

# Självständigt arbete på grundnivå

Ljudproduktion GR (B)

*Självständigt arbete med metod, 15 hp*

**Att arbeta med ”Synchronization management”**

**Carl Olsson**



**Mittuniversitetet**

MID SWEDEN UNIVERSITY

Campus Härnösand Universitetsbacken 1, SE-871 88. Campus Sundsvall Holmgatan 10, SE-851 70 Sundsvall.

Campus Östersund Kunskapens väg 8, SE-831 25 Östersund.

Phone: +46 (0)771 97 50 00, Fax: +46 (0)771 97 50 01.

## Abstract

This essay revolves around *Synchronization management & Synchronization licensing*, or in short *sync*. The development of *sync* as a career choice and profession has been fast and is still ongoing. It is not until later years that *sync* has become a proper profession, whereas before it was just part of a publisher or sales person's regular work.

In short, *sync* deals with the commercial use of copyright protected music. A *synchronization manager* negotiates fees and licensing agreements while handling the dialogue between commercial businesses, publishers and in some cases song writers. Once a deal has been made a *Synchronization license* is granted by the owner of the copyrighted music, allowing the licensee (the person wanting to use the material) to use the music according to the agreement. A *Synchronization license* is most commonly used when a company wants to use music in either commercial, television or any kind of visual media.

To get a better understand of *Synchronization management* a series of interviews were conducted to get three different perspectives. The first interview helped establish what a *synchronization manager* actually does, and was held with a person who works with the profession in question. To better grasp the song writing point of view when it comes to *sync* an interview with a person who was writing for *sync briefs* was conducted. Lastly, a publisher was interviewed to help understand *synchronization licensing* from a publishing point of view.

The result generated by the interviews in combination with already written articles about *Synchronization management* helped get a better understanding of the profession and how different individuals are using it in their daily life in music. The main question of this essay was to establish if *sync* is a reliable source of income for "up-and-coming" song writers and music producers.

## Innehållsförteckning

Inledning .....	3
Bakgrunden och uppkomsten av Sync.....	4
Intervjuer .....	5
Att arbeta med sync.....	9
Framtiden för musikbranschen .....	10
Sammanfattning .....	11
Referenser .....	13
Bilaga .....	14
<b>Sync-exempel i praktiken.....</b>	<b>15</b>

## Inledning

Detta arbete behandlar arbetsformen och tjänsten *Synchronization management* (eller *sync*), som är en relativt ny gren inom musikbolag och musikbranschen. I takt med att musikbolag och skivbolag har fått en mindre roll i distribuering och förläggning av musik har tjänster som exempelvis *sync* uppkommit. I grunden är *sync* en form av "synkronisering" mellan låtskrivare, förlag och valfritt bolag som är i behov av musik. En person som arbetar med *sync* sköter licensiering och kommunikationen mellan parterna för att förhandla fram en affär baserad på uppdraget i fråga (Paterson, 2018). *Sync* kan också åsyfta själva handlingen "synchronization licensing", vilket används när ett företag/person vill använda förlagd och upphovsrättsskyddad musik för exempelvis kommersiella syften.

Arbetet kommer utgå från tre frågeställningar som behandlar *sync* i praktiken samt vetenskapligt, med fokus på musikbranschens utveckling i helhet.

### Frågeställningar

- Hur jobbar man med *sync*, hur ser marknaden ut och hur funkar det i praktiken?
- Kan man som låtskrivare jobba endast med *sync*, dvs. är det en tjänst man kan livnära sig på?
- Är *sync* framtiden för musikbranschen, varför i så fall?

Arbetet baseras på litteratur kring musikbolag och *sync* som tjänst, samt intervjuer och den data som dessa intervjuer genererat. Intervjuerna fokuserar på olika områden inom musikbranschen som alla är sammankopplade med *sync*, för att få flera olika perspektiv på tjänsten.

## Bakgrunden och uppkomsten av Sync

Synchronization eller ”sync” som det i folkmun kallas i musikbranschen är en tjänst som börjat dyka upp frekvent hos storbolag som Warner, Universal och Sony. Tjänsten och namnet *sync* härstammar i sin tur från “*Synchronization license*” eller “*Synchronization rights*”, som innan tjänsten var en typ av copyright-avtal (Lundquist, 2009). *Sync* har fortfarande med avtal att göra, exempelvis avtal om att använda en upphovsrättsskyddad låt i kommersiellt syfte. Det finns inget exakt datum för när tjänsten först kom i bruk, utan det handlar om uppgifter som license-managers utförde som nu blivit en egen tjänst. Under 2009-2018 har tjänsten *sync* blivit en erkänd tjänst, där den dessförinnan kunde vara en del av exempelvis en förläggares arbetsuppgift (McDonald, 2019).

*Sync* är som tidigare nämnt en relativt ny tjänst och på senare år har även mindre förlag börjat anamma tjänsten. Stora musikbolag som Sony och Universal har sysslat med *sync* och tjänsten har varit aktuell sedan tidigt 2000-tal. Magnus Palmberg på **Warner** beskriver de tidiga stadiet av *sync* lite som något som byggde på tur och ”att man var glad om något hände”. Det startade enligt Palmberg med att avtal började förhandlas om och att man ändrade inställningen, som tidigare hade varit naiv gällande avgifter (Nilsson, 2009). *Sync* är något som, i takt med teknikens utveckling, blivit mycket mer lättarbetat. På tiden som fysiskt material skickades runt kunde förhandlingar gällande rättigheter ta lång tid, och var direkt begränsat av tekniken som var aktuell för tillfället. I dagsläget när mycket är molnbaserat är *sync* en mycket mer lättarbetad tjänst då musik i stor del är lättillgänglig och molnbaserad (Lundquist, 2009).

Uppkomsten av tjänsten *sync* har att göra med att bistå olika förlag och musikbolag med att få ut musik som ligger i deras förlagda katalog. Efterfrågan på musik, både redan skriven, men även musik som skrivs på förfrågan har blivit större med åren. På grund utav denna efterfrågan har *sync* blivit en viktig tjänst för de stora bolagen då licensförhandlingarna måste skötas snabbt och effektivt för att inte hamna i ett annat bolags händer (Bandzoogle, 2016).

Fenomenet *sync* påverkar inte bara den som aktivt arbetar med det, utan även låtskrivare och artister. Att skriva mot förfrågningar har blivit en vanlig sak idag och även ett sätt för låtskrivare och musiker att tjäna pengar. När en synkroniseringslicens förhandlas fram är det förlaget, låtskrivaren/artisten och personen som jobbar med *sync* som tjänar pengar. Dessa pengar blir i praktiken ”gratis” då inget säljs eller ges bort utan endast lånas ut på en bestämd

Carl Olsson

LP004G\_D2341\_HT18

tid. Detta gör att artister kan tjäna pengar på gamla låtar och musik som ligger ospelad i en katalog som annars aldrig hade genererat någon inkomst (Jones, 2015).

## Intervjuer

För att få en bättre inblick i hur folk arbetar med *sync* så jag valt att intervjua folk i branschen. Personerna jag har valt att intervjua arbetar inom snarlika områden, men alla har en koppling till *sync* och användningen av ”*Synchronization Rights*”. Via Skype intervjuade jag Peter som jobbar för en brittisk plattform som heter ”*Music Gateway*” som nästan uteslutande arbetar med ”*Artist and Synchronization management*”. Peter ansvarar för kommunikationen mellan låtskrivare, förlag och flera olika kommersiella bolag och mellanhänder som behöver olika typer av musik. *Music Gateway* fungerar som en anslagstavla för både låtskrivare, förlag och *synchronization managers* för att hitta uppdrag och projekt (MBW, 2017).

I Malmö intervjuade jag artisten, sångerskan och låtskriverskan ”Sara” som skrivit musik både för ”*sync*” och för ”*artist pitch*” i snart två år. Sara satt tidigare och skrev på en musikstudio i Malmö men idag jobbar hon fritt och frilansar som musiker. Sara är 21 år gammal och har spelat musik sen hon var 10 år gammal.

Sist ut så intervjuade jag även en musikförläggare för att få en inblick i hur ”*sync*” har påverkat deras verksamhet och branschen i helhet.

*Då det finns en viss känslighet gällande budget och annan information har jag blivit ombedd att inte använda personernas namn. Intervjuerna är omskrivna för att få en lättare överblick.*

### **Intervju med Peter som idag jobbar som *Sync & Licensing Manager***

- Hur länge har du jobbat med *Sync* och hur har tjänsten utvecklats sen du började?

*Jag började med Sync runt 2016, då var det endast en liten del av mitt arbetsområde. I de flesta fall var det projekt med väldigt kort deadline där klienten vill köpa eller förhandla ”Synchronization rights” för en låt som låg förlagd på förlaget jag jobbade. Det var inget vi hade pitchat direkt för en ”sync”, utan i de flesta fall en låt som hade legat i flera år men som passade vår klient till deras projekt. Idag är sync en heltidstjänst för mig där jag konstant både skapar listor (playlists) beroende på humör/känsla & briefs samt skickar in musik till olika ”leads” eller ”briefs” flera gånger om dagen. Det har blivit mycket högre tryck och idag har många förlag lagt hela sina verkskataloger på Internet vilket underlättar för synchronization managers och branschfolk att både hitta låtar och samarbetspartners. Detta var inte lika vanligt innan, och då var man tvungen att maila mp3:or till varandra istället.*

- Hur fungerar det med betalning och ”fees”, tjänar låtskrivare på *Sync*?

Carl Olsson

## LP004G\_D2341\_HT18

*Det är lite olika beroende på projekt, budget och vem det är som har lagt ut uppdraget. Uppdelningen mellan förlag och låtskrivare brukar vara 50/50 när det kommer till "Synchronization Rights/Fees". I vissa fall får "Sync Manager" provision på kostnaden, i vissa fall inte. Skickar man ut 20-30 låtar om dagen i olika projekt brukar ungefär 1-5 gå vidare till klienten, därefter kan det ta veckor eller månader innan man hör något. En normal budget för placering i en TV-serie som inte är i USA brukar vara mellan 2000 – 5000 dollar. Det betyder att låtskrivaren får hälften av den summan om klienten beslutar sig för att ta låten. Eftersom det är en "Synchronization license" så kan den användas hur många gånger som helst och det är inget som blir "sålt", om man jämför med "Artist Pitch" där man generellt inte får släppa eller använda låten på samma vis efter en deal.*

- Hur fungerar ditt jobb i praktiken?

*Jag brukar vara på jobbet ganska sent, mellan 10-11 då förlaget jag sitter på jobbar främst med USA och Sydkorea. Sen brukar jag gå hem runt 19, då kan jag arbeta med båda länder utan att det krockar för mycket. På morgonen har jag generellt 4-5 mail med "leads" (förklaring på vad en klient behöver), förfrågningar på verk och svar från låtskrivare som har skrivit på "leads" som jag själv har skickat ut. En "lead" kan se ut på följande vis: "Budget \$3000 "Electronic Pop/Dance Needed for Upcoming TV show. We are specifically looking for Pop tracks with an Electronic focus, maybe with a slight alternative edge to them. Dance tracks would also work too as long as they are close to the reference". Därefter brukar det alltid vara en eller flera referenser länkade antingen till Youtube eller till Spotify för att visa hur låten ska vara. Beroende på hur lång deadlinen är så skickar jag antingen ut "leaden" till våra låtskrivare/samarbetspartners eller så skickar jag in redan befintlig material från vår katalog/playlists. För att skicka ut till låtskrivare brukar jag ha minst 10 dagars deadline för att kunna hjälpa till med feedback. När jag har hittat passande låtar så inkluderar jag all meta-data så som genre, upphovspersoner, förlagsuppdelning etc. och skickar iväg låtarna till klienten.*

- Är Sync framtiden för musikbranschen?

*(Haha) det är svårt att svara på, men det är helt klart i rätt riktning! Sync ger en rättvis ersättning till låtskrivare, vilket är ovanligt idag. Det kapar även mellanhänder och skapar möjligheter för musik som annars bara hade legat och dammat. Det skapar även möjligheter för alternativ musik samt fungerar det bra för låtskrivare som kanske har fastnat i sin kreativa process.*

Efter intervjun med Peter kände jag att jag hade en bra grund att stå på gällande hur sync fungerar och vad tjänsten faktiskt innebär. Jag fick också en del information om hur mycket pengar som placering av musik kan generera. Det var ett genomtänkt val att först vända mig till en person som jobbar med sync innan jag pratar med en låtskrivare, då jag ville inkludera frågor som kunde genererats av den första intervjun.

### **Intervju med "Sara", låtskrivare, artist och musiker**

- Hur kom du i kontakt med sync?

*Jag spenderade under två års tid mina dagar på ett musikföretag i Malmö där jag skrev nästan allt jag har gjort. Där satt både låtskrivare, förläggare, musik; ja nästan alla inom branschen kändes det som. Jag visste egentligen inte var skillnaden var mellan "Sync", "Artist Pitch" och "Leads" etc. utan det är något jag har lärt mig under tiden. Men den första gången var när en på det företaget frågade om jag ville att en av mina låtar skulle vara med i en reklamfilm.*

- Hur kände du inför det då?

*Min första reaktion var "uschi" och nej det vill jag verkligen inte. Jag vet inte riktigt varför, jag tror jag tänkte tillbaka till en tid när det var fullt att artister tjänade pengar på att ha sin musik i reklam som de inte alls stod för. I detta fall kunde inte personen svara på vad det var för reklam heller, utan endast att det skulle vara "Mellow acoustic track with female vocals" eller något i den stilen. Jag tänkte lite mer på det och pratade med förläggare och kom till insikt att det kanske vore en bra idé ändå, och att jättemånga använder sin musik i både reklam och TV idag.*

- Är det många som har den inställningen till reklammusik idag tror du?

*Jag vet faktiskt inte, och jag vet inte varför jag reagerade på det sättet. Det känns så materialistiskt på något sätt, och reklam är ju tråkigt (haha). Det blir smutsigt och det kanske är reklam för något som man inte alls vill göra reklam för, eller det är så man tänker i alla fall. Nu fick jag bekräfta allt och kolla på allt noga innan, men jag tänker att det kanske inte alltid har varit så, utan innan så fick förläggare/skivbolag bestämma allt*

- Har du skrivit mycket för sync och känner du att du hade kunnat leva på det?

*Jag har skrivit en del, men främst har låtar jag redan skrivit sedan ett tag tillbaka blivit använda eller pitchade. Jag tror det är 5st som blivit använda totalt om jag minns rätt, men det tog lång tid, och ännu längre tid att få betalt. Från att jag fick bekräftat att en låt hade gått vidare tog det kanske 6 månader innan jag fick svar om att min låt blivit vald. Man vill ju veta direkt, även fast det kanske inte är så stora summor det handlar om. Den ena var bara någon Instagram-reklam, jag tror jag fick 600kr totalt. En annan låt som valdes var för en Netflix-film i ett land jag inte kommer ihåg nu, där fick jag lite mer, runt 5000kr. Jag hade absolut inte kunnat överleva på vad jag har tjänat på Sync. Om jag hade skrivit låtar varje dag enbart för Sync tror jag inte heller det, det är så stor konkurrens. Storbolagen får allt då det är mycket vanligare att en stor känd låt väljs istället för min. Jag tror Sync är svårt, och man får se det som en extratjänst om man jobbar med låtskriveri. När vi skrev till artister kunde man få flera hundra tusen kronor om en låt blev vald, men samtidigt så "försvann" ju den låten då, en Sync kan användas flera gånger.*

- Skrev du aktivt för en sync någon gång, dvs. att du skrev något endast för en sync?

*Hmm, jag kommer faktiskt inte ihåg, kanske? Jag skrev ju låtar hela tiden, och det kan hända att jag vinklade en låt som jag redan hade börjat skriva på mer åt ett håll för att den skulle passa en Sync. Det är ju oftast ganska korta deadlines på Sync och jag gillar inte att stressa ut min musik, oftast blir det inte så bra då. Folk som jag vet skriver för Sync kan kasta ur sig 3-4 låtar på en dag, skicka in allihop sen jobba vidare på kanske 1 eller 2. För mig fungerade sync, eller uppdrag generellt mer som en motivation för att skriva musik som jag annars inte hade tänkt på. Att få en referens att skriva efter ger direkt en tanke och en idé som jag annars aldrig hade fått.*

Efter intervjun med Sara kände jag att jag fick en helt annan sida av sync som kändes betydligt mer besvärlig än vad jag hade trott. Just att det är korta deadlines, men samtidigt så långa svarstider gör det problematiskt att få en aktiv inkomst av det. Nu är det endast baserat på en intervju, men samtidigt hade Sara jobbat på ett bolag där det satt flera låtskrivare som hade samma uppfattning, dvs. att sync var något extra, inget man fokuserade på. För den sista intervjun så kommer jag fokusera på svaren jag har fått från de två tidigare intervjuerna, för att försöka få en slags sammanfattning av det hela. Ett förlag är ju på ett sätt vinklat, då de i



vissa fall har ”sync-managers” anställda som genererar inkomst för dem, vilket jag hade i åtanke både när jag ställde frågor och när jag fick svaren.

### Intervju med musikförlag

- Vad har ni för erfarenhet av sync och synchronization licensing?

*Licenser av olika slag är något vi jobbar med varje dag. Varje gång musik används på något sätt så krävs både kontrakt och licenser. Om musik ska användas i något sammanhang så måste det godkännas av flera olika parter. Nu handlar kanske inte denna intervju om upphovsrätt, men egentligen handlar ”Synchronization” i grunden om upphovsrätt. Om någon vill använda sig av musik som ligger förlagd hos oss så måste vi godkänna det innan, då det är vi som förvaltar rättigheterna över verket. Om musiken inte är förlagd alls, då är det musikskaparen som beslutar detta. Vi har personal som arbetar exklusivt med ”Synchronization Licensing” när det kommer till placering av musik.*

- Arbetar ni direkt med låtskrivare också, för skapande av ny musik för sync?

*Det gör vi inte i dagsläget då vi endast fokuserar på förlagsbiten, däremot vet jag att andra förlag gör det. Det blir en annan sak då, och ett mer sporadiskt arbetssätt. Eftersom att vi inte är nischade så har vi många olika företag och bolag som vi sköter förläggningsen för, till skillnad för bolag som sköter både förläggning, inspelning etc. Mindre musikbolag (och större) brukar i regel göra allt själva, medan vi endast sköter förlagsbiten.*

- Sitter ni och aktivt letar musik baserat på förfrågningar?

*Vi har anställda som jobbar exklusivt med sync, som baserat på förfrågningar hittar musik som passar, både budgetmässigt och genremässigt. Eftersom vi är väldigt breda i vilka artister vi förlägger så är budget en stor faktor. En låt för exempelvis filmmusik i Sverige genererar inte så mycket pengar, medan en internationell reklam kan generera mycket pengar. En stor artist vill i regel ha större ersättning än en mindre artist, vilket gör att man måste sälla baserat på budget.*

- Kan en låtskrivare överleva på att endast jobba med sync?

*Det där är ytterst individuellt, men generellt nej. En ny låtskrivare som inte har någon tidigare erfarenhet eller hit kommer ha det svårt för att komma in på ”sync-marknaden”. Ett band som Queen, vars musik konstant används i kommersiella sammanhang av olika slag är i en helt annan position. Det finns även exempel på reklamfilmer som använde musik av ”The Beatles” som kostade flera miljoner svenska kronor. För att man ska kunna överleva tror jag att man redan måste vara etablerad artist och ha populära låtar, eller hamna i ett sammanhang där man enkelt kan skicka sina låtar till personer med inflytande i branschen. Samtidigt vill många använda redan kända låtar, vilket även det gör det svårare för ”okända” artister att få igenom en sync.*

- Sync känns som en modern tjänst som bygger på molntjänster och snabba kontakter.

Är det framtiden för musikbranschen, och hur tror ni det kommer utvecklas?

*Det är svårt att spekulera i framtiden, men det är på rätt väg. Tillgänglighet har varit ett problem för musikbolag länge, sen kom streaming. Trots att folk kunde ladda ner musik och enkelt hitta det så envisades skivbolag och musikbolag länge med att försöka sälja fysisk musik, trots att efterfrågan var låg. Det sync har gjort är att molnbasera kataloger för förlag, för att göra det enkelt för bolag att lyssna igenom musik och att hitta passande verk inför ett projekt. Tidigare var man tvungen att skicka*

Carl Olsson

LP004G\_D2341\_HT18

*fysisk media, maila MP3-filer och allt var otroligt utdraget i jämförelse. I dagsläget kan en "Synchronization license" erhållas på en dag om allt går som det ska, just för att allting är så lättillgängligt. Jag tror att det innehåller receptet för framtidens musikbransch, för jag tror att framtiden grundar sig just i lättillgängligheten.*

## Att arbeta med sync

Denna sektion är baserad på information som finns gällande arbetsformen *Sync*, samt intervjun med Peter som jobbar som *synchronization & licensing manager* på ett stort Brittisk musikbolag.

*Sync* är ett utåtriktat och brett arbete som kräver flera saker av den som jobbar med det. Det finns ingen direkt utbildning för det i dagsläget, utan dem som söker sig till yrket brukar ha det kombinerat med "marketing". "sales" eller "publishing". Det krävs även kunskap inom musikrättigheter, fackliga termer samt musikjuridik för att kunna jobba med *sync*, då varje projekt är annorlunda. *Sync* är dock inget yrke som en musikjurist hade valt, då det handlar mer om försäljning och att ha ett öra för musik (Lundquist, 2009). I grunden handlar det faktiskt mest om just musikörat, att veta vad som passar var och att kunna föreställa sig vad ens uppdragsgivare faktiskt letar efter. Det blir som en slags talangjakt i många fall, där den som *sync manager* måste sälla genom en mängd låtar för att hitta den som passar bäst. Budget, text, låtskrivare, förlag; det är mycket som spelar in i valet av musik. Är det flera förlag bakom en låt, exempelvis om låtskrivarna är förlagda åt olika håll, då sker det uppdelningar som i vissa fall gör *syncen* ofördelaktig (Nilsson, 2009).

*Sync* är en typ produktionsledartjänst/reklamtjänst som har många användningsområden. Som *synchronization manager* ansvarar du i huvudsak för katalogen hos ett förlag eller musikbolag. Uppgiften är att leta uppdrag som kan matcha verk som finns i den befintliga katalogen, men även att hitta låtskrivare som kan skriva nytt material specialanpassat för en förfrågan (Paterson, 2018). Att arbeta med *sync* kräver tillgång till kontakter och även en katalog med redan befintliga låtar. Detta gör det svårt för privatpersoner och mindre förlag att arbeta aktivt med *sync*, då en större katalog ger större möjligheter att hitta låtar som matchar förfrågningar (Lundquist, 2009).

Kommunikationen är snabb och deadlines är i många fall mycket korta, vilket i många fall gör det omöjligt att skriva en låt på en förfrågan. I de fall där det är längre deadlines är det möjligt att skriva, eller att kontakta låtskrivare för att skriva musik som är specialanpassad helt och hållet efter en förfrågan.

## Framtiden för musikbranschen

Internet, streaming och den extrema tillgängligheten som finns idag har förändrat allt som har med musikbranschen att göra. Denna extrema utveckling har gått så snabbt att musikbranschen inte har hunnit hänga med, och istället fastnade i gamla banor. Att musikbranschen inte hängde med i den tekniska utvecklingen märktes främst då anpassningen från fysisk media till digital media gick på tok för långsamt. Medan de stora bolagen stod och klia sig i huvudet gällande skivförsäljning så kom program som Limewire, Direct Connect och Napster som gjorde musik tillgänglig på bara några sekunder (MII, 2018). Detta har idag ändrats helt, och det är först nu som musikbranschen har kommit ikapp. Streaming har tagit över allt som har med musik att göra och tillgängligheten är nu ett faktum. Med detta så kommer tjänster som just *sync*, som bygger på streaming och molnlagring. Musiken måste kunna vandra från en klient till en annan på bara en sekund, antingen genom en molnbaserad katalog eller genom att snabbt skicka en länk. Detta är något som kommer ske i större utbredning i framtiden, just tillgänglighet och självständighet (MII, 2018).

Sync skapar även en sammankoppling i musikbranschen, och får olika bolag att samarbeta på ett annat vis än förut. Vissa bolag har helt enkelt inte all musik som kan behövas för en viss förfrågan, därför är det essentiellt att samarbeta med flera olika bolag (Bandzoogle, 2016). Detta skapar både kontakter, men även inkomst för musikbolagen. 2015 gick inkomster från *sync* upp med 6,6 % och omsatte 355 miljoner dollar för skivbolagen, och trenden pekar fortsatt upp. Samtidigt som *sync* växer kraftigt så har även de enskilda projekten sjunkit i värde berättar Jon Skinner som arbetar via Music Gateway (MBW, 2017).

Enligt Pieter Van Rijn, CEO på ett holländskt musik/tech-företag så handlar framtiden om att snabbare anpassa sig, och han tror på att ”gratis-modeller”, så som Spotify Free kommer försvinna (MII, 2018). Meta-data, som Music Gateway jobbar hårt med tror Van Rijn kommer få en större roll, då det är på den fronten många stora företag som exempelvis Youtube ligger efter. Artister och låtskrivare får helt enkelt inte rätt betalt sett till hur mycket deras musik streamas och spelas, det är där meta-data och licensiering kommer in. Lättillgängligheten tror Van Rijn kommer bli ännu mer utbredd, och musik kommer att integreras in i miljöer och i tekniker på ett ännu mer avancerat vis (MII, 2018).

## Sammanfattning

Frågeställningarna som denna uppsats byggde på blev på flera vis besvarade, men ur olika perspektiv. Som tjänst är *sync* väldigt ung och fortfarande under utveckling, vilket man ser klart och tydligt då det är få i Sverige som jobbar med det. Vad jag har hittat är det endast 3 personer som aktivt jobbar exklusivt med *sync*.

I praktiken är *sync* en tjänst som delvis kan jämföras med vad en säljare/marknadskoordinator gör på valfri reklambyrå. Det är i grunden en säljtjänst, som samtidigt involverar förhandlingar gällande avtal, budget och i viss mån produktionsledning när låtar skrivs från grunden. Det som gör *sync* unikt i jämförelse med en traditionell säljare på en reklambyrå exempelvis är att personen i fråga måste ha ett sinne för musik och framförallt ett öra för musik. Att kunna para ihop film, reklam och bild med musik har jag förstått inte är en uppgift som alla klarar av, framförallt inte när man utgår från ett specifikt förlags katalog.

När det kommer till att livnära sig på tjänsten *sync* så verkar det i Sverige tyvärr vara ganska svårt. Det är väldigt få tjänsten tillgängliga för folk som vill jobba helt med *sync* och samtidigt är det begränsat med vilka som ens erbjuder tjänsten. Skulle man däremot ha turen med sig och få anställning som *Sync Manager/Sync & Marketing* så går det utmärkt att livnära sig på det. För artister/låtskrivare, framförallt artister som inte redan är kända verkar det däremot vara extremt svårt att livnära sig enbart genom att jobba mot *syncförfrågningar*. I förlagsbranschen verkar allt vara fördröjt med ungefär sex månader från det att ett uppdrag slutförs, vilket hade orsakat problem för någon som förväntar sig få månatlig inkomst.

Dessutom är det inte lätt att "sätta" en *sync* då man i de flesta fall konkurrerar mot förlag med mycket större och bredare katalog som har artister som redan är etablerade. Om turen skulle vara på ens sida och man faktiskt lyckas "sätta" en förfrågan så är ersättningen i de flesta fall inte så hög att man skulle kunna leva på det. De mindre *syncarna* brukar, om man utgår från intervjuerna i denna uppsats, generera mellan tusen och femtusen kronor. I undantagsfall så kan en *sync* generera flera hundratusen kronor, men då gäller det främst för artister som redan är väl etablerade i musikbranschen.

Om *sync* är framtiden för musikbranschen är svårt att svara på direkt, men det är utan tvekan en del av framtiden, och på rätt väg i utvecklingen. Framtiden bygger på lättillgänglighet, och *sync* är beroende av just det. Musik kommer integreras i fler miljöer, och ska licensierad musik användas så kommer även synkroniseringslicenser att användas. Musikbranschen känns fortfarande föråldrad, men tjänster som *sync* hjälper till att hålla den i schack med den

Carl Olsson

LP004G\_D2341\_HT18

tekniska utvecklingen. Personligen tror jag definitivt att *sync* och konceptet kring det är framtiden, då det både bygger på samarbete, integration och modern teknik. Det går fortfarande för långsamt i processen, och det är just där jag tror det kommer utvecklas mycket. Meta-data och tillgänglighet kommer bli bättre med tiden och automatiseras istället för att skötas av människor. Informationen kring förlagda låtar finns redan, det gäller bara att knyta det till en modern teknisk lösning så att människor inte behöver manuellt knappa in BPM, IPI-nummer och annan information som redan finns tillgänglig.

## Referenser

- “*Why Is Sync so important in the music industry?*”, 2016  
<https://bandzoogle.com/blog/why-is-sync-so-important-in-the-music-industry>
- Rhian Jones, 2015 ” HOW TO COMPLETELY MESS UP A SYNC DEAL”  
<https://www.musicbusinessworldwide.com/how-to-completely-mess-up-a-sync-deal/>
- IS THE GLOBAL SYNC MARKET SET TO EXPLODE FOR INDIE LABELS AND UNSIGNED ARTISTS? 2017 “MBW”  
<https://www.musicbusinessworldwide.com/global-sync-market-set-explode-indie-labels-unsigned-artists/>
- Anders Lundquist & Fredrik B Nilsson, Musikförläggaren, 2009  
[http://musikforlaggarna.se/wp-content/uploads/musikforlaggaren\\_2009\\_2.pdf](http://musikforlaggarna.se/wp-content/uploads/musikforlaggaren_2009_2.pdf)
- 5 Expensive Music Licensing Deals  
<https://www.investopedia.com/slide-show/music-licensing/>
- Intervju med Tim Miles – Senior Creative Sync Manager, 2015  
<https://youtu.be/xz3zIO1R48s>
- Christel Valsinger, 2018 ” 4 SNABBA JENNY RING/NY SYNC MANAGER PÅ UNIVERSAL MUSIC”  
<http://www.musikindustrin.se/2018/10/15/4-snabba-jenny-ring-ny-sync-manager-pa-universal-music/>
- Angus Paterson, 2018 “*How Music Synchronization Works*”  
<https://blog.native-instruments.com/how-music-synchronization-works/>
- Heather McDonald, 2019 “*The Value of a Music Synchronization License*”  
<https://www.thebalancecareers.com/what-is-a-sync-license-2460940>
- Musikförläggarnas Internetsida gällande upphovsrätt och sync, 2018  
<http://musikforlaggarna.se/upphovsratt/att-anvanda-musik/>
- ”The Future of Streaming” – Music Industry Insights 2018 (MII)  
<https://insights.midem.com/music-business/future-streaming-2/>

## Bilaga

I denna bilaga finns exempel på hur olika *sync briefs* ser ut och vilket upplägg de generellt har. Det finns tre olika exempel på hur en brief kan se ut beroende på hur lång deadline är. Brief 1 har även en fortsättning efter alla exempel, där det finns illustrerat hur vägen är från brief till färdig låt som ska skickas till förlaget som efterfrågar låten.

### **Brief 1 – 8 Dagar Deadline**

Budget \$1,000-\$3,000: Ambient Indie Acoustic Tracks Needed For TV Show

*We're searching for tracks for a returning TV show. We need indie acoustic tracks that have eerie / ambient vibes and minimal instrumentation. Tracks can have male or female vocals but shouldn't be too full on or vocally busy. Great production is also a must.*

<https://youtu.be/KtlgYxa6BMU>

### **Brief 2 –5 Dagar Deadline**

Budget TBC: One Stop Authentic Vintage French Tracks Needed

*We're searching for authentic vintage French music from 1920s-60s. It's important that submissions are One Stop.*

No reference track

### **Brief 3 –10h Deadline**

Budget \$15000 ALL IN Bob Dylan Style Tracks

MALE VOX, ACOUSTIC GUITAR IN STYLE OF BOB DYLAN ARE NEEDED BY NOON. ONE STOP, EASY CLEARED ONLY. PRODUCTION IN STYLE OF 60's-70's PREFERRED BUT NOT NECESSARY. NO DRUMS, PREFERABLE ONLY GUITAR AND VOX. \$15000 (ALL IN) FEE

[https://youtu.be/e7qQ6\\_RV4VQ](https://youtu.be/e7qQ6_RV4VQ)

<https://youtu.be/PYF8Y47qZQY>

Carl Olsson

LP004G\_D2341\_HT18

## Sync-exempel i praktiken

### ***“Brief 1 – 8 Dagar Deadline***

Budget \$1,000-\$3,000: Ambient Indie Acoustic/Rock Tracks Needed For TV Show

*We're searching for tracks for a returning TV show. We need indie acoustic tracks that have eerie / ambient vibes and minimal instrumentation. Tracks can have male or female vocals but shouldn't be too full on or vocally busy, can be instrumental. Great production is also a must.”*

Denna brief skickas ut på mail till ett förlag som har aktiva låtskrivare, internationella samarbetspartners och en bred katalog. Förlaget tar beslutet att skicka in ett par låtar som ligger i katalogen som matchar beskrivningen, men det finns ingen som låt passar helt. Därför tar förlaget beslutet att även skicka ut briefen till låtskrivarna som samarbetar med dem. När förlaget skickar ut briefen på nytt så skrivs den oftast om (efter vad jag lärt mig) och tolkas på nytt av den som skriver om det.

”SYNC001 Akustisk/elektrisk indiepop med ambient känsla

*Hej allihop! En av våra samarbetspartners är i behov av en indielåt med ambient känsla och akustisk gitarr. Tänk lite First Aid Kit men inte alls lika poppig. Male/Female sång spelar ingen roll men fokus ska inte ligga på sång utan på ambiens, kan vara instrumental. Vi kan hjälpa till med produktion om ni har en idé. Låten ska vara till en TV-serie och följande referens har skickats med.”*

Sara, som tidigare intervjuades får mailet och beslutar sig för att skriva mot denna brief tillsammans med mig. Vi får snabbt en idé och har inom en dag en låt färdig att mixa och mastra då vi kunde få hjälp utav produktionsbolaget/förlaget.

Låten skickas till förlaget som mastrar den och lägger in den i sin katalog, vilket ger oss 50 % av rättigheterna. Låten anmäls automatiskt till berörda myndigheter genom förlaget och det är inget vi behöver bry oss om. Förlagets sync-person skickar sedan in låten, tillsammans med metadatan och övriga låtar till den som först skickade ut briefen.

*Se bifogad .mp3*