



MUSIKBRANSCHENS KOMPETENS OCH UTVECKLING 2020 - 2025

MUSIK
SVERIGE

Förord

Under 2010-talet har Musiksverige tagit fram en serie kompetensrapporter tillsammans med Föreningen Musikbranschutbildarna. I år vidareutvecklar vi den ytterligare med fördjupade frågeställningar och perspektiv genom att bland annat inkludera frilansare, anställda, pedagoger, studenter och aktörer inom musiktech, dataspel och nöjesindustrin.

Vi ser att musikbranschen innefattar och framledes behöver ett allt bredare spektrum av kompetenser och färdigheter för att vara med och tävla i översta världsskiktet, samtidigt som musiklivets ekosystem, inte minst med Covid19, visat sig i behov av större långsiktig hållbarhet.

Våra skolor, utbildare och lärare bidrar till att säkra vår kompetensförsörjning genom att ta fram utbildningar efter musikbranschens- och studenternas behov. Branschorganisationer, bolag och myndigheter tar allt större ansvar för att skapa möjligheter för detta lärande, samtidigt som enskilda individer även de organiserar för ett självlärande med eget ansvar.

I år har över 700 organisationer och individer från musikbranschen och musiklivets alla delar svarat på enkäter och deltagit i djupgående intervjuer. Dessutom har ett stort antal passionerade musikvänner från olika bolag, branschorganisationer, skolor, media med flera hjälpt oss att försöka ta reda på hur musiklivets kompetensbehov och utveckling verkligen ser ut idag och hur den kan utvecklas i framtiden.

Musikbolag, förlag, management, livebolag, konsertarrangörer, klubbar, techbolag, musikstudior, branschorganisationer, skolor och ett stort antal individer har resulterat i en av de mest omfattande rapporter som tagits fram inom området. Stort tack till er alla som hjälpt till i arbetet! Det kommer att spela stor roll för oss alla och de som skall in i vår bransch.

Rapporten kartlägger musikbranschens kompetensbehov för perioden 2020 – 2025. Covid-19 har drabbat branschen med stor kraft, men på lång sikt är kompetensbehovet stort, med en god framtidstro och potential för utveckling. Över den kommande femårsperioden förväntas den tekniska utvecklingen gå ännu snabbare och det finns både en förhoppning och en förväntan om att den ekonomiska tillväxten ska återupptas när Covid19s effekter börjar avta.

Syftet med denna rapport är dels att visa ungdomar, nya talanger och studenter med siktet inställt på musikbranschen, hur det ser ut nu och i framtiden. Rapportens andra syfte är att vara till nytta för utbildare, bolag och branschorganisationer inom musiklivet, men även för beslutsfattare, myndigheter och institutioner. Detta genom att ge en samlad bild av musikbranschens framtida kompetensbehov och visa hur svensk musik kan fortsätta utvecklas och ha fortsatt tillväxt. Musiklivets kreativa kraft skapar värden för Sveriges samhälle, kulturliv och ekonomi i stort – en utveckling som är viktig att värna.

Alfons Karabuda

Styrelseordförande Musiksverige

Innehåll

Sammanfattning - 01

Bakgrund, metod och definitioner - 03

Datainsamling - 04

Hur ser det ut just nu? - 06

Olika aktörer bland organisationer - 07

Omsättning hos organisationerna - 07

Antal sysselsatta i organisationerna - 08

Olika aktörer bland individer - 09

Sysselsättning bland individer - 10

Olika roller bland individer - 11

Individerna och utbildning - 12

Hur kan det se ut framöver? - 13

Tillväxt och framtidstro - 13

Utsikter för sysselsättning inom branschen - 14

Hur rekryterar organisationerna och med vilka kriterier? - 16

Roller och kompetenser - 17

Komplexitet - 19

Organisationer - 19

Individer - 20

Vad är komplexitet och vad kan det betyda för kompetensutveckling? - 21

Hur lockar vi fler ambitiösa talanger in i musiklivet? - 24

Slutsatser och implikationer - 26

Källförteckning - 29

Tacklista - 30

Författare: Jian Rödblom och Oskar Nyman

Utförd av Created Technology på uppdrag av Musiksverige och rf Musikbranschutbildarna.

Created Technology bedriver FoU inom KKN, kompetensutveckling, utbildning och Edtech.

Sammanfattning

Den svenska musikbranschens intäkter uppgick till över 12 miljarder 2019 och ökade med tolv procent jämfört med föregående år. Musikbranschen sysselsätter drygt 10 000 personer inom ett stort spektrum av roller och kompetenser. I det bredare musiklivet samverkar även över 100 000 musikskapare med andra kompetenser och talanger. Detta musikekosystem skapar stora värden för Sveriges samhälle, kulturliv och ekonomi.

698 organisationer och individer svarade på två olika enkäter under februari 2020, före Covid-19. 584 individer (anställda, egenföretagare, frilansare med flera). 114 organisationer (bolag, branschorganisationer, utbildare med flera).

Studien kompletterades även med 15 djupgående intervjuer under juni och juli 2020 med ett urval av representanter för ledande bolag, organisationer och skolor samt enskilda musikkreatörer, entreprenörer, pedagoger och musikforskare. Samtidigt gjordes en genomgång av andra studier och analyser.

Tillväxttron bland de 114 organisationerna är god. 63% förväntar sig tillväxt inom de kommande fem åren, varav en fjärdedel förväntar sig över 8% i tillväxt. De tongivande kategorierna bland dessa är musikbolag, förlag, musikproduktion, musiktech och dataspelsbolag.

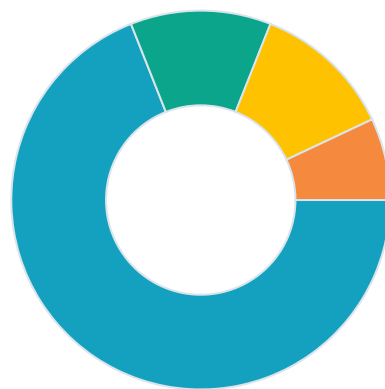
Covid-19's effekter märktes efter hand alltmer under intervjuerna och i andra studier så som i "De ekonomiska effekterna av Covid-19 i musikbranschen 2020" och författad av Linda Portnoff och Anna Ingler.

Flera ambitiösa bolagsledare påpekade i intervjuerna att de har höga förhoppningar om att återuppta sina tillväxtplaner under 2021 medan verksamheter inom inspelad musik anger att de inte påverkats nämnvärt av Covid-19; några av dessa har sett ett ökat antal uppdrag.

12 av organisationerna omsätter över 200 miljoner kronor, varav fyra stycken omsätter över en halv miljard. 37 organisationer omsätter under en miljon.

69% av organisationerna och 52% av individerna är baserade i Stockholmsregionen. Andra tongivande regioner är Västra Götaland och Skåne län.

Organisationerna i fyra kategorier



- Musikbolag, förlag, management mfl 69%
- Liveaktörer, konsertarrangörer mfl 12%
- Upphovsrättsorganisationer mfl 12%
- Musiktech, teknik, media mfl 7%



Se rapporten med [animerade grafer](#) (länk)

För organisationernas 2458 personer anges fördelningen 63% män, 37% kvinnor.

3 personer anges som ickebinära.

Av de 584 individerna anger 71% sig som män, 27% som kvinnor medan 2% ej har angett könstillhörighet.

52% av individerna svarar att de jobbat över 20 år i musikbranschen medan 3% har jobbat mindre än ett år.

Vid rekrytering anser organisationer att branschkunskap, praktisk erfarenhet och marknadsföring är viktigast.

De vanligaste rekryteringskanalerna är via kontakt inom det befintliga nätverket och via rekommendation, som även ses som det viktigaste bedömningskriteriet följt av erfarenhet och bedömning av framtida potential.

68% av individerna anger att de utbildat sig eller gått kurser för sina arbetsuppgifter. 48% anger att de ser sig behöva någon utbildning eller fortbildning närmaste åren.

70 organisationer svarar på hur fler ambitiösa talanger kan lockas in i musiklivet, med sex huvudspår, så som:

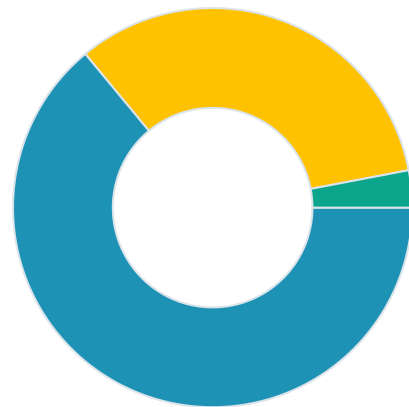
- mer utbildning och utveckling
- bättre anställningsvillkor och jämlikhet
- mer konstnärlighet, inspiration och hållbarhet

De svarande i enkäterna fick gradera sin upplevelse av om de upplever musikbranschen som komplex där 1 = inte alls komplex och 5 = mycket komplex. Genomsnittet är 4,0 för individer och 3,8 för organisationer.

545 svarande skriver även om vad de anser orsakerna till komplexitet är, medan flera av de intervjuade anger att de inte upplever någon komplexitet.

I **slutsatser** ser vi hur behovet av kompetens och utveckling förändras 2021 - 2025 och i framtiden, påverkad av Covid-19 och pådriven av pågående förändringar och kommande teknisk utveckling.

De 114 organisationerna anlitar total 2458 personer



Anställda	64%
Frilansare och konsulter	33%
Praktikanter/LIA (Lärande i arbete)	3%

Organisationernas top 3 behov

Marknadsföring
PR
Administration

Individernas top 3 behov

Ljudtekniker
Musiker
Fotograf

Bakgrund, metod & definitioner

Denna rapport bygger på en undersökning under perioden januari-juni 2020

Rapportens huvudfokus är kompetensbehov och kompetensutveckling inom den svenska musikbranschen för perioden 2020-2025.

Vad och vem som tillhör musikbranschen kan definieras på flera olika sätt. Utifrån ett kompetensperspektiv finns en fördel med att placera musikbranschen i en större helhet av underhållnings-, teknik- och kulturbranscher som samverkar och skapar nya möjligheter och arbetstillfällen.

Detta i kombination med en bransch där individer oftast frilansar och kombinerar sitt arbete med arbete utanför branschen gör att vi valt en bred definition av musikbranschen. På så vis får vi en så heltäckande bild som möjligt av verkligheten för individer och organisationer.

Det är inte nödvändigtvis så att en organisation eller en individ kan eller ens vill ha hela sin verksamhet inom musikbranschen. Kanske är det så att tillväxten och därmed nya arbetstillfällen i framtiden kommer från korsbefruktnings mellan den traditionella musikbranschens olika delar och andra närliggande branscher.

Denna undersökning i likhet med de flesta andra undersökningar representerar en ögonblicksbild av verkligheten och ett begränsat urval av respondenter i den bransch vi försöker beskriva. Detta är extra viktigt att beakta i detta fall, då Sveriges musikbransch och resten av världen, under perioden för vår insamling, drabbades av Covid-19.

Rapportens fyra huvudsyften

1 En så komplett redogörelse som möjligt av hur kompetensförsörjningen ser ut 2020.

2 Utreda hur kompetensbehoven har förändrats och hur de ser ut i framtiden (fram till 2025).

3 Att undersöka hur organisationer inom musikbranschen rekryterar personal och vilka behov det finns framöver.

4 Tillagd under framställning av rapporten - Covid-19's påverkan på ovan nämnda områden.

Datainsamling

Den undersökning som rapporten bygger på är uppdelad i en enkätundersökning och därefter uppföljande kvalitativa intervjuer.

Föremålen för enkätundersökningen delades upp i två olika grupper: organisationer och individer.

1

Organisationer

Företag och andra organisationer som anställer personal, anlitar konsulter och/eller erbjuder praktikplatser och därmed knyter kompetens till sig.

2

Individer

Personer som är aktiva inom musikbranschen; som frilansare och/eller anställda, oberoende av omfattning.

Datainsamling

Organisationer - februari 2020

Den första delen av undersökningen bestod av en webbenkät-undersökning riktad mot organisationer inom musikbranschen som anställer personal där representanter fick svara på en blandning mellan kvantitativa och kvalitativa frågor. I denna del av undersökningen deltog 114 stycken organisationer. Här är urvalet baserat på Musiksveriges medlemsorganisationer samt ett urval av andra organisationer.

De svarande har angivit att de sysselsätter 2370 personer, dvs cirka 23 procent av de drygt 10000 personer som sysselsätts i musikbranschen enligt Musiksveriges rapport "Musikbranschen i siffror 2017".

Individer - februari 2020

I den andra delen av undersökningen som riktades mot individer som är verksamma inom musikbranschen (som frilansare och/eller anställda, oberoende av omfattning) deltog 584 personer. Denna enkät var kortare än den riktad till organisationer och bestod också av både kvalitativa och kvantitativa frågor. Denna enkät spreds även via sociala medier och i andra relevanta kanaler och var på så sätt öppen för vem som helst att fylla i.

Intervjuer - maj-juni 2020

Rapportens metod bygger på en kombination av kvantitativ och kvalitativ data. Den tredje byggstenen är därför kvalitativa intervjuer i samband med analysen för att ytterligare fördjupa det kvalitativa datat. Intervjuerna gjordes med ett urval av representanter från olika delar av musikbranschen.

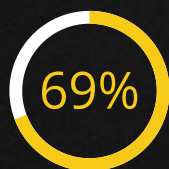
De tillfrågade bestod av beslutsfattare på större bolag inom den traditionella musikbranschen, livebranschen, utbildningssektorn samt nyare bolag inom t.ex. musiktechsektorn.

Hur ser det ut just nu?

Här presenteras i korthet resultat från enkätinsamlingen.

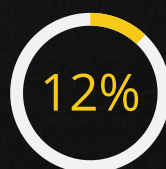
Olika aktörer bland organisationer

De svarande organisationerna representerar följande kategorier:



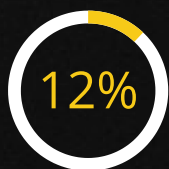
Musikbolag

- Musikförlag
- Management
- Agentur
- Musikbolag/skivbolag
- Notförsäljning
- Ljudteknik
- Musikstudio
- Musikproduktion/musiker
- /kompositör
- Distribution
- Aggregator
- Artistbyrå



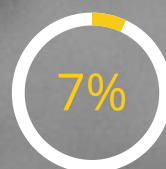
Intresse- /upphovsrättsorganisation

- Upphovsrättsorganisation
- Intresseorganisation
- Fackförbund
- Musikpris
- Utbildare/musikinstitution
- Juridik
- Exportkontor



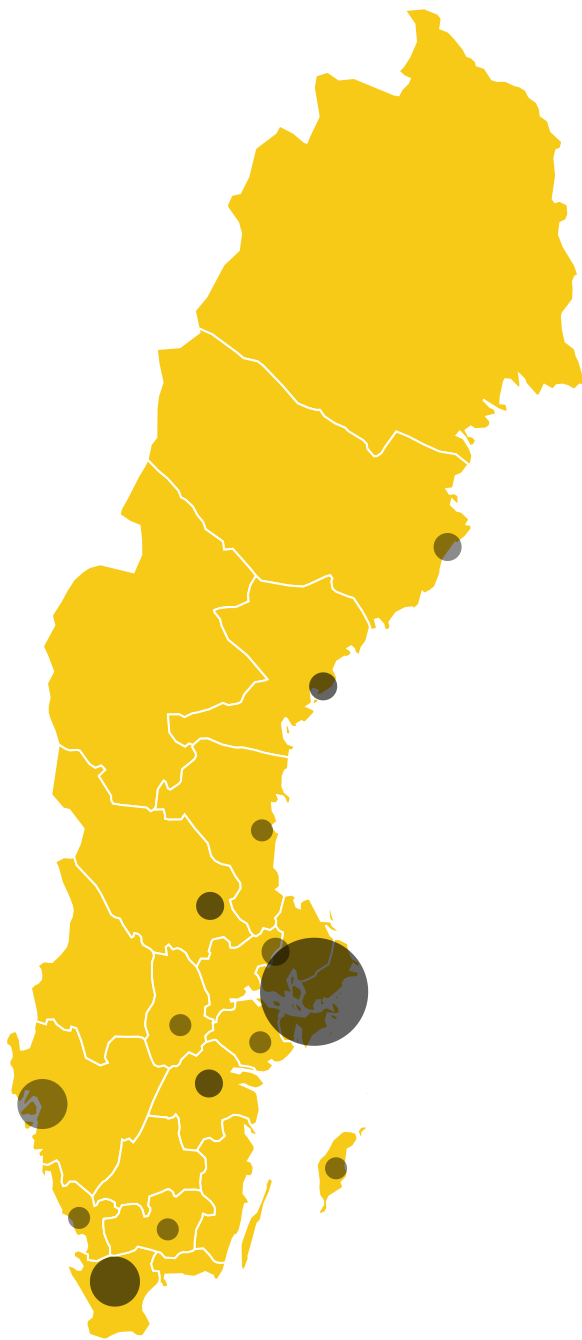
Liveaktör

- Bokningsbolag
- Festival
- Livebolag (ljud, ljus, scen)
- Symfoniorkester
- Konsertarrangör
- Merchbolag



Musiktech och media

- Broadcast/radio/TV
- Teknikföretag
- Musiktechbolag
- Reklam-/PR-/webbyrå
- Dataspel/interaktiv media
- Media/podcast/YouTube/film
- Webbplats/community

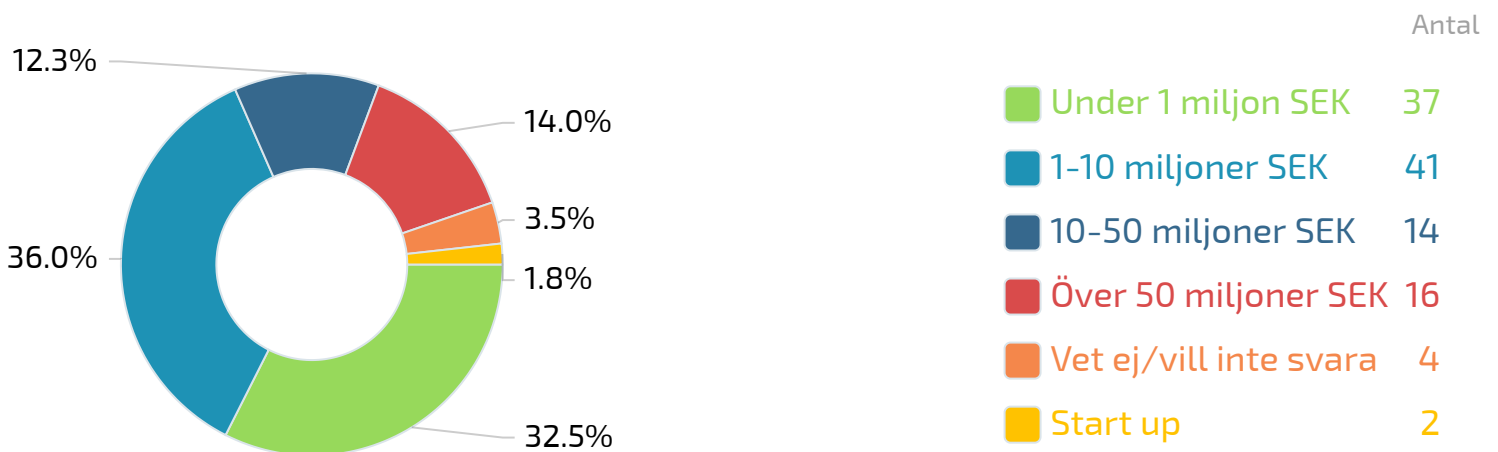


Olika aktörer bland organisationer

Ca 69% eller 77 av de 111 organisationer som har valt att fylla i sitt postnummer är verksamma i Stockholmsområdet. Andra välrepresenterade områden är Skåne och Västra Götaland.

Omsättning hos organisationerna

113 av 114 organisationer valde att svara på hur stor omsättning de har. 2 sade sig vara i start up fas utan registrerad omsättning medan 3 stycken svarade "vet ej". Svaren fördelades enligt följande:



Antal sysselsatta i organisationerna

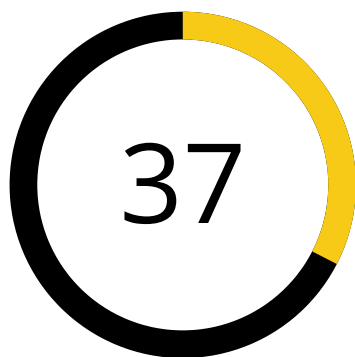
Här ligger fokus på hur många personer de tillfrågade organisationerna sysselsätter (under februari månad 2020).

De anställer tillsammans 1564 personer på heltid eller deltid.

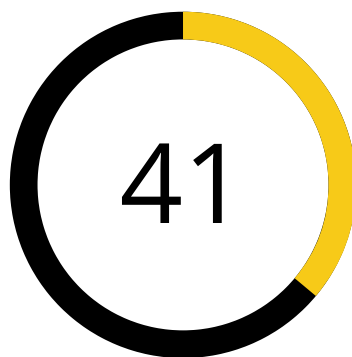
Utöver detta kontrakteras 806 konsulter eller frilansare och 88 stycken praktikanter.

Bland dessa 2458 personer anges 37% vara kvinnor och 63% vara män.

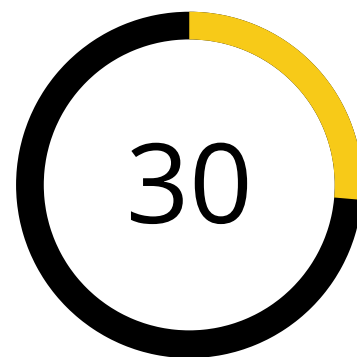
Som perspektiv kan dessa siffror jämföras med rapporten Musikbranschen i siffror 2017 (Musiksverige, 2017) där det rapporteras att musikbranschen totalt beräknas sysselsätta över 10 000 personer, med ungefär samma könsfördelning.



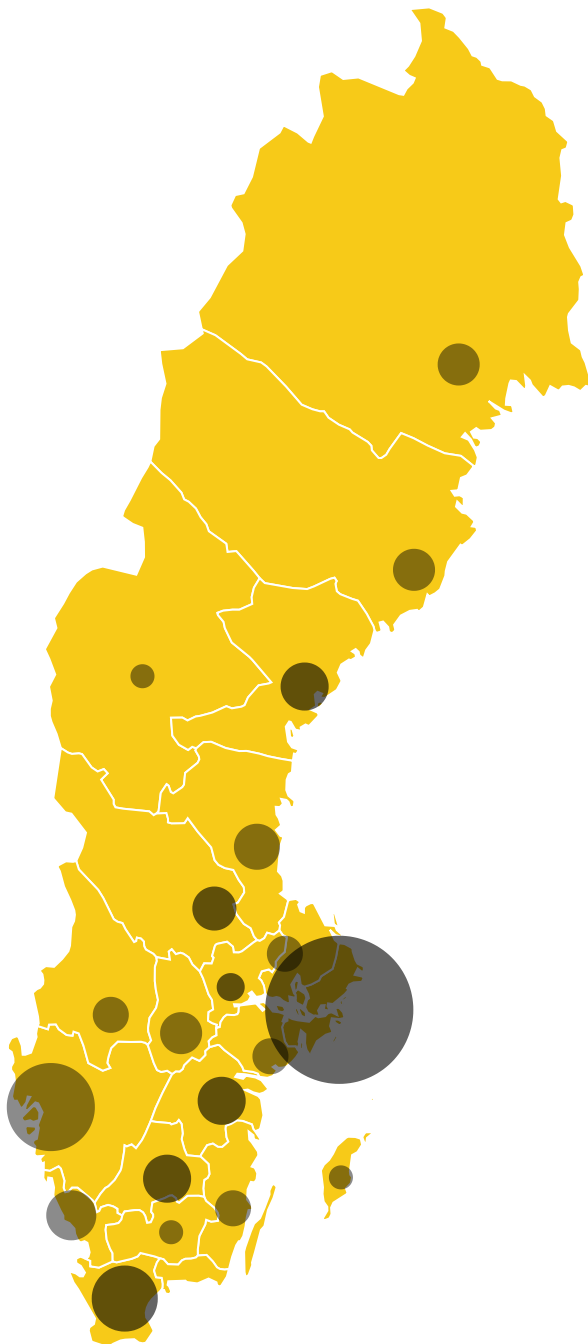
37 organisationer har rapporterat en omsättning på **under 1 miljon**. Dessa bolag **anställer i medeltal en person per bolag och anlitar i medeltal tre konsulter**. De vanligaste kategorierna inom dessa bolag är musikbolag/skivbolag, musikproduktion, musikförlag och management.



41 organisationer har rapporterat en omsättning på **mellan 1 och 10 miljoner kronor**. Dessa bolag rapporterar att de i medeltal **anställer 6 personer och rekryterar 9 konsulter samt en praktikant**. De vanligaste branscherna bland dessa är musikbolag/skivbolag, musikförlag, management samt musikproduktion.



30 organisationer har rapporterat en omsättning på **över 10 miljoner kronor**. Här ligger tonvikten på musikbolag, konsertarrangörer, management och upphovsrättsorganisationer. Dessa har rapporterat att **de i medeltal anställer 11 personer, anlitar 5 konsulter och 1 praktikant**.



Olika aktörer bland individer

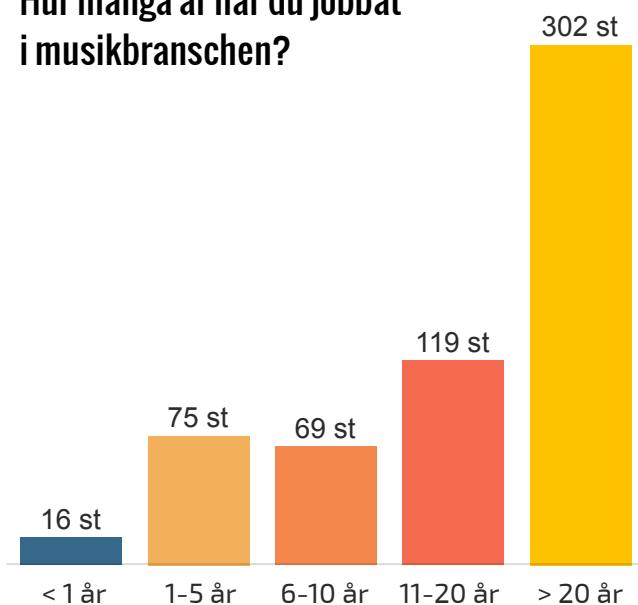
Totalt svarade 584 personer på individenkäten. Ca 52% (299 stycken) av dessa är baserade i Stockholms län, ca 13% (76 stycken) i Västra Götaland och ca 9% (49 stycken) i Skåne län.

Ca 52% (302 stycken) av de svarande säger sig ha jobbat mer än 20 år i branschen medan den minst representerade gruppen med ca 3% (16 stycken) har jobbat mindre än ett år.

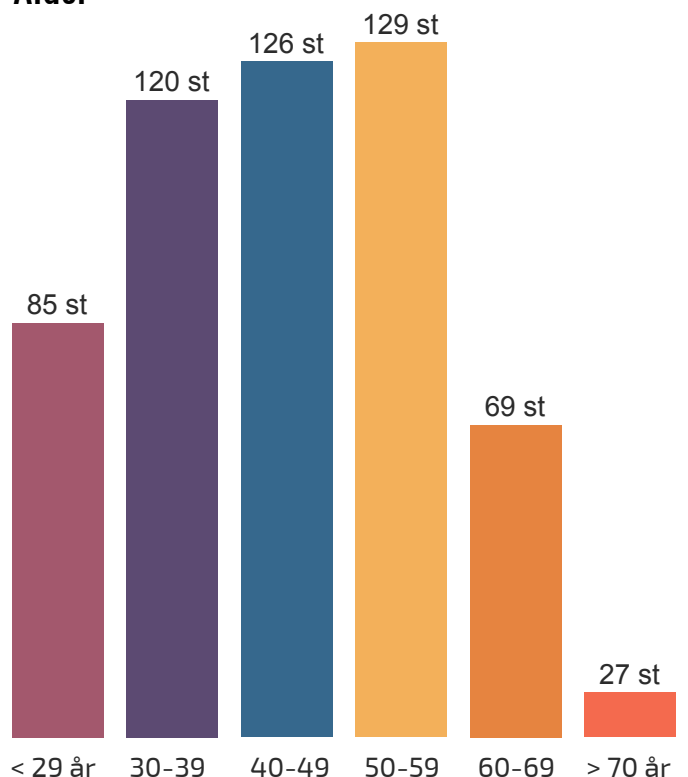
Majoriteten av de svarande ca 64% var mellan 30-59 år.

Ca 71% av de svarande var män, 27% var kvinnor och ca 2% valde "icke-binär, annat, vill ej svara".

Hur många år har du jobbat i musikbranschen?



Ålder



Sysselsättning bland individer

Enkätundersökningen riktad till individer visar på en komplex värld av olika sysselsättningsformer och synergier med andra branscher.

Överlag är det vanligare bland individerna att vara anställd inom musikbranschen i någon form av administrativ roll medan de som har kreativa roller oftare jobbar som frilansare.

19%

Bland de 584 svarande individerna säger ca 19% eller 112 personer att de är anställda på hel- eller deltid inom branschen.

De vanligaste rollerna här var musiker inom klassisk musik, VD eller chef samt projektledare eller manager.

70%

Ca 70% eller 407 stycken av de svarande individerna säger att de helt eller delvis frilansa inom musikbranschen.

Vanligaste roller är artist, musiker, låtskrivare och musikproducent.

57%

Av dessa 407 frilansare är det ca 57% eller 233 stycken som säger sig kunna klara sin försörjning endast på sin frilanskarriär. Av dessa individer säger sig ca 78% ha över 10 års erfarenhet av branschen.

Medan ca 43% kombinerar sitt frilansande med annat arbete inom eller utanför musikbranschen.

Olika roller bland individer

På frågan "Vilket/vilka av nedanstående kategoriserar din verksamhet eller den organisation du är anställd av främst?" är de fem vanligaste svaren bland individerna följande:

- 1 Musiker**
312 svar. 54,9%
- 2 Artistverksamhet**
266 svar. 46,8%
- 3 Låtskrivande**
257 svar. 45,2%
- 4 Musikproduktion**
206 svar. 36,3%
- 5 Musikbolag/skivbolag**
110 svar. 19,4%

Den vanligaste rollen bland individer är musiker. 312 av 584 individer har svarat att de är musiker i någon omfattning. Bland dessa 312 är det 130 stycken som endast frilansar inom musikbranschen.

Många av de som valt musiker har också valt låtskrivande (172 stycken) och musikproduktion (142 stycken) som en del av sin arbetsroll.

80 stycken av frilansmusikerna har inte heller en heltids- eller deltidsanställning inom branschen utan får sin inkomst från jobb utanför musikbranschen.

49 av musikerna rapporterar att de har en hel- eller deltidsanställning inom musikbranschen. Dvs ca 15% av musikerna har en anställning medan ca 67% försörjer sig helt eller delvis genom frilansarbete eller inkomst från jobb utanför musikbranschen.

Av dessa 49 har 20 stycken beskrivit sin roll som någon form av orkester- eller kyrkomusiker. Dvs arenor där det traditionellt sett finns anställningar för musiker.

Här ser vi en bild av att den vanligaste rollen musiker (kombinerat med låtskrivande och musikproduktion) bland individerna är övervägande frilansbaserad och att många försörjer sig genom att också jobba i andra branscher.

Bland de vanligaste rollerna som individerna har behövt hjälp med eller köpt in under det senaste året är de vanligaste ljudtekniker, musiker, fotograf, grafisk formgivning samt marknadsföring och PR.

68%

Ca 68% (349 stycken) av de svarande individerna säger sig ha utbildat sig för de arbetsuppgifter de gör nu.

48%

Nästan hälften (48% eller 279 stycken) av de svarande ser sig behöva utbildning eller fortbildning inom de närmaste åren.

De områden som individerna ser störst behov av att utbilda eller fortbilda sig inom är:

Musikproduktion/låtskrivande/studio/instrument

Företagande/ekonomi/marknadsföring

Nätverk/sociala medier/IT

Juridik/avtal/rättigheter

Film/foto/grafisk formgivning

AI/Interactive sound

Pedagogik

Personlig utveckling

Hur kan det se ut framöver?

Tillväxt och framtidstro

Tillväxttron bland de tillfrågade är god, 72 av 114 organisationer (63%) har rapporterat att de förväntar sig tillväxt i omsättning inom de närmaste 5 åren. 12 stycken har svarat ingen tillväxt eller minskning, 28 har svarat att de inte vet och 2 att de inte bedriver en kommersiell verksamhet.

27 stycken eller 24% svarade att de förväntar sig en tillväxt på över 8% på en femårsperiod. De tongivande kategorierna bland dessa 27 är musikbolag/skivbolag, management, musikförlag och musikproduktion.

Detta kan jämföras med den förra rapporten "Musikbranschens utveckling och kompetensbehov 2017-2022" (Musiksverige 2016) där 30% av de tillfrågade förväntade sig en tillväxt på över 8%.

Mellan 2009 och 2019 har den svenska musikbranschens totala intäkter ökat med över 85% enligt "Musikbranschen i siffror – statistik för 2009-2019 samt estimat för 2020" av Linda Portnoff och Anna Ingler. Enligt deras estimering av den ekonomiska utvecklingen utan Covid-19 skulle denna tillväxttakt fortsatt under 2020. Musikbranschens totala intäkter under 2020 förväntas istället minska för första gången på ett decennium där konsertintäkter står för största delen av minskningen medan intäkter från inspelad musik påverkas inte negativt.

Under de 15 kvalitativa intervjuerna som utfördes under maj-juni 2020 såg vi samtidig en tendens där flera av de tillfrågade såg ljus på framtiden trots motgångar just nu på grund av Covid-19.

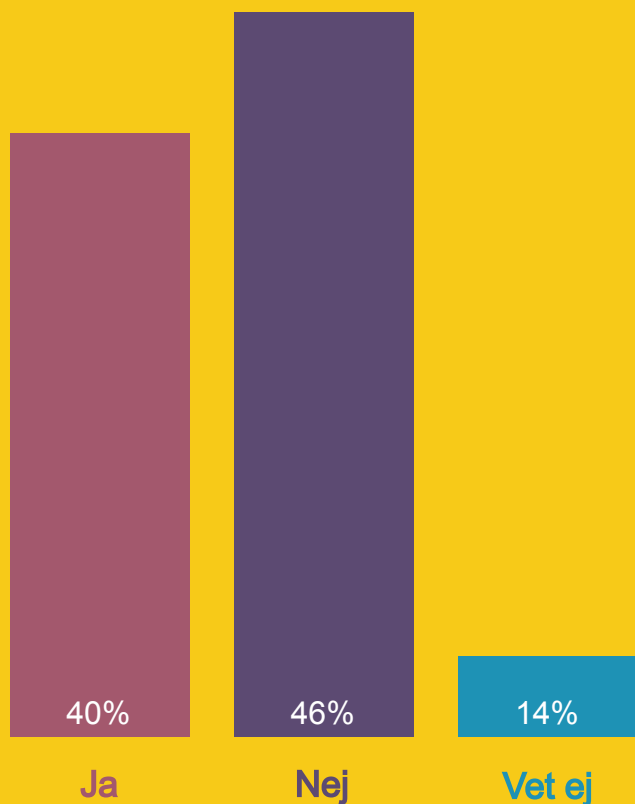
Flera såg till exempel den tvingade teknologiska utvecklingen som Covid-19 har inneburit som en stor delfaktor i framtida tillväxt där traditionella affärsmodeller kombineras med nya modeller som skapats utgående från nya teknologiska lösningar, t.ex. livestreamade konserter.

En stor del av framtidstron centreras också i intervjuerna kring behovet av utbildning och fortbildning för befintlig och framtida personal där man ser ett behov av att anpassa sin verksamhet för nya verkligheter och på så sätt framtidssäkra sin verksamhet.

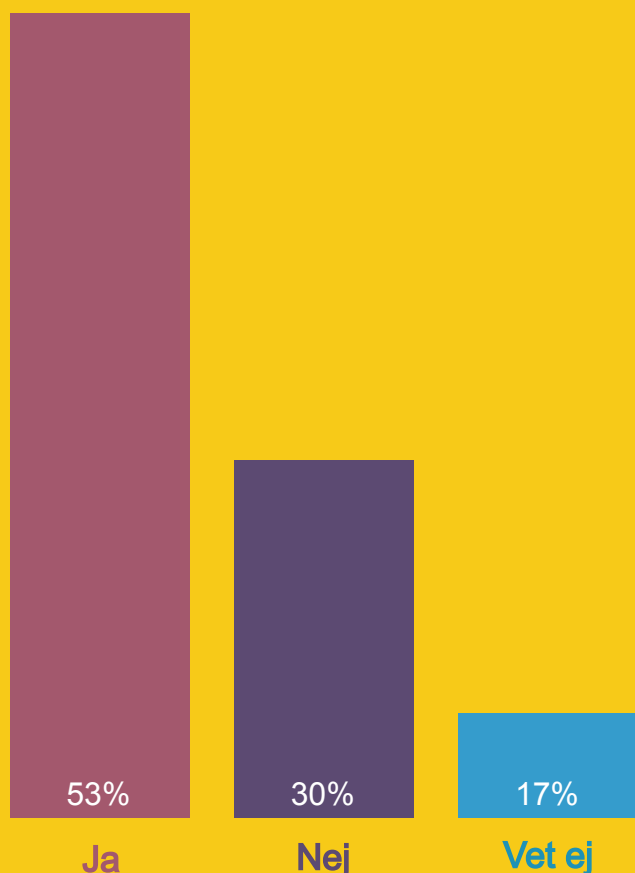
I några fall rapporteras det om en ökning av intäkter efter Covid-19 jämfört med tidigare; Främst inom inspelad musik och streaming.

Bland de intervjuade individerna (frilansare/anställda) är framtidstron lite mera diffus. Flera uttrycker en vilshenhet över hur inkomströmmarna och svårigheten i att nå ut med sin musik påverkar deras verksamhet. Andra exempel är svårigheten att med rådande omständigheter kunna få finansiering för nya startup idéer.

Kommer ni att anställa eller anlita kompetens under 2020?



Kommer ni att anställa eller anlita kompetens under 2021-2025?



Utsikter för sysselsättning

I ett kort perspektiv är inte förhoppningen om nyanställningar inom organisationerna speciellt stor.

I organisationsenkäten, som genomfördes innan Covid-19, sade 46 stycken (ca 40%) av organisationerna att de kommer att anställa en eller flera personer under 2020 medan 51 stycken (ca 46%) sade att de inte kommer att anställa eller anlita fler.

Här är det dock centralt att också notera den efterföljande Covid-19 och att den troligen har stoppat alla former av nyrekrytering under 2020. Något som också sades i våra kvalitativa djupintervjuer senare under våren.

I ett längre tidsperspektiv är anställnings- och rekryteringsvilligheten en aning positivare.

60 stycken (ca 53%) av de tillfrågade tänker sig att anställa minst en person medan 29 stycken (ca 25%) kommer att anställa fler än två personer. 30% säger att de inte kommer att anställa eller anlita fler 2021-2025 och 17% vet ej.

Också i våra kvalitativa intervjuer kan vi skönja en positivitet hos flera av de intervjuade som hoppas på att kunna öka tillväxt på längre sikt och därmed också anlita mer personal.

Utsikter för sysselsättning inom branschen



53%

Bland de 60 organisationer som planerar att rekrytera kompetens under närmaste 5-årsperiod är de vanligaste verksamhetsområdena.

Musikbolag/skivbolag

Musikförlag

Konsertarrangör

Management

Musikstudio

Musikproduktion

Reklam-/PR-/webbyrå



14%

Ca 14% (16 organisationer) planerar att rekrytera fler än 6 personer under närmaste 5-årsperiod. Här är de vanligaste verksamhetsområdena.

Musikbolag/skivbolag

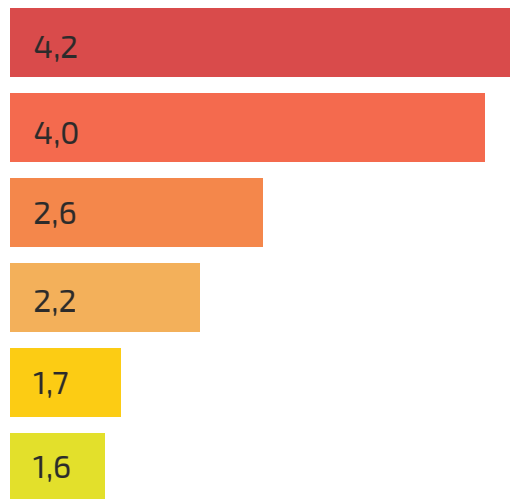
Musiktechbolag

Musikproduktion

Dataspel/interaktiv media

Hur rekryterar organisationerna?

Vi bad organisationerna i enkäten att svara på hur de rekryterar sin personal. På frågan "Hur rekryterar ni? Betygsätt, där 1 är inte alls vanligt och 5 är mycket vanligt." De två absolut vanligaste sätten var "Kontakt inom det befintliga nätverket" och "Rekommendation".



Minst förekommande sätt att rekrytera var traditionella sätt såsom "Arbetsförmedlingen eller bemannings-/rekryteringsbolag." Sociala medier tredje vanligast, jämfört med fjärde vanligast i 2017 års kompetensrapport och sjätte vanligast 2015.

Kontakt inom det befintliga nätverket

Rekommendation

Sociala medier

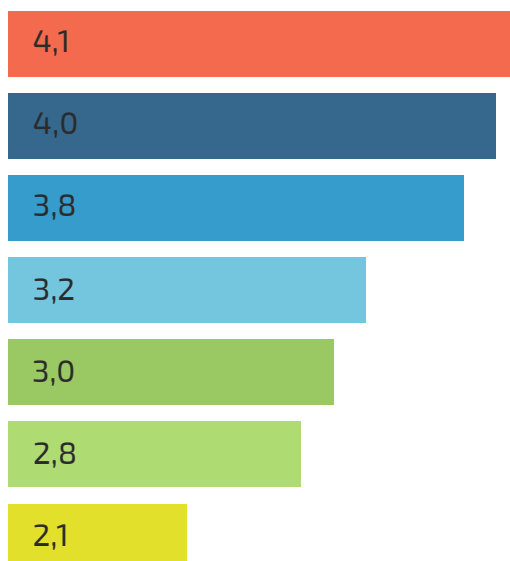
Vidareanställning av praktikanter

Jobbannons, tjänster som LinkedIn

Arbetsförmedlingen, bemanning, rekrytering

Med vilka kriterier?

Vad gäller bedömningskriterier vid rekrytering är de mest vanliga bland de svarande "Rekommendation", "Erfarenhet av samma uppgift" och "Bedömning av framtida potential". Det minst vanliga bland de svarande är "Närvaro på sociala medier (ex artist)".



Enligt enkäten värderade de svarande rekommendationer och erfarenheter som mer avgörande bedömningskriterier än utbildning. Däremot, på frågan kring hur vi lockar fler till branschen senare i enkäten svarade många med hjälp av utbildning och fortbildning, vilket också visar på utbildningens värde i sammanhanget.

Rekommendation

Erfarenhet av samma uppgift

Bedömning av framtida potential

Arbetsprov/portfolio

Utbildning - branschspecifik

Utbildning - annan

Närvaro på sociala medier (ex artist)

Roller och kompetenser

Roller

På frågan kring vilka roller organisationerna ser ett behov av att rekrytera eller anställa var de 10 vanligaste rollerna:

Marknadsförare

PR/promotion

Administratör

Ekonom

A&R/Creative

Utvecklare - web tech

Grafisk formgivare

Musikproducent

Creative sync

Ljudtekniker

När vi tittade på organisationer som säger sig anställa eller rekrytera fler än två personer under de kommande fem åren ser de efterfrågade rollerna ut på följande sätt:

Administratör

Marknadsförare

A&R/Creative

Ekonom

Utvecklare

Projektledare

PR/promotion

Agent

Säljare

Musikproducent

Kompetenser

På frågan "Vilka är de viktigaste kompetenserna vid nyrekrytering" toppade dessa tio kompetenser:

Branschkunskap/praktisk kunskap

Marknadsföring

Kunskap om sociala medier

Kommunikation och PR

Språkkunskaper - engelska

Musikkunskap

Projektledning

Ekonomi

Upphovsrättskunskap

Musikjuridisk kunskap



"Musikbranschen kommer att behöva vassa arbetare; det kommer att behövas färre öron och mer marknadskommunikatörer. För att örat sitter musikproducenten på - de är den nya tidens A&R. Det vi i branschen behöver göra är att vara smörjmedlet i mötet mellan artist och fans. Och då behöver man projektledning, marknadsföring, strategi, PR."

VD, musikbolag

Från denna statistik kan läsas att bland de större företag som säger sig planera för att anställa två eller flera personer 2021-2025 efterfrågas få kompetenser från skapandeprocessen. De absolut mest efterfrågade kompetenserna är marknadsföring och administration samt ekonomi och utvecklare.

En bidragande orsak till detta är att kompetenser för skapandeprocessen oftast kontrakteras till organisationerna. Detta kan jämföras med datat från individenkäten där t.ex. rollen låtskrivare, musiker och artist är de roller med flest frilansare.



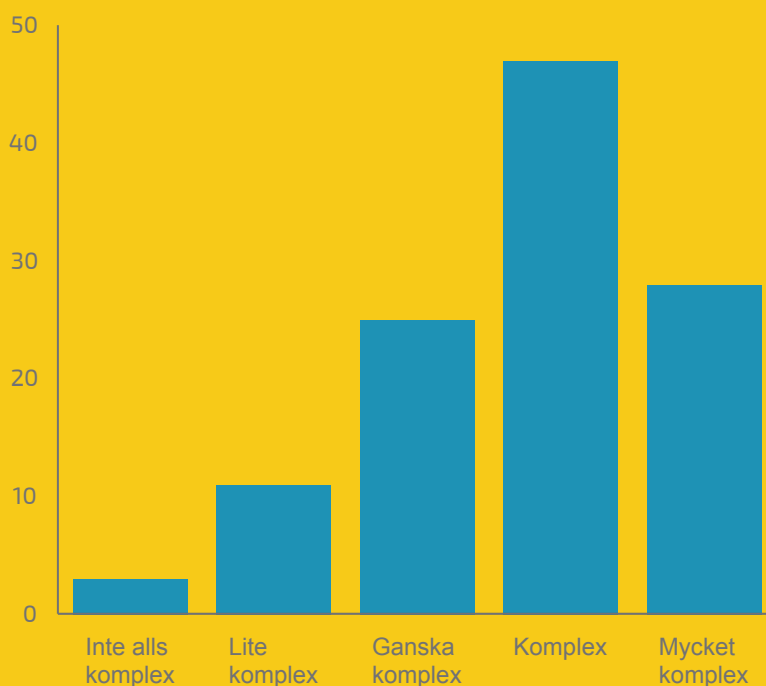
"Jag tror att vi måste satsa mera på den mänskliga resursen, se till att vi får upp en ny grupp av människor som är intresserade och vill vara med. Vi behöver lägga resurser på att utveckla människor till att bli mera mångfacetterade för att leverera en upplevelse som konsumenten vill ha framåt. Det kommer se annorlunda ut än vad det gör idag. Det är inte att kunna lyssna när det är en hit eller en bra artist utan det gäller att kunna sin verktygslåda, vilka instrument man behöver ha med sig för att producera den upplevelse som konsumenten vill köpa biljetter till."

VD, bokningsbolag

Komplexitet

Till både organisationer och individer ställdes frågan "Upplever du/ni musikbranschen som komplex?" där de svarande fick välja komplexitetsgrad på en femgradig skala. Frågan följdes av en öppen fråga där de svarande fick beskriva sin upplevelse av komplexiteten. Dessa två frågor behandlas djupare här.

Upplever du/ni musikbranschen som komplex?



Organisationer

Bland organisationerna upplevde 66% av de 114 tillfrågade att musikbranschen är komplex (41,2%) eller mycket komplex (24,6%) medan endast 3 av 114, dvs ca 2,6%, svarade "1 - Inte alls komplex".

När organisationerna fick möjlighet att beskriva komplexiteten var en stor majoritet av svaren inringade kring:

Röriga strukturer och många aktörer

Strukturerna kring företag och intresseorganisationer känns bland många svarande föråldrade och svårbegripliga. Man beskriver att det finns många olika aktörer som ofta rör sig i flera olika områden inom branschen. Det råder också en uppfattning om att kunskapen kring upphovsrätt och juridik är bristfällig samtidigt som upphovsrätten i sig ses som komplex.

Snabba förändringar

Den andra stora tendensen bland de svarande är beskrivningar av en bransch som ständigt och snabbt förändras i takt med teknologisk utveckling.

Vissa av de svarande lyfte också fram att musikbranschens komplexitet kan grunda sig i en form av oberäknlighet då tjänsterna och produkterna oftast är kopplade till människor och deras kreativitet. Det innebär att det finns ett behov av sociala kompetenser.

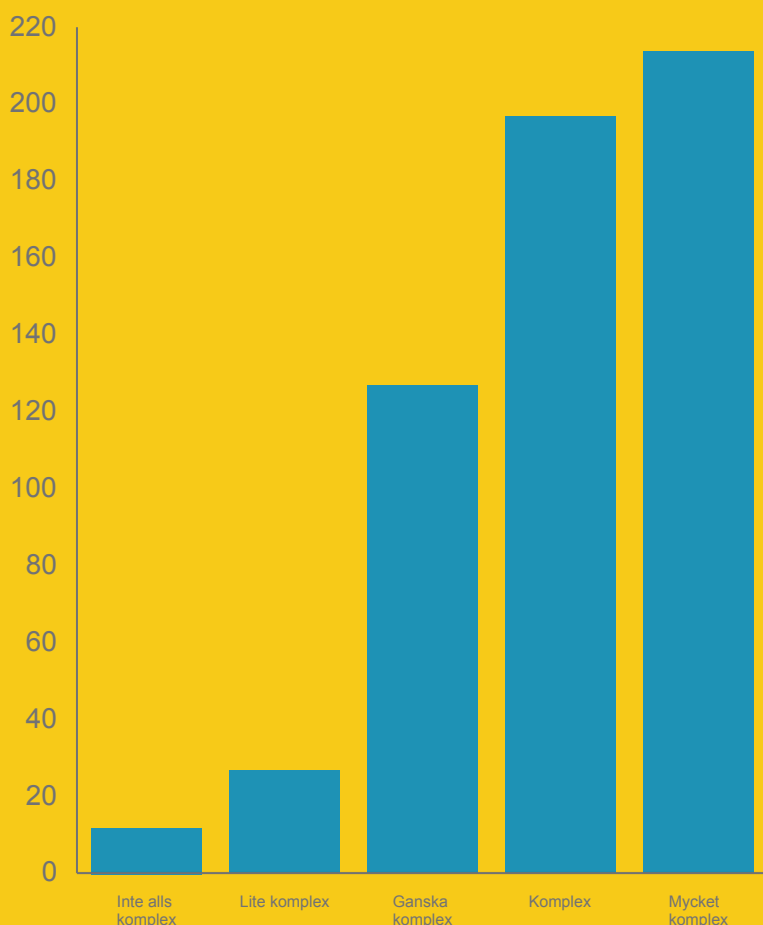
Ekonomi

Den tredje tendensen vi kunde se i svaren var ett fokus på inkomstströmmar och ekonomi. Här beskriver de svarande att det är svårt att greppa alla multipla inkomstströmmar. Vissa kopplar detta till fördelning mellan kreatörer och organisationer andra till teknologisk utveckling.

Komplexitet

Individer

Upplever du musikbranschen som komplex?



Bland de tillfrågade individerna upplever ca 31% musikbranschen som mycket komplex. Endast 2,3% svarade att de inte upplever den som komplex alls.

Här fick vi in betydligt fler svar eftersom antalet individsvar var fem gånger större än den för organisationer. Därför har vi i vår analys av den kvalitativa följdfrågan; "Ange gärna varför du upplever musikbranschen så som du gör" valt att lyfta fram 6 stycken huvudspår:

Många roller

Många av de svarande beskrev sin verksamhet som en blandning av många olika roller. Dvs, för att vara verksam som individ i musikbranschen behöver man också kunna en hel del kringverksamheter.

Röriga strukturer

Många av de svarande anser att musikbranschen är rörig när det kommer till strukturer bland organisationer och olika bolag. Många har också problem att förstå avtal, juridik och upphovsrätt.

Hård konkurrens

Musikbranschen upplevs som en hård bransch där konkurrensen om uppdrag och jobbtillfällen är krävande.

Beroende av kontakter

Många ser behovet av ett stort kontaktnät som en del i komplexiteten. Flera beskriver hur beslut tycks fattas bakom stängda dörrar och anställningar samt uppdrag delas ut till ett befintligt nätverk.

Ekonomi

En stor andel av de svarande beskriver att de har svårt att få till en bra ekonomi i sin verksamhet. Vissa tillskriver detta till förändrade distributionskanaler för inspelad musik och den snabba utveckling som skett de senaste åren. Andra ser detta ur synvinkeln att livemusik är mindre eftertraktat och antalet betalda spelningar sjunkit.

Snabb förändring

Musikbranschen anses vara en bransch i ständig och snabb förändring där nya aktörer och strukturella förändringar har förändrat spelplanen och gjort det svårare att förstå branschen och verka i den.

En jämförande analys av de två grupperna visar att båda har beskrivit komplicerade strukturer och mångfalden av roller som stora orsaker till upplevelsen av komplexitet.

Dvs, både organisationerna och individerna ser på branschen som ett virrvarr av aktörer, både stora och små, som alla gör multipla saker och därför också påverkas på olika sätt av lagar och juridik kring exempelvis upphovsrätt.



"Komplexiteten består i att det är så otroligt många saker man bör känna till och det finns så många saker man borde lära sig. Så det är nog lite överväldigande. Det är ju liksom överväldigande för mig som jobbar med det hela tiden. Så jag kan föreställa mig att det är det för studenterna."

Lärare, musikhögskola

Vad är komplexitet och vad kan det betyda för kompetensutveckling?

Sett ur ett nationellt och internationellt perspektiv finns det rön som kan hjälpa oss härleda hur komplexitet kan påverka länder, branscher och deras kompetensutveckling.

Enligt organisationer så som World Economic Forum och OECD är *Complexity Theory* ett växande ramverk för att förstå de adaptiva komplexa ekosystem som ofta består av självorganiserande nätverk av organisationer och individer.

Harvard Growth Lab rangordnar årligen länder enligt deras [Economic Complexity Index "ECI"](#) (länk), efter den volym av kunskapsintensiva produkter ett land exporterar.

Båda grupperna berör också snabba teknologiska och strukturella förändringar och hur de leder till svårigheter kring ekonomi och framtidsutsikter.

WEF's studier visar att komplexitet kan erbjuda motståndskraft mot risker och hot, samtidigt som den kan vara ett hinder för möjligheter och utveckling.

Gemensamt för många av dessa studier är att bättre förståelse och kunskap om ett komplext ekosystems grundregler och förutsättningar ger ökad kompetens och fördelar för organisationer och individer.

I Musiksveriges rapport om Covid-19's påverkan av Linda Portnoff och Anna Ingler framgår vikten av förståelse för komplexiteten i musikbranschen.

"Det är viktigt att förstå komplexiteten och de unika arbetsförhållandena i musikbranschen för att kunna utforma rätt sorts åtgärder som gör faktisk reell skillnad." (Portnoff & Ingler, 2020)

Sammanfattande analys

Musik, musiklivet och musikbranschen består av ett kunskapsintensivt ekosystem som har genomgått stora förändringar på kort tid i takt med den tekniska utvecklingen.

Ekosystemets olika delar så som till exempel inspelning, produktion och distribution har digitaliserats i rask takt medan andra delar så som exempelvis live, förlag och management har haft en relativt sett långsammare digitalisering.

Samverkan mellan dessa förändringar och liknande förändringar i samhället i stort har enligt vår tolkning lett till förändringar av arbetsvillkor, arbetsroller och kompetensbehov.

Detta skapar en reell och en upplevd komplexitet vilket också framgått av de hundratals unika kvalitativa svaren i denna studie.

“

"Precis som alltid behöver musikbranschen vara på tårna hela tiden, och framför allt följa den tekniska utvecklingen.

Vi lever i en otroligt spännande värld just nu, där gaming och musikappar, den virtuella musikupplevelsen, är på väg att bli lika verklig som den "gamla" fysiska.

Samtidigt som musikbranschens aktörer behöver samarbeta med teknikutvecklarna, behöver man precis som alltid se till att förståelsen för upphovsrätten och värdet av musiken fortsätter att vara hög.

I takt med att vår vardag blir allt mer "immateriell", blir också immaterialrätterna allt viktigare, och det kommer fortsatt vara otroligt centralt att musikskapande har ett högt värde."

Daniel Johansson, musikbranschforskare

För en starkare kompetensutveckling inom den svenska musikbranschen nu och fram till 2025 förslår vi:

1. Förenkla och förtydliga

Det är viktigt att **förenkla** information om musikens ekosystem och näringskedja och hur det påverkas av teknik och samhällsutveckling.

Förtydliga vad en kompetent, kreativ och innovativ musikkår bidrar till för Sveriges samhälle, ekonomi och export.

2. Tillgängliggör och medvetandegör

Det är viktigt att **tillgängliggöra** denna information på ett välstrukturerat och lättbegripligt sätt.

Medvetandegöra och belysa varför denna information är viktig för individer (barn, ungdomar, vuxna, talanger och experter från alla delar av samhället) så väl som organisationer, makthavare och myndigheter.

3. Höj kompetens och dess utvecklingstakt

Det är viktigt att utbildare och pedagogers gedigna arbete får fortsätta utvecklas genom ökat samarbete med musikbranschens organisationer, bolag och med makthavare och myndigheter.

Det är viktigt att kunskapsöverföring, bildning och kontinuerlig fortbildning blir alltmer lättillgänglig, sker alltmer effektivt och i allt snabbare takt.

Hur lockar vi fler ambitiösa talanger in i musikalivet?

Och hur möter vi deras ambitionsnivå i musikbranschen?

I enkäten riktad mot organisationer ställde vi en öppen fråga kring hur vi som bransch lockar fler ambitiösa talanger till musikalivet och hur vi möter deras ambitionsnivå.

70 av 114 organisationer valde att svara på denna fråga och här hittade vi sex stycken huvudspår:

1. Behovet av utbildning, kunskapshöjning och professionalism

Över hälften av svaren berör ett starkt behov av att branschen behöver mer professionella och välutbildade individer. Det beskrivs både som att musikbranschen har behov av konstnärlighet, nytänkande och kreativitet samtidigt som det också behövs personer som är mer fokuserade på att jobba med administration och allt runt omkring.

En utveckling av befintliga och nya branschspecifika utbildningar ses positivt och målet är en mera professionell musikbransch.

2. Utveckling av mentorskap och praktikplatser

En del av de svarande lyfter fram behovet av olika former av praktikplatser och mentorskap. Men också att de som tar emot praktikplatser eller mentorskap också behöver veta vad de vill. Här beskrivs också en skillnad mellan att jobba med t.ex. marknadsföring eller A&R där det krävs två väldigt olika typer av kompetenser.

3. Löner, anställningsvillkor och trygghet

Många lyfter fram behovet av konkurrenskraftiga lönenivåer och tryggare anställningsformer som en möjlig lösning på att locka ambitiös kompetens till branschen.

4. Konstnärlighet, lust och inspiration

Vissa av de svarande lyfter fram ett behov av fokus på konstnärlig bredd i musik och en större betoning på lust och inspiration. Detta motsätter på ett vis punkt ett i denna lista men kan också ses likna punkt nummer sex, dvs att vissa ser det som viktigt att det kreativa skall få styra branschen.

5. Hållbar utveckling och jämlikhet

Här såg vi betoning på att branschen behöver bli mera jämlik och fokusera på nytänkande och entreprenörskap för att få en mera diversifierad framtid.

6. Radikal förändring och utveckling av tillvägagångssätt

Några av de svarande anser att det behövs en radikal förändring av tillvägagångssätt och hur musikbranschen fungerar. Här finns en stark koppling till komplexitetsfrågan och ett pekande på den snabba utvecklingen.



Hur lockar vi fler ambitiösa talanger in i musiklivet och möter deras ambitionsnivå i musikbranschen?

“För att attrahera kompetens till musiklivet måste också musikindustrin erbjuda en spännande framtid. En förutsättning för detta är att fortsätta utvecklas och omfamna nya idéer och innovationer. Ju större makt man sitter på desto större ansvar måste man ta för att möjliggöra detta”

“Flera aktuella eftergymnasiala utbildningar. Lägg inte ner kommunala musikskolor och musiklektionerna i skolan. Är ju de som gjort att vi har en stor musikexport idag. Döda inte det”

“Vi behöver utbildningar som bygger på individers talang utöver deras egen vilja att jobba i musikbranschen. En form av utbildning/mentorskap som går på djupet och skapar insikt och förståelse för komplexiteten i vår bransch samt vikten av de "mjuka" värden som ej går att akademisera.”

“Utbildning samt starka organisationer runt omkring artister, låtskrivare m.fl. som säkerställer möjligheterna att försörja sig. “

“Vi tror inte att det är problem att locka in de ambitiösa talangerna, snarare att se till att de ambitiösa anställda har bra villkor så att de stannar kvar och får ett hållbart yrkesliv. Ha en professionell, strukturerad verksamhet.”

“Jag tror branschen måste lyfta fram entreprenörskap, driv, uthållighet, professionalism, innovation och på olika sätt uppmärksamma själva leveransen lite oftare. Det kan locka fler unga tjejer och killar med genuint höga ambitioner till vår bransch. Det har varit mycket fokus på rättvisefrågor från branschorganisationerna en tid, vilket är bra och det har ju dessutom varit alldeles nödvändigt. Men, karriärmöjligheter och att attrahera talang har kanske kommit lite i skymundan ibland.”

“Bl.a genom att påvisa svensk musiks starka ställning internationellt. Att svensk musikexport har potential för att växa ytterligare.”

“Visa på en seriös och trovärdig bransch som bidrar med ett faktiskt värde till de vi jobbar med. Nya talanger vill veta att det finns andra "högre syften" än de finansiella.”

Slutsatser och implikationer

Musikens ekosystem och kompetens

Musikbranschen och det bredare musiklivets ekosystem ([länk](#)) skapar stora värden för Sveriges samhälle, ekonomi och export. Musikens näringskedja frodas tack vare tusentals individer och organisationer med olika kompetenser, egenskaper och expertis.

Ekosystemets betydelse för Sverige

Musikbranschens kreativa kompetens har varit, och fortsätter vara en viktig komponent för andra näringar så som tech, teknik, dataspel och film. Musik fortsätter även fylla våra fysiska rum och växa i våra digitala världar; som en uttrycksform som skapar bättre upplevelser, engagemang, inkludering, lärande och välmående, även som en rättighet för ungdomar.

Musikbranschen är komplex, vad betyder det?

Musikbranschens många aktörer, snabba digitala utveckling och föränderlighet gör att den upplevs som komplex, tvetydigt osäker och svår att överblicka; det har fått en populär akronym i andra branscher, VUCA.

I en sådan miljö försämras förmågan att se nya möjligheter, lösa problem och ta beslut. Bättre regelverk, stöd, gränsöverskridande samarbeten och kompetensutveckling kan i en sådan miljö ge individer, organisationer och hela Sveriges musikliv nya konkurrensfördelar.

Konkurrensfördelar för din organisation?

Internationella studier och nya ramverk som Complexity Theory visar att bättre kunskap om ett ekosystems grundförutsättningar ger fördelar för organisationer och individer. Hög komplexitet kan vara ett tecken på ett mer utvecklat ekosystem och kan ge visst skydd mot risker, kortsiktighet och exploatering.

Fördelar för dig?

Du som aktivt höjer din kompetens och breddar din kunskap om branschens huvudfunktioner, rättigheter och praxis kan åtnjuta många fördelar. Bättre färdigheter med digitala verktyg och mer kunskap om nya marknadsbehov och plattformar likaså.



"PR och marknadsföring är något du måste ha i DNA:t även om du jobbar med produktion eller projektledning"

Chef för musikbolag och byrå (intervju)

Organisationernas kompetensbehov 2020

I enkäten angav organisationerna störst behov av roller inom administration, ekonomi, marknadsföring och PR, som i 2017's rapport.

En skillnad är att programmerare (utvecklare) och mer tekniska roller som musikproducent och ljudtekniker visar sig bland top tio 2020.

Andra viktiga roller i ekosystemet så som musiker, artist, låtskrivare, royalty, copyright, juridik, arrangör, turnékoordinator med flera anges behövas lika mycket 2020 som 2017.

A&R/creative, projektledare, agent och säljare anges som mer behövda idag och behovet av grafisk formgivare och creative sync fortsätter i top tio. Titlar som affärsutveckling, manager och bokare valdes färre gånger relativt 2017.

Music data analyst, scentekniker, sound designer och pedagog är nya roller som tech, live, musikbolag och utbildare främst behöver.

Hur ser individernas behov ut 2020?

Individerna som består till stor del av musiker, artister, låtskrivare och producenter, anger att de mest anlitar kompetenser som är kreativa och tekniska. Åtta av deras top tio är sådana: ljudtekniker (studio), musiker, fotograf, grafisk formgivning, marknadsföring/PR, ljudtekniker (live), musikproducent och vokalister.

På samma sätt som organisationerna anger även individerna att utveckling (webb, app) prioriteras i mitten av deras top tio. Något som stärker bilden av en omfattande digitalisering och ett ökande behov av att synas och nå ut med sin musik, kompetens och sitt varumärke.

Nästan varannan individ (47%) säger sig bedriva egen artistverksamhet och var femte (19%) driver eget musikbolag; verksamheter med större behov av tjänster av andra konsulter och frilansare inom marknadsföring, webbutveckling, och optimering för sociala medier, streaming-plattformar med mera.

Många anger att de behöver lägga ner alltmer tid, fokus och resurser på att "nå ut", särskilt med sin musik på streaming-plattformar. Det finns ett växande behov av att förstå och få hjälp med, hur streaming-tjänsternas och sociala mediernas algoritmer fungerar.



"Jag känner liksom det handlar inte om konstnärligt värde eller verkshöjd på något plan utan det handlar om teknik, alltså hur bra man dansar tango med algoritmen"

"Det är nästan som att användaren sitter i en rullstol och har en assistent - som är då algoritmen - som vänder rullstolen åt ett håll och säger du ska titta på den här utsikten"
Artist, låtskrivare, producent (intervju)
om algoritmer i streaming/sociala medier

Hur kan det se ut 2021-2025?

Musikbranschens digitalisering har hittills varit mest påtaglig inom produktion och distribution av inspelad musik. Det har lett till att många nya roller och kompetenser skapats inom dessa segment samtidigt som många roller försvunnit helt eller delvis under de senaste två decennierna.

Därmed ser behovet av teknisk, mångsidig och kreativ kompetens inom produktion av inspelad musik ut att vara konstant. Detta har delvis framhävts under Covid-19, där intäkter för inspelad musik inte påverkats nämnvärt.

Kompetensbehoven inom distribution av inspelad musik ser ut att fortsätta och växa främst för streaming-plattformarna.

Digitaliseringen väntas öka och accelerera i musikens ekosystem, så som exempelvis:

- hur talang och kompetens utvecklas
- hur musik spelas, skrivs och samskapas
- hur artister och deras musik marknadsförs
- hur musik upplevs och framförs för publik

Musikbolag, management, liveaktörer och andra organisationer väntas digitalisera fler arbetsmetoder samtidigt som nya plattformar, innovationer och affärsmodeller etableras.

Fallstudie - techbolagens rekrytering

I en fallstudie juli 2020 utlyste Spotify över 80 roller i Sverige och över 200 globalt - enligt data från deras rekryteringar via LinkedIn. 10 st av dessa var arbetsroller kopplade till musik och podcast-innehåll på Spotify och Soundtrap medan sex roller inom Data Analytics. Övriga tjänster var inom programmering, produkt-design och operativa tjänster med flera.

Under samma period visade en sökning via LinkedIn att två andra kända svenska musiktechbolag utlyste roller i Sverige; Totalt sju tjänster, flest med operativa arbetsroller.



"Det behöver inte vara så att det är talanger som skall lockas in (till branschen) de kanske redan finns där men hur upptäcker vi dem?"

Grundare av musiktechstartup (intervju)

"Det är väldigt viktigt att vi i Sverige blir ännu bättre på att se till att det är en bred rekrytering till musiklivet"

Rektor på musikhögskola (intervju)

"Vi känner hela tiden ett ansvar och en liten oro för hur dom ska överleva när dom kommer ut i branschen. Samtidigt är det ju så att utan låtskrivare och producenter så stannar ju musiken av. Det kommer ju inga nya låtar."

Rektor på yrkeshögskola (intervju)

"Vi behöver lägga resurser på att utveckla människor till att bli mera mångfasetterade för att leverera en upplevelse som konsumenten vill ha framåt."

Ordförande för konsertarrangör (intervju)

Fallstudie - Digitalisering

Musikbranschens digitaliseringen har varit ojämnt fördelad. Exempelvis har livemusik hittills haft mindre andel digitalisering jämfört med inspelad musik. Samtidigt kan/bör vissa musikupplevelser och arbetsmetoder inte digitaliseras. En alltför hastig digitalisering kan även medföra hot mot musiklivets ekosystem. Som en tankeexperiment kan vi även beakta vad en global digital virusutbrott skulle kunna orsaka.

I Digitaliseringsrådets rapport till regeringen 2018 "En lägesbild av digital kompetens" skrivs det att framtidens arbetsmarknad förändras allt fortare och att vi behöver följa de rörelserna bättre. Det föreslås även att Sverige behöver ett utbildningssystem som möjliggör ständig kompetensutveckling och livslångt lärande för en bred allmän digital kompetens och spetskompetens.

Vad kan vi behöva 2021-2025?

Nuvarande rekryteringsmodell via det egna nätverket, undermåliga bedömningskriterier i kombination med ett ökande utbildnings- och fortbildningsbehov kan leda till en så kallad "skills gap", kompetensbrist uppstår.

Det kan även leda till:

- **försämrad jämställdhet och jämlikhet**
- **förlust av spetskompetens, kreativa talanger, entreprenörer och innovatörer**

Det kan bli kostsamt för vårt musikliv och kan innebära att svensk musik förlorar sin dragningskraft, kvalitet och konkurrenskraft.

Myndigheter, branschorganisationer, företag, institutioner och utbildare behöver samarbeta konkret, konstruktivt och kontinuerligt för att tillsammans förhindra att detta sker. Musikbranschen har som mycket annat en hög andel av sina bolag, organisationer och utbildare i Stockholm och andra storstäder.

Teknikutvecklingen och globala trender

så som Gig Economy, Sharing Economy och Remote Working, har i allt högre grad möjliggjort studier och arbete på distans. Under Covid-19 har videoverktyg demokratiserats och nya samarbetsformer skapats, som Time-Banking. Samtidigt upplever många att de är ensamma, saknar inspiration och saknar verktyg som ger konkurrensfördelar på den globala marknaden. En ensamhetsepidemi, osäkerhet och otrygghet kan bli kvar som en tyst efterklang.

Mer stöd, smartare samarbeten, bättre tillgång till bra utbildning och fortbildning, bättre digitala samarbetsformer och mer inkluderande fysiska kreativa miljöer är några konkreta sätt att förbättra framtidsutsikterna. **Vi kan få en ny chans att visa vägen framåt som en ledande musiknation! Tillsammans har vi kompetensen!**

Tack till er som hjälpt till! (*Tacklista, sidan 30*)

Källförteckning

ATLAS of Economic Complexity (2020) Country & Product Complexity Rankings.

<https://atlas.cid.harvard.edu/rankings>

Bennet, N., Lemoine, J. G. (2014) Harvard Business Review. "What VUCA Really Means For You".

<https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you>

Digitaliseringsrådet (2018). En lägesbild av digital kompetens.

https://digitaliseringsradet.se/media/1213/lagesbild_digitalkompetens_slutversion_utanappendix.pdf

Gloria, K. (2020) Loneliness - A report from roundtables on the Future of Social Connection, Loneliness, and Technology.

https://csreports.aspeninstitute.org/documents/Loneliness_v5.pdf

International Music Council (2020) 5 Music Rights.

<https://www.emc-imc.org/about/objectives-strategies/the-5-music-rights/>

Kupers, Roland, World Economic Forum (2018) Resilience in complex organizations

<https://reports.weforum.org/global-risks-2018/resilience-in-complex-organizations/>

Musiksverige (2020) Musikbranschen i siffror.

https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/5f8d4815b6b09842cbce88eb/1603094555643/Musikbranschen+i+siffror+inklusive+estimat+2020_200924.pdf

Musiksverige (2020) De ekonomiska effekterna av Covid-19 i musikbranschen 2020.

<https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/5ee1e9c92e08621869718c/1591863764084/De+ekonomiska+effekterna+av+Covid-19+i+musikbranschen.pdf>

Musiksverige (2020) Det svenska musikundret.

<https://www.musiksverige.org/tidigare-rapporter/2017/8/8/det-svenska-musikundret-illustration>

Musiksverige (2017) Musikbranschen i siffror.

https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/5bffb3ec8a922d27dab94ce7/1543484434329/Musiksverige_Rapport_2017.pdf

Musiksverige (2016) Musikbranschens utveckling och kompetensbehov 2017-2022.

<https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/598af520be42d699de0a2888/1502278946347/Kompetensrapport-fo%CC%88r-musikbranschen-2017-2022-.pdf>

OECD (2020) Economic Complexity Legacy Rankings (ECI).

<https://oec.world/en/rankings/country/eci/>

OECD (2020), Model Rules for Reporting by Platform Operators with respect to Sellers in the Sharing and Gig Economy, OECD, Paris.

<http://www.oecd.org/tax/exchange-of-tax-information/model-rules-for-reporting-by-platform-operators-with-respect-to-sellers-in-the-sharing-and-gig-economy.htm>

OECD (2017), Debate the Issues: Complexity and policy making, OECD Insights, OECD Publishing, Paris.

https://www.oecd.org/naec/complexity_and_policymaking.pdf

Schick, A., Hobson, P., Ibisch, P. (2017) Ecosystem Health and Sustainability. "Conservation and sustainable development in a VUCA world: the need for a systemic and ecosystem-based approach".

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1002/ehs.21267>

Sound Diplomacy, 2019. Music Ecosystem.

<https://www.sounddiplomacy.com/our-insights/2019/8/12/music-ecosystem>

World Economic Forum (2020). Closing the Skills Gap Accelerators.

<https://www.weforum.org/projects/closing-the-skills-gap-accelerators>

World Economic Forum (2020). Reskilling Revolution.

<https://widgets.weforum.org/reskillingrevolution/>

TACK!

MUSIK
SVERIGE

Tack till er alla som hjälpt till!

I omvänd alfabetisk ordning:

Ulla Sjöström, Staffan Holm
Rebecka Sjöström, Niclas Gustafsson
Niklas Hansson, Mathias Strömberg
Martin Tibblin, Malin Ross
Lars-Olof Janflod, Juhani Hemmilä
Josefina Larsson, Johan Hammarbäck
Jessica Lindeberg, Ivan Nikcevic
Henric Lindström, Henric Hertzman
Helena Wessman, Havin Zagross
Gunnar Jönsson, Eva Karman Reinhold
Erica Hallström, Eric Ohlsson
David Segal, Binnie Ahlsén
Behshad Ashnai, Ardalan Azadi
Anna Ingler, Anna Engberg
Andreas Hedberg, Andreas Andersson
Anders Lundin, Albin Eidhagen

Särskilt tack till

Kerstin Mangert
Mia Strandell
Linda Portnoff
Maja Panova
Ida-Lee Brandel
Thomas Kirkegaard
Örjan Strandberg
Daniel Johansson
Eleonor Otterdahl
Karin Inde
Ludvig Werner
Jonas Sjöström
Karsten Dyhrberg
Jan Granvik
Stefan Lagrell
Alfons Karabuda

Rapporten är utförd av Created Technology på uppdrag av Musik Sverige och rf Musikbranschutbildarna. Författare är Jian Rödblom och Oskar Nyman. Created Technology bedriver FoU inom KKN, kompetensutveckling, utbildning och Edtech. Kontakt: info@musiksverige.org - info@created.technology.