



MUSIC NORWAY

Vekst 2020

- et fremtidsbilde av norske musikkelskaper

Vekst 2020

– et fremtidsbilde av norske musikkelskaper

Music Norway 2016

Vekst 2020 – et fremtidsbilde av norske musikkelskaper

Av Carl Kristian Johansen og Vegard Storaas

Copyright © 2016 by Music Norway

All rights reserved

Utgitt av Music Norway

Music Norway

Observatoriegata 1 B

0254 Oslo

Telefon: 22 55 74 80

Epost: info@musicnorway.no

Hjemmeside: www.musicnorway.no

Twitter: @MusicNorwayNO

Facebook: www.facebook.com/musicnorwayno

Forord

Det er stor energi i norsk musikkliv om dagen. Det styrker troen på fremtiden, mulighetene og potensialet til den norske musikkindustrien. *Musikk i tall* viser at norsk musikkbransje har vokst med 7% fra 2012 til 2014. Det er inntektsøkning i alle ledd, også eksportinntekter.

Vi registrerer at et profesjonelt nettverk og strategisk markedssatsing gir økonomisk uttelling, i Norge så vel som i utlandet. Derfor har Music Norway ønsket å analysere behovene som melder seg for profesjonelle musikkelskaper som akkurat nå investerer i nye talent, nye medarbeidere og nye løsninger.

Det er et godt utgangspunkt for å skaffe mer innsikt om en bransje i vekst.

Musiksverige gjennomførte i 2015 en arbeidsmarkedsrapport. De fant ut at troen på fremtiden for svensk musikkbransje er sterk og at bransjen vil vokse med 27% i løpet av en femårsperiode. Vår undersøkelse er ikke komparativ, men vi håper å kunne finne fellestrekk og skaffe et godt grunnlag for å diskutere nye løsninger.

Fremtidstroen er minst like sterk i Norge som i musikkstormakten Sverige, noe vår rapport bekrefter. Funnene vitner om sterk optimisme og flere konkrete planer om økt satsing internasjonalt. Momentet vi skandinavere opplever på verdensmarkedet for øyeblikket gjenspeiles i fremtidstroen til norske musikkelskaper. Med det i mente mener vi at forskning på musikksektoren vil gi bedre forutsetninger for å anbefale løsninger til å satse på en norsk musikkbransje med realistiske internasjonale ambisjoner.

Våren 2016 intervjuet vi 38 norske aktører som promoterer og selger norsk musikk nasjonalt og internasjonalt. Dette er det vi fant. Derfor kaller vi denne rapporten «Vekst 2020». Et norsk musikkeventyr er på trappene.

God lesing!

Kathrine Synnes Finnskog

Direktør,

Music Norway

Innholdsfortegnelse

| | |
|--|-----------|
| <u>Om undersøkelsen</u> | <u>5</u> |
| <u>Sammendrag</u> | <u>6</u> |
| Resultater fra undersøkelsen | |
| <u>Musikkselskapene</u> | <u>7</u> |
| Omsetning og årsverk | 7 |
| Sjanger og markeder | 8 |
| <u>Nyansettelser</u> | <u>9</u> |
| <u>Praktikanter og etterspurt kunnskap</u> | <u>10</u> |
| Kompetanse | 10 |
| <u>Rekruttering</u> | <u>11</u> |
| Yrkesroller | 11 |
| <u>Framtidsutsikter</u> | <u>12</u> |
| <u>Eksportaktivitet</u> | <u>13</u> |
| | |
| Referanser | 14 |

Om undersøkelsen

Formålet med denne undersøkelsen er å kartlegge vekstambisjonene og rekrutteringsbehovet i norske musikkelskaper med eksportrettet virksomhet, fram mot 2020. Rapporten *Kreativ Næring i Norge 2008 – 2014* utført av BI:CCI viste en vekst på 20 prosent i sysselsetting i musikkbransjen siden 2011. Rambølls rapporter *Musikk i tall* fra perioden 2012 - 2014 viser at bransjens økonomiske vekst har ligget rundt 6 prosent årlig. *Musikk i tall* viser at eksport er en del av denne økningen.

Fra før av er det gjort få undersøkelser som tar for seg ansettelsesbehovene eller framtidsutsiktene i dette segmentet. I kjølvannet av flere internasjonale suksesser for norske artister og produsenter ønsker Music Norway med denne undersøkelsen å undersøke virkningene av suksesshistoriene og hvordan effekten har tatt form i bransjen her hjemme.

I løpet av vinteren 2016 ringte vi til 59 norske musikkelskaper som oppgir at de har eksportinntekter, og stilte 21 spørsmål. Kriteriene vi la vekt på da vi avgrenset populasjonen var selskapenes utenlandsaktivitet, eksportinntekter, aktualitet og størrelse/omsetning. Selskapene inkluderer plateselskap, agentbyråer (management/booking), forlag, distributører, promoseselskaper og produksjonsselskaper.

Av 59 selskaper svarte 38 på undersøkelsen – inkludert alle majorselskapene. Dette gir en svarprosent på 64%. Alle svar er anonymisert. Samlet sett står selskapene vi har intervjuet for en omsetning på over 1 milliard kroner.

Vi tror at funnene i denne undersøkelsen kan bidra med supplerende kunnskap som er nyttig for Music Norway og andre bransjeaktører/tilretteleggere.

Sammendrag – presentasjon av hovedfunn

Samlet sett omsatte de 38 musikkelskapene som er med i denne undersøkelsen for over 1 milliard kroner i 2015. Den totale omsetningen i hele bransjen, inkludert opphavsrettsorganisasjoner og liveaktører, var i 2014 på til sammen 3,5 milliarder kroner (Rambøll/Musikk i tall).

I en stadig voksende bransje forventes det at behovet for arbeidskraft blant selskapene i denne undersøkelsen vil øke med 41% i årene frem mot 2020. Det betyr at hvert selskap i gjennomsnitt skal øke med litt over et halvt årsverk årlig.

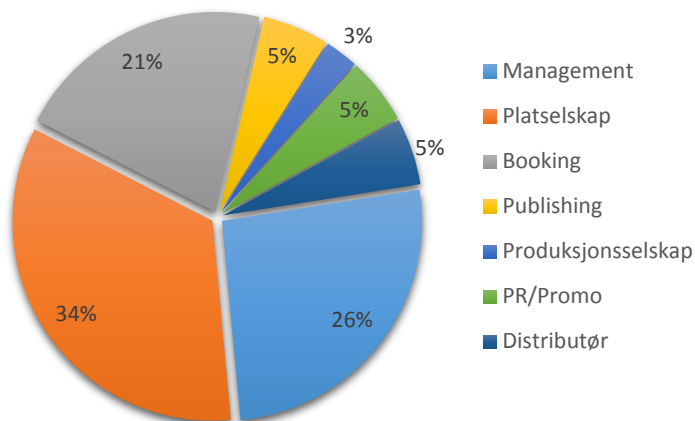
Undersøkelsens hovedfunn:

- Fremtidstroen er sterk. 92% av respondentene oppgir at de kommer til å vokse i årene som kommer. Av disse forventer 58% at omsetningen vil vokse med mer enn 8% årlig.
- 2 av 3 selskaper skal øke antall ansatte i løpet av en fireårsperiode.
- Det er ingen store ulikheter blant sektorene når det gjelder nyansettelser. Det forventes derfor at økningen i antall ansatte skjer proporsjonalt, slik sektorfordelingen er i dag.
- 31% av selskapene som svarer at de skal styrke staben ser for seg å utvide med mellom tre til fem personer over en fireårsperiode.
- 3 av 5 selskaper skal engasjere praktikanter hvert år. Størst aktivitet finner vi blant management, hvor 9 av 10 management ønsker å benytte seg av praktikanter i tiden som kommer.
- Den mest etterspurte kompetansen er innenfor *musikkunnskap, bransjeerfaring og nettverk*.
- 68% av selskapene rekrutterer primært gjennom nettverk. Jobbannonser utgjør 16%.
- Eksportandelen til selskapene ligger gjennomsnittlig på 13% av totale inntekter.

Musikkselskaper

Blant respondentene som er med i undersøkelsen befinner 81% seg innenfor kategoriene «Management», «Plateselskap» og «Bookingbyrå». De resterende fire kategoriene utgjør til sammen 19%.

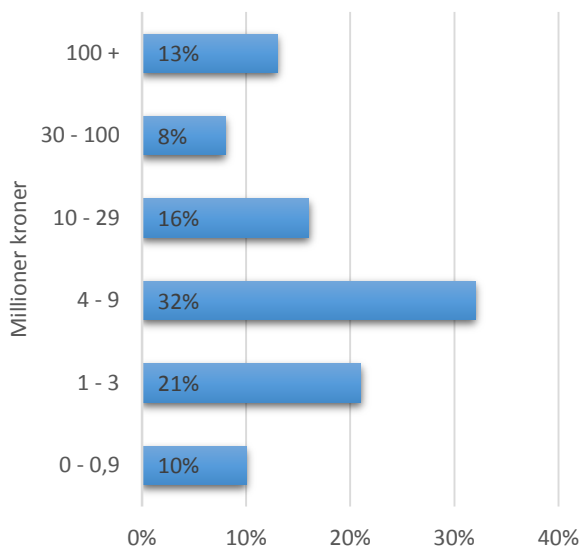
34% av våre respondenter oppgir at de opererer innenfor flere sektorer, eksempelvis PR/promo og management eller plateselskap og forlag. Disse kaller seg nå for musikkselskaper, og tilbyr nå flere tjenester. Her har vi valgt å fordele respondentene basert på selskapenes kjernevirksomhet. Dette er gjort for å lettere kunne se sammenhenger mellom sektorer og nyansettelser, rekruttering og eksporttall.



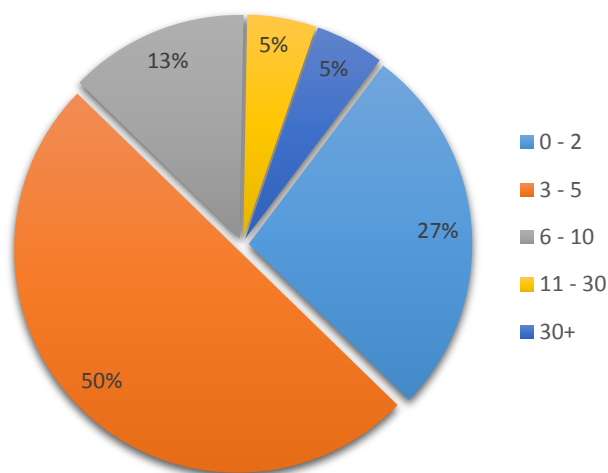
Figur 1. Sektorfordeling av respondenter basert på selskapenes kjernevirksomhet (N = 38). (Én prosent differanse skyldes avrunding).

Omsetning og årsverk

Figurene viser respondentenes omsetning i millioner kroner i 2015, samt fordeling av antall årsverk. Alle årsverk er faste ansettelser. Gjennomsnittlig har hvert selskap 6 ansatte. Medianen (midterste verdi) er 4 ansatte.



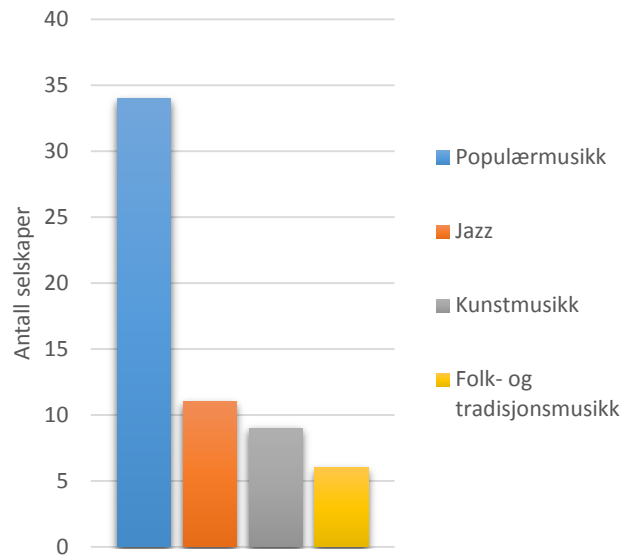
Omsetning i millioner kroner (N = 38)



Antall årsverk i 2015 (N = 38)

Sjanger

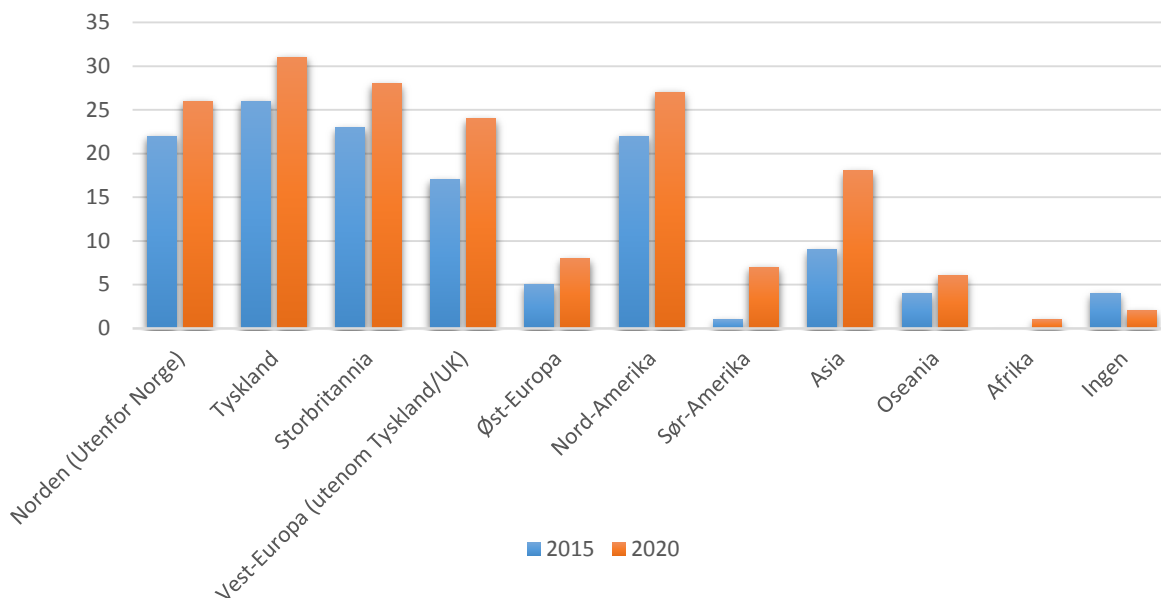
I forhold til eksportundersøkelsen gjennomført av BI:CCI i samarbeid med Music Norway¹, er spriket mellom populærmusikk og andre sjangre større blant selskapene enn artistene. 89% av våre respondenter oppgir populærmusikk som sjanger, mot 74% på artistsiden. Tilsvarende er kunstmusikk langt mindre representert blant selskapene enn artistene.



Figur 2. Respondenter fordelt etter sjanger (N = 38)

Markeder

I undersøkelsen ble respondentene spurt om å oppgi markeder der selskapet satset i 2015, samt hvor de planlegger virksomhet i 2020. Svarene viser at antall selskaper som satser utenlands vil øke frem mot 2020. Størst prosentvis økning finner vi i de asiatiske (primært Sør-Korea og Japan) og vest-europeiske (utenom UK og Tyskland) markedene. Kun 1 av de vi har snakket med oppgir at de ikke skal satse internasjonalt i 2020, mot 4 i 2015.



Figur 3. Antall selskaper med internasjonale markeder som satsingsområde (N = 38)

¹ BI:CCI (2015)

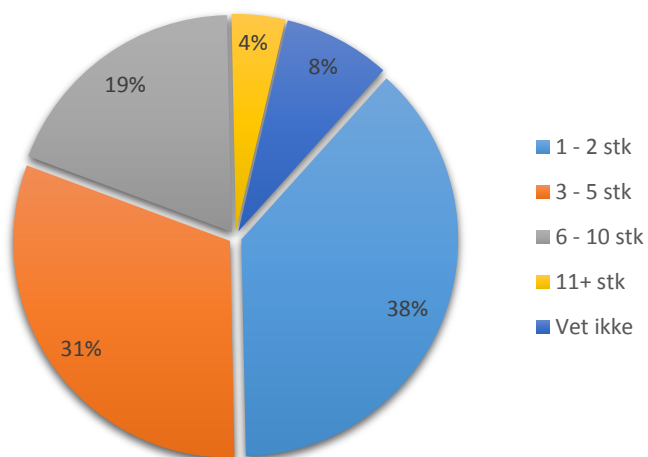
Nyansettelser

Blant selskapene som er med i denne undersøkelsen planlegger 68% nyansettelser i årene fram mot 2020.

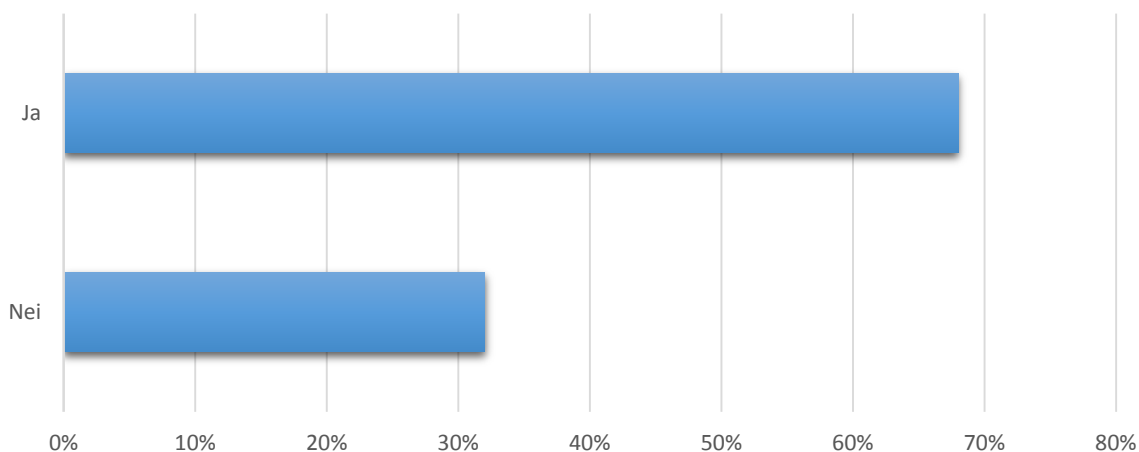
38% av selskapene som planlegger nyansettelser ønsker å vokse med 1-2 personer fram mot 2020. 31% ønsker å vokse med 3-5 ansatte. 4% anslår at de planlegger å vokse med mer enn 10 nye medarbeidere i årene frem mot 2020.

Det fremgår av undersøkelsen at ansettelser fordelt per sektor øker proporsjonalt i løpet av en fireårsperiode. Det vil si at fordelingen mellom sektorene når det gjelder antall årsverk ser ut til å være lik om fire år. Det er altså ingen sektorer som skiller seg vesentlig ut når det gjelder behov for nyansettelser.

De fleste som planlegger nyansettelser ønsker faste ansatte. Kun et fåtall av selskapene oppgir at de ønsker seg prosjektansatte.



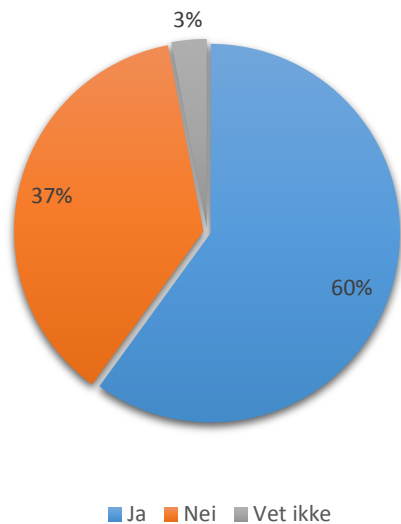
Figur 4. Respondentene fordelt på antall fastl ansatte (N = 24)



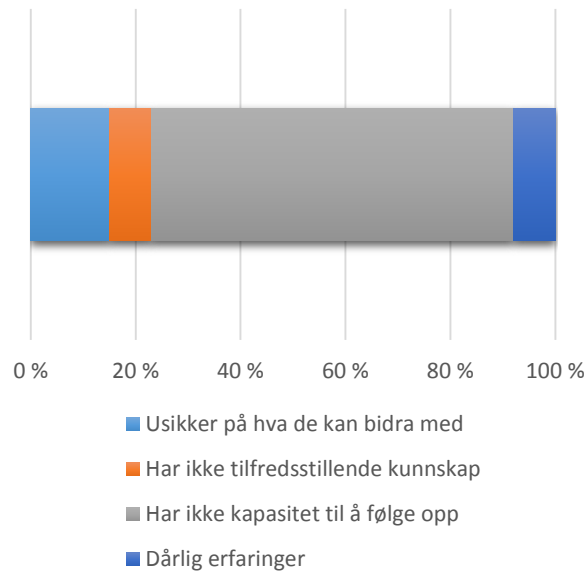
Figur 5. Planlegger selskapet nyansettelser i årene frem mot 2020? (N = 38)

Praktikanter og etterspurt kunnskap

Planlegger virksomheten å engasjere praktikanter i tiden fram mot 2020? (N = 38)



Hvis nei, hvorfor ikke? (N = 13)

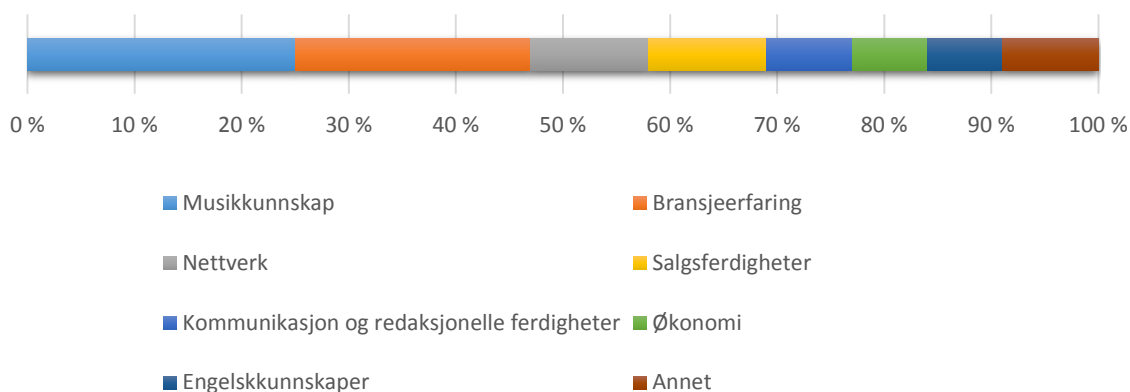


60% av de spurte oppgir at de planlegger å engasjere praktikanter i årene frem mot 2020. De aller fleste som svarer ja, vil engasjere mellom 1-2 praktikanter i året. Det er først og fremst management som planlegger å engasjere praktikanter. 9/10 av managementene oppgir at de skal benytte seg av praktikanter i tiden som kommer.

Blant de som ikke ønsker å engasjere praktikanter, svarer 2 av 3 at de ikke har kapasitet til å følge opp.

Kompetanse

Selskapene etterspør *musikkunnskap* (25%) og *bransjeerfaring* (22%) hos nye medarbeidere. Utover dette er det få kunnskapsområder som skiller seg særlig ut, men flere aktører oppgir sosiale egenskaper som viktig. Ord som utadvendthet, selvstendighet og pålitelighet går igjen blant de spurte.

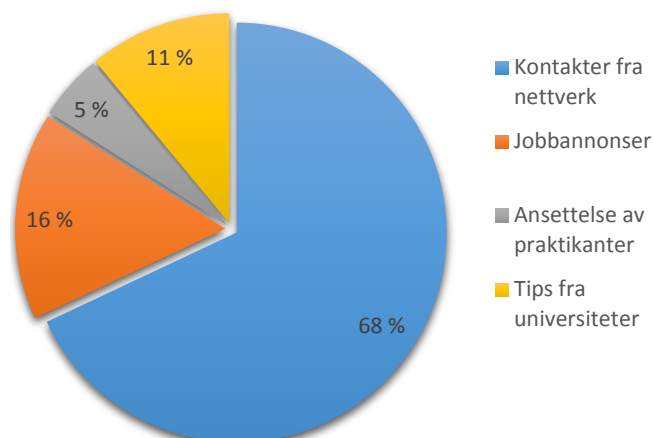


Figur 6. Mest etterspurt kompetanse (N=38)

Rekruttering

Rekruttering i musikkbransjen foregår stort sett gjennom *kontakter fra nettverk*. Hele 68% oppgir dette som sin primære rekrutteringsplattform. Her skiller norske aktører seg fra våre svenske naboer, hvor svenskene svarer 49% på samme spørsmål. Dette kan ses i sammenheng med at den svenske rapporten inkluderer liveaktører og interesse-/opphavsrettsorganisasjoner.

16% av respondentene bruker jobbannonser i søket etter nye ansatte, mens 11% oppgir *Tips fra universiteter/høgskoler*.



Yrkesroller

Undersøkelsen tar også for seg hva som er de mest etterspurte yrkesrollene for øyeblikket. Funnene er presentert i en ordsky (se figur 8). Det fremgår at de mest etterspurte yrkesrollene (rangert etter popularitet) er *Produksjonsmedarbeider*, *Agent* og *Artistmanager*.

Figur 7. Ansatte rekrutteres gjennom følgende kanaler (N = 38)



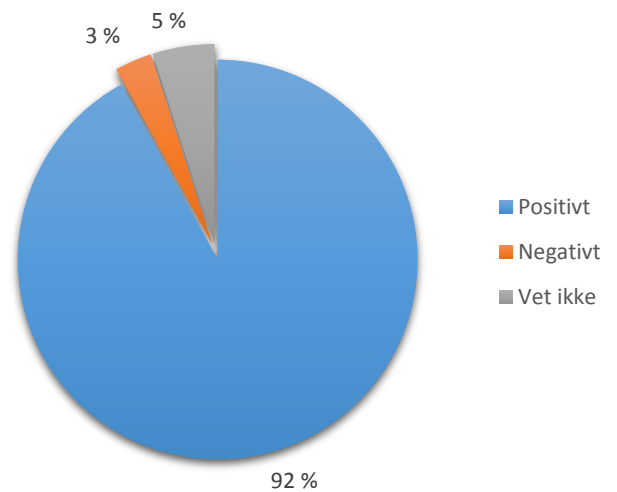
Figur 8. Mest etterspurte yrkesroller (AR = A&R) (N = 38)

Framtidsutsikter

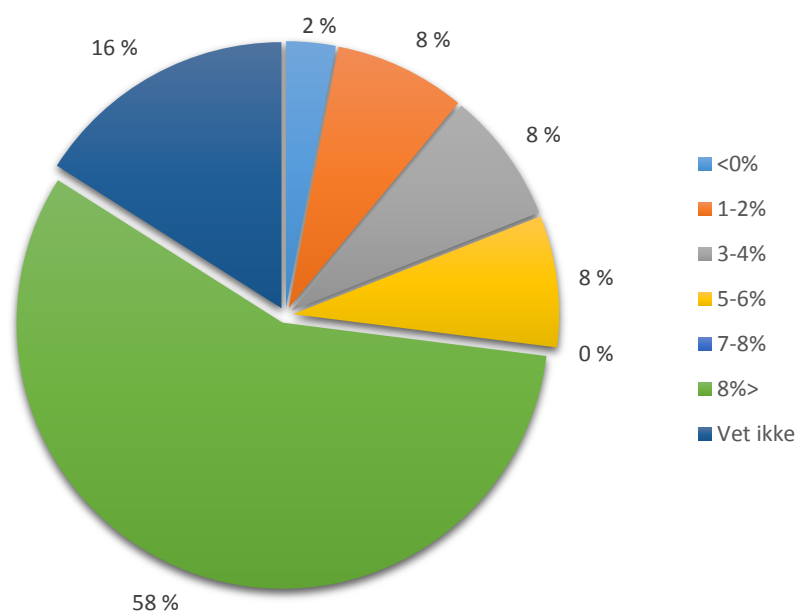
Det er sterk tro på fremtiden blant selskapene som er med i denne undersøkelsen. Hele 92% svarer at de har et positivt syn på fremtiden.

58% av de som har et positivt syn på fremtiden, mener deres omsetning vil vokse med 8% eller mer årlig i tiden fram mot 2020 (se figur 10). Av denne gruppen svarer enkelte at de tror de vil vokse med mellom 15 – 25% årlig, mens et fåtall oppgir 50%.

16% svarer *Vet ikke* på samme spørsmål, og det forklares med at årlig omsetningsvekst er vanskelig å forutse for mange selskaper, særlig management og plateselskaper som kan oppleve store svingninger i inntekter.



Figur 9. Synet på virksomhetenes økonomiske framtidsutsikter (N = 38)



Figur 10. Forventet årlig omsetningsvekst i årene frem mot 2020 (N = 38)

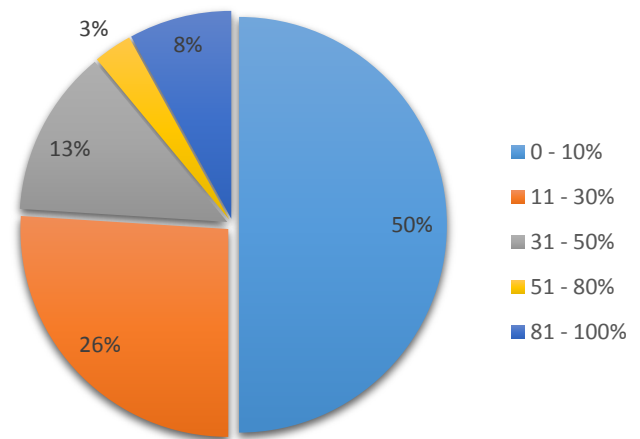
Eksportaktivitet

Halvparten av de vi har snakket med oppgir at eksport står for mellom 0-10% av totale inntekter.

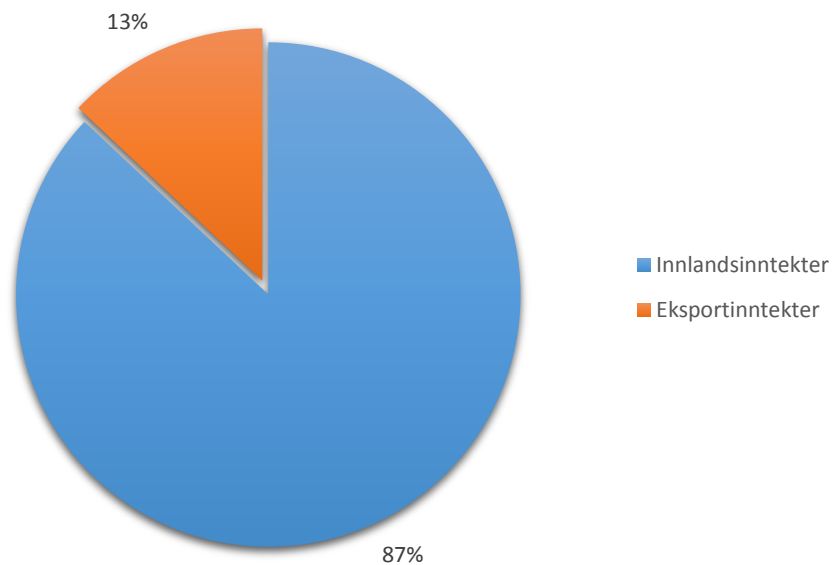
26% oppgir eksportinntekter på mellom 11-30%. Resterende fjerdedel av respondentene oppgir eksportinntekter på mellom 31-100% av totale inntekter. Plateselskap utgjør majoriteten blant denne gruppen.

Basert på gjennomsnittet i hver av de ulike grupperingene i figur 11, delt på antall respondenter, har Music Norway stipulert selskapenes gjennomsnittlige eksportandel til 13% (se figur 12).

Eksportundersøkelsen (2015) viser at artistenes eksportandel utgjør 20%.²



Figur 11. Eksportinntekter i prosent av driftsinntekter (2015) (N = 38)



Figur 12. Gjennomsnittlig eksportandel av totale inntekter (N = 38)

² BI:CCI (2015)

Referanser

Gran, A-B., Torp, Ø. (2015). *Eksportundersøkelsen 2015 – Music Norway*. Oslo: BI Centre for Creative Industries.

Gran, A-B., Torp, Ø., Theie, M. (2016). *Kreativ næring i Norge 2008 – 2014*. Oslo: BI Centre for Creative Industries.

Kavli, H. J.M. Sjøvold (2015). *Musikk i tall 2014*. Oslo. Utgitt av Norsk Kulturråd i kommisjon hos Fagbokforlaget.

Musiksverige (2015). *Musikbranschens utveckling og kompetansebehov 2015-2020*. Stockholm.



MUSIC NORWAY