

***Íslenskur tónlistariðnaður
- aukin sóknarfæri***

ISBN 9979-871-16-4

Hr. Finnur Ingólfsson
iðnaðar- og viðskiptaráðherra
Arnahvoli
150 Reykjavík

Febrúar 1997

Með bréfi dagsettu 14. maí 1996, skipaði iðnaðar- og viðskiptaráðherra starfshóp til að **athuga stöðu íslensks tónlistariðnaðar með tilliti til aukins útflutnings á íslenskrri tónlist.**

Í skipunarbréfi segir m.a. að “með tilliti til útflutnings og landvinninga íslenskrar tónlistar á erlendri grund að undanfögnu og þess að tónlistariðnaðurinn virðist mun umfangsmeiri í ýmsum nágrannalöndum okkar en hann er hérlendis, ” hafi starfshópurinn eftirfarandi verkefni:

- * Kanna það rekstrarumhverfi sem framleiðendur tónlistar búa við hér á landi í samanburði nágrannaþjóðirnar.
- * Kanna hvort ástæða er til og kostir eru á sérstöku útflutningsátaki íslenskrar tónlistar.
- * Skila greinargerð og tillögum til úrbóta vegna ofangreindra atriða.

Í skýrslu starfshópsins er að finna markmið sem unnið skuli að til að ná auknum árangri í að efla markaðsstarf fyrir íslenska tónlist erlendis og tillögur og ábendingar um leiðir að því marki.

Árni Magnússon, aðstoðarmaður
iðnaðar- og viðskiptaráðherra
formaður starfshópsins

Ásta Hrönn Maack,
framkvæmdastjóri,
Íslenskrar tónverkamiðstöðvar,
fulltrúi menntamálaráðuneytisins

Birgir Ármannsson,
lögfræðingur Verslunarráðs Íslands

Eyþór Arnalds,
tónlistarmaður, deildarstjóri OZ ehf

Magnús Kjartansson,
tónlistarmaður, formaður STEF

Steinar Berg Ísleifsson,
formaður Sambands hljómplötu-
framleiðenda

Vilhjálmur Guðmundsson,
forstöðumaður iðnaðar- og
þjónustu, Útflutningsráði

Ritari starfshópsins var: Kristján Jón Eysteinnsson

Efnisyfirlit

| | |
|--|-----------|
| INNGANGUR | 5 |
| HELSTU MARKMIÐ | 6 |
| HELSTU LEIÐIR AÐ SETTU MARKI | 6 |
| GREINARGERÐ MEÐ TILLÖGUM..... | 8 |
| INNGANGUR | 8 |
| 1.0 TÓNLIST SEM ATVINNUGREIN | 8 |
| 2.0. ÍSLENSKUR MARKAÐUR..... | 10 |
| 2.1. ÚTGÁFA..... | 13 |
| 2.2. RÉTTINDAMÁL | 14 |
| 3.0. ALÞJÓÐLEGUR TÓNLISTARIÐNAÐUR | 15 |
| 4.0. MARKAÐSSETNING Á TÓNLIST | 18 |
| 4.1. FRAMSALSSAMNINGUR ÚTGÁFURÉTTINDA..... | 18 |
| (RECORD LICENSING AGREEMENTS)..... | 18 |
| 4.2. FRAMSALSSAMNINGUR HÖFUNDARÉTTINDA | 19 |
| (PUBLISHING LICENSING AGREEMENTS) | 19 |
| 4.2.1. Fjölföldunarréttindi (<i>Mechanical Copyright</i>)..... | 19 |
| 4.2.2. Opinber flutningur (<i>Public Performance</i>)..... | 19 |
| 4.3. ÚTFLUTNINGUR HLJÓMFANGA | 20 |
| 4.4. MARGMIÐLUN | 20 |
| 5.0. ALÞJÓÐLEG STEFNUMÖRKUN Í TÓNLISTARÚTFLUTNINGI..... | 20 |
| 6.0. ÚTFLUTNINGUR Á ÍSLENSKRI TÓNLIST | 22 |
| 6.1. AÐGANGUR AÐ FJÁRMAGNI | 23 |
| 7.0. NIÐURLAG..... | 23 |
| HEIMILDIR: | 25 |

Inngangur

Á heimsvísu hefur eftirspurn eftir tónlist leitt af sér umfangsmikinn iðnað. Tónlistariðnaðurinn vex hröðum skrefum og nam heimssala á hljómplötum árið 1995 um 40 milljörðum bandaríkjadala eða því sem nemur átjánföldum fjárlögum íslenska ríkisins. Árleg verðmætaaukning og einingafjölgun hefur verið um 6% á ári s.l. 5 ár og er svipuðum vexti spáð áfram á þessum risavaxna markaði. Tónlistarsköpun, flutningur, framleiðsla og dreifing leiðir af sér viðskipti sem mergð fyrirtækja tekur þátt í með einum eða öðrum hætti. Hljóðver, diskótek, hótél, veitingahús, krár, hljómleikasalir, geisladiskaframleiðendur, myndbandafyrirtæki, markaðs- og kynningarfyrirtæki o.s.frv. eru allt hlekkir í þessari keðju.

Hér er því eftir miklum viðskiptum að sækjast fyrir íslenskan tónlistariðnað. Það kallar hins vegar á markvissa stefnumótun ef blása á til sóknar á nýjum mörkuðum til að auka hlutdeild okkar í þessum viðskiptum á komandi árum.

Tryggja þarf stöðu tónlistar sem iðngreinar til jafns við aðrar iðngreinar og gera henni sem hæst undir höfði í menningu þjóðarinnar, því framleiðsla er engin án listsköpunar og lists verður ekki miðlað án iðngreinarinnar.

Undirstaða tillagna starfshópsins er greining á þeim skilyrðum sem nauðsynleg eru til þess að útgáfa og tónlistarflutningur geti orðið viðurkennd atvinnugrein hér á landi.

Meðfylgjandi tillögur um markmið eru miðaðar við raunhæfar aðgerðir til skamms tíma og núverandi aðstæður. Þær eru þó einungis fyrstu skrefin á langri leið ef skjóta á stöðum undir öflugan íslenskan tónlistariðnað í alþjóðlegri samkeppni.

Helstu markmið

- Að íslenskur tónlistariðnaður fái opinbera og almenna viðurkenningu sem ein atvinnugrein með ótakmarkaða vaxtarmöguleika.
- Að íslenskum tónlistariðnaði verði gert kleift að fjármagna verkefni sem stuðla að markvissri kynningu á íslenskri tónlist erlendis, auka útflutning hennar og skapa sóknarfæri á erlendum mörkuðum. Þau úrræði sem gripið verður til í því skyni verði sambærileg og aðrar útflutningsgreinar búa við.
- Að koma á fót öflugum útflutningi á íslenskri tónlist sem reistur sé á íslenskum réttindum sem tryggi skil útflutningsteknanna og sambærilega eða hlutfallslega meiri tekjuaukningu en í heimsviðskiptunum.

Helstu leiðir að settu marki

- Stjórnvöld viðurkenni vaxtarmöguleika tónlistariðnaðarins og þá mismunun sem nú á sér stað milli listgreina í innheimtu virðisaukaskatts með því að gefa eftir hluta hans af sölu íslenskra hljómpatna. Þessu fé verði ráðstafað í sjóð sem hafi það meginhlutverk að greiða götu útflytjenda íslenskrar tónlistar. Árleg greiðsla ríkissjóðs í þessum tilgangi verði metin þannig að reiknaður verði út mismunur þess sem ríkið fær í sinn hlut nú og þess sem það fengi væri hlutfallstala virðisaukaskatts af sölu íslenskra hljómfanga sú sama og hún er af bókum. Miðað við tekjur ársins 1996 af íslenskri hljómplötusölu myndi sjóðsstofninn nú nema um 40 milljónum króna. Skipuð verði sérstök verkefnisstjórn vegna þessa en verkefnið heyrir undir “Átak til atvinnusköpunar”.
- Hugað verði að allsherjar samræmingu í skattheimtu af skapandi listgreinum. Stjórnvöld hér á landi eru hvött til að taka í þeim efnum mið af þeirri þróun sem nú á sér stað í öðrum löndum Evrópu.
- Við endurskipulagningu fjárfestingarlánasjóðanna verði tekið tillit til þarfa tónlistariðnaðarins, þannig að óhlutbundin framleiðsla sitji í framtíðinni við sama borð og aðrar atvinnugreinar í þessum efnum.

- Í flestum löndum Evrópu eru fjölmiðlar, sérstaklega ljósvakamiðlar, mikilvægur bakhjarl innlendra tónlistar. Þetta er mikilvæg forsenda tónlistarútflutnings. Því eru íslenskir ljósvakamiðlar hvattir til að marka sér framtíðarstefnu sem miðar að því að efla hlutdeild íslenskrar tónlistar í dagskrá sinni.
- Útflutningsráð og utanríkisþjónustan komi í auknum mæli til aðstoðar við kynningu og markaðssetningu á íslenskri tónlist. Hlutur tónlistariðnaðarins verði þannig aukinn í viðskiptakynningum og almennum móttökum í sendiráðum og víðar.
- Með nýrri tækni í fjölmiðlun, margmiðluninni, opnast nýjar víddir fyrir íslenskan tónlistariðnað. Tryggja þarf höfundar- og grenndarréttindi, (sjá bls. 19) þannig að arðurinn af íslenskri tónlist skili sér til réttihafa.
- Gróskumikið tónlistarlíf hér á landi er forsenda fyrir útflutningi á tónlist. Til þess að það megi eflast þurfa opinber framlög, í auknum mæli, að nýtast til tónlistarsköpunar og framleiðslu. Íslensk tónlist á í harðri samkeppni á öllum mörkuðum. Í flestum vestrænum löndum nýtur tónlistariðnaður opinbers stuðnings og ýmiss konar styrkja sem miða að aukinni verðmætasköpun. Stjórnvöld hér á landi þurfa því að huga vel að menningar- og listastyrkjum svo að það geti síðar leitt til útflutnings á hugviti og huglægum verðmætum.
- Aðilar tónlistariðnaðarins þurfa að sameinast í einum samtökum sem tali einni röddu máli tónlistarlífsins. Greinin í heild hefði hag af því og það mundi stuðla að markvissri upplýsingamiðlun til almennings.

Greinargerð með tillögum.

Inngangur

Óhætt er að fullyrða að á Íslandi ríkir almennur tónlistaráhugi. Eflaust er hann hvorki meiri né minni en gerist og gengur víðast í nágrannalöndunum en samanburður er erfiður. Fullyrðinguna má þó rökstyðja með því að benda á hina almennu þátttöku í tónlistarlífi hér á landi ef ályktað er út frá þeim fjölda kóra, hljómsveita o.s.frv. sem starfandi eru. Einnig er ljóst að hér er mikið um alls kyns tónlistarviðburði, tónleika og tónlistarskemmtanir allt árið um kring. Í þetta er oft vitnað í opinberri umræðu. Á hinn bóginn stendur íslenskt tónlistarfólk oft frammi fyrir miklum erfiðleikum við að lifa af list sinni og koma henni á framfæri, oft vegna þess hversu “huglæg” athafnasemi er lítið metin opinberlega. Hér á landi er árlega varið fé á fjárlögum til menningarmála, þ.m.t. tónlistarmála. Í flestum vestrænum löndum og víðar er lítið á tónlistarsköpun og útgáfu, framleiðslu og dreifingu tónlistarefnis sem eina sérstaka atvinnugrein með óþrjótandi vaxtarmöguleika.

Í þessum löndum er opinberlega viðurkennt að um arðsaman iðnað sé að ræða sem byggja þurfi upp á markvissan og skilvirkan hátt. Á þeirri hugsun grundvallast opinberar stuðningsaðgerðir og hvatning.

1.0 Tónlist sem atvinnugrein

Talið er að íslenski tónlistariðnaðurinn skapi beint og óbeint á milli 750 og 1000 ársverk þegar allt er talið; þ.e. starfsmenn útgáfufyrirtækja, sölufólk í hljómplötuverslunum, höfundar, hljóðfæraleikarar, söngvarar, upptökumenn og aðrir tæknimenn, hönnuðir o.fl. Þannig er tónlistariðnaðurinn nú þegar orðinn mikilvæg atvinnugrein þótt honum hafi ekki verið markaður sérstakur bás í atvinnulífi þjóðarinnar.

Þegar lítið er á tónlistariðnaðinn í heild sem framleiðslugrein má segja að í meginatriðum skiptist hann í tvennt. Annars vegar tónlist sem sprottin er upp úr íslensku umhverfi og miðar að því að rækta íslenska menningu og bæta stöðu og hag viðkomandi flytjenda, útgefenda eða höfunda á íslenskum markaði. Helsta einkenndi þeirrar tónlistar er að hún er flutt á íslenskri tungu. Hins vegar er sú tónlist sem sprottin er af alþjóðlegum straumum. Hún miðar að þátttöku í tónlistarlífi og samkeppni utan Íslands - er með öðrum orðum samin til útflutnings. Helsta einkennið er að hún er flutt á ensku og á að efla íslenska tónlist í alþjóðlegu samhengi.

Í því fjölþjóðlega umhverfi sem við búum í þarf að styrkja hvort tveggja, efla íslenska menningu og sækja á alþjóðlegan markað. Segja má að það hafi ekki verið fyrr en eftir frábæran árangur Bjarkar Guðmundsdóttur á alþjóðamarkaði að almenningur og opinberir aðilar tóku að gera sér grein fyrir þeim stórkostlegu möguleikum sem felast í tónlistariðnaðinum. Margir flytjendur og höfundar með ágæta hæfileika geta fetað í slóð Bjarkar.

Greininni hefur ekki verið skapaður traustur grundvöllur eða skilyrði til að þrífast sem fjárhagslega sjálfstæð og öflug atvinnugrein sem skilar verulegum tekjum til þjóðarbúsins. Hætta er á að þessi veika staða hennar leiði til atgervisflotta hæfileikafólks úr tónlistariðnaðinum og má reyndar sjá þess skýr merki að sú þróun sé hafin.

Ljósvakamiðlarnir eru eitt áhrifamesta og öflugasta tækið til tónlistarkynningar og -dreifingar og því skiptir það meginmáli ef efla á íslenska tónlist að henni verði gert hærra undir höfði í íslenskum ljósvakamiðlum en raun hefur verið á undanfarin ár. Rás 1 og Rás 2 hafa staðið sig best íslenskra fjölmiðla á þessu sviði enda hvílir sérstök skylda á ríkisreknum fjölmiðlum. Áriðandi er að hlutdeild íslenskrar tónlistar í dagskrá einkarekinna útvarpsstöðva aukist verulega. Þá er einnig nauðsynlegt að tónlistarefni verði stóraukið í dagskrá sjónvarpsstöðvanna. Ljósvakamiðlunum ætti að vera það kappsmál að marka sér framtíðarstefnu í þessu efni. Það er forsenda sérstöðu þeirra í aukinni tækniþróun og alþjóðlegri samkeppni sem hafin er á þessu sviði.

Mikil umræða hefur átt sér stað víða í Evrópu um skyldur fjölmiðla við innlenda tónlist. Í Frakklandi hefur sú lagaskylda verið lögð á ljósvakamiðla að 40% alls tónlistarflutnings í útvarpi skuli vera á frönsku. Annars staðar á Norðurlöndum en hér er hlutur innlendra tónlistar á bilinu 30 - 40% án þess að til lagasetningar hafi komið.

Þar er virkur stuðningur ljósvakamiðla við innlenda tónlist ein meginforsenda gróskumikils heimamarkaðar og útrásar norræns tónlistariðnaðar á alþjóðlega markaði.

Ef unnt væri að stækka íslenska hljómplötumarkaðinn með því að selja jafnmikið erlendis og nú er gert á heimamarkaði eða fyrir um 574 mill. kr., þá myndu 25% - 40% þeirra verðmæta skila sér í árlegum útflutningstekjum sem næmu 144 - 240 milljónum kr. Þegar tekið er tillit til þess hve heimsmarkaðurinn er stór þá er þetta ákaflega hóflegt markmið. Náist það hins vegar skapast jafnframt aðrir tekjumöguleikar og varanlegum stöðum hefði þá verið skotið undir útflutning á íslenskri tónlist. Það er forsenda þess að margfeldisáhrifa á útflutningstekjur gætti til langframa.

2.0. Íslenskur markaður

Íslenskur tónlistarmarkaður er ekki stór í samanburði við nágrannalöndin og enn síður í alþjóðlegum samanburði.

Samanlögð hljómplötusala á Íslandi árið 1996 var 643 þúsund eintök og heildsöluverðmæti 579 milljónir króna. Heildarvelta í smásölu án virðisaukaskatts var 840 milljónir króna. Sama ár var heildarsala á íslenskum hljómplötum 274 þúsund eintök að heildsöluverðmæti 270 milljónir króna.

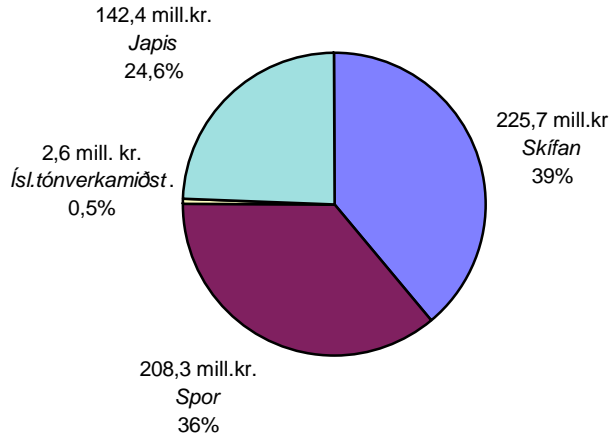
Áætluð sala á nýjum útgáfum var u.þ.b. 230 þúsund eintök og sé gert ráð fyrir að 140 nýir titlar hafi komið út jafngildir það því að meðaltalssala ársins 1996 hafi verið 1642 eintök af hverjum nýjum íslenskum titli.

Það er ljóst að jafnvel þótt einhver aukning verði á sölu hljómplatna hér á landi breytir það ekki þeirri staðreynd að Ísland er og verður “dvergmarkaður”. Smæðin kemur áttakanlega glöggt fram við samanburð á sölu ef miðað er við “Debut” og “Post”, fyrstu tvær plötur Bjarkar Guðmundsdóttur sem hafa selst í u.þ.b. 6 milljónum eintaka í heiminum, sem nemur liðlega nífaldrí árlegri heildarveltu íslenska hljómplötumarkaðarins eða 22 faldri heildarveltu innlendrar framleiðslu.

Mikilvægt er að skapaður verði eðlilegur grundvöllur í samkeppni við erlenda tónlist og aðrar list- og samkeppnisgreinar íslenskar. Það er aðkallandi að sækja á aðra markaði en slík sókn getur ekki skilað tilætluðum árangri ef heimamarkaður fyrir tónlist er vanræktur og samkeppnisskilyrði eru íslenskri tónlist í óhag.

Undanfarin tvö ár hefur Hagvangur hf, - GfK Europe á Íslandi séð um upplagseftirlit fyrir Samtök hljómplötuframleiðenda. Í því felst úttekt á sölu geislaplatna, hljómplatna og hljómsnælda hér á landi. Allir stærstu aðilar á Íslandi sem framleiða og selja íslenskt og erlent efni eru þátttakendur í þessari úttekt. Í nýútkominni skýrslu um úttekt Hagvangs fyrir árið 1996 kemur fram að heildarsalan frá 1.janúar 1996 til 31.desember 1996 var um 579,1 mill. kr. og seld voru 643.729 eintök. Heildarsalan er miðuð við heildsöluverð frá framleiðendum án virðisaukaskatts. Þetta er aukning upp á tæpar 74 mill. kr. frá árinu 1995 eða 12,7%. Árið 1995 var heildarsalan 505,4 mill. kr. Sala á innlendu efni jókst um tæpar 42 mill. kr. eða 15,5% en erlent efni um 31,7 mill. kr. (10,3%). Reikna má með að meðal smásöluálagning sé 45% og þannig má fá að smásölumarkaður ársins 1996 hafi verið um 1.045 mill. kr. með virðisaukaskatti hjá þeim aðilum sem eru með í þessari úttekt. Ef gert er ráð fyrir að þeir sem taka þátt í upplagseftirlitinu skýri 95% af markaðinum má gera ráð fyrir að smásölumarkaðurinn í sölu á geislaplötum, hljómplötum og snældum hafi verið um 1.100 mill. kr. árið 1996.

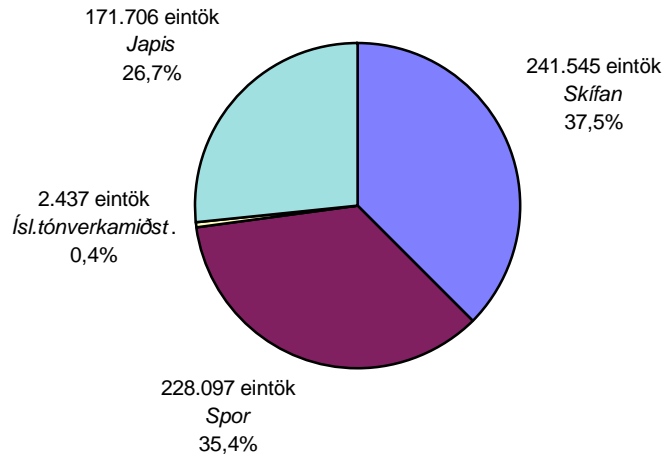
Sala hljómplötuframleiðenda 1996
VERÐMÆTI



| | | |
|-------------|-------|-----------------|
| Heildarsala | 1994: | 437,7 mill. kr. |
| | 1995: | 505,4 mill. kr. |
| | 1996: | 579,1 mill. kr. |

Heimild: Hagvangur hf. - GfK Europe á Íslandi

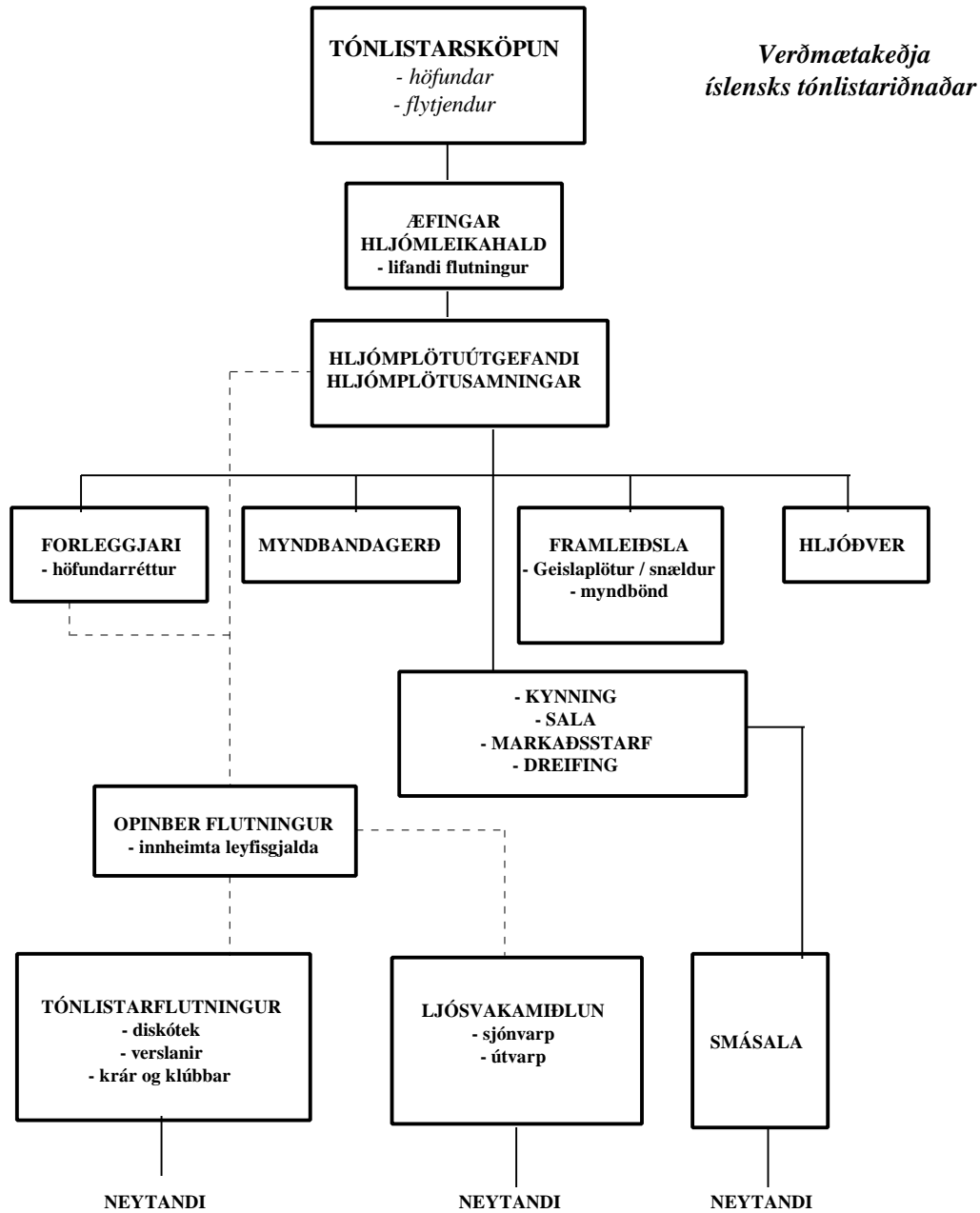
Sala hljómplötuframleiðenda 1996
MAGN



| | | |
|-------------|-------|----------------|
| Heildarsala | 1994: | 492.390 eintök |
| | 1995: | 567.944 eintök |
| | 1996: | 643.785 eintök |

Heimild: Hagvangur hf. - GfK Europe á Íslandi

Eftirfarandi flæðirit gefur góða mynd af því hvar verðmætasköpun á sér stað í íslenskum tónlistariðnaði.



2.1. Útgáfa

Á árinu 1996 voru gefnir út u.þ.b. 140 nýjir íslenskir titlar. Ný tækni til upptöku og framleiðslu á geislaplötum hefur leitt til þess að útgefnum titlum hefur fjölgað mikið. Útgáfan skiptist í markaðshljóðrit sem atvinnufólk stendur að annars vegar og einstakar tilfallandi útgáfur tónlistaráhugafólks hins vegar.

Meðaltalskostnaður við gerð og markaðssetningu íslenskrar hljómplötu er sýndur í eftirfarandi dæmi.

Upptökukostnaður:

(stúdíóleiga, hljóðfæraleikur,
upptökumaður, upptökustjóri o.s.frv.) 750,000 kr.

Framleiðslukostnaður:

(Hönnun, frumritun (mastering), pressun,
STEF- gjöld, flutningur o.fl.) 650,000 kr.

Sölu­kostnaður:

(Auglýsingar, dreifing o.fl.) 600,000 kr.

Samtals: 2,000,000 kr.

Heildsöluverð nýrrar íslenskrar plötu er kr. 1.070, sem þýðir að selja þarf 1,870 eintök til að standa undir meðalkostnaði við útgáfu hennar. Samkvæmt þessu vantar u.þ.b. 228 þús. kr. upp á að hver einstök íslensk útgáfa standi undir sér.

Útgáfukostnaður er því vitaskuld ærið misjafn og markmið útgáfunnar sömuleiðis. Markaðshljóðrit sem ætluð eru til útgáfu á alþjóðamarkaði eru margfallt dýrari en útgáfur sem einungis eru ætlaðar til sölu innanlands.

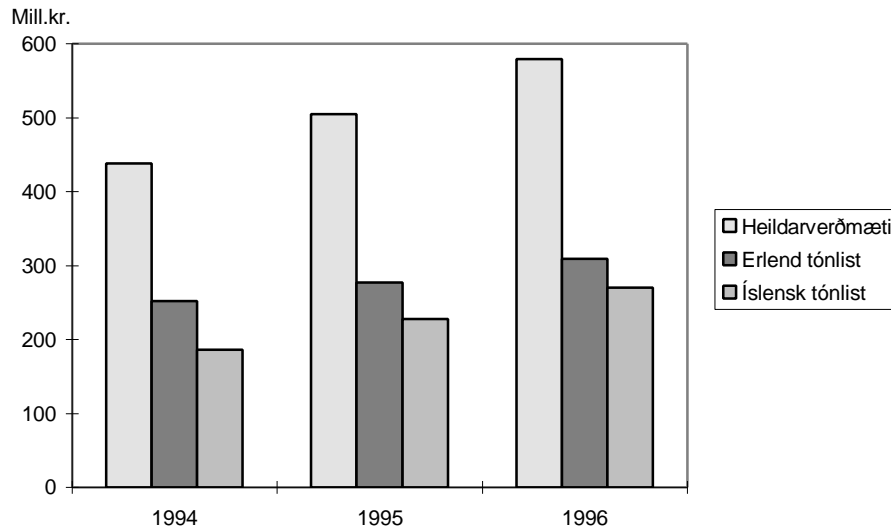
Niðurstaðan þessa útreiknings er því sú að heildarútgáfa nýrra íslenskra hljómplatna sé árlega rekin með 32 milljón króna halla. Þá hefur ekki verið tekið tillit til hlutar útgefanda og flytjenda sem báðir eiga sína þóknun undir því að útgáfan skili framlegð. Ennfremur hefur ekki verið tekið tillit til kostnaðarauka sem skapast af fullvinnslu útgáfa sem ætlaðar eru fyrir erlenda markaði. Meirihluta hallans bera því þeir einstaklingar eða hópar sem standa að útgáfu eigin efnis.

Þrátt fyrir að sala íslenskra hljómplatna skili ekki betri útkomu en dæmið hér að ofan sýnir verður að hafa í huga að tónlistariðnaðurinn byggir á mörgum fleiri þáttum en sölu nýrra íslenskra hljómplatna. Þeir þættir verða því að standa undir hallanum á íslensku útgáfunni.

Útgefendur geta náð þokkalegri framlegð með sölu erlendra hljómplatna en íslensk hljómplötuútgáfa getur ekki skilað neinni framlegð nema takist að afla markaða erlendis.

Staðfestar upplýsingar um heildarverðmæti íslensks tónlistarmarkaðar liggja ekki fyrir nema fyrir ári 1994 - 1996. Fram að þeim tíma var tollflokkun með þeim hætti að ekki var unnt að fá sundurliðaðar upplýsingar um innflutning hljómfanga. Frá 1994 hefur Hagvangur hf haft með höndum upplagseftirlit á heildarmarkaðinum fyrir Samtök hljómplötuframleiðenda.

Eftirfarandi tafla sýnir sölupróun í milljónum íslenskra króna árin 1994 - 96.



2.2. Réttindamál

Til þess að íslenskur tónlistariðnaður nái að eflast og skapa auknar tekjur fyrir alla sem hlut eiga að máli þarf að hafa í huga margvísleg atriði sem lúta að réttindum höfunda og flytjenda. Rómarsáttmálinn til verndar listflytjendum og hljómplötuframleiðendum var samþykktur í október 1961 og var fullgiltur af Íslands hálfu árið 1994.

Mjög stórstígar og hraðar tækniframfarir eiga sér stað í fjölmiðlun. Margvíslegar tækninýjungar kalla á endurskoðun á höfundarréttarlögum. Sú endurskoðun þarf að taka mið af þessum nýju dreifingarleiðum og þarf að tryggja eins og framast er unnt að höfundar njóti óskertra greiðslna fyrir tónlistarhugverk sem miðlað er með tölvutengdum netkerfum o.s.frv. og vistuð eru m.a. í gagnabönkum og söfnum.

Þegar fjallað er um tónlistaréttindi verður að hafa í huga að margir sérhópar eiga hagsmuna að gæta, hver á sínu sviði. Þessir hópar geta verið höfundar tónlistar, flytjendur, útgefendur, dreifingaraðilar o.s.frv. Þótt allir eigi þeir það sammerkt að vilja efla veg tónlistar og tónlistarflutnings, þá geta orðið innbyrðis hagsmunaárekstrar.

Á Íslandi eru starfandi nokkur félög tónlistarmanna, s.s. Félag íslenskra hljómlistarmanna (FÍH) sem er stærsta félagið og er félag þeirra sem flytja tónlist af hvaða toga sem er. Einnig er til Félag tónskálda og textahöfunda (FTT) Tónskáldafélag Íslands (TÍ) og Félag íslenskra tónlistarmanna (FÍT). Samband hljómplötuframleiðenda (SHF), Samband flytjenda og hljómplötuframleiðenda (SFH) og Samband tónskálda og eigenda flutningsréttar (STEF).

Höfundalögin nr. 73/ 29. maí 1972 fjalla ekki einungis um höfunda heldur einnig um listflytjendur og hljómplötuframleiðendur.

Í þessum hópi hefur tónlistarhöfundur notið einna sterkastrar verndar. Mikilvægt er að réttindi flytjenda og útgefenda njóti ekki síðri verndar þegar til lengri tíma er litið. Hugverk og opinber flutningur þess verða tæpast aðskilin, því hljóta hagsmunirnir þessara þriggja réttindahópa, höfunda, flytjenda og útgefenda að fara saman. Því er mikilvægt að þessir aðilar tali einni röddu máli tónlistarlífsins í einum samtökum.

Á undanförunum árum hefur farið fram endurskoðun á höfundalögum nr. 73/1972 á vegum menntamálaráðuneytisins og hefur endurskoðunarnefndin skilað tillögum um frumvarp til breytinga á lögnum. Frumvarpið var afgreitt sem lög frá Alþingi í desember s.l. Tilgangur lagafrumvarpsins er sá að samræma íslenska höfundalöggjöf ákvæðum tilskipana Evrópusambandsins á sviði höfundarréttar. Megintilgangur frumvarpsins er m.a. að lengja verndartíma höfunda úr 50 árum í 70 ár eftir andlát höfundar. Listflytjendur njóta nú þegar 50 ára verndartíma.

Tillögur nefndarinnar fela það einnig í sér að inntak listflytjendaverndar verður á mörgum sviðum nánast hið sama og höfundarverndar og réttarstaða samtaka listflytjenda og framleiðenda er bætt með tilliti til opinbers flutnings markaðshljóðrita. Ennfremur er réttarstaða notenda tölvuforrita færð til samræmis við ákvæði tilskipunar Evrópusambandsins á þessu sviði.

3.0. Alþjóðlegur tónlistariðnaður

Árið 1995 var metár í sölu tónlistar í heiminum en IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) telur að sala tónlistar hafi rúmlega þrefaldast á árunum frá 1984 til 1995. Heildarverðmæti þeirrar sölu hafi þannig aukist úr 12 milljörðum dollara í 40 milljarða dollara. Á síðustu fimm árum hefur heimsmarkaður vaxið að meðaltali um 6% á ári, mælt bæði í verðmætum og útgefnum eintökum.

Tónlistariðnaður er af eðlilegum ástæðum fyrirferðarmestur í iðnríkjunum og markaðir þar vega þyngst þegar litið er á allan heiminn.

Hér er átt við Bandaríkin, Evrópu, Japan og Ástralíu. Samanlagður markaður í þessum heimshlutum svarar til 85% söluverðmæta og nærri 70% af magni.

Þegar reiknuð er sala á hvert mannsbarn, þá nemur hún 2,9 einingum á hvern mann í iðnríkjunum samanborið við aðeins 0,3 einingar á mann í þróunarríkjum. Stærstu einstakir markaðir í Evrópu eru í Frakklandi, Þýskalandi og Bretlandi. Samanlögð sala á þessum mörkuðum er yfir 60% af allri sölu í álfunni.

Þegar skoðaðar eru sölutölur fyrir árið 1995 í einstökum löndum og bornar saman í 69 landa úrtaki kemur í ljós að Ísland er í fimmtugasta og öðru sæti (52). Miðað er við heildarsmásöluverslun í bandaríkjadöllum. Bandaríkin skipa sæti 1, Japan 2, Þýskaland 3, Bretland 4 og Frakkland 5. Svíþjóð er í 16. sæti, Danmörk í 18., Noregur í 20. og Finnland í 29. sæti. Við hlið Íslands eru Nígíría í 51. sæti og Rúmenía í 53.

Framtíðarspám um vöxt tónlistariðnaðarins í heiminum ber saman um að mestur vöxtur verði á svæðum þar sem hagkerfi eru í örum breytingum eða á mörkuðum sem kallast á ensku “emerging markets”. Dæmi um slíka vaxtarspá má sjá í eftirfarandi töflu.

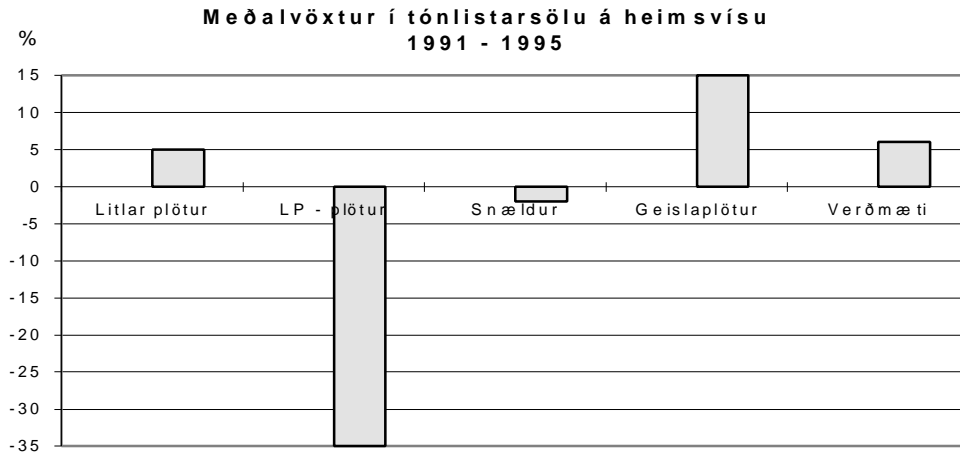
**Spá um markaðsvöxt
1995 - 2000**

| Svæði | % |
|----------------|----------|
| Austur-Evrópa | 420 |
| Asía | 230 |
| Suður-Ameríka | 120 |
| Ástralía | 80 |
| Aðrir markaðir | 25 |
| Japan | 20 |
| Vestur-Evrópa | 20 |
| Norður-Ameríka | 4 |

Heimild: Music Business Internat.
1995

Einn helsti drifkrafturinn í tónlistariðnaðinum í dag er tæknin sem sífellt býður upp á ný tækifæri í framleiðslu og dreifingu. En hún getur líka haft í för með sér ákveðna hættu sem felst í stuldi og ólöglegri dreifingu á tónlist. Örar tækniframfarir í framleiðslu markaðshljóðrita ásamt breytingum á hljómflutningstækni hafa valdið því að söluhlutfall hvers konar markaðshljóðrita hefur breyst. Fyrir tíu árum voru LP- hljómplötur gerðar úr “vinyl” nær allsráðandi á markaðinum, hljóðsnældur unnu á en á síðustu árum hefur geislaplatan sigrað.

Meðfylgjandi mynd sýnir glögg þróun markaðarins með tilliti til ýmissa tegunda af markaðshljóðritum og þau áhrif sem tækniþróunin á hverjum tíma hefur á þennan markað. Vakin er athygli á því að það sem nú kallast "litlar" plötur eru geislaflötur sem á eru oftast allt að 30 mínútum af tónlist.



Heimild: IFPI

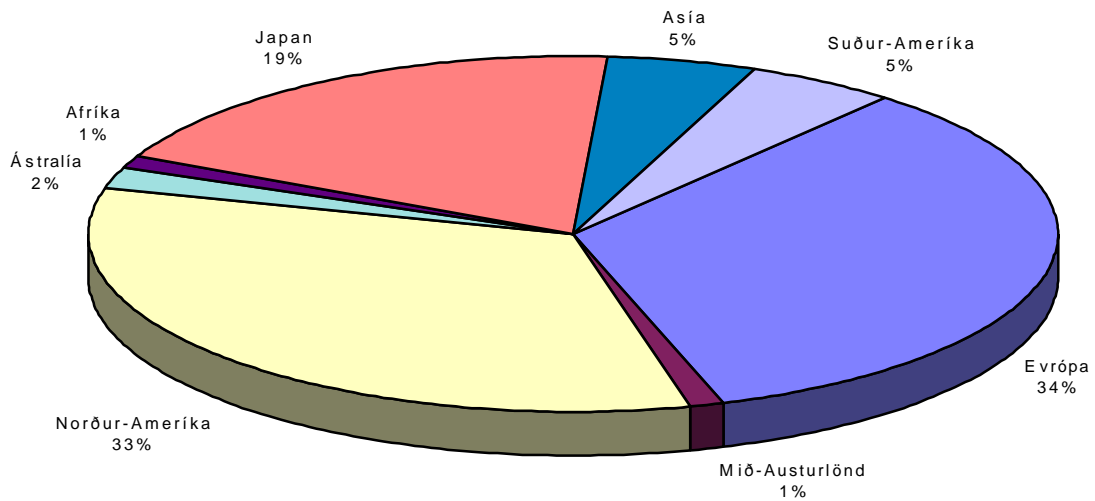
Eftirfarandi tafla gefur góða mynd af sölupróun markaðshljóðrita á heimsvísu á tíu ára tímabili samanborið við sölu í Evrópu. Tölurnar ná aðeins yfir löglega sölu en IFPI áætlar að ef ólöglegar útgáfur (pirate sales) eru teknar með í reikninginn og verðmæti þeirra áætlað 2,3 milljarðar dollara hækki markaðsverðmæti í heild upp í 38 milljarða dollara fyrir árið 1994.

Sala markaðshljóðrita á heimsmarkaði borið saman við sölu í Evrópu árin 1984 -1994

| Ár | <i>Smásöluverðmæti</i> (Milljónir \$) | | <i>Seldar einingar</i> (Milljónir) | | | | | | | |
|------|--|---------------|---------------------------------------|------------|--------------------|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|
| | <i>Öll markaðshljóðrit</i> | | <i>Litlar plötur</i> | | <i>LP - plötur</i> | | <i>Snældur</i> | | <i>Geislaflötur</i> | |
| | Heimssala | Evrópa | (singles) Heimssala | Evrópa | Heimssala | Evrópa | (MC's) Heimssala | Evrópa | Heimssala | Evrópa |
| 1984 | 12.000 | 2.796 | 750 | 249 | 800 | 264 | 800 | 176 | 20 | 7 |
| 1987 | 17.000 | 5.803 | 390 | 197 | 590 | 227 | 1.150 | 234 | 260 | 84 |
| 1990 | 24.050 | 9.347 | 341 | 143 | 339 | 144 | 1.446 | 280 | 770 | 286 |
| 1992 | 28.705 | 10.531 | 332 | 116 | 126 | 40 | 1.552 | 222 | 1.153 | 433 |
| 1994 | 35.533 | 11.177 | 391 | 146 | 38 | 11 | 1.383 | 185 | 1.741 | 607 |

Heimild: IFPI

Hlutfallsskipting hljómplötusölu árið 1995 eftir heimshlutum



Heimild: IFPI

4.0. Markaðssetning á tónlist

Markaðssetning á afurðum tónlistariðnaðarins er flókið mál og sala ekki sjálfgefin eða auðveld fremur en við á um aðrar markaðsvörur. Hafa verður hugfast að í útflutningi af þessu tagi á sér stað bæði flutningur fullbúinnar framleiðsluvöru og tíma- og svæðisbundið framsal huglægra verðmæta, þ.e. réttinda sem útgefandi hefur aflað sér samkvæmt samningum við höfunda og flytjendur. Hér á eftir er gerð grein fyrir helstu samningsformum, hugtökum og tekjustofnum sem tengjast markaðssetningu á tónlist.

4.1. Framsalssamningur útgáfuréttinda

(Record Licensing Agreements)

Þess konar samningur er t.d. gerður á milli erlends útgefanda (Record Company) og íslensks útgefanda sem á hljóðritanir samkvæmt samningi við íslenskan flytjanda. Samningurinn kveður á um að hinn erlendi útgefandi markaðssetji hljóðritanirnar í ákveðnu landi eða löndum. Fyrir framsalið fær hinn íslenski útgefandi greidda þóknun sem er ákveðinn hundradshluti, oftast af heildsöluverði útgáfunnar.

Oft er einnig greidd óafturkræf fyrirframgreiðsla inn á væntanlega þóknun. Þóknunin er að jafnaði á bilinu frá 10 - 25% af heildsöluverði (Published Price to Dealer eða PPD). Íslenski útgefandinn og flytjandinn skipta þóknuninni á milli sín samkvæmt þar að lútandi samningi.

Einnig eiga upphaflegir rétthafar rétt á þóknun vegna opinbers flutnings (útvarp, sjónvarp o.fl.) samkvæmt samningum og að því tilskildu að svonefndur Rómarsáttmáli um vernd listflytjenda og hljómplötuframleiðenda sé í gildi í löndum beggja rétthafa.

4.2. Framsalssamningur höfundaréttinda

(Publishing Licensing Agreements)

Sá samningur er gerður á milli erlends forleggjara (Publishing Company) og íslensks forlags sem fer með höfundarrétt samkvæmt samningi við íslenskan höfund. Samningurinn kveður á um að hinn erlendi forleggjari vinni að útbreiðslu tónsmíðar og sjái um innheimtu höfundarlauna í ákveðnu landi eða löndum. Innheimta höfundarlauna er tvíþætt og skiptist í fjölföldunarréttindi (mechanical copyright) og laun fyrir opinberan flutning verka (public performance).

4.2.1. Fjölföldunarréttindi (Mechanical Copyright)

Hér er um að ræða ákveðna þóknun sem handhafi höfundarréttar tónsmíðar fær af heildsöluverði af hverju seldu eintaki. Víðast hvar í Evrópu er heildarþóknunin um 7 - 9%. Erlendi forleggjarinn innheimtir þessa þóknun hjá innheimtumiðstöð höfundarréttihafa (sbr. STEF) og afhendir íslenskum forleggjara að frádreginni eigin þóknun. Íslenskur forleggjari og höfundur skipta síðan tekjum sem eftir eru með sér samkvæmt samningi sín á milli.

4.2.2. Opinber flutningur (Public Performance)

Þóknun þessa fær handhafi höfundarréttar tónsmíðar vegna opinbers flutnings hennar, þ.e. í ljósvakamiðlum, á skemmtistöðum, á tónleikum, í kvikmyndum o.s.frv. Samkvæmt samningi höfundar og upphaflegs (íslensks) forleggjara skulu innlend höfundarréttarsamtök (STEF) innheimta að lágmarki helming þessara tekna beint frá systursamtökum sínum í því landi þar sem hinn opinberi flutningur fer fram. Hinn helmingurinn er innheimtur af erlenda forleggjaranum, sem greiðir síðan til upphaflegum forleggjara að frádreginni þóknun samkvæmt samningum þeirra á milli.

Útreikningur þóknunar, hvort heldur er vegna fjölföldunarréttinda eða opinbers flutnings, er mismunandi eftir löndum en forsenda allra þóknana er að viðkomandi lönd séu aðilar að svonefndum Bernarsáttmála um vernd höfundarréttar að bókmennta- og listaverkum.

Höfundar- og grenndarréttur er samheiti fyrir öll ofangreind réttindi.

4.3. Útflutningur hljómfanga

Algengast er að erlendur kaupandi hljómfanga greiði fyrir afhent eintök af fullbúinni vöru en innifalin í verðinu eru öll réttindi (þ.e. þóknun til flytjenda og útgefenda og fjölföldunarréttindi til höfunda).

Þessum útflutningi hefur ekki mikið verið sinnt á undanförunum árum enda íslensk hljómföng gerð fyrir íslenskan markað. Aukinn áhugi erlendis á því sem séríslenskt er býður nú upp á möguleika á þessu sviði.

4.4. Margmiðlun

Margmiðlun eða “multimedia” er nýtt fyrirbæri sem ryður sér hratt til rúms og er tónlist einn hluti hennar. Hlutdeild rétthafa í þessari nýjung hefur enn ekki verið fullmótuð enda engir alþjóðlegir heildarsamningar sem taka til vægis hinna ýmsu rétthafa sem hér eiga hlut að máli. Ljóst er að tæknin er komin talsvert á undan þeim samningsaðilum og öðrum sem um þetta fjalla. Engu að síður blasa við mörg tækifæri í þeim iðnaði sem tengist margmiðlun og jafnvel helstu vaxtarmöguleikar tónlistariðnaðarins þegar litið er til framtíðar.

5.0. Alþjóðleg stefnumörkun í tónlistarútflutningi

Nú bjóðast mörg ný tækifæri til útflutnings. Annars vegar eru heimamarkaðir evrópskra hljómplötufyrirtækja að stækka vegna evrópska efnahagssvæðisins og GATT - samninganna. Hins vegar opnast nýir markaðir í Asíu, Mið- og Suður-Ameríku með því að þessi svæði eru óðum að viðurkenna alþjóðasáttmála um höfundar- og grenndarrétt. Stjórnvöld í Evrópu hafa flest áttað sig á þessari þróun og markað skýra stefnu um stuðning við útgáfu tónlistar. Markmiðið er að skapa útflutningstekjur og stuðla þannig að því að tónlist geti orðið öflug atvinnugrein. Grundvallarforsenda þessa stuðnings er að fyrirtæki sem í greininni starfa njóti sambærilega skilyrða og önnur útflutningsfyrirtæki.

Þetta hefur í reynd valdið talsverðri viðhorfsbreytingu þar sem viðskiptaleg gildi hafa fengið aukið vægi og hætt er að líta á tónlist eingöngu sem hluta af menningu þjóðar en farið að líta á hana einnig sem samkeppnisiðnað. Afleiðingin hefur orðið sú að veruleg breyting er orðin í mennta- og menningarráðuneytum, sem víðast hafa farið með þennan málaflokk, og hann hefur færst að hluta til inn í atvinnumálaráðuneyti eins og t.d. iðnaðar- og viðskiptaráðuneyti.

Eftirtektarvert er hvernig staðið er að stuðningi við tónlistariðnað í mörgum vestrænum löndum enda er viðurkennt að stuðningsaðgerðir skila sér margfaldar í tekjum til ríkisins aftur. Sem dæmi um slíkan stuðning má benda á nokkra þætti sem lögð er áhersla á í eftirtöldum löndum.

Ástralía: Innlend áströlsk tónlist hefur leitt af sér iðnað sem veltir meira en 80 milljörðum íslenskra króna á ári og veitir 60 þúsundum manna atvinnu. Á síðustu tíu árum hefur markaðshlutdeild þeirra í heimsviðskiptunum aukist. Í Ástralíu er litið svo á að vöxtur greinarinnar sé mikilvægur í ljósi; gjaldeyrstekna, atvinnutækifæra fyrir ungt fólk og alþjóðlegrar ímyndar Ástralíu.

Frakkland: Í Frakklandi er fylgt mjög framsækinni stefnu til verndunar og framgangs franskri tónlist og til eflingar fransks tónlistariðnaðar. Áður hefur verið minnst á löggjöf sem skyldar útvarpsstöðvar til að flytja franska tónlist að lágmarki 40 %. Stjórnvöld veita ríflegar fjárhæðir í viðgang tónlistar innanlands og í sókn á erlenda markaði með beinum stuðningi t.d. við upptökur, hljómleikahald, gerð myndefnis, ráð- og kaupstefnuhald ásamt ýmsu öðru. Þá er lögð áhersla á ráðgjöf og leiðbeiningastarf sem miðar að því að þroska nýliða í franskri tónlist.

Franska utanríkisþjónustan hefur með höndum öflugt kynningarstarf á franskri tónlist erlendis m.a. með rekstri sérstakra kynningarskrifstofa í mörgum löndum.

Belgía: Í hinum franska hluta Belgíu sem telur 4,4 milljónir manna veita opinber stjórnvöld tónlistariðnaðinum beinan fjárstuðning sem nemur 110 - 120 milljónum króna. Slíkur stuðningur er veittur m.a. vegna hljóðupptaka, myndbandagerðar og hljómleikahalds, tónlistarhátíða, ráðstefnuhalds og hljómleikaferða erlendis sem er liður í markaðssetningu Belgískrar tónlistar alþjóðlega.

Kanada: Á milli 250 og 300 milljónum króna er veitt árlega í beinan stuðning við tónlistariðnaðinn í Kanada. Þetta fé er m.a. notað í eftirfarandi verkefni; til að hjálpa hljómplötufyrirtækjum og flytjendum við verkefnavinnslu og til alþjóðlegrar markaðssóknar, s.s. þátttöku í ráðstefnum og hljómleikaferðalögum. Einnig er veittur mikilvægur stuðningur við ungt hæfileikafólk til að gera prufuupptökur sem auðveldar því að fá útgáfusamninga.

Danmörk: Í Danmörku eru til margs konar úrræði til stuðnings við tónlistariðnað þar í landi. T.d. má nefna ROSA (The Danish Rock Council) sem eru regnhlífarsamtök ýmissa aðila tónlistariðnaðarins og MIC (Music Information Centre). Hlutverk þessara aðila er m.a. að vinna að alþjóðlegri útbreiðslu danskrar tónlistar með því að greiða niður þátttökukostnað danskra útgáfufyrirtækja í alþjóðlegum kaupstefnum. Með greiðslu ferðakostnaðar tengdan hljómleikaferðum erlendis og með stuðningi við ungt hæfileikafólk við hljómleikahald og gerð sýnisplatna og námskeiðahaldi þar sem því gefst kostur á að fræðast að reyndu atvinnufólki í greininni.

Í samanburði við önnur lönd hefur Ísland sérstöðu, á þessu sviði, sem felst í smæð heimamarkaðarins. Tónlistarfyrirtækin eru smá og geta ekki aflað mikilla tekna heima fyrir andstætt því sem gerist á meðal stærri þjóða. Af þessari ástæðu er brýnt að efla stuðning stjórnvalda við íslenskan tónlistariðnað.

6.0. Útflutningur á íslenskri tónlist

Svo kann að virðast sem íslensk tónlistarframleiðsla sé ólíkleg útflutningsvara. Íslenskur tónlistariðnaður er líklega frekar til vegna atorku þeirra sem að honum standa en þeirra skilyrða sem honum eru sköpuð. Með þeim breytingum sem nú ganga yfir og eru smám saman að gera heiminn að einni markaðsheild virðist skilningur stjórnvalda einnig vaxa á mikilvægi þess að fjárfesta jafnt í huglægum verðmætum sem föstum munum. Það er meginatriði að íslenskum tónlistariðnaði verði sköpuð sambærileg skilyrði og öðrum atvinnugreinum sem studdar eru af opinberum aðilum til útflutnings og alþjóðasamkeppni.

Hagkvæm nýting fjármuna í því skyni felst í aukinni menntun, þekkingu og vörubrúun innan atvinnugreinarinnar og stóraukinni fjárfestingu í markaðsleit og kynningu erlendis.

Þó að íslenskur tónlistarmarkaður sé lítill er hann mjög fjölbreyttur og hefur metnað til að bera sig saman við það besta á alþjóðavettvangi.

Hér hefur skapast staðgóð þekking og reynsla í alþjóðasamningagerð og markaðssetningu. Í því sambandi má nefna fyrirtæki s.s. Spor ehf sem hefur lagt sérstakt kapp á að byggja upp sambönd við erlend útgáfufyrirtæki og hefur þegar gert útgáfusamninga víða um heim. Íslensk tónverkamiðstöð hefur unnið að kynningu íslenskrar tónlistar og stofnað til víðtækra sambanda á því sviði. Einnig hefur Tónverkamiðstöðin verið að hasla sér völl sem upplýsingamiðstöð fyrir íslenskan tónlistariðnað og m. a. skipulagt þátttöku íslenskra fyrirtækja í tónlistarkaupstefnum sem haldnar eru reglulega víða um heim. Sú hugmynd hefur komið fram að Útflutningsráð sinni víðtækum kynningar- og markaðsverkefnum erlendis enda er slík starfsemi beinlínis á verksviði þess.

Fyrirtækið Smekkleysa ehf hefur komist í samband við útgáfufyrirtæki víða í Evrópu og haldið úti ákveðinni starfsemi í Bandaríkjunum. Skífan ehf hefur einnig gert samninga við erlenda útgefendur. Ný fyrirtæki eru að hasla sér völl á þessu sviði þannig að athafnir aukast á þessum vettvangi.

Grundvöllur frekari uppbyggingar er því traustari en virðist, fljótt á litið. Því er nauðsynlegt að stuðningur stjórnvalda miðist við að þær tekjur sem höfundar- og grenndarréttur skapar skili sér inn í íslenskt efnahagslíf.

6.1. Aðgangur að fjármagni

Ef að líkum lætur verður mikil breyting á fjárfestingarlánasjóðum hér á landi á þessu ári. Unnið er að því að sameina þrjá af sjóðum atvinnulífsins í einn öflugan fjárfestingarbanka.

Eitt meginmarkmiðið með þessum breytingum er að rífa niður þær girðingar sem hafa verið á milli atvinnuveganna.

Öflugur fjárfestingarbanki yrði mikil lyftistöng fyrir íslenskt atvinnulíf því að með honum skapast nýjar leiðir til fjármögnunar sem skort hefur. Tónlistariðnaðurinn á að hafa sama aðgang og aðrar atvinnugreinar að fjárfestingarbankanum við útvegum framkvæmdafjár, t.d. til fullvinnslu á hljóðupptökum og markaðssetningar erlendis.

Jafnframt stofnun hins nýja banka er gert ráð fyrir að setja á stofn sérstakan nýsköpunarsjóð. Hann er hugsaður sem framlag ríkisins til atvinnuveganna og myndi verða nokkurs konar sjálfseignarstofnun í umsjá ríkisins með ríflegt stofnfé. Sjóðnum er ætlað skapa sér arð af stofnfénu til að standa undir lánveitingum.

Nýsköpunarsjóðurinn á að veita áhættulán sem byggjast á framtíðarvirði viðskiptahugmynda fremur en beinum veðum, s.s. fasteignum. Að þessum sjóði þarf tónlistariðnaðurinn eiga aðgang til jafns við aðrar atvinnugreinar.

7.0. Niðurlag

Hér á undan hefur verið bent á hinn mikla vaxtarbrodd sem felst í íslensku tónlistarlífi og þau markaðstækifæri sem bjóðast í heimsviðskiptum með tónlist. Einnig hefur verið vakin athygli á einstökum og almennum aðgerðum erlendra stjórnvalda sem varða tónlistariðnað og útflutning. Fjármagn til slíkra aðgerða hérlendis fæst hvorki sem fárfestingarlán né fé úr einstökum verkefnasjóðum nema að óverulegu leyti, heldur þarf að tryggja stöðugt fjárstreymi til að efla þessa grein.

Hér hefur verið bent á þann kost að nota hluta virðisaukaskatts af íslenskum hljómplötum til að skapa slíkt fjárstreymi. Virðisaukaskattur af lista- og menningarstarfsemi er umdeildur og innan Evrópusambandsins er nú rætt um að taka upp sérstakan 6% menningarskatt á allar listgreinar. Hvort sú verður raunin hér á landi skal ósagt látið. Hins vegar bera íslensk tónlist, kvikmyndir og bókmenntir misháan virðisaukaskatt. Á tónlist er hann 24,5% en á bókum 14,5%. Kvikmyndir bera hins vegar ekki virðisaukaskatt og á málverkum er hann enginn. Oft hefur verið bent á þetta misvægi. Ef að hluta skattsins yrði ráðstafað til að efla tónlistariðnaðinn þá er raunhæft að miða við að lögð verði til hliðar fjárhæð sem nemur mismun á virðisaukatti af söluverði tónlistar og bókmennta.

Miðað við sölu á íslenskri tónlist árið 1996 nemur þessi upphæð 40 milljónum króna. Það fé yrði notað til uppbyggingar í greininni á íslenskum forsendum og koma á fót markvissum útflutningi á íslenskri tónlist sem skilar tekjunum hingað til landsins.

Líkt og í öðrum iðngreinum er vörubrúun og markaðssetning í tónlistariðnaði kostnaðarsöm og verður ekki framkvæmd án fjárhagslegrar áhættu. Leiðin til frægðar og frama er oftast þyrnum stráð og torsótt. Aftur á móti hefur það sýnt sig að íslenskt tónlistarfólk á erindi sem erfiði á erlendum tónlistarmarkaði.

Ísland hefur sjaldan eða aldrei verið jafnmikið í brennidepli á þessu sviði og einmitt nú. Í nýlegri umfjöllun erlendis um íslenska tónlist var vakin athygli á ýmsum nýjungum í tónlist sem hafa komið fram á sjónarsviðið hér á landi á undanförunum árum. Fjallað var um íslenskt listafólk og margvísleg séreinkenni sem tónlist þess hefur og umhverfið sem hún er sprottin úr. Einnig var bent á það að héðan sé að vænta nýrra tónlistarstrauma sem líklegir eru til að ná hylli erlendis á komandi árum. Af þessu má ráða að markaðstækifæri eru fyrir hendi ef á annað borð tekst að nálgast þau. Það má því með rökum fullyrða að nú sé lag að hefja sókn í útflutningi á íslenskri tónlist.

Heimildir:

- Steinar Berg Ísleifsson: “Tónlistariðnaðurinn og alþjóðlegir samningar Spors hf”.
- Steinar Berg Ísleifsson: “Tónlistarmarkaðurinn í Asíu”.
- BDG/Canada: *Cultural Industries Development Fund*.
- IFPI (International Federation of the Phonographic Industry):
“*The Recording Industry in Numbers 1995*”.
- IFPI: “*Striking the Right Note* A submission to government on the development of the Irish music industry”.
- Anders Beyer “*Drømmen om et fællesskab*” ritgerð.
- Export Music Sweden: Update Nr. 3 1996.
- Music Business International, maí 1995.
- Hagvangur hf, - GfK á Íslandi / J.M.Pétursson: “*Upplagseftirlit Samtök hljómplötuframleiðenda 1.-4. ársfj.1996*”.