

MUSIKFÖRLÄGGAREN

Nr 3 2007



ARVET EFTER: Thore Ehrling

Nya marknader i sikte

Rekordår för klubben

Den digitala marknaden

Ledare



FOTO: Peter Hallbom

Den digitala ljudfilen har i grunden förändrat hur musik exploateras och distribueras. Detta har i sin tur givit upphov till en explosionsartad framväxt av en ny marknad för musik. Där radion, TV:n och grammofonskivan tidigare var de dominerande ljudmedierna (ljudbärare brukade man säga förr) för inspelad musik, tar nu exempelvis mp3-spelare, digitala butiker som iTunes, hemsidor med nedladdningsbar musik och mobiltelefoner över en allt större del av distributionen.

I detta nya landskap räcker det för oss musikförläggare inte med en viss nyorientering eller anpassning till nya förhållanden. Tvärtom måste vi vara med och aktivt leda utvecklingen, utifrån intresset för den musik vi företräder. Men vi måste också ha beredskap för en helt annan flexibilitet än tidigare. Det håller inte att vänta på slutgiltiga svar på alla upptänkliga

frågor som kan uppstå i samband med en viss ny teknisk applikation, innan man kan erbjuda en licensieringslösning. I ett sådan situation kan man helt enkelt behöva ta till en interimslösning för att komma vidare. De upphovsmän vi företräder förväntar sig med rätta att vi på bredast möjliga sätt tillvaratar det värde deras musik representerar. Särskilt som musiken ofta är det som säljer även hårdvaran, exempelvis mobiltelefonerna.

För att uppnå detta krävs kunskap, kunskap och åter kunskap; om den grundläggande teknologin, om rättighetsjuridiken, om marknadssegmenten, om licensieringsmetoderna mm. Inom SMFF kommer vi därför och för lång tid framöver att arbeta intensivt – både internt och externt liksom hemma och internationellt – med frågor som berör den nya ljudmediesituationen.

Ordförande SMFF
Kjell-Åke Hamrén

smff

SVENSKA MUSIKFÖRLÄGGAREFÖRENINGEN

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

innehåll

MUSIKFÖRLÄGGAREN, Nr 3

Redaktör & layout:

Johanna Lundborg

Layout & original:

Anneli Andersson

Skribenter i**detta nummer:**

Kjell-Åke Hamrén

Johan Bergby

Johanna Lundborg

Claes Olson

Anders Mildner

Eric Hasselqvist

Illustratör:

Sofia Gillström /henrik&sofia

Fotograf:

Peter Hallbom

Ansvarig utgivare:

Kjell-Åke Hamrén

Tryckeri:

EkotryckRedners AB

ALMOST FAMOUS: Rekordår för klubben	4
Den digitala marknaden	7
SMFF BERÄTTAR: Musikförläggarnas Pris 2007	8
ARVET EFTER: Thore Ehrling	12
GÄSTARTIKEL: Nya marknader i sikte	16
UPPHOVS RÄTT: Musikanvändning	20
JONNY, The Writers dagbok	22
TILL SIST: Notiser	24

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.

Att både blicka framåt, lära av historien och beskriva vad som just har hänt och händer. Det är målet för SMFFs tidning Musikförläggaren. I årets sista utgåva har vi försökt att ha alla de tre ingredienserna. Framtiden och dess spännande digitala utmaningar beskrivs i fyra artiklar. Den röda tråden i flertalet texter är att marknaden för förläggare kan bli mycket större, men att kraven på förändringsbenägenhet och nytänkande är stora. Viktiga och epokgörande skeenden får vi lära mer om i artikeln om arvet efter Thore Ehrling. Att liveframträdanden är en allt viktigare ingrediens i mötet mellan publik, artister, låtskrivare och musikförläggare bevisas av att Almost Famous i år nått en rekordpublik och presenterat hela 30 artister och band.

Johanna Lundborg
Redaktör



FOTO: Peter Hallbom

ALMOST FAMOUS

– rekordår för klubben

Almost Famous summerar året som ett av de bästa i klubbens åttaåriga historia. Under 2007 har totalt 30 artister och band spelat live på klubben, och det har dessutom varit för fulla hus.

Den 2 oktober drog klubben igång efter sommaruppehåll. Klubbkvällarna på Alcazar har fortsatt att ha fullt nästan varje kväll. I publiken har det setts branschfolk från bland annat musikförlag och skivbolag, blandat med andra besökare som kommer för att lyssna på spelningarna och mingla. Intresset att spela på klubben är stort och många låtskrivare hör av sig till ansvariga för Almost Famous-kvällarna. Variationen på banden är stor och man försöker i möjligast mån att ha fyra olika akter på scenen under kvällen, "utan att tulla på kvalitén förstås". Artisterna kommer från hela Sverige. Även om fokus ligger på de svenska artisterna så har akter från Norge, Danmark och Färöarna spelat på klubben. Framöver räknar de ansvariga för klubben med att erbjuda "en bra och intressant mix av grym musik på scenen."

Utöver de ordinarie klubbkvällarna arrangerades i april en specialkväll i samarbete med Beckmans Designhögskola. Det var årskurs 1 från reklam och grafisk form som fick presentera lanseringen av varsin fiktiv artist som ett showcase. Musiken bestod av tidigare icke utgivet material från förlagen. Det blev en annorlunda och intressant kväll! Utbildningsradions ungdomsprogram "Garage" gjorde ett reportage av showcasen som sändes nu i höstas på SVT. Under våren gjorde även MTV ett reportage om Almost Famous som sändes i "Mycket mer än müsli".

Klubben tar jullov

Den 4 december var den sista klubben för 2007 - med Elmo, Vikunja, Film On Four och Jive på scenen. Nu tar Almost Famous jullov och är tillbaka till våren igen. Följande klubbdatum är redan spikade för 2008, vilket är 5 Februari, 4 Mars, 1 April och 6 Maj. Under våren finns det även planer på att ta Almost Famous ut på bøljan den blå i samarbete med Viking Line och East Street Piercing & Tattoo som firar 15 år med en Finlandskryssning i mars. Mer info om detta presenteras inom kort.

Aktuellt program, förhandslyssning av kommande klubbkvälls artister, samt fotogalleri finns alltid på www.myspace.com/almostfamousclub

Skribenter:

Rebecca Johansson & Carolina Eriksson



ALMOST FAMOUS

Kassandra
FOTO: Peter Hallbom



ALMOUST FAMOUS, *forts*

FOTO: Peter Hallbom

Brandur Enni, 01:
Zizmond från Streets of Mars, 02:



LÄNKAR TILL SAMTLIGA ALMOST FAMOUS-ARTISTER 2007:

4 DECEMBER:

Elmo

myspace.com/elmoswe

Vikunja

myspace.com/klasgullbrand

Film On Four

myspace.com/filmonfour

Jive

myspace.com/jivingmen

6 NOVEMBER:

Konditors

myspace.com/konditors

Klas Gullbrand

myspace.com/klasgullbrand

Kassandra

myspace.com/kassandramuscsw

Benefits of making enemies

myspace.com/benefitsofmakingenemies

2 OKTOBER:

Autopilot Society

myspace.com/autopilotociety

Anagoes

myspace.com/anagoes

Brandur

myspace.com/brandurenni

Streets of mars

myspace.com/streetsofmars

8 MAJ:

Negin

myspace.com/neginmusic

Birgit Bidder

myspace.com/birgitbidder

Stiko Per Larsson

myspace.com/stikoperlarsson

A beautiful friend

myspace.com/abeautifulfriend

Ollie Olson

myspace.com/ollieolson

3 APRIL:

Trucker Cleavage

myspace.com/truckercleavage

High Chao

myspace.com/highchao

Radio Lxmbrg

myspace.com/radiolxmbrgband

Måns Jälevik

myspace.com/mansjalevik

6 MARS:

Busy Nurses

myspace.com/busynurses

Jennie Abrahamsson

myspace.com/jennieabrahamson

Torpedo

myspace.com/torpedo

Vincent

myspace.com/vincentcd

6 FEBRUARI

Isabel Guzman

myspace.com/isabelguzman

Johan Bergqvist

myspace.com/johanbergqvist

The Wonderful Guinea Pigs

myspace.com/thewonderfulguineapigs

Gompa

myspace.com/gompahome

16 JANUARI

Helena Josefsson

myspace.com/helenajosefsson

Adam Heldring

myspace.com/adamheldring

Clay Allison

myspace.com/clayallison

Margarete Berger (NO)

myspace.com/bergermargaret

Aktuellt program, förhandslyssning av kommande klubbkvälls artister samt fotogalleri finns på:

www.myspace.com/almostfamousclub

DEN DIGITALA MARKNADEN

I början av November kunde man som SMFF-medlem vid ett välbesökt medlemsmöte i STIM-huset lyssna på ett intressant föredrag om den digitala delen av musikindustrin. På besök var Johan Lagerlöf, VD och grundare av X5 Music Group AB.

X5 symboliserar fem olika verksamhetsområden, varav musikförlag var tänkt att vara ett - även om just denna verksamhet inte har aktiverats ännu. Att Johan, för att komma ifrån "IT-branschen", visade sig ha en ovanligt stor förståelse för musikförlagsverksamhet beror säkert på att han har ett förflutet som framgångsrik låtskrivare och producent under 90-talet. Han har ett stort antal topp-10 hits på meritlistan och var en av grundarna till mobilunderhållningsbolaget Mobilehits, numera en del av Aspiro.

Bolaget beskriver själva sin huvudverksamhet som "ett svenskt musikbolag specialiserat på den digitala marknaden, där man säljer och marknadsför produkter som musik och film skräddarsydda för de digitala och mobila butikerna på världsbasis". I praktiken innebär det att man skaffat sig de digitala rättigheterna till ett stort antal inspelningskataloger från olika skivbolag, som ej velat eller kunnat hantera den digitala marknaden själva.

Själva repertoaren ompaketeras sedan till digitala album, ofta i form av så kallade "compilations". De digitala formaten ställer helt nya krav på marknadsföring, lettsökta titlar, paketering och "skivomslag". Man har idag cirka 3.000 albumtitlar ute på den globala marknaden, och den höga utgivningstakten har gjort att man har en egen intern specialiserad designavdelning.

En del intressant statistik presenterades. Digital musikförsäljning förväntas gå om fysisk försäljning om ungefär 3-4 år räknat i omsättning. När det gäller hårdvara så ökar mobila musikspelare snabbast, 137 miljoner 3G-mobiler med musikspelare såldes år 2006. Både Nokia, SonyEricsson och Apple lanserar ett antal nya musiktjänster under det närmaste året. Johan var inne på att "smalare" musikgenrer kommer att få ökad försäljningsandel på den digitala marknaden, helt enkelt på grund av att sortimentet i en digital butik är oerhört mycket större än i en fysisk skivaffär. En annan fördel med "smal" musik är att den har en längre säljcykel över tiden, vilket ger en större stabilitet jämfört med mer oförutsägbara hitorienterade produkter. Här påpekades dock att produkterna måste vara anpassade till den digitala marknaden på olika sätt, vilket det gavs en del exempel på.

När det gäller framtiden, så förväntas fler digitala återförsäljare av musik att dyka upp. Idag domineras marknaden av iTunes, emusic, Realnetworks och liknande bolag, men framöver förväntas mobiltillverkarna och operatörerna ge sig in på marknaden på allvar, liksom troligtvis företag som Google, Amazon och Facebook.

Vad blir då musikförlagens roll i det hela?

Rent generellt var Johan inne på att förlagen borde ta större "kontroll" över rättigheterna. Konsumenterna som handlar digitalt söker ofta på låttitlar, och söker dessutom ofta udda titlar som skivbolagen kanske inte ens har digitaliserat ännu. Det öppnar för en mer aktiv förläggarroll där man kanske skapar egna inspelningsrättigheter i form av covers på låtar i den egna förlagskatalogen, eller kanske till och med licensierar in inspelningar som skivbolagen inte jobbar aktivt med, men som kan ha en marknad digitalt.

Under frågestunden diskuterades bland annat illegal musikanvändning, men även hur olika förfrågningar om avtal avseende nya distributionsmodeller och andra digitala innovationer och affärsidéer bör hanteras. 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. Man bör dock inte låsa in sig i överdrivet snåriga avtalsupplägg med tariffer som kanske visar sig felaktiga eller orimliga i framtiden. Förslagsvis skulle man kunna arbeta med fem olika enkla avtalsmodeller, för att snabbt kunna hantera de flesta förfrågningstyper.

Sammanfattningsvis så kan man säga att publiken fick en hel del nya inblickar i den del av musikindustrin där utvecklingen går snabbast.

Skribent:
Eric Hasselqvist

Musikförläggarnas Pris 2007

På bara några få år har Musikförläggarnas Pris etablerats som ett av den svenska musikbranschens mest prestigefyllda priser. Stämningen var på topp när en exklusiv skara på 280 personer samlades under Berns kristallkronor, den 26 oktober, för att hylla 2007 års pristagare.

I vimlet på Berns syntes förstås musikförläggare och upphovsmän, men även många andra branschdigniteter och kända ansikten. Lagom till kaffet, efter att gästerna i glatt samspråk vid de 30 borden hade avnjutit en trerätters lunch (Carpaccio på Västerhavstorsk med plommonsås och wasabi, BBQ-biff och sparris med inlagd ingefära samt mango-mousse med en litchi- och björnbärssallad), hälsade konferencieren Per Sinding Larsen alla varmt välkomna till årets evenemang. Därefter överlämnade han ordet till SMFF:s ordförande Kjell-Åke Hamrén.

– Musikförläggarnas Pris har kommit till för att uppmärksamma de svenska upphovsmännen, särskilt som dessa inte alltid står i centrum för det mediala intresset. Vi vill lyfta fram att just upphovsmännen genom sina kompositioner och texter bidrar till de fortsatta svenska musikframgångarna, sa Kjell-Åke, som i sitt inledningstal även betonade betydelsen av samverkan och samarbete i dagens musikbransch.

– Idag gäller det mer än någonsin tidigare att lyfta blicken och tänka stort. Det är endast genom samverkan och samarbete vi kan komma framåt.

Underhållning och prisutdelning

Under den senare delen av eftermiddagen varvades så underhållning och prisutdelning.

SMFFs "Lifetime Achievement" har tidigare delats ut till Björn Ulvaeus och Benny Andersson, Povel Ramel, Carl-Bertil Agnestic och George Riedel. Det var därför med stor spänning som publiken lystrade till "Lill-Babs" Svensson när hon presenterade 2007 års pristagare. När namnet "Thore Skogman" ropades ut övergick den förväntansfulla tystnaden i jubel och en stående ovation.

– Ja, vad får man inte vara med om på gamla dar, sa pristagaren och sken som en sol.

Thore Skogman har inte mindre än 1200 låtar registrerade hos STIM.

– Jag har skrivit mina egna låtar och struntat i vad andra tycker, förklarade han. Så tack för att ni har haft vänligheten att lyssna på mig under årens lopp!

Även Mauro Scocco och Johan Ekelund (Ratata) var på plats i Berns salonger, för att dela ut priset för Årets svenska låt. Nominerade i denna kategori var låtarna "7-milakliv" av Martin och David Stenmarck, "Release me" av Erik Althoff, "Young folks" av Peter, Bjorn and John och "Good Song" av Salem Al Fakir. Johan och Mauro läste upp juryns motivering för den prisvinnande låten:

– *Den startade som en reklamlåt men var så mycket mer. En kombination av en oerhört stark komposition och en sällsam röst blev ett explosivt genombrott för både upphovsman och bandet Oh' Laura. Priset i kategorin Årets svenska låt går till Erik Althoff för "Release me."*

"Smala grejer"

– Jag gillar smala grejer, smala champagneglas, smala kjolar, smala killar... och smal musik, d.v.s. musik som man måste ge lite tid, men som man i gengäld får en unik upplevelse av. Citatet kommer från Anna-Karin Larsson, chef för Sveriges Radios P2, när hon offentliggjorde namnet på vinnaren i kategorin Årets konstmusikpris – kammarmusik, en av årets nya priskategorier. Vinnaren blev Hanna Hartman, som utöver statyetten även belönades med ett stipendium på 25 000 kronor (i likhet med Anders Eliasson och Salem Al Fakir som också erhöll stipendier om 25.000 kronor vardera).

FOTO: Peter Hallbom

Klas Lunding, Johan Lindqvist, Salem Al Fakir, Kristina Lidehorn, Stefan Gullberg & Johnny Tennander, 01:
Carolina Eriksson & Ola Salo, 02:
Konferencier Per Sinding-Larsen, & Kettil Skarby, 03:
SVTs Christel Tholse Willers & Christer Björkman, 04:
Carl-Axel och Monica Dominique, 05:
Staffan Boström & Tomas Ledin, 06:
Tanja Määttä, Eagle-Eye Cherry, & Dita Kleman, 07:
Claes Olson, Leif Pagrotsky, Anders & Britt-Marie Burman, 08:



FOTO: Peter Hallbom

Salem Al Fakir & Ola Salo, 01:

Erik Althoff, 02:

Barbro Svensson, Thore Skogman & Peo Nylén, 03:

Joakim Berg & Ola Salo, 04:

Hanna Hartman & Anna-Karin Larsson, 05:

John Eriksson & Stefan Gullberg, 06:

Sture Carlsson & Anders Eliasson, 07:



Jocke Berg, sångare i Kent, läste motiveringen i kategorin Årets textförfattare och kompositör:

– Att skriva stora vackra melodier över avancerade, ibland aviga, ackordstrukturer är väldigt svårt. Att dessutom få det att låta enkelt och naturligt är det som gör Ola Salo till en fantastisk låtskrivare.

En glad Ola Salo kramade om Jocke Berg på scenen.

– Jag skulle inte ha kunnat säga det bättre själv, skrattade Ola.

– Och jag är extra glad att vi som upphovsmän får lite uppmärksamhet, istället för de alltid så uppmärksamhetskrävande artisterna! Det är kul att skriva musik. Jag ska nog fortsätta med det!

Hyllning till SMFFs hedersmedlemmar

Vid årets gala hyllade SMFF sina tidigare hedersmedlemmar Stikkan Anderson och Sture Borge Dahl i särskilda minnesord. Den tidigare i år bortgångne Sture Borge Dahl porträtterades ömsint av vännen George Martin (The Beatles producent) som bland annat sa att:

– Sture was a man with a golden touch and a golden quality... A great ear for music!

Stikkan Anderson "var helt enkelt formidabel som musikkförläggare" sa Kjell-Åke Hamrén i en personligt präglad berättelse om sin tid som anställd på Stikkans Sweden Music.

Innan Carl-Axel och Monica Dominique delade ut dagens sista pris gungade de loss vid flygeln i Chick Coreas Spain. Och sen, allra sist men inte minst, fick så Salem Al Fakir – till publikens stora jubel – äntligen inta scenen för att ta emot priset som Årets nykomling.

Skribent:
Claes Olson

Vinnare 2007:

ÅRETS TEXTFÖRFATTARE / ÅRETS KOMPOSITÖR

Ola Salo [Madhouse]

ÅRETS INTERNATIONELLA FRAMGÅNG

Peter, Bjorn & John [EMI Music Publ]

ÅRETS SVENSKA LÅT

"Release me" – Erik Althoff [Riviera Stockholm Music Publ]

ÅRETS NYKOMLING

Salem Al Fakir [Al Fakir Songs/EMI Music Pub]

ÅRETS KONSTMUSIKPRIS – större ensemble/opera

"Symfoni nr 4" – Anders Eliasson [Gehrmans Musikförlag]

ÅRETS KONSTMUSIKPRIS – kammarmusik

"His masters voice" – Hanna Hartman [manus]

ÅRETS MEST SPELADE LÅT

"7-mila kliv" – David Stenmarck/Martin Stenmarck
[Planet Plant Publ/Peermusic]

LIFETIME ACHIEVEMENT

Thore Skogman [scandinavian songs AB]

För motiveringar se www.smff.se

ARVET EFTER: Thore Ehrling

Thore Ehrling tillhör den svenska musikhistoriens giganter. Med sin populära orkester dominerade han stort på 40- och 50-talet, då alla kunde vissla hans signaturmelodi. För sina gärningar tilldelades han Kungliga Musikaliska Akademiens medalj för tonkonstens främjande. I Ehrlingförlagens katalog finns ett flertal av våra mest älskade evergreens, och med sin förlagsverksamhet bidrog Thore Ehrling till att revolutionera musikundervisningen. 1977 blev han även hedersordförande i SMFF.



Thore Ehrling trumpetskola utgiven på Ehrling och Löfvenholm i början av 1940-talet. (privat bild)

Thore Ehrling föddes 1912 i Stockholm. Efter fyra år på Musikkonserveriet bildade trumpetaren 1938 Thore Ehrlings Orkester som kom att dominera svenskt musikliv i närmare två decennier. På 40- och 50-talet kunde alla vissla hans signaturmelodi "Nu ska vi dansa".

Orkestern spelade dansmusik på Grand Hotel, Operakällaren och Bal Palais. Under sommartid spelade han på Skansen och turnerade i folkparkerna, där han även bjöd publiken på scenunderhållning. Periodvis spelade orkestern i radio en gång om dagen. Dessutom medverkade den på över 1 000 grammfoninspelningar och i succéfilmer som *Swing it* magistern och *Vårat gäng*.

När orkestern 1946 lanserades internationellt presenterades man som "one of Europe's foremost exponents of modern dance music and entertainment". Thore Ehrling var både älskad och respekterad.

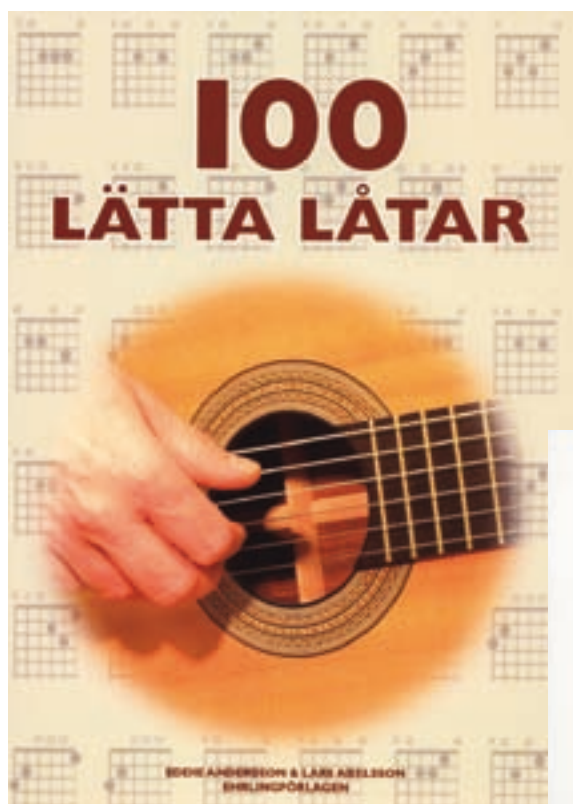
– "Alla skulle få sitt" sa pappa, så repertoaren innehöll något

för alla, berättar yngste sonen Björn när vi träffas på Lidingö – där Ehrlingförlagen med sina åtta anställda sedan tre år tillbaka har sitt kontor och lager.

Ehrlingförlagen drivs idag av sönerna Staffan, Björn och hans fru Ewa. Mamma Margit 95 år, är styrelseordförande i familjeföretaget.

Artistchef på Folkparkernas Centralorganisation

1941 startade Thore Ehrling musikförlaget Ehrling & Löfvenholm, som publicerade hans egen trumpetskola och blev Povel Ramels första förläggare. I slutet av 40-talet såldes Ehrling & Löfvenholm till Nordiska Musikförlaget. 1952 så startades Thore Ehrling Musik AB, som tillsammans med Nils-Georgs Musikförlag AB (med bland annat Ulf Peder Olrogs visor och Stikkan Andersons första alster) och Edition Sylvain AB (Jules Sylvain, Edvard Persson med flera) idag ingår i moderbolaget Ehrlingförlagen AB.



Ehrling förlagens allra senaste utgåva, 100 låtar för gitarr.



– Pappa var ju ständigt i behov av ny repertoar till sin orkester. Han importerade hela tiden amerikanska skivor och reste mycket till USA och England för att etablera kontakter, berättar Björn.

Resorna berikade inte bara orkesterrepertoaren och förlagsverksamheten – utan resulterade även i musikvaruhuset Musikhallen i Jönköping, vars sortiment rymde både noter, instrument, grammofonskivor, radio och TV.

Parallellt med orkester- och affärsverksamheten var Thore Ehrling artistchef på Folkparkernas Centralorganisation. Genom att boka turnéer med internationella storheter medverkade han till att föra ut och förankra jazzen i Sverige. Dessutom startade han tidningen Estrad, som utvecklades till den konsertbyrå som tog hit Louis Armstrong, Ella Fitzgerald och många andra storheter.

I mitten av 50-talet tonade Ehrling ner sitt engagemang med orkestern för att satsa på musikförlaget, som bland annat

fick rättigheterna till Tommy Steeles repertoar. Sönerna var med när stjärnan kom till Stockholm för premiären av filmen *The Duke Wore Jeans* 1958.

– Publiken blev sjövilad när han spelade, så när filmen började var bänkraderna bara kaffaved...

Förlagsverksamheten

På 60-talet handlade det mycket om att hitta internationell repertoar att översätta. Förlaget kunde garantera både svensk text och inspelning och var dessutom duktiga på att hitta nya låtar. Varje vecka studerade man Billboard-listans nykomlingar. På så sätt växte katalogen.

Förlaget satsade även mycket på noter och undervisningsmaterial. Man byggde upp agenturer och sålde undervisningsmaterial till den kommunala musikskolan.

– Det kom lärare från hela Sverige för att beställa vårt material, minns Staffan.

PORTRÄTT

När den nya svenska läroplanen lanserades 1969 gav man ut skolboken *Vi gör musik*, som revolutionerade musikundervisningen i hela Sverige. Första året sålde man 35 000 exemplar.

– Det kom stora långtradare med böckerna, som vi förvarade i källaren i föräldrahemmet här på Lidingö.

– En gång lastade vi av 19 ton för hand, berättar bröderna. På 60-talet startades på Thores initiativ Chappell Nordiska AB, Sveriges första majordotterförlag, som naturligtvis Ehrlingförlagen administrerade.

När Ehrlingförlagen förvärvade Nordiska Musikförlagets tryckrättigheter hade inget förlag i Sverige tidigare gjort affärer med den typen av rättigheter. Ehrlingförlagen blev även först och störst i landet på "library music", en satsning som började med Chappells katalog med bakgrundsmusik och fortsatte med Keith Prowse katalog. På 90-talet utvecklade man Digifects – världens första heldigitala ljudarkiv, men 1995 lämnade förlaget librarybranschen.

Ehrlingförlagen har idag Sveriges största sortiment av noter, musikböcker och instruktions-DVDs. Man hade länge agenturen för engelska Music Sales och distribuerar fortfarande deras katalog, liksom böcker och noter från flera svenska förlag. Den pedagogiska linjen är tydlig och på hyllorna finns såväl Lars Edlunds standardverk *Modus Vetus* för körsång som den framgångsrika serien baserad på Katarina Fritzén/Karin Öhmans nyskapande *Flöjten och jag*, som på 80-talet satte fokus på ny repertoar och improvisation i instrumentundervisningen.

– Det är den mest sålda serien i Sverige, berättar Björn. Han skattar sig lycklig åt att ha en existerande marknad i en i övrigt nästan helt sönderkopierad bransch.

– Kopieringen av noter underminerar ju mångfalden!

2003 publicerade förlaget boken *Olle Adolphson och musiken*, som har följts av *Ted Gärdestad och musiken*, *Hasse & Tage och musiken* samt *Povel Ramel och musiken* – som Povel faktiskt hann se i tryck innan han gick bort tidigare i år. I katalogen har man också Björn Skifs "Decennier" med noter till den i år med Thore Ehrling- stipendiet belönade artistens storsäljande album "Decennier" och "Andra decennier", vars repertoar till stora delar är hämtad från Ehrlingförlagen.

Hedersordförande i SMFF

På 40-talet var Thore Ehrling aktiv i Svenska Musikerförbundet, där han engagerade sig starkt för musikernas arbetsvillkor. Som upphovsman blev han medlem i SKAP, men det engagemanget tonades ner då han startade sitt förlag och blev medlem i SMFF 1952. Efter många år som vice ordförande efterträdde han Lennart Bagger-Sjöbäck på ordförandeposten och blev i samband med det även ordförande i NCB:s råd samt en viktig representant för populärmusiken i STIM:s styrelse. 1977 blev Thore Ehrling hedersordförande i SMFF

Äldste sonen Staffan har tillsammans med sin bror fört stafettpinnen vidare på flera sätt. När Thore efterträddes av Kettil Skarby som ordförande i SMFF, blev Staffan vice ordförande. – Jag fortsatte det arbete som pappa påbörjat och det blev kontinuitet i både SMFF och STIM.

Thore Ehrling arbetade aktivt i det egna förlaget långt in på 70-talet och var styrelseordförande till sin död 1994. För sina gärningar tilldelades han Kungliga Musikaliska Akademiens medalj för tonkonstens främjande. Den 102:a sen 1700-talet.

Skribent:
Claes Olson



Thore Ehrlings orkester framför radiotjänsts studio mot slutet av 1940-talet. Fotograf: Bertil Reijbrandt

”När Ehrlingförlagen förvärvade Nordiska Musikförlagets tryckrättigheter hade inget förlag i Sverige tidigare gjort affärer med den typen av rättigheter.”

Nya marknader i sikte

Musikbranschen står inför sin största förändring någonsin. Förlagen ser positivt på den digitala utvecklingen, men mycket talar för att det kommer att krävas stor förändringsvilja från de företag som ska överleva i framtiden.

Alla tider har sina egna modeord. Och julen 2007 finns få uttryck som används lika flitigt inom musikbranschen som detta: 360 grader. Idén att skriva 360-gradersavtal – som alltså omfattar allt en artist kan tänkas ha för sig – dök först upp bland skivbolagen.

Runt år 2000 fick majoriteten av artisterna fortfarande två tredjedelar av sina intäkter från skivförsäljning och en tredjedel från konsertverksamhet. I dag är situationen precis den omvända. De bolag som väljer att lägga ner mer resurser på att göra pr för skivorna, upptäcker oftast att det har mycket liten inverkan på försäljningen. Snarare kommer artisterna att sälja ännu fler t-shirts. Med en dalande skivförsäljning och en boomande livescen, försöker skivbolagen därför nu skriva avtal som garanterar dem intäkter även från merchandise och konserter. Problemet är bara att resten av musikbranschen resonerar precis likadant. Bokningsbolagen, managementföretagen och förlagen har också upptäckt att spelplanen breddats. Och har börjat att prata om – ja, just det – 360-gradersavtal.

– Det är definitivt relevant att diskutera sådana avtal, säger Ben Malén, vd på Air Chrysalis.

– Även om det blir t-shirten som du tjänar mest pengar på i slutändan, så hade det aldrig kunnat bli en god affär om du inte hade haft musiken från början. Ska vi vara med och utveckla artister för nästa generation, så måste vi säkra fler intäktskällor.

Ben Malén tror att insatserna kommer att höjas för alla på marknaden – och det rejält.

– Se bara på turnébolag och managers. De sitter och lurar som gäddor i vassen och hoppar fram först när en artist har utvecklats färdigt och säger: ”Hej! Ska vi skriva avtal?”

– Men snart kommer alla att tvingas investera för att få vara med. Förlagen kommer att gå in och ta mycket större ekonomiska risker. Samtidigt smälter gränserna mellan alla spelare på marknaden samman och gamla monopol luckras upp. Skiljelinjerna mellan skivbolag och förlag kommer att försvinna. Patrik Sventelius, vd på Sony/ATV, håller delvis med:

– Vi har en stor möjlighet att få om inte 360, så i alla fall 180 grader av affären. Vi skulle kunna ge ut egna skivor och på så sätt bli en player. Men jag kan generellt känna att nu när alla från bokningsbolag till management pratar om att ta en större bit av kakan, så missar man kanske lite att det krävs ganska mycket know-how för att lyckas. Skivbolagen har ett know-how om att marknadsföra som vi inte har – och när skivbolagen ska köra förlag eller bandbokningar så kommer de också att sakna kunskap. Men visst, vi skulle kunna vara masterägare.

Närmare samarbeten

Universal Music Publishing Group är världens största förlag och har därmed också resurser att investera mer i artisterna i framtiden.

– Förlagen kommer att röra sig mot skivbolagen. Men risken är att de små förlagen får problem när kraven på investeringar ökar, säger vd:n Martin Ingeström.

Ironiskt nog kan skivsidans nedgång också få en positiv betydelse för förlagen. För första gången har nämligen skivbolagsanställda börjat söka sig till de mer trygga förlagsjobben – och detta precis när deras kunskaper efterfrågas.



Ben Malén (Air Crysalis Scandinavia AB), 01:
Patrik Sventelius (Sony/ATV Music Publishing Scandinavia KB), 02:
Martin Ingeström (Universal Music Publishing AB), 03:
Anders Mören (Misty Music AB), 04:
Lars Henriksson (STIM), 05:



– Musikförlag, skivbolag och bokningsbolag kommer att kliva in på varandras områden. Se bara på Madonnas nya deal. Till slut smälter vi kanske ihop helt och blir något slags musikbolag som gör allt. Vi kommer alltså att behöva mer pr-inriktad kompetens – och den kompetensen finns ju på skivsidan, säger Martin Ingeström.

Men vem styr egentligen den här utvecklingen? Frågan är inte helt lätt att besvara. Mycket kanske hänger på hur skivbolagen hanterar situationen. Eller hur aggressivt bokningsbolagen söker nya marknader. Eller vad nya aktörer som Apple gör.

– Å andra sidan kanske man kan säga att det är killen som sitter med sin dator i huset på andra sidan gatan och bloggar och chattar med sina kompisar som styr utvecklingen, säger Anders Mören, vd för Misty Music.

Även om förlagen inte kan råda helt över utvecklingen, kan de åtminstone påverka den, menar Ben Malén:

– Vi kan ju neka till användning. Det är så ofta som vi ger iväg vår musik i promotionsyfte. Men varför ska vi skicka våra artister gratis när en kommersiell radiokanal har ett jippo? För att det är bra promotionvärde? Jag tror att vi har glömt bort värdet av exklusivitet. I dag finns det så många promotiontillfällen att man faktiskt kan fråga sig: När ska vår musik användas på annat sätt?

Den snabba marknadsutvecklingen

Saker som talar för att förlagen skulle kunna börja att ge ut skivor är bland annat att tryckkostnader inte existerar längre, att distributionen sköts av oberoende parter och att publiken numera serveras på silverfat. Den kompetens som tidigare bara fanns på skivbolagen, tar i dag sociala sajter hand om. Ett sök på Misty Musics artist Andreas Tilliander på Last. FM visar till exempel ingående statistik om vilka låtar som hans fans lyssnar på och vilken annan musik de gillar. Rätt publik kan nu nås med träffsäker marknadsföring.

– Jag upplever verkligen att den nya världen är bättre för små aktörer. Du har en bättre möjlighet att nå ut och inga geografiska begränsningar. Fast sedan måste man nog tillhöra den nya generationen för att klara av allt nytt, säger Anders Mören.

Lars Henriksson, jurist på Stim, tror dock att små förlag kommer att ha svårare att följa den snabba marknadsutvecklingen på ett bra sätt.

– Å andra sidan kommer säkert nya förlagskonstellationer att

uppstå. Man kanske tar folk från skivbolag och från teleoperatörsbranschen.

Samtidigt är kanske Stims utmaningar lika stora som förlagens. I dagsläget gäller det bland annat för organisationen att försöka finna lösningar för licenser som täcker hela Europa, samt att leta efter en gemensam syn på nya plattformar.

– En stor teleoperatör som vill sälja ringsignaler i hela Europa, måste i dag söka licens från varje land. Men alla vill naturligtvis se en framtid där man kan skaffa en paneuropeisk licens från ett ställe, säger Lars Henriksson.

– Sedan får vi ju inte sluta oss samman och sätta priser för olika typer av plattformar, men vi kan ju försöka att hitta en samsyn vad gäller innehållet på exempelvis YouTube.

– När vi hade färre plattformar, så var också sättet som distributionsvägarna dokumenterades på ganska enhetligt. Men i dag kan du ju döpa dina filer hur som helst när du lägger upp dem, det finns inget enhetligt inbäddat system. Frågan är då hur man ska kunna göra en uppskattning av vad ett rimligt pris bör vara. Den typen av frågor dyker upp nu.

Gemensamt hopp om framtiden

De flesta inom förlagsvärlden tycks vara rörande överens om att de kommande tre till fem åren kommer att förändra branschen radikalt.

– Men vad man än säger i dagsläget, kommer man antagligen att ha fel när man tittar i backspegeln, skrattar Ben Malén.

– Instinktivt har jag dock känslan att vi får ännu fler format att konsumera musik på. Steve Jobs bestämde sig för att sälja musik för att kunna sälja sina iPods. Vi kommer nog att få se ännu fler sådana trender – att musik säljs på nya sätt för att folk ska kunna sälja sina egentliga produkter. En sak är dock säker: framtiden är digital och det är positivt för förlagens del.

– Enbart positivt, säger Ben Malén.

– Och jag tror vi kommer att se en rad plattformar som inte ens existerar idag, säger Martin Ingeström.

Osäkerhet, en viss rädsla – men också tillförsikt. Så kan man kanske bäst sammanfatta läget inför 2008.

– Marknaden kan faktiskt bli mycket större och bredare än den är idag. Det finns en otrolig potential i utvecklingen. De som inte kommer att klara sig är de som inte är förändringsbenägna, säger Patrik Sventelius.

Skribent:

Anders Mildner

JURIDIK MED JOHAN

Här följer en artikel om trilsande Internetleverantörer, musikförlag som måste hjälpas åt och om musikanvändning i radio och tv. Hänger ni kvar till slutet så delas där ut en "känga".



FOTO: Peter Hallbom

Cecilia Renfors utredning

Hovrättslagmannen Cecilia Renfors har på uppdrag av Justitiedepartementet gjort en utredning rörande musik och film på Internet.

Inom ramen för utredningen har Cecilia Renfors lagt fram följande förslag till tillägg till upphovsrättslagen:

- Internetleverantörer ges både rätt och skyldighet att säga upp avtal med abonnenter som vid upprepade tillfällen använt Internetleverantörens tjänster för att begå intrång i upphovsrätten, om det är sannolikt att dessa intrång kommer att fortsätta.
- Om en Internetleverantör inte självmant säger upp ett avtal kan en domstol rikta ett föreläggande mot denne. Föreläggandet kan kombineras med vite.

Utredningen är gedigen och lagförslaget är nödvändigt och bra med tanke på att Internetleverantörerna i dagsläget inte gör något åt den olovliga uppladdningen och nerladdningen av upphovsrättsskyddat material. Internetleverantörerna har tekniken för att stoppa den olovliga spridningen och de har även rätt att göra det enligt sina avtal.

Så här står det exempelvis i Bredbandsbolagets avtalsvillkor rörande rätt till uppsägning:

Punkt 10.3

"Abonnenten är skyldig att iaktta gällande lagar, regler, Bredbandsbolagets anvisningar och allmänt accepterade etiska och moraliska värderingar vid användning av Tjänst"

Punkt 13.2

"Bredbandsbolaget har rätt att med omedelbar verkan säga upp Avtal om Tjänst eller samtliga Tjänster Abonnenten abonnerar på om Abonnenten väsentligen agerat i strid med de regler som anges i punkt 10 "användning av Tjänst m.m." ovan eller i övrigt väsentligen missbrukat tjänsten"

Det är även dags att ålägga Internetleverantörerna i Sverige, precis som i många andra länder, att tillse att deras kunder inte kan komma in på sajter som innehåller mängder av olagligt uppladdat material. D.v.s. vissa sajter måste blockeras.

Det bör även noteras att våra grannländer och många andra europeiska länder redan har infört sanktionsdirektivet och Internetleverantörerna i dessa länder blockerar redan olovliga sajter.

Få fart på den lovliga användningen av musik

Till exempel kan SMFF bli bättre på att förklara varför upphovsrätten är bra och varför man inte skall snylta på andra! Upphovsrätten får dock inte sättas på en piedestal för då sparar folk bakut. Upphovsrätt är i gemene mans ögon inte finare än någon annan form av ägande.

Vidare känns det som att enbart sälja album och singlar inte är vad konsumenterna vill ha, varken nu eller i framtiden. Musikanvändarna vill ha tillgång till ett mycket större utbud än ett fåtal album i skivbacken. Behovet kan självklart inte tillgodoses av någon annan än aktörerna i musikbranschen. Det gäller därför för förlagen att finnas på webben och sälja musik, noter, texter och annat där. Marknaden kommer ju allt mer finnas på nätet med undantag för, intressanta, eleganta och prisvärda utgåvor. Förlag som har den grafiska rätten måste hjälpa de som vill sälja noter på nätet genom att upplåta sin rätt och dessutom måste upplåtelse ske till ett flertal aktörer så att det blir en bredare exponering och bättre tillgång. Om detta inte blir av blir det än svårare för de notutgivande förlagen och mindre intäkter inflyter till rättighetsinnehavarna.

Streaming m. m.

Att ta betalt för tillgängliggörande av musik på nätet är viktigt när försäljningen av singlar och album viker. Hur mycket musik finns det inte som streamas från olika sajter? Jag utgår från att Stim har bra metoder för att kontakta och samarbeta med dessa sajter så att sajtinnehavarna gör rätt för sig. Att Stim snabbt ger tillstånd till dem som vill exploatera musik på nya sätt är dessutom en förutsättning för att musikanvändarna ska finna fler lagliga alternativ och att mer medel kommer in till Stim.

Efemära rätten

Många talar om den efemära rätten, men vad är det egentligen och vad är den efemära rättens omfattning? Så här säger lagen:

- Radio- och TV-företag har rätt att göra upptagning med egen utrustning. (Notera att det måste vara med egen utrustning)
- Radio- och TV-företaget får använda upptagningen vid egna utsändningar max fyra gånger, under max ett år.
- Radio- och TV-företaget skall därefter förstöra upptagningen.
- Radio- och TV-företaget har rätt att arkivera upptagning som har ett dokumentärt värde.

Den efemära rätten är alltså inte något som radio- och TV-företaget kan stödja sig på i den omfattning som både radio- och TV-företag och musikförlag ibland tror.

Noteras bör radio- och TV-företag i avtal kan ges en något mer generös musikanvändningsmöjlighet än de lagstadgade efemära reglerna. Ofta är denna avtalsgrundade rätt emellertid inte heller så omfattande som man kan tro!

Håll ögonen öppna så att inte TV-bolag och andra säger till er att deras nyttjande av verk täcks av den efemära rätten eller av avtal när så inte är fallet! Ring mig om ni är osäkra. Notera även att produktionsmusik inte ingår i ncb's repertoar och omfattas därmed inte av de avtal som ncb slutit med t.ex. SVT.

Vi ses och hörs!

P.S. Glöm inte att de förmögna kyrkornas olovliga och omfattande kopiering av noter inte är någon höjdare. Däremot är Politician Man med Betty Davis m.fl. en höjdare. D.S.

JOHAN BERGBY
johan.bergby@smff.se
08-783 88 00

Minnesgoda läsare kanske kommer ihåg hur vår hjälte i slutet av föregående avsnitt befann sig på kurs i STIM-huset. Allt enligt den gamla välbeprövade förläggartradition där man bjuder sina upphovsmän på billiga nöjen som julglöggar, kurser, öl och gratis CD-skivor. Ibland kan det till och med bli en T-shirt med förlagstryck i julklapp för att hålla låtskrivarna på gott humör. Men ingenting är som bekant gratis här i livet, och det vet Johnny. Måhända är han en trasig och finansiellt pressad konstnärsmål från Söder, men han är en självständigt tänkande upphovsman och därmed en musikförläggares största mardröm.

Del 3, Prolog

Det var faktiskt skönt att dörren till kursrummet I STIM-huset öppnades, inte för att luften var dålig, även om Johnny lyckats skapa en ganska tryckt stämning, utan framförallt därför att händelsen äntligen fick tyst på de tjatrande schlagerlåtskrivarna med kristna frisyrier. "Nu ska vi få ett externt perspektiv på musikindustrin i en föränderlig teknisk omvärld" mässade kursledaren. Den förste som klev in var en kortväxt typ med progressiv skäggväxt. Johnny kände igen honom, var han inte i modebranschen? Eller var det kanske ishockey? Nej, svensk design var nog snubbens grej, eller var han möjligen en Stureplansbloggare? "Tungt, det är ju han, ex-ministern", väste en kille vid bordet som skrivit några albumspår åt Barbados. En dubbelt så lång kille med landsortsleende, fleecetröja och opraktisk ryggsäck stegade samtidigt in i rummet. "Fan, där kommer han, legenden från Forntidsfabriken", viskade bordsgrannen. Tydligt har man tid att läsa skvallerpressen om man skriver Barbadoslåtar, tänkte Johnny.

En tredje ivrigt gestikulerande person, med intensiv uppsyn, kalt huvud, designerglasögon och laptop i högsta hugg trängde sig också in, och försökte uppenbart ställa sig så nära ministern som möjligt hela tiden. "Det är ju den där IT-intresserade skivbolagsdirektören som kallar sig skivbranschens visionär", påpekade en av schlagerpingstvännerna imponerat. Johnny var skeptisk. En visionär på ett skivbolag?, lika troligt som att Sverige skulle vinna fotbolls-VM. "Finns det nån fotograf här?", undrade ministern. Skivbolagsdirren upprepade frågan som ett eko, såg sig om med uppfordrande min, och lyckades nu nästan stå på ministerns fötter. "All musik kommer att vara gratis", upplyste fleecemannen med ett segervisst flin. Ungefär som aktiekursen för ditt bolag då, tänkte Johnny, som ibland kunde överraska sin omgivning med oväntad allmänbildning.

En STIM-anställd med kameramobil tog pliktskyldigast några bilder. Ministern såg föga imponerad ut, men bad att få några kopior skickade till sin sekreterare. "Jag har också en sekreterare", meddelade den högteknologiske skivbolagsdirren medan han fingrade på laptopen. Den startade inte. IT-legenden med ryggsäck konstaterade att "upphovsrättens tid är över,

lika bra att ni inser det". Det är ju för fan högre diskussionsnivå i Big Brother-huset, tänkte Johnny. Han började få nog, men de övriga i rummet tycktes lyssna intresserat. Möjligen kunde man skönja en viss irritation hos den storväxte, snusande förläggarfinnen. Det visade sig dock mest bero på att snusdosan var tom. Johnny reste sig hastigt upp, vilket fick en ledamot i Musikförläggarföreningens styrelse att med ett ryck vakna upp från en välbehövlig eftermiddagslur i hörnet bakom honom. "Hasta La Vista Babies" väste Johnny sammanbitet när han passerade stjärnbesökartrion på vägen ut genom dörren. Bra låttitel förresten, tänkte han något okritiskt när han passerade receptionen.

Det hade inte löst sig med den uppeldade förskottschecken från hans förlag. Rödvinsdirektören svarade av misstag på ett av hans samtal, men det ledde ingenstans. "Fokusering grabben, det är det som gäller, leverera några crossover hits så ordnar det sig. Back to basics som jag brukar säga. Du är som ett ungt och omoget vin, ofärdigt men lovande. Men bli inte fruktig och rosé om du förstår vad jag menar, he he..." Den ständigt skämtande förläggaren började verkligen gå Johnny på nerverna, men han fick i alla fall en biljett till morgondagens gala på Berns, nån sorts Grammis för låtskrivare om han förstod saken rätt. Det passade honom utmärkt, något måste göras.

På förmiddagen innan festen hade han möte med en jurist som kallade sig "Stephen Gräl Entertainment Lawyer" enligt visitkortet. Denne ögnade hastigt igenom Johnnys förlagsavtal. "Brände du upp checken?, ha ha..." Han tystnade när han såg sin klients blick. "Hmm, nåja, vi fixar det här. Alla vet att ett förlagsavtal aldrig skulle hålla i rätten, klart du blir blåst grabben. Jag ordnar det här, ringer om ett par dar. Kostar 1500 spänn". Billigt, tänkte Johnny. "...i timmen", tillade juristen.

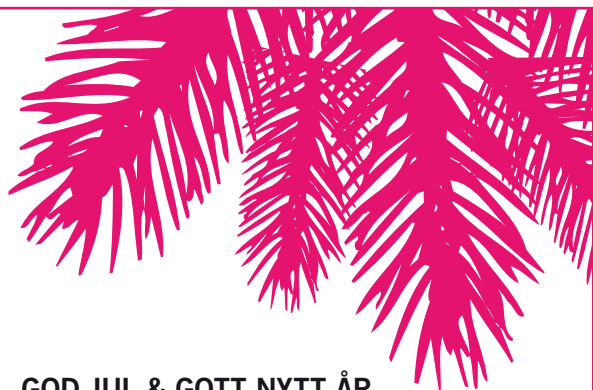
Johnny anlände till Berns i högform, nu var det socializing som gällde. Nya kontakter, nytt förlagsavtal, bort från champagneförlaget, det var planen. Efter en timmes pratande och drickande började han resignera, vad var det egentligen för människor här? Först träffade han på en snubbe som tydligen varit popstjärna både på 60-talet och 80-talet, och dessutom

varit förläggare, producent, låtskrivare och skivbolagsmogul. Lovande, här kunde man få bra råd hade Johnny tänkt. "Du vet, en bra låt är alltid en bra låt, som jag brukar säga", log ex-popstjärnan. No shit Sherlock, tänkte Johnny. "Egentligen har inget ändrats, folk fattar inte att det är likadant nu som på 60-talet, en hit är hit, tänk på det". Johnny hade låg snömostolerans och hade snabbt flyttat sig till nästa kille. En välklädd snuvig typ som oavbrutet poängterade att han bodde i London och gick på jävligt många tunga fester. I Stockholm hade han dock förlagsverksamheten ute vid nån tunnelbanestation i förorten. "You take the tube, som i London", påpekade han något onödigt. "Stockholm är så provinsiellt", tillade han. "Finns inga decent restauranger här, men kom över till mig i London, så kan vi snacka. Jag bjuder på middag, det blir huvudrätt och efterrätt samtidigt, min favoritfisk. Du kanske undrar vad det är för något?", skrockade glidaren. Nej, men en "brat-wurst" på Stureplan skulle väl passa dig bra, replikerade Johnny syrligt.

"Bra sagt" inflikade en lång man intill med bankmannautseende. Han visade sig vara ny VD för ett förlag som Johnny tidigare försökt besöka. Förutom att han råkat ut för dammnysningar redan i trappuppgången mindes han att han undrat hur man kunde ha en bolagsförkortning som betydde toalett. Nu verkade saker och ting dock mer lovande och efter en stund kändes tydligt vittringen av ett bättre och lukrativare förlagskontrakt. Visserligen gjorde inte förlagschefen något bestående intryck på Johnny, men han var åtminstone den förste under kvällen som inte påstått att han hade låtar "on hold" till Kylie Minogues nya album. Det hade annars minst sju personer hävdat tidigare under kvällen, och vid det sjätte tillfället hade Johnny oskyldigt undrat hur det kom sig att hon spelade in ett trippelalbum. Det var mycket snack i förlagsbranschen, den saken var klar. Och mer skulle det bli, hans egen champagne-direktör kom emot honom med snabba steg. Johnny hade noterat att han ofta varit uppe på scenen och tagit emot priser, men kunde den snubben verkligen skriva låtar? Verkade helt osannolikt. Men nu var han här, och väste med nöjd min i Johnnys öra, "jag har fixat en cut on hold till dig grabben. Gissa på vilket album? Who's your daddy now, va...?". Plötsligt smällde det till och Johnny han aldrig svara innan direktören låg på golvet.

fortsättning följer...





GOD JUL & GOTT NYTT ÅR önskar kansliet

Kansliet stänger för juledighet den 21 december till den 2 januari. Vi önskar alla en God Jul & Gott nytt år, så hörs vi igen 2008.

TEN SONGS KONTRAKTERAR NYA LÅTSKRIVARE

Ten Songs har kontrakterat ett antal nya upphovsmän under den senaste tiden. Bland annat har de förnyat avtalet med just nu Europaturnerande Crashdiet samt kontrakterat medlemmarna i bandet LaPuma. Nysignad är också Martin "E-Type" Eriksson när det gäller sånt som han skriver för andra än E-Type, men även för E-Type-låtar utanför Skandinavien. Ellinor Jernsand från Varberg är ny i Ten-stallet, välkänd i höst för hitlåten "Kokobom". Teamet Grizzly/Mack/Tysper har i egenskap av upphovsmän skrivit Amy Diamonds nya album, bland annat i samarbete med Max Martin. Slutligen är också Fredrik Berger nykontrakterad till Ten Songs, han har tidigare skrivit låtar åt bland andra Darin, Daniel Lundström och Emilia.

KLUBBEN ALMOST FAMOUS

Nu tar klubben jullov. Nästa klubb tillfälle är den 5 februari 2008 på Alcazar på Nalen. mer info finns på www.myspace.com/almostfamousclub

NYHETER FRÅN UNIVERSAL MUSIC PUBLISHING

Låtskrivaren och producenten Jörgen Elofsson har i skrivande stund låtar med på följande Top 3-akter på UKs albumlista: Leona Lewis, Westlife och Katherine Jenkins. Universal Music Publishings låtskrivare Harry Sommerdahl, Hanne Sorvaaag, och Ten Songs Magnus Fridh, Pelle Nylén och Per Aldeheim - har tillsammans 6 låtar på nya albumet med danska artisten Bryan Rice. Även "All I want for Christmas is you" (Carey/Afanasieff) som hörs i MQs julkampanj, går på tv och webb nu.

JULKLAPPSTIPS FRÅN SMFF

"Jul, jul, strålande jul" – så börjar en av våra vackraste svenska julsånger. Denna, och alla de andra sångerna som hör julen till, finns samlade i Notfabrikens notutgåva "Våra älskade julsånger & lekar" – en bok som har en given plats i alla svenska hem. Här finns adventssånger, luciasånger, staffansvisor, julens psalmer och alla de andra glada sångerna, samt till och med ett par visor till nyårsfirandet.



ISBN 9789197575430

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

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