

GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för kulturvetenskaper

”Musik strömmar som vatten ur kranen”

En inblick i hur musiktjänsten Spotify skapar
nya sätt att lyssna och få tag i musik legalt.

Joakim Lundberg
Kandidatuppsats i Musikvetenskap
15 hp, HT 2012
Handledare: Lars Lilliestam

Innehållsförteckning

Abstrakt	3
Kapitel 1: Bakgrund	4
Inledning	4
Syfte och frågeställning	4
Självreflexivitet	4
Metod och material	5
Informanter	6
Avgränsningar	8
Intervjuer	8
Tidigare forskning och teoretiska aspekter	10
Kapitel 2: Spotify	12
Presentation av företaget	12
Kapitel 3: Resultat	16
Intervjuer	16
Få tag i musik idag	16
Åtkomst av musik för 5 respektive 10 år sedan	17
Möjligheterna Spotify erbjuder	17
Förändrade lyssnarvanor med Spotify? Varför?	20
<i>Generellt perspektiv idag</i>	20
<i>Egna lyssnarvanor idag</i>	21
<i>Egna lyssnarvanor för 5 respektive 10 år sedan</i>	22
Tankar kring musikmarknaden och dess framtid	23
Kapitel 4: Diskussion	26
Marknadsutveckling	26
”Allt fler betalar för musikstreaming”	27
”Billigt i enorma kvantiteter”	30
Teknikens utveckling och förändrade lyssnarvanor	31
Framtidsutsikterna för musikbranschen	34
Ersättning för artister och rättighetshavare	35
Ny renässans för vinylskivan!?	36
Kapitel 5: Sammanfattning och slutreflektioner	38
Slutord	39
Referenser	40
Bilaga 1: Intervjufrågor	43
Bilaga 2: Mailintervju Hugo Norqvist	44

Abstrakt

”Musik strömmar som vatten ur kranen”

- En inblick i hur musiktjänsten Spotify skapar nya sätt att lyssna och få tag i musik legalt.

Joakim Lundberg

HT 2012

Göteborgs Universitet

Detta är en studie som genom nio kvalitativa intervjuer undersökt *om och hur Spotifys tjänster erbjuder människor nya sätt att lyssna, använda och få tag i musik legalt*. Målgruppen har varit fokuserad till 22-26 år där informanterna fått berätta om deras lyssnarvanor och åtkomst av musik sett över en tioårsperiod. De har även svarat på vad de tycker om möjligheterna Spotify erbjuder och vad de tror om den framtida musikmarknaden. I studien presenteras även musikbranschen och vad som hänt med den under de senaste tio åren, samt hur illegal fildelning och nedladdning påverkat en bransch som varit stadig under många år.

Resultatet av mitt material visar på att Spotify har gjort att folk laddar ner mindre musik. Den digitala musikförsäljningen har ökat och gått om den fysiska, där streamingalternativ som Spotify är det som drar in mest pengar till bolagen idag. Den framtida musikbranschen verkar bli mer och mer digitaliserad samtidigt som cd-försäljningen avtar, vilket både informanterna och siffrorna talar för. Spotify är de som är störst på marknaden just nu, men det är en marknad i ständig utveckling.

Nyckelord: Spotify, Musikbranschen, Nedladdning, Fildelning, Lyssnarvanor

Kapitel 1: Bakgrund

Inom 10 år kommer musik att vara som vatten och elektricitet. Som något som strömmar ur kranen eller flödar fram bara vi trycker på en knapp.

(David Bowie, juni 2002)^{1 2}

Inledning

Jag minns för mellan fyra och fem år sedan när några nära vänner introducerade Spotify för mig. Just då fanns inte ett överflöd på musik tillgängligt, utan var endast en version i uppstartsfasen som inte hade alla kataloger som de har idag. Men jag vill erinra mig att vi var förbluffade över denna nya möjlighet att få tag i musik. Slippa ladda ner och ha mycket musik legalt på ett och samma ställe var som en dröm. Under åren som gått efter det har Spotify bara blivit större och större. Allt mer etablerade artister ansluter sig till denna streamade musiktjänst. Så även lyssnare. Jag har det senaste året inte kunnat undgå att fundera mycket kring vårt ”nya” sätt att lyssna på musik med all den lättåtkomliga dito vi når via Spotify. Kommer musik framöver vara något som strömmar ur kranen eller flödar fram bara vi trycker på en knapp?

Syfte och frågeställning

Syftet med min studie är att se *om och hur Spotifys tjänster erbjuder människor nya sätt att lyssna, använda och få tag i musik legalt*. Jag vill, genom intervjuer, se och höra hur människor påverkats i sin musikaliska livsstil sedan Spotify och dess tjänster antrade musikmarknaden. Jag ska även försöka ge ett perspektiv på hur musikbranschen påverkats, samt hur människor lyssnade och fick tag i musik från främst nollnoll-talet fram till hur det ser ut idag. Lyssnar vi på musik mer frekvent idag? Laddar folk fortfarande ner musik i samma utsträckning? Målsättningen är att undersöka om Spotify är en väg ifrån den illegala fildelningen av musik, och är den fyr som kommer lysa upp musikbranschens tidigare mörka hav.

Självreflexivitet

Jag har haft en föreställning innan mina intervjuer och mitt arbete inleddes. Med utgångspunkt från mig själv så har jag genomgått en förändring i såväl mitt musiklyssnande som i mitt sätt att få tag i musik de senaste åren. Från att varit inhyst i en nedladdningsvärld via The Pirate Bay (TPB) så har Spotifys tjänster öppnat min marknad för ett legalt och bra alternativ att lyssna och få tag på

¹ *Internet*: The New York Times - 020609

² *Internet*: Sveriges Radio P1 - 120330

musik. Streamade tjänster finns i dagsläget inte bara inom musik utan finns även inom bland annat filmbranschen. Mitt mål är att försöka se om fler i min målgrupp känner av samma utveckling som jag upplever, vilket är den föreställning jag hade innan jag tog mig an denna undersökning.

Metod och material

Min studie baseras först och främst på intervjuer. Jag vill genom att ha ett antal kvalitativa intervjuer höra dessa människors värderingar kring Spotify- och nedladdningsproblematiken. Min ingång kommer främst vara fokuserad utefter dessa personers utsagor, men jag har även tagit hjälp av en del litteratur samt en hel del olika internetsajter. Upplägget med mycket internetsidor baseras på att det hela tiden kommer nya siffror, artiklar och dylikt via internet. Ett viktigt hjälpmedel för mig i den här typen av studie som kretsar kring en pågående utveckling, samt att det inte finns så mycket litteratur om Spotify.

Musikliv (2009) av Lars Lilliestam är en bok handlar om vad människor gör med musik, och musik med människor. Jag har tagit hjälp främst av kapitel 3 – Vad gör människor med musik? där bland annat olika sätt att lyssna på tas upp. Även det nya bruket av musik i och med den nya teknikens framkomst är något som berörs.

Tony Ernsts bok *6 Miljoner Sätt Att Jaga En Älg På (2008)* kretsar till stora delar kring intervjuer och är en bok som behandlar synen på den illegala nedladdningen och upphovsrätten. Det är en resumé av musikindustrins resa, utveckling och förändring i musikvärlden. Boken är skriven i övergångsperioden innan och efter Spotify lanserats offentligt.

Musiken och jag (2011) är en intervjustudie av Lars Lilliestam och Thomas Bossius. Detta projekt handlar om *musiken i människors liv*, hur människor använder och förhåller sig till musiklyssning i sitt vardagliga liv, och vilken betydelse detta har för dem. Jag har främst använt *kapitel 4 – Lyssnande* som handlar om hur människor lyssnar på musik idag, och hur det påverkar dem i olika situationer.

För att få inblick i hur intervjuer ska genomföras på bästa möjliga sätt har jag tagit hjälp av Heléne Thomssons *Reflexiva intervjuer (2010)* som tar upp olika aspekter som är viktiga i en intervjusituation. Även Vetenskapsrådets skrift med namnet: *Forskningsestetiska principer – inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning* har varit till hjälp. Denna handlar om hur man på ett etiskt korrekt sätt förhåller sig till sina intervjupersoner.

Jag har använt mig av en mängd olika internetkällor i studien. Det har varit artiklar från dagstidningar, sajter med statistik om försäljnings- och användarsiffror, företagshemsidor och mer därtill. Internetkällorna har kompletterat och bidragit med mycket nya och aktuella uppslag vilket gjort att jag kunnat kontrastera såväl äldre som nyproducerat material. Förutom de välkända internettidsskrifterna Aftonbladet, Dagens Industri, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, NY

Times och Forbes har jag även använt Sveriges Radio, NE och Spotifys hemsida i undersökningen. Lite mer okända sajter som jag tagit hjälp av är: *Musik-sverige.org* som är en intresseorganisation som kommunicerar och driver den samlade musikbranschens frågor. *IDG.se* som är Sveriges och världens största mediehus inom IT/Teknik, miljö, affärer, och driver ett 30-tal varumärken däribland ComputerSweden. *Nielsen Soundscan* som mäter försäljningssiffror för såväl digital musik som för vinyl- och cd-skivor. *Internetstatistik.se* där publiceras statistik från källor som granskas och bedöms hålla hög kvalitet när det gäller metodik och rapportering. *IFPI.se* där information kring musikbranschen och siffror för musikköpa presenteras, genom bland annat Grammofonleverantörernas Förening (GLF). Slutligen har jag även använt mig av bloggarna *Kulturbloggen*, *Music Industry Blog* samt sajterna *Ajour* och *ISL* i viss mån.

Informanter

Informanterna var först tänkt att vara en målgrupp mellan 20-30 år, men jag bestämde mig sedan att smalna ännu mer och valde till slut en målgrupp i åldersspannet 22-26 år. Jag fick tag i alla informanter genom Facebook och kontakter. Jag skickade ut ett PM till Kulturtidningen Avant och fick svar av "Katrin" och "Sanna" som kunde tänka sig att ställa upp som informanter. De övriga var bekanta, och vänner till dem som ville delta i undersökningen. Sju av åtta är studenter på olika institut i staden med en del olika inriktningar, medan en jobbar som låtskrivare i Stockholm. Utöver dessa har jag även intervjuat Spotifys marknadskordinator Hugo Norqvist. Musikintresset hos informanterna i undersökningen varierar från måttligt intresserade till mycket intresserade. Alla informanter har ett Spotify-konto, men alla är inte betalande användare, utan några föredrar gratisversionen eller har delat premium-konto med en familjemedlem eller respektive. Jag har i studien valt att ge informanterna fiktiva namn för att säkra deras anonymitet. Detta gäller dock inte Hugo Norqvist.

Varför jag har intervjuat vissa personer i grupp och vissa personligen beror delvis på informanternas olika tidsscheman och därmed möjlighet att ställa upp i undersökningen. Vissa kunde bara vissa tider och vissa var mer flexibla, vilket gjort att fördelningen blev som den blev. Jag är medveten om att resultatet kunde sett annorlunda ut om det varit jämnare könsfördelning samt om det varit fokusgrupper och personliga intervjuer för såväl tjejerna som killarna i undersökningen. Men eftersom intresset att ställa upp i undersökningen var större hos killarna samtidigt som de tjejerna som ställde upp var mer flexibla tidsmässigt blev urvalet och upplägget enligt följande:

<u>Fokusgrupp 1</u>	<u>Fokusgrupp 2</u>	<u>Personliga</u>	<u>Mail</u>
Jonas, 24 år	Nils, 25 år	Katrin, 23 år	Emil, 25 år
Max, 22 år	Andreas, 24 år	Sanna, 23 år	Hugo Norqvist, 25 år
Adam, 26 år			

Lite närmare om informanterna i undersökningen:

Jonas, 24 år, från Vallda strax utanför Kungsbacka (3 mil från Göteborg). Har inte hållit på med något eget musikutövande, men har DJ:at i ett par år och har idag en hiphop-klubb i Göteborg. Frekvent musiklyssnare sedan flera år tillbaka. Studerar idag Ekonomi på Handels.

Max, 22 år, från Fiskebäck strax utanför Göteborg. Gick på ett dagis där det var relativt mycket musik. Utövade senare även musik själv under cirka 2 år. Efter det beskriver han att han ”glömde av allt, och började lyssna på hiphop istället”. Är väldigt musikintresserad och lyssnar på musik i stort sett varje dag. Studerar idag Ekonomi på Handels.

Adam, 26 år, från Mölnlycke strax utanför Göteborg. Har ingen som helst bakgrund av utövande av musik, men lyssnar däremot en hel del på musik. Studerar idag Ekonomi på Handels.

Nils, 25 år, från Mölnlycke strax utanför Göteborg, beskriver sig själv som ”en person som lyssnar väldigt lite på musik”. Har dock i grundskolan spelat saxofon och i en orkester under 3 år. Studerar idag Ekonomi på Handels.

Andreas, 24 år, från Vallda strax utanför Kungsbacka. Spelade gitarr under högstadiet en kort period, men inget som höll i sig. Hans musikintresse har gått ner med åren. Han var väldigt musikintresserad innan och under gymnasiet. Efter det har intresset sakteliga dött ut. Studerar idag Ekonomi på Handels.

Katrin, 23 år, från Strömstad, men har bott på heltid i Göteborg sedan 2009. Hennes utövande beskriver hon ”räcker inte så långt”. Har sjungit kör i årskurs 4-9, och testat på ensemblemusicerande och körsjungande. Lyssnar en del på musik, men är ingen musiknörd. Studerar idag Kulturprogrammet på Göteborgs Universitet.

Sanna, 23 år, från Göteborg. Beskriver sig själv som en musikintresserad person. Nämner inget om någon bakgrund inom eget musicerande, men säger att hon lyssnar på mycket musik, gillar att gå konserter och festivaler. Studerar idag Kulturprogrammet på Göteborgs Universitet.

Emil, 25 år, från Åsa strax utanför Kungsbacka. Har spelat musik under väldigt många år. Har på senare år läst musikutbildningen Musikmakarna i Örnsköldsvik. En utbildning som riktar in sig på att skriva och producera musik. Har ett stort musikintresse, då det idag är såväl ett jobb som en hobby. Jobbar på Scandinavian Songs i Stockholm som låtskrivare.

Hugo Norqvist, 25 år, från Vallda strax utanför Kungsbacka. Har studerat Ekonomi med inriktning marknadsföring på högskolenivå. Har tidigare jobbat på Sony BMG, men jobbar numera som marknadskordinator på Spotify. Hugo ingår inte i undersökningen som övriga informanter utan fungerar som en svarsperson på de frågor jag har haft kring Spotify och musikbranschen.

Avgränsningar

Jag valde en avgränsad och smal målgrupp för undersökningen för jag ville fokusera på den generation jag själv växt upp i och se hur de förhåller sig till de nya utvecklingarna som skett över åren. Min lyssnar- och användarutveckling har gått i en viss riktigt, och därför vill jag se hur andras utveckling sett ut. Jag skulle även vilja haft ett bredare spektra med fler intervjupersoner och större åldersspann, men har i denna studie valt att begränsa mig till åldrarna 22 till 26 år.

Jag har valt att ha totalt nio informanter i studien. Att jag inte valt fler är för att jag ska kunna bearbeta allt material och få varje intervju att ha en betydelse i studien.

Intervjuer

Jag har gjort mina nio intervjuer under december 2012. De har varit mellan 15 till 60 minuter långa. Intervjuerna har varit utformade på lite olika vis. Två stycken fokusgrupper med tre respektive två personer i vardera. Även två stycken personliga intervjuer gjordes, samt två mailintervjuer. Jag ville ha lite olika intervjusätt för att se hur perspektivet blir i de olika sammanhangen. En aspekt jag vägt in är även att alla intervjupersoner inte är, eller har varit, utpräglad musikintresserade vilket ger en mer nyanserad bild av resultatet.

För att göra mina intervjuer på ett korrekt sätt tittade jag närmare på vad Vetenskapsrådet skrivit i sin artikel "Forskningsetiska principer", och enligt dem finns det främst fyra stycken huvudkrav på forskningen. Varje del minst lika viktig för att inte på något sätt "skada" individen som intervjuas, deltar i ett experiment etcetera. Innebörden av de fyra huvudkraven lyder:

Informationskravet innebär att forskaren har som uppgift att informera informanten om vad syftet är med forskningen, och på sätt göra personen fullt medveten om vad det är den ställer upp på.³

Samtyckeskravet åsyftar att "deltagare i en undersökning har rätt att själva bestämma över sin medverkan".⁴ De ska även ha rättigheten att kunna avsluta sitt medverkande i en undersökning, utan negativa påföljder eller försök (av forskaren) att övertala/ändra detta beslut.⁵

³ *Internet*: Vetenskapsrådet. s.7

⁴ *ibid.* s.9

⁵ *ibid.* s.10

Konfidentialitetskravet belyser att konfidentialiteten och personuppgifter ska förvaras på ett sätt så att obehöriga inte kan ta del utav dem.⁶

Nyttjandekravet är att de uppgifter som samlas in om enskilda personer, dessa får enbart används för forskningens ändamål. Det får inte användas i någon form av kommersiella eller icke-vetenskapliga sammanhang.⁷

Jag har tagit hänsyn till dessa fyra grundpelare i och under mina intervjuer för att informanterna inte ska bli negativt påverkade när detta senare publicerats offentligt. Vetskapen om hur man bör gå tillväga i intervjusituationer innan man ger sig ut i det sammanhanget är viktigt, och det har varit en nyttig vetskap att ha i bakhuvudet för mig.

Utöver detta har jag även haft hjälp av *Reflexiva intervjuer (2010)* skriven av Heléne Thomsson. Hon nämner bland annat aspekter som *ett första intryck, inspelning eller ej, att bjuda på sig själv* tillsammans med mycket annan nyttig information. Antalet intervjuer var inte självklart för mig på förhand, men enligt Thomsson så är det på C-uppsatsnivå lagom att intervjua mellan fem och tio personer dels på grund av att varje intervju bidrar till reflexion och nya tankar.⁸ Detta har gjort att jag begränsat antalet intervjuer till en nivå där varje intervju blir betydelsefull, och inte en i mängden som kan ske vid en kvantitativ undersökning.

I de ovan nämna kapitlen ur *Reflexiva intervjuer* är *ett första intryck* och *att bjuda på sig själv* kapitel som behandlar en öppenhet, och att inte fokusera på sig själv utan se den andra personen - ”en person som inte blir sedd upplever ofta situationen som olustig och har ingen alls lust att öppna sig och berätta om tankar och erfarenheter”.⁹ Samtidigt som intervjun består av intervjudeltagarens ord, så betyder det inte att man ska sitta knäpptyst med ett stenansikte.¹⁰ Som intervjuare kan det vara viktigt att man bara vågar skratta med och komma med personliga inlägg där det passar under intervjun. Samspelet blir på så vis ofta bättre, och även innehållet i intervjun.¹¹

I och med att jag valt att spela in mina intervjuer, har jag först frågat om det är okej med intervjupersonerna. Precis som Thomsson nämner som positivt i sina intervjuer så inledde jag mina intervjusituationer med lite allmänt prat innan jag plockade fram mobilen för inspelning.¹² Alla gav sitt medgivande, vilket jag varit väldigt tacksam över då mycket intressant material framkommit när jag lyssnat igenom intervjuerna i efterhand. Ett material jag aldrig hade kunnat dra nytta av i samma utsträckning utan inspelning.

⁶ *Internet*: Vetenskapsrådet s.12

⁷ *ibid.* s.14

⁸ Thomsson (2010) s. 54

⁹ *ibid.* s. 84

¹⁰ *ibid.* s. 92

¹¹ *ibid.* s. 93

¹² *ibid.* s. 87

När jag lyssnat igenom intervjuerna i kronologisk ordning märkte jag hur dessa olika aspekter som Thomsson påpekar blev tydligare. Ett skratt här, en kommentar där för att kunna spinna vidare på resonemangen som behandlas. Jag har även känt att ju fler intervjuer jag gjort, desto säkrare har jag blivit.

Tidigare forskning och teoretiska aspekter

Forskning kring Spotify växer fram från många håll. Dock är det fortfarande ett ganska nytt område i ständig utveckling. Hur denna musiktjänst skulle utvecklas och ha en chans att kunna konkurrera mot skivindustrin, iTunes och nedladdningen har inte varit självklar, men nu börjar vi se på allvar hur företaget tagit form och etablerat sig på musikmarknaden. Ser man tillbaka till början av nollnoll-talet och åren efter det så har det pågått en ständig diskussion kring illegal fildelning som lett till upphovsmännens minskade ersättning för deras arbete. Spridningen av material illegalt har under nollnoll-talet ökat via sajter som bland annat The Pirate Bay.¹³ Detta har gjort att människor börjat ladda ner i större utsträckning, vilket påverkat artister och branschen negativt under nollnoll-talets första år, men sedan Spotify anträdde musikmarknaden har detta tonats ner. Frågan är om, eller när, det kommer försvinna helt och hållet?

Sedan nedladdningen tog fart i slutet av 1990-talet så har skivförsäljningen och dessa intäkter för artister/musikförlag minskat. Det var Napsters intåg 1999 som skapade möjligheten att ladda ner musik gratis och slippa betala för den fysiska skivan, som varit ledande sätt att sälja och lyssna på musik från LP-albumen i slutet av 1960-talet, till cd-albumen under 1980-talet.¹⁴ En abrupt förändring i en skivtradition som varit stadig under en längre tid.

Lilliestam skriver att i en undersökning gjord i Göteborg 2004 laddade 43% av 2900 tillfrågade ungdomar ner musik flera gånger i veckan.¹⁵ Nedladdningen med Napster som startpunkt var något nytt, häpnadsväckande och spännande. Under nollnoll-talets första år startades flera olika nedladdningssajter med så kallade torrents (nedladdningsfiler), där The Pirate Bay är den sajt som varit mest på tapeten. Att ladda ner musik, även fast det var illegalt, var något många föredrog istället för att köpa den fysiska skivan. Varför? För det mesta blev helt plötsligt *gratis* och *lättillgängligt*. Med en skaplig internetuppkoppling hade man möjligheter att införskaffa stora kvantiteter av musik man antingen ville lyssna igenom, eller helt enkelt ha i sin musikkatalog. I denna utveckling framträder en trend som Lilliestam kallar en ”slit-och-släng”-metod.¹⁶ Att ladda ner en skiva, eller kanske bara en enskild låt, för att sedan slänga vissa av dem på grund av att

¹³ The Pirate Bay (TPB) är en sajt där användarna kan söka efter och ladda ner torrentfiler som i sin tur leder till det önskade materialet. Fildelningen, som sedan äger rum mellan din och andras datorer, sker med en teknik som kallas bittorrent. *Internet: DN - 090227*

¹⁴ Lilliestam, Lars (2009) sid. 105.

¹⁵ *ibid.*

¹⁶ *ibid.*

de inte var tillräckligt bra är innebörden av detta. Under skivans storhetstid fanns inte de alternativen. Den fysiska skivan var något *mer* än det vi har i digitalt format idag. Det var en hel enhet med skiva, fodral, omslag, booklet och kanske till och med låttexter snarare än komponenter i digitalformat som är helt opersonligt och på så vis lättare att göra sig av med.

Sättet att få tag i, och även använda och lyssna på musik har förändrats genom den teknologiska utvecklingen. Ser vi till hur det ser ut för många idag så placeras utvalda låtar in i spellistor för olika ändamål och situationer (gymmet, festen, hemmet eller dylikt). Det kallar Lilliestam "låtens renässans" vilket åsyftar just användandet, och lyssnandet, av enskilda låtar till förmån för albumet. Även om spellistor inte är något nytt påfund då människor bland annat har spelat in mixade kassettband (mixtapes) tidigare,¹⁷ så har nya och i flera fall illegala sätt att få tag i musik öppnat portar till en mångfald av musik. För att kunna ta in all musik vi möts av idag kan detta kan leda till att människor begränsar sig till enstaka låtar av artister i spellistor istället för att lyssna på hela album.

Även om illegal fildelning och nedladdning gör att artister tappar stora inkomstkällor för att skivförsäljningen minskar så har vissa artister försökt hitta konstruktiva sätt att lösa problemen på. Att ha *månatlig prenumerationstjänster* (Marit Bergman) eller *frivilliga betalningsbelopp* för skivorna (Radiohead) är två stycken av dessa sätt,¹⁸ medan andra artister valt att ta starkt avstånd från hela den *nya* utvecklingen. Kiss-basisten Gene Simmons har sagt: "There is no record industry around so we're going to wait until everybody settles down and become civilised. As soon as the record industry pops its head up we'll record new material".¹⁹ Olika artister har tagit olika ställningstaganden gentemot en ny framtid inom musikbranschen. Det har varit en tuff tid för artisterna, men en ännu värre tid för skivbolagen. Mellan år 2000 och 2008 gick intäkterna för musikförsäljningen ner över 50 procent, enligt skivindustrins intresseförening IFPI. Vi lever i en period där branschen blöder, folk blir avskedade och framtiden ser oviss ut.²⁰

Men under 2009 kommer en brytpunkt i den negativa trend som funnits på musikmarknaden.

¹⁷ Lilliestam, Lars (2009) sid. 106, 107

¹⁸ Ernst, Tony (2008), sid. 302

¹⁹ *ibid.*

²⁰ *Internet: Sveriges Radio P1 - 120325*

Kapitel 2: Spotify

Presentation av företaget

Musiktjänsten Spotify är ett företag som grundades 2006, men lanserades först i oktober 2008, av Daniel Ek och Martin Lorentzon. I dagsläget (12 december 2012) har de över 5 miljoner betalande användare och över 20 miljoner aktiva dito.²¹ Med över 20 miljoner låtar i sin klient som sträcker sig över 17 länder,²² så är detta världens just nu mest populära musiktjänst sett till betalande användare.²³ Siffror visas även nedan:

Here are our numbers.

Paying subscribers:

Over 5 million

Active users:

Over 20 million

Number of songs:

Over 20 million* available globally

Number of playlists:

Over 1 billion have been created so far

Revenue paid to rightsholders since launch:

Over \$500 million

Number of countries in which Spotify is available:

17 - USA, UK, Australia, New Zealand, Germany, Sweden, Finland, Norway, Denmark, France, Spain, Austria, Belgium, Switzerland, The Netherlands, Ireland and Luxembourg.

*Snabbfakta från Spotify.*²⁴

Under de senaste åren har Spotify skrivit avtal med företag som Facebook, Coca-Cola, Sonos med flera. Dessa samarbeten som ökar möjligheterna och potentialen att växa sig större och konkurrera med liknande musiktjänster. I september 2011 ingick Spotify samarbetsavtal med den sociala nätverksjätten Facebook som har integrerat Spotify i deras sajt sedan dess, vilket skapar en möjlighet att sprida listor och musik fortare och enklare än förut. På nästa sida ser vi en tabell över vilka avtal som tecknats samt vilka länder som tillkommit som användare av Spotify.

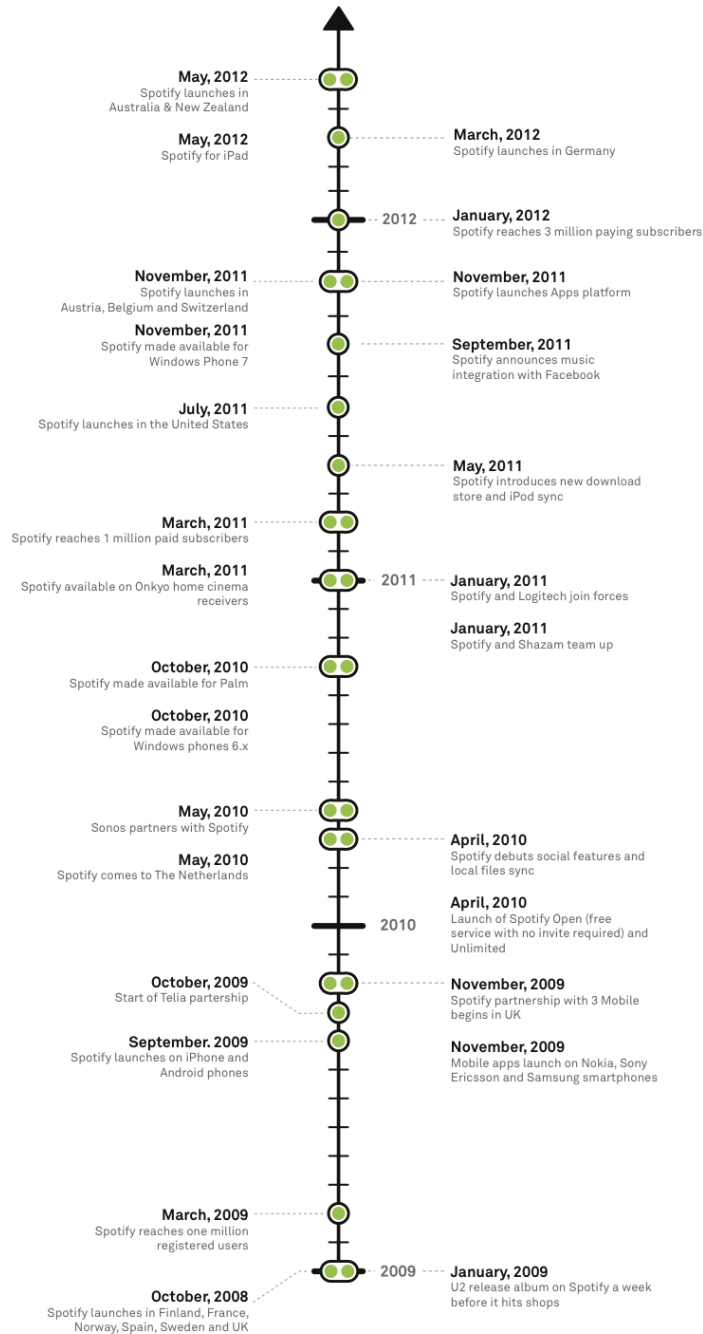
²¹ *Internet*: Spotify – 130109 (information)

²² Länderna som Spotify finns i just nu är: USA, England, Sverige, Finland, Norge, Danmark, Tyskland, Frankrike, Spanien, Österrike, Belgien, Schweiz, Holland, Australien, Nya Zeeland, Irland och Luxemburg. (ibid.)

²³ *Internet*: Music Industry Blog - 121010

²⁴ *Internet*: Spotify – 130116

Spotify Timeline



En tabell över vilka Spotify startat samarbete med, och vilka länder som tillkommit sedan lanseringen 2008 (Publ. 10 december 2012).²⁵

²⁵ Internet: Spotify – 130116

Men hur har Spotify lyckats få all den musik de har tillgång i dagsläget? Jo, det beror till stor del på att majorbolagen Sony BMG, Universal Music, Warner Music och EMI samt även Merlin (som representerar flera oberoende skivbolag) fick köpa andelar för en obetydlig summa vid uppstarten. Skivbolagen äger gemensamt 18% av aktierna i Spotify vilket de fick köpa för knappa 100 000 kronor under slutet av 2008.²⁶ Delägarskapet i Spotify har fått musikbolagen att vända sin negativa trend som pågått under nollnoll-talet, och istället se positivt på framtiden med denna utveckling. Idag har Spotify samarbete med över 300,000 labels vilket gör att det finns ett stort utbud av artister tillgängligt i klienten.²⁷ Bara värderingen av Spotify har sedan augusti 2009, då företaget var värderat till omkring två miljarder, ökat till omkring 20 miljarder idag (november 2012).²⁸ ²⁹ Såväl värdet som spridningen har ökat lavinartat de senaste åren. Under juli 2011 introducerades tjänsten i USA och det är många som uttryckt positiva ordalag om Spotifys framväxt, däribland artisten David Guetta som har sagt: "Spotify is now up to 50 % of the music business. It's fascinating, this could save the industry in the future!"³⁰

Trots mycket positivt, så är inte allt guld och gröna skogar för Spotify. Förutom en diskussion gällande den låga ersättningen till upphovsmännen och artisterna, så har Spotify visat på röda siffror sedan starten, och är ännu idag inte ett vinstdrivande företag. Spotify har de två senaste åren förlorat 655 miljoner,³¹ trots detta fortsätter man att hela tiden att växa. Samtidigt som förlusterna ökar, så ökar även omsättningen och Daniel Ek har kommenterat faktumet att det är så kraftiga förluster:

Vårt fokus ligger helt på tillväxt. Det är prio ett, två, tre, fyra och fem. Men självklart räknar vi med att i det långa loppet göra vinst. *Han fortsätter:* Vi vet att vi tjänar pengar på varje ny användare vi får, (...) gratisanvändare eller en betalande. Därför är all användartillväxt positiv för oss.³²

Som Spotify-tjänsten ser ut nu så kostar fritt användande i såväl mobil som dator 99 kronor per månad, men det finns även ett datorbaserat alternativ för 49 kronor per månad eller ett gratisalternativ för de som föredrar det. Dock begränsas timmarna du kan använda Spotify på till 10 timmar i månaden i gratisalternativet, plus att reklam tillkommer. Det finns helt enkelt olika alternativ beroende på hur ens musikvanor ser ut (*Se bild nästa sida*).

²⁶ *Internet:* IDG - 090807

²⁷ *Internet:* Spotify – 130109 (information)

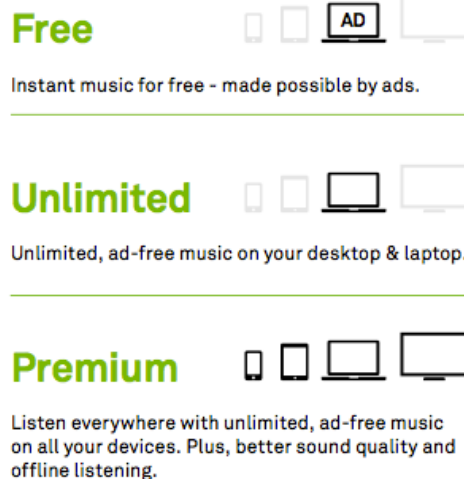
²⁸ *ibid.*

²⁹ *Internet:* SvD - 121110

³⁰ *Internet:* Spotify – 130109 (hyllningar och priser)

³¹ *Internet:* Dagens Industri - 120412

³² *ibid.*



De olika användaralternativen som finns att välja mellan hos Spotify i dagsläget (Publ. 10 dec 2012).³³

Även om Spotify är störst (till betalande kunder) just nu, så konkurrerar de med en del andra streamade musiktjänster som växt, och håller på att växa fram på olika håll. På den globala marknaden ser vi Rhapsody från USA, WiMP från Norge, Rara från England och Deezer från Frankrike. På den nordiska marknaden består konkurrensen till stor del av YouTube, WiMP och iTunes, men WiMP som en konkurrent inom streaming har knappt vuxit någonting alls i användarantal det senaste året.³⁴ Hugo Norqvist kommenterar: ”jämfört med oss (Spotify) syns de (WiMP) nästan inte på radarn”. Ser vi längre fram så jobbar även Apple, Microsoft, Amazon och Google för att komma ut med konkurrenskraftiga alternativ, vilket kommer sätta Spotify på prov framöver. Daniel Ek har kommenterat denna satsning: ”Trots konkurrensen från Apple och andra har Spotify en fördel. Folk vill kunna spela sin musik överallt och inte bara på sina Apple-enheter”.³⁵

Tjänsterna som Spotify erbjuder idag är ganska många, och de kommer komma fler under 2013. I dagsläget finns möjligheten att *stjärnmarkera låtar* som då lägger sig i en lista som kallas ”starred”, du kan *göra spellistor*, *lyssna på andras spellistor* (vänner, kändisar eller dylikt), hitta nya artister genom *related artists* (man får alternativ som liknar den artist man lyssnar på), *biografier* om artister (gäller inte alla dock, utan lite större artister). Det finns även ett *radio-alternativ* som innebär att du väljer en låt eller en artist som referens, sedan spelar Spotify Radio upp liknande låtar. Du har även möjlighet att ha *appar* som exempelvis Pitchfork (internetsida som recenserar musik) direkt i Spotify-klienten, och kan på så vis läsa deras information och recensioner utan att behöva gå in på en webbsida. Dessa är några av de största och mest använda tjänsterna som Spotify erbjuder just nu.

³³ Internet: Spotify - 130116

³⁴ Internet: IDG - 121109

³⁵ Internet: SvD - 121207

Kapitel 3: Resultat

Intervjuer

Målsättningen med mina intervjuer var att se om informanternas användande och sätt att få tag i musik har förändrats över de senaste 10 åren. Jag var intresserad av att se vad informanterna ansåg om Spotify och hur deras tjänster förändrat deras sätt att använda och lyssna på musik. Jag bad dem även spåna fritt hur deras syn på en framtida musikbransch skulle kunna se ut, hur och varför. Jag hade ett frågeschema som jag utgick ifrån, och det kan läsas under [Bilaga 1].

Få tag i musik idag

Jag har lättare att få tag på grejer snabbt. Man behöver inte kolla om den finns att ladda ner, eller att den har läckt (Jonas)

Man kan se att sedan Spotify planterade sitt frö hur det utvecklats och nu är en stor del i många liv. Jag ställde frågan: *Hur får du tag i den musik du lyssnar på idag?* Merparten av informanterna var här eniga om hur deras sätt att få tag på i musik ser ut idag. Det är mestadels Spotify, på grund av att det är snabbt och enkelt att få tag i nästan all musik. Tillgängligheten är något alla informanter påpekar som något positivt, men en informant som trots den delade uppfattningen även tycker att lättillgängligheten gör att ”musiken konsumeras så lätt, den blir för lättvindig” för honom (Andreas). Övriga informanter tyckte enbart att möjligheten till ett stort musikutbud var något fördelaktigt. En informant som påpekade att han inte är särskild musikintresserad sa:

Är man på en förfest hemma hos mig så har jag Spotify uppe, innan var det så här – Nej, vi kan inte vara hos honom för han har ingen musik hemma (*skratt*). Nu är det inget hinder. Nu är det bara att logga in på sitt konto så finns all musik som alla vill ha där (Nils)

Även andra källor används för att få tag i sin musik idag. Däribland nämns YouTube, radio, iTunes och nedladdning. Gemensamt för de som nämner att de även får tag i musik via dessa medier påpekar att det främst är Spotify, men om något inte finns där söker de sig till andra medier. Sanna säger: ”ibland YouTube om det inte finns på Spotify” och Max nämner att ”om det är specifika låtar eller skivor som inte finns på Spotify som mixtapes, då laddar jag ner och har det i iTunes” eller Emil som säger: ”Ibland köper jag även musik på iTunes, för att det är så enkelt, och för att jag vill stödja artisten och upphovsmannen”. Ingen använder Spotify uteslutande, men en informant nämner att tillgången av musik för henne idag består av ”Spotify till 90, eller 99% (*fniss*)” (Katrin). Som det ser ut

för mina informanter är Spotify deras primära ljudkälla i dagsläget. Men för 5 respektive 10 år var möjligheterna annorlunda...

Åtkomst av musik för 5 respektive 10 år sedan

Jämför man killar och tjejer och hur de fick tag i musik för 5 år sedan så skiljer de sig åt. Tjejerna laddade inte ner alls eller ytterst lite. De nämner ”Jag var för lat för att lära mig” (Katrin) eller ”Mina bröder gjorde det åt mig. När Napster fanns laddade jag ner vissa låtar, men oftast någon som har gjort det åt mig” (Sanna). Detta avviker mot killarna i studien som alla svarat att de laddade ner, och de flesta påpekade att de laddade ner väldigt mycket.

I den första fokusgruppintervjun diskuterar Jonas och Max hur de skaffade musik för 5 år sedan:

Jonas: För 5 år sedan laddade jag ner mycket mer, då laddade jag ner allt verkligen. Då skulle man tanka så mycket som möjligt så man hade det, och så la man in det på iPoden sen.

Max: Så mycket att man inte hade koll och inte hade lyssnat på allt, utan försökte bygga en så stor musikkatalog som möjligt kring de genrer man gillar. *Han fortsätter:* Man laddade även ner klassiker som man inte hade lyssnat på annars, men som man skulle ha i sin katalog av musik.

För 5 år sedan ser man tydligt att killarna och tjejerna i denna studie skiljer sig åt i hur de *själva* fick tag i musiken. Tjejerna bad ofta en bror, pojkvän eller kompis ladda ner till dem. Killarna däremot laddade ner allt själva. Men för 10 år sedan ansåg såväl tjejerna som killarna att deras främsta musikkälla var cd-skivan. Max säger att ”då hade man ett par cd-skivor, inte jättemånga. Men mycket när man åkte bil och sådär”. Tjejerna säger här: ”för 10 år sedan var det ju skiva till stor del” (Katrin) och ”då lyssnade jag mest på skivor” (Sanna). Tjejerna är alltså här överens med merparten av killarna om att cd-skivan var den främsta källan man hade till musik för omkring 10 år sedan. Frågan är varför inte tjejerna var lika intresserade av nedladdningen som killarna var 5 år sedan?

Möjligheterna Spotify erbjuder

Spotify erbjuder sina kunder en hel del olika tjänster och möjligheter [se Kap. 2 – Spotify]. Mönstret i alla intervjuer visade på att spellistor och related artists är två tjänster som informanterna överlag använder sig mest av. Dock påpekar en informant att ”Jag ser ingen skillnad från när jag använde iTunes innan – det är bara att skapa spellistor och lyssna på” (Andreas). Han anser inte att det blivit någon större skillnad just på grund av Spotify, utan fenomenet spellistor har funnits en längre tid i liknande upplaga som iTunes. Däremot ser man en tendens som tyder på att Spotifys stora utbud gör att fler spellistor skapas och att fler använder sig av det nu. En informant säger att: ”Jag har ökat min användning av spellistor sen

Spotify, men då har jag ökat den från noll å andra sidan (*skratt*)” (Nils). Ett tecken som tyder på att Spotify ökar användandet av spellistor. Ökningen av spellistor kan även hänga samman med viljan att ha listor för olika ändamål:

Sanna: Jag har några spellistor som jag fyller på, men inte jättemånga.

Vad är det för olika spellistor?

Sanna: Jag har en träningslista, en som är lugn musik, en där jag lägger in massa album, andra listor för det vill jag ha till det här och det där.

Det växer även fram spellistor av kändisar, företag eller festivalarrangörer som lockar människor att följa (subscribe) dessa. Katrin säger:

Om man ska på Way Out West-festivalen är det ganska schysst att få en samlad spellista om man inte så lyssnat så mycket på dem (artisterna) innan. (Katrin)

I den typen av spellista får vi en samlad lista av artisterna som kommer till Way Out West-festivalen där deras mest välkända låtar generellt sett väljs ut. Detta är ett smidigt sätt att kunna lyssna igenom vilka band som kommer, och även upptäcka band man tidigare inte haft någon vidare koll på. Spotify har en fördel här i och med att det stora utbudet som erbjuds på klienten är väldigt stort och de som gör dessa spellistor ytterst sällan blir begränsade. Jag har haft kontakt med Spotifys marknadskordinator Hugo Norqvist som skriver:

Idag har vi avtal med över 300,000 labels världen över (alltså inte bara majorbolag som många tror) och fortsätter konstant att skapa avtal med fler. (Hugo Norqvist)

Det är alltså inte bara storbolagen, utan de mindre bolagen får in sin musik vilket skapar denna mångfald. Detta stora utbud i kontrast till vad man betalar för Spotifys tjänster kommenteras av Max:

Det är en frihet. När du väl har betalat den här summan så har du fri tillgång till all musik i princip vilket är ganska gött. (Max)

Även Emil kommenterar det stora utbudet: ”Jag har aldrig varit med om att en låt som jag har velat lyssna på inte har funnits på Spotify”. För informanterna är det tydligt att det stora utbudet inte begränsar dem i deras musiklyssnande, men det ska tilläggas att inte *allt* finns på Spotify, men oerhört mycket. För en annan målgrupp hade kanske svaren varierat kring utbudet.

Vare sig man hittar ny musik, eller har en favoritgenre så framhålls *related artists*-funktionen som positiv för att upptäcka musik inom den likartade genren. Jonas, som någorlunda ny Spotify-användare, påpekar:

Jag har inte använt det så mycket, men att hela tiden när det kommer upp *related artists* så kan du sitta där tills det inte finns något mer inom din genre, tror jag. (Jonas)

Denna tjänst ger en möjlighet att upptäcka musik som man kanske annars inte hade upptäckt. Flera av informanterna är inne på att de använt det, men inte i någon stor utsträckning. Dock framhålls det som uteslutande positivt. Jag ställde även följdfrågan: *Vad är bra med dessa tjänster?* till informanterna.

Att man kan samla all den musik man tycker om på ett ställe, men även att man kan hitta nya. *Hon fortsätter:* Jag lyssnar på ganska mycket musik som jag inte skulle vilja köpa, för jag gillar det inte *så* mycket, men man kanske vill ha det ibland. (Sanna)

En aspekt som även diskuterades (mest i gruppintervjuerna) var möjligheten att dela, och mottaga musik idag.

Idag finns möjligheten att få en länk med låtar av någon via sms, mail eller Facebook som säger ”lyssna på det här”. Tillgängligheten blir ju enorm på det sättet. (Adam)

Att kunna dela och sprida musiken med den enorma hastighet som görs idag ger folk chansen att ta del av musik direkt när det lanseras. ”Facebook kan säkert vara orsak till det, att de gått ihop i samarbete där. Att man kan följa och sådär” (Nils). Dock påpekar flera av informanterna att de inte riktigt gillar sammankopplingen mellan Facebook och Spotify. Faktum att ens Facebook-vänner per automatik ser vad man lyssnar på är merparten negativa till. De tycker det inkräktar på den personliga integriteten. Två informanter är inne på spåret att man kan luska ut vad personer gör beroende på vilken musik som lyssnas på.

Jag brukar inte låta det synas på Facebook det jag lyssnar på. Det är inte pinsamt eller så, utan det är privat. Då kan man nästan få reda på vad en person gör exakt, nä, det blir för privat. (Katrín)

Några nämner även att de tror att människor inte låter *alla* sina listor vara offentliga, utan sällar och ”väljer de som säger något om sig själv” (Andreas). I gruppintervju 2 diskuteras detta:

Andreas: Jag tror inte man lägger upp alla spellistor man har. Man har ju några riktiga guilty-pleasures där någonstans. (*skratt*)

Nils: Folk är väldigt medvetna vad dom lägger upp (...). Man kan bygga upp en fasad med sin playlist på något sätt.

Andreas: Jag känner också att om det är någon som lägger upp och har speciell musiksmak då känner jag mig så himla ointressant själv, så därför väljer jag att inte visa upp någonting istället.

Alla håller inte med om detta, men flertalet föredrar att hålla sina listor för sig själv och lyssna med s.k. ”Private session”. Dock kan Max kommentar spegla vad Nils och Andreas diskuterar:

Jag tycker ändå man kan dela med sig av det, det skadar inte tycker jag. Men ibland när jag lyssnar på jullåtar tycker jag det är onödigt. (Max)

Många är medvetna, och kanske inte vill visa sina ”guilty-pleasures” för allmänheten. Samtidigt är detta en väg att kunna få nys om ny musik, och vet man någon med ”intressant” eller likvärdig smak så kanske man kan hitta ny musik man gillar via deras listor.

Möjligheterna och tjänsterna som Spotify erbjuder är många, och informant-erna gick inte in på alla som finns, men de som nämnts är de som verkar ha slagit igenom mest än så länge. Dock utvecklas flera nya olika tjänster på Spotify i detta nu och Hugo Norqvist berättar kort om kommande tjänster:

Vi annonserade nyligen att vi släpper en follow feature och även något som vi kallar browse. Med den kommer användarna få relevanta musiktips och förslag. Har du lyssnat på Rihanna och hon kommer till Sverige för spelning eller släpper en ny singel så är tanken att du ska få det som en rekommendation! (Hugo Norqvist)

Hur användarna ser på dessa låter vi framtiden utvisa.

Förändrade lyssnarvanor med Spotify? Varför?

Generellt idag

Jag bad informanterna sia om hur de trodde lyssnarvanorna såg ut generellt sett idag. Alla är övertygade om att musiklyssnandet har ökat, och att *lättillgängligheten* Spotify erbjuder är den stora anledningen till detta.

En helt ny värld har öppnats i och med Spotify, eller andra streamingtjänster på internet. Konsumenter kan nu få tag på all världens musik var som helst, när som helst (i stora drag), samt att musikkapare kan lätt överföra sin musik till allmänheten. Distribution av musik har nu blivit lätt istället för svårt. (Emil)

Egna lyssnarvanor idag – mobilt lyssnande

Även fast alla informanter hade samma åsikter om det generella lyssnandet, så är de inte helt ense om hur deras *egna* lyssnarvanor förändrats eller utvecklats genom just Spotify. Merparten framhäver att de lyssnar allt mer och i fler situationer idag. Jag ställde frågan: *Var och när lyssnar du på musik idag?*

Hela tiden typ. När jag är på väg någonstans med spårvagn, buss, går. Nästan jämt när jag är själv, hemma, när jag städar, tränar. Så det är ganska mycket. *Hon fortsätter:* Det är ju mycket mer lättillgängligt, framförallt om man har en iPhone så kan man lyssna hela tiden om man vill det. (Sanna)

Även innan iPhonen har bärbara musikspelare som iPod eller dylika mp3-spelare funnits, men det har varit ett projekt att få musiken till denna enhet. Antingen måste du ladda ner musiken illegalt, legalt eller lägga in skivor på datorn och föra över till spelaren. Nu finns allting tillgängligt i en musikklient som finns i såväl mobil som datorbaserad enhet. Denna möjlighet gör att flera informanter upplever att lyssnandet har ökat.

Jag lyssnar typ jämt nu. Om jag ska gå och slänga in en tvätt så vet jag att jag kommer lyssna i 3 minuter, men då lyssnar jag i 3 minuter hellre än inte alls. Det är som en personlighetsstörning, jag kan inte göra något utan att lyssna på musik, eller podcast. Jag måste lyssna på något. (Adam)

Samtidigt som flera upplever en ökning så nämner informanten Andreas att hans musiklyssnande har minskat. Han säger:

Det har blivit mindre sen Spotify blev stort. Innan åkte jag alltid med musik, aldrig längre. Men det är nog bara för intresset, och inte för fenomenet i sig självt. (Andreas)

Även fast han inte lyssnar när han är på väg någonstans, som flera av övriga informanter påpekar att de gör i större utsträckning nu, så framhäver han att hans musikintresse har minskat med åren med att det förmodligen inte beror på Spotify som koncept.

Själva lyssnandet idag ser inte likadant ut som det för omkring 10 år sedan, då skivan var populärare än den var för såväl för 5 år sedan som den är idag. Alla har olika lyssnarvanor, men av flera av mina informanter att tyda så är merparten av den målgruppen jag valt mer fokuserad på spellistor med utplockade låtar av artister snarare än att lyssna på albumet som helhet varje gång. De lyssnar ofta igenom albumet och väljer sedan ut de låtar de anser vara bäst i en separat spellista. Fokusgrupp 1 diskuterade deras olika förhållningssätt:

Max: Jag känner att jag har ändrat mitt sätt att lyssna på musik. Nu är det mycket mer låtbaserat, från att tidigare ha laddat ner en hel skiva – då är den en bra skiva. Nu är utvecklingen mot låtar som jag ”starrar” och så bygger jag en samling kring bra låtar. Artisterna blir mindre viktiga, även skivorna för mig i alla fall.

Jonas: Håller inte med om det, utan vill ha skivor separat.

Max: Men jag tror verkligen lyssnandet har med Spotify att göra. Allt det där med spellistor bara.

Jonas: Jag gör typ inte spellistor, jag lyssnar på skivorna som om jag hade skivan hemma. Men det kanske är på grund utav att jag är så pass ny användare och har inte så bra koll!?

Max: Ja, jag tror det!

Adam: Även om det är en favoritartist man har så är det inte längre så att man lyssnar på hela skivan, utan man lyssnar igenom skivan och väljer ut de man gillar bäst och lägger i en spellista.

Max: Jag tror det är effekt av att allting är tillgängligt, så begränsar man det så man kan förstå att ta in det.

Jonas säger här att han vill lyssna på albumet som helhet, men även att han inte använt Spotify särskilt länge. Man skulle kunna tro att på sikt även spellistor tillkommer i hans musikarsenal. Generellt sett anses få skivor vara genombra, utan det är några enstaka låtar som sticker ut och det är de som blir hits, precis som Max och Adam är inne på. Dessa låtar väljs ut och placeras in i vald spellista. Precis som Max påpekar i slutet av diskussionen kring detta så kan det vara en ”effekt av att allting är tillgängligt, så begränsar man det så man kan förstå att ta in det”. Det är stora mängder musik vi möts av och rör oss med idag, men det verkar vara det vi är vana vid och förväntar oss att ha tillgängligt nuförtiden.

Egna lyssnarvanor för 5 respektive 10 år sedan

Utvecklingen som skett från för tio år sedan, till för fem år sedan, tills idag är kraftig. Möjligheten att kunna ladda ner musik på ett smidigt sätt startade med Napster kring millennieskiftet och växte sig massiv under nollnoll-talets mitt, vilket man märker på hur informanterna fått tag på sig musik samt hur deras lyssnande ökat. För 10 år sedan nämner mina informanter att de lyssnade främst på skivor, och någon nämnde även radio. Tre av informanter nämner att de hade en MiniDisc, och att de spelade över skivor till denna portabla enhet. En informant säger: ”Då lyssnade jag mest på skivor. Men jag hade även en MiniDisc, så jag spelade in från skivorna” (Sanna). En annan informant påvisar att ”influenserna kom från de skivorna vi hade hemma” (Adam) och en tredje att han ”påverkades mycket av vad hans bror lyssnade på för skivor och laddade ner” (Jonas). De var yngre då, men samtidigt var möjligheterna inte lika stora som de är idag, och på så vis kanske många begränsades till den musik som fanns till-

gänglig i ens närhet. Idag har vi tillgång till en enormt brett musikutbud, men för 10 år sedan såg det annorlunda ut. Informanterna var jag påpekade yngre då, och Sanna fortsätter här att kommentera hennes användande:

Inte alls lika mycket, och mer när man var hemma snarare än när jag var på väg. Jag var mycket yngre då, och det kanske hade sett annorlunda ut om jag hade varit i denna ålder då. (Sanna)

Det är mycket möjligt att det hade varit annorlunda, men är inte alls självklart. Hade denna studie kunnat kontrasteras mot ungdomar kring 12-16 år samt de som är 32-36 och 42-46 år idag hade man kunnat se detta svart på vitt ur dagens perspektiv. Det vore väldigt intressant, men samtidigt inget denna studie har bredd och möjlighet att göra på grund av dess omfattning.

Men jämför vi detta med utvecklingen som varit, med ett nerslag för 5 år sedan, ser vi en tydlig tendens. Den nedladdningstrend som allt fler anammade steg kraftigt fram till 2009 då Ipred-lagen³⁶ slogs igenom och Spotify växte fram ordentligt. Alla informanter jag intervjuade påpekade att de fick tag i musik via nedladdning för 5 år sedan, även om alla inte själva laddade ner musiken så lät de någon annan ladda ner musik till dem. Merparten hade tillgång till någon form av iPod eller mp3-spelare med relativt stort utrymme på, vilket gjorde det möjligt att lyssna på mycket musik mer frekvent än man gjort tidigare. Från MiniDisc och de tidigare mp3-spelarna som inte kunde lagra mer än kanske 30 låtar, medan utvecklingen av iPods exempelvis gjorde att man efter några år kunde lagra flera tusen låtar.

Jag hade inte så stor plats på min iPod, så jag hade kanske 30 album och så lyssnade jag på dom och så ibland fick jag byta ut några om jag tröttnade. Så är det inte nu med Spotify, då blandar man mycket mer. (Sanna)

Man kan se att utvecklingen av musiklyssnandet har gått parallellt med teknologin. För 10 år sedan var det mer skivor, några hade MiniDisc eller kanske en tidig variant av mp3-spelare. Nedladdningens storhetstid var för cirka 5 år sedan, vilket också är tydligt i vad informanterna säger. De fick tag i mer musik genom nedladdning och kunde lagra den i såväl datorn som iPoden eller mp3-spelaren, gjorde att de lyssnade mer än för 10 år sedan.

Denna trend verkar ha fortgått för de flesta av informanterna, med ett undantag (Andreas), när det kommer till Spotify. Några har börjat lyssna på en mer frekvent basis, medan andra trappat upp sin musiklyssnande än mer idag. Utvecklingen har i målgruppen jag valt gått från cd-skivan och MiniDisc (10 år sedan), till

³⁶ Ipred-lagen, även kallad fildelarlagen, är en lag som syftar till att göra det lättare att ingripa mot olaglig fildelning. *Internet: NE - 130109*

dator och iPod eller mp3-spelare med nedladdad musik (5 år sedan), till Spotify på dator och mobil (idag) för större delen av informanterna. Hur vi lyssnar om 5 år återstår att se...

Tankar kring musikmarknaden och dess framtid

Den generella uppfattningen om musikmarknadens framtid är att den går mot en ännu mer digitalisering, samtidigt som cd-skivans era successivt kommer att tyna bort.

Hur tror du musikmarknaden kommer se ut i framtiden?

Mindre och mindre fysiska grejer, tyvärr. Jag tror cd-skivan kommer försvinna. Jag tror det kommer bli digital musik helt hållet. Jag tror inte skivindustrin kommer dö helt, jag tror kanske och hoppas att vinylen kommer få en renässans. Att den kan överleva längre än cd-skivan. (Jonas)

Vinylskivan framhålls av de flesta som en musikkälla som romantiseras och kan få en ny renässans som ett fysiskt komplement till den digitala utvecklingen. Det blir något man lyssnar på i sin hemmamiljö, snarare är på väg. När allting digitaliseras mer och mer tror flera informanter att det kommer växa fram en vilja att även äga ett fysiskt komplement, och då är vinylskivan grundformatet man väljer att återgå till. Flera informanter har haft liknande tankar kring detta och jag har valt några citat ur diskussioner kring forskningsfrågorna: *Hur tror du musikmarknaden kommer se ut i framtiden* samt *vad tror du om cd-skivan kontra vinylskivans överlevnad*:

Samtidigt som allting blir digitalt så kanske man ändå vill ha någon som är analogt också. Inte bara sträva iväg efter det digitala. Och även ha något, inte bara att det finns på internet. Man kanske vill äga sakerna. (Andreas)

Jag tror ju på idén som typ Spotify (...) jag tror ju att det är framtiden! Och sen ökningen av vinylförsäljning. Då köper man en produkt, här köper man en tjänst. Det man verkligen tycker om, det kommer man köpa. (Nils)

När vinylen kom – det var ju början. Detta är mitten, det är en förenkling av grunden. Vinylen var första sättet att lyssna på musik hemma. Cd:n är en passage till det vi lever i nu. Så ska man gå tillbaka till något känns det rimligare att gå tillbaka till grunden, än till något som levde i 20 år liksom. (Adam)

Det känns som att allt är mode, det kan gå upp och ner. Även fast vi lyssnar främst digitalt så kommer det vara en uppåtmarknad för gamla format. (...) Vinylskivan har ju blivit lite mer hipp, det är ju den här autenticitetsgrejen.

Att man går tillbaka till rötterna, som man gör inom mycket. Det ser man ju i vintage-trend, mat-trend med surdegsbröd, det följer där. (Katrín)

Flera informanter är inne på att den ökade digitaliseringen kommer medföra alternativ som gör att den illegala fildelningen av musik kommer minska mer och mer. En informant säger:

Jag tror även att illegal spridning av musik kommer minska (...), eftersom det går att få tag på mer och mer musik på ett lagligt sätt, till ett lågt pris. (Emil).

En annan säger:

Varför folk inte laddar ner nu är för det är så mycket enklare att inte ladda ner. Du behöver inte ladda ner, det finns enklare sätt. (...) För min del finns det inget incitament för att ladda ner längre. Dom har gjort det så bra att det inte behövs. (Nils)

Att digitaliseringen kommer öka är alla säkra på. De flesta tror att streaming-tjänster som Spotify är det som kommer vara aktuellt även i framtiden, men två informanter (Andreas och Emil) är inne på att en "molnbaserad" tjänst som innebär att istället för att lagra filer på datorn lagras filer i ett så kallat moln på internet, och streamas därifrån.³⁷

I mina intervjuer kan man se att alla informanter är säkra på att digitaliseringen kommer fortsätta, men att något fysiskt komplement kommer finnas kvar och de tror att det är vinylskivan. Hur musiker kommer gå tillväga är en annan aspekt en informant nämnde:

Jag tror inte det kommer finnas album på sikt, tror på färre men mer kvalitativa låtar. (Andreas)

I och med att flera av informanterna uttryckte att deras lyssnande har blivit mer låtbaserat så kanske skapandet går åt det hållet likaså? Det är inte särskilt troligt att albumen kommer försvinna, men man vet ju aldrig. Musikbranschen är inne i en intressant epok som kommer bli spännande att följa, och se hur den utvecklar sig.

³⁷ En molnbaserad tjänst innebär att filer lagras på en internetbaserad destination så du inte behöver lagra filer på din egen dator, mobil eller surfplatta. Detta lagras i det så kallade iCloud (molnet), och strömmas därifrån.

Kapitel 4: Diskussion

Marknadsutvecklingen

Tillgången av musik ser annorlunda ut idag jämfört med hur de sett ut de senaste tio åren. Sedan illegal fildelning och nedladdning boomade i början av nollnolltalet har debatterna varit många om hur detta ska motverkas. Apple utvecklade köp av digitala format via iTunes vilket minskade den illegala fildelningen en del, men trots detta fortsatte skivbranschen tappa fram till 2008. Enligt Bossius & Lilliestam har ”försäljningen av skivor av halverats från 2000 till 2009”.³⁸ Mellan 2000 och 2008 har antalet skivbutiker minskat från 526 till 345, vilket är en minskning med 35 procent.³⁹ Minskningen gjorde även att antalet anställda har mer än halverats samtidigt som omsättningen minskade med 40 procent under de åtta åren. År 2000 var omsättning för skivförsäljningen 1,418 miljarder kronor medan den i slutet av 2007 var dryga 0,622 miljarder.⁴⁰ Tydliga tecken på att skivbutikerna haft det tufft. Ernst skriver även att stora skivbutiker är omöjligt att driva idag, och ett bra internationellt exempel på detta är Tower Records i USA (ett av de största skivbutiksimperier i världen då) var tvungna att stänga alla deras 89 affärer i USA under 2006.⁴¹ I skrivande stund, närmare bestämt den 7e januari 2013 rapporteras även att Frankrikes mest prestigefyllda skivaffär Virgin Megastore går i konkurs.⁴² Det är bara en av flera som tvingats lägga ner de senaste åren. Detta visar ännu tydligare att skivbutiker i stora skalor inte går runt längre. De försvinner fler och fler varje år, eller så går det från att vara en skivbutik till att utöka med kaféverksamhet, sälja film, böcker och posters med mera.⁴³ Hugo Norqvist på Spotify säger: ”den (fysiska skivförsäljningen) minskade redan innan streaming kom in på marknaden (pga illegal nedladdning)”, och det är den trend vi sett. Det är främst det nya mediet att lagra och använda musik på som minskat försäljning av den fysiska skivan.

Ser vi på siffror från 2011 och 2012 så kan vi se att gå cd-försäljningen fortsatt neråt, men viktigt att påpeka i sammanhanget är att cd-försäljningen fortfarande är en stor inkomstkälla för musikbolagen. Genom Grammofonleverantörernas Förening (GLF) framgår att cd-försäljningen stod för 46 procent av den totala försäljningen 2011 i Sverige.⁴⁴ Detta jämfört med rapporten från 2012 då den stod för 35 procent.⁴⁵ Den fysiska cd-försäljningen minskar, men är fortfarande en viktig del i musikbranschen. Det ska man ha i åtanke.

³⁸ Bossius & Lilliestam (2011) s. 194

³⁹ Ernst (2008) s. 196

⁴⁰ *ibid.* s. 196, 197

⁴¹ *ibid.* s. 197

⁴² *Internet*: Sveriges Radio P4 – 130107

⁴³ Ernst (2008) s.198

⁴⁴ *Internet*: IFPI (GLF) - 120123

⁴⁵ *Internet*: IFPI (GLF) - 130118

Det är en enorm utveckling som musikbranschen genomgått de senaste åren, och målgruppen jag valt har levt och växt upp i denna utveckling. Från att cd-skivan stått på stadig mark, så kom Napster och sedan ännu fler nedladdningsalternativ på marknaden. Givetvis skapar detta ett kaos inom ett, under många år väl fungerade system i musikbranschen. Det är först när streamingtjänsten Spotify lanseras på marknaden i slutet av 2008 som något händer. Det är inte den första tjänst inom musikstreaming globalt sett, men det är den som gjort störst avtryck än så länge. Det är även den tjänst som drar in mest pengar inom den svenska musikbranschen i detta nu.⁴⁶

”Allt fler betalar för musikstreaming”

Från att nedladdningen varit det populäraste sättet att få tag i musik så har det skett en förändring från 2009 när Spotify kom fram på marknaden ordentligt. Hugo Norqvist, marknadskordinator på Spotify, säger att det skett ”en kraftig minskning av nedladdning”. Det finns siffror som visar på detta, men de har jag inte fått tillgång till. Han fortsätter:

Det är verkligen något som Spotify gjort bra, i Sverige idag är den digitala nedladdningen av musik väldigt liten jämfört vad den var för ett par år sedan. (Hugo Norqvist)

I en artikel från september 2011 säger Musiksveriges vd Elisabet Widlund att: ”Den långsiktiga trenden är en stark ökning av laglig streaming samtidigt som vi ser en minskning av illegal fildelning och nedladdning”.⁴⁷ I artikeln framgår även att det senaste året har antal musiknedladdare minskat med nio procent.⁴⁸ Vi kan även se på Medavisions undersökning gällande nedladdning kontra musikstreaming att det senare passerade nedladdningen andra kvartalet 2009, och man ser den successiva minskning av nedladdning som skett från första kvartalet 2009 (*se nästa sida*).⁴⁹

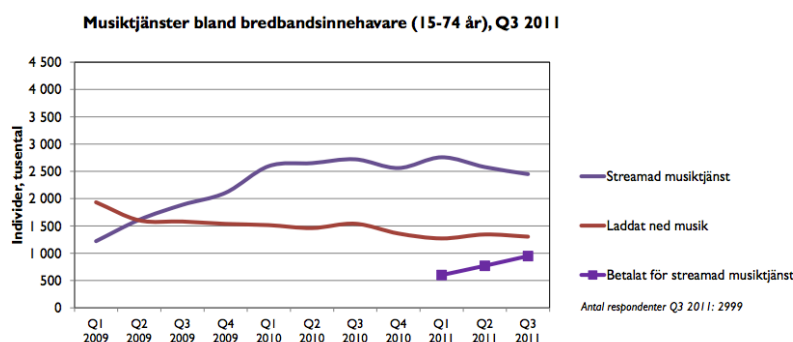
⁴⁶ *Internet*: IFPI (GLF) - 130118

⁴⁷ *Internet*: Musiksverige - 110923

⁴⁸ *ibid.*

⁴⁹ *Internet*: Musiksverige – 2011 (pdf)

Allt fler betalar för musikstreaming



- Andelen betalande bland de som använder musikstreaming fortsätter att öka.
- Musiknedladdning tämligen stabil under de senaste 12 månaderna.
- Män betalar i högre grad än kvinnor för tillgång till streamade musiktjänster, men snabb ökning bland kvinnor tyder på att denna skillnad kan komma att elimineras över tid om tillväxten håller i sig.

© Mediavision 4

Källa: Mediavision



Mediavisions sammanställning över bruk av streamad musik kontra illegal nedladdning från 2009 till 2011 (kvartal 3), åldersgruppen 15-74.⁵⁰

Även ur rapporten *Svenskarna och Internet* från internetstatistik.se framgår att det fortfarande laddas ner en hel del i åldrarna 24-25 år, men att siffran sjunkit med sex procentenheter från 49 % till 43 % under det senaste året.⁵¹ Såväl Hugo Norqvist på Spotify och Elisabet Widlund på Musiksverige som Mediavisions undersökning och även mina informanter visar att nedladdningen har minskat och utvecklingen tyder på att det kommer fortsätta gå ner. Jag ställde frågan *Hur har användandet av digital musik kontra skivförsäljning sett ut de senaste åren?* till Hugo Norqvist som svarade:

Man kan ju se på skivbolagens intäkter från digital (streaming) kontra fysisk försäljning de senaste åren. Digital försäljning är idag större än fysisk och fysiska försäljningen minskar. Intressant är dock att den minskade redan innan streaming kom in på marknaden (pga illegal nedladdning) så vi ser Spotify som ett sätt att faktiskt säkerställa att rättighetshavare får betalt för sin musik. (Hugo Norqvist)

Det går mer och mer mot legala alternativ nu när möjligheterna finns, vilket gör att debatten kring den illegala fildelning och nedladdning tystats ner ordentligt. Ludvig Werner, VD för IFPI Sverige säger i samband med siffrorna för 2012:

⁵⁰ *Internet: Musiksverige – 2011 (pdf)*

⁵¹ *Internet: Internetstatistik – 121017*

Det är mycket glädjande att 2012 blev det bästa musikförsäljningsåret sedan 2005. Det kan ses som ett kvitto på att fler konsumenter betalar för sin musikkonsumtion än på mycket länge.⁵² (Ludvig Werner)

Jag visade i [Kapitel 4 – *Marknadsutvecklingen*] att den fysiska skivförsäljningen minskat, men samtidigt ökar den digitala musikförsäljningen kraftigt. Från GLFs helårsrapport från 2011 och 2012 framgår att den digitala musikförsäljningen ökat från 51 till 63 procent av den totala musikförsäljningen.⁵³⁵⁴ Streamingtjänster som Spotify står för 253 av 446 miljoner kronor av den totala musikförsäljningen i Sverige, det är cirka 55,4 procent.⁵⁵⁵⁶ Spotify och streamade musiktjänster står för 90 procent av de digitala försäljningar visar siffrorna för 2012.⁵⁷ Ludvig Werner, VD för IFPI Svenska Gruppen kring statistik säger i samband med siffrorna för 2011:

Det är förstås glädjande att den digitala musikförsäljningen visar fortsatt stark tillväxt och att den svenska andelen digital musikförsäljning är så stark i en internationell jämförelse (motsvarande siffra globalt är 32 procent). Det är egentligen bara USA, Norge och Sydkorea som visar siffror liknande de svenska (51 procent). Då mediabilden och branschen är så fokuserad på den digitala marknaden sedan ett par år är det dock nästan mer överraskande att cd:n fortfarande står för nästan hälften av de genererade intäkterna för musikbolagen.⁵⁸ (Ludvig Werner)

Så länge Spotify, och deras konkurrenter, har på en rimlig nivå kostnadsmässigt kommer med största sannolikhet allt fler människor ansluta till ett streaming-alternativ framöver. Johan Lagerlöf, VD för X5 Music Group och Per Sundin, VD för Universal Music AB, Sverige har uttalat sig om den digitala musikförsäljningen genom streaming idag:

Om streamingtjänster växer i samma skala som i Sverige ser framtiden ljus ut för musikbranschen. I Sverige ser vi en positiv korrelation mellan Spotify och övrig digital försäljning där streaming står för inkrementala intäkter och är en mycket viktig inkomstkälla för oss. När streaming når en kritisk massa är potentialen för intäkter obegränsad.⁵⁹ (Johan Lagerlöf)

⁵² *Internet*: IFPI (GLF) - 130118

⁵³ *Internet*: IFPI (GLF) - 120123

⁵⁴ *Internet*: IFPI (GLF) - 130118

⁵⁵ *Internet*: DN - 120713

⁵⁶ *Internet*: IFPI (GLF) - 130118

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Internet*: IFPI (GLF) - 120123

⁵⁹ *Internet*: Ajour - 120713

Nästan fyra år efter lanseringen av Spotify ser vi nu en klart tydlig positiv utveckling, både för branschen i stort och för vår del. (...) om det fortsätter i samma takt kommer vi att vara tillbaka på samma omsättning som vi hade under cd-skivans glansdagar inom bara några år. Vi har sett en stor förändring i musikkonsumtion, där musikfans lyssnar på mer musik i en laglig miljö. Det leder till att intäkterna ökar hela tiden och artister får betalt varje gång deras musik spelas. Våra artister får betydande intäkter ifrån Spotify, som idag är vår största inkomstkälla i Sverige.⁶⁰ (Per Sundin)

Som vi kan se så betalar allt fler människor för streamingtjänster idag (se lila streck på bilden tidigare). Idag har vi alternativ som gör att vi inte behöver ladda ner musik eller köpa cd-skivor längre och den största anledningen till detta stavas musikstreaming, där Spotify just nu är störst globalt sett.

”Billigt i enorma kvantiteter”

Att streama musik är idag ett väldigt smidigt och framförallt billigt alternativ. Betalar du 99 kr i månaden får du fri tillgång till Spotify på såväl din mobil som dator, och all den musik det innebär (vilket är i princip obegränsat). Mina informanter påpekar att de knappt varit med om att den musik de söker inte finns och att det är smidigt att ha tillgång till det stora utbudet Spotify erbjuder. Debatterna och förslagen har varit många för att motverka nedladdningen. Tony Ernst nämner i boken *6 miljoner sätt att jaga en älg på (2008)* att han blev mer och mer övertygad om att en lägre prissättning är nyckeln till att få folk att minska sin nedladdning.⁶¹ Detta var innan Spotify fått sitt stora genomslag, så hur han sett på det idag är oklar. Men det är mycket möjligt att det hade hjälpt utvecklingen tidigare om man betalat 29 kronor för en skiva på iTunes istället för 150 kronor i digitalt eller fysiskt format.

Tony Ernst citerar signaturen ”AttilaToth” som kommenterat en artikel av Lennart Regebro på dennes sajt om *teknikutvecklingen i samklang med sund prissättning är lösningen* på följande sätt:

Kidsen kan inte betala 200 spänn för en cd-skiva, och det är jäkligt lätt att ladda ner. Skivbolagen motarbetar utvecklingen, trots att de skulle utnyttja den. (...) det tog ganska lång tid innan någon satsade på kommersiell nedladdning av musik. Apple vågade, och det verkar ju funka ganska bra. Nästa steg är att börja tänka som IKEA, Lidl och Ryan Air. Billigt i enorma kvantiteter.⁶²

⁶⁰ *Internet: Ajour* - 120713

⁶¹ Ernst (2008) s. 287

⁶² *ibid.*

Signaturen ”Attilath” är okänd, men referensen han drar till att få fram något billigt alternativ i enorma kvantiteter har slagit in. Upplägget är detsamma som han nämner med företag som exempelvis IKEA. Folk väljer det alternativet för att det mesta finns, samtidigt som det är billigt – precis som Spotify. Såväl idag som i framtiden kommer vi med största sannolikhet föredra billiga alternativ, vilket vi genom åren mött genom IKEA och Ryan Air som visat sig vara framgångsrika i detta koncept. Nu har även musikmarknaden fått sitt bidrag - Spotify!

Teknikens utveckling och förändrade lyssnarvanor

Idag strömmar musiken ur datorn eller mobiltelefonen, den är alltid med oss ett knapptryck bort, och de som sitter på själva ledningen som musiken strömmar genom har fått en allt mäktigare roll.⁶³

Teknologin fortsätter att utvecklas och kommer med fler och nya möjligheter hela tiden. För bara några år sedan fanns exempelvis inte Smartphones (iPhone, Android). Många hade iPod och telefon separat, numera kan man ha allt i telefonen. En tjänst som Spotify är kompatibel även i en mobilversion vilket innebär att man slipper ha en iPod med nedladdad musik separat.

Under nollnoll-talets början blev det mer komplicerat att sälja musikinspelningar, men det som gick att sälja var istället musikens väg till lyssnaren och på den vägen har det fortsatt. Ur ”Makten över musiken” nämns det att:

Försäljning och ägande av musik har blivit mindre viktigt, nu är det istället musikens infrastruktur som går att sälja. Förr köpte vi skivor i affären som vi spelade i stereon. I dag strömmar musiken ur datorn eller mobiltelefonen.⁶⁴

I dagens samhälle lever många med teknologin dagligen, och utan den är många av oss väldigt handfallna. Mobilen används till inte bara till att ringa eller skicka sms idag, den är även musikspelare, GPS, kalender med mera.

iStrategyLabs (ISL) har tagit fram en sammanställning av vad som hänt med mobilanvändandet de senaste 5 åren och skriver:

Just five years ago, consumers turned to their phones for basic communications – placing calls, checking email and sending texts. Today, those phones have morphed into a range of mobile devices that place the power of information in the palms of our hands.⁶⁵

⁶³ Internet: Sveriges Radio P1 - 120330

⁶⁴ ibid.

⁶⁵ Internet: ISL - 120403

Kort och gott så har många människor mobilen till allt idag. ISL skriver även att ”29 million mobile users streamed music in 2011”,⁶⁶ vilket är en enorm summa musikstreamning genom bara mobiltelefonen.

Det jag vill få sagt med detta är att det inte *bara* är musikbranschen i sig som gått ner under nollnoll-talet, utan det är nya teknologiska möjligheter som skapat och gett oss nya utsikter. Det kanske till och med är så att iPodens utveckling kan vara en stor orsak till att nedladdningen blivit så stor som den blivit? När iPoden växte fram, var utrymmet begränsat, men med åren så växte det till orimliga gigabyte-utrymmen (största är på 160 gb), vilket gjorde att folk laddade i ännu större kvantiteter. De största iPodsen rymmer flera tiotusen-tals låtar. Några av mina informanter nämner att de laddade ner väldigt mycket för 5 år sedan för att bygga upp en stor musikkatalog, och detta kan bero på att vi *kunde* lagra allt i vår lilla, men stora, musikspelare. Vi växte in livsstilen att alltid ha tillgång till stora kvantiteter av musik i vår iPod eller på vår dator, vilket gjorde att vi var tvungna att köpa större hårddiskar, nya iPods eller rent utav nya datorer för att lagra allt vi ville ha tillgängligt. Idag har detta tagit flera steg tillbaka till förmån för Spotify och Smartphones som blivit något många föredrar.

När den teknologiska utvecklingen möter ett prismässigt bra alternativ på musikmarknaden (som Spotify) så skapar detta en ökad försäljning av båda. Alternativen har inte funnits innan. Nu får musikbranschen sin del av kakan och behöver inte bara se folk ladda ner musik till sina iPods. Idag lyssnar och betalar istället många för Spotify som de lyssnar på via sina Smartphones och datorer utan att behöva ta upp något utrymme på varken mobil eller dator.

Även om inte alla ökat lyssnandet i denna utveckling, så är tendensen hos informanterna att de som ökat lyssnandet mest är den gruppen av människor som är lite eller måttligt musikintresserade. En informant påpekade på att han var ointresserad av musik innan, men Spotify gör det så enkelt och lättillgängligt vilket gjort att hans musiklyssnande ökat. Du behöver inte ta dig tiden att ladda ner all musik för att få den tillgänglig, du behöver inte heller köpa skivor, nu finns stora kvantiteter musik tillgänglig bara du loggar in på ditt Spotify-konto.

Inte bara mina informanter påpekar att deras musiklyssnande har ökat med Spotify, utan även informanten Ulrika (född 1987) ur studien *Musiken och jag* gjord av Thomas Bossius & Lars Lilliestam säger att hon köpte skivor förr, när hon gick på gymnasiet, men nu har hennes mp3-spelare och, på senare tid, Spotify helt konkurrerat ut skivorna. Hon säger: ”Jag lyssnar nästan bara på Spotify nu”.⁶⁷ Något som överensstämmer av de intervjuer jag gjort samt den slutsats Bossius & Lilliestam drar i deras studie är att: *särskilt kvinnliga informanter (...) lämnar över handhavandet av musiktekniken till sina män*.⁶⁸ Min

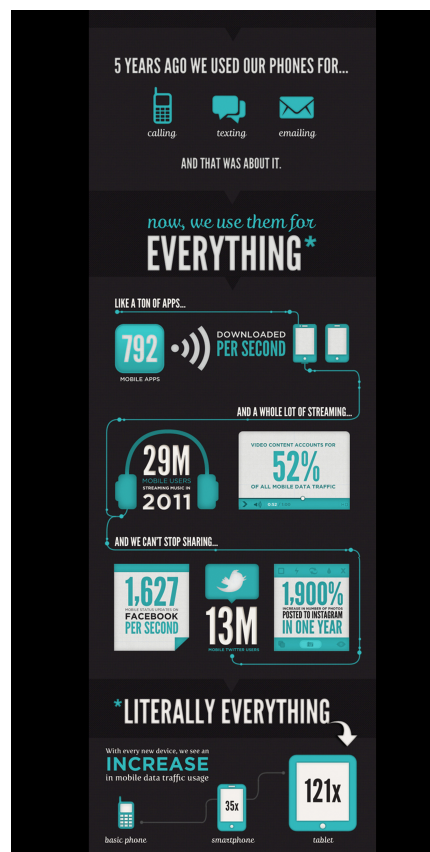
⁶⁶ Internet: ISL - 120403

⁶⁷ Bossius & Lilliestam (2011) s. 195

⁶⁸ ibid. s. 49, 140

informant Sanna överlät detta till sina bröder, medan Katrin inte förstod sig på det och var för lat för att lära sig, liknande Ulrika i Bossius & Lilliestams studie. Hon säger här att hon inte vet hur hon laddar ner musik.⁶⁹ Hon säger även ”Nu spelas det ju jättemycket musik hemma sen Spotify kom”,⁷⁰ och är enligt Bossius & Lilliestam en antydning på ökat lyssnande. Det har blivit enklare att lyssna på musik idag, och därför gör folk det i större utsträckning.

Idag lyssnar de flesta på Spotify och det är väldigt många som går runt med sina hörlurar och mobiltelefoner när man cirkulerar omkring på stan eller är på väg någonstans. Informanten Lena (född 1983) i Bossius & Lilliestams studie säger att: ”man får hejda sig för att det ser dumt ut om man nynnar med när man går och lyssnar på mp3”.⁷¹ Störvinnare i denna utveckling är tillverkare av musikspelare och nu även mobiltelefoner i min mening. Men samtidigt som den branschen fått ett uppsving så har mobilutvecklingen hjälpt Spotify att växa. Hade vi inte haft möjligheten att ha appar hade Spotify säkerligen inte haft samma genomslagskraft som det fått eftersom många idag föredrar att just lyssna när man är ute och går, joggar, åker buss eller dylikt.



En överblick av mobilanvändningen 2011 jämfört med för 5 år sedan gjort av ISL.⁷²

⁶⁹ Bossius & Lilliestam (2011) s. 140

⁷⁰ *ibid.*

⁷¹ Bossius & Lilliestam (2011) s. 141

⁷² *Internet: ISL - 120403*

Framtidsutsikterna för musikbranschen

I den utveckling jag beskriver närmare i [Kap. 4 – *Musikmarknadsutveckling*] så drabbades givetvis majorbolagen kraftigt av nedgången av skivförsäljning. Per Sundin, dåvarande nordenchef för Sony och nuvarande vd för Universal Music Sverige har kommenterat utvecklingen:

För mig personligen var det jättejobbigt (...) Under min tid på Sony var jag tvungen att säga upp 250 personer.⁷³

Men under 2009, i och med Pirate Bay-domen och Ipred-lagen så ökar musikförsäljningen med tio procent. Det är även under 2009 som Spotify slår igenom, där storbolagen är delägare. Per Sundin fortsätter här:

vi får ju avräkningar eller digitala rapporter varje dag på hur mycket det ökar, hur många som hoppar på. Det är otroligt häftigt att uppleva boomen. Under hela 2011 var det en enorm uppgång.⁷⁴

Av Per Sundins ord att tyda hade musikbolagen det tufft under nollnoll-talet med uppsägningar och minskad försäljning. Men nu ser han ljus på framtiden, och även fast skivförsäljningen går neråt, åtminstone i västvärlden, så betalar allt fler för tjänster som Spotify. Den digitala streamingen ökar hela tiden vilket säkerligen bara kommer fortsätta, det finns inget som tyder på något annat i dagsläget. Den ökning jag presenterade i [Kap. 4 – ”Allt fler betalar för musikstreaming”] där digital musikförsäljning ökat med från 51 procent 2011 till 63 procent 2012, samtidigt som streaming stod för 55,4 procent av den totala musikförsäljningen ger en antydning av detta. Ernst citerar Universals A&R David Mortimer-Hawkins som kommenterat utvecklingen som varit det under nollnoll-talet: ”Situationen idag är redan långt mycket bättre än den var för bara något år sedan. Om några år ser man den här perioden som en nödvändig övergångsperiod”.⁷⁵

Under de intervjuer jag gjorde var de flesta överens om att de trodde att cd-skivan kommer vara död inom tio år och att vi går mot en ännu mer digitaliserad framtid. Vi kan ju se nedgången av cd-försäljningen men samtidigt är den vital del för musikbolagen ännu. Men om tio år, då får vi svaret. Det är väldigt svårt att sia om framtiden och vad som kommer ske. Kommer Spotify vara ledande inom det digitala om fem-tio år eller kommer det nya alternativ som anses vara ännu bättre?

⁷³ *Internet: Sveriges Radio P1 - 120325*

⁷⁴ *ibid.*

⁷⁵ Ernst (2008) s. 267

Ersättning för artister och rättighetshavare

Det är många som är positiva till Spotify, men genom åren som gått sedan lanseringen 2008 har Spotify även fått en del kritik av främst artister och upphovsmän på grund av den dåliga avkastningen de får för att sin musik på tjänsten. Magnus Uggle sa exempelvis i en artikel ur Aftonbladet 2009: ”Jag blir hellre våldtagen av Pirate Bay än rövknullad av Hasse Breitholtz och Sony Music”,⁷⁶ som en följd av att intäkterna varit små efter att Sony släppt hans låtar på Spotify. Han jämförde sina intäkter över ett halvår med vad en gatumusiker drar in per dag.⁷⁷ Dock har det gått några år sedan han uttalande sig i ärendet och idag är Uggle en del av Spotify igen, men diskussionen kring en skälig ersättning för de som gör musiken är ihållande. Mycket av intäkterna går till bolagen, och frågan är hur stor del som de i sin tur ger artisterna. Spotifys marknadsordinator Hugo Norqvist kommenterar detta:

Vi betalar ut 70% av alla våra intäkter till skivbolagen. Totalt har vi betalat ut mer än \$500m till skivbolag och rättighetshavare och är deras näst största inkomstkälla efter iTunes globalt (som naturligtvis är extremt stora i UK, US). Vad skivbolagen gör med pengarna och vilka avtal de har med sina artister har vi inget att göra med och kan inte kommentera tyvärr.

Därför ska inte Spotify svartmålas i detta sammanhang. De betalar ut pengar till skivbolagen som sedan fördelar ut till artisterna. Norqvist fortsätter:

Vår modell handlar om att växa och skala fort. Ju fler användare vi får in desto, mer intäkter och också pengar tillbaka till skivbolag och artister kommer kunna betalas ut.

Spotify är fortfarande ett företag som är på väg uppåt, och som Daniel Ek kommenterade [se Kap. 2 - *presentation av företaget*] så är tillväxt deras ”prio ett, två, tre, fyra och fem” i dagsläget. Spotify har en framtidsplanering som givetvis syftar till att artister och rättighetshavare ska få god ersättning för den musik de skapar på sikt, men allt har sin tid.

Kritiken kommer främst från det äldre gardet av artister som är vana vid att sälja skivor och har varit det så länge de kan minnas. Skivförsäljningen drar ju givetvis in mer pengar direkt, men över ett längre perspektiv kan mycket väl de intäkter som kommer från streaming bli högre. Att sälja en skiva är en engångsintäkt, men när folk streamar musik så kommer det små intäkterna under en längre tid. Det är en väldigt viktig aspekt i detta här. Rättighetshavare *får* faktiskt betalt för sin musik via Spotify, vilket inte varit fallet när folk laddat ner musik. Många glömmer även att när de lyssnar på musik via exempelvis YouTube går

⁷⁶ *Internet: Aftonbladet* - 090813

⁷⁷ *ibid.*

inga intäkter alls till artister. Via Spotify kan låtar ligga kvar och ticka in pengar hur länge som helst, och som man brukar säga *många bäckar små, gör en stor å*.

Det kanske även artisterna börjat acceptera nu, för allt fler och större artister ansluter sina kataloger till Spotify. Så sent som den sjunde december 2012 presenterades Metallica på hemsidan och bandmedlemmen Lars Ulrich kommenterar: "We now feel that Spotify not only has a proven track record, but is by far the best music streaming service. We are beyond psyched to unleash our music through their platform".⁷⁸

Att Metallica gått med kanske tyder på en utveckling även i avkastningen. Reformen och den nya teknologin har öppnat möjligheter. Nedladdningen har minskat till förmån för tjänster som erbjuder stora möjligheter till en billig peng. Ser man det över ett längre perspektiv där vi antar att streamade alternativ som Spotify fortsätter växa så kommer intäkterna successivt öka för artisterna i samband med att fler användare ansluter sig till dessa tjänster, precis som Hugo Norqvist påpekar.

Ny renässans för vinylskivan!?

Nostalgin är en svårfångad mänsklig drivkraft. Den ger ingångar till lyckliga ögonblick från barn- och ungdomen. Jag tror skivbranschen kan utnyttja detta.

(Peter Siljerud, Framtidsstrateg på Kairos Future)⁷⁹

Under intervjuerna jag gjorde bad jag mina informanter fundera över framtiden för musikbranschen. Att cd-skivan kommer försvinna och en ökning av digitaliserad musik var huvudämnen, men merparten gled även in på att de trodde att vinylskivan kunde växa sig stark igen. Tankar gick att ju mer allt digitaliseras så kommer viljan att äga något fysiskt kanske växa på sikt igen. Vinylen framhävs då på grund av den autenticitetsaura som hägrar över det format som kommer från "grunden", som var först. En aspekt som gör att vi romantisera detta format. Inte bara ljudkvalitén anses av somliga vara bättre i vinyl,⁸⁰ omslagen användas även som konst nuförtiden. Många har sina album på väggarna, eller placerade på sätt så de visas upp. Vi kan se i Nielsen SoundScans halvårsrapport för den amerikanska marknaden 2012 att "vinyl album sales continue to see growth with sales up 14% for the first six months compared to 2011".⁸¹ Bara mellan 2011 och 2012 har alltså försäljningen ökat med 14%. Ser vi hur det sett ut från 2006, då

⁷⁸ Internet: Spotify - 121206

⁷⁹ Ernst (2008) s. 273

⁸⁰ ibid. s. 271

⁸¹ Internet: Nielsen SoundScan - 120705

vinylförsäljningen var ungefär 850 000, så har det successivt stigit.⁸² 2007 var det kring 1 miljon, 2008 kring 1,6 miljoner, 2011 runt 1,9 miljoner och 2012 landar vi på 2,2 miljoner vilket är en konstant ökning de senaste 6 åren.⁸³ Även i Sverige ökar vinylförsäljningen. Från 2011 till 2012 har ökningen varit 59 procent, men uppgår trots det bara till omkring 1,4 procent av den totala musikkörsäljningen i Sverige idag.⁸⁴

Jag ställde frågan *men tror ni inte att cd-skivan kan få samma tillbaksving?* till mina informanter vid diskussionen kring en ny renässans för vinylen. Första tanken var: ”hmm, kanske...”, men vid närmare eftertanke frångick nästan alla den tankegången. Eftersom vinylskivan var början så kommer folk vilja gå tillbaka till ursprunget, snarare än till något som var en uppföljare som cd-skivan är, poängterades av flera. Att gå tillbaka till det som är ”äkta” och nostalgisera kommer säkerligen alltid locka människor som har det intresset. Peter Siljeruds säger: ”Nostalgien skjuts hela tiden framåt; om 20 år kommer man vara nostalgisk över iPoden, inte vinylskivan”.⁸⁵ Även om det är en utveckling som är fullt möjlig, så tror jag personligen inte på den. Det är som att säga att man idag skulle vilja gå tillbaka till gamla mobiltelefoner, vilket gemene man säkerligen inte skulle vilja av flera skäl. Däremot kan mycket väl vinylförsäljningen fortsätta växa i samband med ökningen av digitaliserad musik. Såväl mina informanter som siffrorna tyder på att människor verkar vilja ha fler vinylskivor.

Cd-försäljningen tappar och vinylförsäljningen ökar, även om kvantiteterna inte är i närheten av varandra. Vinylskivan med 1,4 procent av försäljningen medan cd-skivan fortfarande är en stor inkomstkälla för musikbolag. Frågan är om cd-skivan verkligen kommer dö, eller om den också kommer hålla i sig på marknaden? Eller så kanske den också får en revival längre fram? Frågan är hur det ser ut om fem-tio-tjugo år? Kommer vinylen värderas högre eller blir cd-skivan, eller rent utav iPoden, det man går tillbaka till och nostalgiserar över? Svårt att säga, men flera informanter tror att vinylskivan är det som kommer stå starkast på grund av dess autenticitetsstämpel. Det estetiska skivomslaget tillsammans med vinylskivans ljudkvalité⁸⁶ är aspekter som talar för att detta är ett gott komplement att ha i sin hemmamiljö, vid sidan av all den digitala musik man möter och använder från till exempel Spotify idag.

⁸² Ernst (2008) s. 273

⁸³ *Internet*: Nielsen SoundScan - 120705

⁸⁴ *Internet*: IFPI (GLF) - 130118

⁸⁵ Ernst (2008) s. 273

⁸⁶ *ibid.* s. 271

Kapitel 5: Sammanfattning och slutreflektioner

I denna studie har jag haft nio intervjupersoner. Åtta stycken intervjuer för undersökningen och en intervju med frågor kring Spotify och musikbranschen till Spotifys marknadsordinator Hugo Norqvist. De åtta som är med i undersökningen har gett mig en inblick i deras åtkomst och användande av musik sett över en tioårsperiod. De har även berättat vad de tycker om möjligheterna Spotify erbjuder och vad de tror om den framtida musikmarknaden samtidigt som Norqvist har gett mig inblick i branschen och Spotify som företag.

Spotify är ett företag tillika en musiktjänst som har förändrat stora delar av musikmarknaden. Även fast de inte är de första som ägnar sig åt streamad musik, så har de blivit de största till antal betalande användare [Se Kap. 2 – *Presentation av företaget*]. Deras nät växer, och finns nu i 17 länder. Målsättningen, nämner Hugo Norqvist, är att ”vi ska finnas tillgängligt i all världens länder”. Han fortsätter:

Under 2011 och början på 2012 expanderade vi sjukt mycket, men ibland måste man trycka på bromsen och låta saker få fäste innan man ger sig på nya marknader. (Hugo Norqvist)

Musikmarknaden har varit i gungning under många år, men först efter 2010 har siffrorna börjat vända. Skivbolagen ser nu ljuset i tunneln med tilltro och en förhoppning att utvecklingen fortsätter gå mot legala alternativ igen, så att artister och rättighetshavare får intäkter för det arbete de lägger ner. Hela nedladdnings-cirkusen, även fast den fortfarande finns kvar, kommer man förhoppningsvis kunna se tillbaka som en fas i progressionen till ett digitalt och legalt alternativ.

Cd-skivans framtid ser mörk ut, det visar såväl siffror som orden från mina informanter. Redan innan streaming och Spotify började skivförsäljningen sjunka, men samtidigt ser vi en trend i vinylskivan som smugit sakta men säkert fram de senaste åren. Inte alls i liknande kvantiteter som cd:n, men den ökar i försäljning i alla fall. Nu går vi mot en betydligt mer digitaliserad musikhvärld, men det verkar som en del kommer vilja hålla kvar vid ett fysiskt alternativ och det verkar vara vinylskivan, åtminstone för den målgruppen och de informanter jag haft i undersökningen. Dock kommer detta enbart vara ett komplement till den digitala musik vi får genom Spotify, eller någon likvärdig klient.

Hur framtiden kommer se ut är svårt att sia om, men som utvecklingen ser ut så är det digital musik som kommer vara den största musikkällan. Frågan är om Spotify kommer vara världsledande, eller om ännu bättre alternativ växer fram?

Slutord

Arbetet jag haft med att försöka få klarhet i en fråga jag länge funderat över har varit väldigt tillfredsställande. Det har varit otroligt givande att dyka ner och se hur branschen sett och ser ut, hur folk ser på utvecklingen som varit och vad de tror om framtiden. Jag har fått fram mycket intressant vetskap i ämnet som jag kommer ha med mig när jag nu blickar framåt, och jag hoppas även läsare av uppsatsen kommer finna intressanta inslag.

Till de nio informanter som deltagit i min studie är jag väldigt tacksam, det har varit oerhört intressant att höra deras svar på de frågor jag hade. Studien är gjord under höstterminen 2012 i kursen Musikvetenskap: fördjupningskurs.

Tack för mig!

Joakim Lundberg,
den 19 januari 2013

Referenser

Muntliga källor

Intervju med "Katrinn", Göteborg 14 dec. 2012, Ljudinspelning, transkription och anteckningar finns hos författaren

Intervju med "Sanna", Göteborg 14 dec. 2012, Ljudinspelning, transkription och anteckningar finns hos författaren

Gruppsintervju 1 med "Jonas", "Max" och "Adam", Göteborg (Tredje Långgatan) 11 dec. 2012. Ljudinspelning, transkription och anteckningar finns hos författaren

Gruppsintervju 2 med "Nils" och "Andreas", Göteborg (Handelshögskolan), 18 dec. 2012. Ljudinspelning, transkription och anteckningar finns hos författaren

Mailintervju

Mailintervju med "Emil", 12 december 2012, material finns hos författaren.

Mailintervju med Hugo Norqvist, 25 december 2012, material kan ses i Bilaga 2.

Litteratur

Bossius, Thomas & Lilliestam, Lars (2011) *Musiken och jag*. Göteborg: Bo Ejeby Förlag

Ernst, Tony (2008) *6 miljoner sätt att jaga en älg på*. Göteborg: Reverb förlag.

Lilliestam, Lars (2009) *Musikliv: vad människor gör med musik - och musik med människor*. 2. rev. uppl. Göteborg: Bo Ejeby Förlag.

Thomsson, Heléne (2010) *Reflexiva intervjuer*: Lund: Studentlitteratur AB.

Vetenskapsrådet: *Forskningsestetiska principer – inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Elanders Gotab.

Internet

Aftonbladet - [<http://www.aftonbladet.se/nojesbladet/musik/article5637161.ab>] 090813

Ajour - [<http://ajour.se/musikbranschen-i-sverige-gar-bra-pa-grund-av-spotify/>] 120713

Dagens Industri (DI) - [<http://www.di.se/artiklar/2012/4/12/daniel-ek-darfor-okar-spotifys-forluster/>] 120412

Dagens Nyheter (DN) - [<http://www.dn.se/nyheter/sverige/illegal-fildelning---en-snabbguide>] 090227

[<http://www.dn.se/ekonomi/digital-boom-for-musikbranschen>] 120713

IDG - [<http://www.idg.se/2.1085/1.333563/succ%C3%A9bolaget-spotify-ar-vart-miljarder>] 100813

[<http://computersweden.idg.se/2.2683/1.239983/sa-fick-spotify-skivbolagen-med-sig>] 090807

[<http://it24.idg.se/2.2275/1.476015>] 121109

IFPI (GLF)

[<http://www.ifpi.se/wp-content/uploads/GLF-forsaljningsstatistik-GLF-helaret-20111.pdf>] 120123

[<http://www.ifpi.se/wp-content/uploads/GLF-halvaret-20121.pdf>] 120713

[<http://www.ifpi.se/wp-content/uploads/GLF-forsaljningsstatistik-GLF-helaret-2012.pdf>] 130118

Internetstatistik -

[<http://www.internetstatistik.se/artiklar/mer-an-halften-av-16-25-aringarna-lyssnar-dagligen-pa-spotify/>] 111130

[<http://www.internetstatistik.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2012/>] 121017

ISL - [<http://istrategylabs.com/2012/04/infographic-mobile-data-growth-and-what-it-means-for-you/>] 120403

Kulturbloggen - [<http://kulturbloggen.com/?p=45807>] 111214

Forbes - [<http://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2012/01/04/spotify-daniel-ek-the-most-important-man-in-music/>] 120104

Music Industry Blog -

[<http://musicindustryblog.wordpress.com/2012/10/10/deezer-spotify-and-the-streaming-gold-rush/>] 121010

Musiksverige -

[<http://www.musiksverige.org/pressrum/pressmeddelanden/fortsatt-minskning-av-illegal-nedladdning/>] 110923

[<http://www.musiksverige.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/01/Musiksverige-Q3-20117.pdf>] 2011

Nationalencyklopedin –

[<http://www.ne.se/ipred-lagen>] (Besökt 130109)

Nielsen SoundScan - [<http://www.scoopmarketing.com/2012/07/the-nielsen-company-billboard-2012-mid-year-u-s-music-industry-report/>] 120705

Spotify -

[<http://www.spotify.com/se/about-us/press/metallica-arrives-on-spotify/>] 121206

[<http://www.spotify.com/se/about-us/press/information/>] (Besökt 130109)

[<http://www.spotify.com/se/about-us/press/praise-and-prizes/>] (Besökt 130109)

[<https://spotify.box.com/s/dwdoxdgws9f3shz051uf>] (Besökt 130116)

Sveriges Radio P1 -

"Makten över musiken" av Kaliber

[<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?FormatId=1&ProgramId=1316&Artikel=5032417>] 120325

[<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?FormatId=1&ProgramId=1316&Artikel=5045029>] 120330

[<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?FormatId=1&ProgramId=1316&Artikel=5055448>] 120408

Sveriges Radio P4 -

[<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=478&artikel=5400724>] 130107

Svenska dagbladet (SvD) -

[http://www.svd.se/naringsliv/branscher/teknik-och-telekom/spotify-bara-vart-20-miljarder_7659374.svd] 121110

[http://www.svd.se/naringsliv/digitalt/spotify-tar-upp-kampen-med-apple_7736016.svd] 121207

[http://www.svd.se/kultur/streaming-minskar-nedladdning_5163693.svd] 100820

The New York Times - [<http://www.nytimes.com/2002/06/09/arts/david-bowie-21st-century-entrepreneur.html?pagewanted=all&src=pm>] 020609

Bilaga 1: Intervjufrågor

1. Berätta lite om dig själv och din musikaliska bakgrund
 - Även bakgrund till musiklyssnande
2. Hur får du tag i den musik du lyssnar på idag?
3. Hur såg det ut för 5 respektive 10 år sedan?
 - Laddade du ner musik då?
 - Om, gör du det fortfarande?
 - Om du slutat, varför?
 - Om inte alls, hur fick du tag i musik? Köpte skivor?
 - Har Spotify förändrat något, tror du?
4. Har du Spotify-konto?
 - Betal-/gratisversion? Varför?
5. Vilka av de möjligheter som Spotify erbjuder använder du? Varför och hur?
 - Spellistor
 - Related Artists
 - Biografierna
 - Stort utbud
 - Vänners lyssnarvanor via Facebook
 - Annat?
 - Vad är bra med dessa/detta?
6. Var och när lyssnar du på musik idag?
7. Har lyssnarvanorna förändrats i och med en tjänst som Spotify tror du? Varför/Varför inte?
 - Hur såg *dina* lyssnarvanor ut för 5 respektive 10 år sedan?
 - Vad har hänt med *dina* lyssnarvanor sedan Spotify?
8. Hur tror du musikmarknaden kommer se ut i framtiden?
 - Vad tror du kommer hända med nedladdningen?
9. Något annat du/ni tänker på?
 - *Frågorna under dessa punkter är följdfrågor.*

Bilaga 2: Mailintervju med Hugo Norqvist

Mailintervju med Hugo Norqvist, marknadsordinator på Spotify.

Gjord den 25 december 2012

Finns det siffror på minskad nedladdning?

Yes! De är en kraftig minskning men jag har inte exakta siffrorna i huvudet. Men har dem på min jobbdator så absolut något jag kan få fram. Det är verkligen något som Spotify gjort bra, i Sverige idag är den digitala nedladdningen av musik väldigt liten jämför vad den var för ett par år sedan.

Finns det siffror på användandet av digital musik kontra skivförsäljning de senaste åren?

Man kan ju se på skivbolagens intäkter från digital (streaming) kontra fysisk försäljning de senaste åren. Digital försäljning är idag större än fysisk och fysiska försäljningen minskar. Intressant är dock att den minskade redan innan streaming kom in på marknaden (pga illegal nedladdning) så vi ser Spotify som ett sätt att faktiskt säkerställa att rättighetshavare får betalt för sin musik. Och för att svara på frågan, yes siffror finns absolut, men måste leta reda på dem på andra datorn.

Siffror på den årliga ökningen (?) av användare och artister? Jämförelser med era konkurrenter?

- Behöver du siffror för Sverige eller globalt?
- Idag har vi avtal med över 300,000 labels världen över (alltså inte bara majorbolag som många tror) och fortsätter konstant att skapa avtal med fler.
- Vi har över 5 miljoner betalande användare världen över.
- Vi har över 20 miljoner aktiva användare. Egentligen har vi många fler registrerade, men vi räknar enbart aktiva användare och det är då användare som streamat en låt (30 sek minst) under de senaste 30 dagarna.
- Konkurrens är intressant. I Norden har vi en väldigt speciell/unik situation. Här finns nästan ingen direkt konkurrent (beroende på hur man ser det). Det finns tjänster som WiMP som har 350,000 användare (globalt) och jämfört med oss syns de nästan inte på radarn. Trots samarbeten med Telenor etc har de inte vuxit något på typ ett år. YouTube kan ses som en konkurrent då extremt mkt musik konsumeras via deras tjänst - men intressant är att de betalar ingenting till skivbolag men det är det aldrig någon som nämner eller funderar över? Vi har gjort en konkurrentanalys och jag kan säkert få fram lite bra siffror men måste åter igen gräva lite i jobbdatorn.

Största konkurrenter, och varför?

Beror nog åter igen på vilken marknad man syftar på. I Norden får jag nog säga, youtube, wimp, TDC play och itunes. Vi säger ofta att vi välkomnar konkurrens, vilket vi också gör. För oss som marknadsledare är det viktigare att folk vänjer sig och börjar använda streaming än att de lyssnar på radio liksom. Men det riktiga svaret är nog att konkurrens behöver inte ens vara andra musiktjänster utan kan lika gärna vara andra saker som folk väljer att lägga sin tid på, ex TV. Igen, vi har en väldigt unik situation här i Norden.

Har Spotify planer på att nå fler länder/världsdelar?

Absolut. Vårt mål är att vi ska finnas tillgängligt i all världens länder. Under 2011 och början på 2012 expanderade vi sjukt mkt men ibland måste man trycka på bromsen och låta saker få fäste innan man ger sig på nya marknader.

Inkomstkällorna för Spotify som företag och hur de går runt.

Vi är en av få musiktjänster som består av en gratistjänst och en premiumtjänst. Många av våra konkurrenter har enbart Premium där det är lätt att se var inkomsterna kommer från. Vi har som sagt också en annonsfinansierad del utöver vår premiumdel. Vi betalar ut omkring 70% av alla våra intäkter till skivbolagen.

Det har klagats på dålig ersättning för artister. Hur ser intäkterna ut för artister? Är detta något som kommer bli öka framöver i och med ökad spridning? (om det inte finns något konkret på det sista, vad tror du?)

Fortsättning på svar från ovan fråga. Vi betalar ut 70% av alla våra intäkter till skivbolagen. Totalt har vi betalat ut mer än \$500m till skivbolag och rättighetshavare och är deras näst största inkomstkälla efter iTunes globalt (som naturligtvis är extremt stora i UK, US). Vad skivbolagen gör med pengarna och vilka avtal de har med sina artister har vi inget att göra med och kan inte kommentera tyvärr.

Men visst, vår modell handlar om att växa och skala fort. Ju fler användare vi får in desto, mer intäkter och också pengar tillbaka till skivbolag och artister kommer kunna betalas ut.

Vad har Spotify för framtidsplaner? Vad tror du om Spotifys framtid?

Expandera och lansera på nya marknader! Vi annonserade nyligen att vi släpper

en follow feature och även något som vi kallar browse. Med den kommer användarna få relevanta musiktips och förslag. Har du lyssnat på Rihanna och hon kommer till Sverige för spelning eller släpper en ny singel så är tanken att du ska få det som en rekommendation! Det kommer bli grymt!

Vad tror du, eller folk på Spotify, om musikmarknaden och utvecklingen framöver?

Vi tror såklart att digital musik och streaming är rätt väg att gå. Personligen tror jag inte att vi kommer gå tillbaka till att köpa cd-skivor, men jag själv har ju börjat köpa mer vinyl nu på sista tiden för jag tycker det är ett roligt format.