

# kontrol

Det er ikke for meget at sige, at forsøget sendte rystelser gennem en pladebranche, der i forvejen lider under konkurrence fra ulovlig fildeling og har voldsomt besvær med at tjene penge.

Radiohead har ikke offentliggjort salgstal for download-forsøget, men firmaet comScore anslår, at op mod 62 pct. af dem, der hentede musikken, valgte at betale nul kr. De sidste 38 pct. betalte i gennemsnit 35 kr. pr. album. Det vurderes, at flere end 1,2 millioner mennesker hentede »In Rainbows« i løbet af de fire uger, sangene var frit tilgængelige.

Et par måneder senere udkom albummet også på traditionel vis, og på trods af de mange gratis downloads gik det alligevel ind som nummer ét på hitlisten flere steder i verden, og alene i USA købte bandets dedikerede fans 122.000 eksemplarer i løbet af en uge.

Det vigtige i historien om Ra-

diohead og de gratis downloads er ikke, om bandet har tjent penge på projektet. Det har det med garanti: Omsætningen var på ca. 18 mio. kr. af musik, som Radiohead selv har alle rettigheder til.

## En stang dynamit

Det interessante er, at forsøget sendte en stang dynamit til pladebranchen og fik sat yderligere skub i diskussionen om, hvordan man agerer i en download-alder. Radiohead har også inspireret andre store bands, som er blevet opmærksomme på, at traditionelle pladeselskaber ikke altid er nødvendige samarbejdspartnere.

Det er netop de store bands med etablerede fanbaser, der ser ud til at kunne gøre som Radiohead. Thom Yorke gør i et interview med magasinet Wired opmærksom på, at deres model næppe fungerer for alle.

»Vi kan kun gøre det her, fordi vi har

været gennem hele den traditionelle mølle. Vi har et publikum. Derfor er dette ikke en ny forretningsmodel for branchen. Det er bare vores svar på den situation, vi stod i: Vores kontrakt med EMI løb ud, vi har et studie, vi havde købt en ny server. Hvad pokker skulle vi ellers gøre? Det var oplagt, men det virkede kun for os, fordi vi er dem, vi er«.

Thom Yorke indrømmer samtidig, at det egentlig var bandets manager, der var først med idéen om at lade forbrugeren bestemme prisen selv.

»Vi troede, han var blevet sindssyg«.

Radiohead spiller i aften kl. 22 på Roskilde Festivals Orange Scene.

niels.pedersen@borsen.dk

## BørsenFakta Radiohead

- Engelsk rockband, dannet i Oxford i 1991.
- Består af Thom Yorke (sang, keyboard), Ed O'Brien (guitar), Jonny Greenwood (guitar), Phil Selway (trommer) og Colin Greenwood (bas).
- Det engelske band oplevede sin første succes i USA, hvor sangen »Creep« blev et hit på rockradioer i 1993.
- Radioheads vigtigste udgivelser er »The Bends« (1995), »OK Computer« (1997), »Kid A« (2000) og »In Rainbows« (2007).
- Bandet har fans langt uden for rockkredse. Jazzpianisten Brad Mehldau, der spiller i København 12. juli, har fortolket flere af gruppens sange, og der er endog indspillet et helt album med reggaeversioner af numrene fra »OK Computer«, kaldet »Radiodread«.
- [www.radiohead.com](http://www.radiohead.com)



Roskilde-aktuelle Jay-Z har fuldført en usædvanlig social opstigning fra kriminel gaderod til toppen af hitlisten og bestyrelseslokalernes bonede gulve. Foto: Luke MacGregor/Scanpix

## BørsenFakta Jay-Z

- Shawn Carter, født 4. december 1969 i New York.
- Rapper, forretningsmand.
- Hans vigtigste albumudgivelser er »Reasonable Doubt« (1996), »In My Lifetime« (1997), »The Black Album« (2003), »Unplugged« (2001) og »The Black Album« (2003).
- Jay-Z grundlagde i 1996 pladeselskabet Roc-A-Fella, der også har lanceret Kanye West.
- Jay-Z står bag tøjmærket Rocawear, der årligt omsætter for 3,5 mia. kr. Han har også investeret i sportbarkæden The 40/40 Club og er medejer af basketballholdet New Jersey Nets.
- Jay-Z var fra 2004 til 2007 chef for pladeselskabet Def Jam under Universal, hvor han skrev kontrakt med bl.a. Rihanna.
- Han blev sandsynligvis gift med sangerinden Beyoncé den 1. april 2008.

■ [www.rocafella.com](http://www.rocafella.com)

## Succes med firma-forkælelse på Roskilde Festival

AF PETER B. RASMUSSEN

Erhvervslivet har taget godt imod Roskilde Festivalens tilbud om forkælelse af erhvervsgrupper, der er villig til at betale 3100-6000 kr. pr. person.

Det såkaldte Special Treatment-koncept blev lanceret i 2006, og når i år op på 300 personer. Det er samtidig maksimum efter de mål, der blev opstillet ved lanceringen.

Her får erhvervsvirksomheder mulighed for at tilbyde deres ansatte et ophold i de områder af festivalen, der normalt er forbeholdt medieverdenen - »Mediebyen«.

Her er faciliteterne bedre, og når erhvervsfolkene kommer, er der skabt sikkerhed for en hurtig entré, ordentlig bespisning, et fast foredrag og scenebesøg.

Når prisen for arrangementet varierer, skyldes det, at virksomhedernes egne ønsker spiller en væsentlig rolle for udformningen.

»Vi forsøger at strikke et program sammen for virksomhederne, hvor tingene ikke tager overhånd,« siger aftalechef Hans Christian Smed. Dermed sigter han til festivalens bestræbelser på en harmonisk udvikling, hvor erhvervslivets besøg ikke ændrer på Roskilde Festivalens image som en musikfestival med bredde i deltagerfeltet.

På deltagerlisten blandt virksom-

somheder, der i år er med på special treatment-arrangementet er Roskilde Bank, Home Erhverv, Alm. Brand, Morgan Stanley, Lauritzen Kosan, Hello Group og Brynje Sikkerhedssko.

### Penge til Røde Kors

I samspil med Special Treatment går Roskilde op i velgørenhed, og i år har Røde Kors fået muligheden for at rejse penge via erhvervsnetværket, der besøger festivalen. Det sker via Røde Kors' Klub 10, hvor en gruppe kendte og kreative mennesker fra kultur- og erhvervslivet forpligter sig til at hjælpe med at skabe støtte til Dansk Røde Kors.

Klub 10-holdet 2008 består af Christian Stadil, ejer af bl.a. Hummel, Jacob Gubi - adm. direktør, Gubi Design, Henrik Rasmussen - adm. direktør, Roskilde Festival, Kristian Willumsen og Jakob Blom - i spidsen for Grillbar, Cafe A Porta, Sult og Cphwine, Lars Bom - skuespiller, Mette Groth - chefdesigner, By Groth, Morten Henrik Pedersen - købmand, Maxizoo, Søren Riss - adm. direktør, MetroXpress A/S, Trine Gregorius - journalist, PrimeTime Kommunikation A/S, Uffe Buchard - kreativ direktør, Style Counsel.

peter.rasmussen@borsen.dk