

Musikförläggaren

2008/01

Nyheter från SMFF

PORTRÄTT · Musikskolan.se

POWERED BY ICE · En kvalitetsstämpel

ORGANISATIONER · Vad gör SAMI?

GÄSTARTIKEL · A&R – ett jobb nära upphovsmannen



Ledare



FOTO: Peter Hallbom

I somras meddelade regeringen att den var redo att även i svensk rätt låta implementera det s.k. sanktionsdirektivet – och att en remissrunda i syfte att utröna förutsättningarna för detta skulle inledas omgående. Inte långt därefter publicerades Renforsutredningen om upphovsrätten på Internet, vilken även den gått ut på remiss till berörda parter. I efterhand är det uppenbart att dessa två händelser kom att tjäna som en tändande gnista till den mycket intensiva fildelningsdebatt som därefter ägt rum i vårt land.

För oss musikförläggare och de upphovsmän vi företräder är det nu särskilt viktigt att påpeka att det i detta sammanhang är helt nödvändigt att hålla två tankar i huvudet samtidigt.

Låt oss först slå fast att vi är uttalade motståndare till illegal fildelning, och positiva till de slutsatser Cecilia Renfors drar i sin utredning. Den illegala fildelningen både kan och bör stävjas inom ramen för den befintliga upphovsrätten, med tillägget att den senare bör kompletteras med just den sanktionsmöjlighet som redan implementerats i många andra länder i Europa.

Men möjligheten att framgångsrikt beivra systematiska brott mot upphovsrätten på internet kräver enligt vår mening etablerandet av en legal marknad. Först då blir det helt verkningsfullt att bekämpa den illegala fildelningen med de metoder som Renfors föreslår.

Den lagstiftning som ska göra detta möjligt måste dessutom vara utomordentligt tydlig, så att den verkar i två riktningar samtidigt. Den ska både stävja illegal musikanvändning och frigöra legal musik-användning på internet!

SMFF har därför, tillsammans med upphovsmännens organisationer FST och SKAP, rekommenderat STIM – vår gemensamma licensieringsorganisation – att via media ta ett initiativ som förmår att bryta upp det i långa stycken låsta läget i fildelningsfrågan

i Sverige (i en debattartikel i GP den 8 februari). Läs hela artikeln på www.stim.se.

I vårt gemensamma arbete (tillsammans med FST, SKAP och STIMs ledning) har vi framförallt låtit oss vägledas av den grundläggande principen att upphovsrätten syftar till att skapa marknader. Det faktiska och omfattande nyttjande av musik som redan sker via fildelning på nätet bör därför licensieras. I detta avseende ser vi ingen som helst skillnad mellan å ena sidan licensiering av musik till radiokanaler, affärskedjor, idrottsanläggningar och – å andra sidan – att internetoperatörerna sluter licensavtal med STIM och andra rättighetshavare.

STIMs initiativ går i korthet ut på det följande: STIM bjuder in internetoperatörerna till samarbete, i syfte att undersöka möjligheterna till att just internetoperatörerna sluter licensavtal med STIM och andra rättighetshavare. Licensen gäller internetabonnemang som gör det lagligt att ladda ner musik på internet. På så sätt kan de som skapar musik få ersättning för sitt arbete, samtidigt som nätets frihet och smidighet kan utnyttjas och utvecklas maximalt för alla internet-användare.

De enskilda rättighetshavare (upphovsmän eller musikförlag) som inte vill medge en sådan möjlighet, ska naturligtvis kunna meddela STIM att just deras verk inte ingår i en eventuell STIM-licens för fildelning. STIM måste enligt SMFF kunna tillfredsställa både de som vill upplåta sin repertoar för fildelning och de som inte vill.

Kjell-Åke Hamrén
Ordförande SMFF

smff

SVENSKA MUSIKFÖRLÄGGAREFÖRENINGEN

Utgivare: SMFF, Box 27327, SE -102 54, Sandhamnsgatan 79, +46(0)8 783 88 00, info@smff.se, www.smff.se

Musikförläggaren

2008/01

Redaktör & layout:

Johanna Lundborg

Layout & Original:

Anneli Andersson

Andy Gunnarsson

Skribenter i**detta nummer:**

Kjell-Åke Hamrén
Johanna Lundborg
Eric Hasselqvist
Anders Lundqvist
Margita Ljusberg
Nutta Hultman
Johan Bergby

Omslag:

Sofia Gillström
/henrik&sofia

Fotograf:

Peter Hallbom

Ansvarig utgivare:

Kjell-Åke Hamrén

Tryckeri:

EkotryckRedners AB

POWERED BY ICE · En kvalitetsstämpel	4
SMFF BERÄTTAR · MidemNet 2008	8
PORTRÄTT · Musikskolan.se	10
ORGANISATIONER · Vad gör SAMI?	13
GÄSTARTIKEL · A&R – ett jobb nära upphovsmannen	14
JURIDIK MED JOHAN · Skiljeklausuler	16
JONNY, THE WRITERS DAGBOK · Del 4	18
TILL SIST · Notiser	20

SMFF är de svenska musikförlagens branschorganisation.

SMFF är huvudman för STIM, tillsammans med upphovsmännens föreningar, FST & SKAP.

SMFF representerar musikförläggarna i många andra organisationer samt i den internationella musikkonfederationen ICMP.

Den digitala utvecklingen ställer nya krav på musikbranschen. I det här numret berättar vi bland annat om ICE, International Copyright Enterprise. De vill vara ett servicebolag i världsklass när det gäller att hantera de växande datavolymer som följer i spåren på den allt mer komplexa musiklicensieringen. Förlaget Musikskolan.se söker medlemskap i SMFF och berättar hur de, genom ett gott samarbete med andra förlag, tagit fram digitala lösningar för att sälja musiken. Nutta Hultman rapporterar från Midem där diskussionen om fenomenet "user generated content" väckte starka känslor. Vi har också besökt den kreativa avdelningen på förlagen och får lära oss hur det är att jobba som A&R. Läs mer om det på sidan 14.

Johanna Lundborg
Redaktör



FOTO: Peter Hallbom

"POWERED BY" ICE

– en kvalitetsstämpel

ICE, International Copyright Enterprise, har under hösten och vintern tagit steget från att vara ett projekt till att fungera som ett oberoende företag. Mot slutet av år 2009 ska ICE enligt planerna lanseras som ett fullskaligt back-office, sannolikt med flera nya kunder.

Aktiviteten vid Alviks strand i Stockholm är hög. Ett trettiootal personer, varav hälften engelsmän, bygger databaser för verkdokumentation och avtal, den produkt som ICE erbjuder sina kunder redan i slutet av 2008. Målet är att kunna hantera allt från delar av verk till hela kataloger för både framförande av musik och mekanisering.

Under 2009 vidtar fasen som ska resultera i snabba avräkningar. Mot slutet av år 2009 ska ICE enligt planerna lanseras som ett fullskaligt back-office, sannolikt med flera nya kunder. ICE, International Copyright Enterprise, har under hösten och vintern tagit steget från att vara ett projekt till att fungera som ett oberoende företag.

– Stim och det brittiska MCPS-PRS fann varandra i en vision. Tillsammans ville man skapa ett servicebolag i världsklass som arbetar på kommersiella villkor och som globalt kan hantera de enorma och växande datavolymer som blir följderna av en alltmer komplex musiklicensiering, säger Tomas Ericsson, vd för ICE. Båda organisationerna var nyfikna på framtiden och sugna på förändring. Ägarskapet är delat i 50-50.

Med kommersiellt menar Tomas att effektiv hantering av datavolymer ger vinster åt de organisationer och sällskap som är ICE-kunder och därmed, som en trestegsraket, vinster åt deras respektive medlemmar i form av högre effektivitet och snabbare avräkningar till lägre kostnader. Dessutom kan de sällskap som är ICE-kunder koncentrera sig på sin egen kärnverksamhet som licensiering och medlemsvård utan att behöva bekymra sig om hur de växande volymerna hanteras. "Powered by ICE" ska vara garantin för maximal korrekthet och kostnadseffektivitet.

STORA VOLYMER GER LÅGA TRANSAKTIONSKOSTNADER

- Vi sätter ett pris på varje transaktion. På så sätt kan kunderna, som för närvarande är ägarna Stim och MCPS-PRS, själva jämföra med priset för sin egen volymhantering. Ju större volymer ICE hanterar desto lägre blir priset för varje transaktion. ICE erbjuder hantering och dokumentering av musikverken, musikrapportering,



”Vi vill ha ett nära samarbete med förlagen, vi vill lära oss förlagens sätt att arbeta och vilka krav ett musikförlag ställer på ett välfungerande back-office.”

Tomas Ericsson

forts.

matchning av rapporter mot verk och avräkning, helt eller i delar alltefter beställning. Databaserna innehåller avtal, rättighetshavare och deras musikverk och fördelning för både framförande och mekanisering. Dataplattformen är IBMs och datastandarden är internationell och flexibel. ICE kan samtidigt administrera ett stort antal kunder med varierande kravprofil och gränssnitt och kan dessutom hantera obegränsade volymer.

ICE ÄR INTE...

Det finns en rad nya initiativ med varierande koncept i Europa och världen när det gäller musiken och rättigheterna. Tomas är därför noga med att framhålla vad ICE inte är för att undvika missförstånd.

– ICE har ingenting alls att göra med licensieringen av musik, ICE är inte ett sällskap eller en organisation och konkurrerar alltså inte med sällskap utan är ett kunddrivet bolag till gagn för alla sällskap och förlag. ICE främsta uppgift är att skapa lägre kostnader och effektivare hantering av verk, avtal, rapportering, matchning och avräkning och därigenom gynna rättighetshavarna. I princip ska ICE vara osynligt för andra än ICE-kunder. Rättighetshavarna ska inte behöva märka att tjänster som erbjuds faktiskt har ett Powered by ICE-koncept i bakgrunden. ICE kan på sätt och vis jämföras med processerna bakom de dagliga kontokortstransaktionerna.

Enligt huvudregeln har ICE inte kontakt med kundernas medlemmar om inget annat är avtalat. Stim och MCPS-PRS sköter medlemskontakten eller får direkt information om ICE av effektivitetsskäl har diskuterat exempelvis med musikförlagen. ICE fungerar inte som en virtuell databas som man kontaktar från sitt eget skrivbord utan är ett fysiskt bolag med ett antal anställda som övertar, utvecklar och sköter de processer kunderna beställt.

MUSIKFÖRLAG SOM KUNDER

Tomas berättar att flera både stora och små företag och organisationer som hanterar copyright har tagit kontakt och visat intresse trots att man ännu inte satsat på marknadsföringen. Han ser exempelvis musikförlagen som en naturlig målgrupp för de tjänster ICE kan erbjuda.

– Vi vill ha ett nära samarbete med förlagen, vi vill lära oss förlagens sätt att arbeta och vilka krav ett musikförlag ställer på ett välfungerande back-office. Stefan Eklund från Universal och Kattis Bångstad Balenius från Sony/ATV deltar i projektets alla delar.

KUNDERNAS KRAV I CENTRUM

Kunskaper och erfarenheter från Stim och MCPS-PRS samverkar för att nå bästa resultat och högsta effektivitet. I styrgruppen för ICE sitter förutom Tomas, Kenth Muldin och Kerstin Sturk och från MCPS-PRS Steve Porter, Chris Gardner, Adrian Lotter och Richard Landon och Alan Balchin.

– När det gäller arbetsgången leder Mats Lidström gruppen systemarkitektur och design, säger Tomas. Johan Hammarström och hans grupp har till uppgift att formulera kraven på systemen. Kerstin Sturk agerar som den som ifrågasätter lösningarna och vässar dem i enlighet med mål och visioner innan jag slutligen godkänner.

Stämningen i arbetsgrupperna är positiv och kryddas med en blandning av brittisk och svensk humor. Man hör många skratt. Det märks att Tomas är stolt över ICE, över visionen och missionen och över vad man åstadkommit hittills.

– Våra system ska vara i världsklass. ICE kommer att kunna ta hand om miljontals musikverk med alla rättighetshavares ägarandelar och se till att rapporter om radio- och tv-spelningar, streaming, nedladdningar, livespelningar och inspelningar resulterar i snabba avräkningar. På så sätt medverkar ICE till att stärka och maximera värdet av den ekonomiska upphovsrätten.

Margita Ljusberg
Informationschef STIM



Richard Landon / Project Leader - ICE



Tomas Ericsson / CEO - ICE



FOTO: Peter Hallbom



Till vänster: **Johan Hammarström** /
Business Requirement - Project Leader

Till höger: **Mats Lidström** / Chief IT Architect

MidemNet 2008

– en viktig mötesplats för musikbranschen

Cannes i slutet av januari har år efter år betytt en enda sak för musikindustrin - musikmässan Midem. SMFFs kanslichef Nutta Hultman rapporterar från årets mässa.

Trots vikande deltagarantal de senaste åren så behåller den ändå sin ställning som en av de viktigaste mötesplatserna för att göra affärer, knyta kontakter och allmänt uppdatera sig på senaste nytt inom musikbranschen. Årets upplaga bjöd dessutom på ett strålande väder som särskilt vi skandinaver tacksamt njöt av.

MidemNet, som är en separat avdelning inom mässan med fokus på den digitala utvecklingen, bestod av två dagars seminarier och debatter om hur de digitala plattformarna radikalt förändrat musikindustrin.

Vad nytt konstaterades? Diskussionerna och frågeställningarna har nog varit desamma under de senaste åren. Vi lever i en brytningstid och ingen vet säkert hur saker och ting kommer att se ut om några år. Möjligen har hastigheten med vilken förändringarna sker ökat. Plattformar med musik innehåll växer upp som svampar ur jorden.

”Vi ska inte glömma bort att intresset för musik är större än nånsin – det har bara tagit sig lite andra vägar.”

Nutta Hultman

– Musikbranschen har alltid varit en teknikdriven bransch. Skillnaden är att förr var det industrin som dikterade villkoren för musikfans, nu är det tvärtom, konstaterade den legendariske Chuck D (*Public Enemy, Slamjamz records mm*) i en av paneldebatterna.

UGC

Modeorden för dagen var ”user generated content”, d.v.s. material som görs av - och läggs upp av - konsumenten på sajter som YouTube, MySpace osv. Den yngre generationen musikkonsumenter har inget behov av att någon sällar och väljer ut vad de ska lyssna eller titta på. De väljer själva och valmöjligheterna är oändliga. Mest applåder, åtminstone från den äldre delen av publiken, fick ändå producenten Bob Ezrin som ligger bakom storverk som Pink Floyds ”The Wall”, Lou Reeds ”Berlin” mm. Han var upprörd över att musik refererades till som ”content” (”innehåll”).

– Detta fantastiska fenomen som musik är, och som påverkat människor i alla tider, får aldrig degraderas till det simpla ordet ”content”, dundrade Ezrin.

Efter två dagars diskussioner om affärsmodeller, inkomster, teknik, plattformar och just... content så var det onekligen skönt att få bli återförd till väsentligheter.

Efter några intensiva dagar vandrade jag på Croisetten med REM:s ”*It’s the end of the world as we know it*” klingande i huvudet. Även om den handlar om en annan typ av apokalyps så kan man konstatera att (musik-) världen inte ser ut som den gjort. Hur kan vi uppdatera gamla affärsmodeller så att vi är i fas med marknaden? Hur kan vi återskapa värdet på musik när så många tycker den ska vara gratis? Hur kan vi återföra penningströmmen till de som rättmätigt ska ha den, d.v.s. upphovsmän och rättighets-havare? Vi ska inte glömma bort att intresset för musik är större än nånsin – det har bara tagit sig lite andra vägar.

Nutta Hultman
kanslichef SMFF



Musikskolan.se

Förlaget Musikskolan.se – som även driver internetsajten musikskolan.se – söker nu medlemskap i SMFF. Musikförläggaren har därför intervjuat grundaren Jan Utbult för att få veta mer om musikförlaget och dess verksamhet.

Musikskolan.se söker medlemskap i SMFF. Vi vill gärna veta mer om er! Beskriv hur er verksamhet ser ut.

– Just nu ligger fokus på utvecklingen av "Låtbanken" på Musikskolan.se, ett komplett system för digital försäljning av direktnoter och ljudfiler. Systemet för notdistribution bygger på teknik från Sibelius och ger användaren möjlighet att se noterna på skärmen, lyssna och transponera materialet före utskrift.

När användaren bestämt sig köper han/hon en utskriftsrättighet som ger möjlighet att skriva ut noterna på egen skrivare en gång.

Ljudfilerna kan provlyssnas i 30 sekunder och efter ett köp laddar användaren ner filen till sin egen dator. Det som är unikt på den svenska marknaden är att även musklärare, körledare, arrangörer och andra upphovsmän har möjlighet att publicera egen musik och sälja den på ett enkelt och säkert sätt. Den upphovsman som vill publicera sitt material, tecknar ett förlagsavtal med Musikskolan.se och får på så sätt rätt att ladda upp verk till Låtbanken. När noter laddas upp skickas ett meddelande till oss om detta och vi tittar på all musik manuellt. Är det ett verk som upphovsmannen själv står bakom, eller ett arrangemang av ett fritt verk, publicerar vi detta direkt. Är verket däremot skyddat ansöker Musikskolan.se om publiceringsrättighet hos det förlag som handhar tryckrättigheterna. När ett tillstånd är beviljat publiceras verket i Låtbanken. Vi gör också klart för den som laddar upp att vi inte kan garantera att Musikskolan.se beviljas publiceringstillstånd på skyddad musik vilket då naturligtvis innebär att verket inte publiceras. Ljudfiler publiceras direkt och försäljningen av dessa rapporteras till STIM. Förlaget musikskolan.se ägs av Jan Utbult och håller till på Öckerö i Göteborgs norra skärgård.

Hur är er affärsidé utformad?

– Musikskolan.se hoppas att kunna bidra till en pedagogisk utveckling runt om i landet genom att goda idéer och bra musik kan spridas till en stor publik. Vi ser samtidigt möjligheten att en stor del av det som i dagens musikundervisning faktiskt sker olagligt skall kunna göras lagligt. Vi vill möta framtida behov, ligga i tåten av utvecklingen och förhoppningsvis komma till nytta för hela förlagsbranschen. Målsättningen är att bli en samlingspunkt på nätet och en ledande distributör av lagliga digitala noter, ljudfiler och videolektioner.



På bilden **Jan Utbult**.

Foto: Jakob Sandberg, Studio22



”Vår förhoppning är också att kunna vara med och bidra till en positiv utveckling när det gäller musikpublicering i nya medier.”

Jan Utbult

Hur uppstod idén?

– Ny teknik i musikundervisningen har alltid varit en källa till idéer för oss. När .se-domänerna för några år sedan släpptes fria registrerade vi musikskolan.se. Förra året var tiden mogen för att starta ”på riktigt” och vi började ge ut läromedel i form av böcker, samla idéer vad sajten skulle innehålla och även sätta igång med själva byggandet.

Hur många är ni som jobbar på Musikskolan.se?

– Just nu är vi fyra personer fördelade på ungefär 2,5 heltidstjänster.

Vilka andra förlag samarbetar ni med?

– Till att börja med har vi inriktat oss på samarbete med de förlag som förfogar över många tryckrättigheter: Gehrmans, Notfabriken, EMI, Ehrlingförlagen och Warner/Chappell. Med dessa träffar vi ramavtal som vi sedan kan hänvisa till när tryckrättigheter söks för enskilda verk. Vår målsättning är att listan med förlag som vi samarbetar med framöver skall innefatta alla förlag som handhar digitala tryckrättigheter. Vi är även återförsäljare av läromedel från bl.a. Lutfisken, Notfabriken, Notposten, Gehrmans och Erlingförlagen.

Vad skiljer er från andra notutgivande förlag?

– Den största fördelen med att publicera noter, ljudfiler och videolektioner på Internet är att musik som aldrig skulle vara lönsam att trycka i bokform kan publiceras och spridas till en mängd användare. Att musiklektörer, körledare, arrangörer och andra upphovsmän själva har möjlighet att digitalt publicera noter, ljudfiler och videolektioner på ett och samma ställe – och tjäna pengar på detta – är vi ensamma om i Sverige.

Har ni några konkurrenter som sysslar med liknande verksamhet?

– De största konkurrenterna är förmodligen alla tusentals Internet-sajter som sprider musik, texter, gitarrtabulatur och videonuttag utan att bekymra sig det minsta om upphovsrätten och upphovsmännen bakom det man publicerar.

I så fall, vad särskiljer er från dem?

– Vår förhoppning är att kunna vara ett lagligt alternativ där även musikförlag och upphovsmän får del av intäkter som skapas genom användandet av deras verk.

Vad kan andra förlag lära av er?

– När det gäller spridningen av klingande musik på nätet gjorde förlagsbranschen gigantiska misstag när Napster och andra liknande sajter startade. Utvecklingen for iväg som ett skenande ånglok och musikförlagen stod kvar på perrongen och ropade desperat åt lokföraren och alla passagerare. Vi vill inte resignera inför utvecklingen utan fokusera på att försöka vända inställningen till upphovsrätten. Att bejaka ny teknik och själva finnas med i sammanhang där laglighet, tillgänglighet och enkelhet fokuseras är en utmaning för alla musikförlag idag.

Vad vill ni bli bättre på?

– Nu ligger utmaningen i att se hur våra system fungerar i skarpt läge när informationsmängden ökar. Det gäller att vi blir kostnadseffektiva så att musikskolan.se på sikt får möjlighet att växa vidare med nya spännande funktioner.

Varför söker ni medlemskap i SMFF?

– Musikskolan.se är ett musikförlag som har just förlagsverksamheten som sin huvudsysselsättning. Utifrån detta känns det väldigt naturligt att ansöka om medlemskap i SMFF. Vår förhoppning är också att kunna vara med och bidra till en positiv utveckling när det gäller musikpublicering i nya medier. Att knyta kontakter med andra musikförlag och den kvalitetsstämpel förlaget får som medlem i SMFF känns också som viktiga orsaker till vår ansökan.

Vad förväntar ni er att SMFF kan göra för er - som er blivande medlemsorganisation?

– Genom en levande dialog i organisationen kring t.ex. notpublicering på Internet tror vi att SMFF kommer att kunna hjälpa oss framåt i snärskogen av rättighetsfrågor både mot upphovsmän och mot andra musikförlag.

forts. →

MER FAKTA...

På hemsidan finns en funktion för videolektioner som fungerar på samma sätt som Låtbanken. Den som tecknar förlagsavtal har möjlighet att själv publicera videolektioner och välja vilket pris han/hon vill att lektionen skall ha. När en lektion säljs får "läraren" sin andel av försäljningspriset och om lektionen bygger på skyddad musik får originalförlag, kompositör och textförfattare sin ersättning genom STIM:s försorg. Ett diskussionsforum finns naturligtvis på sajten och även en webbshop, där bl.a. notböcker och mjukvara från Sibelius, Garritan m.fl. finns till försäljning.



forts.

Är det något mer ni vill berätta för oss om er?

– I förra numret av Musikförläggaren refereras till ett föredrag med Johan Lagerlöf där följande text är återgiven:

”Musikbranschen har generellt fått ryktet att man oftast säger nej till olika licensförfrågningar, eller åtminstone att hanteringen av ärenden går långsamt. Johan konstaterade krasst att de flesta nya affärsidéer inom digital distribution och musikanvändande i olika produkter misslyckas. Däremot var han av den bestämda åsikten att det är bättre att sluta ett avtal med en ny aktör än att inte göra någonting eller säga nej. På så vis har man åtminstone viss kontroll och inblick i vad som sker.”

– Detta är verkligen huvudet på spiken hur vi på Musikskolan.se har upplevt våra första stapplande steg i musikförlagsbranschen. Vår förhoppning att vi inom SMFF ska få vara en del i en utveckling där Johan återkommer om fem år och man i Musikförläggaren nummer 3/2012 kan läsa följande:

”Musikbranschen har numera rykte om sig att man ofta säger ja till olika licensförfrågningar och på så vis åtminstone har viss kontroll och inblick i vad som sker. Johan konstaterade att många nya affärsidéer inom digital distribution och musikanvändande i olika produkter lyckas och vi i Sverige nu är ett föregångsland inom detta område”

Johanna Lundborg intervjuar Jan Utbult

Det finns gott om förkortningar inom svensk musikindustri. SMFF, STIM, SKAP, IFPI, SAMI, FST och NCB är några exempel. Kanske är det så att alla i musikbranschen inte har helt klart för sig vad alla aktörer egentligen gör? Musikförläggaren har i detta nummer träffat Martin Elford, marknadsdirektör på SAMI, för att ge en inblick i SAMIs verksamhet.

VAD GÖR SAMI?



Martin Elford /
marknadsdirektör
på SAMI

Hur vill du kortfattat beskriva SAMI, och vad gör ni?

- SAMI:s uppgift är att tillvarata och främja de utövande artisternas och musikernas rättigheter och ekonomiska intressen inom ramen för upphovsrättslagstiftningen. SAMI bildades 1963 på initiativ av musikers och artisters fackliga organisationer. Från början var det bara SR/SVT som var licensbetalare. Rättigheterna har under åren utvidgats till att omfatta framföranden på offentliga platser, uthyrnings- och utlåningsrättigheter och privatkopiering, den så kallade kassettersättningen. I licensinsamlingen samarbetar SAMI med IFPI. Idag har SAMI drygt 19 000 anslutna nationella rättighetshavare och ett stort antal utländska.

Hur är egentligen kännedomen om SAMI bland musikförläggare och upphovsmän?

- Jag tror att de flesta vad SAMI är, men det finns nog många som inte vet vad SAMI gör. Orsakerna till detta kan säkert vara flera, men min uppfattning är att SAMI måste bli bättre på att kommunicera vad vi gör och varför vi gör det. SAMI har inte varit synliga i media (naturligtvis med undantag av Lindström-affären), vilket givetvis också påverkar musikförläggarnas och upphovsmännens bild och kunskap om SAMI. Sen upplever jag att vi i branschen, i varje fall historiskt sett, sitter på våra egna kammare och enskilt försöker lösa våra egna problem. Detta är viktigt att ändra på. SAMI har, på samma sätt som alla andra aktörer i musikbranschen, en skyldighet att medverka till att branschen utvecklas positivt. Både vad gäller att påverka intäkter och bilden av branschen i stort. Samverkan mellan branschens aktö-

rer är viktigt för att skapa en gemensam bild för den utomstående betraktaren. Vi är ju i högsta grad beroende av varandra, och måste tillsammans bli bättre på exempelvis lobbyarbete.

Finns det något samarbete mellan SMFF och SAMI?

- Såvitt jag känner till så förekommer inget uttalat samarbete idag, och det har det inte gjort tidigare heller. Det händer dock att vi utbyter frågor och svar på det juridiska området, oftast rörande frågor från allmänheten

Finns det några motsättningar mellan SAMI och SMFF?

- Nej, jag kan inte se några. Våra vägar i våra respektive verksamheter korsas aldrig. Å andra sidan är ju många av dem vi företräder samma personer.

Ungefär hur många SAMI-anslutna är också upphovsmän?

- Det går inte att ge någon exakt siffra, men jag tror det är många. Säkert några tusen.

Har "folk" svårt att skilja på alla förkortningar i musikbranschen (SAMI, STIM, SKAP etc.)?

- Framförallt allmänheten, men även många i branschen, har nog svårt att dels veta, men också att skilja på vad alla olika förkortningar står för. Som utövare får man från SAMI oftast en utbetalning per år, och jag tror det är väldigt få som därefter funderar på vad SAMI är och står för. Än mindre funderar andra aktörer på vad SAMI är. Detsamma gäller ju också SMFF och andra aktörer. Det viktigaste är dock att vi tillsammans medverkar till att tydlig-

göra vår bransch gentemot dem som ska köpa våra produkter och tjänster. Sen är det vårt "interna branschproblem" att tydliggöra vad de olika delarna av branschen står för. Jag är övertygad om att om vi blev bättre på att samverka så skulle flera "identitetsproblem" lösas sig självmant.

Slutligen, vill du göra någon kommentar angående mediaskriverierna om SAMI?

- Kortfattat så är bakgrunden att SAMIs tidigare VD Hans Lindström fick sparken hösten 2006 då styrelsen inte längre hade förtroende för honom. Lindström valde senare att stämma SAMI med syftet att få ut sitt avgångsvederlag. Vid avskedandet tillsatte styrelsen en oberoende extern granskning för att undersöka om eventuella oegentligheter förekommit under Lindströms ledning. Undersökningen visade att så var fallet, och styrelsen valde då att polisanmäla Lindström. Brottsundersökningen uppgav bland annat att Lindström tecknat ett 40-årigt hyreskontrakt för Stora Teatern i Göteborg utan styrelsebeslut från SAMI eller Stora Teatern. Styrelsen hade godkänt ett avtal på 10 år med förlängningsoption samt en investering på drygt 15 miljoner kr. Lindström har under hösten 2007 delgivits misstanke om grov trolöshet mot huvudman, försök till trolöshet mot huvudman och bestickning. Även VDn för det kommunala fastighetsbolaget i Göteborg som äger Stora Teatern har delgivits misstanke om brott. Säkert blir det fler skrivelser kring detta, inte minst i samband med att åtal väcks i tingsrätten.

Eric Hasselqvist intervjuar **Martin Elford**

A&R – ETT JOBB NÄRA UPPHOVSMANNEN

Musikförläggaren har träffat fyra personer från musikförlagen för att få veta mer om vad en A&R är och gör på jobbet.

A&R's betyder Artist and Repertoire och representerar den kreativa avdelningen på förlagen. Musikförläggaren har träffat fyra representanter. De är Niclas Ulfeldt (Bonnier Music Publishing), Janett Jensen (Warner Chappell), Jonas Wikström (Universal Publishing) och Nicholas Johansson (Sony ATV). Ser man i backspegeln har samtliga fyra haft musikrelaterade arbeten även innan de hamnade i förlagsbranschen. Jonas Wikström och Nicholas Johansson har tidigare jobbat på skivbolag, Niclas Ulfeldt var låtskrivare och Janett Jensen var tidigare dansare.

SAMMANFÖRA LÅTSKRIVARE MED TALANGER

En arbetsdag för en förlags-A&R kan se ut på många sätt. Självklara inslag är e-postkommunikation och genomgång av nya låtar, både från kontrakterade och externa upphovsmän. Vissa verk är färdiga. Då inleds arbetet med att hitta ett hem för dem. Många skivbolag skickar också ut mer eller mindre specifika önskelistor för speciella artister/projekt varpå förfrågningarna vidarebefordras till upphovsmännen. Då gäller det att inte skicka för mycket. Att gödsla med material anses oprofessionellt, vem som än är mottagare. Andra gånger är ett verk klart och jobbet blir att föreställa sig vem som skulle passa för låten.

Placering av låtar i TV, film och reklam kallas "synk" och har successivt blivit en allt viktigare del av förlagsverksamheten. Abstrakt tänkande är en förutsättning, vare sig det handlar om att föreställa sig en låt med annan text, i annan produktion eller vilka upphovsmän som skulle kunna ha ett fruktbart samarbete. Vissa låtar är skisser och behöver input eller en co-writer.

– En del av det kreativa arbetet är att sammanföra låtskrivare med olika talanger, kunskaper eller temperament, säger Janett. Vi har utöver våra lokala förmågor regelbundet besök av bland annat amerikanska låtskrivare som är imponerade av det svenska kunnandet och är pigga på samarbeten. Huruvida alla upphovsmän är kontrakterade till det egna förlaget anses inte vara det viktigaste.

– Hellre 50 procent av en hit än 100 procent av en flopp, konstaterar Jonas.

Eftersom det egentligen inte finns någon gräns för vad en upphovsman eller ett verk kan åstadkomma finns en uppenbar risk att man känner att man inte räcker till.

– Det är viktigt att sätta upp realistiska delmål och kunna glädjas när de uppnås, menar Jonas. Utöver det traditionella arbetet med att få ut låtar på skiva och sätta synkar inom TV, film och reklam söker vi oavbrutet nya, alternativa vägar att exponera musik. Nicholas Johansson påpekar vikten av att vara psykolog.

– Det gäller att lära sig hur varje upphovsman fungerar, konstaterar Nicholas. Vissa klarar raka besked, andra är mer sensitiva. Vissa vill ha detaljerad kritik: håller refrängen, måste tredjeversen skrivas om? Andra vill inte ha någon utomstående inblandning förrän de presenterar resultatet.

– Det sker i dag sällan att man presenterar en låt som inte är en färdig produktion, konstaterar Niclas Ulfeldt. I undantagsfall presenterar vi en akustisk demo, men då ska man ha en etablerad relation till mottagaren och låtskrivaren ska vara dokumenterat framgångsrik.

Vad som är varje upphovsmans specialitet varierar kraftigt. Vissa koncentrerar sig på "topline", branschens uttryck för text och melodi. Vissa skriver inte utan ett instrument i handen och ett fickminne inom räckhåll. Många lämnar aldrig sin laptop ur sikte. För dem är arrangemang och produktion en integrerad del av låtskrivandet. Vissa av dem specialiserar sig på bakgrunder och beats.

SKILLNAD MOT ATT VARA A&R PÅ SKIVBOLAG

Flera av de vidtalade värjer sig mot frågan "nämn några upphovsmän som du kontrakterat". Det handlar om teamwork. Gör förlaget sedan ett bra jobb blir upphovsmannen nöjd och ryktet sprids. Liksom hos upphovsmannen är det en kombination av unika egenskaper, erfarenheter och specialkunskaper hos förläggaren som formar alla samarbeten. Den kreativa delens olika faser kräver olika typer av insatser. Och jobbet skiljer sig delvis från det en skivbolags-A&R gör.

– För många skivbolag är framgång på den lokala marknaden

Niclas Ulfeldt
(Bonnier Music Publ.)



Nicholas Johansson
(SONY/ATV Music Publ.)



Janett Jensen
(WARNER/CHAPPELL Music Scand.)



Jonas Wikström
(Universal Music Publ.)

”Hellre 50 procent av en hit än 100 procent av en flopp”,

Jonas Wikström

främsta fokus. I många fall även en förutsättning för vidare internationell lansering, menar Jonas Wikström. Många av våra upphovsmän skapar sina intäkter i andra delar av världen, trots att de är relativt okända i Skandinavien. Konkret kan något som anses ointressant ur lokalt skivbolagsperspektiv vara högtintressant ut ett internationellt förlagsperspektiv.

Jonas talar bland annat om namn inom house och annan elektronisk musik, där namn kan vara extremt stora bland genrens kännare, men ganska anonyma bland gemene man. Som komplement till detta konstaterar Nicholas Johansson att det en finns en mängd låtskrivare som svenska skivbolags-A&Rs inte bryr sig om men som har enorma framgångar i exempelvis Japan eller Sydamerika.

– På samma sätt finns det en våg av indieband som aldrig får några högre svenska topplisterplaceringar men som möts av ett relativt stort intresse i Storbritannien eller USA, säger han.

Hur är det då med förskotten?

– Stora förskott förekommer fortfarande där det är befogat, säger Jonas. Men allmänt lycksökande, där förlag är med på en budgivning för att de är rädda att missa nästa stora låtskrivare, har i stort sett försvunnit.

MUSIKFÖRLAGENS ROLL

Musikförlag representerar upphovsmän. Dessa är ibland även artister eller producenter. På senare år har de mindre bolagens roll blivit viktigare i lanseringen av nya artister. Förlagen har ofta en viktig roll när det gäller att hjälpa lokala bolag att licensiera ut sina produkter till andra marknader. Att det här är personer som brinner för sina jobb är uppenbart när man talar med dem.

– Man måste vara beredd att jobba häcken av sig och tycka det är kul, konstaterar Niclas Ulfeldt.

– Att älska musik är en förutsättning, bekräftar Janett Jensen. Jag gick med en kollega i New York och blev uppringd av en av våra låtskrivare som ville spela upp en ny låtidé på telefon. Amerikanen var förundrad över att jag lät dem ringa och spela upp halvfärdiga låtar på telefon. Men det är ju en del av charmen: att vara med och utveckla en låt som sedan kan komma att vara på hela världens läppar!

Anders Lundquist

SKILJEKLAUSULER KAN VARA BRA ATT HA I AVTAL

JURIDIK MED JOHAN



I samband med att parter träffar avtal är man ofta långt ifrån en tvist, men redan vid ett avtals ingående bör man tänka på hur man skall hantera eventuella tvister som kan uppkomma i framtiden. En tvist kan lösas på olika sätt. I bästa fall når parterna själva en överenskommelse. Om inte det går så får man vända sig till en allmän domstol (tingsrätt) eller starta ett skiljeförfarande.

TVISTELÖSNINGSFORMERNA DOMSTOLSPROCESS OCH SKILJEFÖRFARANDE

Skiljeförfarande är "privat" rättsskipning som är sanktionerad av rättsordningen. Förfarande kan antingen följa den svenska skiljemannalagen (eller skiljemannalagen i det land parterna kommer överens om), s.k. ad hoc förfarande, eller så kan förfarande följa förfarande enligt något skiljeinstitut, s.k. institutionellt förfarande. Gemensamt för de flesta förfarande är att det normala antalet skiljemän är tre. Vardera parten utser en skiljeman som sedan gemensamt väljer den tredje skiljemannen, som blir skiljenämndens ordförande.

För att en tvist skall lösas genom skiljeförfarande, istället för genom en "vanlig" domstolsprocess (tingsrätt o.s.v.), måste parterna ha träffat ett avtal om att tvisten skall avgöras av skiljemän, ett s.k. skiljeavtal. Det normala är att en skiljeklausul tas in huvudavtalet från början d.v.s. innan någon tvist uppkommit.



En skiljeklausul kan se ut så här:

Svensk lag skall tillämpas på detta avtal. Tvist i anledning av detta avtal skall slutligt avgöras genom skiljedom enligt vid var tid gällande lag om skiljeförfarande. Skiljeförfarande skall äga rum i Stockholm.

Observera att det inte finns något som hindrar att ett skiljeavtal träffas sedan tvist uppstått, eller att parterna kommer överens om att inte tillämpa ett redan ingånget skiljeavtal.

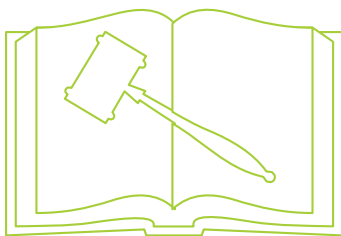
Om ni väljer att inte ha en skiljeklausul så bör i era avtal anges att tvist skall prövas av Stockholms tingsrätt. På så sätt får ni vanligtvis en domare som har stor erfarenhet av upphovsrättsliga mål. En sådan klausul kan se ut så här:

Tvist i anledning av detta avtal skall avgöras av Stockholms tingsrätt.

FÖRDELAR OCH NACKDELAR MED DE TVÅ TVISTELÖSNINGSFORMERNA

- Handläggningstiderna för en tvist i tingsrätt, hovrätt och i Högsta domstolen kan uppgå till 3-5 år. Det är ofta en nackdel att under så lång tid sväva i osäkerhet om hur det skall gå. Handläggningstiden för ett skiljeförfarande är normalt under ett år.
- Härutöver skall nämnas att det i ett skiljeförfarande är parterna själva som bestämmer vem som skall avgöra tvisten och i stor utsträckning hur tvisten ska handläggas. Parterna kan utse personer som de hyser särskilt förtroende för och som har en viss kompetens inom området. Utses rätt personer till skiljemän kan förfarande påskyndas och resultatet bli bättre. Bra skiljemän kan vara en upphovsrättsprofessor eller en advokat som är erkänt duktig inom upphovsrätt och avtalsrätt.
- Vidare är det i de allra flesta fall en fördel att skiljeförfarande och skiljedomen inte är offentliga handlingar. (Sekretess för inblandade parter och skiljemän stadgas dock inte alltid automatiskt.)

- Att lösa tvister genom skiljeförfarande har nackdelar och den största är kostnaderna. I en rättegång i domstol betalar staten domstolens kostnader för bland annat domaren och lokalen. I ett skiljeförfarande får parterna själva stå för ersättningen till skiljemännen och lokal. I de allra flesta fall vill skiljemännen också erhålla förskott på sitt arvode innan skiljeprocessen startar. I förhållande till skiljemännen svarar parterna solidariskt för skiljemännens arvode. Huvudregeln är dock att förlorande part betalar motpartens rättegångskostnader och blir betalnings skyldig för skiljenämndens arvode och kostnader. Om den förlorande parten inte betalar kan dock den vinnande parten tvingas betala hela ersättningen till skiljemännen. Arvode till tre skiljemän kan uppgå till hundratusentals kronor. Man måste alltså ha en stadig kassa för att kunna dra igång ett skiljeförfarande!



OLIKA SLAGS SKILJEFÖRFARANDEN

Som nämnts ovan finns det olika slags skiljeförfaranden, ad hoc förfaranden och institutionella förfaranden. Med ad hoc förfarande menas en för tillfället upprättad skiljenämnd. I Sverige regleras förfarandet i lagen om skiljeförfarande. Vid institutionella förfaranden ges i regel ett skiljedomsinstitut t.ex. Stockholms Handelskammars Skiljedomsinstitut, en mer eller mindre långtgående rätt att medverka i förfarandet. Det kan till exempel gälla frågor om utseende av skiljeman, olika tidsfrister samt kostnadsfrågor.

De flesta skiljedomsinstitut har utarbetat skiljedomsreglementen som innehåller kompletterande regler till de lagregler som finns om skiljeförfarande. Exempel på olika skiljeklausuler med hänvisning till Stockholms Handelskammars Skiljedomsinstituts regler finns på: www.sccinstitute.com/se/Modellklausuler/.

I institutsförfaranden är det ofta institutet som bestämmer ersättning till skiljenämnden med ledning av en taxa som baseras på tvisteföremålets värde. Om tvisteföremålet rör Euro 100 000 skall cirka Euro 15 000 utgå till skiljemännen. Sedan tillkommer omkostnader och eventuell moms för skiljemännen och institutet. I syfte att hålla ned kostnaderna för prövningen, särskilt för tvister rörande mer begränsade belopp, har det även utformats regler om förenklat skiljeförfarande, enligt vilka det är tillräckligt med en skiljeman istället för tre.

MEDLING – ETT ALTERNATIV TILL DOMSTOLSPROCESS OCH SKILJEFÖRFARANDE

Det kan även noteras att man kan ta till s.k. medling i det fall det uppkommer tvister. Även i detta fall kan man antingen avtala om medlingsförfarande i huvudavtalet, eller också komma överens om att pröva detta när tvist redan har uppstått. Genom medling kan tvistens omfattning snabbt begränsas och en dyr och långdragen process ofta undvikas.

Stockholms Handelskammare har ett Medlingsinstitut med professionella medlare som kan vara till hjälp. Tiden inom vilken medlingen ska avslutas kan vara relativt kort. Medlingen avslutas genom att parterna träffar en förlikning, som kan stadfästas genom skiljedom, eller genom att medlingen avbryts av medlaren, antingen på eget initiativ eller på begäran av part. Medling är vanligtvis ett muntligt förfarande där behovet av skriftväxling är begränsat. Medlare kan vara en som utses av Stockholms Handelskammare eller så kan det vara en erfaren domare eller advokat som parterna tycker är bra. Medling är alltså ett mer kostnads- och tidseffektivt sätt att lösa tvister. Men misslyckas man så får man gå till tingsrätten eller påkalla skiljeförfarande.

SAMMANFATTNING OCH ETT HOVRÄTTSBESLUT

I kommersiella avtalsförhållanden kan skiljeförfarande särskilt framhållas då det är snabbt och flexibelt och domarna som utses av parterna ofta är upphovsrättsliga experter, men ack vad kostsamt ett skiljeförfarande är. I internationella förhållanden är detta dock en vanlig lösning. Men glöm inte att medling kan vara ett alternativ!

Det kan avslutningsvis nämnas att Svea hovrätt har prövat om en skiljeklausul anses oskälig i ett avtal mellan ett förlag och några upphovsmän. Hovrätten ansåg att avtalets skiljeklausul inte var oskälig. Detta trots att upphovsmännen var okända vid avtalets ingående, att upphovsmännen saknade kunskap om såväl förlagsavtal som skiljeklausuler och att standardavtalet inte längre innehöll någon sådan klausul. (Svea hovrätts beslut den 2 juni 2006 i mål nr Ö 7083-05).

Johan Bergby
johan.bergby@smff.se
08-783 88 00

PS. Jockum Nordströms "Trumslagaren" är en höjdare. Har du ett exemplar av detta lito så köper jag det gärna! DS

Den som tidigare följt vår låtskrivande hjälte Johnnys försök att slå sig fram i den hårda och cyniska musikbranschen vet att det här är en kille som kommer att lyckas. Han går grundligt tillväga, och inget misstag är för litet för att begås! Men "learning by doing" är Johnnys melodi, och som bekant så har han ju redan hunnit bränna förskottscheckar, gå på STIM-kurs och träffat diverse branschpersonligheter. Inte minst senast på musikförläggargalan på Berns, där han till sin förvåning fick se sin egen förläggare ligga nedslagen på golvet. Man säger att ingen är större än sin senaste hit, men för Johnnys del gäller det att få till den första...

Prolog, DEL 4

"Vad fan hände?", undrade Johnnys förlagsdirektör på sedvanligt kärnfullt sätt när han vaknade upp efter smällen. "Du ser stjärnor, men det är för att jag står här framför dig", replikerade Johnny fyndigt. "Du blev proppad av Raffe Paulsson", tillade han. "Den lilla jäveln, stod han på en barstol då eller?", frågade dirren, som nu började återfå sitt vanliga jag. Johnny hade träffat förläggaren Raffe, och visste att han var känd för att ta sig an de allra besvärligaste låtskrivarna och artisterna. Att Raffe ville ha ett möte med just honom hade därför oroat honom en smula den gången. En stor grupp nyfikna bildade en ring kring Johnny och den utslagne förläggaren, av Paulsson syntes däremot inte ett spår.

Musikförläggarföreningens mediamedvetne ordförande satt redan vid bardisken och filade på formuleringarna till ett officiellt uttalande om incidenten. "Det här ska han få för", konstaterade den utslagne förlagsdirektören bister. "Ingen pressrelease tack, let my body do the talking, som jag brukar säga", tillade han med viss tillförsikt. Folkmassan började skingras, baren var öppen och det här var ju trots allt ett gäng musikförläggare och upphovsmän.

Händelsen blev naturligtvis det givna samtalsämnet i baren resten av kvällen. Efter ett tag tröttnade Johnny på de allt mer vidlyftiga teorierna om orsaken till knock-outen. Självklart låg det någon ekonomisk tvist i botten, eller så var det så enkelt som att "beer and champagne don't mix", som den länge, designerskäggyddade, försåtligt försynte och förtroligt kreatörsorienterade halv-major-förlagschefen konstaterade. Måste vara en gammal proggar, tänkte Johnny. Bor säkert i Enskede och kommer att sluta på nåt Stenbeckbolag, fortsatte hans tankebanan. Värsta strebertypen. Johnny hade helt klart en viss talang för att bli managementkonsult, men vände sig nu istället till det inrökta artist- och låtskrivargång som hängde på andra sidan baren. Det skulle visa sig vara bra för hans karriär.

Förvånansvärt nog så var det inte engelsk indiepop som var uppe till diskussion bland skinnjackorna. "Jävligt bra projekt", nickade en snubbe med kryptiskt artistnamn som hängde mycket med journalister, och därför alltid fick bra recensioner. "Kommer att sälja guld", hördes det nerifrån golvet där en kortväxt storsäljande sångare, känd för branschens långsammaste arbetstakt, försökte synas. En kostymklädd skivbolags-a&r med adligt namn trängde sig in i kretsen, vilket plötsligt gjorde atmosfären något spänd. "Intressant projekt", konstaterade kostymen, och det var verkligen ett entusiastiskt utbrott för att komma från honom. "Jag vill signa direkt", tillade han. Johnny frågade vad det hela rörde sig om. "En julsativa med cred, ett statement mot konsumtionssamhället",

meddelade en sliten indiebandsångare som Johnny kände igen. "En samlingsplatta, "Swedish Underground Christmas!"", utropade en tjej som brukade få många artistutmärkelser. "Säkert!", tillade hon.

Den gamle söderlegenden Tony Holmersson vände sig mot Johnny, "skriv nåt grabben så sjunger jag in det på plattan". Johnny betvivlade inte att han kommit ur askan i elden, och nu hamnat i ett riktigt kalkongång. "Visst", sa han nonchalant, skrev några rader på en servett, och vände sig om. Bakom ryggen hördes Tony läsa upp refrängtexten. "Jul på söder, vinflaskan glöder, nyårsklockor slår, öppnar en Parador". Det blev tyst vid bardisken. Johnny hade redan börjat gå därifrån när applådaskan kom. "Genialt grabben, du är äkta vara", ropade rocklegenden. "Jag sjunger in den imorgon", fortsatte han. Adelsmannen tog fram miniräknaren. Johnny konstaterade att allt troligtvis var en mardröm och att han låg och sov i sin säng. Det var också dit han omedelbart begav sig.

Redan i slutet av november hörde Johnny sin låt på radion, en totalt överklig känsla. Strax efter lucia låg "Jul På Söder" topp 10 på försäljningslistan. Johnnys släktingar ringde för första gången på årtal, och hans farfar konstaterade att "äntligen har det blivit nåt av dig pojke". Hans förläggare hade kvicknat till och skickade till och med en julklapp till Johnny. En låda Parador. "Ett första steg mot god smak grabben, vi har alla varit där", skrockade han belåtet. "Dessutom ska du och jag åka till Midem. Du ska träffa Kylies manager om din låt, och jag ska ta itu med den där Paulsson". "Midem?", undrade Johnny. "Ja, musikmässan i Cannes, mycket sprit och damer, ja jag håller mig ju till champagne och golf såklart", mässade direktören. "Pleasure is business", som jag brukar säga.

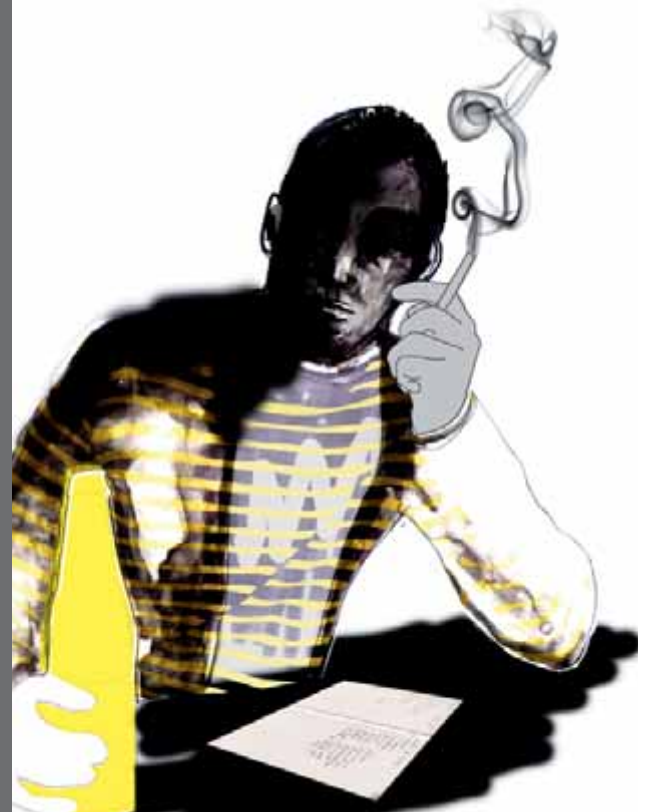
Det var en solig januarilördag när Johnny anlände till Cannes. Tydligen var hela världens musikbransch samlad på ett och samma ställe, och alla sprang runt med löjliga id-brickor runt halsen. Med tanke på alla digitala entreprenörstyper med geniala idéer om hur musikindustrins framtid skulle säkras, så trodde han först att han hamnat på någon IT-mässa. Men visst fanns det musikaffärsmän med viktig uppsyn på plats, och alla pratade de om vilka "dealar" de gjort under veckan. Johnny fick dock en känsla av att folk egentligen mest drack öl.

Den svenska montern låg centralt placerad i mässhallen, och den intensive monterchefen kastade sig omedelbart över Johnny. "Du ska satsa på mobilt Johnny, det är framtiden. Tänk digitalt! Plattformer, tänk digitala plattformar! Nya intäktsströmmar, revenue sharing för fan! Content is king, go with the flow...!" Monterchefen studsade som en entusiastisk ekorre innanför disken. "Men jag skriver ju låtar...", försökte Johnny lamt. "Just

det, content. Think outside the box, det är framtiden". Johnny försökte byta spår och vände sig till svenskgänget som hängde i montern och väntade på att kl 16-ölen skulle serveras. De diskuterade dock i förvånansvärt raljerande ordalag de senaste uppköpsryktena och chefsförändringarna på de svenska skivbolagen. "Svårt att behålla hemligheter i den här branschen", tänkte Johnny trött.

Helt klart skulle det behövas några timmars sömn för att klara en hård kväll med förläggar-finnen och de konstant berusade killarna från det ledande hårdrocksbolaget. På vägen hem till hotellet noterade Johnny plötsligt en större folksamling och blixtrande kameror. En vit stretchlimo stod parkerad på trottoaren, och Johnny hann till sin förvåning precis se Raffe Paulsson kliva in i baksätet. "Vad handlar det här om?", frågade Johnny rakt ut i luften. "Det är Kylie, Kylie Minogue", upplyste en fotograf intill. "Märkligt", tänkte Johnny, men blev ännu mer förvånad när han såg sin egen förläggare och några killar med huvor hoppa in i en svart skåpbil och köra efter.

fortsättning följer i nästa nummer...



SMFFs föreningsstämma

Årets stämma äger rum 17 april i SMFFs lokaler.
Kallelse går ut till SMFFs medlemmar.

Kurs i Juridik för SMFFs medlemmar

Den 10 april är det dags för en kurs i grundläggande avtalsrätt och upphovsrätt. Dessutom behandlas viktiga juridiska termer och inte minst förlagsavtalet. Kostnad för kursen är 500 kr ex moms. SMFF sänder ut faktura efter det att vi har erhållit anmälan. Anmäl intresse till:

johanna.lundborg@smff.se

Kursen har begränsade platser så det är först till kvarn som gäller!

KLUBBEN ALMOST FAMOUS

SMFFs demoklubb Almost Famous har sitt nästa klubb tillfälle den 1 april på Alcazar, Nalen. Mer info finner ni på www.myspace.com/almostfamous
Välkomna!



SMFFS NYA HEMSIDA

I slutet av mars lanseras SMFFs nya hemsida med ny grafisk profil! Hemsidan är framtagen av webbyrån Slash x. Se sidan på www.smff.se



ALMOST FAMOUS GOES PEACE&LOVE

Festivalen Peace&Love arrangeras i år i Borlänge 23 - 28 juni. Där kommer Almost Famous i år att delta i ett samarbete med Studieförbundet och Groove. Tillsammans har de satt upp en demoscen och där de ger oetablerade låtskrivare/artister en chans att uppträda. Den 27 juni ansvarar Almost Famous för programmet på scenen! Kom gärna dit!

För mer info se www.peaceandlove.nu



Personalförändringar

Magnus "Lärkan" Larkeryd är från och med första Januari 2008 ny Managing Director för peermusic i Skandinavien. Larkeryd började i bolaget år 2000 som creative manager, befodrades 2002 till scandinavian creative director och 2006 till General Manager. Efter ett rekordframgångsrikt 2007 för peer's skandinavien kontor så tar han nu klivet upp till Managing Director.

SMFF

Box 27327, 102 54 Stockholm · Tel: +46(0)8 783 88 00 · www.smff.se · info@smff.se

Om ni har nya kontaktuppgifter eller inte vill ha tidningen skickad till er, vänligen skicka ett mail till uppdatera@smff.se