



# Digitaliseringens konsekvenser för konstnärligt yrkesutövande

En kartläggning för den konstnärspolitiska utredningen

**Pratik Vithlani**  
AB TYP Kulturkapital (svb)





Digitaliseringens konsekvenser för konstnärligt yrkesutövande



## Innehåll

<b>1. Förord</b> .....	<b>7</b>
1.1 Rapportens frågeställningar.....	7
1.2 Rapportens disposition.....	7
<b>2. Inledning</b> .....	<b>8</b>
2.1 Förutsättningar.....	8
2.1.1 Ett bredare perspektiv.....	9
2.1.2 Vad menas med digitaliseringen?.....	9
2.2 Metod, källor och referenser.....	10
2.2.1 Om värdekedjor.....	10
2.3 Marknadsaktörer och branschaktörer.....	11
2.4 Upphovsrätt och äganderätt.....	11
2.5 Gruppering av konstformerna.....	12
<b>3. Konstnärernas marknad</b> .....	<b>13</b>
3.1 Kulturkonsumtionen i Sverige.....	13
3.2 Traditionell konsumtion fortfarande störst.....	14
3.3 Lägre kostnader för producenter och konsumenter.....	15
3.4 Den ökade räckvidden.....	16
3.5 Mellanledens plats och betydelse.....	16
3.6 Affärsmodellen kring strömmad musik.....	18
3.7 Andra sätt att ta betalt.....	20
3.8 Sammanfattning: marknaden ur konstnärernas perspektiv.....	21
<b>4. Upphovsrätten och digitalisering</b> .....	<b>22</b>
4.1 Ideella och ekonomiska rättigheter.....	22
4.2 Fria nyttjanden och avtalslicenser.....	22
4.3 Privatkopiering och digitalisering.....	23
4.4 Följerätten.....	24
4.5 Safe harbour-principerna.....	25
4.6 Är ersättningsnivån rimlig?.....	25
4.6.1 Möjlighet att påverka?.....	26
4.7 Sammanfattning: upphovsrätten ur konstnärernas perspektiv.....	27
<b>5. Situationen inom konstformerna</b> .....	<b>29</b>
5.1 Scenkonst – teater, musik, dans, musikal och opera.....	29
5.1.1 Scenkonstnärernas perspektiv.....	30
5.1.2 Orkestrar och västerländsk konstmusik.....	31
5.2 Populärmusik och kommersiellt finansierad musik.....	31
5.2.1 Artistens och musikskaparens perspektiv.....	32
5.3 Bildområdet inklusive foto, hantverk och slöjd.....	33
5.3.1 Bildkonstnärernas perspektiv.....	34
5.3.2 Situationen för fotografer, illustratörer, tecknare och grafiker.....	34
5.4 Litteraturområdet inklusive biblioteken.....	35
5.4.1 Författarperspektivet.....	37
5.4.2 Biblioteken.....	38
5.5 Film och mediemarknaden.....	39
5.5.1 Filmskaparens perspektiv.....	42
5.6 Sammanfattning: konstformerna och konstnärernas yrkesvillkor.....	43

<b>6. Spaningar och trender .....</b>	<b>44</b>
6.1 Ny teknik .....	44
6.1.1 Big data.....	44
6.1.2 Blockkedjan .....	45
6.1.3 Virtuellt verklighet (VR)/Förstärkt verklighet (AR) .....	46
6.1.4 3D-skrivare och -scanners .....	46
6.2 Uppbrutna värdekedjor .....	47
6.3 Sammanfattning: möjligheter med den nya tekniken.....	47
<b>7. Slutsatser.....</b>	<b>50</b>
7.1 Upphovsrättens relativa betydelse .....	50
7.2 Inkomstspridning .....	51
7.3 Konsekvenser för olika konstformer .....	52
7.4 Digitaliseringens framtida konsekvenser .....	53
<b>8. Rapportförfattarens slutord .....</b>	<b>54</b>
<b>9. Referenser .....</b>	<b>55</b>

## 1. Förord

Regeringen tillsatte den konstnärspolitiska utredningen november 2016. I utredningens direktiv (2016:93) konstateras att den digitala och tekniska utvecklingen påverkat formerna för konstutövande. Den har skapat nya möjligheter att skapa, distribuera och tillgängliggöra verk och nå nya publikgrupper och den har förändrat sättet att uppleva konst och kultur på. Samtidigt ställer digitaliseringen helt nya krav, inte minst på det upphovsrättsliga området. Det konstateras vidare att digitaliseringen i en del fall inneburit att konstnärers möjligheter att få betalt för sina prestationer försämrats. För att få en tydlig bild av konstnärers möjligheter att verka professionellt är det enligt regeringen värdefullt att få en samlad kartläggning av digitaliseringens konsekvenser för konstnärligt yrkesutövande. Upphovsfrågorna hanteras inom ramen för bl.a. Upphovsretsutredningen (SOU 2011:32). Det pågår också en revision av upphovsrätten inom EU.

Den konstnärspolitiska utredningen har anlitat TYP Kulturkapital för uppdraget att genomföra denna kartläggning. Arbetet påbörjades 1 mars 2017 och avslutades i juni 2017. Pratik Vithlani har genomfört studien, intervjuer och han har skrivit denna rapport. Övriga medarbetare i TYP Kulturkapital har bidragit med resurser för planering, metod, analys och struktur.

### 1.1 Rapportens frågeställningar

I uppdraget till TYP Kulturkapital har utredningen formulerat följande nyckelfrågor:

- Upphovsrättens relativa betydelse i förhållande till andra inkomstmöjligheter i det konstnärliga yrkesutövandet i och med digitaliseringen. Har betydelsen av upphovsrätten ökat och hur kommer det i så fall till uttryck?
- Digitaliseringens konsekvenser för inkomstspridningen bland konstnärer. Har skillnaderna i inkomster ökat, inom och mellan olika konstformer, och vad ligger i så fall bakom en sådan utveckling?
- Digitaliseringens konsekvenser för såväl traditionella som eventuellt nya konstformer. Hur har man inom olika konstformer påverkats av och hanterat digitaliseringen och dess konsekvenser?
- Spaningar och trender om digitaliseringens framtida konsekvenser för konstnärligt yrkesutövande. Exempel på samtida konsekvenser med trolig betydelse för framtiden?

### 1.2 Rapportens disposition

I rapporten görs en beskrivning av konstnärernas marknad, upphovsrätten och situationen i respektive konstform med fokus på konstnärernas inkomster. Digitaliseringens påverkan är det genomgående temat.

Inledningsvis i kapitel 2 redovisas förutsättningarna för rapporten. Relevanta begrepp förklaras och rapportens avgränsningar avseende konstnärernas marknad, upphovsrätt och olika konstformer beskrivs.

Därefter följer i kapitel 3 en övergripande beskrivning av digitaliseringens påverkan på kultursektorn. Bl.a. behandlas kulturkonsumtionen i Sverige, den förändrade kostnadsbilden, den ökade räckvidden och samspelet mellan konstnärer och olika mellanled.

I kapitel 4 redovisas digitaliseringens konsekvenser för upphovsrätten.

Kapitel 5 innehåller en redogörelse för digitaliseringens konsekvenser för respektive konstform. I kapitlet presenteras hur de huvudsakliga aktörerna på respektive område resonerar. Detta ger en situationsbild för varje konstform.

I kapitel 6 beskrivs de spaningar och trender som rapportförfattaren identifierat under arbetets gång.

Rapportens slutsatser och svaren på utredningens frågor redovisas i kapitel 7. Ett slutord från rapportförfattaren återfinns i kapitel 8.

En komplett referensförteckning finns i slutet av rapporten. Källor redovisas löpande i fotnoter.

## 2. Inledning

1994 ställde några studenter i Lund en videokamera för att filma nobelpristagaren Kenzaburo Oe's nobel-föreläsning hos akademiska föreningen. Denna föreläsning sändes på internet. En vecka senare fick studenterna veta att de inte hade rättigheter att sända denna föreläsning och fick en reprimand. Inga åtgärder vidtogs. Studenterna fick även e-post från akademiker i Japan, Amerika och andra europeiska länder som tackade för att de hade tillgängliggjort föreläsningen.

Detta exempel är talade även idag. Det finns en lättsamhet att fånga händelser, arrangemang, aktiviteter och konstnärliga verk med digital upptagningsutrustning och sprida ut i världen. Denna lättsamhet är tätt förknippad med en okunskap om konstnärernas yrkesvillkor och upphovsrätten. Det finns människor som arbetat med att skapa dessa händelser. De kanske fått betalt för detta för det är en del av deras försörjning. Men detta innebär inte att vem som helst kan kopiera och sprida händelsen eller det konstnärliga verket. Och det får inte ske utan erkännande och ersättning till uphovspersoner.

Digitaliseringen påverkar konstnärernas yrkesvillkor. Men hur ser denna påverkan ut? Vad innebär det att konsumenter idag med självklarhet lyssnar på musik, eller ser på film eller läser böcker i sina mobiltelefoner? Hur resonerar teaterchefer eller kuratorer när de sätter upp en föreställning eller skapar en utställning? Behöver konstnärerna dessa institutioner när de enkelt kan presentera sitt konstnärskap på internet?

Varje konstform har sin egen marknadsdynamik, värdekedja och struktur. Gemensamt för alla konstformer är att upphovsrätten ligger till grund för konstnärernas yrkesvillkor. Information om konstnärernas marknadssituation är begränsad. Avtalen mellan parter är hemliga, transparensen låg, och branschen är fragmentiserad av många enmans- eller fåmansföretag. Konstnärerna har generellt en svagare ställning.

Det starkaste intrycket från arbetet med denna rapport är att konst- och kulturområdet inte befinner sig i periferin, utan i kärnan av den digitala ekonomin. Förbättrade yrkesvillkor för konstnärer är en förutsättning för att denna kärna inte ska urholkas.

### 2.1 Förutsättningar

Regeringens digitaliseringspolitik har målet att Sverige ska vara bäst i världen att använda digitaliseringens möjligheter<sup>1</sup>. Kulturområdets aktörer och konstnärerna kommer att påverkas av denna ambition. För att tillvarata digitaliseringens möjligheter behöver också konstnärernas situation belysas. De studier som hittills gjorts möter inte riktigt det behovet. När konstnärernas situation och yrkesvillkor studerats har digitaliseringens konsekvenser inte undersökts. När digitaliseringen har studerats har konstnärernas situation och yrkesvillkor inte undersökts.

I 2009 års kulturproposition "Tid för kultur" nämns ordet digitalisering 14 gånger i ett 158 sidigt dokument<sup>2</sup>. Det sker i samband med bevarande och skydd av kulturarv, arkiv, bibliotek och museer samt kring tillgängliggörande av konst och kultur. Den statliga utredningen "Konstnärerna och trygghetssystemen" (SOU 2003:21) tar inte upp ordet digitalisering och internet nämns en gång i samband med ärendehantering och myndigheternas informationsstöd till konstnärliga egenföretagare<sup>3</sup>. Medieutredningen (SOU 2016:80) beaktar kulturutbudet i medier men berör inte yrkesutövande konstnärer.

Kulturrådets förstudie "Ökad digitalisering av offentligt finansierad kultur i Sverige" från 2016 har fokus på kulturinstitutioner och myndigheter. Syftet är att få "ett bra underlag för Kulturrådet för att ta ställning till fortsatta aktiviteter rörande att digitalt tillgängliggöra offentligt finansierad kultur"<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Regeringens hemsida, <http://www.regeringen.se/regeringens-politik/digitalisering/>

<sup>2</sup> Proposition 2009/10:3

<sup>3</sup> SOU 2003:21, Konstnärerna och trygghetssystemen.

<sup>4</sup> Ökad digitalisering av offentligt finansierad kultur, Statens Kulturråd, dec 2016



I december 2016 publicerade Konstnärsnämnden en rapport om konstnärernas demografi, inkomster och sociala villkor. Resultatet visar att "inkomstutvecklingen under den undersökta 10-årsperioden ligger mycket långt under befolkningens inkomstutveckling och siffror tyder dessutom på att inkomstskillnaderna i hela konstnärgruppen ökar".<sup>5</sup> Digitaliseringens påverkan på inkomstutvecklingen har inte undersökts.

En möjlig slutsats är att det finns en kunskapslucka om sambanden mellan digitaliseringen och konstnärernas yrkesutövande. En annan tänkbar slutsats är att sambanden är svaga och därför inte har beaktats tidigare. Denna rapport belyser vilken slutsats som ligger närmast till hands.

### 2.1.1 Ett bredare perspektiv

Det pågår en strukturomvandling i samhället där tre drivkrafter – globalisering, urbanisering och digitalisering – var och en, och tillsammans, påverkar vårt sätt att leva, arbeta och interagera med varandra<sup>6</sup>. Fysiska varor blir digitala tjänster och marginalkostnaderna för kopiering och distribution går mot noll<sup>7</sup>.

Av allt att döma påverkar digitaliseringen svensk ekonomi mer än andra jämförbara länders<sup>8</sup>. En orsak är att Sverige har en förhållandevis öppen och globalt anpassad ekonomi med många jobb inom industrin som kan komma att automatiseras. En andra orsak är att Sverige har fler världsledande företag inom området, både utifrån den tekniska utvecklingen och kring innehåll.

Kulturområdet är inte exkluderat från denna strukturomvandling. En fråga är hur digitaliseringen påverkar möjligheten att uppnå de nationella kulturpolitiska målen där "kulturen ska vara en dynamisk, utmanande och obunden kraft med yttrandefriheten som grund, att alla ska ha möjlighet att delta i kulturlivet och att kreativitet, mångfald och konstnärlig kvalitet ska prägla samhällets utveckling"<sup>9</sup>.

Under senaste decenniet har vi haft en explosion av konstnärligt innehåll, som går att tillgodogöra sig och konsumera, med digital teknik. Detta har möjliggjort för nya marknadsaktörer att träda fram<sup>10</sup>. Ett exempel är Spotify som strömmar musik, där tillgängliggörandet av musik är kärnan i verksamheten.

*"I en konsultrapport till Unesco redovisas att kulturellt och kreativt innehåll är det som driver den digitala ekonomin. Beräkningar har gjorts på världsomspännande nivå. Det kulturella innehållet är med bred marginal den största intäktskällan i den digitala ekonomin"<sup>11</sup>.*

Utgångsläget för denna rapport är att det finns information om digitaliseringen, om upphovsrätten, om konstformerna och om konstnärernas yrkesutövande. Informationen är dock inte sammanlänkad eller analyserad utifrån digitaliseringens effekter på konstnärers yrkesutövande. Rapporten beskriver ett större sammanhang, för samman frågorna och blickar framåt.

### 2.1.2 Vad menas med digitaliseringen?

Digitalisering är det genomgående temat för rapporten. Begreppet digitalisering är brett och omfattar fler dimensioner vilket beskrivs i digitaliseringskommissionens rapport (SOU 2016:89).

*"Vilka är då det digitala samhällets nya eller unika förutsättningar och villkor?"*

*Allt som är digitalt genererar data. Individer, offentliga verksamheter, företag och även saker är uppkopplade och lämnar ifrån sig spår i form av data om bl.a. aktivitet och position.*

---

<sup>5</sup> Konstnärernas demografi, inkomster och sociala villkor, Konstnärsnämnden 2016, sid 7

<sup>6</sup> Ökad digitalisering av offentligt finansierad kultur, Statens kulturråd, 2017

<sup>7</sup> Diginomics – nya ekonomiska drivkrafter, Anna Breman och Anna Felländer, Nationalekonomiska föreningen, nr 6, 2014

<sup>8</sup> Ibid,

<sup>9</sup> Regeringens proposition 2009/10:3

<sup>10</sup> Uppföljning av handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar 2010-2012, Näringsutskottet, 2016/2017:RFR10

<sup>11</sup> Ibid.

*Digitala lösningar kan skalas upp i mycket stor omfattning. Det möjliggör stor spridning och bred användning av lösningarna till låg kostnad. Dessa lösningar innebär nya tjänster med högre kvalitet för användaren. Det innebär dock att monopol- och oligopolförhållanden kan uppstå, med de negativa konsekvenser som följer av detta.*

*Utvecklingen av digital teknik sker med mycket hög hastighet. Det ställer krav på flexibilitet och anpassningsförmåga. Digitaliseringen möjliggör och drar nytta av styrkan med att arbeta i nätverk.*

*Sektorsgränser suddas ut och användare involveras i innovationsprocesser, nya affärsmodeller och plattformar som kopplar ihop kund och leverantör utvecklas etc.*

*En effekt av digitaliseringen är att individualiseringen ökar. Data ger en fördjupad kunskap om individuella behov och önskemål, vilket gör att varor och tjänster utformas för att passa individen. Betydelsen av tid och plats förändras också. Det går att söka information, kommunicera, samarbeta, leverera tjänster etc. när du vill, var du vill.*

*Digitaliseringen förstärker dessutom internationaliseringen, vilket t.ex. gör att vi är medvetna om vilka varor och tjänster som erbjuds i andra länder och förväntar oss samma tjänster i Sverige, t.ex. vad gäller behandlingar av sjukdomar eller utbud av utbildning.”<sup>12</sup>.*

I denna rapport används den definition som finns i EU:s digitala agenda från 2010. Begreppet digitalisering handlar om ”ökad användning av datorer och internet, och om människors och organisationers agerande”<sup>13</sup>.

Utifrån denna definition studerar rapporten hur den ökade användningen av datorer och internet förändrar konsumtionsbeteenden (människor) och marknadsaktörer (organisationer), inom kulturområdet, vilket i sin tur påverkar den enskilde konstnärens inkomstmöjligheter (agerande).

## **2.2 Metod, källor och referenser**

Rapportförfattaren har valt att samla in material från en bred mängd källor, både svenska och utländska. Materialet består av offentligt tillgängliga rapporter, artiklar, pressmeddelanden, informationsbroschyrer, branschavtal och årsredovisningar. Detta har givit en fördjupad förståelse för den generella marknadsdynamiken och upphovsrätten.

Parallellt med denna skrivbordsstudie har författaren fört samtal med branschaktörer och yrkesverksamma konstnärer. Samtalen har strävat efter att kartlägga faktiska förhållanden. Skrivbordsstudien och samtalen har gemensamt utgjort ram för den analys som resulterat i slutsatser och svaren på utredningens frågor. Urvalet av röster syftar till att föra fram erfarenheter från digitaliseringen.

### **2.2.1 Om värdekedjor**

Rapporten utgår från att konstnärernas yrkesutövande styrs utifrån värdekedjorna i olika konstformer. Denna hypotes bygger på studier av bland andra Unesco och EU kommissionen, senast i rapporten ”Mapping the creative value chains – a study on the economy of culture in the digital age” från juni 2017. Figur 1 visualiserar den generella värdekedjan.

---

<sup>12</sup> Digitalisering i tiden, SOU 2016:89

<sup>13</sup> Digitalisering, vad menas? Terminologacentrum, 22 februari 2013



Figur 1: Den kreativa värdekedjan

## 2.3 Marknadsaktörer och branschaktörer

Ett antal avtalsformer styr konstnärernas yrkesutövande och inkomster. Vissa konstnärer är anställda, och då gäller kollektivavtal. Andra konstnärer är egenanställda och då ska denne avtala med en uppdragsgivare eller beställare. Det gäller alla konstnärer och konstformer. Avtalen bildar grunden i konstnärernas marknad och tillsammans med konsumentbeteenden, affärsmodeller, och branschpraxis uppstår en marknadsdynamik.

Avtalsparter som direkt påverkar konstnärernas inkomster och yrkesvillkor benämns i rapporten som marknadsaktörer, eller aktörer.

De som indirekt påverkar konstnärernas inkomster och yrkesvillkor benämns som branschaktörer. Dessa kan vara fackförbund, medlemsorganisationer och liknande sammanslutningar.

En väsentlig iakttagelse är att konstnärernas inkomster och yrkesvillkor inte kan särskiljas mellan digital och traditionell ekonomi. Avtalen, både de kollektiva och individuella, inkluderar aspekter av digitaliseringen. Marknadsdynamiken är sammansatt mellan traditionell och digital ekonomi.

En andra väsentlig iakttagelse är att digitalisering och globalisering är tätt sammankopplade. Det som sker inom och mellan EU och USA har stor påverkan på villkoren för svenska konstnärer, institutioner och företag.

## 2.4 Upphovsrätt och äganderätt

En betydelsefull aspekt av digitaliseringen är möjligheten att kopiera och sprida upphovsrättsligt skyddat innehåll. Konstnärligt yrkesutövande befinner sig i kärnan av den digitala ekonomin för kulturella och kreativa näringar.

*”Det som också särskiljer flera företag inom kulturella och kreativa näringar är att företagens tillgångar och värden är immateriella, dvs. bygger på upphovsrätt, mönsterrätt osv.”<sup>14</sup>.*

Lagen om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk utgör grunden för konstnärers yrkesvillkor och inkomster. Alla konstnärer är dock inte upphovspersoner. I 1 § lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk sägs följande:

”Den som har skapat ett litterärt eller konstnärligt verk har upphovsrätt till verket oavsett om det är

1. skönlitterär eller beskrivande framställning i skrift eller tal,
2. datorprogram,

<sup>14</sup> Uppföljning av handlingsplan för kulturella och kreativa näringar 2010-2012, Näringsutskottet, 2016/2017:RFR 10

3. musikaliskt eller sceniskt verk,
4. filmverk,
5. fotografiskt verk eller något annat alster av bildkonst,
6. alster av byggnadskonst eller brukskonst, eller
7. verk som har kommit till uttryck på något annat sätt<sup>15</sup>.

En väsentlig iakttagelse är att digitaliseringen förändrar konsumentens äganderätt av litterära och konstnärliga verk. Vid köp av en fysisk bok äger konsumenten det fysiska objektet för privat bruk. Boken kan vidare säljas på en andrahandsmarknad. När konsumenten köper en digital bok för nedladdning har konsumenten enbart nyttjanderätt för privat bruk.

*“On July 17, 2009, Amazon Kindle owners awoke to discover that their 1984 [George Orwell]<sup>16</sup> ebooks, which they had paid for and thought they owned, had mysteriously disappeared. Amazon had remotely deleted the book overnight and credited customers’ accounts for the purchase price.<sup>17</sup>”*

Handeln med digitala varor faller under upphovsrätten och inte under äganderätten. När konsumenten köper en digital vara så har denne förvärvat en nyttjanderätt från en distributör. Distributören har i sin tur betalat för rätten att kopiera och sälja vidare upphovsrättsligt skyddat material. Denna rätt bygger på licensavtal mellan distributör och rättighetshavare.

## 2.5 Gruppering av konstformerna

De konstformer som den statliga konstnärspolitiken omfattar, är musik, teater, dans, litteratur/ord, bild, form och film. Det framgår av den årliga budgetpropositionen, utgiftsområde 17. För konstnärers yrkesutövande finns även kommersiella/privata marknadsaktörer som kompletterar offentliga ersättningar och bidrage. Med detta i åtanke, och även utifrån digitaliseringen, används i rapporten följande gruppering för konstnärernas marknader.

- Scenkonst - teater, dans, musik, musikal och opera.
- Populärmusik och kommersiellt finansierad musik.
- Bildområdet inklusive foto, hantverk och slöjd.
- Litteraturområdet inklusive biblioteken.
- Film- och mediemarknaden

Rapportförfattaren har träffat branschaktörer, både konstnärer, marknadsaktörer (som blir mellanled mellan konstnärer och konsumenter) samt branschorganisationer inom varje gruppering. Genom dessa samtal har en bild av digitaliseringens påverkan vuxit fram.

---

<sup>15</sup> Lag 1960:79

<sup>16</sup> Rapportförfattarnas anmärkning

<sup>17</sup> Defining property in the digital environment, Casey Alt, Sean Moss-Pultz, Amy Whitaker, Timothy Chen, Bitmark Inc publicerat hos Digital Currency Group, 29 november 2016

### 3. Konstnärernas marknad

Digitaliseringen sker inte isolerat. Det finns en traditionell ekonomi som konstnärer förhåller sig till i sitt yrkesutövande. Digitaliseringen innebär något annat, något nytt. Att omvandla sitt verk till ett digitalt format är inte helt givet för alla konstnärer. Inom musik, film- och tv, samt litteraturområdet kan alla led vara digitala – kreationen, produktionen, distributionen och konsumtionen. Här finns helt digitala kanaler mellan konstnären och konsumenten. Inom scenkonsten och bildkonsten är delar av kreationen, produktionen, distributionen och konsumtionen digital. Här är i dagsläget det vanligaste att det digitala och traditionella kombineras.

#### 3.1 Kulturkonsumtionen i Sverige

I Sverige har konsumtionen av fritidsaktiviteter, underhållning och nöjen ökat med 48 procent under perioden 2005 till 2015 och står för dryga 12 procent av den totala konsumtionen<sup>18</sup>. I detta ingår allt från teaterbesök, bokinköp, bioupplevelser till konsumtion av hemelektronik (tv-apparater), musikinstrument, idrott och fritidsutrustning. Kulturvaneundersökningar visar hur ofta människor har utövat eller deltagit i ett antal kulturaktiviteter<sup>19</sup>. Undersökningar visar att aktiviteten är hög.

Ekonomiska uppgifter finns för populärmusik-, film- och litteraturbranschen. Den svenska musikmarknaden omsatte 9,2 miljarder kronor år 2015<sup>20</sup> (inklusive konsertintäkter motsvarande 53 procent av totalen) och filmen cirka 3,3 miljarder kronor 2014<sup>21</sup> exklusive utländsk film och export. Totala filmmarknaden omsätter mer än 10 miljarder kronor<sup>22</sup>. Den totala bokmarknaden uppvisade en försäljning på knappt 4 miljarder kronor år 2016<sup>23</sup>. Kulturkonsumtionen i Sverige är stor inom både traditionell och digital konsumtion. Branschaktörer inom musik, film och litteratur påpekar att efterfrågan växer snabbare inom digital konsumtion. Storleken på den inhemska och utländska konsumtionen (import) är inte uppmätt, sannolikt består en väsentlig andel av värdet av utländsk konst och kultur.

På film- och tv-området har video-on-demand och strömningstjänster i stort sett slagit ut DVD-försäljningen. Utveckling för e-böcker och ljudböcker visar kraftig tillväxt. Ett marknadssegment som var värt några miljoner 2010 är nu (2015) värt drygt 350 miljoner kronor<sup>24</sup>. Även om e-böcker och ljudböcker fortfarande är en mindre andel av den totala bokmarknaden (knappt 9 procent)<sup>25</sup> påverkar de digitala formaten hur branschaktörer agerar. Digitaliseringen leder till ett omvandlingstryck mot produktionsledet i marknaden.

Strukturömvandlingen i samhället påverkar inte enbart producenter utan även konsumenterna. E-handeln ökar och i princip har alla handelsföretag en digital närvaro. Konsumenterna samlar information på internet inför sina köp, möts där av reklambudskap och gör allt fler inköp via internet.

Detta konsumentbeteende skiljer sig inte för kulturkonsumtionen. Både nya (som Storytel, Spotify, Netflix, Barnebys) och traditionella kulturaktörerna (som Bonniers, SF bio, Berwaldhallen, Bukowskis) ökar sin närvaro digitalt. Alla kulturinstitutioner presenterar sin verksamhet och sina erbjudanden på internet. I praktiken kan all sorts kultur köpas direkt från hemsidor i form av entrébiljetter, böcker eller konstverk, strömmad musik och film, o.s.v. Om inte annat så går det att samla all nödvändig information som behövs för att hitta och uppleva det konstnärliga uttrycket som konsumenten efterfrågar.

---

<sup>18</sup> Konsumtionsrapporten 2016, Centrum för konsumtionsvetenskap, Göteborgs universitet.

<sup>19</sup> Kulturvanor, rapport 2016:01, Myndigheten för kulturanalys

<sup>20</sup> Musikbranschen i siffror, 2015, Musiksverige

<sup>21</sup> Svensk filmnäring, Boston Consulting Group, 2015

<sup>22</sup> ibid

<sup>23</sup> Boken 2017, Erik Wikberg, rapport från Svenska Bokhandlareföreningen och Svenska Förläggareföreningen.

<sup>24</sup> ibid

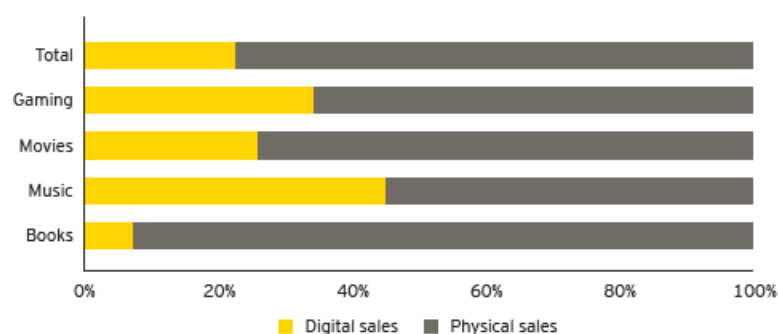
<sup>25</sup> ibid

Medieanvändningen påverkar kulturkonsumtion. ”I genomsnitt lägger Sveriges befolkning 5 timmar och 40 minuter på medier varje dag”<sup>26</sup>. I detta ingår allt från press, radio och tv, till internet via olika enheter och spel. Nästan hälften av alla svenskar i åldern 9 till 99 år tittar någon gång per dygn på playtjänster.<sup>27</sup>

Konkurrensen med mediekonsumtionen är påtaglig för kulturområdets aktörer. Kulturinstitutioner kan t.ex. fråga sig: när ska publiken hinna gå till våra institutioner när de spenderar så mycket tid på medier? Konstnärer kan på motsvarande sätt fråga sig: när jag publiken bäst genom att verka på en kulturinstitution eller ska jag söka mig till medier?

### 3.2 Traditionell konsumtion fortfarande störst

Även om vi ser en ökad digital kulturkonsumtion är den traditionella kulturkonsumtionen<sup>28</sup> fortfarande störst. I internationella branschtermen talar man om digital respektive fysisk konsumtion.



Figur 2: Digital vs fysisk försäljning av innehåll, 2013 (EY)

EY:s<sup>29</sup> rapport ”Cultural times” från december 2015<sup>30</sup> visar att fördelningen av värdet (i USD) mellan digital och fysisk försäljning skiljer sig starkt mellan de olika konstformerna, se figur 2. Rapporten innehåller uppgifter från 2013 och omfattar data från över 300 internationella källor. Den redovisar aggregerade siffror för Europa, Nord- och Sydamerika, Asien, Afrika och Australien. Resultatet visar att den fysiska försäljningen dominerade då.

Studier från Musiksverige, SOM institutet (E-boken – i skugga av den tryckta) och Filminstitutets biografstatistik visar att den traditionella konsumtionen inte nödvändigtvis förlorar mot den digitala konsumtionen. Netflix och HBO Nordic etablerade sig på den svenska marknaden 2012 och 2013 vilket sannolikt har resulterat i ökad digital konsumtion av film och tv-serier.

Inom scenkonsten är initiativ som Opera på Bio en blandning av opera- och bioupplevelse<sup>31</sup>. Även teater- och dansföreställningar sänds i bioformat. Kungliga Operan hade 2016 en publik på knappt 290 000 besökare varav mindre än 1 500 besökare såg digitala sändningar. Samma situation gäller inom bildkonsten, där den digitala bilden inte ersätter det fysiska verket. Även om det finns ekonomiska incitament att digitalisera sker inte detta fullt ut.

*”Samtidigt som värdet på det som kan digitaliseras sjunker mot noll ökar värdet på det icke digitaliserbara. Detta är mycket tydligt inom musikbranschen, där artister inte längre på samma sätt tjänar pengar på försäljning av CD-skivor eller musiknedladdning, utan på konserter och reklamuppdrag etc. Vi betalar exempelvis ingenting för att se en artist på Youtube men är beredda att betala mycket för en konsert (Schlingmann och Nordström 2014). Till*

<sup>26</sup> Mediebarometern 2016, Nordiskt informationscenter för media- och kommunikationsforskning, Göteborgsuniversitet

<sup>27</sup> Mediekonsumtion 2016, Myndigheten för press, radio och tv.

<sup>28</sup> Traditionell konsumtion syftar konsumtion som inte sker via datorer, smarta telefoner, läsplattor

<sup>29</sup> Tidigare hette firman Ernst & Young

<sup>30</sup> Cultural times, the first global map of cultural and creative industries, 2015 av EY på uppdrag från CISAC.

<sup>31</sup> Magnus Aspegren, VD Riksteatern

*exempel [visar Swedbanks beräkningar år 2015] att priset på teaterbiljetter ökat med 7,6 procent under det senaste året.”<sup>32</sup>.*

En förklaring till att värdet av den fysiska försäljningen fortfarande dominerar kan vara att det finns ett abstraktare värde i konsumtionen av konst. Det uppstår ett värde när konsumenten upplever konsten i ett sammanhang, att tillsammans med andra se levande människor agera från en scen, vandra runt bland bildkonst i en byggnad, hålla i en bok eller delta i en händelse. Den konstnärliga produkten kan minska i attraktivitet om den inte konsumeras eller upplevs i rätt sammanhang. Generellt visar studier att betalningsviljan är lägre för konsumtion av digitala kulturuttryck.

*”Tack vare billig digital inspelningsteknik, fildelning, YouTube, musikströmning och sociala medier är en stor del av internetanvändningen gratis. I viss mån sker det lagligt, men ibland även genom illegal kopiering.”<sup>33</sup>.*

Musikindustrin visar att intäkterna från strömning eller försäljning av musik online är lägre (sammantaget 47 procent av musikmarknaden) än intäkterna från konserter, turnéer och liveframträdanden (sammantaget 53 procent av musikmarknaden)<sup>34</sup>. Samtidigt konsumeras en hel del musik utan direkt kostnad (reklamfinansierat) för konsumenten via Youtube.

*”YouTube är den mest använda musiktjänsten – 82 % av alla YouTube besökare använder tjänsten för musik. Samma siffra för åldersgruppen 16-24 är 93%. Fler människor använder YouTube för att lyssna på musik de redan känner till än för att upptäcka ny musik.”<sup>35</sup>.*

### **3.3 Lägre kostnader för producenter och konsumenter**

När konstnärliga produkter digitaliseras sjunker marginalkostnaden mot noll både för producent och konsument. Det finns starka ekonomiska incitament för att varor och tjänster ska bli digitala, eller att de distribueras digitalt.

Att göra fler kopior av en vara behöver inte betyda lika stor enhetskostnad. Att producera 100 stolar blir per styck billigare än 10 stolar eftersom det finns volym-, produktivitets- och effektivitetsvinster att göra. Den förändrade enhetskostnaden uttrycks som marginalkostnad. Marginalkostnaden mäter kostnaden för att producera ytterligare en enhet. I teorin sjunker enhetskostnaden när fler varor produceras, till en viss gräns.

Kostnaden för digital kopiering och lagring blir däremot försumbar. Vi går därför emot ett ”zero marginal cost society”<sup>36</sup>. För producenter finns möjligheten att skapa ekonomiskt överskott genom att omvandla det som tidigare var fysiskt till digitalt.

För konsumenter finns det också möjligheter att sänka sina kostnader genom att välja digitaliserade produkter. Nya affärsmodeller på internet har inneburit att konsumenter inte betalar mer per enhet för exempelvis musik eller film. Tidigare köptes CD- och DVD-skivor, i dag konsumeras musik och film som strömmat innehåll till en fast månadsavgift. I stället för att lyssna på samma CD-skiva om och om igen får lyssnaren tillgång till innehållet på miljoner CD-skivor utan att betala mer per månad. Detta innebär att även marginalkostnaden för konsumtionen går mot noll.

Kombinationen av minskade kostnader för både producenter och konsumenter är en stark drivkraft. Vägledande på det området är musikbranschen. I praktiken tvingades branschen till en ny affärsmodell som en följd av den illegala fildelningen av musik, som möjliggjordes av digital kopiering. Genom strömning av

---

<sup>32</sup> Diginomics – nya ekonomiska drivkrafter, Breman & Felländer,

<sup>33</sup> Digitaliseringsvägledning bortom BNP, Anna Felländer, Stefan Fölster, Claire Ingram, Digitaliseringskommissionens temarapporter, SOU 2016:85

<sup>34</sup> Musikbranschen i siffror, 2015, Musiksverige

<sup>35</sup> IFPI Sverige, pressmeddelande 13 sept 2016.

<sup>36</sup> Zero Marginal Cost Society, Jeremy Rifkin, 2014.

musik och prenumerationsmodellen där man för en fast avgift får tillgång till ett större digitalt utbud<sup>37</sup> har nu branschen åter visat tillväxt. 2015 omsatte den globala musikindustrin 15 miljarder USD, en ökning på drygt 0,5 miljard USD från året innan<sup>38</sup>. Vändningen på den svenska marknaden uppstod tidigare i Sverige än i andra länder.

*”I Sverige stod streamingtjänster för hela 94 % av de totala intäkterna för inspelad digital musik under året [2013].... I Sverige bröts trenden [de fallande musikintäkterna] redan 2011 och branschen har sedan dess haft en stigande omsättning”<sup>39</sup>.*

### 3.4 Den ökade räckvidden

Spotify har 48 miljoner betalande (premium) användare och uppemot 90 miljoner<sup>40</sup> användare som betalar genom att ta emot reklam. Netflix har ungefär 3,8 miljoner användare i Norden som betalar en fast månadsavgift. Facebook har drygt 1,2 miljarder dagliga användare globalt och Youtube har en dryg miljard dagliga användare som betalar genom att ta emot reklam.

Det är ganska okomplicerat och billigt att publicera text, bild, ljud och video i sociala medier. Den vägen når man ut till en stor publik och kan omedelbart skapa en global räckvidd för konstnärligt innehåll.

Digitaliseringen sänker inträdesbarriärer för nya konstnärer att väcka intresse kring sitt konstnärskap men skapar också möjligheter för etablerade konstnärer. Det är dock inte givet att ett genomslag i sociala medier resulterar i ökade inkomster för konstnären. Detta beror i hög grad på vilken konstform och vilket konstnärskap vi talar om.

Möjligheterna att publicera och sprida är oändliga, med det är fortfarande svårt att nå fram till betalande konsumenter och köpare. Konkurrenten hårdnar då det är enklare för alla att publicera, och det krävs en särskild kompetens och insats att kommunicera på sociala medier. Det är inte givet att en bra konstnär även klarar att kommunicera på sociala medier. Ingen blir upptäckt utan referenser eller aktivt arbete för att skapa synlighet. Mötet med publiken, agenten, galleristen, curatören eller förlaget är fortfarande avgörande. Kändisskapet underlättar men affären sker traditionellt, via mellanleden.

En effekt av att digitalt synliggöra och sprida sitt konstnärskap är att nya möjligheter kan uppstå från andra branscher eller genreöverskridande kulturuttryck. Kompositörer, bildkonstnärer och dramatiker efterfrågas i utvecklingen exempelvis utvecklingen av digitala spel och i reklambranschen. Oftast innebär det att konstnärer lämnar som yrkesverksam inom kulturområdet. Möjligheter kan även uppstå i genreöverskridande kulturyttringar så som digital konst eller inom performancekonsten. Nya konstnärliga konstellationer som blandar uttryck och gestaltning, kan vara verksamma inom olika länder eller arbeta utifrån olika traditioner. Detta pågår och flertal exempel finns, men har ännu låg påverkan på konstnärernas yrkesutövande.

### 3.5 Mellanledens plats och betydelse

Konstnärernas skapande och kreativitet är kärnan i mellanledens affärsmodell. Tydligast märks detta inom musikbranschen.

Musikproduktionsbolag och förlag erbjuder artister att ta hand om allt från produktion och administration till att hantera varumärke och kommunikation. När artister skriver avtal med skivbolagen går den största kostnaden till marknadsföringen av artisten.

---

<sup>37</sup> Digitaliseringens välstånd bortom BNP, Anna Felländer, Stefan Fölster, Claire Ingram, Digitaliseringskommissionens temarapporter, SOU 2016:85

<sup>38</sup> IFPI Global Music Report 2016

<sup>39</sup> Streaming fortfarande bara runt 15 procent av musikmarknaden, Olle Aronsson, Breakit, 12 mars 2015. Rapportförfattaren anmärker att artikeln syftar till den globala strömmingsmarknaden 2013. Citatet återger data om den svenska marknaden.

<sup>40</sup> Di Digital rapporterar juni 2017 att Spotify har 50 miljoner betalande användare och Adweek rapporterar juni 2017 att Spotify har totalt 140 miljoner användare.



Om en osignerad artist säljer sitt album på iTunes för nedladdning får den USD 5,99 medan den signerade artisen får USD 2,30 – mindre än hälften<sup>41</sup>. Skivbolaget och mellanleden vill bli ersatta för sitt arbete. Den osignerade artisen behöver sälja 210 nedladdningar av sitt album medan den signerade artisen behöver sälja 547 nedladdningar för att få lika mycket betalt i slutändan<sup>42</sup>.

Sannolikheten för att den signerade artisen ska lyckas är högre än för den osignerade artisen, eftersom det finns en hel organisation bakom den signerade artisen som driver på marknadsföringen. Detta gäller för konstnärer i alla konstformer. De som lyckas knyta till sig medarbetare, partners, producenter, distributörer, m.fl. har större chans att lyckas.

Ett synsätt är att konstnären köper mellanledets tjänster. Uppgörelsen bygger på att konstnären avtalar bort delar av sina framtida inkomster från upphovsrätter och annan försäljning mot inkomster i dag. Riskerna är höga men belöningen kan bli enorm då konstnären kan bli en stor stjärna. De underliggande ekonomiska principerna har belysts av den amerikanska ekonomen Sherwin Rosen.

Han publicerade 1981 en artikel med titeln "The economics of superstars". Där skrev han om talangens värde. Inom vissa former av ekonomisk aktivitet uppstår en koncentration av vinster till ett fåtal personer. Dessa personer betraktade han som superstjärnor.

*"The practical importance of all this is related to technical changes that have increased the extent of scale economies over time in many activities. Motion pictures, radio, television, phono reproduction equipment, and other changes in communications have decreased the real price of entertainment services, but have also increased the scope of each performer's audience."<sup>43</sup>*

Sherwin Rosen visade att det inte innebär större kostnader för en artist att spela inför 10 personer i stället för 1 000 personer. Massmedier möjliggjorde en skalbarhet då fler konsumenter kunde betala för samma upplevelse utan större produktionsinsats.

*"When joint consumption technology and imperfect substitution features of preferences are combined, the possibility for talented persons to command both very large markets and very large incomes is apparent."<sup>44</sup>*

Rosen påpekade att skor är utbytbara men inte rockmusiken. En lyssnare ersätter inte Kent mot Bob Hund. Det råder imperfekt substitution. Detta beror på konsumenternas preferens. Kombinationen av masskonsumtion och imperfekt substitution skapar den ekonomiska potentialen som kan betraktas som personbundna monopol.

*"The [talents] elusive quality of 'box office appeal', the ability to attract an audience and generate a large volume of transactions, is the issue that must be confronted."<sup>45</sup>*

Där det finns talang och kvalitet uppstår en unik relation till publiken. Ett svenskt exempel är Stieg Larssons Millenium-trilogi. De tre böckerna blev internationella succéer. Historien har konsumerats i alla bokformat och återskapats i fler konstformer. Amerikanska serietidningsförlaget DC Comic har gjort en serieroman<sup>46</sup>. Både en svensk och en amerikansk film har producerats. Det anordnas stadsvandringar i Stockholm till platser där trilogin utspelas. Slutligen har det tillkommit fler böcker på samma berättelse, men skrivna av författaren David Lagercrantz.

Stieg Larssons konstnärskap och Millenium-trilogin har i praktiken skapat en egen marknad, ett monopol i sig självt. Konsumentens relation till verket är inte utbytbar. Rättigheterna kring ett sådant monopol, som

---

<sup>41</sup> Selling out, how much do music artists earn online?, David McCandless, Information is beautiful, April 2015

<sup>42</sup> ibid

<sup>43</sup> Sherwin Rosen, "The economics of superstars", the american economic review, volume 71, issue 5, dec 1981, p845-858

<sup>44</sup> ibid

<sup>45</sup> ibid

<sup>46</sup> DC Comics to adapt Stieg Larsson's Millenium Trilogy, Jonas Spencer, National Post, 12 oktober 2011

går att utveckla över tid och över olika format och branscher, blir oerhört värdefulla. Sherwin Rosen identifierar två element som utgör förutsättningarna för att monopolet ska uppstå. De är tätt förknippade med konstnären som person.

*”first, a close connection between the personal reward and the size of one’s own market; and second, a strong tendency for both market size and reward to be skewed towards the most talented people in the activity”<sup>47</sup>.*

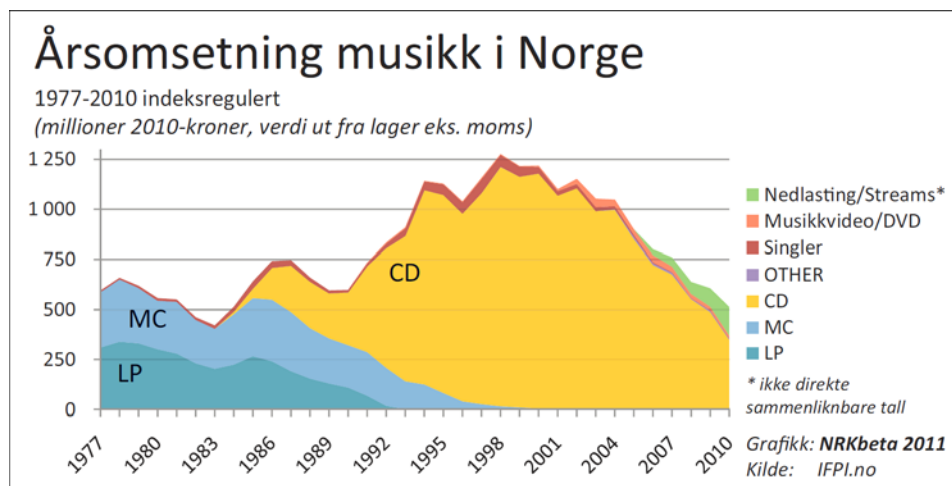
Med andra ord, Stieg Larsson avtalade bort en del av sina framtida inkomster till mellanled som hjälpte honom exploatera rättigheterna ekonomiskt. Detta blev en bra affär för båda parter, i detta fall Stieg Larssons dödsbo och mellanleden. Slutsatsen är att ingen konstnär klarar att ensamt maximera sin marknadspotential. För att lyckas ekonomiskt krävs mellanleden, de som agerar mellan konstnären och konsumenten. Digitaliseringen har inte förändrat detta, snarare förstärkt mellanledens betydelse.

*“Rather than drastically changing the configuration of the creative value chains, digitisation resulted in challenging existing power balances by providing alternative models to create, produce, promote or distribute. Creative value chains are in an ongoing process of transformation and restructuring.”<sup>48</sup>.*

Studien “Mapping the creative value chains” åt EU kommissionen av bl.a. KEA studies pekar på konstnärer har en svagare position i förhandlingar med mellanleden. Generellt har konstnärer inte ekonomiska resurser eller kunskaper att anpassa sitt konstnärskap till möjligheterna som digitaliseringen innebär. Och generellt är det konstnären som behöver övertyga mellanleden att dennes konstnärliga idé kommer slå igenom på marknaden. Mellanledens betydelse är hög.

### 3.6 Affärsmodellen kring strömmad musik

Populärmusik som är kommersiellt finansierad, har mest påtagligt påverkats av digitaliseringen. Den globala musikmarknaden värderades till cirka 44 Miljarder USD under toppåren på slutet av 1990 talet<sup>49</sup>. Drygt femton år senare, värderas de globala inkomsterna till 15,7 Miljarder USD<sup>50</sup>. Två-tredjedelar av inkomsterna har försvunnit under de senaste två decennierna. Branschens utveckling är därför en värdefull referenspunkt för den fortsatta analysen.



Figur 3: Årsomsättningen av musik i Norge per format (källa: NOU 2013.2)

<sup>47</sup> ibid

<sup>48</sup> Mapping the creative value chains, a study on the economy of culture in the digital age, Europeiska Kommissionen, KEA European Affairs, IDEA Consult, Vrije Universty, 2017

<sup>49</sup> Riksdagens departementsserie, DS 1999:28

<sup>50</sup> IFPI Global music report 2017

Digitaliseringens påverkan började redan med CD-skivan. Innehållet i CD-skivan var digitalt, men distributionen var i fysisk form. För varje försåld CD-skiva gick en andel till upphovspersoner. Det var en "rak" modell där konstnärer/upphovspersoner fick direkt ersättning varje gång deras konstnärliga verk i fysiskt format köptes av en konsument. Denna ersättning låg på 10–12 procent av CD-priset<sup>51</sup>. När konsumenten köper CD-skivan ägs den av honom eller henne och konsumenten har också rätt att kopiera innehållet för privat bruk.

Vid slutet av 1990-talet, när datorer och internet samt MP3 spelare fick bredare genomslag i samhället, började allt fler kopiera sina CD-skivor till datorer. Utvecklingen drevs på av att konsumenter ville lyssna på musiken i datorn och MP3-spelaren. Snart började privatpersoner skicka kopierat material till varandra. Intresset för fildelning uppstod. Napster var den första mer allmänt kända tjänsten där så kallad fildelningsteknik utnyttjades för att enklare sprida kopierad musik. Allt fler konsumenter valde också att ladda ner den kopierade musiken illegalt istället för att betala för musiken. Detta innebar ett brott mot upphovsrätten, rätten att kopiera för annat än privat ändamål.

År 2003 lanserades iTunes store, där Apples kunder kunde köpa musik för nedladdning<sup>52</sup>. Priset för en nedladdad låt var under en US-dollar och ett album kostade ungefär 10 US-dollar vilket var betydligt billigare än att köpa en CD skivan.

*"The iTunes Music Store offers the revolutionary rights to burn an unlimited number of CDs for personal use and to put music on an unlimited number of iPods for on-the-go listening," said Steve Jobs, Apple's CEO. "Consumers don't want to be treated like criminals and artists don't want their valuable work stolen. The iTunes Music Store offers a groundbreaking solution for both"*<sup>53</sup>.

iTunes music store förändrade dock inte musikbranschen. Intäkterna fortsatte att falla. En annan modell behövdes.

Strömmad musik blev nästa försök. Tillskillnad från tidigare, där varje konsumerad enhet av musik innebar en förutsägbar intäkt till upphovspersoner, infördes en "pro-rata" modell som betyder proportionerlig fördelning<sup>54</sup>. Strömningstjänster har avtalat om att en procentsats av intäkterna från konsumenter ska gå till upphovspersoner. Procentsatsen baseras på den totala intäkten och inte på mängden konsumerad musik. Ersättningen fördelas därefter proportionerligt, efter andelen av den totalt lyssnade musiken. Det innebär att upphovspersoner vars musik har stort lyssnande får en större andel av den totala rättighetsersättningen, än de vars musik färre lyssnar på..

Figur 4 visar hur ersättningar fördelades från svenska tonsättares internationella musikbyrå, Stim, till upphovspersoner under helåret 2016. 2 231 upphovspersoner uppnådde en ersättning som översteg 20 000 kronor. Den totala ersättningen som fördelades på dessa upphovspersoner var 518 miljoner kronor<sup>55</sup>.

- 10 högst placerade upphovspersoner tog hem 30 procent av ersättningarna.
  - 0,5 procent av upphovspersonerna delade på 158 miljoner kronor.
- 50 högst ersatta upphovspersonerna tog hem 47 procent av ersättningarna.
  - 2 procent av upphovspersonerna delade på 243 miljoner kronor.

Bilden är inte unik för 2016. Branschaktörer berättar att situationen har förändrats dramatiskt. När albumförsäljningen var som störst fick samtliga rättighetshavare dela på albumets royaltointäkt. Exempelvis arbetade ett flertal svenska låtskrivare med artisten Britney Spears, som under en tid var en av de stora stjärnorna i världen. Låten som de svenska låtskrivarna bidrog med fanns på ett album med 12 låtar.

---

<sup>51</sup> User-centric settlement for music streaming, Arnt Maasó, 2014

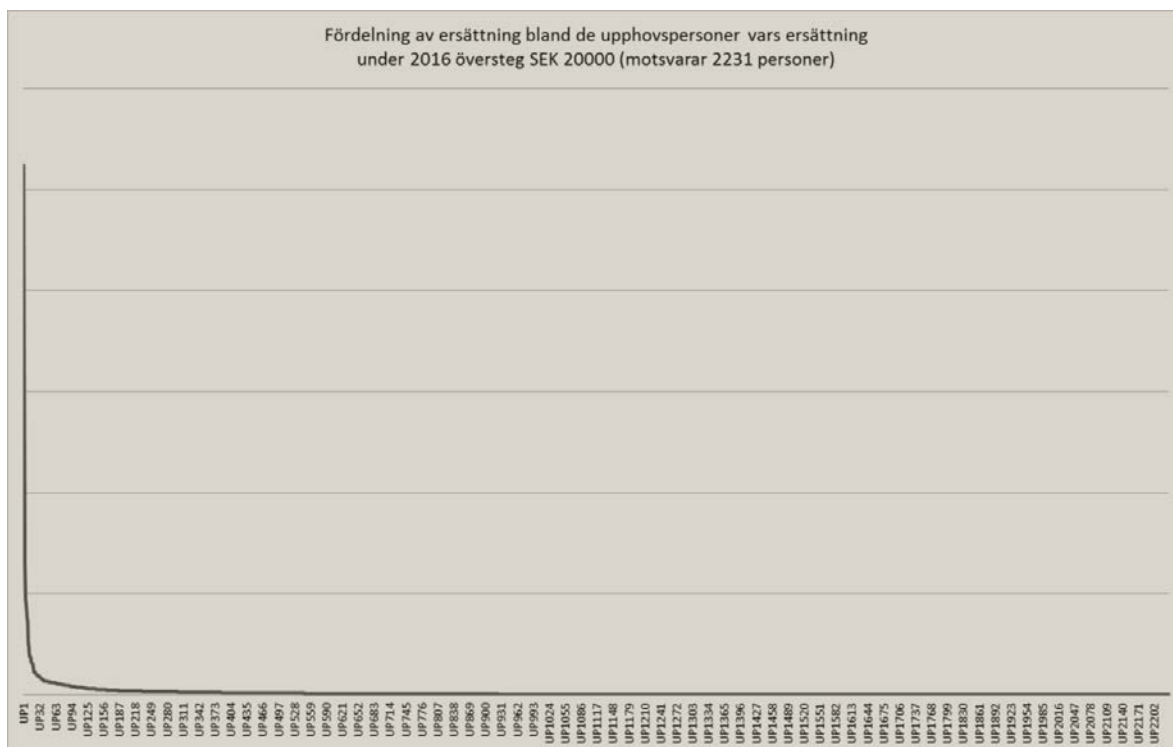
<sup>52</sup> Apple launches the iTunes music store, Apple pressrelease, april 2003

<sup>53</sup> ibid

<sup>54</sup> User-centric settlement for music streaming, Arnt Maasó, 2014

<sup>55</sup> En del av de insamlade medlen går till utländska upphovspersoner, rapportförfattarens anmärkning.

Därmed fick de 1/12 av den totala rättighetsinkomsten. I dag, även om låten finns med som nummer 8 eller 12 i albumet så kanske lyssnarna väljer låt 1,2 och 4 vilket innebär att låt nummer 8 och 12 då inte blir berättigade någon ersättning alls.



Figur 4: Fördelning av ersättningar 2016, Stim

### 3.7 Andra sätt att ta betalt

Situationen för filmindustrin är snarlik den för musikbranschen. Den illegala fildelningen av filmer skapar ett behov av attraktiva erbjudanden om lagligt konsumerad film i hemmen. Enligt Film- och tv-branschens samarbetskommitté uppskattas den illegala fildelningen stå för uppemot en tredjedel av all filmkonsumtion i Sverige<sup>56</sup>. Även E-bok och e-ljudboksbranschen har problem med illegal fildelning.

De globala aktörerna så som Netflix och Amazon (och snart även Apple) etablerar sig med sina erbjudanden till fasta månadsavgifter, prenumerationsmodellen. Regionala aktörer så som Viaplay och Cmore, köper film- eller tv-rättigheter för exklusiv distribution via sina strömningstjänster för att skapa ett attraktivt erbjudande och vinna prenumeranter. Ljudboksbranschen har snabbt följt efter med fasta månadsavgifter.

Affärsmodellen med en fast prenumerationsavgift är attraktiv för konsumenter då den skapar ett konsumtionsöverskott. Men till skillnad från musikbranschen finns det ännu ingen marknadsdominerande pro-rata-modell för ersättningar till upphovspersoner på film- och litteraturområdena.

En affärsmodell som fått uppmärksamhet är "crowdfunding". Det definieras som insamling av finansiella medel genom individers och medborgares små bidrag till en verksamhet eller projekt via sociala nätverk på internet<sup>57</sup>. Internet skapar möjlighet för enskilda konstnärer att presentera sin konstnärliga idé och bjuda in individer till att betala i förskott för att bidra till att konstnären förverkligar idén. För att nå en bred mängd människor finns så kallade crowdfunding-plattformar. Kickstarter i USA är den mest framgångsrika. I Sverige finns bl.a. crowdfunder.se. Till skillnad från e-handel, nedladdning eller strömning handlar crowdfunding om att få ett förskott för att realisera en idé, istället för att köpa ett färdigt verk.

<sup>56</sup> Lägesrapport – digital marknad för film och TV, Film och Tv-branschens Samarbetskommitté 2015

<sup>57</sup> Jakten på medborgarfinansiering, Myndigheten för kulturanalys,

### 3.8 Sammanfattning: marknaden ur konstnärernas perspektiv

Kulturkonsumtionen i Sverige är stor och det finns en efterfrågan på konstnärernas arbete. Efterfrågan på digitaliserat innehåll ökar men den traditionella försäljningen är fortfarande viktigast för konstnärernas yrkesvillkor.

Konstnärernas marknad är både traditionell och digital. Kulturkonsumtionen i helhet växer vilket betyder att digitaliseringen inte leder till att konsumenter avstår från traditionell kulturkonsumtion. Sannolikt ökar efterfrågan och värdet på den traditionella kulturkonsumtionen. Detta är ett internationellt fenomen, som inte bara gäller i Sverige.

Konstnärer behöver förhålla sig till två marknadodynamiker. Den traditionella och den digitala. Båda är viktiga eftersom konsumenterna rör sig obehindrat mellan dessa två. Mellanleden – producenter, institutioner, distributörer – kommer att möta detta konsumentbeteende.

Digitaliseringen gör att konstnärer kan nå ut till en stor mängd konsumenter för en mindre kostnad. Detta sker inte av sig självt, utan i samarbete med mellanleden. Konstnären förväntas dela med sig av sina framtida upphovsrättsliga ersättningar till mellanleden. Den totala effekten, minskade kostnader och andel av framtida intäkter, är svår att beräkna.

Digitaliseringen innebär också nya sätt att ta betalt från konsumenter. Konsumenter har i realiteten lägre betalningsvilja för digitala upplevelser jämfört med traditionella. Detta innebär en prispress inom alla led, från mellanleden till konstnärer. De som lyckas slå igenom stort får ihop kalkylen.

Den ekonomiska teorin om superstjärnor har förstärkts genom digitaliseringen. Den ökade inkomstkoncentrationen kan leda till att konstnärer väljer att lämna yrket då det inte går att försörja sig. Konsekvenser blir även att mångfalden av konstnärliga uttryck krymper vilket gör situationen en angelägen fråga för kulturpolitiken.

Sammantaget skapar detta nya utmaningar för konstnärer. Digitaliseringen har medfört att det har blivit mer komplicerat för konstnärer med fler aktörer, ersättnings- och affärsmodeller. De konstnärer som kan agera både inom det traditionella och digitala har sannolikt bäst förutsättningar.

*“In order to be successful in the digital ecosystem, however, creators need to turn into polymaths (KEA, 2009) and master an increasing mix of abilities. Artists need to combine their talent and creative skills with business, technical and social skills. Training does not often cover these topics and creators have to rely on learning-by-doing mechanisms or outsourcing. Another obstacle is related to the limited access to finance and knowledge about opportunities in foreign markets.”<sup>58</sup>*

---

<sup>58</sup> Mapping the creative value chains, a study on the economy of culture in the digital age, Europeiska Kommissionen, KEA European Affairs, IDEA Consult, Vrije Universty, 2017

## 4. Upphovsrätten och digitalisering

En stor del av den digitala ekonomin bygger på användning av datorer och internet för att sprida, distribuera och tillgängliggöra ett konstnärligt innehåll. Kärnan i denna ekonomi är upphovsrätten.

*”[Upphovsrätts]Lagen listar skönlitterär eller beskrivande framställning i skrift eller tal, datorprogram, musikaliskt eller sceniskt verk, filmverk, fotografiskt verk eller något annat alster av bildkonst, alster av byggnadskonst eller brukskonst, kartor, beskrivande verk i grafik, teckning eller plastisk form som skyddade av upphovsrättslagstiftningen.”<sup>59</sup>.*

### 4.1 Ideella och ekonomiska rättigheter

Upphovsrätten är en ensamrätt och består av två delar, den ideella rätten och den ekonomiska rätten. Upphovsperson är den som skapat verket och är alltid en fysisk person. Om det är fler som skapat verket tillsammans har de en gemensam upphovsrätt till verket. Upphovspersoner kan sälja vidare sin upphovsrätt till en rättighetsinnehavare, exempelvis en förläggare. Utövande konstnärer har närstående rättigheter, att förfoga över sitt framträdande av ett litterärt eller konstnärligt verk<sup>60</sup>.

Den ideella rätten handlar om att respektera upphovspersonen och den särskilda koppling som denne har till det som skapats. Reglerna om den ideella rätten innefattar rätten att bli namngiven och även kunna motsätta sig att verket ändras eller visas eller sprids på ett för verket och konstnärskapet kränkande sätt.

Ett känt exempel där den ideella rätten var föremål för rättslig prövning är i tvisten mellan TV4 och regissörerna Vilgot Sjöman och Claes Eriksson. Regissörerna hävdade att TV4 gjorde intrång i deras ideella rätt när de lade in reklamavbrott under filmernas uppspelning.<sup>61</sup> Högsta domstolen konstaterade att reklamavbrotten i filmerna utgjorde en kränkning av upphovspersonernas ideella rätt.

Rätten av få avbryta filmer för reklam regleras numera i det avtal som parterna ingår om rätten att få visa filmen. Den ideella rätten är tvingande och kan i princip inte överlåtas eller avtalas bort men den kan efterges. På scenkonstens område där en upphovsperson typiskt sett är anställd regleras aspekter av upphovspersonernas ideella rätt, såsom exempelvis rätten att bli namngiven i ett informationsmaterial, i kollektivavtal.

Den ekonomiska rätten handlar om rätten att förfoga över ett verk. Det vill säga att det är upphovsperson som bestämmer när, var och hur exemplar av verk får framställas och när det får göras tillgängligt för allmänheten, oavsett form eller metod. Om man har överenskommit med upphovsperson om att man får använda verket ska det utgå ersättning till upphovspersonen. Den ekonomiska rätten går att upplåta t ex i begränsad tid eller överlåta d.v.s. sälja vidare till förlag (musik eller litteratur), produktionsbolag (film) eller annan som upphovspersonen önskar ingå avtal med. Nivån på ersättningar styrs av flera faktorer såsom exempelvis omfattning och tid på den överenskomna förfoganderätten och varierar beroende på inom vilket område det gäller. Ersättningsnivåer regleras antingen i branschavtal eller enskilda avtal mellan berörda parter.

I Sverige gäller upphovsrätten till ett verk under en upphovspersonens livstid och 70 år efter dennes dödsår och 50 år för utövande konstnärer (närstående rättigheter). Skyddet gäller den ideella rätten såväl som den ekonomiska rätten och omfattar alla typer av verk.

### 4.2 Fria nyttjanden och avtalslicenser

I upphovsrättslagstiftningen finns vissa s.k. inskränkningar där lagstiftaren fått väga upphovspersonens ensamrätt till verket mot vissa andra intressen för att på så vis tillåta användning utan att upphovspersonen

---

<sup>59</sup> Introduktion till upphovsrätt, Mathias Klang, Skolverket

<sup>60</sup> Lag om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk, Lag 1960:729 kap 5

<sup>61</sup> TV4 förlorar även i HD, Ossi Carp, Dagens Nyheter 18 mars 2008

tillfrågats i förväg. För den enskilde upphovspersonen kan dessa inskränkningar betyda begränsningar i dennes förfoganden av verket och för entreprenörer möjligheter att utveckla nya affärsmodeller. Några inskränkningar syftar till förenklad hantering som exempelvis dagshändelser vid nyhetsförmedling där upphovsrätten balanserar mot medborgarnas rätt till information, citaträtten där upphovsrätten balanserar mot litterär och vetenskaplig kritik och informationsutbyte, och bibliotekens rätt att kopiera ur sina arkiv för att ska kunna arbeta effektivt, m.fl.

Enligt kapitel 3 i upphovsrättslagen finns bestämmelser som syftar till att underlätta för verksamheter där avtal med många upphovspersoner behöver upprättas, då det har bedömts inte vara rimligt att inhämta individuella tillstånd för användningen. Istället för att träffa avtal med var och en så kan kollektiva avtalslicensavtal upprättas med en organisation som företräder svenska upphovspersoner. Alla upphovspersoner behöver inte vara medlemmar i organisationen utan avtalets verkan utsträcks genom lagbestämmelsen. Detta möjliggör en förenklad hantering, som är syftet med avtalslicensmodellen:

*”En avtalslicens som avses i 42 b-42h §§ gäller för utnyttjande av verk på visst sätt, när ett avtal har ingåtts om utnyttjande av verk på sådant sätt med en organisation som företräder ett flertal upphovsmän till i Sverige använda verk på området. Avtalslicensen ger användaren rätt att utnyttja verk av det slag som avses med avtalet trots att verkens upphovsmän inte företräds av organisationen.”<sup>62</sup>.*

Ett exempel på nyttjande enligt avtalslicensmodellen är att ett tv-bolag har avtal med Copyswede för webbutnyttjanden av äldre tv-program som annars inte hade varit möjligt att klarera rättigheterna till. Sverige är något av ett föregångsland för avtalslicenser. Det finns organisationer som företräder en mängd upphovspersoner s.k. kollektiva förvaltningsorganisationer. Det underlättar för branschaktörer att kunna producera och sprida upphovsrättsligt skyddade verk och samtidigt finna former att för att avlösa rättigheter och ersätta upphovspersoner.

### 4.3 Privatkopiering och digitalisering

Upphovsrättslagen ger även undantag för kopiering för privat bruk. När en privatperson har en fest hemma och spelar musik för sina gäster utan att ta betalt av gästerna sker det för privat bruk och privatpersonen behöver inte fråga upphovsrättsinnehavaren om att få spela musiken och inte heller erlagga betalning.

Upphovsrättslagen är teknikneutral. Kopiering och spridning av digitalt material mellan privatpersoner blev ett problem med den illegala fildelningen. År 2005 ändrades lagstiftningen (se 52 § upphovsrättslagen) när man införde ett nytt begrepp kallat överföring till allmänheten eftersom det som skedde på internet inte kunde fångas upp av tidigare begrepp som visning. Lagrådet skriver:

*”I sak innebär förslagen bl.a. att upphovsmän får en uttrycklig ensamrätt att göra sina verk tillgängliga för allmänheten genom distansöverföring, t.ex. genom överföring på Internet. Rätten att framställa kopior av verk för privat bruk föreslås gälla även fortsättningsvis, men i något begränsad form.”<sup>63</sup>.*

Trots att lagstiftningen ändrats är frågan om illegal fildelning fortfarande ett problem. I en attitydundersökning från 2015 svarar 29 procent av de tillfrågade att de använder illegala tjänster<sup>64</sup>.

*”Förr kopierade man mycket till kassetband, CD-skivor och DVD-skivor, idag sker privatkopieringen på nyare medier som mp3-spelare, externa hårddiskar och musikmobiler.”<sup>65</sup>.*

Att nya produkter tillkommer på marknaden innebär också att upphovsrättsligt material sprids på nya sätt. Högsta domstolen fastställde i en dom att smarta telefoner omfattas av reglerna om

<sup>62</sup> §42a upphovsrättslagen, ur boken Copyright av Henry Olsson, nionde upplagan, 2015

<sup>63</sup> Upphovsrätten i informationssamhället, utdrag ur protokoll 2005-02-08

<sup>64</sup> Lägesrapport – digital marknad för film och tv, FTVS 2015

<sup>65</sup> Privatkopieringsersättning – vad är det?, Copyswede

privatkopieringsersättning eftersom ”enligt upphovsrättslagen ska den som importerar anordningar som är särskilt ägnade för privatkopiering betala en särskild ersättning.”<sup>66</sup> Detta kommer sannolikt resultera i ett avtal mellan elektronikbranschen och Copyswede.

Ett annat exempel där digitaliseringen påverkar upphovsrätten är avbildning av offentlig konst. Högsta domstolen har slagit fast att möjligheten att avbilda konstverk på allmän plats för exempelvis vykort (icke-digitala avbildningar) inte behöver innebära krav att fråga uphovspersonen om lov. Om avbildningen läggs i en databas som blir tillgänglig för allmänheten måste man fråga uphovspersonen. I detta fall var det en tvist mellan Bildupphovsrätt i Sveriges och Wikimedia som ville lägga ut offentlig konst på sin webbplats. Här får aktörer som Wikimedia, Google maps, osv. ingå avtal med organisationer som Bildupphovsrätt i Sverige som representerar uphovspersonerna.

#### 4.4 Följerätten

Bildkonstnärer har enligt upphovsrättslagen en särskild lagstadgad rätt i form av följerätt, eller ”ersättning vid vidareförsäljning av originalverk”<sup>67</sup>. Digitaliseringen kan påverka möjligheter för uphovspersoner att kontrollera efterföljandet av följerätten.

Följerätten infördes först i Frankrike där lagstiftarna såg att en ung konstnärs verk kunde säljas för en låg summa och sedan över tid kunde värdet mångfaldigas. Det är svårt att prissätta konst, särskilt vid första försäljningstillfället för en ny eller ung bildkonstnär. Lagstiftarna beslutade att bildkonstnären har ”droit de suite” (rätt till det följande) som det heter på franska<sup>68</sup>. Varje gång ett originalverk säljs vidare ska en ersättning utgå till skaparen av originalverket.

En utmaning är att bevaka efterlevnaden av följerätten så att rapportering av all försäljning sker. 2015 publicerade Konstnärernas Riksorganisation, Sveriges Konsthantverkare och Industriformgivare, Bildupphovsrättsbyrån samt politikern Niclas Malmberg en debattartikel. Där citerar de konstnären Ernst Billgren:

*”Mellan åren 2001–2014 rapporterades 536 följerättsgrundande försäljningar av mina verk. Av dessa kom fem från gallerier, alltså mindre än en procent. Det verkar ju orimligt lite. Så jag googlar och hittar 18 gallerier som just nu säljer mina grejer på andrahandsmarknaden. Ingen av dessa har någonsin rapporterat in följerätt för mina verk.”<sup>69</sup>.*

Efter samtal med flertal branschaktörer står det klart att efterföljandet av följerätten kan förbättras. Alla verk behöver registreras och bevakas. Ansvarig kollektiva förvaltningsorganisation är Bildupphovsrätt i Sverige som skriver i sin förvaltningsberättelse 2015:

*”Samarbetet med auktionsföretagen fungerar bra men behöver utvecklas avseende administrativa rutiner för att göra dessa mer effektiva. Det stora och växande antalet försäljningar över internet accentuerar ett utvidgat samarbete.”<sup>70</sup>.*

Med hjälp av digitala verktyg skulle hanteringen kunna förbättras. Den globala kollektiva förvaltningsorganisationen CISAC arbetar på lösningar.

*”On the technology side, CISAC is now involved in a ground-breaking project to develop a new visual art recognition tool. This fingerprinting project is aimed at helping visual art societies monitoring the use of visual art online.”<sup>71</sup>.*

---

<sup>66</sup> Högsta domstolen, målnummer T 2760-15, juni 2016

<sup>67</sup> Lag 1960:729, om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk, §26n och o.

<sup>68</sup> Proposed international treaty on droit de suite, Sam Ricketson, 2015.

<sup>69</sup> Konstnärer luras på lagstadgad ersättning, SvD, 10 sept 2015

<sup>70</sup> Bildupphovsrätt i Sverige, förvaltningsberättelse 2015

<sup>71</sup> Hevré DiRosa, ordf. CISAC kommittee för Visual Arts, CISAC global collecting report, 2016



## 4.5 Safe harbour-principerna

Safe harbour-principerna var en samling frivilliga regler om personlig integritet och dataskydd som togs fram och beslutades av USA:s handelsdepartement.

Organisationer i USA kunde anmäla till departementet att de ansluter sig till dessa regler. EU-kommissionen har tidigare bedömt att reglerna var lämpliga då det underlättar att föra över data mellan USA och EU. Med stöd av den bedömningen har det ansetts tillåtet att föra över personuppgifter från EU/EES till organisationer i USA som hade anslutit sig till reglerna.

Den 6 oktober 2015 ogiltigförklarade EU-domstolen kommissionens beslut. Det innebar att överföringar av personuppgifter till USA som skedde med stöd av EU-kommissionens beslut om Safe Harbour-principerna var olagliga.<sup>72</sup> Beslutet baserades på att reglerna blev ett sätt att undvika att betala för upphovsrättsligt skyddat material.

Upphovspersoner pekade på ett grundläggande problem med dessa principer. Aktörer som Youtube betalar inte upphovsrättsliga ersättningar när publiceringar sker på Youtube. Youtube hävdar att användarna själva publicerar innehållet. Youtube ser sig självt som en mellanhand och under Safe Harbour-principerna överför de personliga uppgifter mellan individer. Detta undantag anses vara ett kryphål för att undvika betala för upphovsrättsligt skyddat material. Youtube får annonsintäkter från den privata publiceringen och därmed bör betala ut upphovsrättsliga ersättningar eller ingå licensavtal med kollektiva förvaltningsorganisationer.

En allmän uppfattning inom EU är därför att nya principer behöver arbetas fram. Problematiken är att detta inte enbart påverkar upphovsrätten utan nästan alla internationellt verksamma företag som behöver föra över persondata mellan USA och EU. EU kommissionen och amerikanska handelsdepartementet har ett politiskt avtal<sup>73</sup> som behandlas hos EU domstolen.

EU-kommissionen har presenterat ett paket av åtgärder som syftar till att försöka lösa vissa specifika upphovsrättsliga problem bland annat det s.k. DSM-direktivet<sup>74</sup>.

## 4.6 Är ersättningsnivån rimlig?

Samtalen med branschaktörer inom ramen för detta uppdrag tyder på att de större marknadsaktörerna sätter villkoren. Konstnärerna får acceptera situationen om de ska komma in på marknaden. Förhandlingsmöjligheterna är svaga. Upphovspersoner anses få för dåligt betalt och för liten andel av vinsterna.

Efter ogiltigförklarande av Safe Harbour-principerna ifrågasattes Youtube allt mer.

*“Last fall, Apple Music’s Jimmy Lovine suggested YouTube may account for about 40 percent of music listening but only 4 percent of revenue. And while it’s hard to find exact numbers, the imbalance seems to be getting worse: In 2015 free on-demand streaming grew 101 percent while the resulting revenue rose just 31 percent.”<sup>75</sup>.*

Youtube ändrar sig och ersättningsmodellen till upphovspersoner justeras. Men nivån anses av branschaktörer fortfarande vara för låg.

*“ It makes no sense that it takes a thousand on-demand streams of a song for creators to earn \$1 on YouTube, while services like Apple and Spotify pay creators \$7 or more for those same streams.....*

---

<sup>72</sup> Datainspektionen hemsida, vad är safe harbour principerna?

<sup>73</sup> The EU-U.S. Privacy Shield

<sup>74</sup> Proposal for a directive of the European parliament and of the council on copyright in the Digital Single Market (DSM).

<sup>75</sup> It’s a system that is rigged against the artists: The war against Youtube, Robert Levine, Billboard, 5 maj 2016

*Why does this happen? Because a platform like YouTube wrongly exploits legal loopholes to pay creators at rates well below the true value of music while other digital services—including many new and small innovators—cannot. It may be the same song requested by the user, on the same device, but the payouts differ enormously because of an unfair and out-of-date legal regime." [berättar Cary Sherman, CEO Recording Industry Association of America, RIAA, mars 2017]<sup>76</sup>.*

EY publicerade 2015 en kartläggning av den globala ekonomin för kulturella och kreativa näringar. Där går det att utläsa att bildkonsten, litteraturen, scenkonsten, film och musik gemensamt omsatte 803 Miljarder US-dollar.<sup>77</sup> CISAC<sup>78</sup> rapporterade 2015 att det samlades in cirka 8,6 miljarder Euro från dessa konstformer globalt<sup>79</sup>.

När dessa belopp sätts i relation till varandra blir resultatet att upphovsrättsliga ersättningar globalt är mindre än 1,5 procent av omsättningen för nämnda konstformer. Skilda år för datainsamling och växelkurser antas ha en marginell effekt. Siffran bör ändå ses som en uppskattning. Även om den skulle vara dubbelt så stor kan nivån på ersättningar ifrågasättas.

*Världens fem största börsbolag är idag de datarika jättarna "FAMGA", Facebook, Apple, Microsoft, Google (Alphabet) och Amazon, som tillsammans har ett marknadsvärde på cirka 27.000 miljarder kronor, eller 40 procent av Nasdaqs 100 största bolag."<sup>80</sup>*

Enligt en artikel i Daily Mail hävdades det att dessa fem bolag genererade i "combined profit" 140 000 US-dollar per minut.<sup>81</sup>

Det kan hävdas att dessa vinster baseras på människors kreativitet och konstnärernas skapande. Även ur detta perspektiv kan det ifrågasättas om ersättningen är rimlig.

#### 4.6.1 Möjlighet att påverka?

I dag är hanteringen av ersättningar allt mer globaliserad. De flesta avtalen mellan upphovspersoner (via kollektiva förvaltningsorganisationer) och producenter/distributörer (mellanleden) var tidigare nationella. Kollektiva förvaltningsorganisationer hade tidigare i praktiken monopolställning i respektive land.

*"Universal Music Publishing Group (UMPG) and Society of Authors, Composers and Publishers of Music (SACEM), the French Collection Rights Society, today announced they have signed an agreement to set up a joint framework for the licensing and administration of their rights for multi-territorial online and mobile exploitation in Europe."<sup>82</sup>*

Detta innebär att den franska kollektiva förvaltningsorganisationen är avtalspart för musiktjänster riktade mot svenska konsumenter i de fall musiken ägs av Universal. Stim är inte den enda avtalsparten för musik i Sverige.

Sedan 1 januari 2017 gäller lag (2016:977) om kollektiv förvaltning av upphovsrätt. Denna lag följer ett EU-direktiv där tanken är att få till stånd enhetliga regler i Europa. Det innebär att enskilda svenska upphovspersoner kan välja en kollektiv förvaltningsorganisation i andra europeiska länder för att samla in ersättningar för sina rättigheter i Sverige. Det är dock oklart om den ökade konkurrensen stärker upphovspersonernas ställning eller om det förbättrar möjligheterna att påverka ersättningsnivåerna.

---

<sup>76</sup> Youtube 'exploits legal loopholes' to pay artists poorly, US music body claims, as streaming revenues hit record high, Arjun Kharpal, CNBC, 31 mars 2017

<sup>77</sup> Cultural times, EY 2015 med data från 2013

<sup>78</sup> Den globala samarbetsorganisationen för insamling av rättighetsersättningar

<sup>79</sup> CISAC Global collection report 2016

<sup>80</sup> Gör Sverige datarikt, debattartikel Fredrik Arnander, DI Digital, 16 maj 2017

<sup>81</sup> Watch in real time how much money Apple, Google and Facebook are making every second, Stacy Liberatore, Daily Mail, 5 februari 2016

<sup>82</sup> Pressmeddelande Universal Publishing Group, 28 jan 2008

Upphovspersoners möjligheter att påverka sina ersättningar är svåra. Digitaliseringen utmanar den rådande ordningen för kollektiva förvaltningsorganisationer. Enligt studien från EU kommissionen, "Mapping the creative values chains", finns fler utmaningar så som:

- Brist på transparens kring avtal.
- Möjligheten att undvika att ersätta upphovspersoner genom exempelvis Safe Harbour principerna.
- Ökad komplexitet med kombinationen av både digitala och traditionella marknader.
- Svagare förhandlingssituation för enskilda upphovspersoner.
- Olika regelverk och fragmentering av marknader inom Europa.

De kollektiva förvaltningsorganisationernas betydelse ökar, framförallt för yngre och upphovspersoner med smalare konstnärliga uttryck. Avtal som förhandlas fram ska behandla alla representanter lika och sträva mot en rättvis fördelning av ersättningar. Vissa upphovspersoner som slår igenom bredare får bättre betalt, men det ska inte bero på bättre avtalsvillkor för denne än andra. Även branschorganisationer som representerar konstnärer och upphovspersoner ökar i betydelse.

*"Copyright provisions (contractual freedom, exclusivity and territoriality) are not an obstacle to the development of the DSM [Digital Single Market] but rather an indispensable instrument to ensure the creation of value for right holders and foster the creative process. Thanks to copyright, creators and producers are able to exploit and trade their rights independently and in accordance with their legitimate and moral interests (KEA, 2010). The real issue is to enhance the transparency and accountability of the digital payments system and licensing process in order to ensure a fairer redistribution of value for creators and other right holders. A more efficient system could also be beneficial for users and enhance cultural diversity. Overall, improving the situation for right holders will incentivise them to make more content available online, thereby increasing consumers' choice and ensuring legal certainty for all players."*<sup>83</sup>.

#### **4.7 Sammanfattning: upphovsrätten ur konstnärernas perspektiv**

Konstnärer har rätt att kräva ersättning när deras verk används och sprids. Det krävs tillstånd att använda sig av verken. Upphovsrätten är bestämmelser hur denna rätt ska hanteras och vilka undantag eller inskränkningar som ska gälla.

Konstnärer som är upphovspersoner skriver ett förvaltningsavtal direkt med kollektiva förvaltningsorganisationer eller kommer med förvaltningsavtal via branschförbund. Upphovspersonen måste även skriva avtal med skivbolag, bokförlag, scenkonstinstitution eller konsthall. Det är upphovspersonens ansvar att förhandla och säkerställa att dennes rättigheter respekteras och att ersättningar fastställs till en rimlig nivå. Och som i alla avtalsförhandlingar, är det inte enkelt att vara en ensam konstnär gentemot ett större företag eller en större institution. Samspelet med mellanleden blir oerhört viktigt. Förmågan och kunskapen att ingå ett avtal spelar allt större roll i och med digitaliseringen. Det konstnärliga verket kan enkelt kopieras och spridas. Försämrade villkor kring spridning kan få mycket negativa konsekvenser på grund av digitaliseringen, jämfört med de villkor som gäller för traditionell spridning.

Lagstiftningen utmanas av tekniska innovationer och förändrade affärsmodeller. Digitaliseringen och globaliseringen är tätt förknippade. Den svenska lagstiftningen är betydelsefull för konstnärernas yrkesutövande och ska harmoniera med EU-lagstiftningen. Lagstiftningen i USA har stor påverkan. De största privata aktörerna inom den digitala ekonomin har stort inflytande.

Bland de svenska aktörer som rapportförfattaren talat med så finns det en stark vilja att ersätta konstnärer. Ett gott samarbete mellan en konstnär och mellanled skapar långsiktiga värden för båda parter. Det är viktigt att konstnärsyrket är attraktivt för återväxten av konstnärer. Aktörerna menar på att den

---

<sup>83</sup> Mapping the creative value chains, a study on the economy of culture in the digital age, Europeiska Kommissionen, KEA European Affairs, IDEA Consult, Vrije Universiteit, 2017

internationella konkurrensen och en lägre betalningsvilja från konsumenter påverkar nivån på ersättningarna.

Rapportförfattaren bedömer att diskussionen kring nivån på ersättningar kommer bli allt mer påtaglig. Konstnärer och branschaktörer har skäligen grunder att driva denna fråga.

Situationen är inte enkel för upphovspersonerna. De ska kunna överblicka och värdera samt dokumentera sina rättigheter, säkerställa att de äger och kontrollerar alla ideella och ekonomiska rättigheter i de avtal som skrivs. Bransch-, intresse- och kollektiva förvaltningsorganisationer blir allt viktigare då det är dessa som har rollen att bevaka och hantera konstnärernas intressen.

Dessa branschaktörer i sin tur står mellan marknadsaktörer och lagstiftningen. De ska bevaka att dessa avtal värnar om konstnärernas intresse över tid. Samtidigt vill de inte skapa hinder för kommande teknikskiften eller möjliga framtida affärsmodeller. Upphovsrätter ska kunna exploateras för att generera mer inkomster till upphovspersoner, mellanled och samhällsekonomin i stort.

*“Intellectual property (IP) plays a key role in modern economies due to the globalisation of markets, the development of the knowledge economy (OHIM/EPO, 2013) and the creative economy, based on intangible assets. Notably, the cultural and creative sector (CCS) relies highly on copyright, and related rights, to foster creativity and investments in creative content (EC, 2016a).”<sup>84</sup>.*

Upphovsrättslagstiftningen är teknikneutral och har stått sig väl över tid trots att ny teknik kommit in i bilden och har relativt väl fångat in nya nyttjanden som sker. Problemen yttrar sig framförallt kring att bibehålla kontrollen över verken då digitaliseringen medför, i princip, oöverblickbara konsekvenser, efter en publicering, ett offentliggörande el. dyligt. I syfte att kunna anpassa sig till nya möjligheter och nya affärsmodeller är i regel de aktörer som önskar komma över rättigheterna måna om att förvärva så breda rättigheter som möjligt av upphovsrättspersonen, för att i nästa skede kunna ha en stor flexibilitet om så krävs. En förklaring är att den som förvärvar rättigheterna troligen inte vet vad som kommer hända framgent och det finns inga incitament för att ersätta upphovspersonen eftersom man inte ens vet om rättigheterna kommer att användas framöver.

Samspelet mellan marknadsdynamiken och upphovsrättens utveckling kommer starkt påverka konstnärernas yrkesvillkor.

Den pågående EU-översynen på upphovsrättsområdet vittnar också om att man från EU-kommissionens sida uppmärksammat att det råder obalans mellan aktörerna på marknaden och att det finns oklarheter kring vissa regler inom upphovsrätten. Detta i kombination med att vi har att göra med massutnyttjanden på en gränsöverskridande marknad leder till slutsatsen att det inte är otänkbart att anpassningar av upphovsrättslagen är att vänta.

---

<sup>84</sup> Ibid.

## 5. Situationen inom konstformerna

Utifrån dynamiken i marknaden och upphovsrätten redovisas i detta kapitel en situationsbeskrivning för respektive konstform. Vad innebär utvecklingen för konstnärer inom respektive konstform?

### 5.1 Scenkonst – teater, musik, dans, musikal och opera

Värdekedjorna inom scenkonsten är komprimerad till kreation (konstnärerna), produktion/distribution/presentation (aktörer) och konsumtion (publiken). De huvudsakliga aktörerna för regissörer, dramatiker, skådespelare, m.fl. är scenkonstinstitutioner, privat teatrar, produktionsbolag och scenkonst- och underhållningsarrangörer.

Aktörer är antingen arbetsgivare eller uppdragsgivare till konstnärer yrkesverksamma inom området. En särskiljande egenskap för scenkonst är att varje aktör engagerar konstnärer från många olika yrkesgrupper. Fler olika branschavtal påverkas. Riksavtalet (kollektivavtal) mellan Teaterförbundet, Svensk Scenkonst och Akademikerförbundet täcker 14 olika yrken inom konstnärlig personal. För musiker och orkestrar gäller musikeravtalet och därutöver finns dramatikeravtal och översättaravtal. Teaterförbundet och Svensk scenkonst har tillsatt en arbetsgrupp som adresserar möjligheter och utmaningar för digitalisering. Men detta hindrar inte att det redan pågår en hel del.

Det går att ta del av fler scenkonstupplevelser digitalt. Kungliga Operan sänder bl.a. via Folkets hus och parkers biografer. Utöver sändningar på biografer, tv- och radiosändningar sker sändningar live, bl.a. på Facebook. Därutöver arbetar Kungliga Operan bl.a. med utvecklingen av en app för textning och syntolkning.

*”Utvecklingen går inte att stoppa. Publiken har sina smarta telefoner och man måste vara med.”<sup>85</sup>.*

Kungliga Dramatiska teatern och Konserthuset har egna play-kanaler. Riksteatern arbetar med digitalt överförda scenkonstupplevelser.

*”Bland scenkonstinstitutionerna finns idag, grovt indelat, två huvudsakliga idéer kring hur man producerar ett scenkonstverk för att tillgängliggöra det digitalt; att göra en avfilmning av en scenkonstproduktion eller att göra en bearbetning av en scenkonstproduktion.”<sup>86</sup>.*

Drivkraften bakom digitaliseringen av scenkonstverksamheter är att tillgängliggöra scenkonst.

*”...förändrar digitaliseringen förutsättningar för att tillgängliggöra, sprida och ta del av kulturutbudet. Här handlar det om att kunna ta del utav ett kulturutbud utan att begränsas av geografiska avstånd, men också om att med digitalt stöd förbättra tillgängligheten till den analoga kulturella framställningen, t.ex. genom textöversättning och syntolkning.”<sup>87</sup>.*

Intresset att tillgängliggöra scenkonst genom digitalisering är stort. Hindret är de ekonomiska förutsättningarna.

När scenkonstinstitutioner digitaliserar en föreställning ökar produktionskostnaden. Grundkostnaden är föreställningens kostnader för scenframträdandet. Därutöver ska teknikkostnader tas för avfilmning eller bearbetning. Och utöver detta ska det utgå ersättningar till upphovspersoner och ensemble då det sker kopiering och spridning. Digitalisering innebär kopiering av ett originalverk som vidare sänds.

Teaterförbundet har två olika avtal som kan bli aktuella: Riksavtalet eller Film- och tv-avtalet. Dramatikeravtalet ska också följas. Och om en orkester ingår ska även Musikeravtalet in. Avtalen är inte samordnade.

---

<sup>85</sup> Katarina Aronsson, dramaturg och programansvarig, Kungliga Operan.

<sup>86</sup> Digitaliseringen på scenkonstområdet, Statens Kulturråd, 2013

<sup>87</sup> Ökad digitalisering av offentligt finansierad kultur, en förstudie av Statens Kulturråd, 2017

Riksavtalet <sup>88</sup>	Film- och tv-avtalet <sup>89</sup>	Musikeravtalet <sup>90</sup>
<i>Ersättning för sändning till minst 60 procent av aktuellt antal digitala biografier ska inte understiga vad motsvarande uppsättning skulle kosta med tillämpning av punkt 2 uppräknad med 2 - upp till ett belopp om 84 000 kr per sändning.</i>	<i>Vid direktutsändning eller sändning av upptagning från hel eller större del av scen- eller estradföreställning, som icke förberetts av det sändande företaget och där engagerade berörda av detta avtal medverkar, träffar det sändande företaget överenskommelse med de medverkande. Beträffande överföring av musikdramatiska verk från lyrisk teater gäller särskilt avtal. Grundersättning till artister och regissörer skall utgå med lägst följande belopp</i>	<i>Tillgängliggörande som sker mot vederlag i andra fall än vad som regleras i moment 4-7 ersätts fr.o.m. 2013.03.01 med 2,50 kr per avspelningsminut, fr.o.m. 2014.03.01 med 2,57 kr per avspelningsminut och fr.o.m. 2015.04.01 med 2,62 kr per avspelningsminut</i>
<i>För annan sändning får ersättningen inte i något fall understiga vad motsvarande uppsättning skulle kosta med tillämpning av punkt 2 – upp till ett belopp om 84 000 kr per sändning</i>	<i>[Scen- eller estrad] Föreställning över 120 minuter 2016-01-01:  Stor roll/medverkan 41.238 kr  Mellanroll/medverkan 27.154 kr  Liten roll/medverkan 18.100 kr  Biroll/medverkan 10.069 kr  Regissör 90.490 kr</i>	<i>Medverkan vid inspelningar, upptagningar och överföringar för återgivande i radio/ tv nationellt och/eller internationellt ersättes från 2015.04.01 med 1,94 kr per minut sändningstid</i>

När en scenkonstinstitution beslutar att filma av eller bearbeta en föreställning behövs förhandlingar med alla upphovspersoner för att säkerställa kostnaderna och hitta en finansiering. Ska institutionen ta av sina befintliga anslag eller från andra källor, eller ska publiken betala? Om institutionen självt producerar innebär det att Riksavtalet gäller. Ska exempelvis tv-bolag producera innebär att Film- och tv-avtalet gäller.

Sänds föreställningen på en biograf så försvinner ungefär hälften av nettobiljettintäkten till biografägaren. Om det sänds via en tv-kanal kan kostnadstäckning uppnås. Några större intäkter till scenkonstinstitutioner för nya investeringar är svåra att generera. Digitaliseringen innebär sannolikt att något annat måste strykas.

De ekonomiska förutsättningarna finns inte i dag att fullt ut producera, kopiera och distribuera scenkonst. Det sker, både i Sverige och utomlands från Metropolitan Opera i New York, National Theatre i London, eller andra delar av Europa. Men grundproblematiken kvarstår, det uppstår inte tillräckligt höga nya intäkter.

### 5.1.1 Scenkonstnärrens perspektiv

Konstnärer inom scenkonstområdet kan arbeta med film eller tv, och kan där tillvarata digitaliseringens möjligheter. Detta är inget nytt, skådespelare och regissörer har genom åren rört sig mellan dessa två konstformer. Ersättningarna är högre inom film och tv eftersom spridningen är större. Det ligger i linje med upphovsrättens principer. Digitaliseringen kan innebära en harmonisering mellan de olika branschavtalen.

<sup>88</sup> Riksavtal 2016.04.01 – 2017.03.31

<sup>89</sup> Film-, TV-, Video inspelningsavtal, 2016-01-01 – 2016-12-31

<sup>90</sup> Riksavtal mellan Svensk Scenkonst samt Sveriges Yrkesmusikerförbund och Svenska Musikerförbundet, 2013.03.01 – 2016.03.31

Samtalen ska börja under 2017 och resultatet kan dröja några år. Utfallet för konstnärerna går inte att förutsäga.

Utöver ersättningsnivåer finns konstnärliga utmaningar. Upphovspersoner och scenkonstnärer måste fråga sig om avfilmning av föreställningen kommer skapa mervärden för dem och hur det påverkar dennes erkännande. Det kan bli en sämre upplevelse för publiken att se en avfilmad föreställning än att vara närvarande i salongen och uppleva den när den framförs. Eller så är den ökade synligheten viktig för scenkonstnären. Frågor kring kvalitet och räckvidd kan göra att skådespelaren anser att dennes marknadsposition kan förbättras eller försämrats av digital sändning. Som den amerikanske ekonomen Sherwin Rosen påpekat finns det ett samband mellan konstnären som person och dennes marknadspotential då inkomstspridningen är påtaglig.

*“For instance, in 2011, the bottom quartile of artists in the performing arts industry shared 1% of the overall artist revenues, while the top 10% claimed 32% of the overall artist revenues (Urrutiaguer, 2015). Indeed, the performing arts and especially the “creation/production” function is characterized by a “winner-takes-it-all” principle, which imposes that the artists with established reputations consolidate most of the revenue streams from the producers & distributors (Prendergast, 2014).”<sup>91</sup>.*

Detta avvägande gör scenkonstnärer, uttryckt i konstnärliga termer. Det finns inget formaliserat stöd för avväganden. Scenkonstnärer vänder sig till sina personliga nätverk för att diskutera och göra avväganden.

En väsentlig iakttagelse är utmaningar och svårigheter kring hanteringen av rättigheter. Copyswede är den kollektiva förvaltningsorganisationen. Distributörer av tv-media som Comhem och Telia ingår licensavtal med Copyswede. Copyswede får programdata från tv-bolag som distributören har i sina nät, och identifierar vem som ska ha rätt till ersättning. De individuella utbetalningarna ökar i komplexitet då utbudet ökar. Av årsredovisningen för år 2015 framgår att cirka 14 procent av skulden (cirka 86 miljoner kronor) till upphovspersoner är fonderade<sup>92</sup>. Detta betyder att Copyswede utreder vem som är berättigad ersättning eller att innehållet i avtal behöver granskas. Dessa utredningar kan ta ett par år.

### 5.1.2 Orkestrar och västerländsk konstmusik

De flesta orkestermusiker är anställda vid musikinstitutioner och får lön. I arbetsplikten ingår att delta i inspelningar. Musikeravtalet gör det möjligt att spela in och sända från musikinstitutioner till inrättningar inom vård, skola och omsorg utan lönepåslag<sup>93</sup>. Den stora skillnaden för musiker, när det gäller ersättningar, är om musiken finns i en fysisk form (CD-skiva, DVD-skiva) eller enbart i digital form. Inspelningar som sprids via tv, radio och andra sändningar ska ersättas med 1,94 kronor per inspelad minut. Inspelningar som sprids via fonogram, DVD eller CD ska musiker ersättas med 28,81 kronor per inspelad minut.

Göteborgssymfonikerna och Konserthuset i Stockholm har lokala avtal som reglerar ersättningar för att kunna sprida musiken digitalt genom livesändningar och egna playkanaler.

## 5.2 Populärmusik och kommersiellt finansierad musik

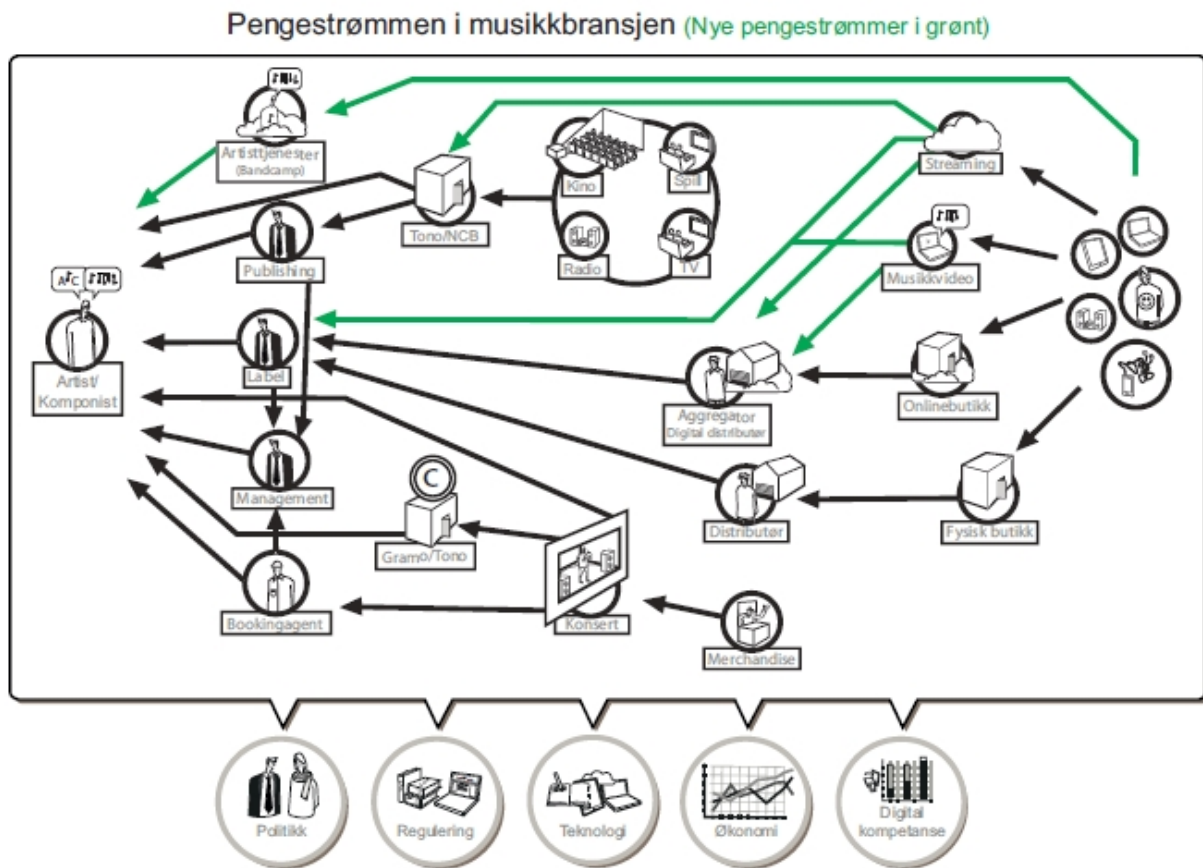
Digitaliseringen har kommit längst inom populärmusikbranschen. Konsekvensen är att det i dag är enklare än någonsin att producera och sprida musik. Detta har resulterat i ett enormt utbud. Förändrade affärsmodeller gör att de digitala kanalerna blir ett marknadsföringsfönster för konserter och arrangemang. Värdekedjan inom musikområdet är komplicerad med en mängd marknadsaktörer (mellanled) som i sin tur ska få ihop en ekonomi för sin verksamhet.

---

<sup>91</sup> Mapping the creative value chains, a study on the economy of culture in the digital age, Europeiska Kommissionen, KEA European Affairs, IDEA Consult, Vrije Universiteit, 2017

<sup>92</sup> Copyswede ekonomisk förening årsredovisning 2015

<sup>93</sup> Ibid.



Figur 5: Musikbransjens värdekedja<sup>94</sup>

Figur 5 beskriver musikbransjens värdekedja i Norge utifrån pengaflöden. Figuren är tillämpbar även för svenska förhållanden. De gröna pilarna i figuren visar nya pengaflöden, via framförallt streamingtjänster, som har kommit till tack vare digitaliseringen. En mängd mellanled gör anspråk på pengaflödena.

Enligt branschaktörer blir det allt svårare för den breda massan av låtskrivare, kompositörer och musiker att få ihop ekonomin. Även om den totala ekonomin i musikbranschen ökar så är det färre som får del av tillväxten.

När Spotify startade gavs de större musikbolagen (Sony BMG, Universal Music, Warner Music, EMI och Merlin<sup>95</sup>) möjlighet till en femtedel av ägandet i bolaget<sup>96</sup>. Förutom att skivbolagen får ersättning för att tillgängliggöra sin katalog av musik kan det antas att de även som delägare har ett inflytande på verksamheten. Det är naturligt att dessa skivbolag föredrar att de artister som finns i deras katalog spelas snarare än artister som har egna bolag eller de andra skivbolagens artister. Det går inte att kartlägga exakt vilken påverkan på utbudet skivbolagen har. Avtalen mellan Spotify och bolagen är hemligstämplade. Samma brist på transparens återfinns i relationen mellan skivbolagen till Apple music, Google play, Tidal, m.fl.

### 5.2.1 Artistens och musikskaparens perspektiv

Skivbolagen har förändrat sitt sätt att arbeta. Tidigare investerade skivbolag att utveckla artister. Affärsmodellen var att tjäna pengar på skivor (vinyl och CD) och ju mer artisten uppträdde och mötte sin publik desto mer kunde de sälja skivor. I dag tar inte skivbolagen den rollen. Nu handlar det om att

<sup>94</sup> Hindre for digital verdiskaping, Norges offentliga utredningar 2013:2

<sup>95</sup> Merlin är ett nätverk som hanterar digitala rättigheter för "independent label sector", de mindre skivbolagen och artistbolagen. (Rapportförfattarens anmärkning).

<sup>96</sup> Så fick Spotify skivbolagen med sig, Marcus Jerräng, ComputerSweden, 7 augusti 2009



säkerställa att katalogen spelas. Detta betyder enskilda låtar, som kommer spelas mycket oftare, snarare än artister som kan utvecklas över tid. Fördelningen av ersättningar från musikströmning har denna effekt. Digitaliseringen har förändrat lyssnandet från hela album till enskilda låtar som hittas på olika strömningstjänster och Youtube. Konsekvensen är att musikkapare och artister får ta ett större ansvar och en större risk för att utveckla sitt skapande och artisteri.

Ersättningsnivåerna ligger inte i paritet med arbetsinsatsen för att arbeta fram musik. En 3 minuter lång poplåt ger lika hög ersättning per lyssnande som ett 20 minuter långt symfoniskt verk. Medan poplåten kanske engagerar 3, 10 eller 15 personer engagerade orkesterverket ett 50-tal eller fler personer.

Situationen resulterar även i ett ökat ansvar för låtskrivare, komponister och artister att förstå hur deras rättigheter är konstruerade och hur de ska få ersättning. Detta är en problemställning, hur rättigheter dokumenteras, registreras, bevakas och följs upp. En poplåt har ofta fler upphovspersoner. Det kan vara en grupp låtskrivare och komponister, som inte nödvändigtvis befinner sig på samma plats. Personerna är kreatörer och traditionellt är frågan om dokumentation inte deras starka sida. Om dokumentation inte gjorts blir det oerhört svårt att veta vem som ska få vad i ersättning.

En aktör inom musikbranschen uppger att globalt finns flera 100 miljoner US-dollar inlåsta i "escrow"-konton eftersom strömningstjänster och skivbolag inte kan spåra rättighetshavare. Enligt Stim kan de till 95 procent härleda upphovspersoner i Sverige och under vissa månader upp till 98 procent.

### **5.3 Bildområdet inklusive foto, hantverk och slöjd**

Situationen inom bildområdet är att marknadsdynamiken och ekonomin till mestadels är traditionell. Digitaliseringen har dock en indirekt påverkan på konstnärernas inkomster och yrkesvillkor.

Digitaliseringen har inneburit förbättrade möjligheter till matchning mellan bildkonstnärer och marknadens aktörer. För primärmarknaden sker matchningen med gallerier, konsthallar/utställningsplatser och uppdragsgivare inom offentlig konst och utsmyckning. Därutöver är handelsföretag som säljer hantverk, design, och form en kundgrupp för bildkonstnärer, konsthantverkare och slöjdare. En annan målgrupp, främst för fotografer, grafiker och illustratörer, är medieföretag, spelbolag, animationsföretag och närliggande kreativa näringar. På sekundärmarknaden handlar det främst om matchning mellan samlare/köpare och auktionshusen.

Digisam är ett samordningssekretariat för digitalisering, digitalt bevarande och digitalt tillgängliggörande av kulturarvet. Samordningssekretariatet är en enhet på Riksantikvarieämbetet som ska stå för kompetensuppbyggnad, kunskapsinhämtning och samordning inom digitaliseringsområdet på kulturarvsinstitutionerna. Digisam reglerar ersättningsnivåer och hur kulturarvsmyndigheter och institutioner kan sprida bilder. Museer och offentligt finansierade konstinstitutioner presenterar sin verksamhet på hemsidor och kommunicerar arrangemang och aktiviteter digitalt. Om konstnärer är anlitate i arrangemang och aktiviteter ingår rätten till användandet av bilder för kommunikationen i grundarvodet. Privata konsthallar ingår inte i detta avtal. Här förhandlar bildkonstnären med konsthallen om sina digitala rättigheter.

Det finns ett mörkertal kring olovlig hantering av bilder. Kännedom och uppmärksamhet om den olovliga hanteringen är viktiga faktorer för bildkonstnärer.

Det finns ett avtal för utställningar (traditionellt), MU-avtalet mellan staten och branschorganisationer<sup>97</sup>. Avtalet förhåller sig inte till digitaliseringen. Det utgår en statlig visningsersättning för att offentliga institutioner ska ha möjlighet att visa de konstverk de förvärvat från konstnärer<sup>98</sup>.

---

<sup>97</sup> Avtal om upphovsmäns rätt till ersättning vid visning av verk samt medverkan vid utställningar, m.m.

<sup>98</sup> Förordning (1996:1605) om individuell visningsersättning

### 5.3.1 Bildkonstnärens perspektiv

Ur bildkonstnärens perspektiv innebär digitaliseringen en ny kanal, nya sätt att skapa relation till intressenter. När kontakten är etablerad arbetar bildkonstnären med visningar, utställningar och uppdrag. Inkomsterna påverkas inte av digitaliseringen likt de andra konstformerna. Digitala kanaler är i praktiken en kompletterande distributionskanal som syftar till matchning mellan konstnärer och intressenter.

Konsthantverkscentrum har genomfört en enkätstudie med bl.a. frågan om digitaliseringen påverkat olika konstnärer.

*”Generellt kan man läsa ur svaren att digitalisering har gjort ett avtryck på olika sätt skapat nya möjligheter för att nå ut med sitt arbete, underlättar kontakt med kunder, gör det lättare att nå ut internationellt. Många tycker att det blir ”en uppgift till” att hålla reda på, det vill säga att kärnarbetet ändå sker i ateljén. En del tycker att det inte har förändrat något i deras sätt att arbeta överhuvudtaget.”<sup>99</sup>.*

För bildkonstnärer är aktiv närvaro på sociala medier viktig. En studie från företaget Invaluable visar att 22,7 procent av konstköparna hittar nya verk via sociala medier jämfört med 15,9 procent via gallerier<sup>100</sup>. Upptäckten sker i den digitala miljön, medan den ekonomiska transaktionen sker inom den traditionella logiken.

*“Instagram has become the leading social media tool for discovering, showing and following art, particularly for people below the age of 35,” said Anders Petterson, an author of the Hiscox Online Art Trade Report. Of the more than 650 art buyers questioned for the 2016 report, 48 percent said that Instagram was their preferred social media platform. The figure rose to 65 percent among the younger buyers contacted. “It has hit a sweet spot in the market for sharing information,” Mr. Petterson said, “but no one saw this coming as a sales tool.”<sup>101</sup>.*

2016 utnämndes Galleri Andersson/Sandström till Årets Exportföretag på Umeågalan<sup>102</sup>. Digitaliseringen har spelat en stor roll för detta galleri som befinner sig långt från de stora konstmarknaderna. De flesta gallerier arbetar lokalt, i sitt närområde. En handfull större svenska gallerier har internationell räckvidd. De digitala verktygen, hemsidor och sociala medier, gör det möjligt att följa upp relationer som etableras på olika konstmässor i världen, utställningar internationellt och nationellt.

*”Konstnärer vinner på att investera i sina digitala presentationer. En del konstnärer behöver hjälp och anlitar externa tekniker när de bygger sina hemsidor, vilket kan vara nödvändigt om man vill ge en rättvisande och professionell bild av vad man arbetar med.”<sup>103</sup>.*

För konstnären Joakim Ojanen är användandet av Instagram betydelsefull. Han blev kontaktad av ett amerikanskt galleri i Los Angeles som sett bilder på hans verk. Joakim bjöds in till en samlingsutställning med andra konstnärer. Han tackade ja och betalade själv för flyget för att närvara vid denna utställning. Nu representerar galleriet honom. Fler branschaktörer menar att det handlar om kombinationen, att synas digitalt och få till inkomstmöjligheter traditionellt.

### 5.3.2 Situationen för fotografer, illustratörer, tecknare och grafiker

Att ta bilder och sprida dessa har aldrig varit enklare med smarta telefoner, sociala medier och digitala kanaler. Bilden blir allt viktigare i kommunikation mellan människor, och mellan organisationer och människor. Alla bilder är upphovsrättsligt skyddade och både den ideella och ekonomiska rättigheten ska gälla. Det finns ett mörkertal för den olovliga spridningen av bilder i digitala medier. Den kollektiva förvaltningsorganisationen är Bildupphovsrätt i Sverige. Bildupphovsrätt rapporterar att de 2015 inkasserade cirka 85 miljoner kronor (inklusive utställningsersättningar, följerrätt m.m.).

---

<sup>99</sup> Stiftelsen Konsthantverkscentrum, 2014

<sup>100</sup> American attitudes toward art, a survey commissioned by Invaluable, march 2016

<sup>101</sup> Art market mines gold on Instagram, Scott Reyburn, The New York Times, 20 januari 2017

<sup>102</sup> Umeågalan, vinnare 2016

<sup>103</sup> Sara Sandström, Galleri GSA

En viktig kundgrupp för bl.a. fotografer är tidningar, tidskrifter och media. Den dominerande affärsmodellen för dessa är att erbjuda digitalt innehåll mot att konsumenter ser reklam, så kallad annonsfinansierad media. Googles intäkter från den svenska marknaden har ökat från ungefär 500 miljoner kronor 2006 till 4,5 miljarder kronor 2015<sup>104</sup>. Facebook avslöjar inte sina annonsintäkter för enskilda marknader. De digitala medierna omsätter 15,7 miljarder kronor år 2016 enligt Institutet för media och reklam<sup>105</sup>. Nivån på Bildupphovsrätts insamling i relation till digitala mediers omsättning blir marginell.

De globala medieaktörerna som Google och Facebook tar en allt större andel av den svenska annonsmarknaden vilket skapar stor press på svenskägda medier, som är uppdragsgivare till frilansande fotografer, illustratörer, grafiker och bildkonstnärer. Konsekvensen av denna prispress leder till allt tuffare avtalsvillkor. Medieföretag vill kontrollera rättigheter för bild och text, betala en engångssumma och äga den ekonomiska rätten fullt ut över tid och för alla format. Detta innebär att det inte utgår extra ersättning om bilden används i fler format (tryckt magasin, internet, osv.). Situationen innebär framförallt att frilansande fotografer, grafiker, tecknare och illustratörer kan få högre volatilitet och osäkerhet på sina inkomster över tid. Denna situation påverkar även journalister som även de erbjuds en engångsersättning för texter som och medieföretag fritt disponerar i alla kanaler och format.

Den franska regeringen och Google har en överenskommelse där Google skapat en fond som går till publicister. Publicisterna vill att Google ska betala för länknings till deras artiklar medan Google hävdar att länknings möjliggör fler läsare.

*“The deal “does not address the continuing problem of unauthorized reuse and monetization of content, and so does not provide the online press with the financial certainty or mechanisms for legal redress which it needs to build sustainable business models and ensure its continued investment in high-quality content,” Angela Mills Wade, executive director of the [European] publishers council, said in a statement.”<sup>106</sup>.*

#### 5.4 Litteraturområdet inklusive biblioteken

Litteratur kan digitaliseras i alla led. Kreationen sker på datorer. Produktionen kan vara både fysisk i olika bokformat eller digital som e-bok eller e-ljudbok. Distributionen sker via bokhandel, e-handelsplatser och strömningstjänster. Allt fler konsumenter väljer läsupplevelser digitalt i smarta telefoner, surf- och läsplattor. Ljudboksmarknaden skapar möjligheter för skådespelare, som anlitas för att läsa in ljudböcker.

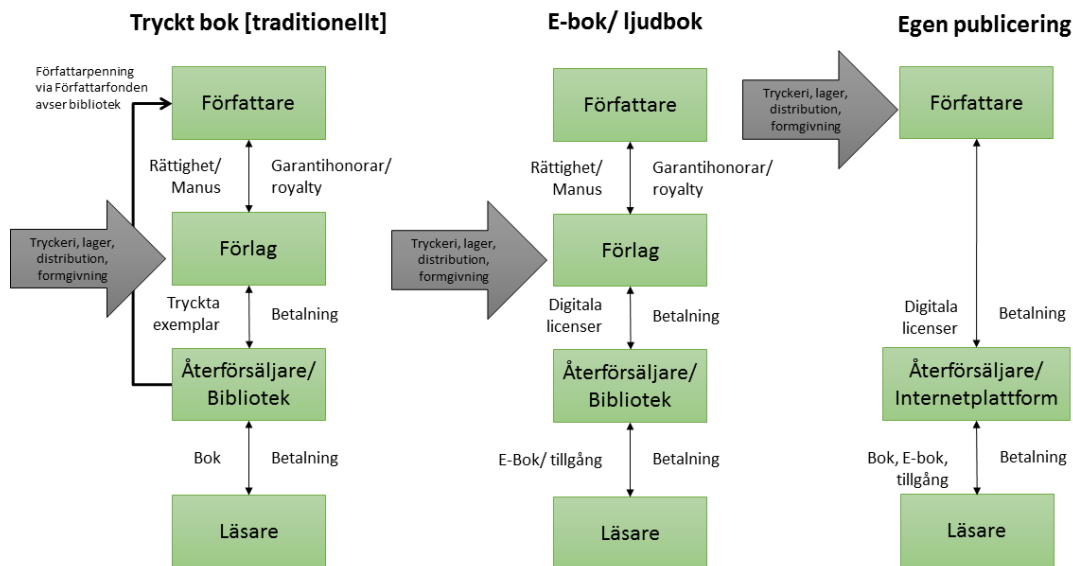
Litteraturområdet står inför en strukturomvandling. En allmängiltig marknadynamik har inte tagit form ännu. Olika värdekedjor löper parallellt. Författare kan välja att ge ut sina böcker själva genom publiceringstjänster eller webbsidor. Eller välja arbeta via förlag. Bonnierkoncernen äger distributören Adlibris och distributionstjänsten Storytel förvärvade Norstedts förlag år 2016. De större aktörerna får kontroll på fler delar i värdekedjan. Digitaliseringen påverkar affärsmodeller och pengaflöden.

---

<sup>104</sup> Google drar in minst 4 miljarder – betalar bara 5,9 miljoner i skatt, Erik Wisterberg, Breakit, 29 juni 2016

<sup>105</sup> IRM Pressmeddelande, 21 feb 2017.

<sup>106</sup> French publishers forge deal with Google, breaking ranks with Europe, Eric Pfanner, The New York Times, 17 februari 2013



Figur 6: Bokmarknadens värdekedjor<sup>107</sup>

Den väsentliga skillnaden mellan att ge ut en tryckt bok och en e-bok/ljudbok är att den statliga biblioteksersättningen uteblir i det senare fallet. En andra viktig fråga för bokbranschen är de skilda momssatserna på fysiska och digitala böcker. Momsen på digitala böcker är 25 procent och momsens på fysiska böcker är 6 procent. De digitala formaten regleras som avtalslicenser med förlag, och ligger inte som grund för biblioteksersättning.

Grundmodellen är att avtal upprättas mellan författare och förlag. Avtalets intention är att utveckla en relation över tid, att få ut många böcker i fler format för att få ihop ekonomin. Förläggarföreningen hävdar att lönsamheten för nytgivna skönlitterära är låg. Tiden eller livslängden på boken, de olika formaten och katalogen spelar stor roll.

Förlaget planerar utgivningen i olika format, när och hur boken ska vara fysisk respektive digital. Förlaget hanterar marknadsföring och administration. Nästan alla nytgivna fysiska skönlitterära böcker kommer även ut som e-bok och e-ljudbok. Den fysiska ljudboken håller på att fasas ut från marknaden.

En väsentlig skillnad jämfört med övriga konstområden är att det inte finns någon kollektiv rättighetsförvaltning kring royalties och upphovsrättsliga ersättningar för bokbranschen. Författarförbundet och journalistförbundet är medlemmar i Copyswede. Här hanteras ersättningar genom privatkopieringsersättning och avtalslicenser mot tv-bolag och distributörer, samt elektronikbranschen.

Avtalen inom branschen upprättas mellan författaren och förlaget respektive mellan förlaget och distributören. Dessa är inte offentliga. En marknadynamik som gäller för alla aktörer går inte utläsa då avtalen skiljer sig åt. Men vissa gemensamma nämnare finns.

Förlagen rapporterar till författarna hur boken har spridits. Detta gäller dock enbart de tryckta böckerna. För e-böcker och ljudböcker finns inte detta informationsutbyte eftersom distributörerna inte delar med sig av all användarinformation.

<sup>107</sup> Fritt eller gratis, den digitala bokens framtid, Per Strömbäck och Svenska Förläggarföreningen, 2015

Nettoroyaltyprocent för olika format* <sup>108</sup>			
Fysiska format		Digitala format (styck försäljning)	
<i>Inbunden bok</i>	27 % - 28 %**	<i>E-bok</i>	25% - 27%**
<i>Pocket/Kartonnage</i>	15% - 18%**		
<i>Ljudbok</i>	18 % **	<i>Digital ljudbok</i>	18 %
<i>Print-on-demand</i>	15%		

\*Exempel för skönlitterära författare, illustrerade verk för vuxna

\*\*upp till ett visst antal sålda exemplar, därefter royaltystege

Det ska noteras att prissättning och volymer påverkar storleken på grundhonorar och ersättningar. Skillnader i ersättningar kan bli substantiella mellan formaten, även om royaltyprocenten inte skiljer sig.

Royalty betalas inte ut per e-bok eller e-ljudbok, utan likt musikströmningen, informerar distributören volymen av användandet enligt avtal för den digitala licensen. Vissa abonnemangstjänster (strömning av e-bok/ljudbok) tillämpar pro-rata principen (proportionerlig fördelning) som inom musikbranschen.

*”Ett verk räknas som läst när det varit öppet i minst en minut (oberoende av hur många eller få sidor som faktiskt lästs/lyssnats på). Om ett verk lästs får det hela beloppet, om två verk lästs delar de lika, om fem verk lästs får varje verk en femtedel av beloppet var osv.”<sup>109</sup>.*

Detta gäller inte allt som finns att tillgå i abonnemangstjänsten. Vissa titlar och förlag begär lika stort belopp för varje verk som räknas som läst. Det finns ingen generell affärsmodell.

Förändringarna i bokbranschen drivs av de digitala formaten. Det väcker frågan om garantihonorarens storlek. Förlagen vill minimera sina ekonomiska risker och om det tar längre tid för en bok att tjäna in grundinvesteringen kan nivåerna på grundhonoraren påverkas. Enligt vissa branschaktörer blir förlagen allt mindre riskbenägna medan andra menar att det inte är någon skillnad.

*”Om boken är text så är dess digitala skepnad en annan, mer lik webbsidor. Den ekonomiska modellen förändras från produkt till tjänst och det är tillgången, accessen till innehållet, som kan ge intäkter, inte exemplarförsäljning. Affärslogiken kommer snarare från digitala tjänster med annonser, mikrobetalningar, tredjepartserbjudanden och liknande, än från bokhandelns former.”<sup>110</sup>.*

Digitaliseringen leder till en större variation av format. Alla böcker fungerar inte för alla format. Komboker blir inte ljudböcker. Valet av format blir allt mer avgörande vilket kan påverka konstnärernas yrkesvillkor.

*”Samtidigt försöker bokbranschen anpassa sig till det alltmer skärmorienterade och digitaliserade samhället: man fokuserar på berättelsen snarare än den tryckta boken, som numer kan ges ut i andra format; en app., en ljudfil. Med Bonniers nylanserade digitala plattform Selma Stories utgår man från ”content” – idéinnehållet – kring böckerna, i syfte att ”berika tillvaron för alla som älskar en bra berättelse”.<sup>111</sup>.*

#### 5.4.1 Författarperspektivet

Frågan som accentueras är – hur och var ska berättelsen och verket föras ut? Författaren och förlagen har en mängd format att välja mellan, både fysiska och digitala. Läsoplevelsen skiljer sig och konsumentbeteendet är komplicerat att förutspå.

Prenumerationsmodellen och tillgängliggörandet av många titlar kan underlätta för läsare att hitta nya författare. Författare kan utveckla nya sätt att skriva på, som kortromaner eller serieform. Digitaliseringen

<sup>108</sup> Författarförbundet

<sup>109</sup> ibid

<sup>110</sup> Vad är en (digital) bok?, Per Strömbäck, ur Rapporten Fritt eller Gratis? från Förläggareföreningen

<sup>111</sup> När boken försvinner bland alla nya berättelseformat, Emma Holm, Dagens Nyheter, 8 april 2017

möjliggör ökad variation. Det ställer samtidigt krav på att författaren och förlaget paketerar berättelsen till ett för konsumenten attraktivt format.

Ur ett ekonomiskt perspektiv blir variationen och formatvalen ett problem för författaren. Det är svårt att förutsäga författarens inkomst. Betalningen till författaren är anpassat efter formaten. Författaren behöver bli allt mer insatt i de ekonomiska villkoren som varje format innebär.

*”När digitaliseringen nu har tagit fart och författaravtalen ser olika ut får vi en mer svåröverblickbar ekonomisk situation. Författaren kan ha tre olika sorters avtal:*

- *Bruttoavtal (Författarens honorar utgår enligt royaltypincipen, det vill säga beräknas i procent av royaltynunderlaget. Royaltynunderlag utgörs av det av förlagets åsatta f-priset exkl. rabatter.)*
- *Nettoavtal (Författarens honorar utgår enligt royaltypincipen, det vill säga beräknas i procent av royaltynunderlaget. Royaltynunderlag utgörs av förlagets nettointäkt.)*
- *Vinstdelningsavtal (i regel delar författare och förlag lika på inkomster och kostnader)*

*Nettoavtal är det vanligast förekommande avtalet. Författaren får ett garantihonorar baserat på tidigare försäljningssiffror eller motsvarande nivåer för liknande titlar inom samma genre. För ett mindre antal författare är förskottet ett högt belopp. Royalty utöver det beloppet kan vara svårt att intjäna.”<sup>112</sup>.*

Översättare är en annan grupp vars villkor förändras.

*”Om jag översätter en bok får jag ett arvode från förlaget för att jag upplåter översättningen till dem att trycka. Och om boken trycks i en annan upplaga, till exempel pocket, så får jag nya pengar för då upplåter jag översättningen till ett nytt format. Beroende på format så ligger det på ungefär 20 procent. Det är rätt mycket pengar. Men om boken kommer som e-bok får jag bara tusen spänn.” [Helena Hansson, översättare]<sup>113</sup>.*

Utöver förändrade villkor på ersättningar för författare och översättare, innebär digitaliseringen en risk till urholkning av författarstipendier från Författarfonden. Statistiskt kan det inte påvisas att de digitala formaten ersätter de fysiska formaten. Men, om det skulle ske, kan den totala biblioteksersättningen påverkas.

## 5.4.2 Biblioteken

Folkbiblioteken ska främja läsning och tillgång till litteratur<sup>114</sup>. Digitaliseringen är ett verktyg till att fullfölja denna uppgift. I dag är det enkelt att söka, hitta och låna en bok via bibliotekens hemsidor, hämta boken på något bibliotek och återlämna på annat bibliotek. Läsaren kan hitta e-böcker och e-ljudböcker, och kan välja att låna boken i pappersformat eller digitalformat. Biblioteken har en stor mängd besökare på internet. Ungefär 44 miljoner aktiveringar av hemsidor och 16 miljoner unika IP adresser registrerades 2015<sup>115</sup>.

Ett avtal mellan Sveriges Kommuner och Landsting (SKL) och sex förlag reglerar prissättningen för e-böcker, som i genomsnitt innebär 20 kronor per utlån.

*Förlagens e-bok- och e-ljudboktitlar finns tillgängliga för folkbiblioteken enligt följande:*

- *Titlar som är 0–3 månader för max 30 kronor/utlån*
- *Titlar som är 4–24 månader för max 20 kronor/utlån*

---

<sup>112</sup> Författarförbundet

<sup>113</sup> Översättare förlorar när e-boksmarknaden växer, Beatrice Dalghi, Sveriges Radio, 13 januari 2016

<sup>114</sup> Bibliotekslag 2013:801

<sup>115</sup> Kungliga biblioteket

- *Titlar som är äldre än 24 månader för max 13 kronor/utlån*<sup>116</sup>.

Digitala format står för 3–5 procent av den totala utlåningen, motsvara ungefär 1,5 miljoner nedladdningar år 2015<sup>117</sup>.

När en fysisk bok lånas ut från ett bibliotek utgår en biblioteksersättning från staten.

*”Sedan 1954 får dock de svenska litterära upphovsmännen istället en statlig och offentligrättslig ersättning för biblioteksutnyttjandet. Två motiv angavs för ersättningen: den skulle dels ge skälig ersättning för det samhälleliga utnyttjandet av författarnas verk som den fria utlåningen innebar, dels medföra en viss förbättring av författarnas ekonomiska villkor. De kulturpolitiska motiven bakom instiftandet av den svenska biblioteksersättningen skapade en från första början kulturpolitiskt utformad ersättning: den riktas enbart till svenska upphovsmän (d.v.s. som skriver på svenska eller är bosatta i Sverige) och översättare (till eller från svenska språket) – och därtill används en stor del av medlen för stipendier och bidrag till dessa kategorier av författare, tecknare, fotografer och översättare.”*<sup>118</sup>.

Biblioteksersättningen kan likställas med principen om en avtalslicens mellan upphovspersoner och staten för att möjliggöra fri utlåning i biblioteken. Ersättningen är 1,68 kronor per boklån från år 2018 och ska höjas 2019<sup>119</sup>.

## 5.5 Film och mediemarknaden

Svenska Filminstitutet (SFI) rapporterar att ”under 2012 gick den svenska biografmarknaden från en digitaliseringsgrad på 35 procent vid årets början till 80 procent till årets slut.”<sup>120</sup>. En effekt från digitaliseringen som lyfts i rapporten är att biografägare snabbare kan ställa om sin programmering.

*”Som SF Bio säger i ett pressmeddelande gör den digitala tekniken att biografägarna kan vara mer lyhörda för när en film uppmärksammas och att de kan agera snabbare. På så sätt kan digitaliseringen sägas innebära ett ökat publikinflytande som beroende på hur denna publik agerar både kan öka eller minska mångfalden.”*<sup>121</sup>.

Detta väcker frågan om biografier ska betraktas som traditionell eller digital marknad. I denna rapport betraktas biografier som en traditionell marknad eftersom konsumtionsbeteende och affärsmodeller inte förändrats av att filmen distribueras digitalt till biografier. Biografier utnyttjar digitaliseringens ekonomiska möjlighet då kostnaden för framtagandet av fler kopior och distributionen till biografier blir betydligt lägre.

För filmskapare blir effekterna ett ökat publikinflytande. Detta resulterar i ökat behov av det offentliga stödsystemet för filmutbudet. Ett av målen för filmpolitiken är att ”allt fler ser värdefull film som sprids och visas i olika visningsformer i hela landet.”<sup>122</sup>. Med värdefull film syftas till filmens angelägenhetsgrad, hantverksskicklighet och originalitet vilket är begreppen från det första filmavtalet från 1963 som syftade till kvalitetsbegreppet för film. Det offentliga stödsystemet balanserar publikinflytandet för att säkerställa bredden i utbudet.

Ett filmprojekt börjar med att filmskaparen och produktionsbolaget kommer överens om en idé. I detta avtal med produktionsbolaget förhandlas rättigheter. Det finns ingen kollektiv rättighetsförvaltning för filmskapare. Filmidén bearbetas för att kunna presenteras för finansörer. De huvudsakliga finansörerna är<sup>123</sup>:

<sup>116</sup> Överenskommelse angående e-böcker på folkbiblioteken, SKL 2015-09-21

<sup>117</sup> Kungliga biblioteket

<sup>118</sup> Biblioteksersättningen, Författarfonden

<sup>119</sup> Fortsatt kraftig höjning av biblioteksersättningen, Regeringen.se, 4 maj 217

<sup>120</sup> Efter digitaliseringen, Torkel Stål och Johan Fröberg, Svenska filminstitutet, 2013

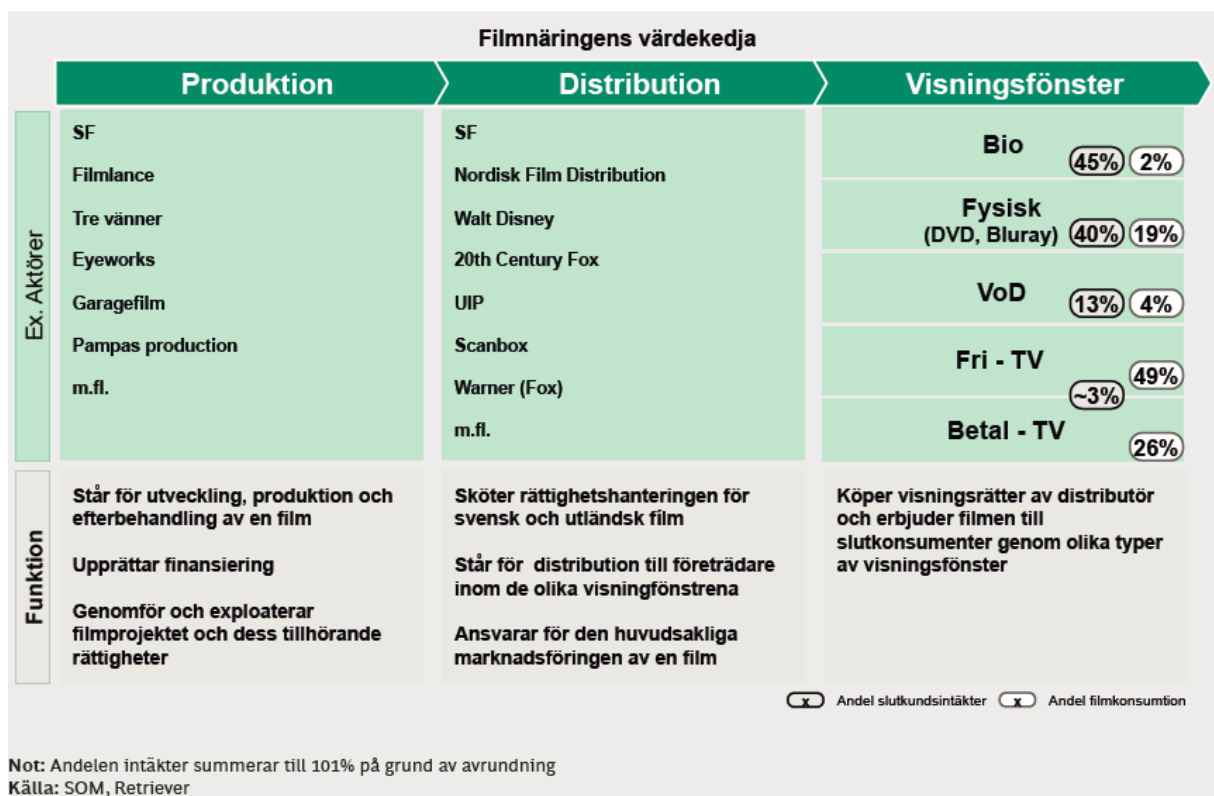
<sup>121</sup> ibid

<sup>122</sup> Regeringens proposition 2015/16:132, Mer film till fler – en sammanhållen filmpolitik

<sup>123</sup> Svensk filmnäring 2015, Boston Consulting Group.

- Svenska filminstitutet, SFI
- Producenter
- Regionala filmresurser (Film i Väst, Film i Syd, Filmbasen m.fl.)
- Fonder (regionala, internationella)
- Distributörer
- Tv
- Privata investerare och övriga

Den största delen av finansieringen kommer från SFI, både för de konsulentstödda filmerna och för automatstödet. Därefter kommer producentens egen insats. Fonder, regionala filmresurser och distributörer kommer därefter<sup>124</sup>.



Figur 7: Filmnärings aktörer, Boston Consulting Group 2014

Filmsektorns värdekedja har en mängd aktörer som grupperas i tre delar: produktion, distribution och visningsfönster. Filmskapare behöver förhålla sig till hela värdekedjan. Produktionsbolaget hanterar förhandlingar och sätter upp strategier för filmprojektet. Utifrån filmskaparens perspektiv blir produktionsbolagen och SFI de viktigaste aktörerna att övertyga för att kunna realisera ett filmprojekt.

*”I genomsnitt är svensk filmproduktion olönsam, det vill säga att filmens produktionskostnader inte täcks av dess intäkter. Trots detta har distributions- och visningsledet, på aggregerad nivå, en positiv om än fallande lönsamhet...<sup>125</sup>”.*

För att få ihop ekonomin blir den offentliga finansieringen avgörande. En internationell spridning avgör avkastning på investeringen. Millennium-trilogin, Hundraåringen som försvann och En man som hette Ove, är enstaka exempel på framgångar.

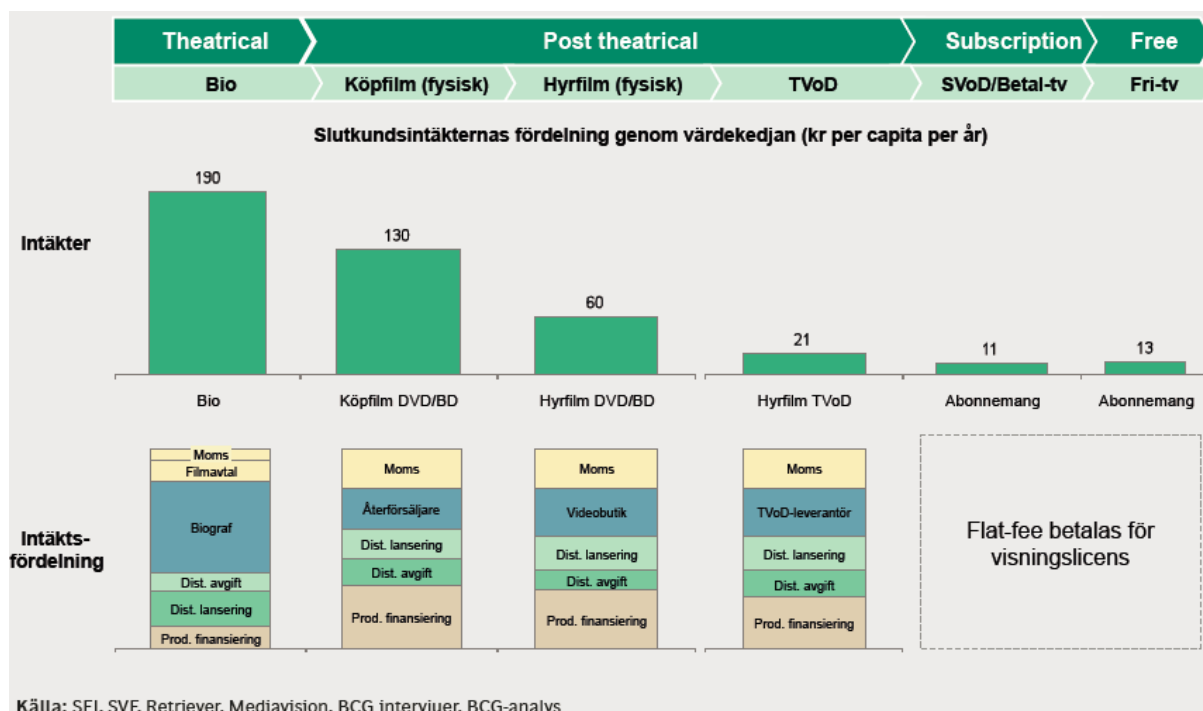
<sup>124</sup> ibid

<sup>125</sup> Svensk filmnäring, Boston Consulting Group 2015.



En genomsnittlig budget för en storfilm ligger på 22 miljoner kronor enligt SFI. Enligt SF Studios stämmer detta men det skulle behövas en produktionsbudget på över 30 miljoner kronor för att stå sig mot likvärdig internationell konkurrens. Hollywood produktioner har flera gånger högre produktionsbudget.

Den svaga lönsamheten bland produktionsbolagen beror på att eftermarknaden (efter biografvisningen) totalt förändrats.



Figur 8 Filmens intäktskällor<sup>126</sup>

Figur 8 visar intäktskällor och intäktssplittering för film i de olika visningsfönstren. Beloppet 190 kronor från bio är per capita och år i Sverige. För tre år sedan, 2014, var den näst största inkomstkällan köpfilm (Blu-ray och DVD) där konsumenten spenderade 130 kronor per capita och år.

Digitaliseringen, med abonnemangstjänster (SVoD) och nedladdning (TVoD), har gjort att eftermarknaden imploderat genom att köpfilmsmarknaden i praktiken försvunnit. Ett exempel som visats för branschen är filmer som haft lika stor publik på bio inom en fem års period, och utvecklingen av eftermarknaden:

2009 hade "Sommaren med Göran" premiär

- Drygt 500 000 såg filmen på bio
- I eftermarknaden omsatta filmen 12 miljoner kronor

2013 hade "Monica Z" premiär

- Drygt 500 000 såg filmen på bio
- I eftermarknaden omsatte filmen 7 miljoner kronor

2014 hade "Micke och Veronica" premiär

- Drygt 500 000 såg filmen på bio
- I eftermarknaden omsatte filmen 1 miljon kronor<sup>127</sup>.

<sup>126</sup>, Boston Consulting Group, 2014

År 2015 hade 1,5 miljoner personer tillgång till Netflix och drygt 900 000 personer hade tillgång till Viaplay<sup>128</sup> i Sverige. Intäkterna här går inte enbart till film utan även tv-serier, och intäkterna till svensk filmnäring antas vara mycket låg eftersom det inte finns mycket svensk-producerat innehåll i Netflix.

Samtidigt som eftermarknaden imploderar bryts värdekedjan. Det linjära förhållningsättet är först biograf (theatrical) och därefter eftermarknaden (post-theatrical), och därefter tv och media (Subscription, free). Det vanliga har varit att filmen släpps sekventiellt till dessa olika marknadssegment. Detta håller på luckras upp. Aktörer som Netflix och Amazon köper exklusiva rättigheter till filmer som aldrig kommer upp på bioografer.

*”Att företag som Netflix och Amazon dyker upp på festivalrundan för att köpa filmrättigheter har blivit allt vanligare. I synnerhet indiefilmfestivalen Sundance har förvandlats till ett slagfält för deras budgivningskrig. Förra året drog Amazon uppmärksamheten till sig när de betalade nära 100 miljoner kronor för rättigheterna till ”Manchester by the sea”, onekligen en fjäder i hatten efter de dubbla Oscarbelöningarna nu när filmen går att strömma exklusivt på Amazons filmsajt. Vid årets festival vann man slaget om den Judd Apatow-producerade ”The big sick” genom att punga ut med 120 miljoner kronor.”<sup>129</sup>*

De digitala tjänsterna kommer att öka i betydelse. Branschaktörer menar att man befinner sig i en brytpunkt. Filmskapare och produktionsbolag står inför valet att sälja filmen och alla rättigheter till digitala tjänsteleverantörer eller att arbeta utefter den traditionella värdekedjan. Risken är högre i den traditionella värdekedjan, samtidigt som belöningen för filmskapare är högre vid framgång.

### 5.5.1 Filmskaparens perspektiv

Vissa filmer kan lämpa sig bättre för digitala tjänster än andra. Filmerna om Johan Falk går inte upp på bio utan görs enbart för TV mediet. Innehåll och ekonomi påverkar detta val. Frågan som ställs är – vad är möjligt att finansiera? Diskussionen kretsar kring filmidéns genre, vilket format idén passar till och vilket visningsfönster ska man rikta sig mot. Produktionsbudgeten är vägledande för besluten.

*”Digitaliseringen påverkar hur vi förhåller oss till långfilmen.”<sup>130</sup>*

Har produktionsbudgeten påverkats av digitaliseringen? Teknikutvecklingen har inneburit lägre produktionskostnader. Medger detta ett större utrymme för konstnärliga ersättningar? Teknikutvecklingen möjliggör fler tagningar vid inspelning och mer material. Detta i sin tur förlänger efterbearbetningen och ökar post-produktionskostnader. Det troliga är att de konstnärliga ersättningarna inte förändrats nämnvärt på grund av teknikutvecklingen.

De senaste årens filmsuccéer bygger på att bearbeta en bok till film, vilket ställer produktionsbolagen inför två alternativ.

- Ta emot en idé från en filmskapare (som kan vara regissör och/eller manusförfattare) och investera cirka 100 000 kronor till 150 000 kronor för att ersätta denne att utveckla idén.
- Köpa en bokrättighet som kostar mellan 20 000 kronor till 100 000 kronor och tillsätta ett team med regissör eller manusförfattare för att bearbeta innehållet till en film.

Det senare alternativet, att utveckla en bokrättighet, kan kosta mer, men här köper produktionsbolaget en färdig story, ett varumärke och ett publikintresse. Risken blir lägre att få tillbaka investeringen.

---

<sup>127</sup> SF Studios

<sup>128</sup> Svenska Filmnäringen, Boston Consulting Group, 2015

<sup>129</sup> Strömningssjättarnas hunger efter film hotar bioograferna, Kristofer Ahlström, Dagens Nyheter, 13 mars 2017

<sup>130</sup> Rebecka Lafrenz, Garagefilm

Det finns enskilda exempel där etablerade filmskapare inte ges samma möjligheter och nya yngre talanger erbjuds möjlighet att skapa film till en lägre ersättning. Baserat på samtal med branschaktörer är det tydligt att det är en press på produktionsbudgetar. Hur värdekedjan och intäktskällorna för filmen kommer utvecklas är idag oklart.

Fler produktionsbolag ökar sitt intresse för tv-mediet, och att producera tv-serier. På den svenska marknaden är både SVT, TV4, Viaplay, HBO och Netflix intresserade av att producera och köpa rättigheter till tv-serier. Marknaden kan växa med Amazon och Apple. Efterfrågan ökar och här kan det finnas ekonomi för filmskapare och produktionsbolag. Kunskapen att skapa och producera film behöver kontinuerligt utvecklas. Omställning till fler TV-serier kan bidra till filmskaparnas sysselsättning.

Detta kan komma till ett pris. Mediabolagen köper samtliga rättigheter för all framtid. Inkomsten uppstår en gång, vid produktionen och första sändning. Denna inkomst kompenserar inte för den långsiktiga marknadspotentialen. Ersättningen täcker de faktiska kostnaderna och ger en liten avkastning.

## 5.6 Sammanfattning: konstformerna och konstnärernas yrkesvillkor

Varje konstform har sin egna marknadsdynamik, värdekedja och struktur. Digitaliseringens påverkan på konstformerna och konstnärernas yrkesvillkor skiljer sig. Konstnärer och aktörer inom varje konstform har branschspecifika utmaningar att adressera. Inom varje konstform finns några större dominerande aktörer och en mängd konstnärer och upphovspersoner som är fåmans- eller enmansföretag.

- Scenkonsten: Olika branschavtal behöver anpassas.
- Populärmusiken: Behöver förhålla sig till en förändrad fördelning av intäkter.
- Bildområdet: Behöver stärka kunskapen om att använda digitaliseringen för att nå ut med sitt konstnärskap.
- Litteraturområdet: Behöver förstå effekterna av variationen på format, både digitala och fysiska.
- Film- och mediamarknaden: Behöver förhålla sig till alternativen mellan bio och andra visningsfönster.

Förutsättningar och modeller för ersättningar skiljer sig åt. Gemensamt för konstformerna är behovet att utveckla former för upphovsrättsliga ersättningar. Institutioner, utställare och producenter vill först och främst säkerställa kostnadstäckning (finansiering) för att producera digitala verk. Därefter ska de kopieras och spridas digitalt. Kostnaderna styrs av nivån i branschavtal och av förhandlingar med upphovspersonen. Nivån på ersättningar skiljer sig.

- Scenkonsten: Osannolikt att konsumenternas betalning täcker de ökade kostnaderna för digitalisering.
- Populärmusiken: Ersättningsnivåerna kan vara oskäligt låga vilket leder till ogynnsamma fördelningseffekter.
- Bildområdet: Prissättningen för bildkonstnärer påverkas inte av digitaliseringen. Olovlig spridning av bilder förekommer. Prispress sker mot bildkonstnärer som arbetar mot mediesektorn.
- Litteraturområdet: Ersättningsnivån är jämn mellan fysisk och digital utgivning. Beräkningsgrunden för ersättningen skiljer sig åt, vilket kan leda till ökad inkomstspridning.
- Film och mediamarknaden: Filmskapare och produktionsbolagen ställs inför valet att få en fast ersättning för sina rättigheter, mot att avsäga sig framtida betalningar.

En väsentlig iakttagelse är att det finns ett informations- och kunskapsgap om konstnärernas marknad mellan konstformerna. Kunskaps- och erfarenhetsutbytet mellan konstformerna är begränsat. Varje konstform agerar efter sin logik och problematik. Kulturområdet i sig är brett, fragmentiserat och komplicerat att överblicka. Avsaknaden av studier, utredningar och forskning kring digitaliseringens påverkan gör att aktörer har få källor att vända sig till för att få en helhetsbild.

## 6. Spaningar och trender

Under kartläggningen har olika trender iakttagits som kan komma att påverka konstnärernas yrkesutövande. Kulturområdets aktörer kommer behöva ta till sig allt mer av digitaliseringen i kärnan av verksamheten. Den främsta orsaken är att människor spenderar allt mer tid vid sina datorer, telefoner och läsplattor och förväntar sig kunna få både tillgång till kultur och konst, och aktivt välja det denne vill uppleva. Det kan bidra till ökade kollaborativ produktion (medskapande) genom öppen källkod, makerspaces, delningsekonomi och cirkulär ekonomi. Platser som Fröfabriken i Landskrona, Stpln i Malmö, Transit i Stockholm och Subtopia i Botkyrka erbjuder gemensamma produktionsmiljöer och agerar som inkubatorer för konstnärer. Dessa miljöer bidrar till att stärka entreprenörskapet hos konstnärer vilket kan bidra positivt till konstnärernas yrkesutövande.

*“Digital technology could modify the current imbalance to which some creators and their works are subject, in favour of more Cultural Diversity. Actually, marginal costs of reproduction and distribution are reduced. Physical constraints and market barriers are dramatically lowered for some functions in the value chain.”<sup>131</sup>*

En väsentlig frågeställning är om den digitala ekonomin möjliggör för konstnärer och upphovspersoner att minska sitt beroende av mellanleden. I teorin är det möjligt men då krävs att konstnären behöver även vara en entreprenör, två olika färdigheter som är svåra att kombinera.

*“Disintermediation thus leads to lower entry barriers for creators. At the same time, it results in increased competition as well as higher pressure on creators to become “creative entrepreneurs” and take the lead in innovating their business models. In order to be successful in the digital ecosystem, creators need to turn into polymaths (KEA, 2009) and master an increasing mix of abilities. To be more autonomous artists would need to combine their talent and creative skills with business, technical and social skills. Training does not often cover these topics and creators have to rely on learning-by-doing mechanisms (or outsourcing, since they need to dedicate their scarce time concentrating on their core artistic activities).”<sup>132</sup>*

### 6.1 Ny teknik

*“Digital activity is forcing us to rethink our creative practice. For over a hundred years our activity has been grounded in collections displayed in buildings. The affordances of digital means we are rethinking this.”<sup>133</sup>*

Det engelska begreppet *affordance* innebär att användandet eller ändamålet av en resurs går utanför ett förutbestämt syfte<sup>134</sup>. Denna egenskap gör att påverkan av digitaliseringen på ett område kan ta oväntade vägar. Nya tekniska lösningar som kan ha haft visst ändamål kan komma att appliceras på andra områden. Några teknologier som används inom it, finansiella sektorn, spelmarknaden och industriell produktion kan komma att användas för kultur, underhållning och konsumtion.

#### 6.1.1 Big data

*”Begreppet big data kan på svenska översättas till stora datamängder.*

*Det saknas en officiell definition av begreppet, men en som ofta används kommer från konsultföretaget Gartner. De menar att stora datamängder har tre huvudsakliga egenskaper: volume (volym), velocity (hastighet) och variety (variation/mångfald). Under senare år brukar definitioner av begreppet även innefatta att de stora datamängderna kräver ny teknik och nya analysmetoder för att omvandlas till värde.”<sup>135</sup>*

---

<sup>131</sup> Mapping the creative value chains, a study on the economy of culture in the digital age, Europeiska Kommissionen, KEA European Affairs, IDEA Consult, Vrije Universiteit, 2017

<sup>132</sup> Ibid.

<sup>133</sup> Digital culture, how arts and cultural organisations in England use technology, Arts council England, Arts & Humanities Research Council, Nesta, 2013

<sup>134</sup> Definition av “affordance” enl. Wikipedia

<sup>135</sup> Digitaliseringens effekter på individ och samhälle, Digitaliseringskommission temarapporter

Datorers processorkraft ökar. Detta möjliggör analyser av enorma datamängder för att få kunskaper om människors beteenden, preferenser och intressen. Med dessa kunskaper kan reklambudskap och erbjudanden bli mer träffsäkra, en förbättrad matchning mellan utbud och efterfrågan uppnås. Analysmetoden kallas för *psychometrics*, data baserad psykoanalys. En förgrundsperson vad gäller denna analysmetod är den forskaren Michal Kosinski<sup>136</sup>.

*“In 2012, Kosinski proved that on the basis of an average of 68 Facebook “likes” by a user, it was possible to predict their skin color (with 95 percent accuracy), their sexual orientation (88 percent accuracy), and their affiliation to the Democratic or Republican party (85 percent).”<sup>137</sup>.*

Ett exempel på kulturområdet var när Arts council i Storbritannien genomförde ett pilotprojekt med företaget Culture Counts<sup>138</sup>. Företaget har utvecklat en teknisk plattform för publikundersökningar, som använder fler datakällor för att analysera preferenser. Detta har därefter blivit ett underlag för beslut om framtida programläggning på scener, festivaler, utställningar, etc. Ett annat kommersiellt exempel är hur konglomeratet analyserar sin befintliga kundbas för att marknadsföra olika erbjudanden (cross-marketing and sales).

*“One such example is Vivendi, the mass media conglomerate and mother company of Universal Music Group, which is able to mobilize and channel their already existing customer base from their TV channel “Canal+” (and its mobile applications) to their ticketing website “digitick.com”. Digitick.com advertises and commercializes live performances organized in Vivendi’s venues such as “Olympia” in Paris, which advertises in return for their telecom company “SFR” prior to the show.”<sup>139</sup>.*

### 6.1.2 Blockkedjan

Det engelska uttrycket *Blockchain*, blockkedjan på svenska, beskriver tekniken bakom kryptovalutan Bitcoin. En blockkedja är en distribuerad databas som inte bara finns på en server utan är uppdelad på ett antal noder i nätverk. Sammanlänkningen av noderna gör att de ändringar och tillägg som görs automatiskt verifieras i samtliga noder.

*“En idé som i sig är enkel och genial – det handlar helt enkelt om att alla transaktioner som sker lagras på datorerna hos alla dem som är med i kedjan. Alla som är med i blockkedjan kan följa alla de olika aktiviteter som försiggår. I och med det blir det omöjligt att manipulera och gå in och ändra en transaktion i efterhand. Om någon tar bort en transaktion ligger den ändå kvar på datorerna hos alla de andra i kedjan.”<sup>140</sup>.*

Ett exempel på hur blockkedjor används visade sig när Spotify i april 2017 meddelade att de förvärvade det amerikanska företaget Mediachain Labs<sup>141</sup>. Mediachain har utvecklat en metod för att kunna identifiera upphovspersoner och för att kunna fördela intäkter till dem som skapat innehållet. Metoden används primärt för musikindustrin.

*“Blockchain technology provides a new platform for creators of intellectual property to get the value they create. Consider the digital registry of artwork, including the certificates of authenticity, condition, and ownership. A new startup, Ascribe, which runs on the blockchain, lets artists themselves upload digital art, watermark it as the definitive version, and transfer it, so similar to bitcoin, it moves from one person’s collection to another’s.”<sup>142</sup>.*

---

<sup>136</sup> The data that turned the world upside down, Hannes Grassegger & Mikael Krogerus, Vice Motherboard, 28 januari 2017

<sup>137</sup> *ibid*

<sup>138</sup> Företagets hemsida, culturecounts.cc

<sup>139</sup> Mapping the creative value chains, a study on the economy of culture in the digital age, Europeiska Kommissionen, KEA European Affairs, IDEA Consult, Vrije Universty, 2017

<sup>140</sup> Alla pratar om blockchain – men finns det något bakom hajpen?, Karin Lindström, ComputerSweden, 29 oktober 2016

<sup>141</sup> Vad innebär Spotifys köp av Mediachain Labs?, Daniel Johansson, Musikindustrin.se, 2 maj 2017

<sup>142</sup> The impact of blockchain goes beyond financial services, Don Tapscott & Alex Tapscott, Harvard business review, 10 maj 2016

Blockkedjetekniken möjliggör att upphovsrättsliga ersättningar kan registreras till digitala verk. Antalet upphovspersoner och deras respektive rättigheter har definierats i de olika blocken som tillsammans bildar en kedja. När någon köper rätten att lyssna på en låt, tillförs ett nytt block i kedjan. På sikt skulle upphovspersoner få bättre kontroll på hur deras verk sprids digitalt samt kräva ersättningar. Dock kräver tekniken stora investeringar och kunskap, vilket gör att beroendet av mellanleden sannolikt inte förändras. Tekniken fungerar alltså men lagstiftning, regelverk och tillämpning är i sin linda.

*”Då blockkedjor och dess tillämpningar är i en inledande fas, står det ännu inte klart vilka typer av regleringar som kommer att behövas och för vilka syften. De stora befintliga implementationerna utgörs av kryptovalutor, främst Bitcoin. Därmed har de flesta nuvarande regleringarna sin utgångspunkt i just kryptovalutor. Aktuella frågeställningar handlar om hur kryptovalutor ska hanteras och regleras som tillgångar. Avsaknad av centrala aktörer och andra grundläggande skillnader har gjort det svårt att reglera dem på samma sätt som traditionella valutor.”<sup>143</sup>.*

### 6.1.3 Virtuell verklighet (VR)/Förstärkt verklighet (AR)

Teknologierna virtuell verklighet (VR) och förstärkt verklighet (AR) möjliggör förändrade kulturerfvelser.

VR möjliggör för användaren att förflytta sig in i en digitalt skapad situation eller miljö. Användaren uppfattar sig vara i en annan verklighet, den virtuella. Tekniken använder en kamerarigg som filmar i 360 grader, vilket ger en sfärisk effekt. Försök har gjorts att återskapa filmer, scenkonstupplevelser och livshändelser i VR. En möjlighet med VR är att fler åskådare kan få en upplevelse som motsvarar den som uppstår vid närvaro i arenan. VR skulle därför kunna innebära att fler konsumenter blir villiga att betala för scenkonstupplevelser.

*“Already, U.S. sports are experimenting with providing highlights in VR. So far, the audience is a small group of tech-savvy users, but in about two years, VR will start becoming a standard way that lots of people will choose to watch soccer, at least some of the time.”<sup>144</sup>.*

AR innebär att användaren får en förstärkt upplevelse av den fysiska miljön. I dag är audioguiden och projektorer vanligt förekommande på t.ex. museer. Konsthallar har utvecklat appar så att användarna får guidade turer och interaktiva kataloger i sina smarta telefoner<sup>145</sup>. AR kan ses som en fortsatt utveckling av teknik som tillgängliggör utställningar. AR kan innebära ökad efterfrågan av konstnärer inom museisektorn.

*“The EU-funded Chess project (a shorter name for the much longer Cultural Heritage Experiences through Socio-personal interactions and Storytelling) takes digital storytelling much further and plans to make interactive content such as games and augmented reality available to the entire museum sector.”<sup>146</sup>.*

### 6.1.4 3D-skrivare och -scanners

Inom industriell produktion har 3D-skrivare och -scanners förekommit länge. Dessa verktyg finns nu även för vanliga konsumenter, för hemmabruk. 3D-skrivaren fungerar som en bläckstråleskrivare men istället för bläck används plaster och andra material. Användaren kan skapa ett tredimensionellt objekt.

För utskriften används ett designprogram, vanligtvis ett CAD-program. Tekniken öppnar för fler nya möjligheter. Ritningar av bruksföremål som plasttallriker, glas och bestick kan laddas ner från internet och skrivs ut i hemmet. Med denna teknik kan föremål massproduceras och kopieras. Upphovspersoner kan t.ex. erbjuda mönster, form och design i digital form, för nedladdning och utskrift i en 3D-skrivare.

---

<sup>143</sup> Blockchain - decentralized trust, Näringspolitiskt forum rapport #15, Entreprenörskapsforum 2016

<sup>144</sup> Trend to shape soccer in 2017: VR, analytics and Western Europe's decline, Simon Kuper, ESPN FC, 21 december 2016

<sup>145</sup> Artipelag app på iTunes Store

<sup>146</sup> Tell me a story: augmented reality technology in museums, Yannis Ioannidis, Olivier Balet, Dimitrios Panderimalis, The Guardian, 4 april 2014

Parallellt sker en utveckling av 3D-scanners, som digitaliserar tredimensionella objekt. Kombinationen av 3D-skrivare och -scanners kan även leda till illegal kopiering av konsthantverk och slöjd. Tekniken har inte slagit igenom bland konsumenter ännu. Exempel på tillämpning finns bland så kallade "makerspaces" som är verkstadsliknanden miljöer som uppmuntrar delning av kunskap, verktyg och idéer<sup>147</sup>.

*"Kollaborativ produktion är tätt sammankopplat med den så kallade "Gör-det-självt-kulturen" (Makers) som präglas av en anda där en hellre skapar och bygger själv och reparerar, än köper nytt och färdigt (Wikipedia 2). Här kan till exempel deltagarna vara medlemmar i ett Makerspace, en form av öppen verkstad, där de får tillgång till produktionsutrustning så som 3D-skrivare och laserskärare samt lokal och ett tillhörande community (Educause, 2013)."*<sup>148</sup>.

## 6.2 Uppbrutna värdekedjor

Digitaliseringen kan innebära att värdekedjor bryts upp, framförallt när det handlar om kopiering, spridning och konsumtion. Forskare menar att det pågår en maktförskjutning i värdekedjorna från produktion till distribution. Nya mellanled och aktörer fokuserar på lösa problem på marknader.

*"The new market players - with new exploitation rights and business models - augmented the complexity of the value chains (for example in terms of IPR licensing systems and contractual arrangements between creators/right holders, publishers/producers and intermediaries, including collective management organisations)."*<sup>149</sup>.

Konstnärer har allt fler möjligheter att via olika digitala tjänster ersätta mellanleden. Författare kan publicera sina böcker via publiceringstjänster. Kompositörer, låtskrivare och musiker samarbetar och skapar musik uppkopplade i nätverk och kan själva sprida sin musik bland annat med cdbaby.com eller liknande. Fria grupper kan producera föreställningar anpassade för digital konsumtion och sprida dessa bland annat på Vimeo. Rättigheterna ägs av upphovspersoner och de har full kontroll på spridningen.

Det finns konsumenter som hittar fram till dessa konstnärliga verk. Betalningsviljan är låg idag, men den kan förändras. Sociala medier underlättar spridningen och att kunna få uppmärksamhet i media. Ett svenskt exempel är humorgruppen "I just wanna be cool" som började med en Youtube kanal och med den ökade populariteten resulterat inkomster från Youtube och uppdrag från TV bolag<sup>150</sup>.

Möjligheter finns för konstnärer att inte arbeta genom mellanleden, men för att få bredare genomslag behöver fler hinder adresseras, t. ex. fler års oavlönat arbete, kunskap om upphovsrätt och prissättning och kunna agera både som konstnär och entreprenör.

## 6.3 Sammanfattning: möjligheter med den nya tekniken

Alla nya teknologier skapar nya möjligheter och utmaningar. VR, AR och tekniken med 3D-skrivare och -scanners kan leda till nya intäkts- och affärsmodeller på scenkonstområdet och för bildkonstnärer. De är två konstformer vars innehåll i grunden inte skapad för digital konsumtion.

- VR-tekniken kan möjliggöra nya affärsmodeller för scenkonstinstitutioner. I praktiken kan åskådaren förflyttas in i en virtuell, avfilmad, miljö där föreställningen framförs.
  - Möjligheten är att sänka produktionskostnader och att kunna sälja biljetter till virtuella platser i salongen.
  - Utmaningen är att anpassa föreställning så att den kan fungera både för åskådare i salongen och för dem som använder VR. Frågan är även vilken betalningsvilja publiken har för VR-upplevelsen.

---

<sup>147</sup> Var är makerspace? Makers of Sweden, webbsida

<sup>148</sup> Tillgång framför ägande, Emma Öhrwall, Kandidatexamen, Institutet för globala studier, Göteborgs Universitet

<sup>149</sup> Mapping the creative value chains, a study on the economy of culture in the digital age, Europeiska Kommissionen, KEA European Affairs, IDEA Consult, Vrije Universty, 2017

<sup>150</sup> Humorgänget I just want to be cool får egen serie, svt.se, 13 juni 2013

- AR-tekniken, som ger en förstärkt upplevelse för användaren, medför högre produktionskostnader då mer information ska presenteras. Men även denna teknik kan innebära nya inkomster om konsumenterna är villiga att betala mer för den förstärkta upplevelsen.
- 3D-skrivare och -scanners öppnar för digitaliseringsmöjligheter för konstnärer vars verk är tredimensionella. Teknologin möjliggör minskade kopierings- och distributionskostnader.

Som framgått tidigare i kapitel 4 om upphovsrätten finns det problem med dokumentation, registrering, hantering, bevakning och uppföljning av hur aktörer uppfyller sina skyldigheter. Teknologier som big data och blockkedja kan bli användbara för att råda bot på detta. De kollektiva förvaltningsorganisationerna får underlag från organisationer som kopierar och sprider upphovsrättsligt innehåll. Upphovspersoner ingår avtal med förvaltningsorganisationer direkt eller via branschförbund. Arbetet med denna rapport har gett ett intryck av att hanteringen fortfarande i huvudsak sker manuellt.

Digitaliseringen har även inneburit att förutsättningarna för de kollektiva förvaltningsorganisationerna försvårats i vissa avseenden. Kopieringen och spridningen av upphovsrättskyddat material har t.ex. ökat. Materialets livslängd på marknaden blir kortare och nya innehållsprodukter slår snabbt igenom. Det finns ett behov av ökad automatisering, och då kan den digitala teknikens systemlösningar vara behjälpliga.

Sedan årsskiftet 2016/2017 finns lagen (2016:977) om kollektiv förvaltning av upphovsrätt som följer ett EU-direktiv. I praktiken kan uphovspersoner numera vända sig till andra kollektiva förvaltningsorganisationer i Europa för att hantera deras ersättningar. Konkurrenssituationen för organisationerna ökar. Användning av ny teknik för att förbättra och effektivisera verksamheter kan bli en konkurrensfördel.

Det är således rimligt att anta att investeringsbehoven i ny teknik kommer att öka hos de kollektiva förvaltningsorganisationerna. Men det krävs även ökad kunskap hos branschaktörer och konstnärer.

*“Access will be good for educational purposes and to increase awareness of the arts especially historical material in performance of all types. However, issues of copyright and payment for that material, such as in apps and in streaming or downloading, are murky and hard to navigate for artists themselves as to value and fairness of payments to the artist for original content.”<sup>151</sup>*

Citatet är hämtat från en undersökning genomförd av PEW Research 2013. Fler internationella studier pekar på behovet av ökad kunskap hos konstnärer och deras representanter kring upphovsrätt, rättigheter och ersättningar. Digitaliseringen ökar detta kunskapsbehov.

Generellt är konstnärer intresserade av att arbeta både med traditionella och digitala tekniker. Men vad det kan vara svårt att avgöra konsekvenserna för konstnärskapet. Utifrån dokumentation, avtalsförhandlingar, ersättningar och inkomster är det bättre att sälja CD-skivor med egen musik snarare än att tillgängliggöra den för strömning. Det finns konstnärer som aktivt väljer att inte släppa sitt arbete på digitala kanaler. Frågor om rättigheter, plagiat, publikens upplevelser och merarbeten för konstnärer kan komma bli angelägna områden att bevaka. Digitaliseringen har inneburit en ökad komplexitet för konstnärer, de behöver förhålla sig till fler aktörer och ett förändrat konsumentbeteende.

*“Digitisation has a multidimensional impact on the economic structure of creative value chains. At the same time, we observe that digitisation has not drastically reconfigured creative value chains. No actor has become obsolete so far; rather new actors have joined, thus increasing the complexity of value chains. Moreover, although power balances have changed in several value chains, those actors that have dominated the value chains as gatekeepers before digitisation, mostly remain playing a pivotal role in the current economic organisation.”<sup>152</sup>*

Branschaktörer (förbund, konstnärsorganisationer och offentligt finansierade verksamheter så som allianser) bedriver ett metodiskt arbete och har goda kunskaper om upphovsrätt. De ska stödja

<sup>151</sup> Arts organisations and digital technologies, PEW Research Centre, 2013

<sup>152</sup> Mapping the creative value chains, a study on the economy of culture in the digital age, Europeiska Kommissionen, KEA European Affairs, IDEA Consult, Vrije Universiteit, 2017



konstnärerna att hantera den ökade komplexiteten. Dock innebär digitaliseringen nya utmaningar även för dem. Konsekvenserna är inte fullt ut överblickbara. Introduktion och tillämpning av ny teknik förändrar spelplanen kontinuerligt. Entreprenörer och företag hittar nya sätt att möta efterfrågan. Förändringstrycket är starkt, och det kommer i första hand från omvärlden och inte inifrån branscherna.

Branschaktörer och kollektiva förvaltningsorganisationer förväntas få ökat tryck från konstnärer, att få stöd och råd kring digitaliseringen. Samtidigt kommer de behöva investera i sina egna verksamheter för att kunna möta detta tryck. Både i den egna kompetensen och i ny teknik som förbättrar deras arbetsprocesser. Frågan är hur detta investeringsbehov finansieras. En konsekvens kan vara att kostnader täcks från de insamlade ersättningarna som ska tillfalla upphovspersoner, i form av höjda administrativa avgifter. Då nivån på de insamlade ersättningarna kan antas vara låg, och ojämnt fördelat, kan höjda avgifter mot konstnärer skapa en negativ påverkan på konstnärernas inkomster.

## 7. Slutsatser

Som framgått av rapporten är den traditionella kulturkonsumtionen större än den digitala. Dock växer den digitala konsumtionen, vilket kraftfullt påverkar både marknadens aktörer, branschorganisationer och konsumenternas beteenden. Det innebär att digitaliseringen påverkar konstnärernas yrkesutövande när de behöver ställa om till ett förändrat samhälle och konsumtionsbeteende. En slutsats av denna rapport är att samtliga konstformer till olika grad påverkas av digitaliseringen.

*”I en konsultrapport till Unesco redovisas att kulturellt och kreativt innehåll är det som driver den digitala ekonomin. Beräkningar har gjorts på världsomspännande nivå. Det kulturella innehållet är med bred marginal den största intäktskällan i den digitala ekonomin”<sup>153</sup>.*

Näringsutskottets utvärdering av handlingsplanen för kreativa och kulturella näringar pekar på en väsentlig iakttagelse. Konst och kulturområdet befinner sig inte i periferin utan är kärnan i den digitala ekonomin, vilket är i stark kontrast till samhällsekonomin i stort. En annan slutsats av denna rapport är att denna insikt inte är vitt spridd bland branschföreträdare för konst- och kulturområdet.

Konstnärernas marknad är både traditionell och digital, mellan dem finns en marknadsdynamik. Konstnärer kan inte välja antingen eller, utan behöver kunna agera inom båda områdena. Men det är inte givet att det konstnärliga verket, innehållet, passar för både den traditionella och den digitala konsumtionen. Och det är inte heller givet att alla konstnärer har kunskap om vad det innebär och hur de förväntas att agera inom båda områdena.

En bearbetning för digitalisering behöver därför ofta göras. Det innebär en produktionskostnad. Inom de konstformer där kreativiteteten kommer till uttryck i digital form, som inom musik, litteratur och film, finns det betydande vinster att nå genom att använda digital teknik. Inom konstformerna scenkonst och bildkonst, där verken i första hand inte är digitala, innebär det dubbla produktionskostnader då både en fysisk och digital version ska tas fram. Därefter uppstår kostnader för digital kopiering och distribution, som dock kan vara förhållandevis billigt. Den digitala ekonomin förutsätter också stora volymer då konsumenternas betalningsvilja är låg.

Slutsatsen är alltså att konstnärernas yrkesutövande kommer att påverkas kraftfullt av digitaliseringen. Alla aktörer, både offentliga och privata, använder sig i dag av digital teknik i sina verksamheter. Digitaliseringen kommer därmed också allt närmare kärnverksamheten. Det innebär nya kostnader och resulterar inte alltid i nya intäkter. Konstnärernas ersättningar och villkor är en viktig fråga att följa. Den främsta utmaningen handlar om ekonomin. Möjligheten att finansiera digitaliseringen påverkas av att konsumenterna har en lägre betalningsvilja. Investeringsbehov finns både för teknik och för kompetensutveckling. Modeller för ersättningar till upphovspersoner behöver anpassas till digitaliseringen. Det behövs ökad kunskap kring affärsmodeller, marknadsdynamik och konsumentbeteenden.

Ekonomin för konstnärernas yrkesutövande påverkar vilka konstnärliga uttryck som sprids digitalt. En väsentlig påverkan av digitaliseringen är att det resulterar i skev fördelning av ersättningar. Risken för minskad mångfald av konstnärliga uttryck är betydande. Den offentligt finansierade konsten och kulturen i de digitala kanalerna kommer sannolikt spela en allt viktigare roll. Ett kulturpolitiskt mål är att främja allas möjligheter till kulturupplevelser. Digitaliseringen påverkar vilka kulturupplevelser som alla får möjlighet att ta del utav.

### 7.1 Upphovsrättens relativa betydelse

Frågan handlar om upphovsrättens relativa betydelse i förhållande till andra inkomstmöjligheter i det konstnärliga yrkesutövandet i och med digitaliseringen. Har betydelsen av upphovsrätten ökat och hur kommer det i så fall till uttryck?

---

<sup>153</sup> Uppföljning av handlingsplanen för kulturella och kreativa näringar 2010-2012, Näringsutskottet, 2016/2017:RFR10

Upphovsrätten innebär att konstnärer har rätt till ersättning när deras verk kopieras och sprids via digitaliseringen. Ambitionen med lagstiftningen på området är att den ska vara teknikneutral och beständig för att skapa ett långsiktigt stabilt regelverk för upphovspersoner och aktörer. Teknikutvecklingen och kreativiteten hos entreprenörer kommer dock att kontinuerligt utmana lagstiftningen. Exemplet med Safe harbour-principerna (se kapitel 4.5) är talande för hur en god tanke kan få oväntade konsekvenser när företag tillämpar regelverk till sin egen fördel och till nackdel för upphovspersoner.

Lagstiftningen påverkas av internationella förhandlingar mellan stater, globala företag och branschorganisationer. För att lagstiftningen ska kunna uppnå sitt syfte, att värna om upphovspersonernas rättigheter, krävs en förståelse för hur rättigheterna ska hanteras. Den pågående EU-översynen på upphovsrättsområdet gör att det inte förefaller otänkbart att anpassningar av upphovsrättslagen är att vänta.

Problematiken ligger främst i frågan om hanteringen och kontrollen av upphovspersonernas rättigheter. I den meningen är det en slutsats av rapporten att upphovsrättens betydelse har ökat på grund av digitaliseringen. Det handlar primärt om dokumentation och kontroll av upphovsrätten. Fördelningen och nivån på ersättningar till upphovspersoner påverkas av digitaliseringen. Det är en avtalsfråga mellan upphovspersonen och deras motparter. Kollektiva förvaltningsorganisationer menar att handhavandet i dag är mer krävande. Det finns även ett behov av ökad transparens från de större marknadsaktörernas sida.

Ersättningsnivåernas skälighet kan vara svåra att bedöma. En indikation om att ersättningarna är för låga är att de upphovsrättsliga ersättningarna motsvarar ungefär 1,5 procent av den globala omsättningen. En mer detaljerad studie av omsättningar och nivåerna på ersättningarna, uppdelat på inhemsk produktion och importen av kulturellt innehåll, är att rekommendera.

Genomgången av de olika konstformerna visar att författare och filmskapare inte har en kollektiv rättighetsförvaltning som hanterar upphovspersoners ersättningar inom sitt område. Scenkonsten, bildkonsten och musiken har däremot en sådan förvaltning.

Kollektiv rättighetsförvaltning och branschorganisationer är viktiga för upphovspersoner och utövare. Tv-bolag, strömningstjänster och digitala kanaler rapporterar till de kollektiva förvaltningsorganisationerna, men svårigheterna att matcha ersättningar till rätt upphovspersoner ökar. Detta tar tid och stora belopp ligger fonderade (hos rättighetsförvaltningarna) i väntan på utredning.

## 7.2 Inkomstspridning

Frågan handlar om digitaliseringens konsekvenser för inkomstspridningen bland konstnärer. Har skillnaderna i inkomster ökat, inom och mellan olika konstformer, och vad ligger i så fall bakom en sådan utveckling?

Konstnärsnämndens rapporter visar att konstnärernas inkomster har haft en sämre utveckling än andra yrkesgrupper med lika hög utbildningsnivå. Denna rapports slutsats är att skillnaderna i inkomster mellan konstformerna inte ökat på grund av digitaliseringen. Under hela 2000 talet har digitaliseringen resulterat i minskade intäkter inom musikbranschen och filmbranschen på grund av illegala nedladdningar, förändrade ersättningsmodeller och nya digitala tjänster. Skillnaderna i inkomster mellan konstformerna handlar primärt om den totala marknadspotentialen (nationellt och internationellt) för respektive konstform och på mängden kommersiella aktörer inom respektive konstform. De kommersiella aktörerna har varit snabbare på att tillvarata digitaliseringens möjligheter. De konstnärer vars innehåll är attraktivt på en internationell marknad har med digitaliseringens hjälp kunnat få ännu större möjligheter att förbättra sina inkomster.

Rapportens slutsats är vidare att skillnaderna i inkomster har ökat inom vissa konstformer, men inte i alla konstformer. Affärsmodellerna för abonnemangstjänster (strömning) leder till en ökad inkomstkoncentration till ett fåtal inom populärmusiken. Skillnaden blir enorm då 2,7 procent av upphovspersonerna delar på 77 procent av ersättningen från Stim under år 2016. Tendensen finns även

för litteraturområdet och film- och mediemarknaden. Inom scenkonsten och bildkonsten finns det hög inkomstspridning men det kan inte påvisas att digitaliseringen har haft den påverkan.

En hög inkomstkoncentration är dock inget nytt fenomen. Redan 1981 uppmärksammade en amerikansk ekonom detta. Rapporten slutsats är ändå att digitaliseringen förstärkt inkomstkoncentrationen. Det beror på att det personliga monopolet når en större mängd konsumenter genom digitala kanaler.

Nivån på inkomst per enhet är relativt låg inom den digitala ekonomin. Det beror med stor sannolikhet på en lägre betalningsvilja från konsumenter, snarare än på att mellanleden överlag kapar åt sig en större andel av vinsterna. De globala jättarna som Alphabet, Apple, Amazon, Facebook och Microsoft är vinnarna i den digitala ekonomin, medan mellanleden i Sverige inte har riktigt samma förutsättningar. De påverkas bl.a. av internationell konkurrens vilket resulterar en prispress. På längre sikt kan det finnas risk att situationen med låga inkomster och ersättningsnivåer för upphovspersoner och utövare urholkar kärnan i den digitala ekonomin. Samtidigt utvecklas EU som en gemensam marknad för digitalt innehåll, tjänster och produkter vilket kan förbättra transfereringar av ersättningar och inkomster. Det finns ett stort behov av data och fördjupad kunskap hur den ökade internationaliseringen av konst och kulturområdet påverkar de svenska konstnärernas yrkesutövande. Studier inom detta område är att rekommendera.

### **7.3 Konsekvenser för olika konstformer**

Frågan handlar om digitaliseringens konsekvenser för såväl traditionella som eventuellt nya konstformer. Hur har man inom olika konstformer påverkats av och hanterat digitaliseringen och dess konsekvenser?

Digitaliseringen pågår inom hela samhället och kulturområdet är inte exkluderat. Konsumenterna ökar sin tid och konsumtion via digitala medier och kanaler.

Varje konstform hanterar detta utifrån sin specifika situation. Rapportens slutsats är att de offentligt finansierade aktörerna relativt nyligen, under senare fem åren, börjat anpassa verksamheten för digitalisering. De kommersiella aktörerna har varit snabbare och tidigare ute då deras inkomster är mer känsliga för konsumentbeteenden.

Ett annat intryck är att scenkonst och bildkonst främst handlar om ett fysiskt möte mellan konsumenter och verket. Populärmusik, litteratur, film- och media kan däremot betraktas som digitaliserat i samtliga led. Förutsättningarna att digitalisera ett konstnärligt verk är olika.

Inom scenkonsten är drivkraften att öka tillgängligheten för föreställningar och arrangemang via digitala kanaler. Kostnadsökningen på grund av digitalisering finansieras inte tillräckligt av nya eller ökade intäkter om inte beläggningen ökar på scenkonsthuset. För att kontrollera produktionskostnader hamnar villkoren i kollektivavtalen i fokus. Frågan om digitalisering är i praktiken en fråga om ökade anslag till scenkonstinstitutioner. Här behöver det offentliga bedöma om det går att finansiera en ökad tillgänglighet via digitala kanaler.

Inom populärmusiken och den kommersiellt finansierade musiken är påverkan stor. Nya och förändrade ersättningsmodeller har skapats för upphovspersoner, vilket resulterat i ökad inkomstkoncentration. De flesta konstnärer inom konstformen har svårt att få ekonomin att gå ihop. De offentligt finansierade aktörerna och skivbolagen behöver ta ställning till vad detta innebär för återväxten av artister, låtskrivare och komponister.

Inom bildområdet har effekterna av digitaliseringen varit begränsade vad avser konstnärernas inkomster. Digitaliseringen har möjliggjort förbättrad matchning och ökade exponeringsmöjligheter till en låg kostnad. Risken för olovlig spridning av bilder har sannolikt ökat. Det finns ingen systematisk hantering av bildkonstnärernas möjligheter att nå ut till marknader och de negativa konsekvenserna med olovlig spridning av bilder är olösta. Teknikutvecklingen kan förbättra kontroll av digital spridning och även efterlevnaden av följerrätten, vilket skulle kunna leda till att konstnärer lättare kan kräva ersättning.

Samverkan mellan myndigheter inom konstområdet, branschorganisationer och kollektiv förvaltningsorganisation är att rekommendera för att tillvarata möjligheter.

Inom litteraturområdet har digitaliseringen resulterat i en ökad variation av format som författare förväntas kunna förhålla sig till. De digitala formaten visar hög konsumtionstillväxt. Effekterna är svårtydda eftersom bokbranschen är inne i en strukturell förändring. Författare och förlag ställer om för att möta efterfrågan. Digitaliseringens påverkan hanteras olika då det inte finns någon branschstandard för avtal mellan förlag och författare. Transparens kring avtal mellan författare, förlag och distributörer är svag. Avsaknaden av kollektiv rättighetsförvaltning kan på sikt försämra författarnas förhandlingsituation mot mellanled och distributörer. Bibliotekens digitalisering spelar en stor roll för utbudet i branschen och på sikt kan digitaliseringen urholka Författarfonden då de digitala boklånen inte ingår i bibliotekersättningen.

Inom film- och mediemarknaden har digitaliseringen påverkat marknaden för hyr- och köpfilm, som i praktiken konkurrerats ut av digitaliseringen. Som en konsekvens utmanas den traditionella marknadens linjära distribution. De större marknadsaktörerna som Netflix, Viaplay och Cmore gör det möjligt att finansiera produktioner, vilket i praktiken betyder att de köper alla rättigheter kring filmen. Detta leder till att de framtida intäkterna till filmskapare och rättighetsinnehavare begränsas. Det finns ingen kollektiv rättighetsförvaltning. Filmbranschen står inför stora förändringar då värdekedjan är under omvandling.

#### **7.4 Digitaliseringens framtida konsekvenser**

Frågan handlar om spaningar och trender om digitaliseringens framtida konsekvenser för konstnärligt yrkesutövande. Exempel på samtida konsekvenser med trolig betydelse för framtiden?

Några exempel på samtida konsekvenser som iakttagits under arbetet med denna rapport är att:

- Majoriteten av konstnärer och upphovspersoner saknar kapacitet att tillvarata möjligheten med den digitala tekniken.
- Då allt färre konstnärer tar en allt större del av inkomsterna ökar risken för smalare utbud och det krävs allt mer av konstnärer att få genomslag för sitt uttryck.
- Den traditionella konsumtionen av konstnärliga uttryck ökar i betydelse för konstnärernas inkomster vilket gör att de traditionella aktörernas digitalisering får stark inverkan på konstnärernas yrkesutövande.

För att digitaliseringen ska vara en positiv påverkan för konstnärligt yrkesutövande i framtiden behöver dessa konsekvenser adresseras.

- Teknologier som big data, blockkedja, virtuell och förstärkt verklighet (VR/AR), 3D- skrivare och -scanners kan tillämpas och bidra till att adressera negativa effekter av digitaliseringen.
- Både konstnärer, branschorganisationer och kollektiv rättighetsförvaltning behöver investera i sin kunskap och kapacitet kring digitaliseringens möjligheter och utmaningar.
- Trycket på det offentliga stödet kan komma att öka för att säkerställa ett brett utbud av konstnärliga uttryck i digitala kanaler om inte inkomstkonzentrationen förändras.
- Digitaliseringen av de offentligt finansierade kulturverksamheternas behöver vara genomtänkt så att detta inte sker på bekostnad av deras traditionella utbud, och undergräver villkoren för konstnärernas yrkesutövande.

## 8. Rapportförfattarens slutord

Det är slående att det finns så få analyser av digitaliseringen inom kulturområdet. Särskilt då stora värden går att skapa genom digitaliseringen. Denna rapport är en kartläggning som sammanställer olika observationer och iakttagelser. Fler studier och andra angreppssätt skulle kunna förstärka kunskapen och bidra till förståelsen för konstnärer och aktörer. Det finns ett behov att förstå hur konstnärer och branschaktörer bättre tillvaratar digitaliseringens möjligheter. Särskilt då deras arbete spelar en värdefull roll i den digitala ekonomin.

Den traditionella kulturkonsumtionen och digitalisering befinner sig sannolikt inte i ett motsatsförhållande. Jag bedömer att digitaliseringen är en möjlighet för konstnärer och aktörer inom alla konstformer. Inom vissa konstformer är digitalisering ett komplement, för andra konstformer en förlängning till den traditionella verksamheten. Positionerna är inte låsta. Det går att förändra och utveckla affärsmodeller, avtalsformer och arbetsprocesser. Och det är rimligt att anta att negativa effekter för konstnärer och samhället i stort går att minimera.

Med dessa slutord vill jag understryka det starkaste intrycket från arbetet med rapporten.

Konst- och kulturområdet befinner sig inte i periferin, utan i kärnan av den digitala ekonomin. De globala jättarna och flertalet nya företag skulle inte kunna haft den enorma utvecklingen utan det konstnärliga skapandet. Utvecklingen av den digitala ekonomin påverkar konstnärernas yrkesvillkor. Detta är ett faktum. Konsekvenserna av detta går att påverka.

## 9. Referenser

Nedan är förteckning av samtliga personer som varit kontaktade för arbetet med rapporten. En handfull meddelade att deras verksamhet inte hade information för kartläggningens ändamål. Ett stort tack till de personer som tagit sig tid att lämna information till denna rapport och särskilt till medarbetare i kansliet och experter i den konstnärspolitiska utredningen.

Organisation	Förnamn	Efternamn
Barnebys	Pontus	Silfverstolpe
Bildupphovsrätt i Sverige	Mats	Lindberg
Bonniers Bookery	Åsa	Selling
Bonniers Konsthall	Sara	Arrhenius
Bonniersförlagen	Jeanette	Löfgren
Centrum för arkitektur och design	Jonas	Olsson
Copyswede	Mattias	Åkerlind
Dansalliansen	Suzanna	Carlsson
Danscentrum	Lollo	Moberg
DOCH	Cecilia	Roos
Fabel	Max	Valentin
Folkets hus och parker	Rickard	Gramfors
Föreningen svenska tonsättare	Martin Q	Larsson
Författarförbundet	Malin	Koch
Förläggarföreningen	Kristina	Ahlinder
Galleri Andersson/Sandström	Sara	Sandström
Garagefilm	Rebecka	Lafrenz
KLYS	Ulrica	Källen
Konsthantverkscentrum	Agnieszka	Knap
Konstnär	Joakim	Ojanen
Konstnärernas Riksförbund	Eva	Månsson
Konstnärsnämnden	Stefan	Ahlenius
Kulturhuset Stadsteatern	Benny	Fredriksson
Kungliga Biblioteket	Cecilia	Ranemo
Kungliga Operan	Katarina	Aronsson
Magasin III	Tessa	Praun
Manager	Petri H	Lundén
Moderna Museet	Ann-Sofi	Noring
Music Rights Awareness Foundation/ Auddly	Niclas	Molinder
Musikalliansen	Bo	Rydberg
Musikförläggarna	Elisabeth	Widlund
Nämnden för hemslöjdsfrågor	Friedrike	Roedenbeck
Regeringskansliet	Niklas	Briselius
Riksantikvarieämbetet	Catharina	Ekdahl
Riksteatern	Magnus	Aspegren
SF Studios	Tim	King
SKAP	Alfons	Karabouda
Smålands musik och teater	Per-Ola	Nilsson
Smålands musik och teater	Garbriella	Bergman
Statens konstråd	Henrik	Orrje
Statens konstråd	Magdalena	Malm
Statens Kulturråd	Staffan	Forssell
Svensk Scenkonst	Christian	Rimmerfeldt
Svensk Scenkonst	Mikael	Brännvall
Svenska Filminstitutet	Mattias	Lundin
Svenska Filminstitutet	Johan	Fröberg
Svenska tonsättares internationella musikbyrå	Daniel	Jäger
Svenska tonsättares internationella musikbyrå	Karsten	Dyhberg Nielsen
Sveriges Kommuner & Landsting	Louise	Andersson
Teateralliansen	Ulla	Lidholm
Teatercentrum	Lena	Gustafsson
Teaterförbundet	Mika	Romanus
Teaterförbundet	Moa	Alfvén
Tillväxtverket	Daniel	Thuresson
Tillväxtverket	Klas	Rabe