**PRESSMEDDELANDE 9 JUNI 2016**

**United Screens lanserar första svenska och nordiska musiknätverket på YouTube**

**United Screens har under året blivit Nordens största YouTube-nätverk och har nu över 250 miljoner visningar per månad. Nu, idag den 9 juni 2016, lanserar United Screens *United Screens Music Network* - Sveriges och Nordens första renodlade musiknätverk på YouTube. *United Screens Music Network* kommer att arbeta nära artister, skivbolag och andra musik- och managementföretag och hjälpa dem att på YouTube optimera upphovsrätt, annonsamarbeten samt betal- och prenumerationslösningar såsom YouTube Red. Jenny Ericsson, som har varit med sedan starten på United Screens och dessförinnan kommer från TV4, blir Head of Music och ansvarig för *United Screens Music Network*.**

- Det är väldigt spännande att nu starta ett renodlat musiknätverk på YouTube, som också blir det första av sitt slag i Sverige och Norden. Vi har sett att YouTube, och även andra online video-plattformar, får allt högre prioritet för musiker, artister och skiv-, musik- och managementbolag, säger Malte Andreasson, vd och medgrundare, United Screens.

United Screens startade sitt YouTube-nätverk under hösten 2013. Efter 2,5 år har United Screens över 500 kreatörer och innehållsskapare i sitt nätverk och över 250 miljoner visningar per månad på YouTube, vilket gör United Screens till det största YouTube-nätverket i Norden. I nätverket finns en bredd av alla slags innehållsskapare, från lifestyle och träning till matlagning, gaming och musik. Just musik är den största kategorin totalt sett på YouTube. För att möta det växande behovet och efterfrågan på kompetens på YouTube inom genren musik, lanserar idag United Screens *United Screens Music Network*, det första svenska och nordiska renodlade musiknätverket på YouTube.

- YouTube har uppgett att de fram till i april i år har betalat ut totalt 25 miljarder kronor till musikbranschen. Många menar att dessa intäkter endast är en del av vad musikbranschen egentligen kan tjäna genom YouTube. Och vi vet att genom på rätt sätt arbeta med sina rättigheter på plattformen och noggrann handpåläggning på den tekniskt utvecklade plattformen kan musiker, artister, skivbolag och andra rättighetsägare öka sina intäkter markant. Det finns ett flertal artister och skivbolag som tidigare inte tjänade några pengar genom sin musik på YouTube, men efter att ha börjat arbeta med oss kunnat öka deras intäkter till sexsiffriga belopp, säger Jenny Ericsson, Head of Music, United Screens.

*United Screens Music Network* kommer redan från start innefatta ett 100-tal samarbetspartners däribland Zara Larsson, Alesso, Bob Hund, Ten Group, Refune, PelleK och Frog Leaps Studio.

*United Screens Music Network* kommer bland annat att arbeta med att förvalta musikers, artisters och andra rättighetsinnehavares rättigheter på YouTube, genom Content ID och rights management. Det innebär ett praktiskt arbete med anspråk på rättigheter på en global nivå, uppgörelser av konflikter och manuell hantering av individuella rättighetsinnehavares material.

- Content ID är en teknisk lösning på YouTube, som rätt använt, möjliggör att en rättighetsinnehavare kan antingen förhindra att dennes material laddas upp som kopior eller möjliggöra att tjäna pengar på sitt innehåll. En av anledningarna till varför så många artister, skivbolag och andra musikföretag har sökt sig till oss är att vi redan från början uppmärksammade det viktiga arbetet som finns att att göra gällande musik på YouTube och Content ID. Vi är det enda nordiska YouTube-nätverket som i dagsläget hanterar Content ID-rättigheter på samtliga sju nivåer, säger Jenny Ericsson, Head of Music, United Screens.

- Efterfrågan på kompetens inom Content ID är enormt stort och växer snabbt, allra helst i musikindustrin. Flera medier, både svenska, nordiska och globala, har den senaste tiden skrivit om musikbranschens problem att YouTube inte tillgodoser rättighetsägares behov, och i förlängningen att artister inte får betalt för sin musik, då de som hanterar artisternas rättigheter inte arbetar på ett optimalt sätt med rättighetshanteringen, säger Georg Herlitz, Creative Director, United Screens.

- Vi har redan gjort klart med ett nära samarbete med STIM, vilket bland annat innebär att våra artister kan tillgodoräkna sig och generera visningar i länder vars motsvarighet till STIM inte har avtal på plats med YouTube. Ett av dessa länder är Tyskland, som är en stor marknad för många musiker, säger Jenny Ericsson, Head of Music, United Screens.

*United Screens Music Network* kommer även att arbeta med att bygga kommersiella samarbeten för musiker och artister tillsammans med varumärken och annonsörer.

- Efterfrågan från våra annonsörer att göra branded content-kampanjer med just musiker och artister på YouTube har varit stor, och vi har redan hunnit göra ett 20-tal kampanjer med musiker och artister. Ett exempel är kampanjen för Carlsberg/Pripps Blå klass 1 som i dagarna lanserat en kampanj tillsammans med oss och med artisterna Little Jinder & Rebecca & Fiona. Det ska bli roligt att utveckla arbetet med att hjälpa musiker och annonsörer att göra slagkraftiga kampanjer tillsammans, säger Christoffer Söderstjerna, Creative Sales, United Screens.

- Det är inte bara musikvideos som vi hanterar, utan vi utvecklar musikkanalers hela innehåll och skapar djupare kontakt med den publik som kan beskrivas som fans, som också är de personer som till exempel kommer att köpa merch från artisten och gå på konserter med musikern. Detta bäddar för bättre samarbete med varumärken och ytterligare intäktsströmmar för artisten eller musikern, säger Georg Herlitz, Creative Director, United Screens.

Utöver arbetet med musik- och videorättigheter och kommersiella samarbeten kommer kanalerna som ingår i *United Screens Music Network* förberedas inför lanseringen av YouTube Red, YouTubes betaltjänst, som lanseras i de nordiska länderna under 2016.

- Redan detta år kommer YouTube Red att lanseras i de nordiska länderna, och kommer, rätt hanterat, att innebära ytterligare intäktsströmmar till musiker och andra youtubers på plattformen. Ett av våra största och viktigaste arbeten just nu är att säkerställa att våra partners youtubekanaler är anpassade till Youtube Red, säger Jenny Ericsson, Head of Music, United Screens.

- Det blir allt viktigare med ytterligare intäktsströmmar för de som lever som musiker eller artist idag. Utöver YouTube Red har vi genom ett nära samarbete med YouTube, som har certifierat oss inom de mest avancerade delarna inom YouTubes Content ID och Rights Management, har vi redan nu hjälpt flera av våra partners med YouTubes reklamfria betalfunktion. Detta har inneburit en stor ökning i intänktsgenerering för många av de kanaler vi arbetar med, säger Christoffer Söderstjerna, Creative Sales, United Screens.

Alla kanaler i *United Screens Music Network* kommer även få hjälp med bland annat upprättande av YouTube-kanaler, lanseringar, spridning av artisternas musik och tillgång till United Screens Creator Studio.

- Vår United Screens Creator Studio har redan använts ett flertalet gånger för inspelning av musikvideos och albummaterial, vilket är väldigt roligt att se!, säger Georg Herlitz, Creative Director, United Screens.

- En av de mest spännande och viktigaste frågorna inför framtiden är hur andra online video-plattformar kommer att arbeta med musiker och online video. Vi håller redan nu på att se över lösningar på hur artister kan tillgodose sina rättigheter på Facebook, säger Jenny Ericsson, Head of Music, United Screens.

***United Screens Music Network***

Jenny Ericsson, Head of Music, jenny@unitedscreens.com

Georg Herlitz, Creative Director, georg@unitedscreens.com

Christoffer Söderstjerna, Creative Sales, christoffer@unitedscreens.com

Amanda Silver, Project Leader of Music Content, silver@unitedscreens.com