



MUSIKBRANSCHENS KOMPETENS OCH UTVECKLING 2023 - 2027 Återstart

KULTURRÅDET

FÖRENINGEN
MUSIKBRANSCHUTBILDARNA

MUSIK
SVERIGE

Förord

Sedan år 2017 har Musiksverige tagit fram en serie kompetensrapporter tillsammans med Föreningen Musikbranschutbildarna. Rapporterna har med tiden vidareutvecklats med fördjupade frågeställningar och perspektiv genom att bland annat inkludera frilansare, anställda, pedagoger, studenter och aktörer inom musiktech, dataspel och nöjesindustrin.

Utvecklings- och innovationstakten har sedan dess ökat för varje år liksom behoven att möta denna utveckling i form av allt bredare spektrum av kompetenser och färdigheter att lära ut och uppdatera under hela karriärer snarare än enbart inför sin professionella start. Det står också klart att ett prioriterat fokus på inkluderande och långsiktig hållbarhet inom musikens ekosystem inte bara är en hygienfaktor utan avgörande för att möta en alltmer hårdnande internationell konkurrens.

Svenskt musikliv består av många olika aktörer och så även de som bidrar till en relevant och kvalitetssäkrad utbildning. Våra skolor, utbildare och lärare strävar ständigt efter 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 rätt förutsättningar för detta lärande, samtidigt som enskilda individer även organiserar för ett självlärande på eget ansvar.

I år har 744 organisationer och individer från musikbranschen och musiklivets alla delar svarat på enkäter och deltagit i djupgående intervjuer. Dessutom har ett stort antal passionerade musikkvänner från olika bolag, branschorganisationer, skolor, media med flera hjälpt oss att försöka ta reda på hur musiklivets kompetensbehov och utveckling ser ut efter år av Covid och i en alltmer snabbföränderlig omvärld för musik och kultur.

Musikbolag, kreatörer, utövare, förlag, management, livebolag, konsertarrangörer, klubbar, techbolag, musikstudior, branschorganisationer och skolor har bidragit till ännu en av de mest omfattande rapporter som tagits fram inom området och kartlägger musikbranschens kompetensbehov för perioden 2023-2027.

Syftet med denna rapport är bland annat att visa ungdomar, nya talanger och studenter med siktet inställt på musikbranschen en differentierad analys och syn på branschens framtid samtidigt som den är ett ypperligt verktyg för att ge beslutsfattare en samlad bild av musikbranschens framtida kompetensbehov och visa hur svensk musik kan fortsätta utvecklas och ha fortsatt tillväxt om vi ger den rätt förutsättningar. En investering som historiskt bevisligen gett flerfaldigt tillbaka!

Alfons Karabuda, Styrelseordförande
Musiksverige

Karin Inde, Styrelseledamot och tidigare
ordförande 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
Vilka utmaningar upplever organisationer och individer - 12
Hur kan det se ut framöver? - 14
Tillväxt och framtidstro - 14
Planerar er organisation att växa i omsättning under kommande femårsperiod? - 15
Tillväxt och framtidstro enligt organisationernas svar - 16
Organisationernas syn på trender de kommande 3-5 åren - 18
Individernas framtidstro och syn på trender de kommande 3-5 åren - 19
Tillväxt och framtidstro i de kvalitativa svaren - 20
Utsikter för sysselsättning - 21
Hur rekryterar organisationerna och med vilka kriterier? - 23
Vad har hänt i återstarten efter Covid-19? - 24
Hur ser musikbranschen på framtiden? - 26
Nya möjligheter och hot - 27
Behovet av utbildning, fortbildning och kompetensutveckling - 29
Organisationernas kompetensbehov - 29
Individernas utbildningsbehov - 30
Intervjuernas uppvisade kompetensbehov och rekommendationer avseende utbildning - 31
Internationell utblick - 32
Slutsatser och rekommendationer - 33
Övergripande strategi och konkreta handlingsplaner - 35
Källförteckning - 37
Tacklista - 38

Författare: Jian Rödblom, Oskar Nyman och Daniel Johansson

Utförd av Created Technology på uppdrag av Musiksverige och Föreningen Musikbranschutbildarna samt med stöd från Kulturrådet. Created Technology bedriver FoU inom KKN, kompetensutveckling, utbildning och Edtech.

Sammanfattning

Den svenska musikbranschens intäkter uppgick till över 12 miljarder 2019 och sjönk, till följd av covid-19, till 8,4 miljarder 2021. I denna undersökning skönjs en till viss del positiv framtidstro med både ökade intäkter och positiva tongångar. Samtidigt påverkas de tillfrågade mycket, både praktiskt och psykologiskt, av omvärldsfaktorer som teknologi och världskriser.

744 organisationer och individer svarade på två olika enkäter under januari-mars 2023. 630 individer (anställda, egenföretagare, frilansare med flera), och 114 organisationer (bolag, branschorganisationer, utbildare med flera).

Studien kompletterades även med 21 djupgående intervjuer under november 2022 till maj 2023 med ett urval av representanter för ledande bolag, organisationer och skolor samt enskilda musik-kreatörer, entreprenörer, pedagoger och musikforskare. Samtidigt gjordes en genomgång av andra studier och analyser.

Hälften av organisationerna säger att deras verksamhet har utvecklats positivt de senaste tre åren. 59% förväntar sig tillväxt under de kommande fem åren, varav ca en fjärdedel förväntar sig över 8% i tillväxt. De tongivande kategorierna bland dessa är musikbolag, förlag, musikproduktion, musiktech och dataspelsbolag.

I intervjuerna med organisationsledare finns en "försiktig optimism", framför allt på längre sikt. Men, många av de intervjuade anger att det finns en betydande kompetensbrist i spåren efter pandemin.

Det är företrädesvis bolag inom inspelad musik och musikupphovsrättsförvaltning som säger sig gått bra och planerar växa (musikbolag, musikproduktion, musikförlag, musikstudio). Det är jämförelsevis fler från live (32% mot 16% i den inspelade sektorn) som säger sig ha gått sämre och som inte heller väntar sig någon tillväxt.

211 av organisationerna omsätter över 10 miljoner kronor, varav 12 stycken omsätter över 200 miljoner. 51 organisationer omsätter under en miljon kronor.

57% av organisationerna och 49% av individerna är baserade i Stockholmsregionen.

Organisationerna i fyra kategorier



Musikföretag	66%
Intresse-/upphovsrättsorganisation och utbildare	8%
Liveaktör	18%
Musiktech och media	8%

För organisationernas 1 870 personer anges fördelningen 55% män, och 42% kvinnor. 3% har ej angett könstillhörighet.

Av de 584 individerna anger 67% sig som män, 31% som kvinnor medan 1% ej har angett könstillhörighet.

59% av individerna svarar att de jobbat över 20 år i musikbranschen medan 2% har jobbat mindre än ett år.

Just nu vill organisationerna anlita kompetens inom marknadsföring och PR, projektledning, administration och A&R/Creative.

De vanligaste rekryteringskanalerna är via kontakt inom det befintliga nätverket och via rekommendation. De viktigaste bedömningskriterierna är erfarenhet, rekommendation och bedömning av framtida potential.

85% av individerna anger att de utbildat sig eller gått kurser för sina arbetsuppgifter. 44% anger att de ser sig behöva någon utbildning eller fortbildning närmaste åren.

I **slutsatserna** ser vi hur behovet av kompetens och utveckling förändrats i efterdyningarna av covid-19, och med en förväntad framtid som påverkas av framför allt teknisk utveckling.

Vi ser en bransch som ser försiktigt positivt på framtiden och där tillväxten återkommit, framför allt inom vissa delar av branschen.

De 114 organisationerna anlitar total 1870 personer



- Anställda 68%
- Frilansare och konsulter 31%
- Praktikanter/LIA (Lärande i arbete) 2%

Organisationernas top 3 behov

Marknadsföring
Projektledning
A&R/Creatives

Individernas top 3 behov

Ljudtekniker
Musiker
Fotograf

Bakgrund, metod & definitioner

Den svenska musikbranschen gick igenom en omvälvande period under åren 2020 – 2022, och befinner sig fortfarande i en utmanande återstart.

Covid-19 i kombination med en svagare världsekonomi har påverkat i stort sett samtliga områden och aktörer.

Branschorganisationerna Musiksverige och Föreningen Musikbranschutbildarna har tidigare publicerat fyra rapporter rörande de kompetensbehov som den svenska musikbranschen haft, år 2012, 2015, 2017 och 2020.

Den här rapporten är en uppföljning av dessa, och baseras på en ny undersökning av den svenska branschen som genomfördes under oktober 2022 - maj 2023.

Rapportens huvudfokus är kompetensbehovet och utvecklingen inom den svenska musikbranschen för perioden 2023 - 2027.

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. Vi får därmed en så heltäckande bild som möjligt av verkligheten för individer och organisationer.

Författare till rapporten är Jian Rödblom och Oskar Nyman från Created Technology AB, samt Daniel Johansson från Musikindustrin.se.

Rapportens fyra huvudsyften

1 Att ge en så komplett redogörelse som möjligt av hur kompetensförsörjningen ser ut 2023.

2 Att utreda hur kompetensbehoven har förändrats och hur de ser ut i framtiden (fram till 2027).

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

4 Att undersöka hur branschens situation är i den återstart vi befinner oss i just nu.

Datainsamling

Den data som rapporten bygger på är uppdelad i två större enkätundersökningar och parallella kvalitativa intervjuer med utvalda representanter från verksamheter i hela branschen. Denna datainsamling har genomförts under perioden november 2022 - maj 2023.

1

Organisationer

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

2

Individer

Frilansare, anställda och enskilda företagare som helt eller delvis verkar inom musikbranschen.

Datainsamling

Organisationer: Januari-mars 2023

Den ena delen av undersökningen bestod av en webbenkätundersökning riktad till organisationer inom musikbranschen som anställer personal. Representanter för dessa fick där svara på en blandning mellan kvantitativa och kvalitativa frågor. I denna del av undersökningen deltog 114 organisationer. Undersökningen hölls öppen från januari till och med mars 2023 och alla från musikbranschen gavs möjlighet att medverka i enkäten.

Individer: Januari - mars 2023

I den andra delen av undersökningen som riktas till individer verksamma inom musikbranschen (som frilansare och/eller anställda, oberoende av omfattning) deltog 630 individer.

Denna enkät var något kortare än den riktad till organisationer. Även denna bestod av både kvalitativa och kvantitativa frågor.

Syftet med att rikta sig direkt till enskilda yrkesutövare i branschen har dels varit att få en bild av hur individer själva bedömer sina kompetensnivåer och behov, och dels att kunna jämföra med organisationernas rapporterade behov.

Sammantaget ger resultaten från de båda enkätundersökningarna en mer komplett bild av branschens kompetensbehov.

De svarande har angett att de totalt sysselsätter 1 286 personer på heltid eller deltid. Utöver detta kontrakteras 584 konsulter eller frilansare och 65 praktikanter.

Intervjuer: Oktober 2022 - maj 2023

Rapportens tredje byggsten har varit kvalitativa intervjuer för att ytterligare tydliggöra branschens behov. Intervjuerna har genomförts med ett urval av representanter från olika delar av musikbranschen.

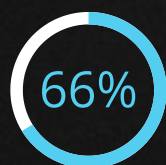
De tillfrågade bestod av beslutsfattare hos större bolag inom traditionell musikbransch, livebranschen, utbildningssektorn samt också nyare bolag inom t.ex. musiktechsektorn.

Hur ser det ut just nu?

Här presenteras i korthet resultat från enkätinsamlingen.

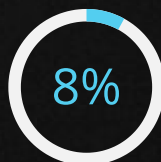
Olika kategorier av organisationer

De svarande organisationerna representerar följande kategorier:



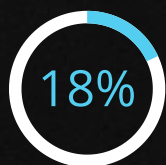
Musikföretag

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



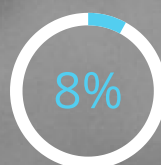
Intresse- /upphovsrättsorganisation & utbildare

- Intresseorganisation
- Upphovsrättsorganisation
- Exportkontor
- Fackförbund
- Musikpris
- Utbildare/musikinstitution/forskning
- Ideell förening inom musik/ljud



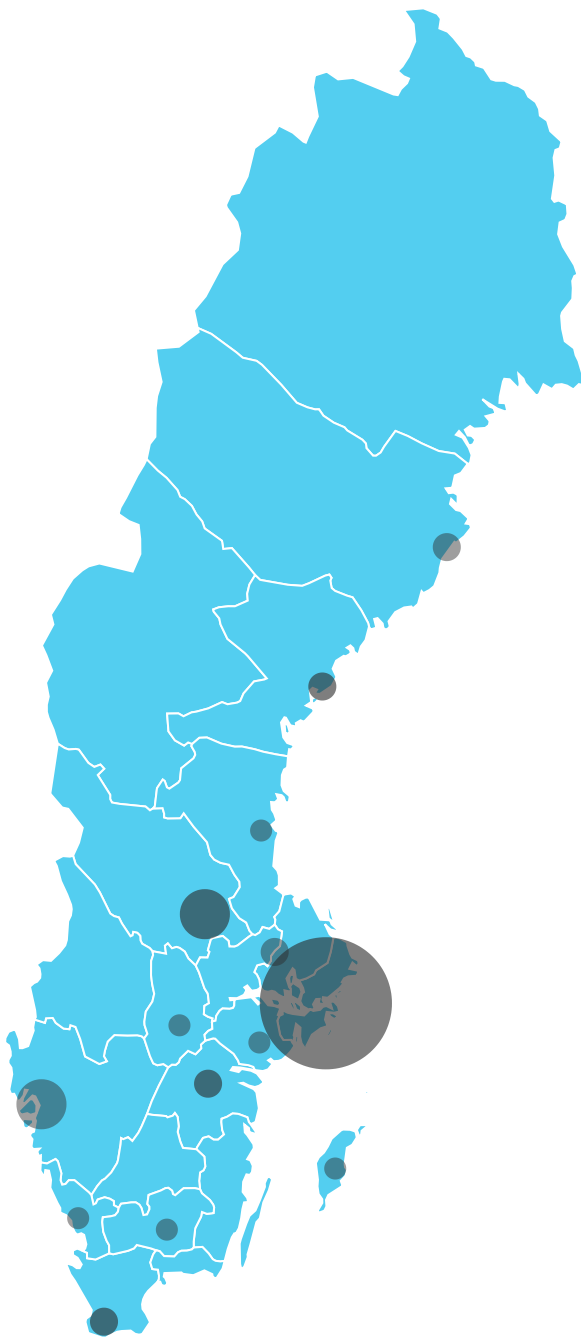
Liveaktör

- Konsert- och klubbarrangör
- Festival
- Livebolag (ljud-, ljus- och scenteknik)
- Symfoniorkester
- Bokningsbolag
- Merchandisebolag



Musiktech och media

- Musiktechbolag
- Teknikföretag inom musik/ljud
- Dataspel/interaktiv media
- Media/podcast/Youtube/film
- Broadcast/radio/TV
- Reklam-/PR-/webbyrå
- Musiker community - Webplats för musikskapare
- Startup

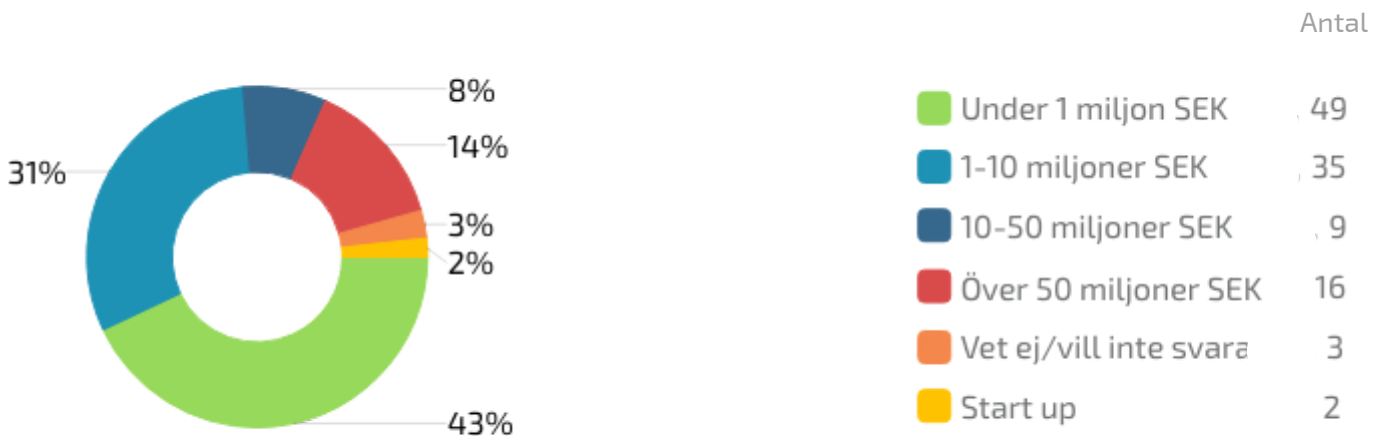


Olika aktörer bland organisationer

Ca 57% eller 65 av de 113 organisationer som har valt att fylla i sitt postnummer är verksamma i Storstockholmsområdet. Andra välrepresenterade områden är Gävleborgs län (ca 10%) och Örebro (ca 9%).

Omsättning hos organisationerna

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



Antal sysselsatta i organisationerna

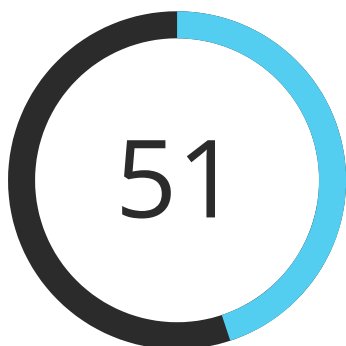
Här ligger fokus på hur många personer de tillfrågade organisationerna sysselsätter (under januari-mars månad 2023).

De svarande organisationerna anställer tillsammans 1286 personer på heltid eller deltid.

Utöver detta kontrakteras 584 konsulter eller frilansare samt 65 praktikanter.

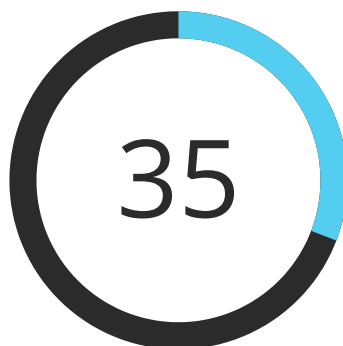
Bland dessa sammanlagt 1870 personer anges 42% vara kvinnor och 55% män.

Som perspektiv kan dessa siffror jämföras med rapporten [Musikbranschens kompetens och utveckling 2020-2025](#) (Musiksverige, 2020) där rapportens 2458 personer (anställda och frilansare) angavs vara 37% kvinnor och 63% män.



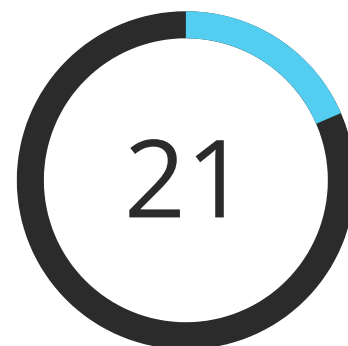
51 organisationer har rapporterat en omsättning på **under 1 miljon**. Dessa bolag heltidsanställer i **medeltal en person per bolag och anlitar i medeltal 4 konsulter**.

De vanligaste kategorierna inom dessa bolag är musikproduktionsbolag, musikbolag/skivbolag, musikförlag och konsertarrangör. Ca 50% av dessa placerar sig utanför huvudstadsregionen.



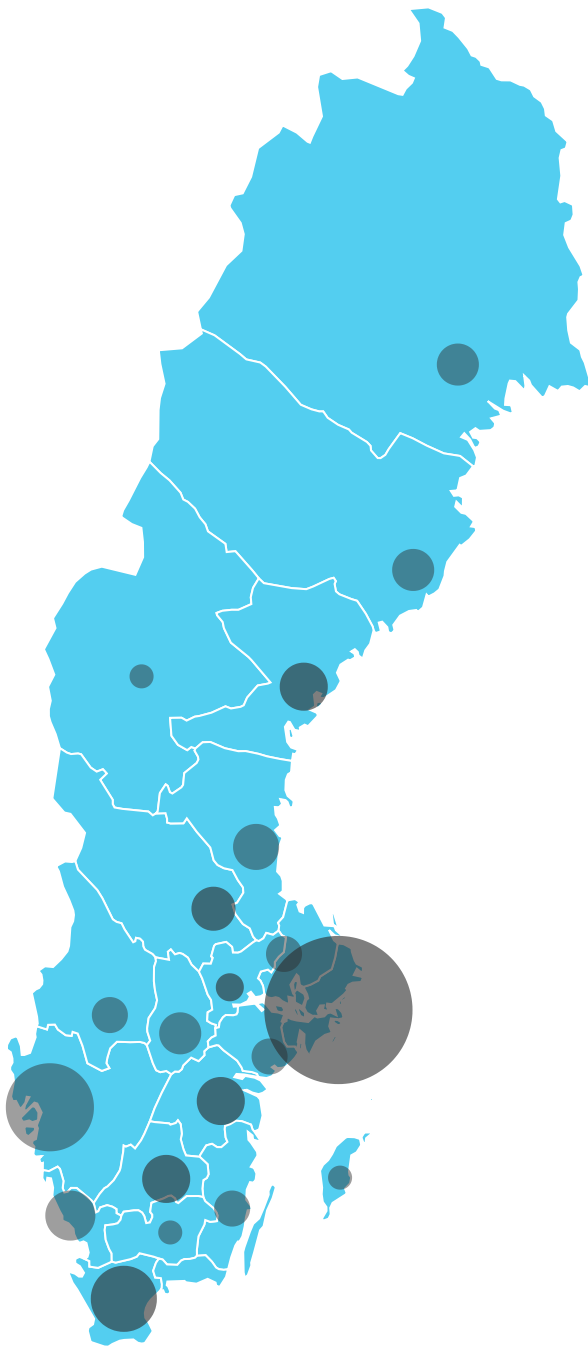
35 organisationer har rapporterat en omsättning på mellan **1 och 10 miljoner kronor**. Dessa bolag rapporterar att de i **medeltal anställer 3 personer och rekryterar 7 konsulter**.

De vanligaste branscherna bland dessa är konsertarrangör, musikproduktionsbolag, musikbolag/skivbolag och musikförlag. 48% av dessa har sitt säte utanför huvudstadsområdet.



21 organisationer har rapporterat en omsättning på **10 miljoner eller mer**. Här är de tongivande kategorierna musikbolag/skivbolag, konsertarrangör och distributör.

Dessa har rapporterat att de i medeltal **anställer 46 personer och anlitar 7 konsulter och 2 praktikanter**. Av dessa organisationer är fem baserade utanför Stockholmsregionen.



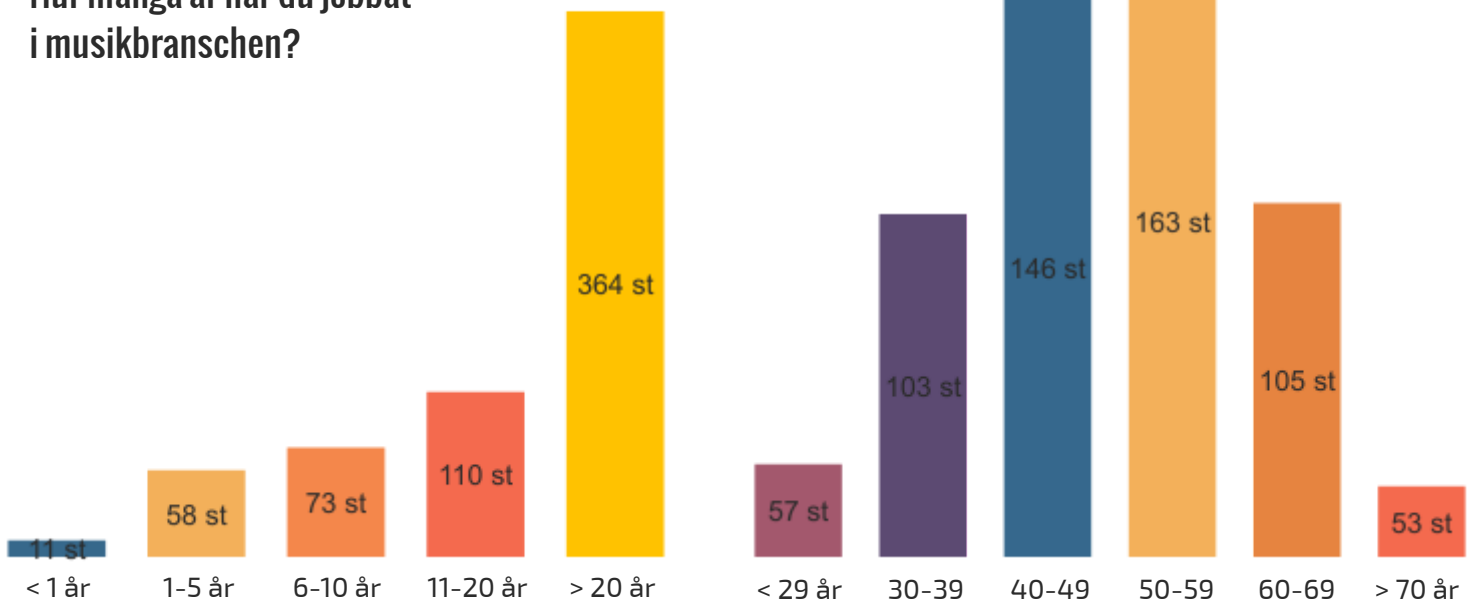
Olika aktörer bland individer

Totalt svarade 630 personer på individenkäten. Ca 49% (308 personer) är baserade i Stockholms län.

Ca 58% (364 personer) av de svarande säger sig ha jobbat mer än 20 år i branschen medan den minst representerade gruppen med ca 2% (11 personer) har jobbat mindre än ett år.

Majoriteten av de svarande, ca 65% (412 personer), var mellan 30-59 år. Ca 67% av de svarande var män, 31% var kvinnor och ca 2% valde "icke-binär, annat, vill ej svara"

Hur många år har du jobbat i musikbranschen?



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.

20%

Bland de 630 svarande individerna säger ca 20% eller 128 personer att de är anställda på hel- eller deltid inom branschen.

De vanligaste rollerna här var musiker, konsertarrangör och anställd på musikbolag.

72%

Ca 72% (455 personer) säger att de är frilansare i musikbranschen.

Vanligast förekommande roller är artist, musiker, låtskrivare och musikproducent.

65%

Av sammanlagt 455 frilansare är det ca 65% eller 297 stycken som säger sig kunna klara sin försörjning endast på sin frilanskarriär.

Av nämnda individer säger sig ca 79% (361 personer) ha över 10 års erfarenhet av branschen och ca 61% (276 personer) uppger över 20 års erfarenhet, medan 7% (33 stycken) anger fem år eller kortare erfarenhet.

Ca 35% kombinerar sitt frilansande med annat, exempelvis studier eller fast arbete inom eller utanför musikbranschen.

Olika roller bland individer

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

- 1 Musiker**
349 svar. 56,7%
- 2 Artistverksamhet**
289 svar. 46,9%
- 3 Låtskrivande**
227 svar. 36,9%
- 4 Musikproduktion**
185 svar. 30%
- 5 Studio**
100 svar. 16,2%

Den vanligaste rollen bland individer är musiker. 349 av 625 individer har svarat att de är musiker i någon omfattning.

Bland dessa 349 är det 147 som endast frilansar inom musikbranschen.

Många av de som valt svaret musiker har också svarat artistverksamhet (84 personer), låtskrivande (83 personer) och musikproduktion (68 personer) som en del av sin arbetsroll. 91 stycken av frilansmusikerna har inte heller en heltids- eller deltidsanställning inom branschen utan får sin inkomst från jobb utanför musikbranschen.

63 av musikerna rapporterar att de har en hel- eller deltidsanställning inom musikbranschen. Dvs ca 18% av musikerna har en anställning medan ca 82% försörjer sig helt eller delvis genom frilansarbete eller inkomst från jobb utanför musikbranschen.

Av dessa 63 har 17 stycken beskrivit sin roll som någon form av orkester- eller kyrkomusiker, d.v.s. 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.

De vanligaste rollerna/tjänsterna som individerna har behövt hjälp med, eller har köpt in, under det senaste året är **ljudekniker, musiker, fotograf, grafisk formgivning** samt **marknadsföring och PR.**

Vilka utmaningar upplever organisationer och individer?

Bland både organisationer och individer, är det **ekonomiska utmaningar** i olika former som framhålls tydligt. Att öka intäkterna, få bättre stabilitet i ekonomin och att hitta finansiering återkommer många gånger i enkätsvaren. **Tidsbrist** är också en utmaning som ca 10 procent av både organisationer och individer anger i sina svar.

Organisationernas utmaningar i enkät



Individernas utmaningar i enkät



Endast 1% av de 557 individerna som svarade på denna fråga angav "tekniskifte" som en utmaning just nu, medan 10% av de 100 organisationerna gjorde det.

Vad det gäller utmaningar under de kommande 3-5 åren för individer, kan vi se att många svar visar på en oro för ekonomin, här några exempel:

Det är alltså tio gånger vanligare att organisationer anger tekniskifte som en utmaning jämfört med individerna, men totalt sett är det **en låg andel som ser teknikens utveckling som en utmaning just nu.**

"Att folk inte har några pengar och som därför gör att de fortsatt inte har möjlighet att prioritera att betala för kulturupplevelser."

"Politiken. Risk för minskat konstnärsstöd. Minskat stöd till arrangörer."

T.ex. var det endast fyra organisationer och två individer som specifikt svarade att AI är en utmaning för dem just nu, något som kan jämföras med ekonomiska utmaningar som angavs av 49 organisationer och 234 individer.

"Lågkonjunkturen - men jag tror att det slår positivt på mig då jag tror att det medför att jag plockar marknadsandelar."

Organisationernas utmaningar



Individernas utmaningar



Hur kan det se ut framöver?

Tillväxt och framtidstro

Med tanke på att branschen gått igenom en omvälvande period har det varit viktigt att utreda vad olika verksamheter och yrkesverksamma har för förhoppningar och bilder av de kommande åren.

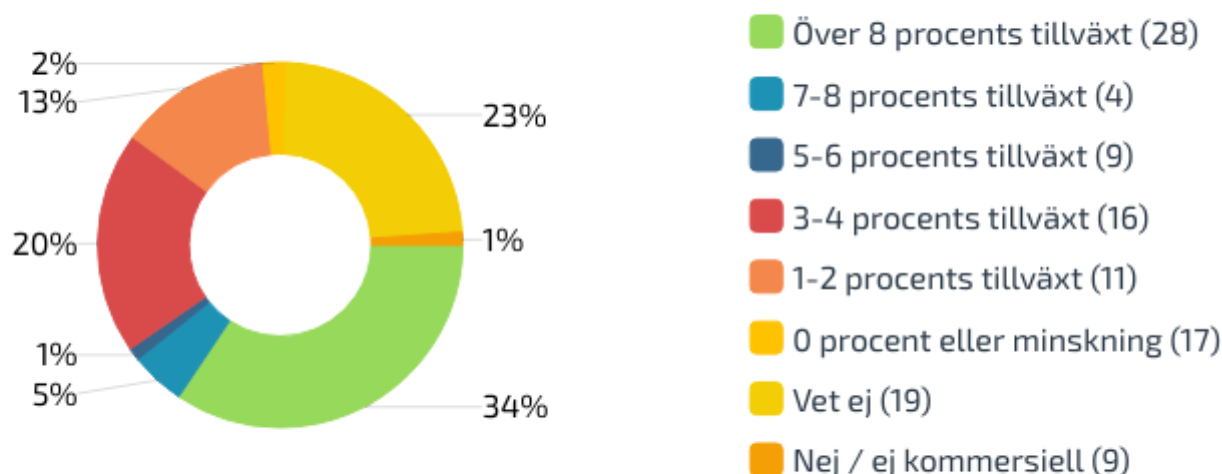
Den ekonomiska framtidstron bland de medverkande verksamheterna är relativt god. Av de 114 verksamheter som deltog i enkätundersökningen är det närmare 60 procent som planerar för någon form av tillväxt under de kommande åren.

Att närmare 25% av verksamheterna anger att de planerar för en omsättningstillväxt över 8 procent under de kommande fem åren visar att många av branschens aktörer förväntar sig en positiv utveckling. Nivån ligger i någorlunda paritet med tidigare undersökningar (2020: 24%, 2017: 30%). De tongivande verksamhetstyperna är musikbolag/skivbolag, musikproduktion, management, musikstudio, musikförlag och konsertarrangör.

Att 15% av verksamheterna svarar att de inte förväntar sig någon tillväxt eller t.o.m. en minskning i omsättningen skulle kunna tolkas som något negativt, men det kan tänkas att flera av dessa aktörer är nöjda med situationen som den är just nu och därmed inte planerar för ökad omsättning under kommande år. Det är i huvudsak samma organisationstyper som inte planerar för någon ökad omsättning under de kommande åren, med skillnaden att majoriteten (88%) bland dessa omsätter mindre än 3 miljoner kronor.

Mellan 2009 och 2019 ökade den svenska musikbranschens totala intäkter med över 85%, från 6,5 miljarder kronor till 12,4 miljarder kronor. När pandemin slog till år 2020 påverkades framför allt livebranschen radikalt. År 2019 hade livebranschen i Sverige intäkter om 7,1 miljarder kronor, år 2020 hade intäkterna sjunkit till 2,1 miljarder kronor. År 2021 var också ett tufft år för samtliga aktörer relaterade till livemusiken, intäkterna ökade marginellt till 2,8 miljarder kronor. År 2021 omsatte den samlade svenska musikbranschen 8,4 miljarder kronor.

Planerar er organisation att växa i omsättning under kommande femårsperiod?



Den inspelade musiken, som i Sverige framför allt är relaterad till streaming, såg till skillnad mot livebranschen en intäktsökning under pandemiåren, från 2,1 miljarder kronor år 2019 till 2,5 miljarder kronor år 2021. Även under år 2022 ökade intäkterna från inspelad musik, IFPI rapporterade i mars 2023 en intäktsökning om 6 procent under år 2022 jämfört med år 2021.

Musikbranschen är dock ett multilateralt ekosystem där alla delar påverkar varandra. Erfarenheterna från pandemin visar att även musikbolagen påverkades negativt, även om det inte syntes i de aggregerade intäkterna (Musiksverige, 2022). Framför allt var det mycket svårare för musikbolagen att introducera nya artister på marknaden, dels på grund av att den största delen av all konsertverksamhet låg nere och det därmed fanns mindre möjligheter för publiken att uppleva artister live, och dels för att musikkonsumtionen i Sverige i högre grad riktades in mot s.k. back-katalog och musik som skulle kunna kallas för "nostalgisk" under pandemin. Detta fick negativ effekt på framför allt små och nystartade musikbolag som i huvudsak just fokuserar på att släppa ny musik.

Under pandemins första år 2020 minskade musikbranschens intäkter radikalt världen över. 2021 startade en återhämtning där den svenska musikbranschens intäkter ökade med 17 procent jämfört med 2020 för att landa på 8,4 miljarder kronor. En återhämtning som behöver hålla i sig för att nå tillbaka till samma nivåer som rekordåret 2019, med 12,4 miljarder kronor i totala intäkter.

Under år 2020 försökte många artister hitta nya sätt att framföra sin musik på, framför allt genom livesändningar på plattformar som Facebook, YouTube och Twitch. Det genomfördes digitala festivaler och för många artister blev olika former av livesändningar en del av vardagen. Trots detta hade de flesta artister svårt att generera några intäkter från dessa livesändningar.

Publiken var inte van vid att betala för livesändningar på nätet, och utvecklade plattformar med användarvänliga betalningslösningar saknades. En undersökning som genomfördes år 2022 visar att bara 10 procent av artister i Sverige, Norge, Danmark, Frankrike, Belgien och Spanien tjänade några pengar på sina livesändningar under pandemin.

Tillväxt och framtidstro enligt organisationernas svar

86 organisationer svarade på frågan "Hur har er verksamhet utvecklats under de senaste 3 åren?" Över hälften (52%) angav att deras verksamhet utvecklats positivt under de senaste tre åren, medan lite mer än en fjärdedel (26%) angav att deras verksamhet utvecklats negativt. Resterande fjärdedel angav en oförändrad verksamhet (14%), eller att verksamheten hade startat under de senaste tre åren (8%).

Det är fyra gånger vanligare att covid-19 omnämns bland de som angav en sämre utveckling jämfört med de som angav en bättre utveckling (77% mot 16%).

Framtidstron skiljer sig också markant mellan dessa två kategorier. Tre av fyra (75%) av de som angav en bättre utveckling (under de senaste tre åren), uppgav att de planerar att växa i omsättning under kommande femårsperiod. Endast cirka en av fyra (27%) av de som angav en sämre utveckling (under de senaste tre åren) uppgav att de planerar att växa i omsättning under kommande femårsperiod.

De svarande organisationernas tillväxt och framtidstro per segment

Det är företrädesvis bolag inom inspelad musik (musikbolag, musikproduktion, musikförlag, musikstudio), och upphovsrättsförvaltning som säger sig gått bra och planerar växa. Det är jämförelsevis fler från live (32% mot 16% i den inspelade sektorn) som säger sig ha gått sämre och som inte heller väntar sig någon tillväxt. Noterbart är ändå att av de som angett att de är konsertarrangörer är det hälften som planerar för tillväxt under de kommande åren.

Samtliga medverkande intresseorganisationer planerar för tillväxt under de kommande åren, vilket tyder på en bredare positiv framtidstro eftersom branschens intresseorganisationer oftast representerar större verksamhetsområden och ser utvecklingen från ett mer övergripande perspektiv.

Hur har er verksamhet utvecklats under de senaste 3 åren (andel av dessa som nämner påverkan av covid-19)?

Bättre
Sämre
Oförändrad
Nystartad verksamhet

52% (16%)
26% (77%)
14% (0%)
8% (43%)



Tillväxt och framtidstro enligt organisationernas svar

"Fått hög kompetens inom nya områden som streaming, vuxit och flyttat till större lokaler med större möjligheter. Tappat en del anställda på vägen i och med pandemin men börjat anställa igen. Ökat omsättningen markant efter pandemin."

Livebolag, ljud, ljus, scen

"Pandemin har kraftigt reducerat resande och påverkat omsättningen väldigt negativt. Streaming i Sverige på ny musik är väldigt låg. Flera faktorer påverkar bolaget negativt."

Musikförlag och management

"Har utvecklats snabbt efter behov i musikbranschen och att artister mer och mer väljer att släppa independent. Vårt behov av marknadsföring och annan service har behövts utvecklas och behovet av finansiering var mer under pandemin."

Musiktechbolag, distribution

"Förändringstakten är hög, vi jobbar på att hela tiden anpassa oss till marknaden"

Upphovsrättsorganisation

Organisationernas syn på trender de kommande 3 - 5 åren

Av de 114 organisationer som svarade på enkäten, var det 100 respondenter som beskrev vilka trender och omvärldsfaktorer de tror kommer ha störst påverkan på den egna verksamheten under de kommande 3–5 åren. 97 organisationer svarade också på frågan om vad som förväntas påverka hela musikbranschen under samma period. Efter analys av dessa kvalitativa svar visar sig följande faktorer bedömas kunna ha störst påverkan:



Teknologiska faktorer, där AI, digitalisering och sociala medier nämns mest.



Ekonomiska faktorer, där lågkonjunktur, ersättningsmodeller och ökande kostnader för resor och lokaler nämns mest.



Politiska och kulturella faktorer, där krig och politiska beslut om konst, kultur och företagande nämns mest.



Ändrade konsumtionsmönster, där intresset för livemusik, minskande musikkonsumtion och sociala medier omnämns mest.



Branschrelaterade faktorer, där färre antal scener/spelningar, streamingintäkter och minskande musikexport nämns mest.



Andra faktorer som nämns är covid-19, Kompetensförsörjning, Tillgänglighet av stöd och förbättringar inom upphovsrättslandskapet.

Individernas framtidstro och syn på trender de kommande 3 - 5 åren

Av de 630 som svarade på individenkäten var det 534 respondenter som beskrev vilka trender och omvärldsfaktorer de tror kommer ha störst påverkan på deras yrkesroll under de kommande 3–5 åren. En analys av dessa kvalitativa svar har genomförts och visar att följande faktorer bedöms kunna ha störst påverkan på yrkesrollen under kommande år.



Teknologiska faktorer, där AI, sociala medier och streaming dominerar.



Branschrelaterade faktorer, där färre antal scener/spelningar, minskande liveintäkter och streamingrättigheter dominerar.



Ekonomiska faktorer där lågkonjunktur, inflation och ekonomin dominerar.



Tillgänglighet av stöd, resurser och möjligheter. Här nämns oftast finansiering och stöd, skapande av nya livescener samt bättre facilitering av samarbeten, studior och utbildningsinsatser.



Demografiska faktorer där åldersdiskriminering, könsdiskriminering och ungdomars utvecklingsmöjligheter nämns mest.



Andra faktorer som nämns är mental hälsa och hållbart välmående.

189 av respondenterna hade en uttalat negativ syn på utvecklingen för egen del, medan endast 17 svarande hade en uttalat positiv syn. Denna övervikt på tydligt negativa svar manifesterar sig även bland de 504 svar om trender och omvärldsfaktorer som individerna tror kommer påverka hela musikbranschen under de kommande 3–5 åren.

De flesta negativa skriftliga svar handlade här om politiska och kulturella faktorer, följt av ekonomiska faktorer. De positiva svaren handlade om allt från teknologiska framsteg, nya kreativa verktyg och nya intäktsmöjligheter, till bättre möjligheter för fri konstnärlig utveckling, musikutövande och ett mer positivt samhällsklimat.

Tillväxt och framtidstro i de kvalitativa intervjuerna

I de kvalitativa personintervjuerna bland bolag- och organisationsledare under 2022 och 2023 fanns en tendens till "försiktig optimism", framför allt på längre sikt. Detta kan jämföras med de kvalitativa intervjuerna som utfördes under 2020, där en majoritet av de tillfrågade såg ljus på framtiden trots motgångar just då på grund av covid-19.

I den nu föreliggande undersökningen kan vi se att pandemins påverkan och eftermäle har blandats med en mer makroekonomiskt och politiskt oförutsägbar omvärld: krig, konjunktur och inflation nämns. Flera av de tillfrågade anger att det även uppstått kompetensbrist inom avgörande verksamhetsområden, särskilt på sådana områden där personer tvingats sadlat om, många gånger efter långa framgångsrika karriärer, till helt andra karriärer inom andra branscher. Flera konkreta exempel anges inom livesektorn bland t.ex. konsertarrangörer.

Som exempel kan nämnas ett citat från en företagsledare för en större konsertarrangör:

"Nu är vi för första gången i en situation där konsumenter också börjar bli lite tveksamma till att köpa biljetter och måste vända på varje krona, vilket har att göra med många faktorer, bl.a. en jobbig tid med krig och våldsverkan, vi har höga elpriser och räntor, vilket gör att konsumenterna inte är oberörda av lågkonjunkturen som vid många tidigare lågkonjunkturer."

Stor konsertarrangör

En betydande investeringsvilja verkar dock fortsatt finnas bland organisationer och bolag, som upplever det som att man har gjort viktiga insatser för att stödja musikbranschen och musiklivet med utbildningar, kurser och fortbildningsinsatser, något man förväntar sig att fortsätta med.

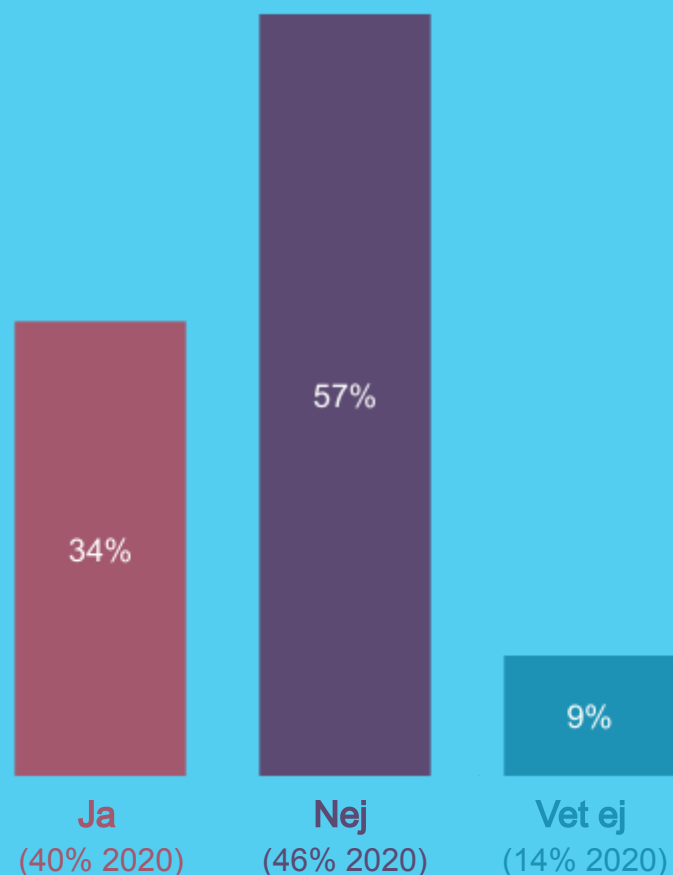
Bland de intervjuade individerna är framtidstron blandad. Oregelbundna och uteblivna intäkter från spelningar samt svårigheter att upprätthålla en hållbar balans i sin verksamhet och hög arbetsbelastning nämns.

Andra nämner att de utvecklat sina tekniska färdigheter och fått nya intäktsmöjligheter. Flera uttrycker sin tacksamhet över att de, med stöd från Kulturrådet och andra organisationer, kunnat överleva nedgången orsakad av covid-19, för att sedan kunna växa inom nya verksamhetsområden.

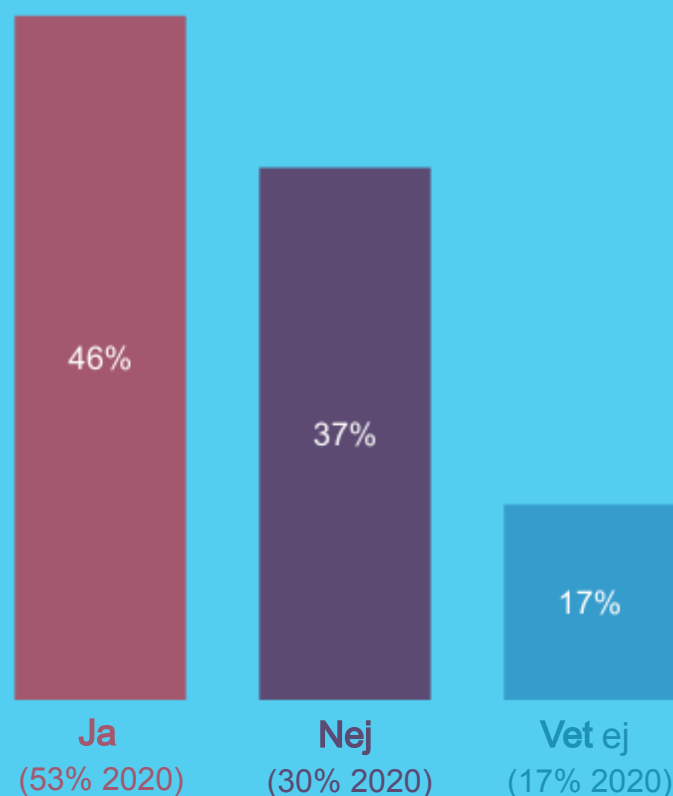
Andra nämner svårigheter att kunna få stöd för sin verksamhet där enskilda firmor har haft det svårt att dra nytta av stöden. Även svårigheter att få finansiering för att gå från idéstadium till startup har framhållits.

Flera individer säger sig ha satsat på att höja sina kompetenser inom nya digitala produktionsmetoder, arbetssätt och livestreaming. Flera av dessa nya arbetssätt föddes ur nödvändigheten att försörja sig under covid-restriktioner, medan andra har kommit till genom att experimentera med och fortbilda sig inom exempelvis AI-verktyg och livestreaming.

Planerar ni att anställa eller anlita kompetens under 2023?



Planerar ni att anställa eller anlita kompetens under 2024 - 2027?



Utsikter för sysselsättning

Utifrån ett utbildarperspektiv, är det viktigt att undersöka utsikterna för sysselsättning i branschen under de kommande åren.

Vi kan konstatera att utsikterna för hela branschen sammantaget har sänkts, jämfört med den undersökning som genomfördes år 2020.

I organisationsenkäten sade ca 34% (46 stycken) av organisationerna att de kommer att anställa en eller flera personer under 2023, medan ca 47% (65 stycken) sade att de inte kommer att anställa eller anlita fler.

I samma enkät som genomfördes innan covid-19 svarade 40% att de kommer att anställa en eller flera personer under 2020, medan 46% sade att de inte kommer att anställa eller anlita fler.

Andelen respondenter som inte planerar att anställa eller anlita kompetens under de kommande åren, är väsentligt högre i sektorn inspelad musik (musikbolag/skivbolag, musikförlag, musikstudior, musikproduktion), jämfört med livesektorn.

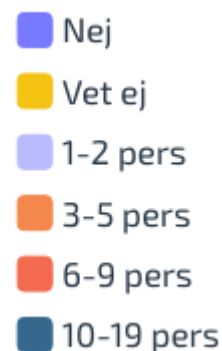
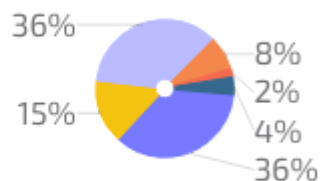
Att livesektorn i högre grad planerar för att nyanställa under de kommande åren, skulle kunna vara en återstartseffekt efter att restriktionerna kring covid-19 lyfts, medan aktörer inom inspelad musik har haft ett ominskat, och i vissa fall ökat, kontinuerligt behov av kompetens även under åren 2020–2022.

Tittar vi specifikt på kategorin musikbolag/skivbolag, en av de verksamhetstyper som under pandemiåren såg en fortsatt omsättningstillväxt, kan vi se att 38 procent planerar att anställa eller anlita kompetens under perioden 2024–2027.

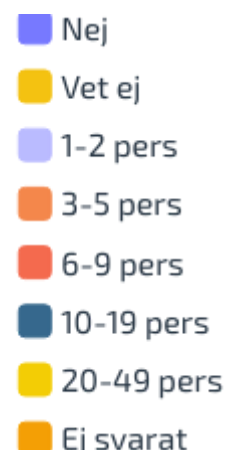
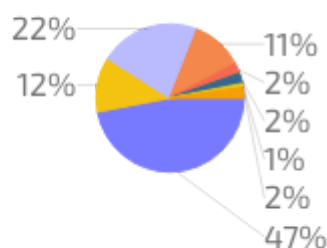
Av de 26 konsertarrangörer som deltog i undersökningen är det istället 53,5 procent som planerar att anställa eller anlita kompetens under samma tidsperiod.

Vi kan dock se att festivaler planerar att anställa eller anlita kompetens i lägre grad än livesektorn i stort. 50 procent av respondenterna svarade "Nej", medan 33 procent svarade "Vet ej", medan endast 17 procent angav 1–2 personer. Inga festivaler planerar alltså nyanställningar över 1–2 personer. Det kan vara en indikator på den volatilitet som festivalmarknaden ofta upplever, men skulle också kunna bero på att många festivaler har begränsningar i storlek och omfattning och därför helt enkelt inte behöver fler anställda, de har tillräckligt med personal för att kunna driva festivalen kostnadseffektivt.

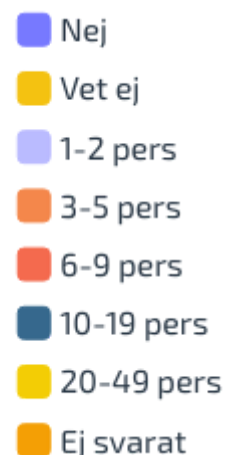
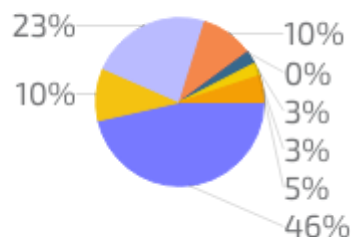
Livesektorn



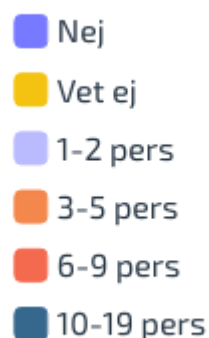
Inspelad musik



Musikbolag

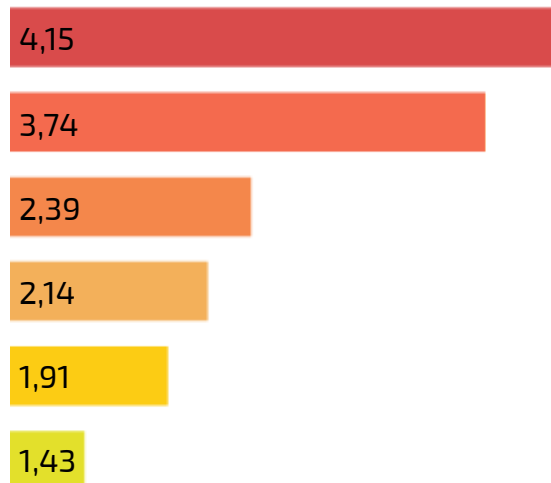


Konsertarrangörer



Hur rekryterar organisationerna?

Vi bad organisationerna att i enkäten svara på hur de rekryterar sin personal. De två absolut vanligaste sätten var "Kontakt inom det befintliga nätverket" (4,15) och "Rekommendation" (3,74), på en skala från 1-5.



Minst förekommande sätt att rekrytera var traditionella sätt såsom "Arbetsförmedlingen eller bemannings-/rekryteringsbolag" (1,43). "Vidareanställning av praktikanter" (2,39) var tredje vanligast. Fjärde vanligast var "Sociala medier" (2,14) jämfört med tredje vanligast i 2020 års rapport och fjärde vanligast i 2017 års kompetensrapport. (Jobbannons, tjänster som LinkedIn - 1,91)

Kontakt inom det befintliga nätverket

Rekommendation

Vidareanställning av praktikanter

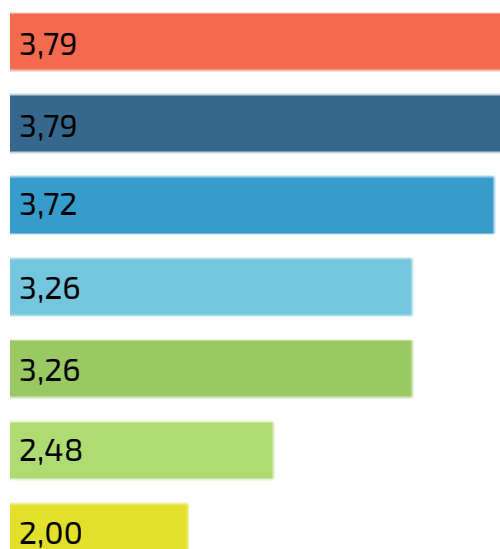
Sociala medier

Jobbannons, tjänster som LinkedIn

Arbetsförmedlingen, bemanning, rekrytering

Med vilka kriterier?

Vad gäller bedömningskriterier vid rekrytering är de mest vanliga bland de svarande "Erfarenhet av samma uppgift" (3,79), "Rekommendation" (3,79) och "Bedömning av framtida potential" (3,72).



Det minst vanliga bland de svarande är "Närvaro på sociala medier (ex artist)" (2).

Enligt enkäten värderade de svarande rekommendationer och erfarenheter som mer avgörande bedömningskriterier än utbildning.

Erfarenhet av samma uppgift

Rekommendation

Bedömning av framtida potential

Arbetsprov/portfolio

Utbildning - branschspecifik

Utbildning - annan

Närvaro på sociala medier (ex artist)

Vad har hänt i återstarten efter covid-19?

Sverige öppnade successivt upp efter pandemin, och så gjorde även den svenska livebranschen som var den delbransch som drabbades mest negativt. Många av de evenemang som genomfördes under år 2022 var sådana som blivit uppskjutna på grund av covid-19. Även om arrangörer återigen kunde börja genomföra konserter var det många evenemang med redan sålda biljetter, som därmed inte genererade några "nya" intäkter.

Statistikrapporten Evenemang i siffror, publicerad 2023, visar på ett tydligt sätt hur covid-19 påverkade såväl intäkterna som sysselsättningen för medlemmarna i Svensk Live. En del arrangörer har också upplevt att publiken inte betar sig på liknande sätt som innan pandemin.

Flera av de intervjuade, helt eller delvis verksamma inom live, nämnde nya tendenser inom livesektorn under hösten 2022 och våren 2023;

- Beteendeförändringar hos publiken i form av avvaktande köpbeteende till mindre konserter, medan efterfrågan till stora evenemang är likadan som innan pandemin.
- Ökade rese- och visumkostnader väntas påverka artisters, musikers och bolags planering av spelningar och turnéer utomlands.

För den delen av branschen som jobbar med fördelning av upphovsrättsliga intäkter finns också en fördröjning av utbetalningarna som kommer att fortsätta under hela 2023 och i vissa fall även in i 2024.

Flera av de intervjuade nämner att covid-19 och återstarten har fungerat som en ögonöppnare för hur känsligt musiklivets ekosystem är för påverkan från yttre faktorer.

Samtidigt vittnar deras berättelser om **en stark resiliens och innovationsförmåga** som finns inom kreativa näringar tack vare en stor kunskapsbredd, entreprenörskap och kreativitet.

Flera verksamhetsledare och individer nämnde att de lyckats bevara sin verksamhet och kompetens med värdefulla stöd från offentlig sektor (ex. kommuner, statliga verk, och EU). I många fall har dessa stöd tillsammans med egna investeringar lett till nya samarbetsformer, nyanställningar, nya intäktsmöjligheter och välbehövd kompetensförsörjning. Flera intresseorganisationer, branschorganisationer, förbund, skolor, utbildningsledare och verksamhetsledare har investerat i framtagandet och tillgängliggörandet av **nyskapande utbildningar och fortbildningar**.

Sammantaget kan man konstatera att **även om branschen återhämtat sig under år 2022, finns det fortfarande pandemieffekter som gör att många aktörer fortfarande befinner sig i ett stadium av återstart**. Detta påverkar högst troligen aktörernas framtidstro och förväntningar på de kommande åren.

Covid-19 hade en mycket stor påverkan på svensk musikbransch, och många små företag och frilansare hade svårt att dra nytta av de stödåtgärder som introducerades från statligt håll. Resultatet blev att åtskilliga tvingades lägga ned sin musikverksamhet helt och hållet. Sådana företag och frilansare har därmed inte heller medverkat i enkätundersökningen, eftersom de helt enkelt inte längre är verksamma i musikbranschen.

De som medverkat är sådana som "överlevt" utmaningarna varför resultaten inte ska ses som en komplett bild över hur covid-19 slog mot branschen. Däremot ger det en tydlig bild av vilka kompetensbehov och framtidsutsikter som nu verksamma företag och frilansare har.

"Jag ser covid lite som krisen som fick kultursverige att enas. Vi hade olika kultur- och musikområden som var tvungna att möta beslutsfattare tillsammans. Och i det så var det som att guarden föll för flera och under den tiden så kunde man faktiskt informera varandra bättre. En tätare digital konversation där man också höjde kompetensen på olika sätt. Det är det jag menar. Att det som borde vara en väckarklocka riskerar att ha varit ett undantag. Det hoppas jag inte."

Ordförande för upphovsrättsorganisation

"Det är viktigt att se till hela det musikaliska ekosystemet nationellt; allt börjar i unga år där den rapport som släppts inom ramen för Musiklyftet om utbildningskedjan är en bra start för att förstå hur det hänger ihop. Även den statliga utredningen Kreativa Sverige lade fram flera konkreta förslag, som är väl värda att följas upp och genomföras. I övrigt tror jag mycket på samarbete över gränserna inom hela musiklivet i Sverige men också med våra nordiska grannländer, europa och världen. Och ska det investeras på riktigt...ja, då måste vi skydda yttrandefriheten, armlängds avstånd och allas rätt till kultur. Utan det, inget kulturliv."

Kulturstrateg och grundare av techbolag

"För två år sedan hade jag bokat typ min drömspelning på den nivån jag var då, jag var så otroligt taggad på att spela i en liten jättemysig biograf som brukade anordna olika konceptspelningar. Där skulle jag få spela då och vara förband till en större artist men jag tror det var typ två veckor innan så försvann den venue. Detta påverkar mig mest direkt."

Musikproducent, artist, låtskrivare

"Onekligen så blev det (covid-19) en ögonöppnare för hur känslig vår bransch är för yttre faktorer och hur utsatta vi är på många sätt och vis."

A&R Musikbolag

Hur ser musikbranschen på framtiden?

Som tidigare redovisats har förväntningarna på omsättningstillväxt och nyanställningar minskat generellt i branschen som helhet jämfört med föregående undersökningar. Det skiljer sig dock åt mellan de olika verksamhetstyperna och branschområdena.

Organisationer

Resultaten från enkätundersökningen visar att företag och organisationer generellt har blivit försiktigare i sin syn på framtiden jämfört med tidigare undersökningar. Färre organisationer planerar för att anställa ny personal under de kommande åren jämfört med tidigare.

Vi kan se att aktörer som verkar inom inspelad musik i lägre grad planerar att nyanställa under de kommande åren jämfört med branschen i helhet, 47% av respondenterna har svarat Nej. Detta skulle delvis kunna vara ett resultat av att det innebär ett större engagemang att planera för anställningar jämfört med att planera för generell tillväxt.

En annan tolkning skulle kunna vara att just den delen av musikbranschen har nått en viss "mättnad" vad gäller kompetens och personal. Det skulle också kunna vara baserat på en förväntan om att intäkterna för inspelad musik i Sverige kanske når en plåtå under de kommande åren.

Streamingtillväxten har pågått i mer eller mindre oförminskad takt under tiotalet år, och det finns frågeställningar kring hur länge en sådan tillväxt kan fortsätta i Sverige.

Det är dock tydligt att livesektorn i högre grad förväntar sig en tillväxt under de kommande åren från nuvarande nivåer.

Individer

När vi till individerna ställde frågan:

"Vilka trender och omvärldsfaktorer tror du kommer ha störst påverkan på din yrkesroll under de kommande 3 - 5 åren?", kan vi i deras svar se att teknologiskt relaterade trender och faktorer ligger i topp. De faktorer som främst framhålls är AI, utvecklingen inom sociala medier, streaming, digitalisering, blockkedjor mm.

Branschrelaterade trender och faktorer ligger på nästan samma nivå, där färre antal scener och spelningar, minskade liveintäkter, streaming-rättigheter och upphovsrätt ligger i topp.

Även ekonomiskt relaterade trender och faktorer ses som troliga att påverka individerna under kommande år; lågkonjunktur, sämre ekonomi och inflation framhålls som de viktigaste.

En intressant notering är att politiska och kulturella trender och faktorer har nästan lika stor betydelse som ekonomiska faktorer; krig, klimat och det politiska maktskiftet i Sverige framhålls som viktigt. Andra trender och faktorer som framhålls är tillgänglighet för stöd, förändrade konsumtionsmönster, minskad musikkonsumtion, ålders- och köns-diskriminering, mental hälsa och utbildning.

Nya möjligheter och hot

Musikbranschens aktörer påverkas ständigt av vad som händer i omvärlden, ekonomiskt, teknologiskt och politiskt. Olika former av aktörer i branschen har också olika sätt att anpassa sig till förändringar i omvärlden; det som för en del uppfattas som ett hot kan för många andra uppfattas som en möjlighet.

Överlag ser vi att det är ekonomiska utmaningar som dominerar bland både organisationer och individer, att få en större stabilitet i sin ekonomi, att säkra intäkterna och att hantera ekonomiska hot från omvärlden i form av ökade kostnader, inflation och högre räntor.

Ukraina-kriget framhålls också av många som ett hot, vilket är intressant med tanke på att kriget i sig självt troligen inte har direkta effekter på de flesta av respondenternas verksamheter. Kanske är detta snarare en signal om att kriget upplevs skapa en orolig och osäker omvärld, som också påverkar kreativitet, entreprenörskap och ekonomin i stort.

Samtidigt har en del av respondenterna i sina kvalitativa svar framhållit att såväl covid-19 som en orolig omvärld skapat möjligheter för dem. Det är troligt att det efter covid-19 uppstått ett glapp på marknaden som gör att vissa aktörer har kunnat positionera sig på ett starkare sätt, och på så sätt "utnyttjat" en period av förändringar för att utöka sin verksamhet. Exempel är vissa livebolag som tagit över marknadsandelar från verksamheter som gått omkull, och nybildade bolag inom genrer som epadunk och hiphop.

Ett av de hot som framhålls i högre grad i denna undersökning jämfört med tidigare år är Artificiell Intelligens (AI). Det är naturligt eftersom det är först under 2022 och 2023 som AI-tekniken slagit igenom på bred front. På musikområdet är det framför allt s.k. AI-covers som skapat uppmärksamhet, där AI-modeller av artisters sångröster används för att generera nya låtar utan artisternas vetskap eller medgivande.

Eftersom flera respondenter svarar att AI inte bara är ett hot eller en utmaning, utan också en möjlighet, kommer det troligen behövas nya kompetenser kring hur man jobbar med de nya verktygen. Det är dock endast en av de 114 organisationer som medverkat i undersökningen som anger att de vill rekrytera någon med kunskap om AI/algoritmer. Det skulle kunna tolkas som att branschens aktörer inte står redo för de potentiella förändringar som AI kan innebära, men skulle också kunna tolkas som att man inte förväntar sig att AI kommer få speciellt stor betydelse. Det senare står dock i motsatsförhållande till det faktum att många ändå anger AI som en potentiell utmaning, vilket föranleder oss att tro att branschen här kommer att behöva utveckla sitt förhållningssätt till tekniken.

Redan idag är det många av branschens aktörer som använder sig av AI, främst i form av olika varianter av maskininlärning. Större skivbolag använder tekniken för att identifiera talang, analysera statistik och plattformar, liksom för att utvärdera marknadsföringskampanjer. Under år 2023 har en mängd initiativ, utpropp och aktiviteter genomförts i musikbranschen, något som med stor sannolikhet kommer intensifieras under kommande år.

Möjligheter

Upphovsrättsorganisationer använder sig av data mining och AI för att t.ex. identifiera streamingbedrägerier, analysera data, och för att skapa prognoser över framtida intäkter. Streamingplattformar använder sig av maskininlärning för att kategorisera data och skapa rekommendationer. Det finns också ett fåtal exempel på musiktechbolag som huvudsakligen utgår från AI som grund.

"Lågkonjunkturen - men jag tror att det slår positivt på mig då jag tror att det medför att jag plockar marknadsandelar."

"Ekonomi, inflationen kommer sannolikt att påverka hur branschen ser ut, men för min del behöver det inte vara till det sämre."

"Ökat intresse inom musikproduktion i och med pandemin har resulterat i ett större behov av utvecklare inom området."

"Jag tycker jag ser att det blir mer rum igen för musik som lyssnas på i sin helhet och att media (CD/Vinyl) lyssnas på sekventiellt. Jag ser möjligheter här både med det jag gör nu och också egna projekt."

AI

Noterbart är att de allra flesta har skrivit "AI" i största allmänhet, utan att definiera inom vilka områden, eller på vilka sätt, de tror att tekniktrenden kommer påverka yrkesroller och verksamheter under de kommande åren.

"Kan tänka mig att AI-musik kommer ta över film/TV och minska behovet av låtskrivare."

"Artificiell intelligens i ljudtekniska led som mixning, mastring och även vid komposition och arrangemang."

"AI kommer ha stor inverkan. Risk att Lofi ryker först. Men man får komma runt det på något sätt."

Behovet av utbildning, fortbildning och kompetensutveckling

Organisationernas kompetensbehov

Ledare från de svarande organisationerna i enkäten säger sig ha behov av att anlita eller rekrytera inom flera verksamhetsområden och kompetenser:

Marknadsföring, PR, sälj och grafisk formgivning

Projektledare, administratörer och affärsutvecklare

A&R och creatives inom synk, royalty och avräkningar

Musiker, artister, musikproducenter och låtskrivare

Ljudtekniker för studio, produktion, live och broadcast

Artistbokare, arrangörer, koordinatörer och musiker

De anger att de värdesätter branschspecifik utbildning, kompletterande fortbildning och även utbildning inom andra områden samtidigt som bedömning av framtida potential, arbetsportfolio och erfarenheter är viktiga kriterier för deras rekrytering och talangutveckling. Branschkunskap och praktisk erfarenhet står högst upp på deras önskelista följt av:

Digital marknadsföring och kommunikation på svenska och engelska

Sociala medier och content creation

Projektledning och ekonomi

Musikkunskap och låtskrivande

Ljudteknik och musikproduktion

Arrangörskunskap

Upphovsrättskunskap

Data analyst-kunskap och webbutveckling/IT-kunskap

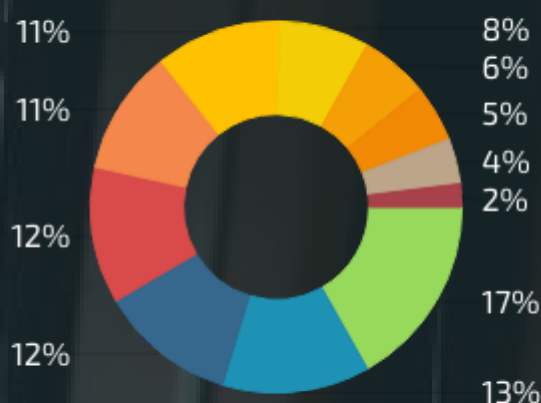
Ingen av organisationerna nämner specifikt att de vill anlita kunniga inom AI. Detta kan jämföras med att 6% anger AI som den trend som de tror kommer ha störst påverkan på deras verksamhet under de kommande 3 - 5 åren samt att 12% anger AI som den trend som de tror kommer ha störst påverkan på hela musikbranschen under samma period.

Individernas utbildningsbehov

44% (278 stycken) av de svarande individerna ser sig behöva utbildning eller fortbildning inom de närmaste åren. Av dessa svarade 237 stycken att de ämnar göra det inom följande områden:

- Musikproduktion, låtskrivande (41)
- Marknadsföring, PR, kommunikation (31)
- Företagande, verksamhetsutveckling, entreprenörskap (28)
- Musikinstrument, sång, utveckling av utövande (28)
- Ljudteknik, inspelning, mix, interactive sound (27)
- Digitalteknik, programmering, data science, AI (25)
- Personlig utveckling, livslångt lärande (18)
- Juridik, rättigheter, branschkunskap (14)
- Arrangering, komposition, dirigering (11)
- Konstnärlig utveckling, pedagogisk utveckling (9)
- Film, foto, grafisk formgivning (5)

Endast 5 stycken nämner att de vill utbilda eller fortbilda sig inom AI. Detta kan jämföras med att 26 stycken anger AI som den trend som de tror kommer ha störst påverkan på deras yrkesroll under de kommande 3 - 5 åren.



85% av de som ämnar utbilda sig inom de närmaste åren har utbildat sig för sitt nuvarande arbete. De andra 15% saknar utbildning för sitt nuvarande arbete. Detta kan jämföras med de som svarat nej till att utbilda sig de närmaste åren. Där är fördelningen 60% som utbildat sig för sitt nuvarande arbete medan 40% inte har gjort det.

Bland de som vill utbilda sig de närmaste åren ser vi inga större skillnader vad det gäller ålder eller kön, även om det finns en viss tendens att yngre respondenter vill utbilda sig mer.

De som säger sig ha utbildat sig för sitt nuvarande arbete utgör

- 87% av de som är under 39 år gamla (139 av 160 svarande)
- 65% av de som är över 40 år gamla (306 av 465 svarande)
- 81% av kvinnorna (160 av 197 svarande)
- 66% av männen (277 av 420 svarande)
- 88% av de ickebinära (7 av 8 svarande)

Intervjuernas uppvisade kompetensbehov och rekommendationer avseende utbildning

Bland de 21 intervjuade personerna fanns en bred representation av expertis inom utbildning, fortbildning och edtech (education technology).

Nedan följer en samlad bild av deras behov och rekommendationer kopplat till musiklivets utbildning, fortbildning och kompetensutveckling.



Inspelad musik och upphovsrätt

Spetskompetens inom skapande av musik, ljud och content anges kunna växa i konvergens med närliggande kreativa branscher såsom gaming, Immersive Music, VR, AR, Interactive Media och film.

Här anses kompletterande fortbildning och kunskapshöjning behövas inom upphovsrätt och rättigheter till intäkter.



Livemusik och evenemang

Inom live och evenemang anges allt från spetskompetens inom teknik, transport och logistik till den särskilda mix av kompetenser och färdigheter som behövs för att arbeta med bokning av artister och evenemang. Turneledare, promoters, projektledare, ljudtekniker och backlinetekniker behövs för konserter och andra musikevenemang. Dessa kompetenser samt spetskompetens av livestreaming har även behövts inom andra typer av evenemang.



Marknadsföring och visibilitet

Marknadsföring och att nå ut med sitt varumärke och sin musik, särskilt inom digital marknadsföring och sociala medier, nämns som viktigt. I förlängningen kan det bli svårt att vara verksam utan att behärska dessa verktyg. Samtidigt beskriver en organisationschef hur ledet mellan publik och musik behöver stärkas inom marknadsföring snarare än att musiker och andra utövare behöver skaffa sig marknadsföringskompetens.



Helhetstänk, projektledning och entreprenörskap

Mångsidig kompetens inom projektledning, intraprenörskap (entreprenörskap inom organisationer), branschkunskap och helhetstänk efterfrågas. Kontinuerligt lärande och nyfikenhet anses ge bättre förutsättningar att utvecklas i takt med teknikskiften och förändringar. Samtidigt efterfrågas mer hållbarhetstänk, att se förbi kortsiktiga trender och hype och att utveckla sin kompetens och verksamhet långsiktigt.



Digitala verktyg och AI

Mer kunskapshöjning anges behövas inom digitala verktyg och AI-verktyg för att stärka musikbranschens kompetens inom dessa snabbväxande områden. Utbildningar, fortbildningar och initiativ bör vara så inkluderande som möjligt och för olika nivåer. En mer digitalt bevandrad musikkår anses bli bättre på att ta vara på nya möjligheter, skydda sina rättigheter och värna om kreativitet, välmående och utveckling.



Samarbeten och investeringar kring utbildning

Bättre samarbete mellan utbildare, organisationer och bolag anges behövas, för att uppdatera befintliga utbildningar och komplettera med behövliga fortbildningar. Det efterlyses även bättre möjligheter för professionella att delta i skolornas utbildningar och att studenter ska kunna delta i branschens fort- och utbildningsinitiativ. Myndigheter beröms för sitt stöd och flertalet respondenter understryker hur viktiga dessa investeringar är för musikbranschens kompetensförsörjning, för att säkerställa en svensk musikbransch på top.

Internationell utblick

Globalt ser vi en fortsatt tillväxt i intäkter till rättighetshavare från streaming. Även om en del marknader fortfarande inte har omfamnat streaming lika intensivt som i Sverige (som t ex Japan och Frankrike) har stora delar av världen gått över till det strömmande formatet.

Den årliga rapporten Global Music Report från IFPI, visar att år 2022 var ett rekordår för masterägare runt om i världen (inkluderat majorbolag, indiebolag och DIY). Totalt hade masterägare intäkter på över 26 miljarder dollar under 2022, varav 67% bestod av intäkter från streaming. Närmare 600 miljoner betalade för ett streamingabonnemang i slutet av året, och Asien och Latinamerika var de regioner som hade störst tillväxt.

Även förlag och låtskrivare ser fortsatt tillväxt från streaming. CISAC, den internationella paraplyorganisationen för insamlade upphovsrättssällskap (av typen STIM), sammanställer hur det ser ut runt om i världen i sin [Global Collections Report](#), och i den senaste rapporten konstaterar man att pandemin hade stor effekt på framför allt intäkterna från live och bakgrundsmusik, som nästan halverades under åren 2020 och 2021. Samtidigt ökade intäkterna från streaming till musikskapare och musikförlag rejält, från 2,09 miljarder euro år 2019 till 3,12 miljarder euro år 2021.

Årlig tillväxt av streamingintäkter i miljarder euro till musikskapare och musikförlag. Siffror från CISAC.



IQ Magazine (ILMC) sammanställer varje år hur det ser ut inom livesektorn internationellt, och deras [International Ticketing Report](#) visar att livebranschen återhämtat sig snabbt efter pandemin, åtminstone på de 40 marknader som analyserats.

Tyskland hade t ex under år 2022 biljettintäkter på cirka 27 miljarder kronor med ett historiskt stort antal biljetter sålda. Men, de flesta marknader brottas med samma problem som den svenska, ökade kostnader på grund av samhällsekonomin och problem med att hitta rätt personal i samband med återstarten.

Även Frankrike visar på kraftig återväxt, även om man inte riktigt är tillbaka på samma nivå som år 2019. Frankrike hade dock en mycket lyckad festivalsommar år 2022.

I Storbritannien har man sett en liknande trend, men har också samma problem med personal och kostnader. Under år 2022 var det 52 000 färre personer verksamma i den brittiska branschen jämfört med år 2019, främst syns bristen på personal i just livesektorn.

Slutsatser och rekommendationer

När vi summerar resultaten från enkätundersökningarna och intervjuerna kan vi konstatera att:



Ekonomi, både den egna och samhällskonjunkturen, är den största utmaningen för både organisationer och individer just nu.



Organisationer är generellt försiktigare i sin bedömning av såväl tillväxt som anställningsprognos under de kommande 3-5 åren, jämfört med tidigare års undersökningar.



Bland både organisationer och individer är det teknologiska trender som man tror kommer påverka den egna yrkesrollen mest under de kommande åren, tillsammans med branschrelaterade trender.



Bland organisationer är de kompetensområden man eftersöker hos ny personal i stort sett motsvarande de man angett vid tidigare undersökningar, med marknadsföring, sociala medier, projektledning och ekonomi i topp.



Närmare hälften av individerna (44%) anser att de kommer att behöva fortbildning/utbildning under de kommande åren.



Anställda, frilansare och studenter säger sig behöva mer hjälp och återhämtning från intäktsbortfall, långvarig stress och ohållbara arbetsvillkor samt känslor av otrygghet, maktlöshet och isolering.

När det gäller de teknologiska trenderna var det endast 2 individer som angav AI som en utmaning just nu, medan 26 individer bedömde att AI skulle påverka deras yrkesroll de närmaste 3-5 åren. En liknande tendens sågs bland organisationerna, där 4 angav AI som utmaning just nu medan 14 bedömde att AI skulle påverka musikbranschen de kommande åren.

Detta kan tolkas som att AI förväntas påverka yrkesroller och musikbranschen framöver, men att det inte har upplevts eller märkts av att AI redan idag har en påverkan, trots att tekniken redan används av såväl streamingplattformar som sociala medier, och inte minst inom musikproduktion och musikskapande. Det kan också vara så att AI inte prioriteras som en utmaning just nu, när många organisationer inom främst livebranschen fortfarande befinner sig i en återstartsfas och har ekonomiska utmaningar.

Samtidigt är det något märkligt att så pass få organisationer och individer anger att de ser ett behov av utbildning och fortbildning inom just AI. Vore det inte mer logiskt att fler satsar på att lära sig mer på området med tanke på den oro som alldeles tydligt finns? Kan det vara så att man förväntar sig att andra ska ta ansvaret? Eller är det helt enkelt så att man inte har varit förberedd på det teknikskifte som sakta men säkert växt fram under de senaste åren?

Ett liknande fenomen kunde märkas av i förra undersökningen, men på ett annat område, där många angav att de hade utmaningar med att förstå algoritmer och urval på streaming-plattformar och sociala medier. Dessa uppgavs skapa svårigheter att kunna nå ut med sin musik, öka sina intäktsmöjligheter och nå ut med sin marknadsföring. Samtidigt var det endast ett fåtal som angav att de hade för avsikt att utveckla sina färdigheter eller organisationens kompetenser och kapacitet till att använda mer avancerad dataanalys för att förstå plattformarnas urvalsmekanismer.

Under 2020 års kompetensrapport var det också stort fokus på att musikbranschen var komplex. Tre år har gått mellan dessa studier och nu dyker ordet komplexitet upp endast ett fåtal gånger. Utbildare och fortbildare har självklart tagit till sig av den förra rapportens resultat och anpassat sitt utbud. Kan det vara så att utbildarna, branschorganisationer och företag därmed har lyckats med uppdraget att fylla detta kunskapsbehov på marknaden? Eller finns det andra orsaker till att man inte upplever branschen som lika komplex? Branschen är med all säkerhet inte mindre komplex idag jämfört med för tre år sedan.

Vi ser en liknande tendens inom ekonomin, där en stor andel av organisationerna anger någon form av ekonomiska utmaningar i nuet, samtidigt som det är relativt få som anger att de avser utbilda/fortbilda sig inom just ekonomi. Det kan naturligtvis tänkas att det helt och hållet är externa faktorer som gör att ekonomiska aspekter ses som en utmaning, men det är inte orimligt att också tänka sig att den egna ekonomin troligen skulle må bra av en ökad kompetens och kunskap inom företagsekonomi och kulturell ekonomi.

Individerna ser hållbarhet i arbete, ekonomi, hälsa och välmående som avgörande framöver. De efterfrågar även bättre inkludering vad gäller ålder, könstillhörighet, egenskaper och förutsättningar. Tillgänglighet till utbildning, fortbildning, samarbeten, nya scener, studior och utvecklingsmöjligheter ses också som viktiga faktorer under de kommande fem åren.

Vi skall inte glömma bort att vi också genom hela studien och i fallstudier fått ta del av inspirerande berättelser om kompetens, uthållighet, passion, uppfinningsrikedom, entreprenörskap och framgångar.

Utmaningarna framför oss kräver arbete, samarbete och vilja i vad som kan vara en av de mest spännande tiderna att uppleva.

“

I sammanhanget skall jag också säga att kunskapen kommer att vara avgörande. [...]

Det är centralt att lära sig om hur vår bransch fungerar eftersom den är mer komplicerad idag än vad den var för 10-15 år sedan. Man behöver kunna mycket om hur intäktsströmmarna ser ut och hur du maximerar dina intäkter från olika håll, vad du har för rättigheter. Det kommer att vara en stor påverkan på din förmåga att generera pengar framöver.

VD, branschorganisation

Övergripande strategi och konkreta handlingsplaner

Baserat på resultaten från enkätundersökningarna och intervjuerna går det att sammanställa ett antal rekommendationer, till utbildare, branschorganisationer, företag och till branschen i stort.

Går det att vara steget före teknikskiften?
Hur kan musikbranschen utveckla sin kompetens- och talangpool mer långsiktigt?
Vad krävs för att vara attraktiv i en alltmer global arbetsmarknad? Som bransch, organisation eller individ. **Med fokus på dessa frågeställningar bör musikbranschen som helhet, i samarbete med utbildare och offentlig hjälp, investera i att:**

- säkerställa ett heltäckande utbud av utbildningar i olika modeller/format
- snabba upp utbildning och utveckling av spetskompetens inom behövliga områden
- främja individuellt anpassningsbara fortbildningar och utvecklingsmöjligheter
- värna och sprida kunskap om beprövade modeller inom akademien och skolan

Eftersom det tydligt finns en diskrepans mellan de utmaningar de svarande har idag, de utmaningar man förväntar sig i framtiden, och vilken slags kompetensutveckling man planerar för, rekommenderas att branschorganisationer och företag **ser över informationsflödet mellan branschens aktörer och utbildarna**. Känner till exempel branschens alla aktörer till vilka utbildningssatsningar som görs? Vet ungdomar och yrkesverksamma om dessa möjligheter och kan de enkelt ta del av dem?

Under 2022 och 2023 genomförde till exempel Musikerförbundet en mycket stor utbildningssatsning riktad mot yrkesverksamma musiker, i EU-projektet [React-EU: Digitala Musiklyftet](#). Resultaten från projektet är mycket positiva, med hundratals medverkande. Samtidigt vittnar projektledare om svårigheter med att nå ut till de yrkesverksamma, framför allt till de som kanske behöver kunskapen mest.

Andra satsningar under 2023 är till exempel SAMIs stora utbildningssatsning inom metadata och rättigheter och Svensk Lives arbete med att samla all statistik och kunskap kring livebranschen på ett och samma ställe.

Under 2023 har också branschorganisationer såsom IFPI, STIM, SAMI och Musikförläggarna bjudit in medlemmar och personal till föreläsningar och paneler kring AI. Vi tror att det finns ett ännu större behov av den här sortens kompetenshöjning och kunskapsspridning, varför en rekommendation är att branschens organisationer inrättar en regelbundenhet i dessa mötesplatser, gärna tillsammans med musikbranschutbildarna och i nya samarbeten med andra branscher och länder.

Musikbranschens har redan blivit påverkad av mer primitiva former av AI genom sociala mediernas och streamingtjänsternas algoritmer och AI-covers. Hur kommer de allt smartare AI-verktygen att påverka musikbranschens olika delar? Här behöver musikbranschens alla parter få en samlad bild och kompetenshöjning.

Även om hållbarhetsaspekter framhålls av både organisationer och individer, är det mycket få som anger hållbarhet som en utmaning, varken nu eller för kommande år. Hållbarhet är ett stort begrepp som innefattar många viktiga områden. Det talas även sällan om den långsiktiga hållbarheten för musiken som helhet. Såvitt vi vet har det ännu inte genomförts någon bred branschkonferens i Norden helt inriktad på hållbarhetsaspekter.

Med tanke på att streamingen idag dominerar stora delar av musikbranschens ekonomi, är en rekommendation att genomföra utbildningssatsningar, seminarier eller nya former av konferenser utifrån hållbarhetsperspektivet.

Den nyligen släppta studien Revenue Distribution From Music Streaming – A Quantitative Analysis of Swedish Artists on Spotify (Johansson D., 2023) visar på brister i streamingekonomin. Är dagens ekonomiska modell hållbar för svensk musikbransch i det långa loppet? Finns det risker att vissa aktörer, genrer, utövare, och musikskapare utarmas på bekostnad av en "winner takes it all"-praxis? Är den nuvarande streamingekonomin hållbar ur ett mångfaldsperspektiv? Inom vilka områden kan musikbranschen uppfattas brista i hållbarhet och inkludering?

Vi rekommenderar att fokus läggs på att samla och sprida kunskap om dessa områden på ett så förenklat, tydligt och lättillgängligt sätt som möjligt.

Organisationer, individer och branschaktörer behöver ha en medvetenhet om sina rättigheter, intäktsmöjligheter, och brister i ersättningssystem som missgynnar ekosystemet och motverkar inkludering och hållbarhet. Ett exempel är den grupp som idag inte får någon ersättning ur den dominerande streamingekonomin; Musiker som medverkar på inspelningar utanför artistavtal, sessionsmusiker inkluderas inte i de avtal som ingås mellan streamingtjänster och branschens rättighetshavare. Ett annat exempel gäller fördelningen av ersättningar från streaming, där det just nu pågår utredningar och arbete för att hitta mer rättvisa och effektiva alternativ, både i Sverige och internationellt.

Välmående och inspiration anges som en utmaning samtidigt som långvarig stress och osäkerhet hämmar mångas hälsa och kapacitet. **Vi rekommenderar att företag, skolor och organisationer samarbetar med aktörer som verkar för att öka tillgången till kunskap och resurser inom psykisk hälsa.**

Med tanke på att snabba teknikskiften framhålls som både en utmaning och möjlighet bland organisationer och individer, har musikbranschen mycket att tjäna på att samla kunskap om dessa på ett och samma ställe. En sådan samlingsplats passar även bra för andra gemensamma behov såsom kompetensförsörjning och bättre kunskap om ekosystem, rättigheter och intäktsmöjligheter. Samlingsplatsen ska givetvis vara online och öppen för alla. Den kan startas i liten skala från ett kärnområde såsom exempelvis AI, för att sedan växa med tiden och efter behov. Förslagsvis kan den även ha möjlighet för enskilda experter och individer att dela med sig av upptäckter och praktiska tillämpningar. På så vis kan företag, organisationer och individer dra nytta av färsk och verifierbar kunskap i sitt dagliga arbete och i sin planering.

Andra samtida studier, såsom EU-projektet One Voice for European Music, stärker vår bild och mynnar ut i rekommendationer såsom att:

- kartlägga befintlig expertis och överbrygga silos genom bättre kunskapsöverföring,
- skapa nya sätt att samlas och samarbeta,
- främja initiativ som stärker kontinuerligt lärande (upskilling) och som kan ligga ett steg före teknikutveckling och förändringar,
- framtidssäkra, skapa nya möjligheter och undvika "brain drain" genom samarbeten som inkluderar olika och nya målgrupper.

Med ett gemensamt fokus på hållbar kompetensutveckling, spetskompetens, talangnäring och konstnärlig frihet står Sverige starkt positionerat för en musikframtid i världsklass. **Framåt tillsammans, med kreativitet, nya upptäckter och nya upplevelser i centrum!**

Tack till er som hjälpt till!
Tacklista, sidan 38

Källförteckning

Center for Humane Technology (2023). The AI Dilemma.

<https://www.humanetech.com/podcast/the-ai-dilemma>

Cisac (2023). Global Collections Report 2022.

<https://www.cisac.org/services/reports-and-research/global-collections-report-2022>

Eloundou, T, et al (2023). OpenAI, Open Research, University of Pennsylvania. GPTs are GPTs: An Early Look at the Labor Market Impact Potential of Large Language Models.

<https://arxiv.org/pdf/2303.10130.pdf>

EU-project: One voice for European music (2023).

<https://www.musiksverige.org/slutsatser-inom-projektet-one-voice-for-european-music>

- Focus: Enabling innovation, artistic freedom & sustainability

<https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/64764516725edc66e87150d0/1685472535128/Alfons+Karabuda+group+-Enabling+innovation.pdf>

- Focus: Inclusion

<https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/646495873b184170855ab166/1684313480685/Action+plan+INCLUSION.pdf>

- Focus: Mobility

<https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/647858ad6b2f73345683dadd/1685608644956/OVFEM+mobility+Solutions+may+2023+ENG.pdf>

Ifpi (2023). Ifpi Sverige musikförsäljning 2022.

<https://www.ifpi.se/statistik/ifpi-sverige-musikforsaljning/ifpi-sverige-musikforsaljning-2022/>

Ifpi (2023). Global Music Report 2023.

<https://globalmusicreport.ifpi.org/>

International Artist Organisation of Music (2022).

The Streams & Dreams report.

<https://www.iaomusic.org/news/2022/09/15/streams-dreams/>

IQ Magazine (2022). International Ticketing Report 2022..

<https://www.iq-mag.net/publications/international-ticketing-report/>

Johansson, D. (2023). Revenue Distribution From Music Streaming - A Quantitative Analysis of Swedish Artists on Spotify.

https://www.researchgate.net/publication/370592212_Revenue_Distribution_From_Music_Streaming_-_A_Quantitative_Analysis_of_Swedish_Artists_on_Spotify

Musiksverige (2020). Musikbranschens kompetens och utveckling 2020-2025.

<https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/5fcd182624c49707d3258814/1607276624177/Musikbranschens-kompetens-och-utveckling2020-2025.pdf>

Musiksverige (2021). Musikbranschen i siffror.

<https://static1.squarespace.com/static/584ecd35725e2509ff6e669e/t/635fd03e5d47697146c23653/1667223615806/Musikbranschen+i+siffror+2009-2021.pdf>

Myndigheten för kulturanalys (2021). Ett år med pandemin.

<https://kulturanalys.se/wp-content/uploads/2021/10/Ett-ar-med-pandemin-webb-1.pdf>

OECDiLibrary (2023). OECD Employment Outlook 2023: Artificial Intelligence and the Labour Market.

<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/08785bba-en/index.html?itemId=/content/publication/08785bba-en>

SOU 2021:77 - Från kris till kraft. Återstart för kulturen

<https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/2021/09/sou-202177/>

Stanford University (2023). Artificial Intelligence Index Report 2023.

https://aiindex.stanford.edu/wp-content/uploads/2023/04/HAI_AI-Index-Report_2023.pdf

Svensk Live (2023). Evenemang i siffror 2023.

http://www.svensklive.se/wp-content/uploads/Evenemang-i-siffror-2023_230622_tillganglighetsanpassad_komprimerad.pdf

Swedish Edtech Industry (2023). Edtechbarometern 2023.

<https://swedishedtechindustry.se/wp-content/uploads/2023/04/Swedish-Edtech-branschrapport-2023.pdf>

World Economic Forum (2023). The Future of Jobs Report 2023.

<https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023>

World Economic Forum (2023). The Reskilling Revolution.

<https://initiatives.weforum.org/reskilling-revolution/home>

World Economic Forum (2023). Who owns the song you wrote with AI?

<https://www.weforum.org/agenda/2023/08/intellectual-property-ai-creativity/>

TACK!

MUSIK
SVERIGE

Tack till er alla som hjälpt till!

I omvänd alfabetisk ordning:

Staffan Holm, Sofie Marin, Sebastian Lindroth Ahl
Sara Herrlin, Peter Moore, Patrik Sventelius
Patric Skog, Oskar Sadle, Ninni Grufvman
Niklas Majrell, Niclas Gustafsson, Michael Blair
Maxe Axelsson, Mathias Strömberg, Mattias Behrer
Martin Tibblin, Maria Svedenström, Maria Blom
Linda Portnoff, Leffe Andersson, Leah Muscat
Lars-Olof Janflod, Lars Nylin, Julian Vigil
Juhani Hemmilä, Josefina Larsson, Joppe Pihlgren
Johan Hammarbäck, Jessica Lindeberg
Jesper Thorsson, Jan-Olof Gullö, Jan-Erik Eriksson
Ivan Nikcevic, Ida-Lee Brandel, Henric Lindström
Henric Hertzman, Hannes Sjöblad, Gunnar Jönsson
Erik Ridderstolpe, Erika McRoy, Erica Hallström
Emil Pettersson, Emma Bates, Emma Andersson
David Segal, David Bergling, Christel Valsinger
Binnie Ahlsén, Behshad Ashnai, Aryan Marzban
Ardalan Azadi, Alexandra Krook, Anneli Axelsson
Anna Engberg, Amanda Elefelt, Ali Vedadi

Särskilt tack till

Mia Strandell
Örjan Strandberg
Karin Inde
Alfons Karabuda
Stefan Lagrell
Ludvig Werner
Jan Granvik
Rebecka Sjöström
Eva Karman Reinhold
Eleonor Otterdahl
Kerstin Mangert
Anders Wollbeck
Ulla Sjöström
Kristina Dalberg
Andreas Andersson
Malin Sami
Henric Lindström
Anneli Andersson
Niclas Gustafsson
Havin Sami
Andreas Hedberg

Rapporten är utförd av Created Technology på uppdrag av Musik Sverige och Föreningen Musikbranschutbildarna och med stöd från Kulturrådet. Författare är Jian Rödblom, Oskar Nyman och Daniel Johansson. Created Technology bedriver FoU inom KKN, kompetensutveckling, utbildning och Edtech. Kontakt: info@musik sverige.org - info@created.technology.

FÖRENINGEN
MUSIKBRANSCHUTBILDARNA

KULTURRÅDET

Created
Technology