

# Affärsmodeller inom musikindustrin

## Utveckling och samverkan med lagstiftning

Fredrik Nilsson

Kandidatuppsats i handelsrätt

Immaterialrätt

HT2011

Handledare

Jonas Ledendal



LUNDS UNIVERSITET

Ekonomihögskolan



# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning .....</b>	<b>10</b>
1.1 Bakgrund .....	10
1.2 Syfte .....	11
1.3 Avgränsningar .....	11
1.4 Metod och material .....	11
1.5 Disposition .....	11
<b>2. Musikindustrin – en översikt .....</b>	<b>13</b>
2.1 Musikindustrins struktur .....	13
2.1.1 Musikförlag .....	13
2.1.2 Musikbolag .....	14
2.1.3 Majorbolag .....	14
2.1.4 STIM .....	15
2.2 Lagring och uppspelning av musik .....	15
2.2.1 Historia – musikbolagens storhetstid .....	15
2.2.2 Nutid – den digitala musikens tid .....	16
<b>3. Illegala musiktjänster .....</b>	<b>19</b>
3.1 Illegal fildelning .....	19
3.1.1 Napster .....	19
3.1.2 BitTorrent .....	19
3.1.3 The Pirate Bay .....	20
<b>4. Legala musiktjänster .....</b>	<b>21</b>
4.1 Affärsmodeller för digital musik .....	21
4.2 Downloads - nedladdningar .....	22
4.2.1 iTunes .....	22
4.3 Streaming och prenumerationstjänster .....	23

4.3.1	Spotify.....	24
4.4	Internetleverantörer och mobiloperatörer .....	25
4.4.1	Telia och Spotify.....	25
4.5	Lagra och spela upp musik digitalt .....	26
4.5.1	Smartphones och moln-tjänster .....	26
<b>5.</b>	<b>Rättslig problematik och åtgärder .....</b>	<b>27</b>
5.1	Information.....	27
5.2	DRM – Digital Rights Management .....	28
5.3	Lagstiftning .....	29
5.3.1	Upphovsrättslagen .....	29
5.3.2	IPRED .....	30
5.3.3	Praxis .....	31
<b>6.</b>	<b>Analys.....</b>	<b>35</b>
6.1	Efterfrågan styr affärsmodellerna .....	35
6.2	Effekter av en digital marknad .....	35
6.3	Balansakt påverkar affärsmodeller.....	36
6.4	Juridisk komplexitet .....	37
6.5	Marknaden idag och i framtiden .....	38
6.5.1	Upphovsmän .....	38
6.5.2	Musikbolag och musikförlag .....	38
6.5.3	Illegala musiktjänster .....	38
6.5.4	Legala musiktjänster .....	39
6.5.5	Rättsväsendet .....	39

# Sammanfattning

Dagens musikindustri i Sverige skiljer sig markant jämfört med densamma för tjugo år sedan. Den tekniska utvecklingen har skapat möjligheter för nya affärsmodeller att kunna etablera sig på musikmarknaden. Affärsmodellerna styrs till stor del av en balansakt mellan vad som musik-konsumenterna efterfrågar och krav från övriga intressenter på musikmarknaden. Dessa övriga aktörer består bland annat utav legala och illegala musiktjänster, internetleverantörer, mobiloperatörer, rättsväsendet och musikbolag.

Upphovsrättslagen har en central funktion för den digitala musikindustrin i Sverige. Upphovsrätten ger den som har skapat ett verk, vilket exempelvis kan vara ett musikaliskt verk, ensamrätt till detta. Verket är därmed skyddat och kan inte användas i något slags sammanhang utan tillåtelse av upphovsmannen, det vill säga den som har skapat verket. Till en början bestod den digitala musikmarknaden till stor del av en illegal musikkonsumtion som stred mot de upphovsrättsliga reglerna. Den tekniska utvecklingen bidrog till att många svenskar valde, och ännu idag väljer, att via internet fildela musik illegalt. De illegala musiktjänsterna kunde erbjuda ett stort utbud av musik gratis. Detta är ett erbjudande som utgjorde en markant skillnad gentemot den tidigare icke-digitala musikmarknaden och blev så populärt att det av allmänheten accepterades, trots att det stred mot svenska lagregler.

Nya legala affärsmodeller har utvecklats för att kunna konkurrera med de illegala musiktjänsterna. Konkurrensen är hård och deras framgång beror av hur pass väl de kan tillfredställa musik-konsumenterna och deras allt högre krav på musiktjänster. Reglerna kring upphovsrätten kan inte reglera musikmarknaden i särskilt hög grad, så rättsväsendet har valt att undvika allt för stora ställningstaganden utan istället låtit övriga aktörer på musikmarknaden själva fördela makten inom den digitala musikindustrin.



# Summary in English

The Swedish music industry of today is completely different compared to the industry twenty years ago. The technological development has created opportunities on the music market for new business models to establish. The business models are ruled by a balancing act between what the music consumers request and the demands from the rest of the interested parties of the music market. These parties are for example legal and illegal music services, internet providers, mobile operators, the legal system and record labels.

The Swedish copyright act has a main function of the digital music industry in Sweden. The copyright act gives the creator of a work sole right. Therefore the work is protected and cannot be used without the creators permission. In the early days, the digital music market largely consisted of illegal music consumption which was in conflict with the copyright regulations. The technological development conducted to the fact that many Swedes chose, and still chooses, to file-share illegally via the internet. The illegal music services could offer a wide range of free music. This offer was significantly different compared to the non-digital music market and became so popular that it was accepted by the general public, even though it contradicted the Swedish law.

New legal business models have been developed to challenge the illegal music services. There is a tough competition between the two alternatives and the success depends on their ability to satisfy the music consumers and their increasing demands regarding music services. The copyright regulations cannot in a large extent regulate the music market and therefore the legal system decided to avoid making major statements and rather let the market allocate the power within the digital music industry.





# Förkortningar

CD	Compact Disc
DRM	Digital Rights Management
DVD	Digital Versatile Disc
EMI	Electric and Musical Industries Ltd.
EU	Europeiska unionen
FST	Föreningen Svenska Tonsättare
FTP	File Transfer Protocol
GLF	Grammofonleverantörernas Förening
HD	Högsta domstolen
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry
IPRED	Intellectual Property Rights Enforcement Directive
ISP	Internet Service Provider
NJA	Nytt juridiskt arkiv
P2P	Peer-to-peer
SABAM	Société d'Auteurs Belge – Belgische Auteurs Maatschappij
SFS	Svensk författningssamling
SKAP	Svenska Kompositörer Av Populärmusik
SMFF	Svenska Musikförläggareföreningen
STIM	Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå
SvD	Svenska Dagbladet
URL	Upphovsrättslagen
USA	United States of America
VD	Verkställande Direktör

# 1. Inledning

## 1.1 Bakgrund

Förändring har skett vad gäller vilken metod som används för att lagra och spela upp musik. Från 78-varvare och vinylskivor fram till CD-skivan har en och samma affärsmodell använts för distribution och försäljning utav musik. De stora aktörerna på musikmarknaden, de fyra så kallade majorbolagen, har agerat konservativt och endast lanserat ny teknik då de har kunnat ha full kontroll över samtliga led vad gäller distribution och strategiska ställningstaganden. Denna kontroll rasade dock samman i samband med en teknisk revolution.

I och med att ny teknik, persondatorer och internet, erövrar hela världen kan musikindustrins giganter inte längre fullt ut kontrollera utvecklingen. Med hjälp av persondatorer i hemmen kan många svenskar koppla upp sig mot internet och på särskilda hemsidor eller via särskilda program ladda hem musik i filformat som kräver ytterst lite lagringskapacitet jämfört med tidigare. Svenskar får tillgång till musik med hög ljudkvalitet utan att behöva betala en enda krona. Modellen att via nätverk ladda ned musik och ladda upp och tillgängliggöra musik för andra kallas för fildelning och blir snabbt oerhört populär. Men denna folkrörelse innebär problem då den är illegal. All musik är skyddad, främst med hjälp av Upphovsrättslagens regler, och de som skriver och framför musik till de stora musikbolagen och musikförlagen får inte betalt för sina musikaliska verk och prestationer.

Musikindustrin har svårt att kunna konkurrera med den illegala fildelningens villkor. Många musik-konsumenter anser att stora mängder musik helt gratis överträffar musikindustrins erbjudanden, och även om det inte är tillåtet så anses risken för straff och påföljder vara minimal. De fysiska skivornas tid är över och den digitaliserade musikindustrin tar vid.

Vid sidan om den illegala fildelningen växer en ny musikindustri fram, en marknad som inte längre styrs av de etablerade musikföretagen. Ny teknik tillsammans med konsumenternas allt hårdare krav på användningsområden resulterar i helt nya affärsmodeller och musiktjänster. Det finns dock en juridisk komplexitet och problematik kring den digitala musikmarknaden, som de nya affärsmodellerna behöver beakta.

## 1.2 Syfte

Denna uppsats syftar till att undersöka utvecklingen inom svensk musikindustri och dess affärsmodeller samt hur väl dessa modeller och musiktjänster har anpassat sig och kan samverka med svensk lagstiftning, i synnerhet Upphovsrättslagen. Ett affärsmässigt, rättsligt och samhällsanalytiskt perspektiv låg till grund för studier av musikmarknadens struktur, vad gäller exempelvis intressenter och tjänster, vilket resulterade i en analys av hur musikmarknaden, utifrån tidigare nämnda perspektiv, ser ut i dagsläget och kan komma att se ut i framtiden.

## 1.3 Avgränsningar

Området för uppsatsen kan studeras ur flertalet perspektiv. Rättsliga aspekter studeras och uppsatsen präglas även starkt av affärsmässiga aspekter. Genom att väga in ekonomiska inslag, och även ett samhällsanalytiskt perspektiv, var strävan att få en tillräckligt bred förståelse för området.

Det finns idag många digitala marknader. Jag studerar marknaden för musik i Sverige. Det finns väldigt många olika slags intressenter och tjänster inom denna marknad och jag fokuserar på de som jag ansåg var av betydelse och som utgjorde goda exempel.

Musikmarknaden består av såväl en legal andel som en illegal andel. Fokus låg på den legala andelen, även om den illegala till viss del figurerat i syfte att ge en helhetssyn och förståelse för den totala musikmarknaden.

## 1.4 Metod och material

Detta är en litteraturstudie och jag har använt mig av en deskriptiv berättarform. Studien har genomförts utifrån affärsmässiga, rättsliga och sociala aspekter och med ett perspektiv av hur svensk musikindustri kan uppfattas av en person utanför denna industri.

De rättsregler som studeras är huvudsakligen Upphovsrättslagen samt till viss del närliggande EU-direktiv så som IPRED-direktivet. Källhänvisningar består främst utav en blandning av juridisk litteratur och artiklar samt ett antal rapporter inom ämnet. Jag har till stor del använt mig av elektroniska källor på grund av att jag velat ta del av de senaste nyheterna då det är ett intensivt och snabbt föränderligt ämne och det konstant är mycket som händer inom området. Flertalet av mina källor utgörs av information från intresseorganisationer samt artiklar ur svenska dagstidningar, vilka jag anser på ett koncist sätt ger den senaste aktuella informationen.

## 1.5 Disposition

Uppsatsen består av sex huvudkapitel. Det första utgörs av en inledning bestående av delkapitel för bakgrund, syfte, avgränsningar samt metod och material. Kapitel två presenterar en översikt av musikindustrin. I delkapitel ett beskrivs musikindustrins struktur i form av musikbolag, musikförlag samt STIM. Delkapitel två är en presentation

över historiska och nutida former för hur musik kan lagras och spelas upp. I kapitel tre informeras om den illegala musikkonsumtionen. Tjänster som möjliggjort illegal fildelning presenteras för att ge en inblick i alternativet till legal musikkonsumtion och de tekniker som ligger till grund för de nutida digitala musiktjänsterna.

Legal musikkonsumtion ligger till grund för kapitel fyra där legala affärsmodeller och tjänster presenteras. I kapitlet beskrivs digitala tekniker så som downloads, streaming och prenumerationstjänster. Aktörer så som internetleverantörer och mobiloperatörer presenteras också samt digitala tillvägagångssätt att lagra och spela upp musik, så som smartphones och moln-tjänster. Juridik är grund för kapitel fem. Den rättsliga problematiken beskrivs utifrån olika åtgärder som har vidtagits för att finna en lösning, så som lagstiftning, utövande av strategisk kontroll och spridning av information. Kapitel sex ger en analys av tidigare kapitel utifrån affärsmässiga, rättsliga och sociala aspekter.

## 2. Musikindustrin – en översikt

### 2.1 Musikindustrins struktur

Till en början samlades musiker och publik på en exklusiv tid och plats för en musikframställning. Från slutet av 1800-talet blev det möjligt att spela in och lagra ett musikaliskt framträdande, så att publiken i stället kunde ta del av framträdandet på en annan plats och vid ett annat tillfälle. Denna marknad, i uppsatsen benämnd musikindustrin, består av flertalet aktörer varav de centrala för denna studie är upphovsmän, musikförlag och musikbolag. Upphovsmän skapar musik och kan vara till exempel musiker eller kompositörer. För att kunna förmedla upphovsmännens musik till konsument krävs oftast ett antal tjänster. Musikförlag och musikbolag är exempel på organisationer som kan hjälpa upphovsmännen med dessa tjänster.

#### 2.1.1 Musikförlag

Musikförlag hjälper upphovsmännen med administrativa, finansiella och kreativa tjänster. Administrativa tjänster innebär att musikförlaget skriver avtal och licensierar musiken för att även se till att upphovsmannen får betalt för sin musik, i Sverige framför allt genom STIM vilket är en förening som ägs av upphovsmän och musikförlag. Musikförlagen arbetar även juridiskt då de ser till att upphovsmannens musik skyddas gentemot intrång. Vad gäller finansiella tjänster kan musikförlag hjälpa upphovsmän genom bland annat förskottsutbetalningar för musik och marknadsföring. Musikförlagen har ofta lyckats bygga upp ett stort och effektivt kontaktnät, vilket underlättar för kreativa tjänster vilket innebär att musikförlaget ska hjälpa upphovsmannen att på bästa möjliga sätt nå ut med sin musik till konsumenten. Detta kan exempelvis innebära hjälp med management, låtskrivande och spridning av musik inom olika media, så som film och TV. Musikförlagens huvudsakliga inkomster kom från början av försäljning av noter medan de idag främst erhålls genom licensieringar och offentliga framträdanden.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Svenska Musikförläggareföreningen (2005). Musikförläggarens tre roller. (Elektronisk) Första upplagan, Masterprint. Tillgänglig: <http://www.smff.se/filearchive/5/571/treroller.pdf>. (2012-01-06).

Musikförlagens branschorganisation heter SMFF (Svenska Musikförläggareföreningen) och företräder musikförlagens intressen i kontakt med exempelvis myndigheter och i organisationer så som STIM. SMFF arbetar även bland annat med information om upphovsrättsliga regler.<sup>2</sup>

### 2.1.2 Musikbolag

Musikbolag producerar, distribuerar och marknadsför musik. Musikbolag kan även kallas skivbolag och samarbetar enbart med artister och musiker, till skillnad mot musikförlagen som samarbetar med alla former av upphovsmän, det vill säga exempelvis även kompositörer och textförfattare.<sup>3</sup>

IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) är en internationell branschorganisation för musikbolag och i Sverige så representeras denna av IFPI Svenska Gruppen som främst, förutom att hjälpa musikbolagen med ersättning för musik som används i till exempel radio och TV, arbetar med antipiratverksamhet och rättsligt skydd, främst när det gäller upphovsrätt.<sup>4</sup>

### 2.1.3 Majorbolag

Det finns internationella koncerner som äger både musikförlag och musikbolag i flertalet länder. Dessa bolag kallas för majorbolag och äger en stor del av musikindustrin. Majorbolagen är i nuläget fyra till antalet och kallas därför även för The Big Four. Dessa fyra giganter inom musikindustrin är EMI, Sony (Sony Corporation of America/Sony Music Entertainment), Universal (Vivendi/Universal Music Group) och Warner (Warner Music Group). Det pågår en process där EMI eventuellt kommer att delas upp mellan två av de andra majorbolagen, då Universal vill köpa EMI:s musikbolag och Sony vill köpa EMI:s musikförlag<sup>5</sup>. Inom ett musikbolag, då främst inom ett majorbolag, kan flera så kallade etiketter ingå, det vill säga delar av bolaget som arbetar delvis fristående under etikettens namn vid exempelvis marknadsföring och vid lansering av skivor. Detta kan exemplifieras genom majorbolaget Universal Music AB som utgör cirka 30 procent av den svenska marknaden och är ett dotterbolag till det internationella bolaget Universal Music Group. Universal Music AB består av ett antal välkända etiketter så som Polar, Sonet, Stockholm Records och Universal Music.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Svenska Musikförläggareföreningen. *Om SMFF*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.smff.se/?id=227>. (2012-01-06).

<sup>3</sup> Svenska Musikförläggareföreningen (2005). *Musikförläggarens tre roller*. (Elektronisk) Första upplagan, Masterprint. Tillgänglig: <http://www.smff.se/filearchive/5/571/treoller.pdf>. (2012-01-06).

<sup>4</sup> IFPI Svenska Gruppen. *Om oss*. (Elektronisk). Tillgänglig: [http://www.ifpi.se/?page\\_id=3](http://www.ifpi.se/?page_id=3). (2012-01-06).

<sup>5</sup> Stockholm TT Spektra (2011). *Universal och Sony vill köpa EMI*. (Elektronisk). *Svenska Dagbladet*, 12 november. Tillgänglig: [http://www.svd.se/kultur/universal-och-sony-vill-kopa-emi\\_6630464.svd](http://www.svd.se/kultur/universal-och-sony-vill-kopa-emi_6630464.svd). (2012-01-06).

<sup>6</sup> Universal Music. *Om oss*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.universalmusic.se/om-oss/om-oss>. (2012-01-06).

## 2.1.4 STIM

Svenska tonsättares internationella musikbyrå, oftast benämnd STIM, är en ekonomisk förening som bildades 1923.<sup>7</sup> Det är upphovsmän och musikförlag som tillsammans, genom intresseorganisationerna FST, SKAP och SMFF, äger och använder sig av STIM för att förvalta deras ekonomiska rättigheter.<sup>8</sup> Verksamheten för STIM vilar på den svenska upphovsrättslagstiftningen där det framgår att upphovsmännen har äganderätt till sina verk och huruvida deras musikaliska verk ska framföras och om så sker att det i sådana fall ska betalas ersättning för detta. STIM verkar genom att ge tillstånd för att framföra musik, det vill säga licensieringar, och fördelar därefter ersättning för den framförda musiken till upphovsmännen och musikförlagen. Då det finns ett internationellt nätverk av liknande organisationer så kan upphovsmän och musikförlag få betalt för musikframföranden även om detta sker i ett annat land.<sup>9</sup>

## 2.2 Lagring och uppspelning av musik

### 2.2.1 Historia – musikbolagens storhetstid

Från och med slutet av 1800-talet blev det möjligt att genom ny teknik kunna lagra musik på grammofonskivor som kallades 78-varvare, även benämnda stenkakor, vilka på 1940-talet ersattes av vinyl-skivan. I och med att få tekniker för lagring och uppspelning av musik varit aktuella under en längre period har de aktörer inom musikindustrin som stod för tillverkning och försäljning av skivor, nedan benämnda musikbolagen, erhållit stor makt. Musikbolagen har känt sig hotade varje gång det har funnits möjlighet för en teknisk innovation att introduceras på marknaden. En sådan ny teknik var 1950-talets rullband, som sedermera utvecklades till det portabla kassetbandet, som med en början på 1960-talet gav ytterligare en dimension för konsumenten som med hjälp av bandet själv kunde lagra sin utvalda musik och på ett enkelt sätt bära med sig och spela upp musiken i en portabel mediaspelare.

Ett stort tekniskt steg var CD-skivan, som började användas på slutet av 1970-talet men som snarare får anses etablerad inom musikindustrin på 1990-talet. CD-skivan kunde innehålla mycket information, det vill säga många ljudspår, och var betydligt mer hållbar än sina föregångare. Trots de utökade lagringsmöjligheterna valde industrin att begränsa och framför allt låsa innehållet på skivan. Ungefär i samband med musikindustrins införande av CD-skivan för lagring av musik introducerades en annan stor förändring av teknisk karaktär hos en stor andel av konsumenterna; nämligen användandet av persondatorer i hemmen. Persondatorerna kunde användas som hårdvara och mediaspelare för CD-skivan och gav konsumenterna möjlighet att själva lagra musik på persondatorerna, för att sedan ytterligare kunna lagra musiken vidare på en oläst CD-skiva utan innehåll. Denna inspelningsmöjlighet liknade den för kassetbandet och

---

<sup>7</sup> STIM. *Om oss*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.stim.se/sv/OM-STIM/>. (2012-01-06).

<sup>8</sup> STIM. *Ägare*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.stim.se/sv/OM-STIM/Organisation/Agare/>. (2012-01-06).

<sup>9</sup> STIM. *Så går det till*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.stim.se/sv/OM-STIM/Sa-gar-det-till/>. (2012-01-06).

medförde att konsumenten inte längre var låst till musikbolagen, utan kunde själv välja innehåll på en CD-skiva. Sedan detta har konsumenterna i samarbete med den tekniska utvecklingen satt press på musikbolagen vilket också resulterat i ett större inflytande över produkter och tjänster kopplade till musikmarknaden. En storleksmässigt mindre skiva, kallad Minidisc, utmanade CD-skivan och introducerades på 1990-talet med en etablering under 2000-talet. Liksom CD-skivan hade Minidisc vissa skydd mot exempelvis kopiering. Denna teknik fick aldrig respons från musikindustrin och försvann relativt snabbt från marknaden.

Nästa stora tekniska revolution i historien blev internet i hemmen. Internet utvecklades främst under 1980-talet, men nådde de svenska hemmen i mitten av 1990-talet. Lagring av små musik-filer som inte kräver stor kapacitet kunde nu lagras på hårddiskar, för att med hjälp av internet snabbt och enkelt kunna byta ägare. Detta skedde till en början illegalt vilket medförde att konsumenterna och tekniken var utom kontroll för musikbolagen. Allt sedan musiken blivit digital har musikbolagen försökt kompromissa med tekniken och utveckla samarbeten och affärsmodeller för att kunna erbjuda konsumenterna tillfredställande legala alternativ. Hårdvara och mediaspelare har anpassats eftersom musiken har blivit digital. I och med att väldigt små hårddiskar kunde hantera stora mängder data och musik-filer så fick även de portabla mediaspelarna åter ett genombrott, främst genom företaget Apple och dess mediaspelare iPod. Dessa portabla mediaspelare kallades antingen iPod, efter populära produkter framställda av företaget Apple, eller den mer allmänna benämningen MP3-spelare, efter det vanligaste ljudformatet.

## **2.2.2 Nutid – den digitala musikens tid**

Musikförsäljningen har fram till 1990-talet endast bestått av försäljning av fysiska skivor. Dessa fysiska skivor har sålts på ett liknande sätt under århundradet med en tydlig distributionskedja i stort bestående av i följd: upphovsmän, musikbolag, tillverkare, distributörer, detaljister och till sist konsumenter. Denna kedja kan bestå av ännu fler led, men den tekniska revolutionen har bidragit till en utveckling, där flertalet av dessa led helt eller delvis förlorat sin roll i musikförsäljningen, och en ny struktur vad gäller distribution och marknadsföring har växt fram inom musikindustrin. Den digitala musikens förändring av musikdistribution oroar musikindustrin och musikbolagen, då fokus länge har varit en fysisk distribution och affärsmodell som genererat höga vinster och strategiskt dominerande ställningar på musikmarknaden.<sup>10</sup>

Musikbolagens framtid är även ifrågasatt i och med att kostnader för att skapa och producera musik har minskat betydligt, vilket bland annat resulterat i att allt fler upphovsmän och musiker väljer att själva äga hela eller delar av distributionskedjan. Det är numera inte ovanligt att upphovsmän och musiker väljer att äga sin egen studio, för att

---

<sup>10</sup> Power, D. och Jansson J. (2004). The Emergence of a post-industrial music economy? Music and ICT synergies in Stockholm, Sweden. *Geoforum*, (2004), 35, 425-439. Sidor 425-426.



själv styra producerandet av sin musik och sedan sälja sin musik genom sitt egna musikbolag.<sup>11</sup>

Det finns dock fördelar även för musikbolagen med en digitalisering av musikindustrin. Tack vare digitaliseringen så har distributionskostnaderna minskat betydligt och är mer eller mindre fria. Detsamma gäller marknadsföringskostnader, då de flesta av musiktjänsterna kan visa på vilket slags musik som intresserar en konsument, och detta i samband med information från exempelvis sociala medier och -nätverk, kan ge en tydlig bild utav varje enskild konsument och därmed ge en personlig, eller åtminstone mer fokuserad, marknadsföring till en väldigt låg kostnad. De sociala nätverken i kombination med musiktjänsterna kan tillsammans bidra till att stärka ett varumärke. Det är viktigt att nå fram till konsumenter via de sociala nätverken då det är i dessa nätverk som konsumenter till stor del kommunicerar och interagerar, exempelvis genom att diskutera och rekommendera musik. Majorbolagen har en stor fördel vad gäller just marknadsföring då de har etablerat stora kontaktnät och innehar resurser vad gäller såväl ekonomi som professionell personal. Det finns dessutom stora möjligheter att genom digitala musiktjänster kunna erbjuda ytterligare tjänster till fördel för artister och musikbolag, så som till exempel information och biljetter till konserter.<sup>12</sup>

Genom statistik förklaras nedan den digitala musikens expansion. Försäljning av musik i Sverige sker idag fortfarande främst genom fysiska skivor och då i synnerhet genom CD-skivan, även om denna andel minskar för varje år och vinylskivan åter har ökat i popularitet med en 92-procentig försäljningsökning 2010<sup>13</sup>.

Förutom att den illegala musikmarknadens fortsätter att vara populär så ökar den legala digitala marknaden med en uppgång på 83 procentenheter för Sverige år 2010. I Sverige utgör den digitala försäljningen 31,2 procent utav den totala musikköpsförsäljningen, varav streamad musik utgör 66,1 procent utav den digitala försäljningen. Mellan åren 2004-2010 har digital musikköpsförsäljning globalt ökat med 1000 procent. År 2004 bestod endast två procent av den globala musikköpsförsäljningen av digital musik, jämfört med 29 procent 2010 och en ökning mellan dessa år i intäkter från 420 miljoner amerikanska dollar 2008 till 4,6 miljarder amerikanska dollar 2010.<sup>14</sup>

Historiskt sett har det uppstått en övergångsperiod då en ny affärsmodell har varit på väg att ersätta en äldre modell och detta fenomen förekommer även idag då de äldre affärsmodellerna som bygger på fysiska skivor är på väg att fasas ut av de nya affärsmodeller som bygger på digital musik. Det har dock varit en svår fas då

---

<sup>11</sup> Warr, R. och Goode, M.M.H. (2011). Is the music industry stuck between rock and a hard place? The role of the Internet and three possible scenarios. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (2011), 18, 126-131. Sida 126.

<sup>12</sup> Warr, Goode, 2011, s. 128-129.

<sup>13</sup> Grammofonleverantörernas förening (2011). Pressmeddelande, GLF:s försäljningsstatistik över musikköpsförsäljningen i Sverige – helåret 2010. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.se/wp/wp-content/uploads/110127-GLF-forsaljningsstatistik-GLF-helaret-20102.pdf>. (2012-01-06).

<sup>14</sup> Grammofonleverantörernas förening (2011). Pressmeddelande, GLF:s försäljningsstatistik över musikköpsförsäljningen i Sverige – helåret 2010. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.se/wp/wp-content/uploads/110127-GLF-forsaljningsstatistik-GLF-helaret-20102.pdf>. (2012-01-06).

försäljningen utav digitala nedladdningar inte har kunnat ersätta försäljningen av CD-skivor, vilket till stor del beror av den illegala musikkonsumtionen.<sup>15</sup>

En förklaring till att försäljningssiffrorna minskat beror på den illegala musikkonsumtionen, men studier har visat en stor del av de illegala musikfilerna inte skulle ersättas av legala alternativ, beroende på att en stor del av den illegala musiken inte värderas särskilt högt av de fildelande musik-konsumenterna och därmed skulle dessa konsumenter aldrig köpa denna musik på ett legalt sätt.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Warr, Goode, 2011, s. 128.

<sup>16</sup> Waldfogel, J. (2010). Music file sharing and sales displacement in the iTunes era. *Information Economics and Policy*, (2010), 22, 306-314. Sida 307.

## 3. Illegala musiktjänster

Dagens affärsmodeller erbjuder olika slags tjänster och jag ska senare beskriva några av de modeller som finns på den svenska digitala musikmarknaden, men för att visa på bakgrunden till varför dessa digitala tjänster idag existerar så beskrivs nedan den illegala musikkonsumtionen via internet.

### 3.1 Illegal fildelning

Fildelning via internet har sin början i ett nätverk som bestod av en central server som kunde erbjuda övriga klienter i nätverket en viss fil för nedladdning. Detta innebar endast en enda källa för spridning till en början, men genom så kallade FTP-teknologi blev det enklare för samtliga klienter i nätverket att dela filer mellan sig. Då Internet blev allt mer populärt tillsammans med persondatorer i hemmen så utvecklades system som kunde hantera mindre men betydligt fler datorer samt de nya användarnas kompetens. Ett sådant system var P2P-fildelning, även benämnt peer-to-peer-fildelning, som likställer de datorer som finns i nätverket.

#### 3.1.1 Napster

Studenten Shawn Fanning utvecklade och introducerade år 1999 Napster som kunde erbjuda ett nätverk där alla datorer var jämlika och agerade såväl server som klient, förutom att Napster hade en central databas så som ett index kunde visa vilket innehåll som fanns tillgängligt via nätverket. Varje dator i nätverket kunde bidra med bandbredd, effekt, kapacitet och lagringsutrymme. Ett sådant nätverk blir stabilt då det inte är beroende av varje enskild dator, utan om det är så att en dator kopplas ifrån nätverket så förlorar nätverket endast den kapacitet som den enskilda datorn bidrar med. Napster hade ett tydligt syfte och var användarvänligt vilket bidrog till att inte endast studenter i USA började använda Napster utan så småningom även hem över hela världen som kopplade upp sig via sina persondatorer. Napster var dock för svagt för att kunna motstå musikindustrins rättsliga process och stängdes ned år 2000<sup>17</sup>, främst på grund av organisatoriska skäl och den centrala databas som till viss del styrde över innehållet i nätverket.<sup>18</sup>

#### 3.1.2 BitTorrent

En ny teknik för P2P-fildelning utvecklades av Bram Cohen. Detta nätverk som kallas för BitTorrent skiljer sig från exempelvis Napster genom att den transaktion som sker av en fil mellan den dator som laddar upp och den som laddar ner inte begränsas, utan att en fil

---

<sup>17</sup> Waldfoegel, 2010, s. 307.

<sup>18</sup> Schollin, K. (2008). *Digital Rights Management – the New Copyright*. Stockholm: Jure Förlag AB. Sidor 111-113.

kan laddas ner i mindre delar från fler än en dator. Ett resultat av detta system är att de filer som är populära blir allt mer tillgängliga och får allt större bandbredd. I nätverket används så kallade torrent-filer, vilket är små filer med information som beskriver var och hur den större fil med exempelvis musik som används i nätverket finns tillgänglig. Detta förenklar och effektiviserar sökning och nedladdning.<sup>19</sup>

### **3.1.3 The Pirate Bay**

Den svenska uppmärksammade hemsidan The Pirate Bay fungerar som ett slags katalog för torrent-filer, där det är möjligt att lägga upp och söka efter sådana filer. The Pirate Bay blir därmed endast en samlingsplats för fildelare och innehåller inte de illegala filer som bryter mot upphovsrätten, utan dessa filer finns på var och en av de datorer som ägs av de användare som besöker hemsidan. The Pirate Bay har blivit en symbol för den illegala musikkonsumtionen såväl i Sverige som i resten av världen. Trots tvivelaktiga åtalspunkter så dömdes flera av de svenska medborgare som var ansvariga för hemsidan till brott mot upphovsrätten i ett mycket uppmärksammat fall i Sverige i slutet av 2010.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Schollin, 2008, s. 116-118.

<sup>20</sup> Andreasson J. och Schollin K. (2011). Goda och onda medhjälpare – Är du socialt adekvat lille vän? Om Pirate Bay-målets betydelse. Svensk Juristtidning, (2011), s 534.

## 4. Legala musiktjänster

### 4.1 Affärsmodeller för digital musik

För att kunna bemöta musik-konsumenternas behov och efterfrågan satsar musikindustrin idag stora resurser på utveckling av affärsmodeller för legal digital musik. Tjänster som efterfrågas av konsumenterna är bland andra att ett stort urval av hela världens musik ska finnas tillgänglig till en låg kostnad, att tjänsten ska vara mobil och kompatibel med all teknisk hårdvara och alla moderna mediaspelare samt att konsumenten på ett enkelt sätt ska kunna dela med sig av sin musik bland sina vänner. För att kunna tillmötesgå dessa krav från konsumenterna består den digitala musikmarknaden inte enbart utav en enda form av tjänst utan en mängd olika affärsmodeller som kan erbjuda många olika tjänster. En del av de digitala tjänsterna fungerar ungefär som tidigare affärsmodeller, så som downloads som kommer att beskrivas mer ingående nedan, medan andra digitala tjänster är uppbyggda av helt nya affärsmodeller, så som exempelvis streaming som också beskrivs nedan.<sup>21</sup>

Musikindustri och teknikutvecklare skapar tillsammans kontinuerligt nya olika slags tjänster och denna utveckling av digital musik bekräftas av Thomas Hesse som är president, global digital business, för Sony Music Entertainment:

“We’re aggressive about licensing new models. When you look at digital music overall, it’s not one homogenous business, but rather a portfolio of different business models developing at different speeds, whether it’s downloads, premium access, ringtones, streaming, advertising or other revenue streams.”<sup>22</sup>

De legala alternativen till den illegala fildelningen blir allt fler och de olika affärsmodellerna erbjuder ett varierande utbud för musikkonsumtion. Konsumenter erbjuds idag inte enbart möjligheten till att äga musik, utan även möjligheten att få tillgång till stora musikbibliotek. Konsumenterna ställer idag krav på att få närmast fri och fullständig tillgång till all musik och detta är ett faktum som musikbolagen och tjänsteföretagen måste anpassa sina affärsmodeller och tjänster efter för att kunna konkurrera på marknaden.<sup>23</sup> Det är främst genom att vara uppkopplad mot internet som dessa omfattande så kallade musikbibliotek kan användas, och då främst via så kallade streaming- och prenumerationstjänster.

Företag bakom dessa tjänster har genom licensavtal med musikbolagen möjlighet att kunna erbjuda sina kunder att lyssna till all musik som musikbolagen äger, vilket är något som aldrig tidigare har varit möjligt. Eric Daugan som är senior vice president, digital

---

<sup>21</sup> Power, Jansson, 2004, s. 425-426.

<sup>22</sup> IFPI (2011). IFPI Digital Music Report 2011 – Music at the touch of a button. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>. (2012-01-06). Sida 7.

<sup>23</sup> Warr, Goode, 2011, s. 127-128, 130.

music, för Warner Music Europe, det vill säga en ledande person i ett av majorbolagen, förklarar den digitala musikutvecklingen delvis så här:

“We have made available over 13 million tracks and we are now reaching out to new partners such as ISPs who have relationships with the audience we need to reach. The key for these services to succeed is quality and ease of use for the consumer.”<sup>24</sup>

Han lyfter fram att musikbolagen har tillgängliggjort stora delar av sina kataloger av musik och att en ökning av konsumenter kan förväntas genom de samarbetsavtal som skrivs med företag som redan har en stor kundkrets, så som exempelvis internet- och mobilleverantörer, vilka kommer att beskrivas senare i uppsatsen. Han säger även att nycklar till framgång är att tjänster ska vara enkla och bygga på kvalitet för konsumenterna.<sup>25</sup>

Den affärsmodell som är byggd på immateriella rättigheter vad gäller inspelad musik och tillverkning av exempelvis fysiska skivor som har gällt tidigare kan tyckas övergå i en post-industriell musikmarknad där ekonomiska värden finns i diverse informations- och servicetjänster.<sup>26</sup>

## 4.2 Downloads - nedladdningar

Det finns idag flertalet tjänster som kan erbjuda digital nedladdning av musikfiler, även kallat downloads, till en mindre kostnad än för ett köp av en fysisk skiva. Priset för ett album är cirka hundra kronor och priset för en enskild låt cirka tio kronor. Den legala musikmarknaden har anpassat sig till det illegala alternativet och kan numera erbjuda möjligheten att kunna köpa en enskild låt jämfört med ett helt album, vilket kan påverka musik-konsumenternas vilja till att välja ett legalt alternativ.<sup>27</sup> Jämfört med många övriga digitala tjänster så ger köpet av downloads konsumenten äganderätt till musiken. Flera undersökningar visar på att musik-konsumenter ändå anser att de nuvarande prisnivåerna för musik är alldeles för höga.<sup>28</sup>

### 4.2.1 iTunes

iTunes är en musiktjänst som lanserades 2003 av företaget Apple. Tjänsten är egentligen ett flertal olika tjänster som kan erbjudas via ett mjukvaruprogram som konsumenten enkelt och gratis kan ladda ned på sin dator via internet. I programmet kan sedan konsumenten exempelvis lagra sin musik och övriga mediafiler, spela upp dem i en mediaspelare, köpa digital musik och enkelt använda programmet för användning i olika mobila enheter, så som exempelvis en Mp3-spelare eller en smartphone. Programmet är uppdelat i två olika delar, där en av delarna kan användas utan uppkoppling till internet och består bland annat i en mediaspelare, medan en annan del, där musikaffären iTunes Store ingår, endast kan användas med uppkoppling och via Apple. iTunes var till en

---

<sup>24</sup> IFPI (2011). IFPI Digital Music Report 2011 – Music at the touch of a button. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>. (2012-01-06). Sida 6.

<sup>25</sup> ibid.

<sup>26</sup> Power, Jansson, 2004, s. 426.

<sup>27</sup> Waldfoegel, 2010, s. 307, 313.

<sup>28</sup> Warr, Goode, 2011, s. 129-130.

början starkt kritiserat för att Apple i stor omfattning använde DRM, det vill säga kontroll utav användning och distribution utav musiken. Apples program för DRM kallat Fairplay bestod bland annat i att musik som en kund köpt endast kunde spelas upp genom ett visst format, i vissa mediaspelare (Apple's egna), inte delas vidare till vänner, inte kunna lagras på andra enheter, endast användas i vissa operativsystem, med mera.<sup>29</sup> På grund av kritik och konkurrens på marknaden har Apple allt eftersom öppnat upp iTunes och 2009 anses DRM ha tagits bort från iTunes Store.<sup>30</sup> Musiktjänsten har varit en ledare från början när det gäller digitala musiktjänster och gått i bräschen för de legala alternativen. I februari 2006 hade iTunes sålt en miljard downloads och har nu sedan starten 2003 sålt mer än 10 miljarder downloads.<sup>31</sup>

### 4.3 Streaming och prenumerationstjänster

Streaming innebär strömmande media, det vill säga media som kan nyttjas via internet utan att en fil behöver laddas ned på exempelvis en dator eller en mobiltelefon. Detta medför en stor kontroll utav musikmaterialet från musikindustrin och det företag som levererar streamingtjänsten, samtidigt som konsumenten kan ta del av ett omfattande och värdefullt musikbibliotek. Därför har streamingtjänster för musik blivit mycket populära de senaste åren såväl av musikindustrin som av konsumenterna. Till grund för detta ligger utveckling vad gäller bredband, avtalslicenser mellan musikbolagen och streamingbolagen samt mjukvaran och dess möjlighet för lagring och olika användningsområden.<sup>32</sup> Exempel på streamingtjänster för musik i Sverige är Check-in Music, WIMP samt Spotify som beskrivs närmare i exemplet nedan.

Vanligt förekommande är att streamingtjänster också är så kallade prenumerationstjänster. En prenumerationstjänst kan till exempel se ut som så att en kund betalar in en månatlig summa för att få tillgång till ett musikbibliotek. En sådan tjänst ger företagen ett konstant kassaflöde och möjlighet att kunna fortsätta att utveckla sina tjänster.<sup>33</sup>

---

<sup>29</sup> Schollin, 2008, s. 179-185.

<sup>30</sup> Waldfogel, 2010, s. 309.

<sup>31</sup> Waldfogel, 2010, s. 308. Warr, Goode, 2011, s. 127.

<sup>31</sup> IFPI (2011). IFPI Digital Music Report 2011 – Music at the touch of a button. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>. (2012-01-06). Sida 7.

<sup>32</sup> *ibid.*

<sup>33</sup> Warr, Goode, 2011, s. 127.

### 4.3.1 Spotify

Spotify är en streaming-modell som grundades i april 2006 av Daniel Ek och Martin Lorentzon. Namnet kommer av de två engelska orden spot, som betyder upptäcka, och identify, som betyder identifiera.<sup>34</sup> För närvarande finns Spotify, förutom i Sverige, i ytterligare elva länder.<sup>35</sup>

Tjänsten etablerades snabbt på den svenska marknaden genom att kunna erbjuda en stor mängd musik i en så kallad gratis-version finansierad av reklam, vilket innebar att i utbyte mot reklamavbrott så kunde konsumenten lyssna fritt på musik från samtliga av de stora musikbolagens välfyllda musikkataloger. Spotify är en så kallad prenumerationstjänst och kan nu erbjuda tre olika tjänster beroende på vad som passar konsumenten; en version som är gratis men med reklaminslag och begränsad användning, en version som kostar 49 kronor per månad för en reklamfri och obegränsad tjänst för dator samt en version som kostar 99 kronor per månad och som erbjuder en reklamfri tjänst även till mobiltelefonen.<sup>36</sup>

Spotify har utvecklat sin modell för att kunna erbjuda konsumenten en mer attraktiv produkt och konkurrera med andra liknande musiktjänster. Bland annat har ett samarbete med det globala sociala nätverket Facebook inletts där konsumenten kan koppla samman de båda tjänsterna för att på ett enkelt sätt kunna visa för sina vänner vilken musik man lyssnar på och dela med sig utav musiken till varandra.<sup>37</sup> Spotify har även infört samarbeten med etablerade företag inom musikbranschen så som Billboard, Last.fm, Pitchfork och Rolling Stone för att kunna erbjuda så kallade applikationer till exempelvis smartphones för bland annat tips på musik och försäljning av konsertbiljetter.<sup>38</sup>

Magasinet Forbes har nyligen utsett Spotifys VD Daniel Ek till den viktigaste personen inom musik, och motiveringen lyder:

“Spotify’s Daniel Ek created a free, Facebook-enabled platform that could save the recording industry from piracy—and iTunes.”<sup>39</sup>

---

<sup>34</sup> Spotify. *Press – Background Information*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.spotify.com/se/about-us/press/background-info/>. (2012-01-06).

<sup>35</sup> Spotify. *Spotify: A Perfect Platform for apps*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.spotify.com/se/about-us/press/spotify-a-perfect-platform-for-apps/>. (2012-01-06).

<sup>36</sup> Spotify. *Spotify – Premium, Unlimited, Spotify – Music Site – Online Music – Spotify*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.spotify.com/se/get-spotify/overview/>. (2012-01-06).

<sup>37</sup> Spotify. *Spotify On Facebook*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.spotify.com/se/about/spotify-on-facebook/>. (2012-01-06).

<sup>38</sup> Spotify. *Spotify: A Perfect Platform for apps*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.spotify.com/se/about-us/press/spotify-a-perfect-platform-for-apps/>. (2012-01-06).

<sup>39</sup> Bertoni, Steven (2012). Spotify’s Daniel Ek: The Most Important Man In Music. (Elektronisk). *Forbes*, Elektroniskt tillgänglig på Forbes.com 4 januari och tillgänglig i Forbes Magazine 16 januari, Tillgänglig: <http://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2012/01/04/spotify-daniel-ek-the-most-important-man-in-music/>. (2012-01-06).



## 4.4 Internetleverantörer och mobiloperatörer

Det blir allt mer populärt bland internetleverantörer och mobiloperatörer att erbjuda diverse musiktjänster. Det kan vara musiktjänster som företaget internt har utvecklat alternativt ett samarbete med en redan etablerad musiktjänst.<sup>40</sup> Det stora kundunderlaget är en stark fördel för dessa företag gentemot övriga aktörer på musikmarknaden.<sup>41</sup> Det kan även stärka företaget i konkurrensen med företag i samma bransch då en musiktjänst kan stärka företagets varumärke samt stärka samarbetet med nuvarande kunder och locka nya kunder till företaget.<sup>42</sup> Musiktjänster utvecklas till att bli kompatibla med allt fler tekniska hjälpmedel för att musiken ska kunna finnas tillgänglig över allt i den moderna och mobila konsumentens liv. Detta är en stor fördel för internet- och mobiloperatörerna då konsumenterna idag inte enbart väljer att använda musiktjänster i en dator eller en Mp3-spelare, utan det har blivit allt populärare att använda andra enheter med uppkopplingsmöjlighet, så som till exempel mobiltelefonen eller TV:n, som digital mediaspelare för musik.<sup>43</sup>

### 4.4.1 Telia och Spotify

Det strategiska samarbetet mellan internetleverantören och mobiloperatören Telia och prenumerationstjänsten Spotify, som nämnts tidigare i uppsatsen, har pågått sedan oktober 2009 och de båda företagen valde i slutet av 2011 att förlänga sitt samarbete. Telia har möjlighet att erbjuda musiktjänsten Spotify tillsammans med flertalet av sina mobila tjänster samt tjänster för bredband och TV. Var femte smartphone-användare hos Telia har ett Spotify-abonnemang och det senaste året har denna andel ökat med 300 procent.<sup>44</sup> Det är inte enbart Spotify och Telia som ser fördelar med detta samarbete, utan även kända representanter inom musikindustrin och majorbolagen har uttalat sig positivt. Nedan citeras tre av ledarna i Sverige för de stora majorbolagen.

Per Sundin som är VD för Universal Music Sweden tror på en ökning vad gäller den digitala musikbranschen och säger att:

”Det gav en omedelbar ljusning för musikbranschen när Telia och Spotify började samarbeta för att kombinera musikdistribution och innehållstjänster i ett sammanhållet konsumentpaket. Med det förnyade avtalet kommer vi att se många fler musikabbonenter och nya rekordnivåer för den digitala musikbranschen i Sverige.”<sup>45</sup>

---

<sup>40</sup> IFPI (2011). IFPI Digital Music Report 2011 – Music at the touch of a button. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>. (2012-01-06). Sida 9.

<sup>41</sup> *ibid.*, s. 8.

<sup>42</sup> *ibid.*

<sup>43</sup> *ibid.*, s. 10.

<sup>44</sup> Telia. *Telia och Spotify fortsätter samarbetet – driver betalande musikabbonenter till nya rekordnivåer.* (Elektronisk). Tillgänglig: <http://nyheter.telia.se/10404/telia-och-spotify-fortsatter-samarbetet-driver-betalande-musikabbonenter-till-nya-rekordnivaer/>. (2012-01-06).

<sup>45</sup> *ibid.*

Mark Dennis som är VD för Sony Music Sweden ser samarbetet som en internationell förebild och säger att:

”Samarbetet mellan Telia och Spotify i Sverige innebär en ny affärsmodell för musikdistribution som kommer att bli en förebild för den internationella marknaden. Spotify-tjänstens enkelhet har starkt bidragit till ökade intäkter till den svenska musikbranschen efter många års nedgång, och vi ser nu en ljus framtid för musikskapare i Sverige.”<sup>46</sup>

Björn Lindborg är general manager för Warner Music Sweden och ser flera vinnare i samarbetet:

”Strategiska partnerskap mellan telekombolag och strömmande musiktjänster skapar fantastiska möjligheter för alla inblandade. Att erbjuda obegränsad tillgång till musik gör att telekomoperatörer kan attrahera och behålla kunder, Musiktjänsterna når en bred kundbas genom den befintliga kundrelationen och musikälskare får tillgång till både nya och etablerade artister genom en förstklassig musikupplevelse. Alla dessa element har bidragit till att Telia och Spotify är ett framgångsrikt samarbete.”<sup>47</sup>

## 4.5 Lagra och spela upp musik digitalt

Som tidigare nämnts har den tekniska utvecklingen och musik-konsumenternas krav tillsammans med musikindustrins vilja gjort det möjligt att lyssna på musik i stort sett var som helst och när som helst, via vilken media-enhet som helst. Mediaspelare och diverse musiktjänster är idag kompatibla med många tekniska hjälpmedel så som exempelvis en dator, en DVD- eller Blu-ray-spelare, en läsplatta, en Mp3-spelare, en mobiltelefon eller smartphone, en TV eller en TV-spelskonsoll. Många av de digitala musiktjänster som erbjuds fungerar bäst eller kräver att tjänsten används uppkopplad via internet. Detta gäller för de flesta av de musiktjänster som nämnts ovan.

### 4.5.1 Smartphones och moln-tjänster

Dagens moderna mobiltelefoner, så kallade smartphones, är en stor marknad med förväntad tillväxt och för de flesta musiktjänster är det ett måste att vara kompatibla med dessa små datorer. Smartphone-användarna bär ofta med sig sin mobiltelefon överallt, vilket medför att tjänster kan anpassas efter att användarna alltid är uppkopplade mot internet och att mobiltelefonerna i hög grad är väldigt personligt utformade vad gäller innehållet i telefonen.<sup>48</sup>

En marknad som också växer är den för moln-tjänster. Det är möjligheten till utrymme via internet för att lagra data på som kallas för moln-tjänster. Musik-konsumenter kan exempelvis lagra sin musik i molnet, det vill säga via internet, och konsumenten har därmed tillgång till musiken i vilken uppkopplad enhet som helst.<sup>49</sup>

---

<sup>46</sup> Telia. *Telia och Spotify fortsätter samarbetet – driver betalande musikabonnenter till nya rekordnivåer.* (Elektronisk). Tillgänglig: <http://nyheter.telia.se/10404/telia-och-spotify-fortsatter-samarbetet-driver-betalande-musikabonnenter-till-nya-rekordnivaer/>. (2012-01-06).

<sup>47</sup> *ibid.*

<sup>48</sup> Warr, Goode, 2011, s. 128.

<sup>49</sup> IFPI (2011). *IFPI Digital Music Report 2011 – Music at the touch of a button.* (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>. (2012-01-06). Sida 10.

## 5. Rättslig problematik och åtgärder

För att upprätthålla de upphovsrättsliga rättigheterna och konkurrera med den illegala musikkonsumtionen, har intressenter valt att agera på ett antal olika sätt. Nedan följer exempel på sådana åtgärder.

### 5.1 Information

Illegal fildelning är vanligt bland universitetsstudenter och det har visat sig till stor del bero av vanemönster, vilket i sin tur medför en möjlighet att genom information kunna bryta detta mönster. Undersökningar bland universitetsstudenter tyder även på att illegal musikkonsumtion inte anses vara etiskt eller moraliskt fel. Illegala fildelare kan även genom sitt agerande vilja visa på att det är en rebellisk handling, alternativt vilja nyttomaximera i och med att illegal musik har fördelen av att den kan erbjudas till en lägre kostnad.<sup>50</sup>

Den illegala fildelningen är så pass starkt etablerad i Sverige att den har sin egen religion; kopimismen.<sup>51</sup> Digitaliseringen och fildelningen har även fört med sig ett politiskt parti; Piratpartiet. Partiet vill genom sin politik få en mer balanserad upphovsrätt genom bland annat fri fildelning, fri sampling, kortare kommersiell ensamrätt, förbud mot DRM, en slopad kassettagift, fri kunskap som grundar sig i att slopa patentformen samt ett ökat skydd av den personliga integriteten.<sup>52</sup> Partiets grundare, Rick Falkvinge, har av tidskriften *Foreign Policy* nyligen utsetts till en av världens hundra viktigaste tänkare.<sup>53</sup>

Musikbolagen och musikförlagen tillsammans med övriga upphovsrättsinnehavare försöker påverka konsumenternas etik och moral genom att satsa på att nå ut till konsumenterna med information om både de negativa effekter som illegal musikkonsumtion medför och de positiva effekter som legala alternativ kan generera. Denna spridning av information bedrivs till stor del genom musikbolagens och musikförlagens intresseorganisationer.

---

<sup>50</sup> Warr, Goode, 2011, s. 129-130.

<sup>51</sup> Stockholm TT Spektra (2012). Kopimismen nyaste religionen. (Elektronisk). *Svenska Dagbladet*, 4 januari. Tillgänglig: [http://www.svd.se/nyheter/inrikes/kopimismen-nyaste-religionen\\_6750509.svd](http://www.svd.se/nyheter/inrikes/kopimismen-nyaste-religionen_6750509.svd). (2012-01-06).

<sup>52</sup> Piratpartiet. *Politik*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.piratpartiet.se/politik>. (2012-01-06).

<sup>53</sup> Foreign Policy (2011). The FP Top 100 Global Thinkers. (Elektronisk). *Foreign Policy*, december. Tillgänglig: [http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/11/28/the\\_fp\\_top\\_100\\_global\\_thinkers?page=full](http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/11/28/the_fp_top_100_global_thinkers?page=full). (2012-01-06).

Musikbolagens organisation IFPI beskriver på följande sätt delar av verksamhetens uppgifter:

”Vår främsta uppgift är att arbeta för bättre rättsligt skydd för musikbolagen samt att tillvarata de rättigheter som upphovsrättslagen ger.”<sup>54</sup>

”Vidare bedriver IFPI en omfattande antipiratverksamhet både nationellt och internationellt.”<sup>55</sup>

Musikförläggarnas organisation SMFF beskriver enligt följande delar av sin verksamhet:

”SMFF arbetar för att sprida kunskap om upphovsrätt och öka respekten för de upphovsrättsliga reglerna.”<sup>56</sup>

## 5.2 DRM – Digital Rights Management

DRM innebär att strategiskt hindra och kontrollera digitalt innehåll och digitala enheter.<sup>57</sup> Ett tydligt exempel är, som tidigare nämnts, Apple och deras tjänst iTunes som använde DRM i stor utsträckning, men som allt eftersom övergett detta.<sup>58</sup> Huruvida DRM påverkar legal musikkonsumtion positivt eller negativt har det tvistats om, men det har framkommit att genom att utesluta DRM finns det större möjligheter att vända illegala fildelare till legala musik-konsumenter.<sup>59</sup>

Utvecklingen att DRM efterhand utesluts från legala affärsmodeller stärks ytterligare av att se tillbaka på några av de tidigaste stora legala musiktjänsterna. Tre av majorbolagen deltog i RealNetworks MusicNet, en tjänst som kunde erbjuda kunder att för 9,95 amerikanska dollar per månad ladda ned upp till 100 låtar bland de 75 000 låtar som tjänsten 2001 kunde erbjuda. Det var dock inte möjligt att bränna låtarna till en CD-skiva eller att använda dem i portabla mediaspelare. Dessutom så upphörde möjligheten att lyssna på låtarna efter 30 dagar.<sup>60</sup>

Sony och Vivendi Universal lanserade 2001 tjänsten Pressplay som till en början kunde erbjuda 50 nedladdningar och 500 streamingar, men som sedermera övergick till att erbjuda obegränsat antal nedladdningar för en årskostnad på 179,40 amerikanska dollar. Dessa två musiktjänster misslyckades med att kunna presentera attraktiva alternativ till den illegala fildelningen och blev därför inte heller någon succé för majorbolagen. Musikkonsumenterna fann det inte tilltalande att betala för tjänster som var så pass begränsade jämfört med de illegala alternativen.<sup>61</sup>

---

<sup>54</sup> IFPI Svenska Gruppen. *Om oss*. (Elektronisk). Tillgänglig: [http://www.ifpi.se/?page\\_id=3](http://www.ifpi.se/?page_id=3). (2012-01-06).

<sup>55</sup> *ibid*.

<sup>56</sup> SMFF. *Upphovsrätt*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.smff.se/?id=1434>. (2012-01-06).

<sup>57</sup> Warr, Goode, 2011, s. 129.

<sup>58</sup> Schollin, 2008, s. 179.

<sup>59</sup> Warr, Goode, 2011, s. 129.

<sup>60</sup> Waldfogel, 2010, s. 308.

<sup>61</sup> *ibid*.

## 5.3 Lagstiftning

### 5.3.1 Upphovsrättslagen

Upphovsrättslagen, även benämnd URL, är den lag som skyddar den person som har skrivit eller skapat musik. Lagen ger denna person ensamrätt och särskilda rättigheter till musiken. Det finns även möjlighet för personen, innehavaren, att överlåta sina rättigheter till någon annan, exempelvis till ett musikförlag. Det är denna ensamrätt och dessa rättigheter som till stor del ligger till grund för en fungerande marknad och ett lukrativt klimat för skapande. Musikindustrin anser att denna välfungerande musikmarknad anses hotad av den illegala musikkonsumtionen. Nedan beskrivs vad som står i denna grundläggande lag.

Enligt URL 1 kap. 1 § har den som har skapat ett litterärt eller konstnärligt verk upphovsrätt till verket. Det juridiska begreppet litterärt eller konstnärligt verk bidrar till en vid tolkning och ett sådant verk kan vara till exempel ett musikaliskt verk, så som beskrivs i URL 1 kap. 1 §.<sup>62</sup> Skyddet uppstår formlost, vilket innebär att ett verk är skyddat vid uppkomsten och det är därmed inte nödvändigt med registrering eller dylik åtgärd.<sup>63</sup> Rekvisiten för att ett verk ska kunna skyddas är att ett verk har kommit till uttryck och har originalitet, det vill säga ett slags individuell särprägel och därmed uppnår så kallad verkshöjd.<sup>64</sup> Upphovsrättslig ensamrätt delas in i huvudkategorierna exemplarframställning och tillgängliggörande för allmänheten.<sup>65</sup> Upphovsrätten innefattar, enligt URL 1 kap. 2 § 1 st., förutom vissa inskränkningar, en uteslutande rätt att förfoga över verket genom att framställa exemplar av det och genom att göra det tillgängligt för allmänheten, i ursprungligt eller ändrat skick, i översättning eller bearbetning, i annan litteratur- eller konstform eller i annan teknik. Under samma paragraf i andra stycket framgår att framställning av exemplar innefattar varje direkt eller indirekt samt tillfällig eller permanent framställning av exemplar av verket, oavsett i vilken form eller med vilken metod den sker och avsett om den sker helt eller delvis. Detta innebär att exemplarframställningen är neutral vad gäller vilken teknik som använts vid framställning.<sup>66</sup> I URL 8 § samt 2 § och dess första till fjärde punkt, beskrivs att förutom exemplarframställningen, så kan kategorin tillgängliggörande för allmänheten ytterligare delas in i formerna överföring till allmänheten, offentligt framförande, offentlig visning samt spridning till allmänheten.<sup>67</sup>

Då ett verk framställs ska upphovsmannen angivas och ett verk får inte göras tillgängligt i en sådan form eller i ett sådant sammanhang, eller ändras, så att upphovsmannens litterära eller konstnärliga anseende eller egenart kränks, vilket framgår av URL 1 kap. 3 § 1-2 st. Undantag från dessa regler, finns exempelvis i URL 2 kap. 22, 25, 26d-f §§, gäller för bland annat citat och radio. Det finns även särskilda gemensamma bestämmelser om

---

<sup>62</sup> Levin, M. (2011). *Lärobok i immaterialrätt*. Stockholm: Norstedts Juridik AB. Sida 74.

<sup>63</sup> *ibid.*, s. 72.

<sup>64</sup> Rosén, J. (2006). *Upphovsrättens avtal*. Stockholm: Norstedts Juridik AB. Sidorna 30-34.

<sup>65</sup> *ibid.*, s. 35.

<sup>66</sup> *ibid.*, s. 35, 122.

<sup>67</sup> *ibid.*, s. 35, 126.

avtalslicenser i URL 3a kap. Detta gäller för exempelvis, enligt URL 3a kap. 42b, c, e-g §, myndigheter, undervisning, radio och TV. Upphovsrätten är giltig i sjuttio år efter det att upphovsmannen har avlidit, vilket framgår av URL 4 kap. 43 §.

Den upphovsrättsliga ensamrätten tillfaller en fysisk person, alternativt flera fysiska personer, som har skapat ett verk, därav begreppet upphovsman<sup>68, 69</sup>. Enligt URL 3 kap. 27 § kan dock upphovsrätten helt eller delvis överlåtas, vilket kan gälla även juridiska personer eller organisationer.<sup>70</sup> Efter en sådan överlåtelse kallas innehavaren inte för upphovsman, utan för rättsinnehavare.<sup>71</sup> Sådan överlåtelse kan till exempel bestå i att upphovsmannen överlåter sina rättigheter till ett musikförlag, för vilket det finns en särskild avtalsform som kallas förlagsavtal, vilket framgår i URL 3 kap. 31-38 §§. Musikförlagsavtalet är ett standardavtal där upphovsmannen bland annat exklusivt överlåter sin förfoganderätt, det vill säga exemplarframställning och tillgängliggörande för allmänheten, till musikförlaget.<sup>72</sup> Musikförlaget kan sedan vidareöverlåta rättigheter vilket kallas sublicensiering samt förvalta rättigheter för exempelvis utländsk musik vilket kallas för katalogavtal.<sup>73</sup> Musikförlagsavtalet verkar vid sidan om STIM och dess avtal som kallas anslutningskontrakt.<sup>74</sup> STIM har en kontroll över nyttjande av musik och inkasserar ersättning för nyttjad musik.<sup>75</sup>

Intrång eller stridande mot föreskrifter kan leda till böter eller fängelse i högst två år, men då krävs uppsåt eller grov oaktsamhet, enligt URL 7 kap. 53 §. Ansvar kan utkrävas även för anstiftan, medhjälp och medverkan, vilket medför att även den som inte varit gärningsman men som medverkat till ett brott kan riskera påföljd.<sup>76</sup> Möjliga sanktioner framgår av URL 7 kap. 54-55 §§ och består även av lösen, skäligt vederlag och skadestånd.<sup>77</sup> En sanktionsform vid sidan om de tidigare nämnda är vite, vilken har den fördelen att rättighetsinnehavaren inte behöver föra bevisning om skadeverkningar.<sup>78</sup> Vite innebär att den part som utför intrång eller överträdelse förbjuds att fortsätta med detta, vilket framgår av URL 7 kap. 53b §.

### 5.3.2 IPRED

Flera mycket omtalade händelser inom kort tid skulle komma att påverka svenskarnas illegala fildelning; åtminstone på kort sikt. Dels infördes IPRED-lagen, dels avgjordes det så kallade Pirate Bay-målet.

---

<sup>68</sup> Levin, 2011, s. 82.

<sup>69</sup> Rosén, 2006, s. 35-36.

<sup>70</sup> *ibid.*, s. 36.

<sup>71</sup> *ibid.*, 36, 86-87.

<sup>72</sup> *ibid.*, s. 226.

<sup>73</sup> *ibid.*

<sup>74</sup> *ibid.*, s. 230-231.

<sup>75</sup> *ibid.*, s. 231.

<sup>76</sup> *ibid.*, s. 305.

<sup>77</sup> *ibid.*, s. 306.

<sup>78</sup> *ibid.*, s. 306-307.

I IFPI Svenska Gruppen och GLF:s studie för 2010 ger dess VD Ludvig Werner följande kommentar gällande musikindustrins utveckling under denna period:

”2009 års tydliga uppgång i musikförsäljningen berodde på flera olika faktorer; Införandet av IPRED, en fällande dom mot the Pirate Bay samt att Spotify introducerades på marknaden, säger Ludvig Werner, VD för IFPI Svenska Gruppen/GLF. Idag, när IPRED kan betraktas som vilande, ser vi att den illegala konsumtionen av musik inte längre minskar utan snarare visar tendenser till ökning. Detta trots mycket populära legala digitala musiktjänster. Kombinationen bra legala tjänster, relevant lagstiftning (som IPRED) och större ansvarstagande från Internetleverantörerna behövs för att få riktig fart på såväl försäljningen av underhållning på nätet som för framväxten av ännu fler legala tjänster på marknaden”, avslutar Werner.”<sup>79</sup>

IPRED-lagen bygger på EU-direktivet 2004/48/EG. Bestämmelserna syftar bland annat till att det ska vara möjligt att ställa krav på en internetleverantör att uppge information om sina kunder. Detta ska då kunna gälla exempelvis att ett musikbolag kan kräva uppgifter från internetleverantörer om illegala fildelare. Debatten kring IPRED-direktivet gäller inte enbart musikindustrin utan handlar framför allt om medborgarnas integritet; vilka rättigheter, och skyldigheter, som ska gälla på internet.

### 5.3.3 Praxis

Kopplingen mellan URL och musik framgår inte särskilt ofta i praxis, och då särskilt vad gäller intrång i form av att ändra i ett skyddat musikaliskt verk.<sup>80</sup> Mål som gäller fildelning börjar dock bli allt mer förekommande. Ett tidigt fall som blev uppmärksammat var NJA 2000 s. 292 som gällde Tommy O, som friades trots att han via hyperlänkar på en hemsida tillgängliggjort skyddat material.<sup>81</sup>

Praxis anses sedan detta ha skärpts betydligt och ett fall som nyligen uppmärksammats i media är målet B 3835-11, då en numera 16-årig pojke, av Hovrätten för västra Sverige, dömts till 30 dagsböter å 50 kronor för att ha brutit mot URL 2§ och 53§ genom att ha spridit 24 filmer. Debatten pågår om hur URL ska tillämpas och Anna Troberg som är ledare för Piratpartiet uttalade sig efter domen mot 16-åringen enligt följande:

”Hovrättens dom betyder att hundratusentals svenska ungdomar riskerar att släpas inför rätta. Det är inte rimligt.”<sup>82</sup>

”Dagens upphovsrätt slår helt fel när den både kriminaliserar en hel ungdomsgeneration och sätter käppar i hjulet för de nya kulturskapare som ser teknikens möjligheter. Därför måste den uppdateras till samtiden.”<sup>83</sup>

---

<sup>79</sup> Grammofonleverantörernas förening (2011). Pressmeddelande, GLF:s försäljningsstatistik över musikförsäljningen i Sverige – helåret 2010. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.se/wp/wp-content/uploads/110127-GLF-forsaljningsstatistik-GLF-helaret-20102.pdf>. (2012-01-06).

<sup>80</sup> Levin, 2011, s. 93.

<sup>81</sup> *ibid.*, s. 94.

<sup>82</sup> TT (2011). 16-åring döms för nedladdning. (Elektronisk). *Dagens Nyheter*, 21 december. Tillgänglig: <http://www.dn.se/nyheter/sverige/16-aring-doms-for-fildelning>. (2012-01-06).

<sup>83</sup> Göteborg TT (2011). 16-åring döms för fildelning. (Elektronisk). *Svenska Dagbladet*, 21 december. Tillgänglig: [http://www.svd.se/nyheter/inrikes/16-aring-doms-for-fildelning\\_6725025.svd](http://www.svd.se/nyheter/inrikes/16-aring-doms-for-fildelning_6725025.svd). (2012-01-06).

Hur pass riskabelt det är med straff och påföljder vid illegal fildelning diskuteras flitigt. Då exemplet ovan med fallet om den fildelande 16-åringen används i syfte att förändra praxis och därmed även kunna påverka övriga personer som konsumerar musik illegalt, är det inte så enkelt att lagföra så många som en halv miljon svenska medborgare, eller fler, vilket är beräkningar för hur många svenskar som fildelar illegalt.<sup>84</sup> Åklagaren Henrik Rasmusson beskriver i en och samma tidningsartikel<sup>85</sup> vad som krävs vid bevisning, vad som kan vara avgörande är med vilken teknik fildelningen skett och att det oftast beror på internetleverantörerna att de flest fall läggs ned:

”Den bevisning som vi normalt kan alstra fram i en sådan här utredning är att någon på en viss datoranslutning har fildelat. Men vi måste hitta datorn vid en husrannsakan och sedan binda en person till den datorn vid brottstidpunkten.”

”Du laddar oftast ned en film i taget med bittorrent och du visar inte upp en samling av låtar eller filmer som du gör med dc-tekniken. Och då kan det inte bli något annat än böter. Då finns det ingen större risk för att man lagförs för det.”

”Den vanligaste nedläggningsgrunden vi har att vi inte kan få svar från operatörerna om vem som haft ip-adressen. Vissa operatörer sparar inte alls uppgifter längre och då hinner vi inte ens få in anmälan innan uppgifterna är borta.”

Frågan kring skydd av personuppgifter som ska utlämnas från internetleverantörer är en het fråga inte enbart i Sverige utan i hela EU och världen. I Europa är exempelvis ett av fallen målet C-70/10, Scarlet mot SABAM, där efter begärt förhandsavgörande framgår som synes nedan i utdrag av EU-domstolens dom i målet C-70/10, att då fem olika EU-direktiv tolkats och jämförts med varandra så framgår:

”att de utgör hinder för att en internetleverantör föreläggs att

– i förebyggande syfte, och

– på egen bekostnad

införa ett system för filtrering

– av all elektronisk kommunikation som passerar via internetleverantörens tjänster, framför allt med hjälp av ”peer-to-peer”-program,

– vilket är tillämpligt utan åtskillnad i förhållande till samtliga av internetleverantörens kunder, och

– utan begränsningar i tiden,

och vilket kan upptäcka överföring inom internetleverantörens nät av elektroniska filer innehållande musikaliska eller audiovisuella verk samt filmverk, till vilka den som har yrkat föreläggande gör anspråk på att inneha de immateriella rättigheterna, i syfte att blockera överföringen av sådana filer vars utväxling innebär upphovsrättsintrång.”

I Sverige har bland annat frågan uppmärksammats genom målet C-461/10 som grundar sig i att flera förlagsbolag, som innehar rättigheter enligt URL, kräver personuppgifter om en kund av internetleverantören ePhone, då denna kund misstänks ha fildelat bolagens upphovsskyddade verk. HD valde att begära ett förhandsavgörande avseende tolkningen

---

<sup>84</sup> Gustafsson, Sten / TT (2012). Ingen risk för vardagspirater. (Elektronisk). *Dagens Nyheter*, 6 januari. Tillgänglig: <http://www.dn.se/ekonomi/ingen-risk-for-vardagspirater>. (2012-01-06).

<sup>85</sup> *ibid.*



av främst EU-direktivet 2006/24/EG. Generaladvokatens förslag till avgörande i målet C-461/10 innebar att det skulle vara möjligt att med hjälp av nationell lagstiftning kunna kräva internetleverantören på personuppgifter, förutsatt att uppgifterna lagrats i enlighet med lagbestämmelser om skydd av personuppgifter, samt i syfte att lämnas ut och användas för ett sådant särskilt ändamål.

Organisationer för Sveriges media-industrier, allt från musik till datorspel, skrev den första december debattartikeln Sverige är fortfarande piraternas paradiset<sup>86</sup> i Svenska dagbladet där de anser att skapare utav verk fortfarande, inräknat URL och även efter IPRED, är ytterst sårbara. Bland organisationerna som skrivit artikeln märks bland andra IFPI och SMFF. Nedan några av synpunkterna i artikeln:

”Snart fyra år har gått sedan alliansregeringens ipred-löfte här på SvD Brännpunkt. Trots detta har inte en enda svensk filmskapare, musiker, författare eller spelkonstruktör hittills fått lagens skydd. Ett utlåtande nyligen från EU:s generaladvokat riskerar att förlänga åren av värnlöshet. Lagen står inte i strid med datalagringsdirektivet men uttalandet som rör utlämnandet av uppgifter gör ändå att den kan bli obrukbar om EU-domstolen och därefter HD fortsätter på samma linje.”<sup>87</sup>

”Politisk passivitet och internetoperatörer som inte alls samarbetar har därför skapat ett läge där det på allvar går att ifrågasätta om det idag finns ett upphovsrättskydd på nätet i Sverige.”<sup>88</sup>

”Ett decennium av rättslöshet på internet måste få sitt slut. De vackra orden och tomma löftena måste nu ersättas av konkret politik och handling. Vår begäran handlar inte om förmåner och branschstöd, den handlar om den grundläggande rätten att fredas från illegal konkurrens.”<sup>89</sup>

---

<sup>86</sup> Ahlinder, Kristina et. al. (2011). Sverige är fortfarande piraternas paradiset. (Elektronisk). *Svenska Dagbladet*, 1 december. Tillgänglig: [http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/sverige-ar-fortfarande-piraternas-paradis\\_6674284.svd](http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/sverige-ar-fortfarande-piraternas-paradis_6674284.svd). (2012-01-06).

<sup>87</sup> *ibid.*

<sup>88</sup> *ibid.*

<sup>89</sup> *ibid.*



## 6. Analys

### 6.1 Efterfrågan styr affärsmodellerna

Den tekniska utvecklingen har revolutionerat musikindustrin. Det digitaliserade samhället har gett utrymme för nya affärsmodeller, med en kraftig tillväxt vad gäller musiktjänster som bygger på olika slags tekniker för lagring och uppspelning av musik.

Den illegala fildelningen har tillsammans med den tekniska utvecklingen lagt en grund för ett ändrat beteende hos musik-konsumenterna. De ställer numera krav på musikmarknadens aktörer och förväntar sig att musiktjänster ska kunna vara erbjuda möjligheter så som ett stort utbud av musik med hög ljudkvalitet, till ett lågt pris, som är mobilt och som konsumenten själv ska kunna styra över och dela med sig av till sina vänner. Detta medför att affärsmodellerna för digital musik ständigt utvecklas för att kunna erbjuda konsumenterna en tillfredställande helhetslösning, där så många av konsumenternas krav som möjligt kan ingå. Det är alltså efterfrågan som styr affärsmodellerna.

### 6.2 Effekter av en digital marknad

Utbyggnad av bredbandsnäten och möjligheten att använda internet i allt högre hastigheter bidrar till att den nya digitala musikindustrin kan fortsätta att växa ytterligare. Internet anses av många vara en grund för att enkelt, fritt och snabbt kunna förmedla och ta del av information. Allt som sprids via internet anser flertalet konsumenter ska vara fritt och därmed så gäller detta även musik. Det finns dock en större andel konsumenter som förstår att illegal fildelning är fel, såväl ur etiskt som juridiskt perspektiv, men som anser att alternativen inte är tillräckligt tillfredställande. Det är denna grupp av människor som musikindustrin och övriga intressenter arbetar för att omvända till legala musik-konsumenter.

Det illegala alternativet har många fördelar, så som att det ofta är enkelt att använda nedladdningsprogrammen, det är billigt, det är snabbt och konsumenten har fri tillgång till musikfilen och kan använda den i alla sina mediaspelare. Detta är några utav de fördelar som den legala musikindustrin behöver konkurrera med. Det är, så som tidigare nämnts, efterfrågan som styr de nya affärsmodellerna. Konkurrensen är hård mellan aktörerna på dagens musikmarknad. Musik-konsumenter kan idag välja bland ett stort antal olika aktörer och olika slags tjänster, vilket medför att företagen pressas till att ständigt utveckla nya och förbättrade musiktjänster. Konsumenterna söker till stor del en bred tjänst som kan fylla så många av deras behov som möjligt. En tjänst ska gärna vara

användarvänlig, kunna erbjuda ett stort utbud av musik, vara mobil och kompatibel med olika slags mediaspelare, så som en dator, mobiltelefon, Mp3-spelare, eller TV. Dessutom ska det vara enkelt att dela med sig av musiken. De illegala musiktjänsterna kan tillgodose konsumenternas behov väl och sätter därmed ytterligare press på utvecklandet av de legala alternativen. Även om andelen illegala fildelare fortfarande är stor så har en dramatisk utveckling av de legala musiktjänsterna skett de senaste åren. Aktörerna inom musikindustrin finner nya affärsmodeller och samarbetar med varandra för att kunna erbjuda konsumenterna konkurrenskraftiga tjänster.

Ett exempel på en expansiv tjänst där en tydlig stegvis utveckling har skett är den svenska streaming- och prenumerationstjänsten Spotify. Spotify har från början ansetts vara extremt användarvänligt och har kunnat erbjuda ett stort utbud av musik från samtliga större musikbolag. Till en början kunde kunden endast ta del av musiken via en dator då det är en streamingtjänst, men i och med att tjänsten även blev kompatibel med smartphones så fylldes en stor del av kundens helhetslösning för musik i och med att tjänsten blev ännu mer mobil. Tjänsten var dock lite för bra för att vara sann vad gäller priset som kunden behövde betala. Gratisversionen innehöll reklamavbrott som en stor andel kunder inte ville ha. Dessa kunder var därför beredda att betala en kostnad för att få en reklamfri tjänst.

Musik-konsumenter är ytterst priskänsliga, särskilt då det erbjuds musik gratis, och det är därför av stor vikt att kunna erbjuda en tjänst som kan konkurrera med andra aktörer på marknaden, men också att inte ta för mycket betalt för detta. Spotify har enligt mig lyckats presentera en konkurrenskraftig tjänst till en rimlig kostnad för kunden. För att påverka kunderna att välja betalversionerna av tjänsten så infördes ytterligare begränsningar av gratisversionen. Kunden kan endast lyssna på streamad musik en begränsad tid i månaden och endast på samma låt ett visst antal gånger. Spotify har försökt känna av på vilket sätt musik-konsumenter påverkas av vad som ingår i en tjänst och hur mycket tjänsten får kosta. Detta är intressant då de legala aktörerna ständigt tvingas anpassa sig till den illegala konsumtionen och vilka värden som musik-konsumenter prioriterar.

### **6.3 Balansakt påverkar affärsmodeller**

Den legala marknaden har konstant försökt komma ikapp det försprång som den illegala marknaden har haft och uppnå en så pass attraktiv produkt som möjligt. De illegala alternativens försprång medför att de illegala även fortsättningsvis kommer att vara attraktiva. Därmed har den legala musikindustrin en utmaning att anta.

Musikmarknadens affärsmodeller utgörs av en balansakt mellan olika intressen. Som tidigare nämnt bör de moderna tjänsterna tillmötesgå konsumenternas krav på exempelvis mobilitet och ett lågt pris, musikens skapare och bolagen som stöttar denne bör få en skälig ersättning, lagar bör följas och då i synnerhet vad gäller det immateriella skyddet. Balansakten blir problematisk i och med skilda intressen, och frågan är om det är möjligt att finna en lösning som tillfredställer samtliga av dem? Detta verkar enligt mig ytterst tveksamt.

## 6.4 Juridisk komplexitet

Risken att en musik-konsument som illegalt har laddat ned musik i mindre skala skulle komma att bestraffas för detta har ansetts minimal, närmast obefintlig. Detta har medfört att den illegala fildelningen har ansetts vara ett slags undantag från gällande lagstiftning. Det anses inte vara ett särskilt allvarligt brott att ladda ned eller sprida musik illegalt och då en så pass stor andel av den svenska befolkningen väljer att agera gentemot gällande lagstiftning ses det som att det från samhällets sida ändå är allmänt accepterat och en etablerad sedvänja att agera på detta sätt.

På senare tid har musikindustrin valt att attackera den illegala musikkonsumtionen på andra sätt än tidigare. Som nämnts så var det de stora och svårkontrollerade nätverken, så som Napster och The Pirate Bay, som först attackerades vilket resulterade i att målet med att den illegala fildelningen skulle minska inte uppnåddes, utan snarare tvärtom. Numera attackerar mellanhänderna, ofta de företag som levererar internet vilket nämndes ovan i fallen med ePhone och SABAM, samt ett fåtal individer som fildelat illegalt, så som fallet med den fildelande 16-åringen som nämndes tidigare. Sådana fall används för att statuera exempel och skrämna fildelarna samt för att få till en praxis inom området.

Påtryckningar mot internetleverantörerna används för att helt eller delvis kunna stänga av de personer, eller den kapacitet, som gör det möjligt att fildela. Det har pågått och pågår för tillfället fall där det ifrågasätts vilket skydd den enskilda individen har och vilka uppgifter som internetleverantörerna kan komma att tvingas uppge till tredje part. Internetleverantörerna förlorar inte pengar på fildelningen, snarare tvärtom, och kan dessutom själva styra över en stor del av trafiken genom att i egen regi erbjuda legala alternativ till konsumenterna. Därmed har internetleverantörerna arbetat hårt från början av denna maktkamp på konsumenternas sida då de själva inte vill bli hindrade och styrda utav musikindustrin. Framför allt IPRED-direktivet har fått kritik för att det inte ger någon effekt, utan lämnar såväl internetleverantörerna som de illegala fildelarna fria. Internetleverantörerna har tidigare stått helt på sina kunders sida och lyft fram betydelsen av personlig integritet. I och med att leverantörerna har fått kritik, men ändå inte behövt vidta åtgärder i och med bedömning i fallen C-70/10 (Scarlet mot SABAM) och 461/10 (Förlag mot ePhone), så har leverantörerna delvis ändrat attityd. Internetleverantörerna och mobiloperatörerna satsar på att utveckla egna modeller, delvis med redan etablerade musiktjänster, för att, förutom att tjäna pengar, även få större kontroll över sina kunder och internet-trafiken. Vissa leverantörer har genom avtal och teknik förvässat sig om att peer-to-peer-teknik inte kan användas via deras nät. Detta är förändringar som jag ser kan användas för att minska den kritik som de tidigare har fått för sina ställningstaganden.

Detta är även ett exempel på hur rättsväsendet föredrar att låta marknaden styra och reglera sig självt. Det har inte funnits anledning att lagföra en halv miljon svenskar, utan utrymme har skapats för att försvåra för den illegala marknaden och förenkla för de företag som vill anta utmaningen på den legala marknaden.

Även musikbolagen har kritiserats och deras existens har starkt ifrågasatts, men vad som är tydligt är att de har förstått allvaret i situationen. De har accepterat att musikindustrin har förändrats och öppnat upp för att kunna bidra till en väl fungerande legal och digital

marknad. Genom kollektiva avtal och licenser har det varit möjligt att etablera de nya affärsmodellerna. Tack vare detta finns musikbolagens kataloger av musik nu tillgängliga via flertalet digitala tjänster på marknaden. Det är genom de juridiska verktygen som det har varit möjligt att etablera de moderna affärsmodellerna.

## **6.5 Marknaden idag och i framtiden**

Utbudet av musiktjänster blir allt större på den digitala musikmarknaden. Det har skett en revolutionär utveckling av affärsmodeller de senaste åren. Nedan tänkte jag beskriva dagens situation för olika aktörer på marknaden och även analysera potentiella hot eller möjligheter för dessa i framtiden.

### **6.5.1 Upphovsmän**

I och med att musikindustrin har förändrats radikalt har även upphovsmännen påverkats på olika sätt. De som skriver och komponerar musik har främst problematik genom att den illegala fildelningen resulterar i att de inte får ersättning för sina verk. Det finns kollektiva avtal som reglerar ersättningsnivåer, men några av de digitala affärsmodellerna har kritiserats för att inte ersätta upphovsmännen i tillräcklig omfattning. De upphovsmän som är artister har inte längre en lika stabil grund rent ekonomiskt utan idag så bidrar till exempel konserter i allt större grad till artisternas försörjning. Genom att musikbolag och musikförlagen har allt mindre makt så får upphovsmännen kämpa allt hårdare för sina rättigheter och att gemensamt få till stånd kollektiva bestämmelser vad gäller ersättning och liknande villkor. IFPI och SMFF spelar en stor roll som representanter för en allt mer splittrad marknad.

För att kunna skapa musik i ett kommersiellt syfte krävs att upphovsmännen får ersättning. Vissa hävdar att den illegala fildelningen resulterar i att musik sprids till konsumenter som aldrig annars skulle ha lyssnat på musiken, och om det sedan är så att de tyckte om musiken väljer att köpa den legalt eller betala för att se en konsert med artisten. Med de moderna affärsmodellerna anser jag att det är svårt att försvara ett sådant argument. För en liten kostnad, ofta gratis, kan en konsument idag lyssna till mycket stora mängder musik. Konsumenten kan sedan selektivt inhandla den musik som han eller hon tycker om och vill supporta.

### **6.5.2 Musikbolag och musikförlag**

Storhetstiden är över, men de stora bolagen har insett att deras existens kan vara hotad och har anpassat sig till den nya marknaden. Genom att samarbeta med olika aktörer på marknaden och att med hjälp av olika avtalsformer ge möjlighet till att skapa nya affärsmodeller har bolagen skapat sig en position på den digitala musikmarknaden. Upphovsmännens intressen kan därmed även skyddas på ett bättre vis på marknaden och i synnerhet vad gäller deras rättigheter i rättsligt avseende.

### **6.5.3 Illegala musiktjänster**

De illegala tjänsterna utgör idag en stor andel av musikmarknaden. För att de illegala tjänsterna ska få en ännu större andel i framtiden än idag, tror jag att det kommer att

krävas att en debatt kring den personliga integriteten får större uppmärksamhet. Idag finns tillgång till legala modeller som kan erbjuda musik till en väldigt låg kostnad, så för att fortsätta att fildela illegalt krävs en allt starkare politisk övertygelse än tidigare.

#### **6.5.4 Legala musiktjänster**

Som nämndes i det tidigare delkapitlet kan de legala affärsmodellerna erbjuda musik till en låg kostnad och tillfredställa den moderna musik-konsumenten vad gäller behov och efterfrågan. Därför så ser jag en ljus framtid för de legala musiktjänster som har kapacitet att erbjuda konsumenterna en helhetslösning. Särskilt stor potential ser jag i internetleverantörerna och mobiloperatörerna som genom sin kontroll av internettrafiken och sina affärsmodeller kan komma att få ännu större makt än i dagsläget.

#### **6.5.5 Rättsväsendet**

Som tidigare nämndes anser jag att rättsväsendet har valt att inte agera i den problematik som vissa aktörer på musikmarknaden gjort gällande, utan istället låtit marknads övriga aktörer reda ut sin egen problematik. EU-domstolens beslut gällande tolkning av IPRED-direktivet anser jag visar detta på ett tydligt sätt. Upphovsrättslagens regler är tydliga, men det krävs stark bevisning för att aktualisera de relativt svaga straff och påföljder som kan bli följd av intrång och överträdelser. Denna begränsning medför att det är upp till marknads övriga aktörer att göra upp om makten inom den digitala musikindustrin.

# Källförteckning

## Litteratur

- Levin, M. (2011). *Lärobok i immaterialrätt*. Stockholm: Norstedts Juridik AB.
- Rosén, J. (2006). *Upphovsrättens avtal*. Stockholm: Norstedts Juridik AB.
- Schollin, K. (2008). *Digital Rights Management – the New Copyright*. Stockholm: Jure Förlag AB.

## Artiklar

- Andreasson J. och Schollin K. (2011). Goda och onda medhjälpare – Är du socialt adekvat lille vän? Om Pirate Bay-målets betydelse. *Svensk Juristtidning*, (2011), s 534.
- Power, D. och Jansson J. (2004). The Emergence of a post-industrial music economy? Music and ICT synergies in Stockholm, Sweden. *Geoforum*, (2004), 35, 425-439.
- Waldfoegel, J. (2010). Music file sharing and sales displacement in the iTunes era. *Information Economics and Policy*, (2010), 22, 306-314.
- Warr, R. och Goode, M.M.H. (2011). Is the music industry stuck between rock and a hard place? The role of the Internet and three possible scenarios. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (2011), 18, 126-131.

## Elektroniska källor, artiklar

- Ahlinder, Kristina et. al. (2011). Sverige är fortfarande piraternas paradiset. (Elektronisk). *Svenska Dagbladet*, 1 december. Tillgänglig: [http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/sverige-ar-fortfarande-piraternas-paradis\\_6674284.svd](http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/sverige-ar-fortfarande-piraternas-paradis_6674284.svd). (2012-01-06).
- Bertoni, Steven (2012). Spotify's Daniel Ek: The Most Important Man In Music. (Elektronisk). *Forbes*, Elektroniskt tillgänglig på Forbes.com 4 januari och tillgänglig i Forbes Magazine 16 januari, Tillgänglig: <http://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2012/01/04/spotify-daniel-ek-the-most-important-man-in-music/>. (2012-01-06).



- Foreign Policy (2011). The FP Top 100 Global Thinkers. (Elektronisk). *Foreign Policy*, december. Tillgänglig: [http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/11/28/the\\_fp\\_top\\_100\\_global\\_thinkers?page=full](http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/11/28/the_fp_top_100_global_thinkers?page=full). (2012-01-06).
- Gustafsson, Sten/TT (2012). Ingen risk för vardagspirater. (Elektronisk). *Dagens Nyheter*, 6 januari. Tillgänglig: <http://www.dn.se/ekonomi/ingen-risk-for-vardagspirater>. (2012-01-06).
- Göteborg TT (2011). 16-åring döms för fildelning. (Elektronisk). *Svenska Dagbladet*, 21 december. Tillgänglig: [http://www.svd.se/nyheter/inrikes/16-aring-doms-for-fildelning\\_6725025.svd](http://www.svd.se/nyheter/inrikes/16-aring-doms-for-fildelning_6725025.svd). (2012-01-06).
- Stockholm TT Spektra (2012). Kopimismen nyaste religionen. (Elektronisk). *Svenska Dagbladet*, 4 januari. Tillgänglig: [http://www.svd.se/nyheter/inrikes/kopimismen-nyaste-religionen\\_6750509.svd](http://www.svd.se/nyheter/inrikes/kopimismen-nyaste-religionen_6750509.svd). (2012-01-06).
- Stockholm TT Spektra (2011). Universal och Sony vill köpa EMI. (Elektronisk). *Svenska Dagbladet*, 12 november. Tillgänglig: [http://www.svd.se/kultur/universal-och-sony-vill-kopa-emi\\_6630464.svd](http://www.svd.se/kultur/universal-och-sony-vill-kopa-emi_6630464.svd). (2012-01-06).
- TT (2011). 16-åring döms för nedladdning. (Elektronisk). *Dagens Nyheter*, 21 december. Tillgänglig: <http://www.dn.se/nyheter/sverige/16-aring-doms-for-fildelning>. (2012-01-06).

## **Elektroniska källor, hemsidor**

- IFPI Svenska Gruppen. *Om oss*. (Elektronisk). Tillgänglig: [http://www.ifpi.se/?page\\_id=3](http://www.ifpi.se/?page_id=3). (2012-01-06).
- Piratpartiet. *Politik*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.piratpartiet.se/politik>. (2012-01-06).
- SMFF. *Om SMFF*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.smff.se/?id=227>. (2012-01-06).
- SMFF. *Upphovsrätt*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.smff.se/?id=1434>. (2012-01-06).
- Spotify. *Press – Background Information*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.spotify.com/se/about-us/press/background-info/>. (2012-01-06).
- Spotify. *Spotify: A Perfect Platform for apps*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.spotify.com/se/about-us/press/spotify-a-perfect-platform-for-apps/>. (2012-01-06).

- Spotify. *Spotify On Facebook*. (Elektronisk). Tillgänglig:  
<http://www.spotify.com/se/about/spotify-on-facebook/>. (2012-01-06).
- Spotify. *Spotify – Premium, Unlimited, Spotify – Music Site – Online Music – Spotify*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.spotify.com/se/get-spotify/overview/>. (2012-01-06).
- STIM. *Om oss*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.stim.se/sv/OM-STIM/>. (2012-01-06).
- STIM. *Så går det till*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.stim.se/sv/OM-STIM/Sa-gar-det-till/>. (2012-01-06).
- STIM. *Ägare*. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.stim.se/sv/OM-STIM/Organisation/Agare/>. (2012-01-06).
- Telia. *Telia och Spotify fortsätter samarbetet – driver betalande musikabonnenter till nya rekordnivåer*. (Elektronisk). Tillgänglig:  
<http://nyheter.telia.se/10404/telia-och-spotify-fortsatter-samarbetet-driver-betalande-musikabonnenter-till-nya-rekordnivaer/>. (2012-01-06).
- Universal Music. *Om oss*. (Elektronisk). Tillgänglig:  
<http://www.universalmusic.se/om-oss/om-oss>. (2012-01-06).

## **Elektroniska källor, rapporter**

- Grammofonleverantörernas förening (2011). Pressmeddelande, GLF:s försäljningsstatistik över musikkörsäljningen i Sverige – helåret 2010. (Elektronisk). Tillgänglig: <http://www.ifpi.se/wp/wp-content/uploads/110127-GLF-forsaljningsstatistik-GLF-helaret-20102.pdf>. (2012-01-06).
- IFPI (2011). IFPI Digital Music Report 2011 – Music at the touch of a button. (Elektronisk). Tillgänglig:  
<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>. (2012-01-06).
- Svenska Musikförläggareföreningen (2005). Musikförläggarens tre roller. (Elektronisk) Första upplagan, Masterprint. Tillgänglig:  
<http://www.smff.se/filearchive/5/571/treroller.pdf>. (2012-01-06).

## **Lagar och författningar**

2006/24/EG. *Directive 2006/24/EC of the European Parliament and of the Council of 15 March 2006 on the retention of data generated or processed in connection with the provision of publicly available electronic communications services or of public communications networks and amending Directive 2002/58/EC.* Strasbourg, Europeiska parlamentet och Europeiska unionens råd.

2004/48/EG. *Directive 2004/48/EC of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the enforcement of intellectual property rights.* Strasbourg, Europeiska parlamentet och Europeiska unionens råd.

SFS 1960:729. *Lag (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk.* Stockholm, Justitiedepartementet.

## **Rättspraxis**

B 3835-11

C-461/10

C-70/10

NJA 2000 s. 292