

PRESSE INFORMATION:

Kreatives kamp markeres 1. maj

Den digitale tidsalder kræver solidarisk global distribution

Danske kreative har slået sig sammen for at kæmpe for synlighed, anerkendelse og overlevelse i den digitale tidsalder, hvor gratis, remix, censur og pirateri er hverdag. Som et af dansk økonomis vækstcentre er det lykkedes for en gruppe kreative iværksættere at bryde ind på det internationale marked. Non-profit DiGiDi banker dansk musik ud i 500 butikker globalt.

DiGiDi, der bygger på den klassiske andelstanke, blev oprettet for 10 år siden for at tjene penge til de kreative. I dag er selskabet globalt og sælger for en million kr. kreative produkter om måneden. Bredden af aktiviteterne for de 2.500+ medlemmer er stigende og omfatter nu ikke kun musik men også film, dokumentar, lydboxer, mailorder, billedkunst, litteratur og billetter.

Forholdene for de kreative i Danmark og globalt markeres ved en kæmpe fest den 1. maj med 35 indslag plus talere i Huset-KBH, på selveste 10-årsdagen for oprettelsen af DiGiDi. Ganske særlige forhold gælder for kreative, der ambitiøst kæmper for synlighed, anerkendelse og overlevelse. Den digitale tidsalder kræver ikke fagforeninger men solidarisk global distribution.

Handler om salg

Der var engang, at bønderne kæmpede for at kontrollere produktionen. Og så fandt de på at oprette andelsselskaber, og landet blev rigt. De kreative tilkæmpede sig med moderne digital teknologi kontrol med produktionen af kunst. I dag kan den enkelte også distribuere sit arbejde, men det er (var) svært at få penge for kunsten uden kontrakter med multinationale selskaber.

Kreative etablerede derfor andelsselskabet DiGiDi a.m.b.a. for 10 år siden til at sælge deres produkter, når de nu ikke; trods ambitioner, kom i stald hos giganterne. I dag er over 2.500 kunstnerne repræsenteret non-profit gennem DiGiDi i iTunes i 111 lande, Spotify, TDC Play, Nokia og 500 andre verden over.

Oplevelsesindustrien er ansvarlig for 12% af den samlede værditilvækst i dansk økonomi, fastslog Erhvervsministeriet i 2008. Væksten er 8 gange hurtigere end i landbrug og mere end i pengebrancherne. Tilvæksten i beskæftigelse fra 2000-2008 var dobbelt så stor som i det samlede erhvervsliv.

DiGiDi er en vækstmaskine, der i dag omsætter for over en million kroner om måneden af kreative produkter, vel at mærke uden en krone i offentlig støtte. I de seneste uger har selskabet skrevet kontrakt med YouTube om inddrivelse af annoncepenge for brug af medlemmernes musik.

Som nyheder i anledning af dagen begynder DiGiDi nu at distribuere danske film og dokumentar i iTunes og snart også Netflix. Og så er andelsselskabet parat med salg af printet kunst i høj kvalitet. De nyheder, der gør selskabet til det kunstneriske Danmarks digitale ryggrad, bliver præsenteret ved festen.

Globale perspektiver

I den digitale tidsalder er al kreativitet som udgangspunkt global. Tanker og produktioner kan og vil fylde verdens rum. Derfor byder De Kreatives 1. maj i Huset-KBH på et fyrværkeri af grænseløse tanker og perspektiver. At markedet for de kreative i princippet er uendeligt betyder, at forhindringer såvel som muligheder bliver virkelige.

Dagligt hører vi om grumme brud på menneskers rettigheder. Kreative har altid været i sigtekornet, når holdninger og nye tanker bliver undertrykt. Blandt de mest udsatte er musikere, der ligesom brugere af sociale medier udses som ofre på grund af deres fri tanker og brug af alternativ kommunikation.

Udover 35 optrædende med alt fra rock til rap og poetry slam er der til 1. maj festen inviteret 7 talere, der kan sætte kreatives vilkår i perspektiv.

Talerne

En ting er tankens frihed, noget andet er teknisk til undertrykkelse af den digitale frihed, som de kreative lever for. For at tale om de perspektiver kan man ved festen møde Henrik Chulu fra bloggen Fri Kultur, Creative Commons og tænketanken Bitbureauet. Fra de hardcore teknisk-politiske fronter kommer Niels Elgaard Larsen, formand for IT-Politisk forening og fortæller om censuren i vor hverdag og fremtid.

Ved de Kreatives 1. maj taler to repræsentanter for verdenskendte organisationer, der dagligt er i frontlinien for ytringsfrihed. En af talerne er Ole Reitov fra Freemuse, der kæmper for forfulgte musikeres overlevelse globalt. En anden er chefredaktør for bloggermediet Global Voices, Solana Larsen.

Kreativitet har mange sprog og spændende initiativer sættes i værk. Nogle gange skal kreativ galskab forklares med forståelige ord. Den opgave har DiGiDi bedt grundlægger af Kaospiloterne, nu politiker og tidligere kulturminister, Uffe Elbæk om at være med til at takle. På samme opgave møder vi den populærvidenskabelige forfatter og visionære Tor Nørretranders.

Endelig taler Henrik Leschly, generalsekretær for og grundlægger af DiGiDi. Efter andelsselskabet er blevet globalt og snart dækker alle kreative kunstgrene, skulle det ikke undre, om hans kreative hjerne tænker i nye udfordringer og forhindringer for kreative, der skal overvindes. Når nu markedet for dansk kreativitet er blevet global, hvorfor så ikke globalisere selve tanken om DiGiDi. Trods alt har selskabet medlemmer i 30 lande.

Fakta om DiGiDi

DiGiDi er et non-profit andelsselskab, der hjælper kreative med at få deres musik, film, e-bøger og billetter ud til forbrugeren

DiGiDi er ejet 100% af de godt 2.500 andelshavere, der hver har indskudt 1.000 kr.

DiGiDi omsatte i 2012 for mere end 12 mio kr. kreative produkter

DiGiDi udbetaler 92% af omsætningen til rettighedshaverne

DiGiDi eksporterede i 2012 for mere end 2 mio kr. musik

DiGiDi blev stiftet den 1. maj 2003

Kontakt DiGiDi:

Generalsekretær

Henrik Leschly

Tlf.nr.: 24 29 98 54

Mere info: <http://www.digibutik.dk/DiGiDi-1928.aspx?Purge=True>

Facebook: <https://www.facebook.com/events/452614708135266/>

Billetter er til salg på de kreatives eget Mobilbillet.

<http://www.mobilbillet.dk/default.aspx?ID=201&GroupID=GROUP742>

