

# Åndsverk, marked og teknologi

## Når kartet ikke stemmer med terrenget

Konferanse om kopibeskyttelse  
Stortingets kinosal  
28. oktober 2004



**Dr. Espen Andersen**

Associate Professor, Strategy and Technology  
Norwegian School of Management

European Research Director  
The Concours Group

<http://www.espen.com>  
[self@espen.com](mailto:self@espen.com)

Denne presentasjonen finner du på: <http://www.espen.com/papers/ea-kopi-2004.pdf>

## Hovedpunkter

---

- Platesalget har sunket de siste årene, men det skyldes konkurranse fra andre medier, ikke piratkopiering
- Platebransjen i Norge består av store utenlandske firma som ikke konkurrerer hardt nok
- Kopisperrer vil ikke hjelpe bransjen, men bare utsette en nødvendig restrukturering
- Overgangen til ny teknologi er spesielt vanskelig for de eksisterende plateselskapene, fordi de ikke kan oppgi et eksisterende, fremdeles lønnsomt distribusjonssystem
  - Nøkkelord: **Forstyrrende teknologi (disruptive technology)**
- Dette har skjedd før, innen mange bransjer, og løses som regel ved at nykommere tar det nye markedet, og at bare noen av de etablerte klarer overgangen
- Den nye teknologien, med lavere transaksjonskostnader, gir et større marked, med lavere inntjening pr. enhet, men mye større volum

**BI**

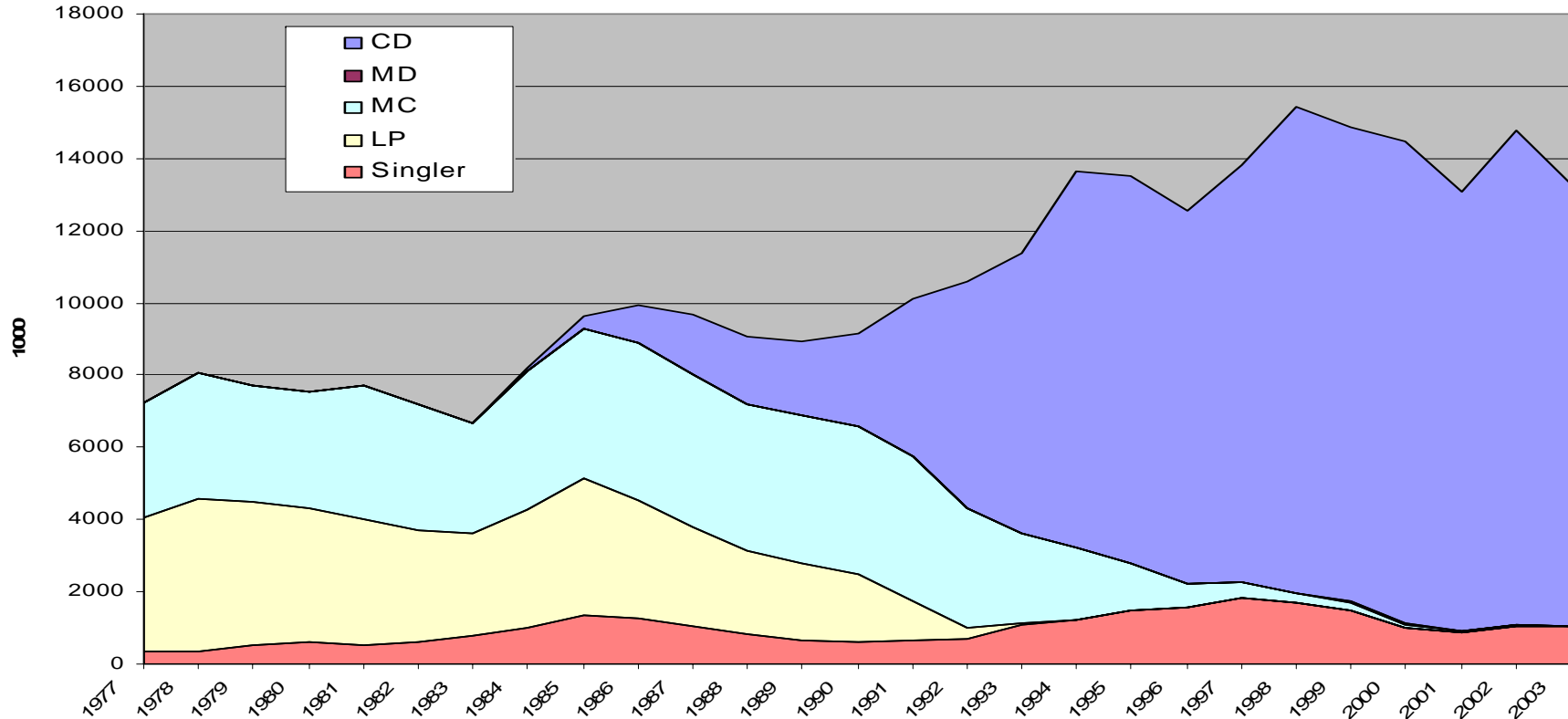
Produksjon av digitale åndsverk er blitt dramatisk mye billigere pga. rivende teknologiutvikling



www.405themovie.com

## Har platesalget gått ned?

### Antall enheter solgt

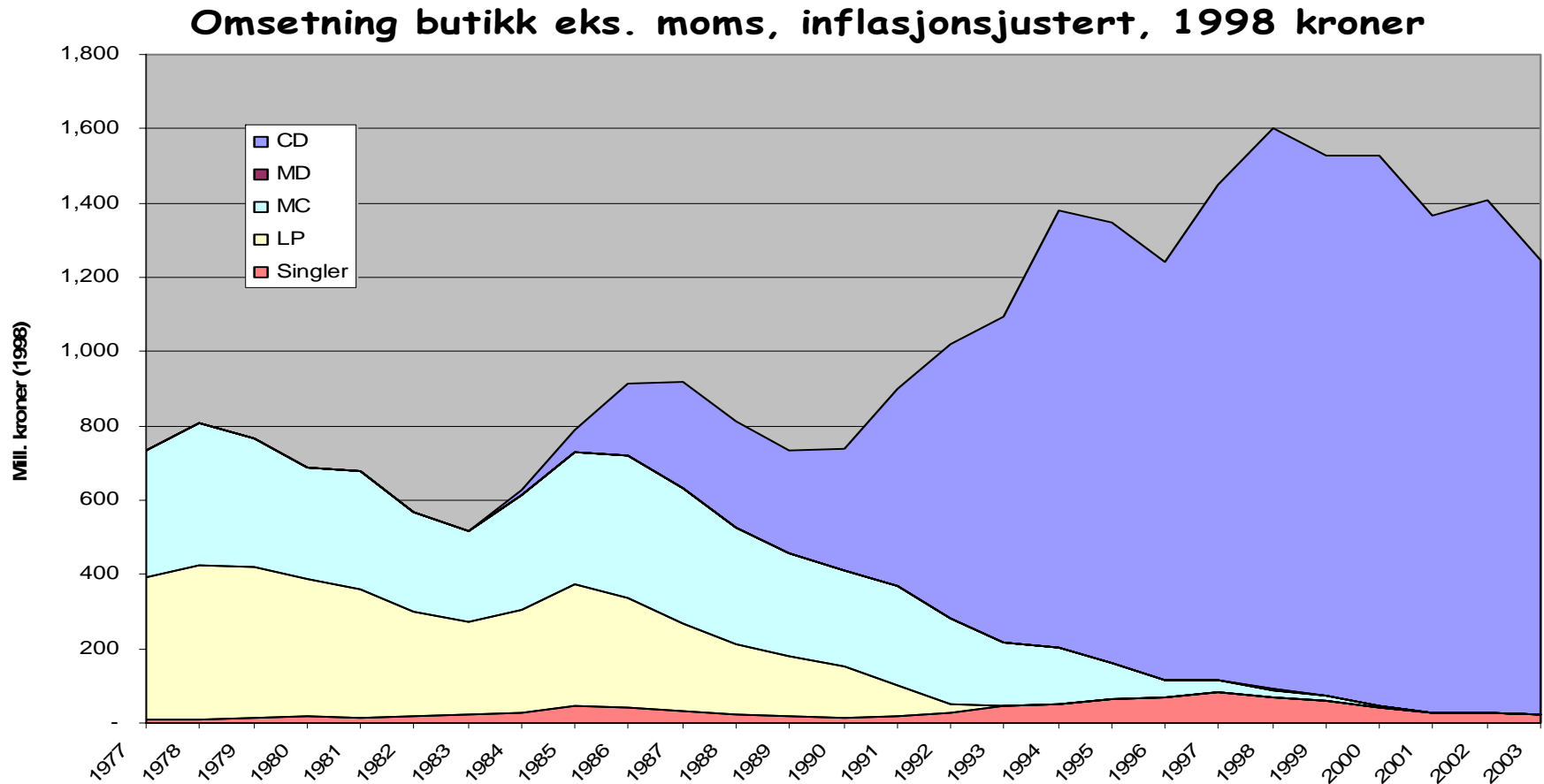


Kilde: [www.ifpi.no/statistikk/omsetning.htm](http://www.ifpi.no/statistikk/omsetning.htm)

Nielsen: USAs musikkbransjen rapporterer for lave salgstall

[www.kensei-news.com/cgi-bin/bizdev/exec/view.cgi/21/23374](http://www.kensei-news.com/cgi-bin/bizdev/exec/view.cgi/21/23374)

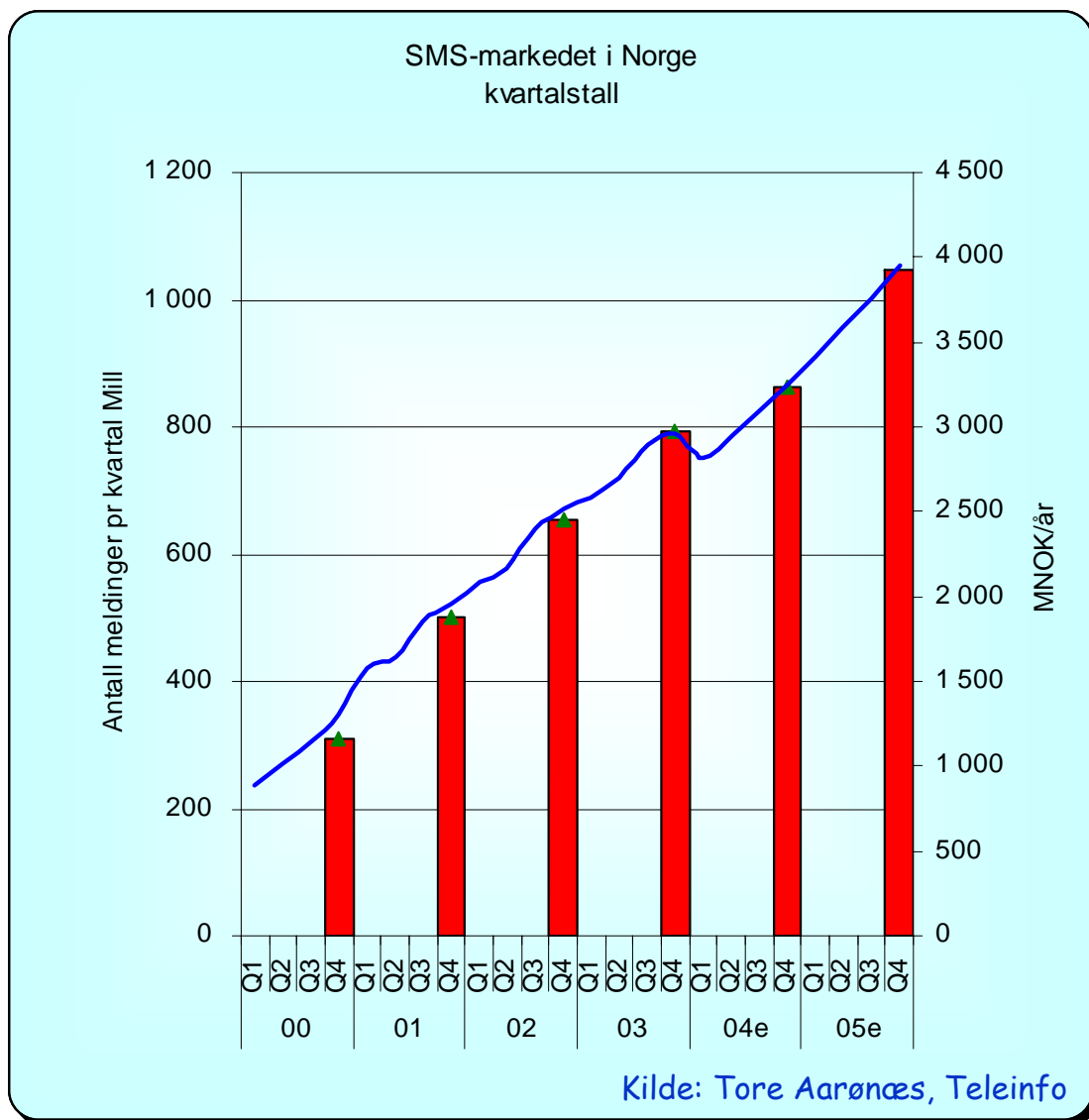
## Omsetningen i norske butikker har gått noe ned (men er på vei opp igjen)



**46% økning i norsk musikk salg Q1/04**

([www.dn.no/forsiden/etterBors/article215775.ece](http://www.dn.no/forsiden/etterBors/article215775.ece))

## Har det skjedd noe annet i mellomtiden?



- SMS-markedet fra 0 til 2.5mrd fra 1997 til 2003
- DVD-markedet over 2mrd. i 2002
- Dataspillmarkedet ca. 400m i 2003, fem-doblet siden 90-tallet
- Salget eksploderer for
  - Digitalkameraer
  - Spillkonsoll
  - Flatskjermer
  - MP3-spillere

**...men ikke CD-spillere...**

## Har det skjedd noe annet i mellomtiden? (forts.)



- Den dype lille plateforretningen er forsvunnet til CD-butikker i utlandet, ofte via Internett
- Det har ikke vært produktinnovasjon for CDer siden teknologien kom (og Sony Discman har for lengst gått av moten)
- Apple iTunes selger 200m sanger i året
- Det er seks ukers venteliste for iPod mini i USA

**Hvis teknologiutviklingen fortsetter, vil en iPod om 5 år kunne lagre all musikk som noensinne er produsert**

*Peter Cochrane, tidl. forskningssjef British Telecom*

## Norsk platebransje domineres av store utenlandske selskaper

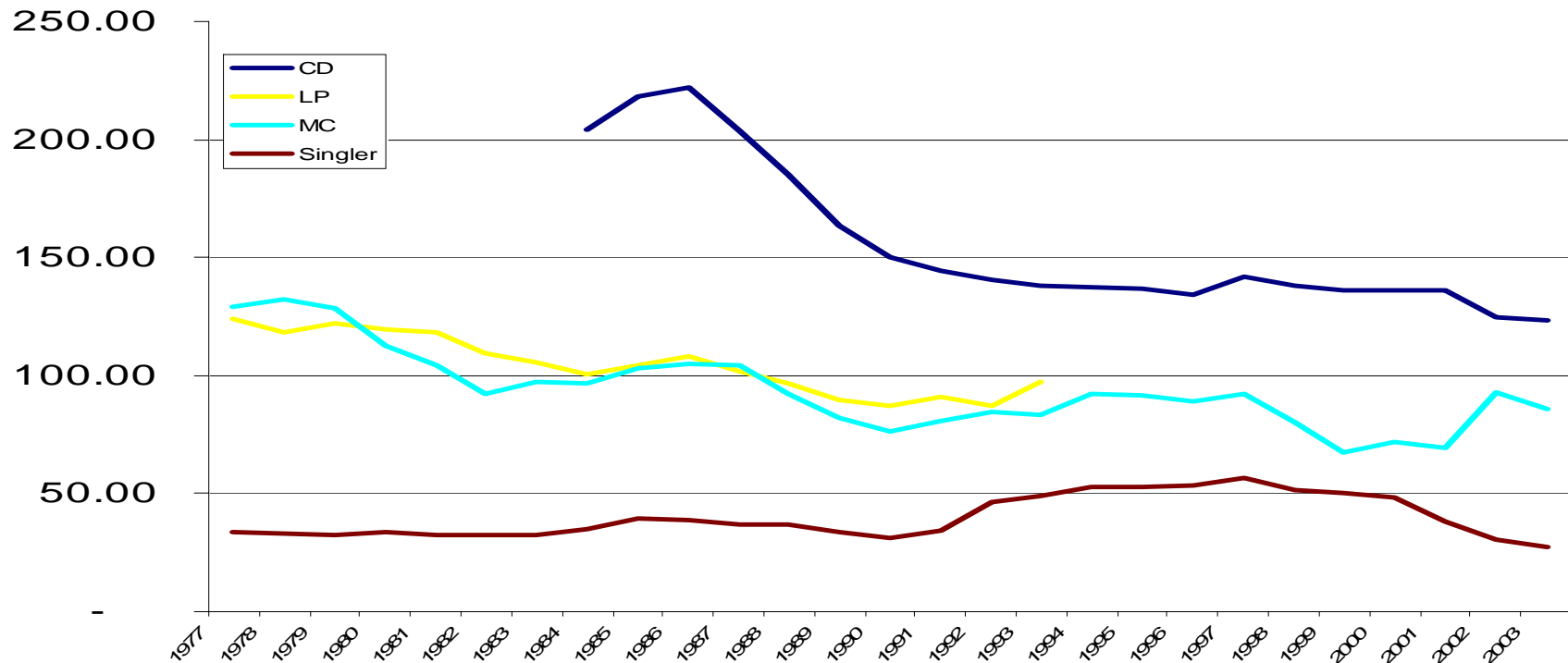
Selskap	2003	
	verdi (i 1000)	markeds- andel
Universal	205 390	23,1 %
EMI Recorded Music	201 233	22,7 %
Wamer	103 191	11,6 %
Sony	99 448	11,2 %
BMG	91 571	10,3 %
Norwave	10 229	1,2 %
Bonnier Amigo	23 787	2,7 %
Bare Bra Musikk	9 340	1,1 %
Master Music/Naxos	21 855	2,5 %
Tuba	26 838	3,0 %
Kirkelig Kulturverksted	11 167	1,3 %
VME	21 267	2,4 %
Playground	21 491	2,4 %
Tylden	10 685	1,2 %
Andre	30 734	3,5 %
<b>Totalt (mill. Kr.)</b>		<b>888,2</b>
Index med basis 2002		92 %
Index med basis 2001		95 %

- De 5 største firmaene er alle utenlandske og har 79% av markedet
- Ca. 20% av alle produksjoner er norske
- Klassisk musikk er ca. 4% av markedet

Kilde: [www.ifpi.no/statistikk/](http://www.ifpi.no/statistikk/)

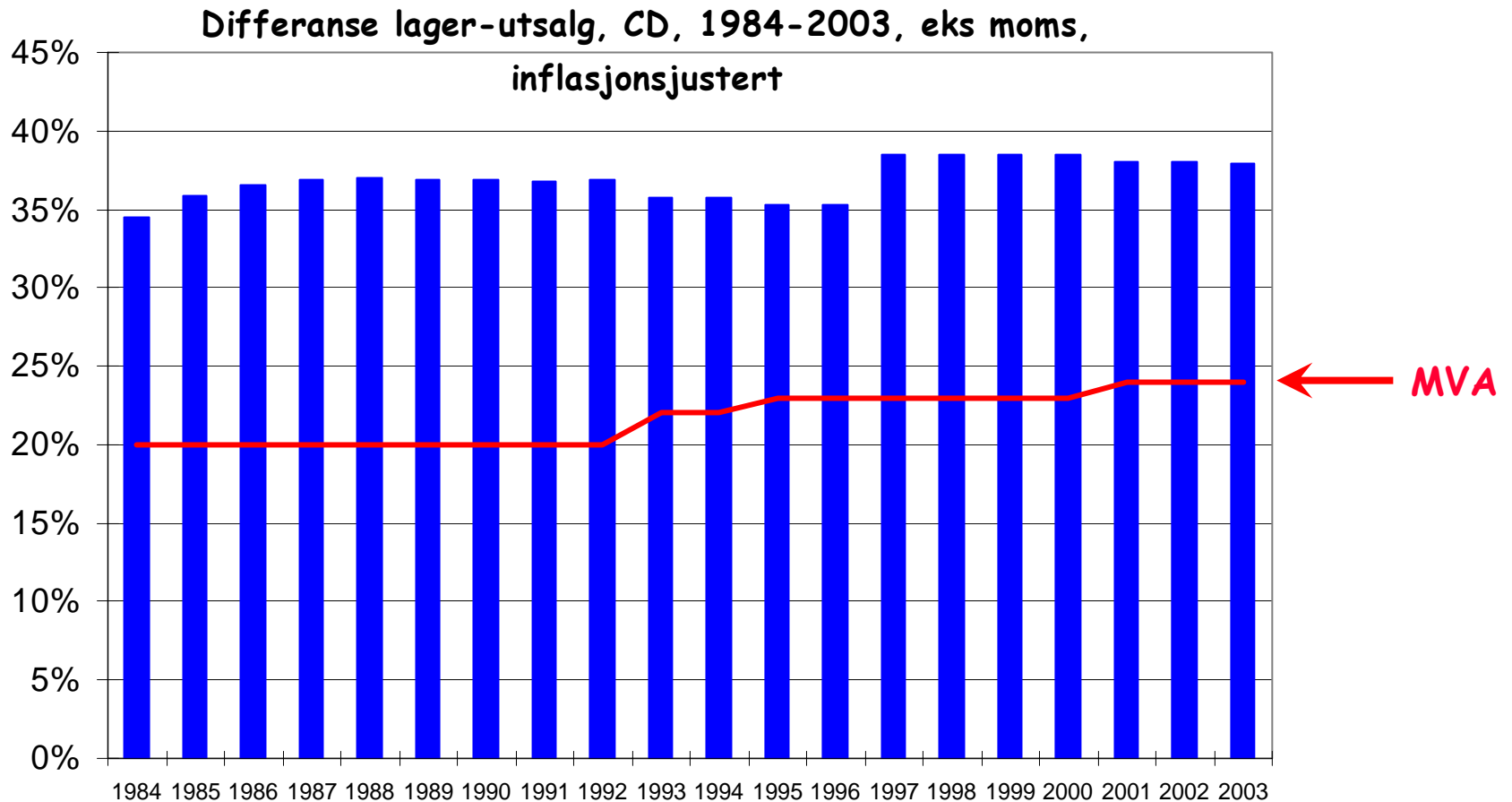
## Bransjens reaksjon: Gjennomsnittsprisene har gått litt ned over tid

Gjennomsnittspris, 1998 kroner, per produkt, inkl. moms



**Men...kostnadene har jo gått ned mye mer?**

## Marginene er stabile og økt moms sendes videre til forbruker etter et år eller to...



**Konklusjon: Plateselskapene konkurrerer ikke!**

# Kopisperre virker ikke, og bransjen vet det



**DRM-teknologi krever konstant nettaksess, at kunden ber om tillatelse for å spille av hver gang...**

## Mye av kostnadene i musikkdistribusjon forsvinner ved digitalisering av distribusjonen

	Physical Distribution	Record Co. / Retailer / Customer	Record Co. / Customer	Artist / Customer
Total Cost: \$15–\$18	100%	100%	100%	100%
Retail Cost: \$5.25–\$6.5 Margin: \$0.8–\$1.0 Staff: \$1.2–\$1.45 Distribution: \$1.2–\$1.45 Store rent: \$2.25–\$2.75	35%	30% <sup>a</sup>	10% <sup>b</sup>	10%
Advertising/Marketing: \$2–\$4	20%	20%	15% <sup>c</sup>	5% <sup>e</sup>
Distribution: \$1.2–\$1.60	7%			
Manufacturing: \$0.75	5%			
Studio: \$1	6%	6%	6%	6%
Royalty: \$2.	12%	12%	12%	12%
Overhead: \$2.	12%	12%	10% <sup>d</sup>	
Record Co. Margin: \$0.5–\$0.7	4%	4%	4%	
Total	100%	84%	57%	34%

Premkumar, G. P. (2003). "Alternate Distribution Strategies for Digital Music." *Communications of the ACM* 46(9): 89-95.

# Hva er en "disruptive technology"?

---



1. Den appellerer først til et kundesett du ikke er interessert i.
2. Den er av dårligere kvalitet i de tradisjonelle måledimensjonene.
3. Dersom du gikk over til den, ville du tape penger.

## Hvordan vil et fremtidig musikkmarked se ut?

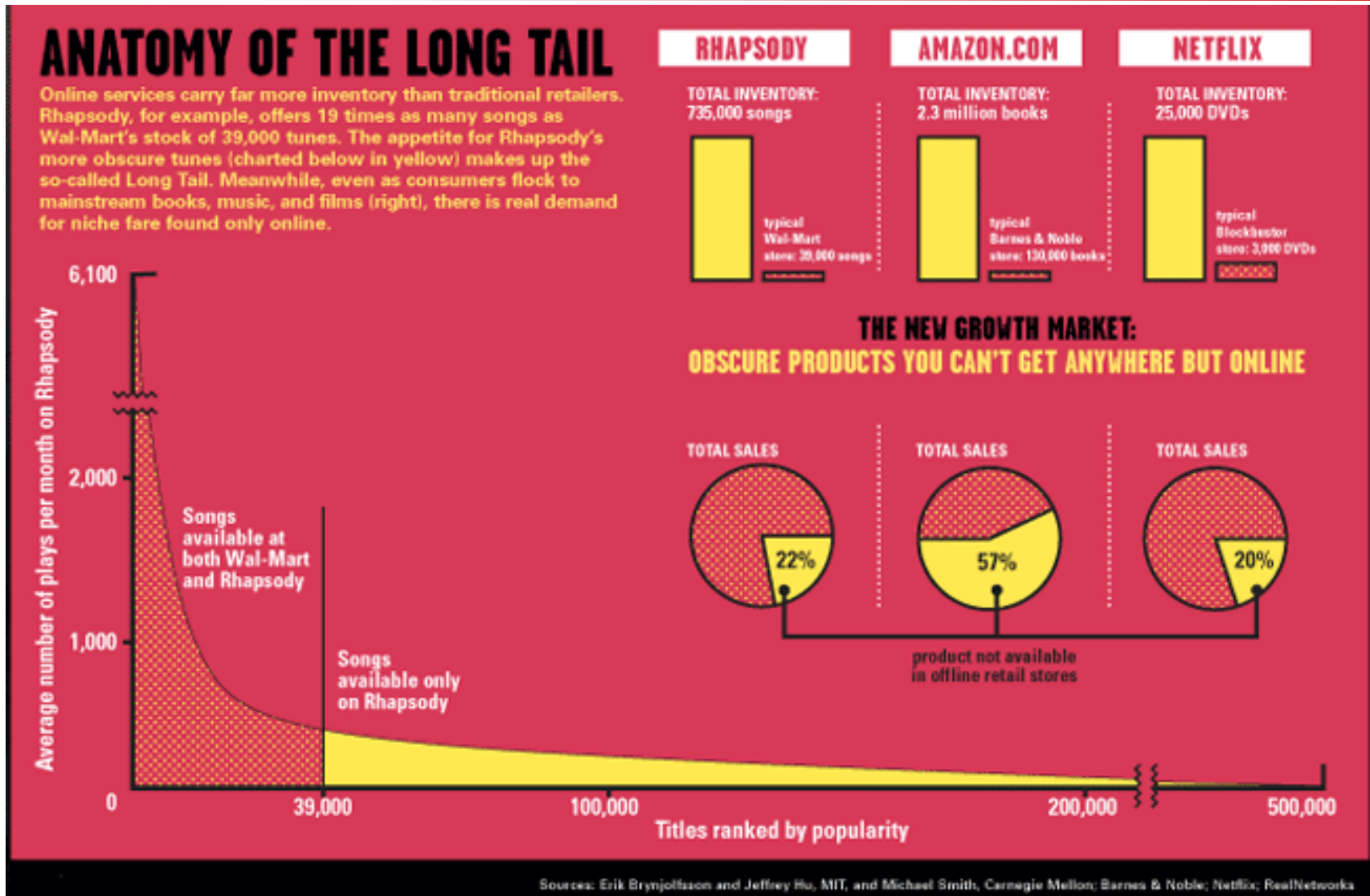
---

- In the future, everyone will be famous for fifteen minutes
  - Andy Warhol
- In the future, everyone will be famous for fifteen people
  - Mamus, 1991
- Flere selskaper
- Større andel til artistene
- Flere artister publisert
- Økt tilgjengelighet
- Flere nisjemarkeder
- Mindre penger pr. enhet, men mange flere enheter solgt

**Mer bruk for artister, mer bruk for kreativitet, mer makt til kundene, mindre bruk for plateselskaper**

## Det er mange penger i den lange halen - i å selge obskure låter til noen få

Anderson, Chris (2004) "The Long Tail" *Wired* 12.10  
<http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>



## Lavere transaksjonskostnad og god informasjon driver frem salg av ting som før var uselgelig



Anderson, Chris (2004) "The Long Tail" *Wired* 12.10  
<http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>

## Hva bør bransjen gjøre?

- Senk prisene på CDer for å møte konkurransen
- Lær av bok- og bruksalgsbransjen (Amazon, eBay, Haugenbok, finn.no!)
  - Anbefalingsmekanismer, individuell tilpasning, linker til tilsvarende produkter, egenutvikling
  - La kundene selge dine produkter (associate-sider)!
  - Selg CDer med andre produkter (T-skjorter, bøker, teknologi, souvenirer)!
- Innfør abonnementsordninger - det er stabil og god inntekt
  - St.Etienne laget gratis CD til abonnementsmedlemmer, den selges for \$200-300 på eBay)
- Selg en autentisk opplevelse hvor CDen bare er en liten del av det hele:
  - Grateful Dead, Jimmy Buffet, Phish
  - Auksjoner bort signerte CDer!
- Fortsett å saksøke pirater, men gjør det lett og billig å være lovlydig
- Lær fra DVD-bransjen: Mer materiale, global lansering
- La kundene lage sin egen CD, og selg dem en vakkert trykket klistrelapp til den
- La brukerne være kreative - la dem rippe/kombinere/publisere gjennom din webside!
  - White and black album → gray album
- Gjennomfør et standard, åpent format for alle spillere - det kommer allikevel
- Gå direkte til nye kanaler:
  - U2 slipper et album direkte til iPod 23. november

**Det er ikke lønnsomt å slåss med kundene dine...**

## Så langt har ikke platebransjen benyttet de nye mulighetene....

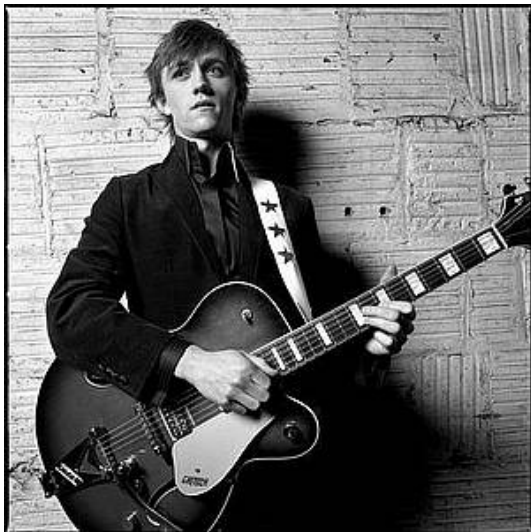
---

- Mobster
  - 29 kroner pr. sang, WMA-format som ikke kan kopieres
  - Dårlig lyd kvalitet, leveranse med epost
  - Siden er ikke oppe ennå
- Ingen referansemekanismer
  - Utnytter ikke mulig markedspenetrasjon
- Ingen mulighet for agentsalg
  - Espen.com fikk \$68 fra Amazon i fjor...
- Ingen kommentar- og referansemulighet

Det er så mye dritt på Kazaa. Jeg skulle ønske iTunes fantes i Norge, for da hadde jeg kjøpt der. Det er jo lovlig.

*Norsk data- og musikkinteressert 16-åring*

## Artistene skjønner markedet, de vil ikke ha kopisperrer....



SondreLerche.com Foto: Mick Rock



Bertine.com



Janove.com Foto: Paal Audestad

Jeg er imot kopisperren, fordi den straffer helt feil folk og ikke løser problemene med nedlasting på Internett. Det er helt feil å straffe folk som faktisk kjøper platen i butikken.

*Sondre Lerche*

- 1.** Lukkede distribusjonsformater skaper og vedlikeholder et piratmarked
- 2.** Nye distribusjonsformer skaper nye markeder
- 3.** Gitt tilstedeværelsen av et legitimt tilbud og fornuftige priser vil piratvirksomhet marginaliseres og de store fortjenestene være forbeholdt legitime aktører.

<http://folk.uio.no/gisle/copyr02.html>

[...] nettet er den naturlige markedsplass for produkter som består av ren informasjon, slik som musikk. I årene som kommer vil det skapes enorme fortjenester for de aktørene som er til stede på dette markedet. For musikkbransjen er valget i realiteten om de ønsker å være til stede her, hvor vi musikkelskere og kunder er, eller om de trives bedre i rettssalen.

*Gisle Hannemyr*