

Musikförläggaren

2008/02

Nyheter från SMFF



ALMOST FAMOUS
goes Peace&Love i Borlänge

SMFF BERÄTTAR
Sammanslagningen Universal & BMG

ORGANISATIONER
Vad gör Bonus?

GÄSTARTIKEL
Skolan och Musiken

Ledare



FOTO: Peter Hallbom

Musikindustrin i Europa är satt under hårt tryck att visa vilja på förändring. Orsaken till detta är dels politisk, dels affärsmässig. Men de gamla strukturerna sitter i, och viljan till förändring är på vissa håll rätt trög. Ett bra exempel för att illustrera detta kan hämtas från den rättighetsförvaltande organisationsvärlden på musikområdet, dvs från det affärsområde där vårt eget licensieringssällskap Stim är verksamt.

Tidigare var Europas rättighetsförvaltande sällskap inte särskilt konkurrensutsatta. Tvärtom var de – och är – monopolföretag på sina respektive marknader. Deras värld var indelad i delmarknader som avgränsades av nationsgränser eller andra territoriella gränser.

Innehållsmässigt förvaltade vart och ett av sällskapen samma identiska rättighetsmassa, den s.k. världsrepertoaren. För att åstadkomma detta ingick de ömsesidiga avtal med varandra. För att få vara monopolföretag var de skyldiga

att likabehandla alla rättighetshavare respektive licenstagare.

Länge hade denna affärsmodell stöd i verkligheten. Men nu är gamla principer kommit ifrågasatta. Musik sprids ju numera digitalt – över såväl nationella som regionala gränser.

2005 offentliggjorde EU-kommissionen en s.k. ”Rekommendation” avseende gränsöverskridande licensiering online. Huvudbudskapet i denna var att de rättighetsförvaltande sällskapen i Europa skulle konkurrera med varandra om musiken (eller repertoaren, eller rättighetshavarna, beroende på hur man väljer att se saken).

Var och en av Europas upphovsmän (och musikförlag) skulle få bestämma själva vilket förvaltnings-sällskap han eller hon ville bli förvaltat av. Kommissionen förutsåg att på detta sätt skulle det utkristallisera sig ett mindre antal sällskap, som bättre än flertalet förmådde att attrahera den stora mängden rättighetshavare.

Dessa färre sällskap skulle ge licenser med räckvidd över hela Europa, s.k. Paneuropeiska licenser.

Hur har det då gått? Hur har den paneuropeiska visionen tagits emot?

Till en början gjorde Kommissionen självt något som påminner om ett politiskt självmål, genom att kort tid efter Rekommendationen även publicera ett s.k. Statement of Objections. Detta avsåg en centraleuropeisk radio/TV-koncern som hade klagat på att den för att få sända över ett större europeiskt område var tvungen att inhämta 65 enskilda licenser.

Detta gick inte an, sa Kommissionen. Ett företag som det aktuella, borde få ett enda paneuropeiskt sändningstillstånd. Sällskapen skulle därför konkurrera med varandra om att kunna ge sådana licenser, och det sällskap som kunde erbjuda den mest attraktiva licensen skulle få rätten att ge sändningstillståndet – paneuropeiskt.

Rekommendation och ”the Statement” är emellertid inte helt förenliga ur sällskapens syn-

vinkel. Den förra innebär konkurrens om rättighetshavarna, den senare om kunderna!

Men det räcker inte med detta. Många sällskap insåg nämligen att här var fara å färde, detta kunde rentav innebära att de skulle kunna bli utkonkurrerade (och tvingas lägga ner) eller tvingas bli mindre (och ta mera betalt). Alltså lobbades mot Rekommendationen. Till detta engagerades också Europaparlamentet, där många ledamöter var jättearga på Kommissionen (avseende Rekommendationen), eftersom denna hade publicerat Rekommendationen utan att först efterhöra Parlamentets åsikt.

Sedan dess har distingerade upphovsrättsjurister kallat Kommissionen för skurkar eller okunniga charlataner och EU-parlamentsledamöter, både enskilt och i grupp, har gått till storms mot Kommissionen för att den anses ha gått det musikaliska storkapitalets ärenden. Vissa regeringar har gått hand i hand med sina sällskap och varnat för att den kulturella mångfalden är hotad, att smala repertoarer kan utarmas eller bli för dyra att administrera, om inte den ökända Rekommendationen stoppas. Även rättighetshavare lobbar mot Rekommendationen i syfte att säkerställa existensen av det egna nationella sällskapet.

Att det går politik i en förändringsprocess är inget nytt. Men hur det ur rättighetshavarnas perspektiv skulle kunna vara fel att monopolistiska förvaltningsorganisationer tvingas konkurrera om deras musik övergår mitt förstånd.

Ingen hävdar att Rekommendation är perfekt, och säkert hade den tillkommit i något som kan kallas hast. Men dess huvudbudskap är hur sunt som helst! Låt oss inte glömma detta när vi talar om ”the value of copyright”!

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

2008/02

Redaktör & layout:

Johanna Lundborg

Layout & original:

Andy Gunnarsson

Skribenter i**detta nummer:**

Kjell-Åke Hamrén
Johanna Lundborg
Claes Olson
Carolina Eriksson
Johan Bergby
Peter Lindqvist

Omslag:

Sofia Gillström
/henrik&sofia

Fotograf:

Peter Hallbom

Ansvarig utgivare:

Kjell-Åke Hamrén

Tryckeri:

EkotryckRedners AB

| | |
|---|----|
| ALMOST FAMOUS · goes Peace&Love i Borlänge | 4 |
| SMFF BERÄTTAR · Sammanslagningen Universal & BMG | 7 |
| ORGANISATIONER · Vad gör Bonus? | 10 |
| GÄSTARTIKEL · Skolan och Musiken | 12 |
| JURIDIK MED JOHAN · Letter of intent | 16 |
| JONNY, THE WRITERS DAGBOK · Del 5 | 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.

Musik-Sverige blomstrar - och festivaler och livekonserter hör sommaren till. Några dagar efter midsommar, den 26-27 juni, styr SMFF kosan mot Borlänge. Där sätter klubben Almost Famous upp en scen under festivalen Peace&Love. Läs på sidan fyra om vilka tio utvalda band som spelar på vår scen. Universal Music Publishing är snart färdiga med sammanslagningen. Kjell-Åke efterlyser bättre undervisning om musik i grundskolan och vår föreningsjurist Johan varnar för *letter of intent*. Vår krönikör med den vassa pennan, Jonny The Writer skriver sommarhits och har varit på musikmässan i Cannes. Missa inte Jonnys senaste rapport som får vår ansvarige utgivare att kallsvettas trots sommarhettan.

Johanna Lundborg
Redaktör



FOTO: Peter Hallbom

ALMOST FAMOUS

– goes Peace&Love i Borlänge

Almost Famous, musikförlagens klubb för oetablerade artister, går efter sommaruppehållet in på sitt tionde år som klubb! Nu till sommaren gör Almost Famous sitt största utomstående samarbete hittills då klubben flyttar upp till Peace&Love-festivalen i Borlänge 26-28 juni.

Under hösten/07 och våren/08 har 27 olika artister spelat på Almost Famous vid sju olika klubb tillfällen. Sex av dessa klubbkvällar gick sedan vanligt av stapeln på Alcazar, Nalens rockbakficka. I maj gjorde klubben ett gästspel på Scandic Ariadne i Värtahamnen. Det blev en lyckad och annorlunda kväll som inleddes med en solig båttresa och fortsatte med en mobilbaserad tipspromenad, god mat och dryck och avslutades med tre starka namn på scen.

Artisterna under denna säsong har kommit från både när och fjärran. Bland de riktigt långväga gästerna syntes Brandur från Färöarna som även medverkade i Melodifestivalen i våras. Även Karin Park som är bosatt i Bergen och varit nominerad till två Spellemanspris i Norge, har uppträtt på Almost Famous scenen under våren. Klubben har också haft besök från Sveriges mest nordliga och sydliga delar, både av Elmo och Anton Björkenvall som tog sig ner hela vägen från Luleå och Jive reste uppåt från Malmö. Jive är nu bokade till flera av de största festivalerna i sommar.

ALMOST FAMOUS RESER TILL BORLÄNGE

I sommar gör klubben sitt största utomstående samarbete hittills. Den 26-28 juni flyttar klubben upp till Peace&Love-festivalen i Borlänge. Torsdagen den 26 juni arrangerar Almost Famous i samarbete med festivalen en välkomsträff för musikbransch och mediarepresentanter vid en vackert belägen plats vid älven, en bit utanför stadskärnan. På plats kommer det att finnas möjlighet att hämta ut sin ackreditering och mingla med nya och gamla kollegor - samtidigt som det bjuds på BBQ, förfriskningar och folkmusik.

Fredagen den 27 juni är Almost Famous värd för en egen scen i det officiella festivalprogrammet. På scenen Isis erbjuds 10 oetablerade artister att underhålla festivalpubliken och de specialinbjudna musikbranschgästerna. Artisterna är handplockade av klubbens bokningsgrupp som består av A&R-representanter från de största musikförlagen. Över 300 artister har ansökt om att få spela så lyssningsarbetet var intensivt och omröstningen rafflande.



PLAN THREE



VIKUNJA



STIKO PER LARSSON



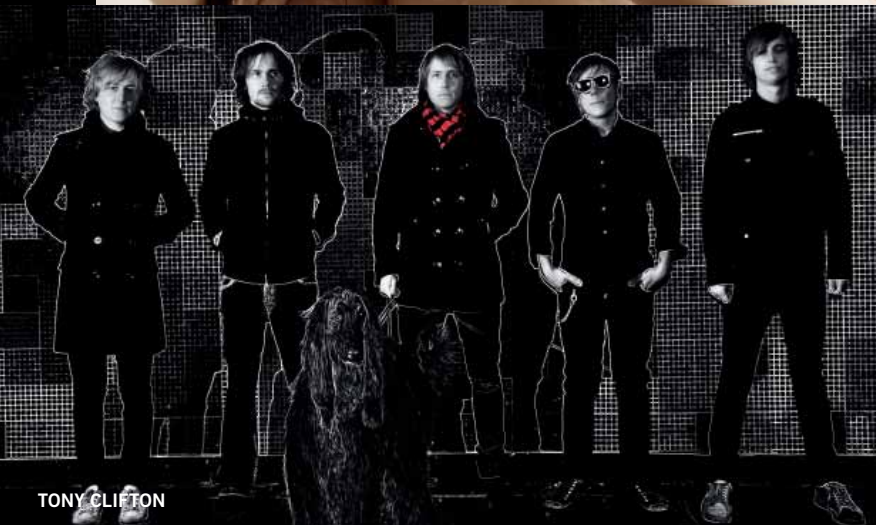
STREET FIGHTING MAN



TWIGGY FROSTBITE



KARIN PARK



TONY CLIFTON



KLAS GULLBRAND



JONATAN LUNDBERG & THE ROSES

SIBLING SENSE

forts. →

Följande artister är bokade till Almost Famous scen på Peace&Love fredagen 27 juni:

STIKO PER LARSSON kl: 15.45

5 maj 2008 medverkade Stiko på TV4 Nyhetsmorgon där han framförde två låtar och direkt därefter påbörjades en 32 mil lång vandringsturné från Stockholm till Leksand. Resan tog tolv dagar och var fantastisk, med spelningar på de mest märkliga platser i södra Dalarnas vilda skogar och på Västmanlands öppna fält. Varje spelning under turnén sändes live med ljud och bild på Stikos hemsida, och dagligen satt upp emot 4000 personer landet runt bänkade framför sina datorer för att följa Stikos äventyr. Detta var dock bara början på en resa som garanterat kommer ta Stiko mycket längre än till Leksand...

Myspace.com/stikoperlarsson

TONY CLIFTON kl: 17.00

Gotländska Tony Clifton är bandet som redan gjort sig kända för sin explosiva liveshow och stora melodiska indierock. Bandet släppte i slutet av 2006 sin debut-EP och till hösten släpper man sitt debutalbum "White Elephant". Varning för tokkörning!

Myspace.com/tonyclifton11

KLAS GULLBRAND kl: 18.00

Vi har sett honom som gitarrist med otaliga band och artister men nu satsar Klas Gullbrand på egna poplåtar med influenser från ett flertal olika musikaliska tidsepoker. Bör ses!

Myspace.com/klasgullbrand

VIKUNJA kl: 19.00

Är kvintetten från Halmstad pop? Nej, snarare grunge? Det verkar vara något mellanting, svärmod och gitarrsound från grungen men en rakhet och struktur från poppen som syr ihop påsen. En sak är säker, Vikunjas stora låtar, svallande av känslor, får hjärtan att slå något fortare, ögon att tåras litegrann och fötter att stampa aningen hårdare än vanligt.

Myspace.com/vikunja

TWIGGY FROSTBITE kl: 20.00

Som vågor mot en karg klippa, kraftfullt fångslande, lockande vackert. Det är där det dånande, dundrande vattnet kastar sig mot klipporna och faller ner i sköra, spröda droppar. En vind som växlar mellan storm och bris, bärandes endast av solnedgångens melodier. Twiggy Frostbites debutalbum nalkas till hösten, men ta chansen redan nu och upplev Gävlekustens toner och brus. En melodiös färd genom orkan och vindstilla.

Myspace.com/twiggyfrostbite

STREET FIGHTING MAN kl: 21.00

Raise It var det första livstecknet från Street Fighting Man. Singeln släpptes vid årsskiftet och har blommat ut till en indiehit under

FÖLJANDE HAR SPELAT PÅ KLUBBEN:

HÖSTEN 2007

OKTOBER: Autopilot Society, Anagoes, Brandur, Streets Of Mars

NOVEMBER: Konditorns, Klas Gullbrand, Cassandra, Benefits of Making Enemies, Subvision

DECEMBER: Elmo, Film On Four, Vikunja, Jive

VÅREN 2008:

FEBRUARI: Freja, Addeboy vs. Cliff, Cornelia, Naked

MARS: Niklas Gabrielsson, Grand Prix, Dynamo 77, Karin Park

APRIL: Anton Björkenvall, Manda Moon, Du Pacque, Union Square

MAJ: Scandic Ariadne: Nejra, Film On Four, Stiko Per Larsson

våren. Videon till Raise It är regisserad av Daniel Kellerman och är ett litet konst-epos i sig. Just nu spelar bandet in sin debutskiva med producenten Patrik Berger. Bandets sångare och karismatiske frontfigur Eric Turner utmålas som en rockpredikant på scen. Nu återstår det att se om spelningen på Peace & Love kan lyfta publiken till himmelska höjder.

Myspace.com/streetfightingman

PLAN THREE kl: 22.00

Plan Three är ett band från "Bandit-generationen" som med stor kärlek till musiken blandar allt från heavy metal till grunge, synth och pop. De har supportat sina vänner Takida på de riktigt stora scenerna i Sverige och är nu redo att släppa sin andra singel och ger sig nu ut i festivalsommaren på egen hand.

Myspace.com/planthree

JONATAN LUNDBERG & THE ROSES kl: 23.00

Jonatan Lundberg & The Roses levererar tidlös pop med omedelbart "klassiska" melodier för en bred, men kräsen publik.

Myspace.com/jonatanlundberg

KARIN PARK kl: 00.00

Karin Park föddes i Djura i mitten av Sverige och har även hunnit med att bo i Japan innan hon hamnade i Bergen Norge där hon nu bor och spelar sin moderna popmusik. Hemma i Norge har hon redan hunnit bli nominerad för två Grammisar, sk "Spellemannspris". En favorit i repris från senaste Almost Famous-säsongen!

Myspace.com/karinpark

SIBLING SENSE kl: 01.00

Det dynamiska och kraftfulla i Sibling Senses musik får lyssnaren att hamna i ett hypnotiskt tillstånd. Maffiga trum-intron, mörka piano-slingor och gitarrer kontrasterat med det mjuka som Peder Ribbings röst tillför en intensiv och dov känsla som man inte får nog av.

Myspace.com/siblingsense

Carolina Eriksson
projektledare för Almost Famous

UNIVERSAL VÄXER

efter sammanslagningen med BMG

Den 6 september 2006 offentliggjordes att Universal Musics ägare Vivendi vunnit auktionen på BMG Music Publishing Group (från den tyska mediegruppen Bertelsmann). När Musikförläggaren besöker förlaget på Östermalm i Stockholm pulserar lokalerna av nya verksamheter, spänning och förväntningar inför vad framtiden har att erbjuda.

– Arbetet med sammanslagningen har pågått sedan i höstas, berättar förlagets vd Martin Ingeström.

Martin har lett musikförlag ända sedan han i början av 90-talet startade upp MCA Music Publishing i Sverige.

– Nu är personalstyrkan satt och alla är samlade under ett tak. Vi är ETT bolag och lever under EN budget. Det som fortfarande återstår är matchningen av administrationssystemen samt att konvertera alla titlar till vår nya databas. Det är ett omfattande arbete som görs worldwide inom hela förlagskoncernen och beräknas pågå under resten av året.

När sammanslagningen är helt genomförd kommer Universal Music Publishing i Sverige – vars arbetsfält omfattar hela Skandinavien – att ha totalt 20 anställda. Däribland såväl ett flertal tidigare Universal- och BMG-anställda som vissa nyrekryteringar.

– Att genomföra de nödvändiga personalförändringarna i samband med sammanslagning av Universals tidigare 13 anställda med BMG:s tidigare 12 har naturligtvis tillhört det svåraste i processen. De tidigare organisationerna och företagskulturerna har ju skiljt sig åt på flera sätt.



Martin Ingeström VD på Universal Music Publ.

FOTO: Peter Hallbom



FOTO: Peter Hallbom

– Den största fördelen med sammanslagningen med BMG är förstås att vår katalog och roster har blivit så mycket större – både internationellt och lokalt, konstaterar Martin Ingeström.

Även om det inte finns några officiella siffror, så är det inte en alltför vågad gissning att idag uppskatta Universal Music Publishings marknadsandel till cirka 35 procent av den svenska förlagsmarknaden, vilket kan jämföras med de ungefär 22-23 procent man hade före sammanslagningen. I katalogen finns totalt mer än en miljon titlar, varav de tusen största kan uppskattas stå för närmare 85-90 procent av den totala omsättningen.

STOR KREATIV AVDELNING

I den svenska rostern är givetvis ABBA-katalogen den viktigaste, men här finns även upphovsmän som Håkan Hellström, Orup, E-Type, Moneybrother, Axwell, Timbuktu, Marit Bergman, Sahara Hotnights, The Soundtrack Of Our Lives, Melody Club, Fredrik Kempe, den på SKAP:s vårfest nyligen ur Sven Paddocks minnesfond stipendiebelönade Plura Jonsson samt flera av Evert Taubes kändaste melodier. Från BMG:s lokala roster har man fått ett rikt tillskott av avtal med bl.a Jörgen Elofsson, Magnus Ugglå, Robyn,

”Ser man till den lokala svenska katalogen så gissar jag faktiskt att vår marknadsandel rentav ligger på 50 procent”

Martin Ingeström /VD

Kent och bröderna Klas och Joakim Åhlund (Teddybears m.m).

– Ser man till den lokala svenska katalogen så gissar jag faktiskt att vår marknadsandel rentav ligger på 50 procent, ler Martin Ingeström stolt.

– Vår stora utmaning nu blir att lyckas förvalta hela vår stora roster på bästa sätt. Att se till så att alla våra låtskrivare är nöjda med vårt arbete. Det jag hoppas och tror borgar för att vi verkligen kommer att lyckas är vår stora kreativa avdelning med sex helt dedikerade personer. Dessutom har vi god hjälp av Pelle Lidell här på kontoret, trots att han egentligen är internationellt anställd.

NYA SATSNINGAR PÅ FÖRLAGET

En av de nyrekryterade personerna på förlaget är Cecilia Ancker, som de senast åren har återfunnits på Universals skivbolagskontor. Med sina redan inarbetade och mycket goda utländska kontakter i botten blir hennes roll att hjälpa de lokala låtskrivarna och artisterna att nå ut internationellt, till exempel genom att finna samarbetspartners på olika områden. På flera sätt påminner hennes uppdrag om det som på skivbolagen tidigare har benämnts international exploitation.

– Jag tror faktiskt inte att något annat förlag tidigare har haft någon person som uteslutande har arbetat med just den här uppgiften, säger Martin Ingeström. Det är lite unikt att kunna arbeta med de här förutsättningarna i Sverige.

– Ett annat område där vi nu får större möjligheter är internationella synkroniseringar, musik i reklamfilmer etc. Där finns det hur mycket som helst att göra. Sugarplum Fairy är bara ett av flera exempel på band vars musik vi har lyckats få stora synkar med, utan skivförsäljningsframgångar.

En helt ny verksamhet inom Universal Music Publishing, som en direkt följd av sammanslagningen, är den som idag drivs inom Universal Production Music – ”ett bolag i bolaget” vars arbete med s.k. produktionsmusik tidigare bedrevs inom BMG. Bolaget, som har fyra anställda, arbetar med förinspelad musik som via olika produktionsbolag säljs in till bland annat reklam och tv-serier, dokumentärer etc. Förlaget bevakar hela den skandinaviska marknaden och arbetar kreativt i hela processen med att sätta musiken.

– Marknaden för förinspelad musik ökar hela tiden, konstaterar Martin Ingeström. Och utöver att Production Music bedriver

en väldigt bra verksamhet i sig, så har det även stärkt resten av förlaget i form av ett nytt bra kontaktnät inom film, tv och produktionsbolag.

En annan nyhet efter sammanslagningen är att den nya databas man just nu arbetar för fullt med att implementera kommer att ge förlagets upphovsmän helt nya möjligheter att följa sina verk. När systemet är klart kommer man att kunna se exakt hur låtarna spelas och används i bland annat tv, radio och reklam-sammanhang.

– Systemet påminner om det som Kobalt tidigare har använt, fast det är något mer sofistikerat.

FRAMTIDSUTSIKTER FÖR UNIVERSAL MUSIC PUBLISHING

Vad kan man i övrigt förvänta sig av Universal Music Publishing i framtiden?

– För oss så handlar det ju i grund och botten om att fortsätta fokusera på det som är själva kärnverksamheten. Det vill säga att upptäcka och kontraktera nya bra låtskrivare. Men en stor skillnad idag jämfört med tidigare är att förlagens verksamhet har närmat sig skivbolagens. Jag tror att majorbolagen rentav borde se över möjligheterna att slå ihop sina skivbolag och musikförlag. I framtiden tror jag absolut att vi dessutom kan komma att gå in och göra avtal om andra rättigheter än bara de vi idag arbetar med.

– En sak är säker. Vi får inte längre nöja oss med att tänka att vi bara ska göra ”som vi alltid har gjort”...

Claes Olson



FOTO: Peter Hallbom

I vår genomgång av medlemsorganisationer tittar vi den här gången närmare på Bonus Presskopia. Christer Johansson, verkställande direktör, ger oss en inblick i föreningens verksamhet

VAD GÖR



Christer Johansson,
*verkställande direktör
på Bonus Presskopia*

Hur vill du kortfattat beskriva Bonus Presskopia?

– Bonus Presskopia är en paraplyorganisation som licensierar kopiering och förvaltar rättigheter på uppdrag av sina femton medlemsorganisationer. Merparten av dagens licensiering avser kopiering i samband med undervisning.

Totalt licensierar Bonus Presskopia en kopieringsvolym på cirka 500 miljoner sidor per år.

Drygt tio procent avser utskrifter från digital källa, resten är fotokopior.

– Bonus Presskopias uppgift är att ta tillvara rättsinnehavarnas ekonomiska och ideella intressen genom att förhandla om kopieringsavtal samt inkassera, förvalta och fördela ersättningar för kopiering.

– Andra uppgifter vi utför är att försöka bevaka så att upphovsrätten efterlevs på våra avtalsområden samt följa utvecklingen på upphovsrätts- och kopieringsområdena, såväl nationellt som internationellt.

Hur länge har ni licensierat kopiering?

– När BONUS¹ bildades 1973 skapades världens första organisation för licensiering av fotokopiering inom undervisning. Samma år slöts också det första fotokopieringsavtalet mellan staten och företrädare för rättsinnehavare inom alla litterära och konstnärliga områden - bilder, ord och noter. 1982 bildades föreningen Presskopia som erbjöd arbetsplatser möjligheten att genom avtal med organisationen kopiera lagligt ur ett urval tidningar och tidskrifter. Presskopia gick samman med BONUS 1998 och den nya föreningen antog namnet Bonus Presskopia.

Vilka tecknar avtal?

– Skolor och universitet, företag, organisationer samt myndigheter tecknar avtal som ger rätt till fotokopiering ur världsrepertoaren av böcker, läromedel, tidningar, tid-

skrifter, noter och bildmaterial för undervisning och för intern information. Skolor och lärosäten kan även göra utskrifter från internet och andra digitala källor.

Vilken typ av uppdrag lämnar medlemmarna till föreningen?

– De uppdrag som föreningens medlemsorganisationerna har lämnat till Bonus Presskopia utgår från de kopieringsavtal som tecknats med avtalsparter i Sverige och utomlands.

– I det senare fallet rör uppdraget oftast så kallade ömsesidighetsavtal där det gäller att finna former för att utländska rättighetshavare som kopierats i Sverige skall få sin beskärda del av inkasseringen. I den mån Bonus Presskopias medlemmar ger mandat till utländska organisationer att inkassera ersättning vid kopiering av svenska verk utomlands fungerar Bonus Presskopia som mottagare och förmedlare av kopieringsersättningarna till föreningens fördelningsgrupper.

Hur har SMFF:s medlemmar nytta av Bonus Presskopia?

– Bonus Presskopia hjälper rättsinnehavarnas företrädare, däribland SMFF, att förhandla om ersättningar för kopiering och visst annat mångfaldigande i hela utbildningssektorn samt vid arbetsplatskopiering.

– Vi utför också i viss utsträckning administrativa uppdrag. Några exempel, där SMFF är part, är det kommunala musikskoleavtalet samt guldstjänstavalet med Svenska kyrkan.

Vilket inflytande har SMFF på Bonus Presskopias verksamhet?

– För att Bonus Presskopia skall fungera krävs att ägarna strävar efter att uppnå samsyn i olika frågor. Historiskt sett har alla viktiga beslut i Bonus Presskopia fattats i konsensus, det vill säga enhälligt av samtliga medlemmar.

– Formellt är Bonus Presskopia en ekonomisk förening med 15 medlemmar. SMFF är en av dessa medlemmar och har

en röst på föreningsstämman. I Bonus Presskopias styrelse har SMFF för närvarande en ordinarie plats. Beroende på typ av avtals- och intressefrågor samarbetar SMFF oftast med samtliga medlemmar men ibland primärt med övriga förläggarorganisationer eller musikorganisationer.

Vilka avtal har Bonus Presskopia som berör SMFFs medlemmar?

– SMFF är part i nästan alla större typer av avtal som totalt tecknas av cirka 2 500 kunder, dels för kopiering i samband med undervisning i skolor och högskolor, dels för kopiering vid intern information på arbetsplatser, dels för kopiering i samband med guldstjänster.

Hur mycket pengar inkasserar ni per år?

– Totalt inkasserade Bonus Presskopia närmare 150 miljoner kronor 2007. Budgeten för 2008 är drygt 167 miljoner kronor.

Hur mycket är för noter och andra musikaliska verk?

– Musikorganisationerna fick 2007 cirka 13,7 miljoner kronor varav drygt åtta miljoner fördelades till SMFF. Merparten av musikpengarna, 8,0 mkr kom från kopieringsavtal med skolor och gymnasier men ett väsentligt belopp, ca 4,7 mkr erhöles också från kopieringsavtal med 250 kommunala musikskolor.

– Innevarande år kommer också närmare fem miljoner kronor från tidigare kopiering i Norge att fördelas till musikorganisationerna, då de långdragna förhandlingarna med Kopinor äntligen kunde slutföras under slutet av 2007.

Hur effektiva är ni?

– Historiskt sett har Bonus Presskopia haft låga administrativa omkostnader tack vare etablerade ramavtal, kollektiv förvaltning och effektiva rutiner.

– För närvarande är de administrativa kostnaderna cirka sex procent av inkasseringen, hälften jämfört med övriga Norden och en tredjedel jämfört med snittet i världen.

1. BONUS var ursprungligen en förkortning för "Bild Ord Not Upphovsrättslig Samorganisation"

BONUS PRESSKOPIA?

Hur mycket utåtriktad verksamhet har Bonus Presskopia - information, kontroll?

– Varje år distribueras vi cirka 100 000 broschyrer med regler om kopieringsavtalen till lärare och annan berörd personal på skolorna. Vi har också en jurist som på heltid besöker högskolor och informerar om upphovsrätt och även tar slumpmässiga stickprov för att kontrollera om kopiering skett enligt avtal eller efter särskilt tillstånd av rättsinnehavarna. På vår webbplats informerar vi om upphovsrätt och våra kopieringsavtal. Vi också på frågor per telefon och e-brev. I samband med mässor av typ Bok & Bibliotek samarbetar vi med andra förvaltningsorganisationer och svarar på frågor från fackfolk och allmänhet.

Verkar Bonus Presskopia även internationellt?

– Det internationella samarbetet blir allt viktigare. Rättighetsfrågornas står mer i fokus än någonsin när lagstiftning och regelsystem skall samordnas både inom EU och i FN-organet WIPO. Eftersom vi också representerar utländska rättighetshavare i våra kopieringsavtal är det också viktigt att vi aktivt söker sluta ömsesidighetsavtal för att slussa inkasserade medel till rättighetsföreträdare i berörda länder.

Genom vårt medlemskap i IFRRO deltar vi på kansliet i en mängd arbetsgrupper, kommittéer och idékonferenser. Jag är också sedan snart två år medlem av IFRRO:s styrelse. Allra mest nytta har vi dock av samarbetet med våra nordiska systerorganisationer. Vi möts regelbundet och utbyter erfarenheter kring olika frågor som rör kopieringsbeteende, avtalsmodeller och digital utveckling.

Hur ser ni på framtiden för upphovsrätten?

– Bonus Presskopia riktar sig till professionella aktörer både inom den offentliga och privata sektorn. Både i formella förhandlingar och mer informella sammanhang

känner vi att våra kunder respekterar idén med upphovsrätt. Den aktuella debatten om privat fildelning har varit mer till fördel än nackdel när det gäller intresset för upphovsrätt i allmänhet och problematiken kring kopiering i synnerhet.

Vad är Bonus Presskopias viktigaste mål de närmaste åren?

– Bonus Presskopias mål bestäms av ägarerna. Jag hoppas dock att de fortsätter att inse vilken kraftfull resurs de tillsammans disponerar för att hantera gränsöverskridande rättighetsproblematik och förvaltning när en växande del av kopieringen blir digital. Jag tror att dagens och inte minst morgondagens kunder helst vill fortsätta att göra uppgörelser med aktörer som kan skapa helhetslösningar som är lätta att administrera samt enkla att förstå och förklara för både lekmän och professionella.

Är det risk att ni konkurrerar med era uppdragsgivare?

– Nej, jag tror inte det. Bonus Presskopia har aldrig haft för avsikt att ge sig in i verksamheter som ersätter rättsinnehavarnas aktiviteter på primärmarknaden. Uppgiften är att fortsatt vara en effektiv förvaltningsorganisation som på ägarnas uppdrag hanterar mikrotransaktioner när andra försäljnings- eller licensierings möjligheter inte är praktiskt eller ekonomiskt möjliga att använda.

Vad får vi se för nya licenser i framtiden?

– Vilka typer av nya licenser för icke-exklusivt sekundärt mångfaldigande som kommer att erbjudas och efterfrågas i framtiden är upp till marknadens parter att överenskomma om.

– Områden bland flera som pockar på sin lösning de närmaste åren är digitaliseringen av kulturarvet. Annat som oroar rättsinnehavarna är den oreglerade "återanvändningen" av innehållet på webbplatser som sker på många arbetsplatser på grund av utvecklad gratiskultur, trubbig lagstiftning och brist på moderna licenser. Även

delar av skolväsendet kommer säkert också att i större utsträckning vilja utnyttja datorer i undervisningen och dialogen med eleverna.

Vad är största utmaningen?

– Många av de framtida digitala frågorna kräver att representativa parter sätter sig ned och tillsammans försöker finna lösningar som bidrar till både fortsatt kreativt skapande och kunskapsberikande nyttjande. Förhandlingarna kommer i många fall att bli komplicerade och regelverket kring nya halv- och heldigitala lösningar kommer att ta tid att utveckla. Viktigt är dock att samtalen sker för att vi alla inte skall bli fångna i ett sökmotorstyrt webbsamhälle där mödan av alla kreativa ansträngningar bara fungerar som lockbete för annonsörer på internet.

Peter Lindqvist intervjuar Christer Johansson

MEDLEMMAR I BONUS PRESSKOPIA

Bonus Presskopia har 15 medlemsorganisationer som representerar utgivare eller upphovsmän till litterära och konstnärliga verk:

Medlemmarna är:

- Bildleverantörernas Förening, BLF
- Föreningen Svenska Kompositörer av Populärmusik, SKAP
- Föreningen Svenska Läromedel, FSL
- Föreningen Svenska Tecknare, ST
- Föreningen Svenska Tonsättare, FST
- Föreningen Sveriges Konsthantverkare och Industriformgivare, KIF
- Journalisterna i Sverige AB, JISAB
- Konstnärernas Riksorganisation, KRO
- Läromedelsförfattarna i Sverige AB, LISAB
- Svenska Fotografers Förbund, SFF
- Svenska Förläggareföreningen, SvF
- Svenska Musikförläggareföreningen, SMFF
- Sveriges Författarförbund, SFF
- Sveriges Tidskrifter AB
- TU Service AB (Tidningsutgivarna)

SKOLAN OCH MUSIKEN

– HUR SVÅRT KAN DET VARA?

I våra dagar hör man sällan yngre vuxna säga att de valde bort musiken som yrkesbana, därför att deras föräldrar ville att de skulle skaffa sig ett ”riktigt yrke”, med tillägget att musiken kunde de ju ändå alltid odla som en hobby. Men för bara en generation sedan var sådana uttalanden fortfarande vanliga, särskilt bland dem som först senare i livet fick möjlighet att göra musiken till yrke.

MUSIKUTBUDET STÖRRE ÄN NÅGONSIN

Denna attitydförändring beror naturligtvis på att musiken numera erbjuder helt andra möjligheter än tidigare. Musikutbudet har aldrig varit så stort som nu – och genrebredden aldrig så omfattande. Därmed inte sagt att all musik har lätt att hävda sig i dagens Sverige, vare sig på den kommersiella marknaden eller i mer idealistiska sammanhang. Men utbildningsvägarna för den som vill arbeta yrkesmässigt med musik – kreativt eller administrativt – är långt fler än förr.

MÅNGA UTBILDNINGSVÄGAR

Idag finns det gymnasier med särskild inriktning på musik och folkhögskolor med musiklinje, och utöver musikhögskolornas traditionella inriktningar – på t ex kyrkomusik – finns numera specialinriktningar på folkmusik, jazz, afromusik eller rentav barockmusik. Vid universiteten kan man inte enbart läsa musikvetenskap, utan även skaffa sig yrkesutbildning i musik med kulturvetarperspektiv, eller bli musikproducent eller välja kurser inom ”Art Management” med musikinriktning, för att nämna några få exempel. Kort sagt, alternativen för den som tänker sig sin utkomst av musiken har aldrig varit fler än nu.



ILLUSTRATION: Sofia Gillström

”Fråga unga människor idag vad som betyder något i deras liv, och musiken placeras alltid högt i deras ranking.”

forts. →

Innebär då detta att allt är frid och fröjd i musikutbildningens Sverige?

I det korta perspektivet är det mycket tillfredställande att alternativen blivit så många fler, eller – som en följd av detta – att musik av olika tradition och funktion numera bedöms mera utifrån sin egenart än med måttstockar som passar den ena kategorin bra och den andra dåligt. Överhuvud taget är det inspirerande att så många vågar satsa på en yrkesframtid inom musiken.

I det långa perspektivet är det uppenbart att de flesta som söker till de musikutbildningar som nu står till buds, är de som fått en stabil musikalisk grund att stå på redan i yngre år – oftast inom den frivilligt valda musikundervisningen i Kulturskolan.

HUR VÄLJA UTAN STABIL GRUND?

Men alla andra då, de som längre upp i tonåren fortfarande inte har denna stabila grund att stå på, vilka alternativ har de vad musiken beträffar? De som provade ett instrument i Kulturskolan men av olika skäl inte fortsatte, de för vilka talangen för praktisk musikutövning inte var uppenbar i mellanstadieåldern, de som inte har förmånen att växa upp i ett musikorienterat hem, de som helt enkelt inte är redo att göra ett livsavgörande val redan i så unga år. Vilka möjligheter har de att senare i livet välja musiken som sin yrkesbana?

Med tanke på den attityd som våra skolvärdande politiker har till musikämnet i grundskolan, ser det inte särskilt ljus ut för dessa ungdomar. Men hur svårt kan det egentligen vara att inse att sambandet mellan grundläggande kunskap och långsiktig förmåga att hävda sig på en konkurrensutsatt arbetsmarknad gäller också på musikområdet? För det trotsar varje rimlig föreställning att någon skulle komma på idén att göra matematiken till ett frivilligt övningsämne, med endast någon enstaka lektionstimme i veckan under bara vissa år av skolgången, och samtidigt bibehålla betygs-

kraven för exempelvis fysik och kemi. Ungefär så ter sig verkligheten för den allmänt musikintresserade grundskoleleven som vill utveckla ett djupare förhållande till ämnesinnehållet i musik.

Hon eller han får ordna med sin musikutbildning bäst hon eller han kan, en reell grund värd namnet kan skolan inte tillhandahålla. Skolan erbjuder med andra ord inte en musikutbildning utifrån vilken livsavgörande val kan göras.

EN PARADOX ATT MUSIKEN ÄR PRIORITERAD I MEDIERNA

Detta är särskilt anmärkningsvärt mot bakgrund av musikens prioriterade ställning i dagens svenska medier. På radioområdet skulle snart sagt varenda kanal, eller enskild frekvens för den delen, kunna packa ihop om inte musiken fanns där som antingen huvudbudskap eller sammanhållande kitt. I TV intar åtminstone populärmusiken en alltmer central ställning, på det skattefinansierade området på många sätt jämförbart med idrotten – där Melodifestivalen får sägas representera musikens eget SM.

Sett ur ett näringslivsperspektiv är det dessutom ingen som längre ifrågasätter musikens betydelse för landet och innevånarna, varken i ekonomiska eller kulturella termer.

Men var och hur återspeglar sig denna samhällsförändring i den allmänna skolans syn på musikämnet?

MUSIKEN SÄRSKILT BETYDELSEFULL I UNGA MÄNNISKORS LIV

Fråga unga människor idag vad som betyder något i deras liv, och musiken placeras alltid högt i deras ranking. Musiken fyller helt enkelt ett starkt behov i deras tillvaro, som social funktion förstas men också som utlopp för deras kreativa behov. Därmed inte sagt att inte andra företeelser i deras tillvaro skulle vara lika viktiga. I en diskussion om skolans ansvar att spegla det som är viktigt i människors liv, säger det desto mer.

Hur är det möjligt att något som rankas så högt inte tillerkänns tillnärmelsevis motsvarande värde inom den obligatoriska utbildning där vi alla stöps och formas inför våra vuxenliv? Hur kan det komma sig att vi på just detta område nöjer oss med att utbilda passiva konsument, istället för att tillhandahålla grundläggande verktyg för kritisk granskning av det som sker omkring oss?

Hur kan man t ex låta bli att göra det möjligt för alla att kunna läsa noter? Noter är i och för sig inte en nödvändigt ingrediens i all musik, men väl så användbart för alla musikintresserade.

Jag menar inte att man ska lära sig att spela i den allmänna skolan. Det gör man med fördel i Kulturskolan. Men grundläggande kunskap om musikens form är verkligen användbar för alla, oavsett vilket musikaliskt genrestresse man utvecklar över tid. Och en musikhistorisk översikt kurs värd namnet ger onekligen stadga åt var och en som vill kunna sätta in olika saker med musikanknytning i sitt sammanhang. För att inte säga en mera sociologiskt inriktad delkurs, som benar ut vår egen tids många olika genrer och deras grundläggande funktioner i olika samhällen.

Gentemot en grundutbildning, som hade förmedlat kunskap om sådana grundläggande företeelser inom musiken, hade vi musikförläggare kunnat spela en viktig roll. Men hur ska vi någonsin få en dynamisk betydelse i en sådan skola?

Undrar, med kritisk uppsyn,
Kjell-Åke Hamrén



ILLUSTRATION: Sofia Gillström

LETTER OF INTENT ÄR INGET ATT HA

JURIDIK MED JOHAN

Den ideella rätten skall man hantera på ett förnuftigt sätt och letter of intent är för det mesta inget att ha. På detta uppslag förklarar jag varför det är så, och så tar jag upp förändringsarbetet av upphovsrättslagen som inletts och leds av professor Jan Rosén. Till sist så promotar jag en viss Lukas G...



LETTER OF INTENT

1. Letter of intent är endast en principöverenskommelse och används exempelvis vid större transaktioner, när ett större bolag eller ett fastighetsbestånd skall köpas.
2. Letter of intent är till för att parterna i en avtalsförhandling ska kunna fastställa vad man hittills har kommit fram till, på vägen mot ett slutligt avtal.
3. Det förekommer normalt sett inte några utfästelser i ett Letter of intent.
4. Letter of intent betraktas inte av rättsordningen som ett färdigt avtal.
5. Förlagsbranschen har sällan behov av Letter of intents, med undantag för köp av bolag eller större kataloger. Men era ombud kan då säkerligen istället snabbt "ratta" ihop ett avtal.

Ingå genomtänkta och genomarbetade avtal på direkten och nöj er aldrig med att slutligt reglera ett samarbete med ett Letter of intent.

En sak till att tänka på:

Bara för att en handling rubriceras som Letter of intent behöver det inte vara fråga om en principöverenskommelse. Det viktiga är hur själva löptexten i dokumentet är utformad. Ett dokument med rubriken Letter of intent kan således utgöra ett bindande avtal.

DET KOM ETT HD AVGÖRANDE

Vid sidan av förfoganderätten d.v.s. den rätt som ger upphovsrätten dess ekonomiska innehåll, finns en rätt av personlig karaktär. Det är den ideella rätten. Denna är lagreglerad i § 3 upphovsrättslagen och omfattar något förenklat två saker.

- Rätten att bli angiven som upphovsman (paternitetsrätten). Upphovsmannens namn skall nämnas/anges när hans verk utnyttjas. Detta innebär på musikens område att upphovsmannens namn skall anges t.ex. när upphovsmannens musik spelas på en konsert eller sänds i radio eller tv.

- Verket får inte förvanskas och användas på ett kränkande sätt (respekträtten). Respekträtten gäller utnyttjanden som kan anses kränka upphovsmannens anseende eller egenart. Det är t.ex. normalt inte tillåtet att använda musik i reklamsammanhang utan upphovsmannens samtycke.

I § 3 st. 3 upphovsrättslagen står det att upphovsmannen i begränsad omfattning kan efterge den ideella rätten.

Det finns inte många rättsfall rörande den ideella rätten, men det kom ett HD avgörande för en tid sedan. Claes Eriksson var regissör för filmen "Hajen som visste för mycket" och Vilgot Sjöman regisserade filmen "Alfred". Filmerna visades på TV4 år 2002 och det förekom reklamavbrott i filmerna. De båda regissörerna



gjorde gällande att TV4 genom att visa deras filmer med reklam-
avbrott gjort intrång i regissörernas ideella rätt. HD konstaterade bl.a. följande:

- Prövningen skall ske med utgångspunkt i upphovsmannens synsätt, men i övrigt skall en objektiv måttstock anläggas och största hänsyn skall tas till verkets art och dess betydelse i ett konstnärligt avseende.
- Reklamavbrott innebär normalt sett att kontinuiteten och dramaturgin bryts upp. Infogandet av främmande filmbilder innebär att upphovsmannens egenart kränks och de aktuella reklamavbrotten utgjorde alltså kränkningar av Erikssons och Sjömans egenart. Däremot kränktes inte regissörernas litterära och konstnärliga anseende.
- Att upplåta visningsrätt av en film innebär inte att man avstår/efterger sin ideella rätt.

Rättsfallet visar på att den ideella rätten är mycket stark i svensk rätt och att bolag vid minsta tveksamhet skall fråga upphovsmännen om denne har något emot att verket utnyttjas i eller i anslutning till reklam.

Lösning:

Det hela hanteras genom att uphovsmännen ger sin tillåtelse till att det förekommer reklamavbrott i filmerna.

OMARBETNING AV UPPHOVSRETTSLAGEN

Regeringen har beslutat att tillsätta utredningen Översyn av vissa frågor om upphovsrätt. Professor Jan Rosén har utsetts till särskild utredare. Utredningen i sin helhet ska redovisas senast den 31 oktober 2010. Utredningen består av i huvudsak följande delar:

1. Upphovsrättslagens tredje kapitel skall ses över. Tredje kapitlet berör upphovsrättens övergång i bland annat anställnings- och uppdragsförhållanden.
2. Frågor om så kallade avtalslicenser skall behandlas. Avtalslicensordningen är ett förenklat sätt att inom upphovsrätten träffa avtal i situationer där det exempelvis är omöjligt att skaffa individuella tillstånd från alla rättighetsinnehavare. Utredaren ska bland annat titta på frågan om en eller flera organisationer bör kunna träffa sådana avtal.
3. Slutligen ska utredaren se över hela upphovsrättslagen i redaktionellt och språkligt hänseende.

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

PS. Lukas Göthmans målningar är en höjdare.



Minnesgoda läsare kommer säkert ihåg att vår kämpande upphovsmannahjälte Johnny besitter en närmast osviklig förmåga att hamna i märkliga och trassliga situationer. Å andra sidan så är det säkert få färskå låtskrivare som sett så många sidor av musikbranschen på så kort tid! Förra gången lyckades han bland annat få till en julhitlåt, vilket gav honom chansen att åka med sin grandiose förläggare till musikmässan i Cannes. Väl på plats hamnade han mitt i ett biljaksdrama med Kylie Minogue och några svenska branschkaraktärer. Men går livet och karriären egentligen framåt för vår ambitiöse huvudperson? Johnny själv skulle säkert bara konstatera att "det spelar ingen roll, i värsta fall kan jag alltid bli musikförläggare".

Prolog, DEL 5

Att se en limo med Raffe Paulsson tillsammans med Kylie Minogue i baksätet var oväntat, även för att vara i Cannes. Men när Johnny insåg att hans egen förläggare följde efter bilen med några killar i sällskap som såg ut att vara i järnrörsbranschen snarare än låtskrivare, ja då gällde det att hänga på. Efter två timmars planlöst kryssande med en bister taxichaffis gav han dock upp, ingen limousine inom synhåll, det enda resultatet blev att hans plånbok plötsligt var 200 euro tunnare. Utan pengar vandrade han dystert förbi barer och restauranger fyllda med musikmässebesökare.

Plötsligt såg han genom ett fönster på en av stans exklusivare restauranger en märklig uppenbarelse. Där satt Raffe och hans egen champagneförläggare och skålade vid ett bord. "Tjena konstnären, bra att du kom, slå dig ner", ropade han med en storslagen gest när Johnny klev in. "Ta ett glas, det är Cristal för fan, bara det bästa är gott nog för mina upphovsmän". "Sitter du och skålar med Raffe, du skulle ju spöa honom så du förut, och vad var det där med Kylie och limon", svarade Johnny. "Ta det lugnt Johnny, think positive, jag och min vän direktör Paulsson snackar lite serious business här. Big bubbles no troubles som man säger i champagnebranschen". Allt medan Raffe log som en mätt boorm på andra sidan bordet. "Låt oss fira, din låt är med på nya Kylie-plattan, the deal is done the competition is none. Din framtid är grön, din förläggare är skön. Fan jag borde ha blivit poet, he he", fortsatte Johnnys förläggare, som nu var riktigt uppe i varv. "Är den verkligen med?", frågade Johnny som mycket väl insåg vad det kunde innebära för honom. "Sjävlart, men...", tillade förläggaren med ett något mer försiktigt tonfall.

Efter en kort paus fortsatte han, "Kylie gillar låten och så, men det kommer att bli en liten justering av andelarna. Om låten ska vara med på hennes album, och den kan faktiskt bli singel, så vill hon ha 80% av copyrighten". "Vad i helvete, det är ju jag som skrivit den, och varför sitter du här med Raffe egentligen? Vad fan pågår?" vrålade Johnny ilsket. "Raffe här har bra ingångar på Kylies management, och har hmmm.. hjälpt till med dealen. Dessutom, som jag brukar säga, det är bättre att ha dricka 20% av en flaska Cristal än 100% av en burk Trocadero, eller hur?", konstaterade förläggaren i ett försök att verka övertygande. Johnny hade hunnit en bit ut på trottoaren när hans förläggare hann ikapp honom. "Johnny, det här är bra för dig, på tiden att du lär dig hur businessen funkar också. Raffe kommer att få sitt straff också, bara inte just nu".

Väl ombord på planet hem från Midem trodde Johnny att han nu äntligen hade lämnat Rivierans förläggarguldgossar bakom

sig, men det skulle visa sig förhastat när hans flygsätesgranne plötsligt sträckte fram handen. Det var naturligtvis ännu en musikförläggare. Den självsäkre mannen presenterade sig på engelskklingande svenska som John Clay, och innan Johnny ens hunnit nämna att han själv var låtskrivare, drog Clay igång en lång monolog om sitt förlag Mad Cows Music. Killen var tydligen ett riktigt ess, konstigt att jag inte har hört talas om honom, tänkte Johnny.

Det lönar sig att bara lyssna ibland, och inte ens hans egen värtalige förläggare hade lyckats leverera så här många visdomsord på så kort tid. "Du vet, det är precis som man säger i UK, music publishing is a check under the door", meddelade Clay. "Bara papper i en pärm, inga jobbiga artister och managers, en bra upphovsman never calls during dinner, det är det jag alltid har sagt", fortsatte han. "Hur har du hittat dina låtskrivare?", undrade Johnny. "Well, det kan vara en middag på Lidingö till exempel, I love Lidingöfunk, eller kanske på en trevlig jaktresa. Mina writerpolare Tompa Stekman och Christ Standin brukar tipsa också, de har bra style-känsla. Det är en schysst bransch, bra cash, du borde prova, vad jobbar du med själv förresten? Nåt med datorer va?", frågade slutligen Clay med artig och medlidande uppsyn. Johnny beställde en öl av flygvärdinnan.

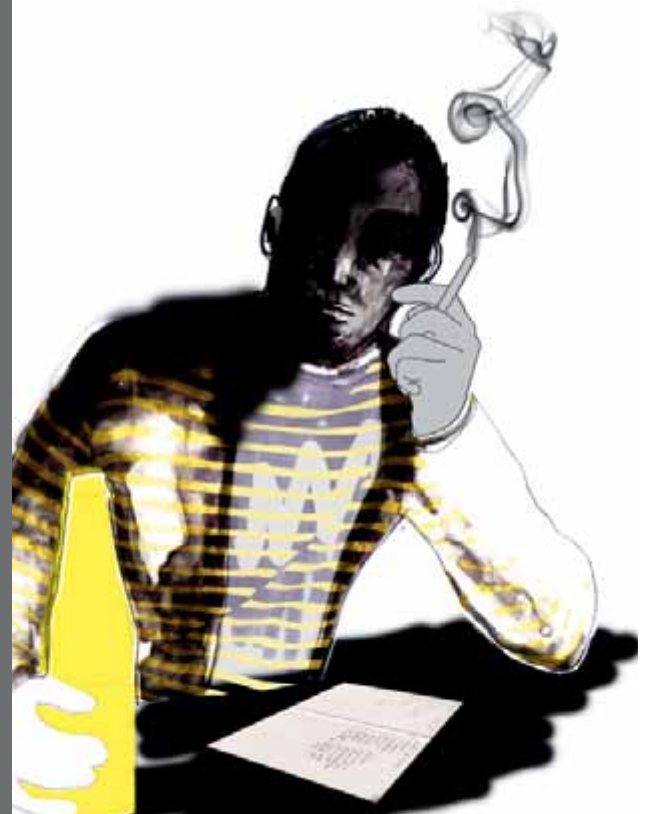
Åter hemma i Sverige fick Johnny stifta bekantskap med ännu en kategori personer i musikbranschen, nämligen ryggdunkarna. Folk som tidigare helt ignorerat honom kom fram och bjöd på drinkar, samt gratulerade honom till Kylie-låten och "den där roliga julhiten". A&R-killarna på skivbolagen började ringa honom. Plötsligt gillade dom precis samma låtar som de inte ville höra mer än tio sekunder av för ett halvår sen. Johnny konstaterade att det knappast var de mest visionära typerna som hamnade på A&R-stolarna. Nästan alla frågade honom samma sak, "Har du nån sommarhit på lager? Gärna nåt riktigt commercial, i maj/juni funkar allt, då vill de där jävla radioproducenterna ha nåt riktigt lökigt. Bra publishingstålar också, tänk på alla sommarhitsamlingar på bensinmackarna".

Från början var det knappast Johnnys dröm att bli en lökhitleverantör, men han började trubbas av. Det oroade honom emellanåt. Men inte mer än att han började skriva, han hade blivit branschanpassad. När de sista refrägraderna "Det är sommar i min säng, mina lakan är en äng" tonade ut ur champagneförläggarens överdimensionerade högtalarsystem, satt förläggaren tyst och fingrade på sin cigarrhumidor. "Grabben, du har överträffat dig själv, tänk midsommar, tänk Gotland, tänk fortisfylla. Detta är

en homerun, redan klar som sommarsingel med Linda Benzin". Förläggaren puffade på cigarren och fortsatte "Sen ska bröderna Kjolman släppa en singel också, det blir lite sköna personangrepp. Texten är klar, "Stureplansgrogg och rikemansblogg", jävligt fyndigt. Kan du fixa musiken?". Bröderna Kjolman, de där Bronski Beat-liknande snaggade typerna som alltid gör sig roliga på andras bekostnad? Nej, fy fan, där går min gräns", ryste Johnny. "Okej okej, men jag har en annan grej också. Jag skickar över dig på en co-write hos min kollega på jätteförlaget. Han har en bra grej på gång, seriöst jag lovar". Johnny nickade misstroget.

Han hade varit på det Universella förlaget förut, och drog sig till minnes att han tvingats diskutera golf, men inte så mycket musik. Nu hälsade han på VD'n som hade en avspänd och tillbakalutad stil. Faktum var att han nästan låg i fåtöljen. Han hade också en av alla dessa skinnjackor som Johnny noterat i musikbranschen. Man kunde kategorisera skinnjackorna i tre grupper. Där fanns billiga, lite glansiga skinnjackor med reklamtryck för någon artist, dessa bars av promotionsmänniskor på skivbolag, och turnébokare. Andra hade lyxiga långa skinnjackor, närmast rockar, av hallick/hiphoptyp i tysk kvalitet, dit hörde bland annat hans egen förlagschef ibland. Slutligen fanns det ett klientel som bar medvetet slitna skinnjackor av James Dean-karaktär. Oftast branschveteraner i femtioårsåldern, troligtvis misslyckade artister från början. Liksom Lasse Berghagen, började denna grupp också ofta köra Harley Davidson på helgerna på gamla dar, om det var fint väder. Hit hörde den förlagschef han nu hade mittemot sig. Men när den universelle chefen öppnade en attachéväska i metall, och vände den mot Johnny, så stannade tiden även för vår unge hjälte...

fortsättning följer i nästa nummer...



Nya medlemmar

På SMFFs föreningsstämma den 17 april antogs två nya medlemmar: Musikskolan.se/Idériket på Öckerö AB och Meriola songs AB.

Den 13 juni höll SMFF en extra stämma då Smilodon/Karman Innovative Consulting, Redfly Music AB, Gurkan Musik och Enteratainment/ Renegade Songs också blev nya medlemmar i SMFF.

Kansliet hälsar sina nya medlemmar mycket välkomna!

Musikförläggarnas pris 2008

SMFFs prisgala kommer i år att äga rum fredagen den 7 november. Mer information kommer vidare.

Kansliet stänger
14 juli – 28 juli.
SMFF önskar alla en
trevlig sommar!

smff

KOLLA IN SMFFS NYA HEMSIDA

Hemsidan är framtagen av webbyrån Slash x.
Se sidan på www.smff.se

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