



Pressemeddelelse, København d. 20. marts 2019

## Dansk musik i fremgang

*Dansk musik gik frem i 2018. Både målt i markedsandele og i kolde kontanter. Det viser nye tal, som musikselskabernes brancheorganisation IFPI offentliggør i dag.*

Danske forbrugere tager i stigende grad dansk musik til sig på de digitale musiktjenester. Også selv om der er en massiv overvægt af udenlandsk musik at vælge fra. I det forgangne år stod dansk musik for hele 34,9 % af det samlede marked for indspillet musik mod 31,9 % i 2017. Det kan man læse i musikselskabernes årsrapport "Musikselskaber 2018", som udkommer i dag.

Den positive udvikling for dansk musik skyldes stigende indtægter fra streamingtjenesterne. I 2018 fik dansk musik indtægter på 175 mio. kr. fra streamingtjenesterne mod 141 mio. kr. i 2017. Det svarer til en vækst for udøvende danske kunstnere og musikselskaber på hele 24,2 %.

Lasse Lindholm, der er direktør for kommunikation i IFPI, er glad for udviklingen:

*"Dansk musik står virkelig stærkt i markedet. Og faktisk står den markant stærkere end den gjorde, da markedet udelukkende bestod af cd-salg ved årtusindeskiftet. Det vidner både om danske forbrugeres kærlighed til dansk musik og danske musikeres evne til at skabe vedkommende musik af høj kvalitet".*

I samme ombæring gør han opmærksom på, at musikøkonomien er blevet langt mere kompleks. Det skyldes blandt andet, at folk lytter til meget mere forskellig musik på streamingtjenesterne. Det bevirker igen, at de penge der kommer ind skal fordeles til langt flere musiknumre og kunstnere end tidligere.

### Malurt i bageret

På trods af de positive takter for dansk musik, lider den danske musikbranche fortsat under, at nogle tjenester undslår sig at indgå aftaler på lige fod med andre streamingtjenester. Det er YouTube et godt eksempel på. Den seneste undersøgelse af danskernes tidsforbrug viser, at 29 % af al den tid danskerne bruger på at streame musik kommer fra YouTube. Alligevel bidrager YouTube blot med 3,7 % af den samlede omsætning fra streaming af musik.

Ser man isoleret på YouTubes bidrag til dansk musik, bidrager tjenesten i 2018 med 4,4 mio. kr. De resterende 170,6 mio. kr. kommer fra konkurrenter som YouSee Musik, Spotify og Apple Music.

*"Indtægterne fra de digitale musiktjenester udgør nu 91,2 % af det samlede marked for indspillet musik. Det er vi stolte af. Men det betyder samtidig, at vi er enormt sårbare, når der er noget i den digitale økonomi, som ikke fungerer. Derfor er det afgørende for os, at der bliver gjort noget ved den uacceptable skævvridning, som både musiklivet og YouTubes konkurrenter oplever",* siger Lasse Lindholm om problematikken.

Samlet set udgør det danske marked for musik i 2018 582 mio. kr. Heraf udgør indtægterne fra digitale kilder 531 mio. kr. Med en markedsandel på 87,6 % er streaming danskernes ubetinget foretrukne musikformat. Vinylpladen er det næstmest populære format med en markedsandel på 4,8 %.

Læs mere i Musikselskaber 2018, som kan downloades [her](#).

## Nøgletal 'Musikelskaber 2018'

### Det samlede marked

- Den samlede omsætning: 582 mio. kr. Det er en vækst på 6 % fra 2017, hvor omsætningen var 548 mio. kr.
- Omsætning fra streaming: 510 mio. kr. Det er en stigning på 9 % fra 2017, hvor omsætningen var 466 mio. kr.
- Omsætning fra cd'er: 22 mio. kr. Det er et fald på 37,3 % fra 2017, hvor omsætningen var 35 mio. kr.
- Omsætning fra download: 21 mio. kr. Det er et fald på 8,9 % fra 2017, hvor omsætningen var 23 mio. kr.
- Omsætning fra vinyl: 28 mio. kr. Det er en stigning på 30,5 % fra 2017, hvor omsætningen var 21,5 mio. kr.

### Det digitale marked

- Det digitale marked udgør 91,2 % af det samlede marked svarende til 531 mio. kr.
- Streaming udgør 87,6 % af den samlede omsætning svarende til 510 mio. kr.
- Download udgør 3,6 % af den samlede omsætning svarende til 21 mio. kr.

### Det fysiske marked

- Vinylsalget udgør 4,8 % af det samlede marked i 2018. I 2017 udgjorde det 3,9 % af markedet. I 2018 udgør vinylsalget 54,9 % af det fysiske salg.
- Cd-salget udgør 3,8 % af det samlede marked i 2018. I 2017 udgjorde det 6,5 % af markedet. Cd-salget udgør 43,5 % af det fysiske salg.

### Dansk og international musik

- Dansk musik udgør 34,9 % af totalomsætningen i 2018 mod 31,9 % af markedet i 2017.
- Dansk musik udgør 33,9 % af den samlede omsætning fra digitale formater. Dansk musik udgør 34,3 % af omsætningen fra streaming.
- Dansk musik udgør 44,5 % af den samlede omsætning fra fysiske formater.

### Danskernes musikforbrug

- I 2018 afspillede danskerne en sang på en streamingtjeneste 9,9 mia. gange.
- I 2018 er 59 danske artister blevet streamet over 5 mio. gange.
- I 2018 er 106 danske sange blevet streamet mere end 3 mio. gange. Det er en tredobling i antallet sammenlignet med 2014, hvor 32 danske tracks havde over 3 mio. streams.

### Udfordringer med det digitale marked

- YouTube er den meste udbredte streamingtjeneste ved siden af Spotify. 54 % af streamingbrugere i alderen 16-70 år anvender YouTube til at høre musik.
- Den seneste undersøgelse af danskernes tidsforbrug viser, at 29 % af al den tid danskerne bruger på at streame musik kommer fra YouTube (YouGov for Koda, offentliggjort i januar 2018).
- Musikelskabernes indtægter fra YouTube og lignende tjenester udgør blot 3,7 % af de samlede indtægter fra streaming i 2018.
- I 2018 udgør indtægter fra tjenester som YouTube 19 mio. kr. Til sammenligning er musikelskabernes indtægter fra tjenester som Spotify, YouSee Musik og Apple Music 491 mio. kr.
- Isoleret set bidrager YouTube i 2018 blot med 4,4 mio. til dansk musik. De resterende 170,6 mio. kr. kommer fra konkurrenter som YouSee Musik, Spotify og Apple Music.