg bringe en kortfattet introduktion til, hvilke rettigheder vi taler om i teksten; dette håber jeg øger forståelsen.

God læselyst!

Ole Dreyer, oktober 2011

Ole Dreyer KOMMUNIKATION

ole@oledreyer.dk // (+45) 4017 2206

Generelt

Et musikforlag er en virksomhed, der arbejder med sangskriveres (eller autorer = komponister og tekstforfattere) rettigheder. De rettigheder er sangskrivere i Danmark sikret via ophavsretsloven, og de beskyttes af loven mod uretmæssig udnyttelse. For en periode kan man overdrage sine rettigheder til tredjepart, som f.eks. et musikforlag. Men overdragelsen medfører ikke tab af disse rettigheder. Man har altså fortsat fuld råderet over, i hvilke sammenhænge ens værker (sange) skal benyttes. Bliver ophavsmandens rettigheder krænket, kan ophavsmanden nedlægge forbud og/eller kræve erstatning. Det vil sige, at man ved enhver fremførelse af et værk skal spørge ophavsmanden om lov til denne fremførelse. Dette gælder også, og særligt, hvis værket ændres på nogen som helst måde, det være sig et enkelt ord i teksten, eller i dets form.

De fleste ophavsmænd overdrager deres rettigheder til udnyttelse til et forvaltningsselskab; i Danmark er det KODA (opførelsesrettigheder) og NCB (mekanisk lydfæstelse). Dermed giver ophavsmanden KODA og NCB eneret til at licensere deres hans eller hendes til en række formål, såsom pladeudgivelser, downloads, radio og tv afspilning osv., uden at der skal søges tilladelse først hos denne. Der findes forvaltningsselskaber i de fleste lande. I Tyskland er det f.eks. GEMA, i Storbritannien PRS/MCPS, i Sverige STIMM og i Holland Buma/Stemra.

En ophavsmand har rettighederne indtil 70 år efter sin død, den såkaldte Life of Copyright. Rettighederne kan altså gå i arv. En ophavsmand; sangskriveren, har eneretten til sit værk; en sang /melodi. Det vil sige, at han har retten til enhver form for distribution, salg, download og enhver form for offentlig fremførelse. Musikforlaget derimod er underlagt de forhold, der indskrives i de enkelte kontrakter, der normalt vil medføre at sangskriverne skal spørges ved udnyttelse af sangene i fx reklamer og film, eller ændrede versioner af sangene. Desuden er sangskriverne beskyttet af nogle lovfæstede rettigheder, også kaldet *droit morale*, hvor værkerne ikke må udnyttes i pornografiske, politiske eller etisk krænkende sammenhænge, uden at sangskriveren spørges først.

Der er dog undtagelser og også grænser for, hvad man skal give tilladelse til. Er et værk først udgivet offentligt én gang, kan enhver spille det live eller indspille en ny identisk indspilning af sangen – en såkaldt 1:1 cover. Men ønsker man at indspille en ændret version, skal den cleares hos ophavsmanden – eller ophavsmændene. Disse kaldes tvangslicenser. Det dækker fx også de rettigheder man overdrager til KODA, således at radio, TV, netradio, streamingtjenester, downloadtjenester osv., frit kan spille ens musik, mod at der betales et aftalt vederlag per sekund eller per stream eller hvad der nu aftales. Desuden skal enhver eksemplar fremstilling eller salgsdownload af musik have en tilladelse til salget/fremstillingen af NCB. Uden denne er der tale om en ulovlig piratkopi. Udbydere laver aftaler med KODA/NCB, der dækker al brug, og eventuelle uenigheder behandles i ophavsretslicensnævnet. Dermed er der normalt sikret en rimelig betaling for brugen.

Bliver ens sange trykt på noder af enten musikforlaget eller en anden udgiver, anmeldes bogen eller nodetrykket til COPYDAN. COPYDAN står for al afregning for kopiering af tryksager i Danmark. Her afregnes ophavsmanden 50%, og det udgivne forlag 50%. Originalforlaget får ingen betaling.

Når man indgår en aftale med et musikforlag om overdragelse af ens rettigheder, er der i ophavsretsloven en række bestemmelser, der beskytter kunstnere. Men ønsker man at indgå en sådan aftale, så er der nogle helt basale ting, der som minimum skal aftales, som f.eks. hvilke territorier dækker aftalen og hvilken procentsats skal forlaget modtage af indtægterne for mekanisk og offentlig fremførelse, synkronisering, nodesalg og så videre. Desuden er det vigtigt, at der aftales hvor længe aftalen skal løbe, og hvor længe forlaget er overdraget de værker der er indeholdt i aftalen, og om denne eventuelt skal begrænses, såfremt forlaget ikke får udnyttet værkerne i en bestemt kommerciel sammenhæng.

Derudover har en ophavsmand de ”store rettigheder”, som omhandler musikdramatiske værker og opførelser. Dette ligger udenfor KODA’s normalområde, og er genstand for en individuel forhandling, hvor et forlag kan være en god partner at have til prisfastsættelsen.

For at sikre, at en sådan aftale indgås mellem to parter der taler samme sprog, er der mellem DMFF (Dansk Musikforlæggerforening) og de tre komponistorganisationer DPA, DKF og DJBFA lavet en Code of Conduct, der skal skabe en fælles forståelsesramme for forlagsaftaler.

Musikforlagets primære arbejde

Mest essentielt er det naturligvis, at et musikforlag er i stand til at opkræve, indkassere og registrere alt der vedrører en ophavsmands værker, og viderebetale korrekt til ophavsmanden. Dette beskrives længere nede.

Et musikforlags arbejde er derudover helt grundlæggende at arbejde for kommerciel udbredelse af en komponists værker (sange) og at sikre, at værkerne får længst mulig levetid, ved at de fortsat spilles, indspilles og udnyttes i andre sammenhænge, såsom synkronisering i reklamer og film, på TV og så videre. Dette gøres i praksis ved at forlæggeren først og fremmest forsøger at få placeret sangene hos en kunstner – en artist – der vil indspille dem.

Nogle gange er sangskriveren selv artist, og udgiver sine egne sange. I det tilfælde kan forlæggeren dels hjælpe med at skaffe artisten en udgivelse hos et pladeselskab, at få en booker eller en manager. Når en sang eller et album er udgivet, kan forlæggeren arbejde for at placere sangen(e) til synkronisering, det vil sige i film, tv serier, reklamer osv., alt sammen i samarbejde med ophavsmanden og pladeselskabet. Senere kan forlaget søge at få coverversioner af nummeret, samples eller eventuelt få skabt nye versioner med mere moderne lyd eller udtryk.

Men sangskriveren kan have skrevet sange, han ikke selv ønsker at indspille, og derfor ønsker placeret hos andre artister. Der findes også en masse sangskrivere og producere, der ikke selv indspiller deres egne sange, men arbejder målbevidst med at skrive sange, som kan placeres hos ofte navngivne artister.

Forlæggeren kan arbejde med at skabe samarbejder med andre sangskrivere eller producere for at optimere sangene og deres salgbarhed. Forlæggeren skaber, eller får via samarbejdspartnere, såkaldte *pitchlister*. Pitchlister er et fint retningsgivende værktøj for alle. Det viser hvilke artister der søger sange, hvilke stilarter, deadlines og måske med referencer til kendte sange eller artister de gerne vil i retning af. Det giver sangskriverne mulighed for at komponere målrettet, og forlæggeren mulighed for at inspirere

sangskrivningen, men giver ham også et værktøj til at målrette selve pitcharbejdet. Dette pitcharbejde foregår på tværs af landegrænser, og sange skrevet i Danmark finder ofte fint vej til kunstnere i stort set alle lande i hele verden. Det er forlæggerens ansvar at skabe stærke kontakter i andre lande, idet dette netværk øger mulighederne for at få pitchet sangene til andre kunstnere. Samme sang kan sagtens udkomme på flere sprog, og i mange udgaver.

Desuden er der filmkomponister, som ikke søger udgivelse af deres værker, men som er eksperter i at komponere såkaldt *score music*, altså underlægningsmusik til film og TV-serier. De skal præsenteres for film- og tv-branchen på hvad de har lavet tidligere, som skal have en meget høj kvalitet for overhovedet at være konkurrencedygtigt. Forlæggeren kan være en medspiller, sammen med komponistens agent.

Forlaget har naturligvis en forpligtelse til at overvåge, at værkerne ikke misbruges, enten ved pirateri, ulovlig brug i reklamer, ikke godkendte versioneringer, samples osv. Dette gøres både via lokale samarbejdspartnere, men i særdeleshed via organisationer og ophavsretsselskaber.

Udlandet

Får man sine sange udgivet i udlandet, er det væsentligt at have en forlægger til at sikre, at ens afregninger for indspilninger, afspilninger og fremførelser hentes hjem til egen bankkonto. KODA og NCB gør et stort arbejde for via deres søsterselskaber at hente en stor del af indtjeningen hjem. Men dette arbejde er ganske automatiseret, og kan ikke forventes at kunne modsvare det at have en fast person, der sikrer at registreringerne af alle værker sker korrekt, og som kan forfølge eventuelle mangler i afregningerne aktivt med det lokale selskab.

En vigtig del af forlæggerens arbejde er også at indkassere de vederlag, der indtjenes for brug af sangene i hele verden. Det er et meget stort arbejde, og kræver stor viden, korrekte registreringer af værkerne, forståelse for forskellige markeders regler og love, og igen et stort netværk der bindes sammen af forlæggeren. Det er ekstremt komplekst arbejde, idet hvert eneste land på jorden har sine egne love og regler for afregningen for brug af musik i alle de forskellige afregningsformer der findes. En afspilning på radio i 60 sekunder afregnes næppe ens i to lande, hvad en koncert i en lille klub heller ikke gør. Ophavsmanden må forvente, at forlæggeren har et netværk af sub-forlæggere og kontakter, der kan sikre at indtjeningen bliver korrekt hentet hjem til ham eller hende. Selve registreringen af værkerne hos KODA er grundstammen i dette arbejde, og den skal udføres med stor akkuratess og viderebringes til alle relevante interessenter i hele verden.

I mange lande findes der slet ikke forvaltningsselskaber. Her laver forlagene direkte aftaler med pladeselskaber, radio og tv-stationer om afregning for brug af værkerne. Uden et forlag kan man altså umuligt få betaling for brugen af sin musik i det pågældende land. I nogle lande får man f.eks. kun TV-visning af videoer, hvis ens forlag tilbyder f.eks. en TV-station forlagsandele af sangen – det gælder således i Japan, der ellers har mindst ligeså velordnede forhold som Danmark på området. Uden en forlægger får man altså f.eks. ikke vist sin PR-video på TV i Japan.

I USA er forvaltningsselskaberne privatiseret, og der findes de tre primære selskaber BMI, ASCAP og SESAC samt en række mindre. De mekaniske rettigheder er samlet hos Harry Fox Agency. Harry Fox giver en såkaldt *first mechanical licensing*, som en udgiver skal have for at måtte udgive et værk første gang i USA. Denne indhentes direkte hos ophavsmanden og originalforlaget (det danske i dette tilfælde).

De ovennævnte forvaltningsselskaber har alle hver deres styrker, da de laver individuelle licenser med hver enkelt mediekoncern, radiostation, tv-station og spillested. Afregning for offentlig fremførelse er noget forholdsvis nyt i USA, idet det først blev indført i 1990'erne. Men hvert selskab fokuserer på få og velindtjenende områder (BMI fokuserer eksempelvis på indtægter fra radio), og kan dermed undlade at fokusere bredt og stærkt hele vejen rundt, som vi kender det fra Danmark.

I forhold til danske sangskrivere er det kun ASCAP, som KODA har en gensidig aftale med om afregning. Derfor vælger mange danske sangskrivere, som får deres musik udgivet i USA, at have både et amerikansk forlag og et direkte medlemskab af et af de amerikanske forvaltningsselskaber.

Pengestrømme

Indtægter fra forlagsvirksomhed, til såvel ophavsmand som musikforlag, er et spindelvæv der kan være uoverskueligt.

KODA

Der er en stor indtægtskilde fra offentlig fremførelse, der i Danmark kommer fra KODA. KODA har mere end 70 afregningsområder, som alle har sine takster, der alle forhandles individuelt. Det koster f.eks. en radio- eller tv-station et bestemt antal kroner per sekund at transmittere musik. Det koster også en takst at afspille musik (stream) på en hjemmeside, en anden takst hvis musikken kan afspilles on-demand, og en helt tredje, hvis musikken kan downloades.

Der afregnes også for offentlig fremførelse ved koncerter o. lign. Her afregnes typisk 5% af entréindtægten, men i nogle tilfælde også af antallet af kvadratmeter på et spillested. For en turnerende artist, der selv har komponeret størstedelen af repertoireet kan det være en stabil og fin indtægt, der kan supplere honoraret for koncerten og pladesalget.

NCB

Den mekaniske copyright NCB afregnes med en takst per fremstillede eksemplar, eller per download. For et album afregnes f.eks. 9,009% af salgsprisen, også kaldet PPD, til pladeforretninger mv. Dvs. koster et album 100 kr. fra distributør til forhandler, afregnes rundt regnet 9,2 kroner til ophavsmændene samlet. Med 10 numre på et album er der en afregning på 92 øre per nummer. Er der så 4 ophavsmænd på nummeret, er der 22,6 øre per solgt album per nummer per mand. Et download afregnes med 12% af salgsprisen – idet der også her indgår 3% til KODA – og sælges typisk for 8 kr. Der er altså 96 øre per nummer der downloades til deling mellem ophavsmændene. Er der 3 ophavsmænd får hver 32 øre. Hver ophavsmand skal så afstå en andel til hvert sit forlag, hvis de har ét. Sætter vi den andel til 30%, så vil forlaget få 9,6 øre og ophavsmanden 19,2 øre per download. Dvs. et nummer der er solgt via download 100.000 gange (og det er mange) indtjener typisk 9.600 kr. til forlaget og 19.200 kr. til hver ophavsmand, hvis der er tre af dem. Guld-certificering i Danmark er pt. 15.000 singler eller downloads.

Synchs

Ved brug af værker til synkronisering, der ligger udenfor de førnævnte tvangslicenser, skal der gives tilladelse til denne brug individuelt med ophavsmanden og dennes forlag. En filmproducent skal dermed have tilladelse til såvel brugen af indspilningen med pladeselskabet og artisten, som selve værket med ophavsmanden og hans forlag. Brugen af værket kan ophavsmand og forlag have overdraget til NCB, der har faste takster for sådan brug. Men de kan også have valgt selvforvaltning, og så skal prisen forhandles frit imellem eksempelvis filmproducent (eller et reklamebureau el.lign.) og ophavsmand. Hvis ikke parterne opnår enighed om pris, antal år licensen gives i etc, så kan producenten ikke benytte det pågældende stykke musik. Ophavsmanden skal ligeledes godkende brugen, uanset om der forespørges direkte, via NCB eller via hans forlag.

Traditionelt afregnes der for brugen af synchs med et begreb man kalder MFN (Most Favoured Nations). Det betyder at et beløb svarende til det ophavsmand og/eller forlag måtte aftale med f.eks. filmproducent, også skal betales for masteren. Hvis der eks. er aftalt 10.000 kr. MFN betyder det, at der både skal betales 10K til ophavsmand og 10K til pladeselskab.

Pengestrømme i udlandet

Indtægter fra udlandet kommer i princippet på samme måde. Har ophavsmanden ikke et forlag, vil indtægterne komme via KODA og NCB, i det omfang disse formår at indkassere dem. Har ophavsmanden et forlag, vil dette forlag formentlig have en sub-forlagsaftale med forlag i andre lande. Indtægterne vil så først tilgå sub-forlaget, for derefter at blive afregnet direkte til originalforlaget. Sub-forlaget repræsenterer ophavsmandens værk(er) i det land det er givet licens til, og får en procentdel af indtægterne for arbejdet; typisk 10-20%. Det er forskelligt, om disse betales i fællesskab af ophavsmanden og forlaget, eller af forlagets andel alene (der så typisk vil være større i udlandet).

Eksempel på udregning af indtægter

Lad os tage et eksempel. En dansk sang bliver pitchet til det næste Lada Gaga-album. Det bliver ikke en single, hvorfor offentlig fremførelse begrænser sig til de koncerter, hvor nummeret bliver spillet. Det er en sang, der allerede har været et hit i Danmark, og er med på 100.000 danske albums, samt har været et P3-hit. Der er kun én komponist på sangen.

I Danmark vil indtjeningen typisk være ca. 100.000 kr. fra KODA for radioafspilning (det var et stort hit), samt 50.000 fra opførelse ved koncerter. Derudover er der måske kommet en coverindspilning; en instrumental version. Sangen indbringer 5.000 kr. i offentlig fremførelses-indtægter, og albummet sælger 10.000 eksemplarer. Denne sang udgør 6% af albummet. Afregningen for salget af albums (NCB) er 100.000. $100.000 \text{ kr.} \times 100 \text{ kr.} \times 9,009\% / 10 = 90.009 \text{ kr.}$ for salget af det ene nummer. Dertil skal lægges mekaniske indtægter for coverversionen: $10.000 \times 100 \times 9,009\% \times 6\% = 5.405 \text{ kr.}$ I alt har indtjeningen for nummeret i Danmark har været 200.414 kr. Hertil kommer eventuel brug i reklamer, film eller andre synkroniseringer.

Lady Gaga-indtægterne ser andeledes ud. Der sælges 2 millioner album fysisk i verden (gennemsnitspris til forhandlere sættes til f.eks. 65 kr.) og 8 millioner downloads (gennemsnitspris 6 kr.). Nummeret indbringer 2000 kr. per fremførelse ved stadionkoncerter, som der er 60 af, i alt 120.000 kr. Der er tolv numre på albummet. Den gennemsnitlige NCB i verden er 8%, hvorfor NCB-indtægter til den danske komponist bliver: $2.000.000 \times 65 \times 7\%/12 = 758.333$ kr. Gennemsnitprisen for albumtrack downloads i verden sætter til 3 kr. Indtægterne for download er dermed: $8.000.000 \text{ kr.} \times 3 \times 8\% = 1.920.000$ kr. For en enkelt sang på et enkelt album kan der altså indtjenes i dette tænkte eksempel **2.698.333 kr.** Det er så også en af de yderst sjældne coverversioner, hos en af verdens top 3-artister, men tjener her som et godt eksempel.

Territorier

Det har imidlertid stor betydning, hvilke lande den pågældende artist sælger sine udgivelser i. Skandinavien, Japan og Tyskland har generelt høje salgspriser på udgivelser samt gode takster for offentlig fremførelse, så de er attraktive. Men de største synkroniseringsvederlag opnås i USA, Storbritannien, Frankrig, Italien, Japan og Tyskland. Det kan altså være en blanding af dygtige valg fra ophavsmand og forlag, eller simpelt held, i forhold til, hvilke territorier man får sine sange udgivet i. Men da vi bor i et af verdens mindste lokale markeder – der dog er interessant pga. gode takster for salg og offentlig fremførelse – er eksport og placering i andre markeder særdeles attraktivt for danske ophavsmænd og forlag.

Mere info

Ovenstående gennemgang er meget generel, og begrænset, trods stoffets store kompleksitet. Jeg står gerne til rådighed for uddybelser, men også litteraturen byder på uddybende bemærkninger. Jeg kan anbefale "All You Need to Know About The Music Business" af Passmann, "Musikftaler" af Schlüter m.fl., eller "Music The Business, the essential guide to the law and the deals" af Harrison.

Hvis du generelt har brug for mere information om de emner, der behandles i denne oversigt, er du altid velkommen til at henvende dig til Promus.