

# Vekst 2022

- marked, kompetansebehov og fremtidsutsikter for eksportselskaper





# Forord

Formålet til Music Norway er å legge til rette for eksporttiltak og internasjonal profilering av norsk musikk. Denne rapporten er et forsøk på å få vite mer om hvor et utvalg norske musikkselskaper med eksportrettet virksomhet står i dag og hvilke planer de har for fremtiden når det gjelder rekruttering, vekstambisjoner og eksportaktivitet frem til 2022.

Forrige Vekst-rapport fra Music Norway, som vi laget i 2016, viste at fremtidstroen var sterk i eksportrettet bransje og at sektoren forventet vekst frem til 2020. Det er nå to år siden, og i denne perioden har norske artister, låtskrivere, produsenter og musikkselskaper fortsatt å gjøre seg gjeldende i de største markedene ute i verden og produsert flere suksesser på internasjonalt nivå. En del av formålet med denne rapporten er å få vite mer om hvilke konsekvenser dette har for planene til musikkselskapene i eksportrettet sektor, og om optimismen er like stor frem mot 2022.

Det er også viktig å få vite mer om hvordan selskapene rekrutterer nye ansatte og hvilke egenskaper de ser etter. I denne rapporten har vi også med en måling av kjønnsfordelingen i selskapene fordi kjønnsbalanse er på dagsorden i musikkbransjen.

Jeg håper at Vekst 2022 kan utdype vårt kunnskapsgrunnlag når vi skal legge til rette for eksporttiltak, rekruttering, rammevilkår og gode arbeidsforhold for de som har sin jobb i eksportrettet musikkbransje.

Det norske musikkmarkedet er lite, og vi er avhengig av inntekter fra eksportvirksomhet for at bransjen kan vokse for å investere videre i talenter her hjemme. Mengden plasseringer på internasjonale hitlister i de største landene, inkludert Sverige, indikerer høyt aktivitetsnivå og etterspørsel i det internasjonale markedet.

Norsk musikkbransje snudde 10 år med nedgangstider til vekst fra 2011. Vi vil stimulere til at veksten fortsetter videre, og denne rapporten gir oss en mulighet til å få et innblikk i hvordan en viktig del av bransjen innretter seg for fremtiden.

God lesning!

Kathrine Synnes Finnskog  
direktør Music Norway

# Innhold

Forord .....	3
Innhold .....	4
Om undersøkelsen .....	5
Sammendrag – presentasjon av hovedfunn .....	6
Undersøkelsens hovedfunn:.....	6
Selskapene i undersøkelsen .....	7
Musikkselskaper .....	7
Årsverk.....	7
Kjønnfordeling .....	8
Fordeling av sysselsatte.....	8
Sjanger.....	9
Omsetning .....	9
Eksportaktivitet .....	10
Internasjonale markeder .....	11
Etablerte eksportmarkeder .....	11
Fremvoksende markeder .....	11
Rekruttering .....	12
Etterspurt kompetanse .....	12
Hvordan rekrutterer selskapene? .....	13
Praktikanter .....	13
Fremtidsutsikter .....	14
Referanser .....	15

## Om undersøkelsen

I desember 2017 sendte vi ut en spørreundersøkelse til et utvalg musikkelskaper i Norge med eksportrettet virksomhet. Formålet med undersøkelsen er å kartlegge eksportaktivitet, rekrutteringsbehov og vekstambisjoner i eksportsektoren fram mot 2022. Undersøkelsen bygger videre på rapporten Vekst 2020 som vi publiserte i 2016.

Kriteriene vi la vekt på da vi avgrenset populasjonen var like nå som forrige gang vi gjennomførte undersøkelsen, nemlig utenlandsaktivitet, eksportinntekter og aktualitet. Selskapene inkluderer plateselskap, management, bookingbyråer, forlag, distributører, promoseselskaper og produksjonsselskaper. Nytt element i denne rapporten er kjønnsfordeling.

Vi sendte undersøkelsen til 91 selskaper og fikk 53 respondenter (svarprosent 58)– inkludert alle majorselskapene. Det er disse 53 selskapene som utgjør grunnlaget for denne rapporten. Forrige gang svarte 38 av 59 selskaper (svarprosent 64). Alle svar er anonymisert.

27 selskaper har svart i begge undersøkelsene. Det er over dobbelt så mange selskaper med 1-2 årsverk i denne undersøkelsen sammenlignet med forrige, og vi ber leserne være oppmerksom på dette i lesningen av rapporten.

49 av 53 respondenter i denne undersøkelsen er organisert som aksjeselskap eller lignende selskapsformer (AS o.a). De resterende fire er enkeltmannsforetak (ENK). I Centre for Creative Industries på BI (BI: CCI) og Menon Economics' rapport *Musikkbransjen i Norge 2011 - 2015* var det inkludert 1485 selskaper AS o.a. (2015-tall).

BICCI/Menons rapport viste at sysselsetting, verdiskaping og omsetning har økt i perioden. Rambøll Management Consultings årlige rapport for Kulturrådet, *Musikk i tall*, viser en vekst i eksportinntektene på 5% fra 2015 til 2016. Eksporten utgjorde 316 millioner kroner i 2016, ifølge Rambølls beregninger.

Denne undersøkelsen kan forhåpentligvis gi et fruktbart dykk inn i virksomheten til et utvalg selskaper med eksportrettet virksomhet som vi kan lære av og bygge videre på.

## Sammendrag - presentasjon av hovedfunn

Undersøkelsen viser at selskapenes aktivitet og ambisjoner vokser i både etablerte eksportmarkeder og fremvoksende eksportmarkeder.

Behovet for arbeidskraft er økende og det planlegges for nyansettelser. I gjennomsnitt skal selskapene ansette over 4 personer frem mot 2022. Rekrutteringspraksis viser utvikling siden forrige undersøkelse, og viktigste kompetanseområde er engelske språkferdigheter for de som skal ansette.

Respondentene melder om lavere grad av fremtidsoptimisme, selv om over 8 av 10 selskaper svarer at de har positive økonomiske fremtidsutsikter. Flere enn 1 av 10 selskaper er usikre på sine økonomiske fremtidsutsikter.

### Undersøkelsens hovedfunn:

- Vekst i aktivitet og ambisjoner i Norden. 9 av 10 respondenter har ambisjoner om aktivitet i våre naboland frem mot 2022.
- Stor vekst i interessen for Sør-Amerika som territorium. Halvparten av respondentene har ambisjoner om aktivitet i Sør-Amerika i 2022, mot 18% i forrige undersøkelse.
- Eksportrettet bransje forventer 189 nyansettelser de neste 5 årene. 8 av 10 respondenter planlegger ansettelse frem mot 2022.
- Økning i praktikanter som rekrutteringsmetode. 84% av respondentene planlegger å engasjere praktikanter mot 2022, og ansettelse av praktikanter øker siden forrige undersøkelse.
- 84% av selskapene har et positivt syn på økonomiske fremtidsutsikter. Det er ned fra 92% i forrige undersøkelse. 4% har negativt syn, mens 12% av respondentene er usikre på sine økonomiske fremtidsutsikter.
- Det er 43% kvinner blant de ansatte i selskapene som har respondert i denne undersøkelsen.

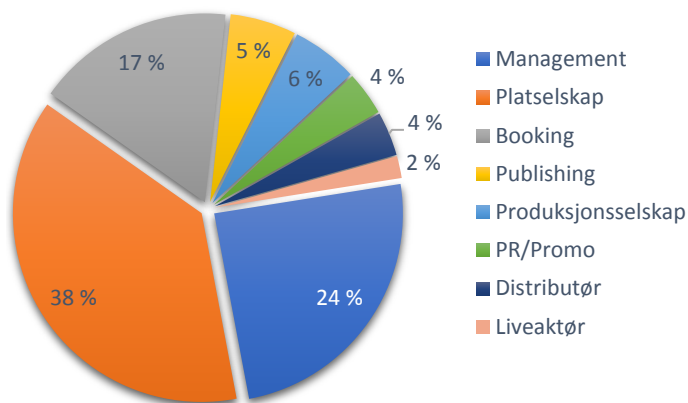


# Selskapene i undersøkelsen

## Musikkselskaper

Definert etter kjernevirksomhet befinner 79% av selskapene som har respondert på denne undersøkelsen seg innenfor kategoriene *Plateselskap* (38%), *Management* (24%), og *Bookingbyrå* (17%). De resterende fire kategoriene utgjør til sammen 21%.

83% av respondentene oppgir at de opererer innenfor flere sektorer og tilbyr flere tjenester, mot 34% i forrige undersøkelse. *Management* er største sekundærvirksomhet med 23%, etterfulgt av *Publishing* (18%), *PR/Promo* (15%) og *Plateselskap* (13%).



Figur 1 - Sektorfordeling av respondenter basert på selskapenes kjernevirksomhet (N=53)

18 av 20 plateselskaper i denne undersøkelsen har oppgitt sekundærvirksomheter. *Publishing* (73%), *Management* (61%) og *PR/Promo* (44%) forekommer oftest som sekundærvirksomhet for disse selskapene.

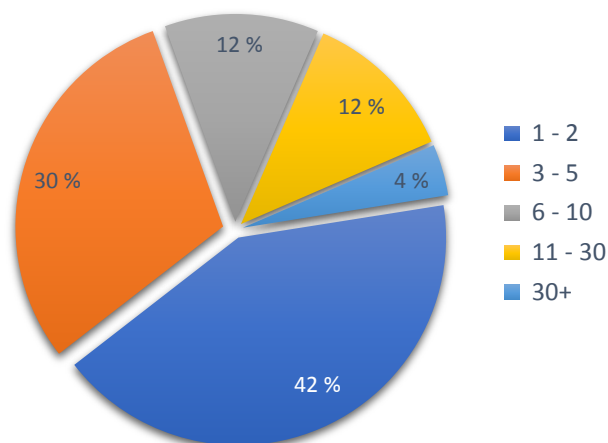
10 av 13 management i undersøkelsen oppgir *Plateselskap* (60%), *Booking* (40%) og *PR/Promo* (40%) som sekundærvirksomhet.

## Årsverk

Det er dobbelt så mange respondenter med 1-2 årsverk med i denne undersøkelsen (21) sammenlignet med forrige undersøkelse (10).

Selskaper med 1-2 årsverk er største gruppe med 42%, og selskaper med 3-5 årsverk utgjør 30%.

I forrige undersøkelse var gruppen selskaper med 3-5 årsverk størst med 50% av totalen, mens selskaper med 1-2 årsverk utgjorde 27%.

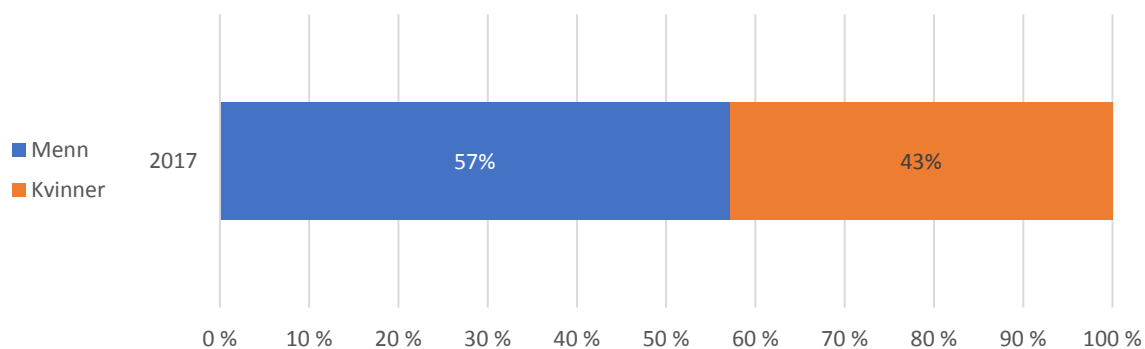


Figur 2- Fordeling av årsverk i 2017 (N=50).

## Kjønnsfordeling

Det er i alt 350 sysselsatte personer i de 50 selskapene som har respondert på dette spørsmålet. Av disse er 200 menn (57%) og 150 kvinner (43%).

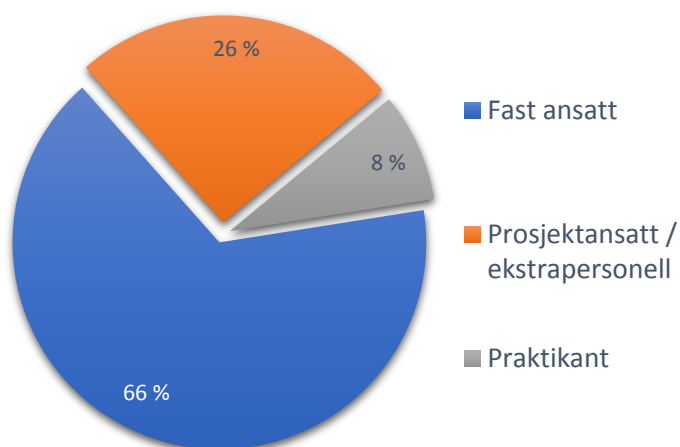
Ifølge Statistisk Sentralbyrås (SSB) Arbeidskraftundersøkelse (2016) er kjønnsfordelingen i privat sektor 63% menn og 37% kvinner. Kjønnsfordelingen i offentlig sektor er 31% menn og 69% kvinner.



Figur 3 - Kjønnsfordeling (N=50)

## Fordeling av sysselsatte

66% av de sysselsatte er fast ansatt. 34% er midlertidig ansatte, hvorav 26% er prosjektansatt/ekstrapersonell. 8% er praktikanter.

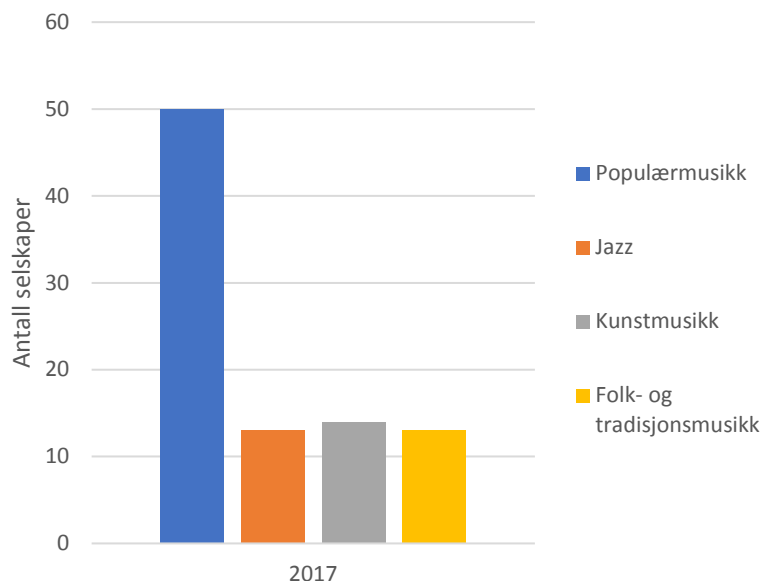


Figur 4 - Fordeling av sysselsatte (N=47)



## Sjanger

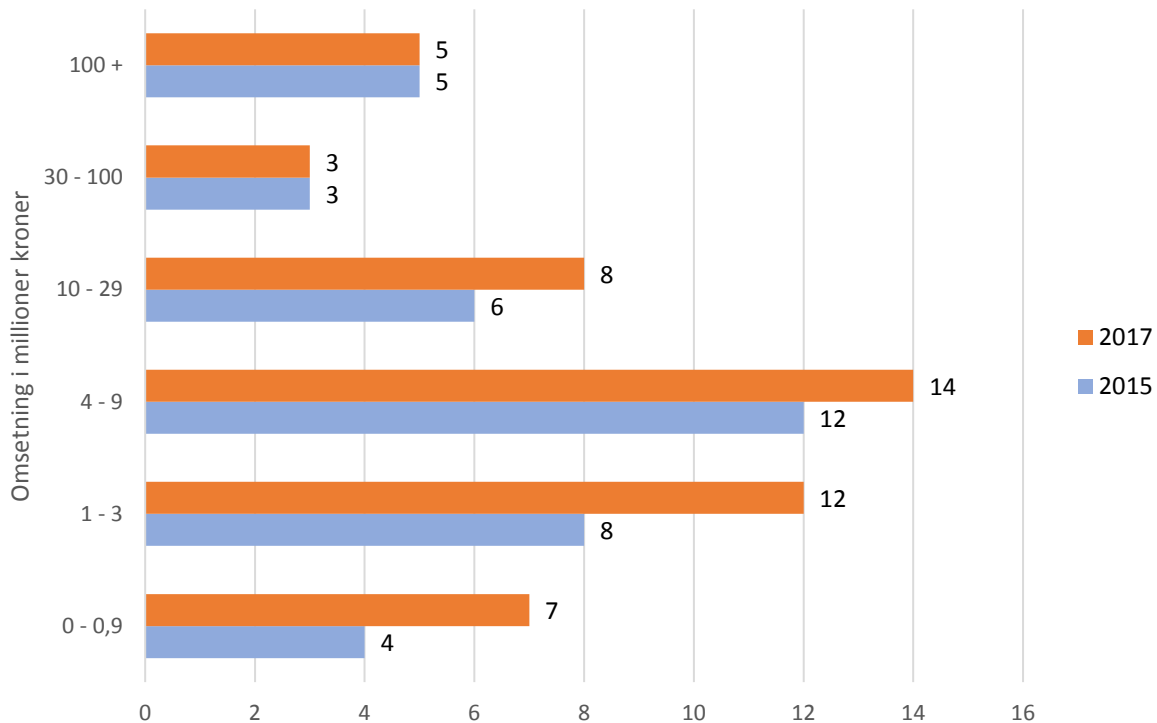
På spørsmål om hvilken sjanger selskapene jobber med var det mulig å gi flere svar ettersom det er vanlig å operere innenfor flere sjangre. 50 selskaper oppgir at de jobber med populærmusikk, mens kunstmusikk, jazz og folk- og tradisjonsmusikk er omtrent like mye representert med henholdsvis 14, 13 og 13 svar.



Figur 4 - Sjangerfordeling (N=53)

## Omsetning

Blant respondentene befinner flest selskaper seg i kategorien 4-9 millioner kroner i årlig omsetning (14 selskaper, 29%). Det er samme omsetningskategori som er størst i 2017 som ved forrige undersøkelse i 2015. 67% av respondentene har en omsetning på under 10 millioner kroner.



Figur 5 - Antall selskaper per omsetning (N=49)

# Eksportaktivitet

37% av selskapene i denne undersøkelsen oppgir at eksportinntektene utgjør 0 til 10% av total omsetning. I 2015 var det tilsvarende tallet 50%.

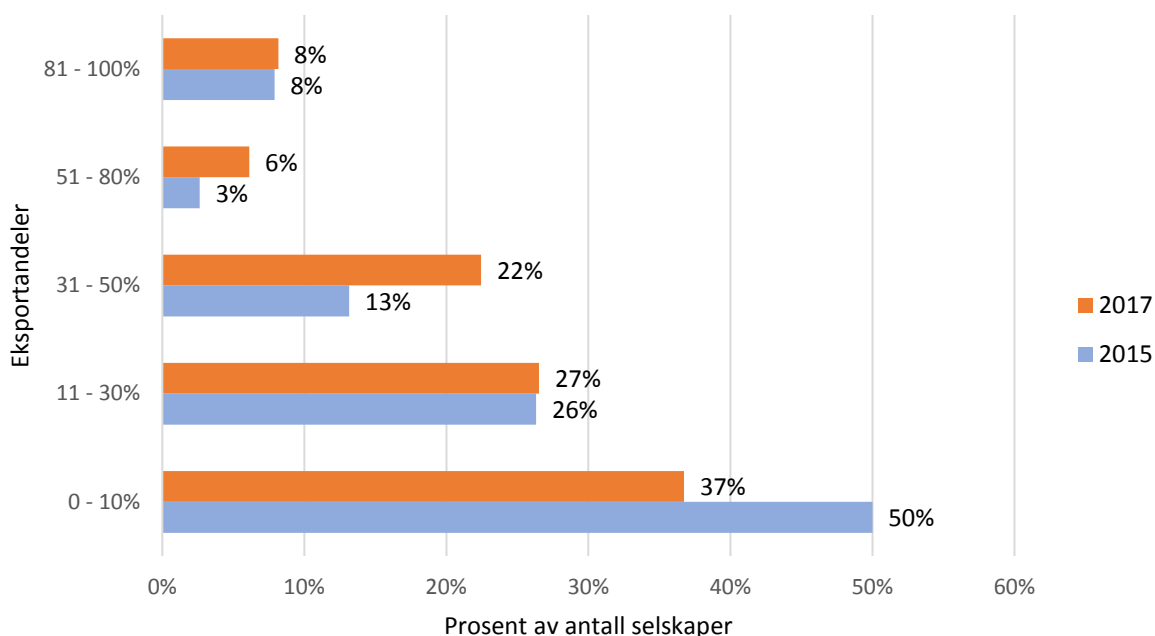
27% oppgir at 11-30% av total omsetning er eksportinntekter, mot 26% ved forrige undersøkelse.

22% oppgir at eksportinntektene ligger på mellom 31 – 50% av omsetningen, mot 13% i forrige undersøkelse.

6% av selskapene oppgir at eksportinntektene utgjør 51 – 80%, mot 3% ved forrige undersøkelse, mens 8% av selskapene oppgir at eksportinntektene utgjør 81 – 100% av omsetningen.

Karakteristika for selskapene med eksportinntekter på 51-100% av total omsetning, totalt 7 selskaper:

- Blant selskapene med høyest eksportandel svarer alle at de har et positivt syn på virksomhetens økonomiske fremtidsutsikter frem mot 2022, mot 84% blant alle respondentene.
- Alle har Nord-Amerika som viktigste territorium, foran Tyskland og Storbritannia.
- Ambisjonene frem mot 2022 er de samme territoriene som over, sammen med Asia. (Dette skiller seg fra svarene blant alle respondenter, der aktivitet og ambisjon størst for Norden.)
- Nesten halvparten av disse selskapene har 3-5 årsverk.
- 71% av selskapene planlegger nyansettelser, mot 80% blant alle respondenter.
- 71% planlegger å engasjere praktikanter, mot 84% blant alle respondenter.
- 42% svarer at de forventer årlig vekst på 8% eller mer, mot 51% blant alle respondenter.



Figur 6 - Eksportandel av inntekter (N=49)

## Internasjonale markeder

I denne (2017) og forrige undersøkelse (2015) ble respondentene spurt om å oppgi markeder der selskapet satset, samt hvor de planlegger virksomhet fremover i tid.

## Etablerte eksportmarkeder

Selskapenes rapporterte aktivitet og ambisjon har økt kraftig for Norden (utenfor Norge) sammenlignet med forrige måling. For Norden viser svarene at selskapenes rapporterte aktivitet (87%) i 2017 allerede overstiger ambisjonen i 2015 (68%).

Samme tendens gjelder for Nord-Amerika, som er USA og Canada. Rapportert aktivitet i 2017 (74%) overstiger ambisjonen for 2020 (71%) som ble registrert i 2015, mens nær 8 av 10 selskaper har ambisjoner om aktivitet for Nord-Amerika i 2022.

For Storbritannia øker både aktivitetsnivå og ambisjonsnivå sammenlignet med forrige rapport, mens Tyskland er eneste marked der ambisjonsnivået er omtrent det samme frem mot 2022 som det var for 2020.

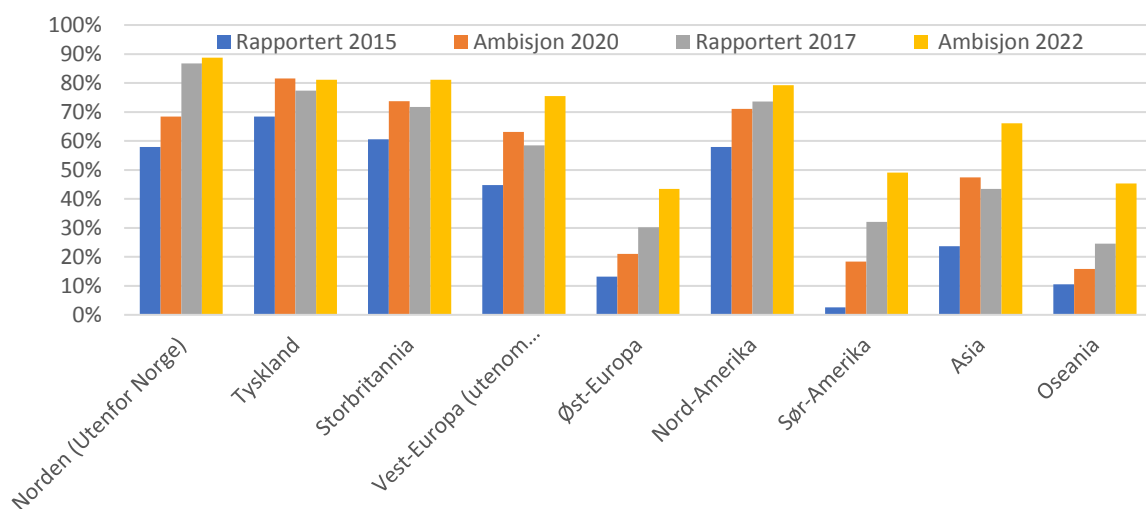
Vest-Europa (utenfor Storbritannia/Tyskland) viser vekst i både aktivitet og ambisjoner siden forrige undersøkelse.

## Fremvoksende markeder

Sør-Amerika er territoriet der selskapene rapporterer om sterkest vekst i både aktivitet og ambisjonsnivå. Mens 3% rapporterte om aktivitet i Sør-Amerika i 2015, rapporterte 32% av selskapene om aktivitet i Sør-Amerika i 2017. Ambisjon om aktivitet i Sør-Amerika har økt fra 18% i 2020 til 49% i 2022.

66% av selskapene har ambisjoner om aktivitet i Asia i 2022, opp fra 47% i 2015, samtidig som aktiviteten har økt fra 9% i 2015 til 23% i 2017.

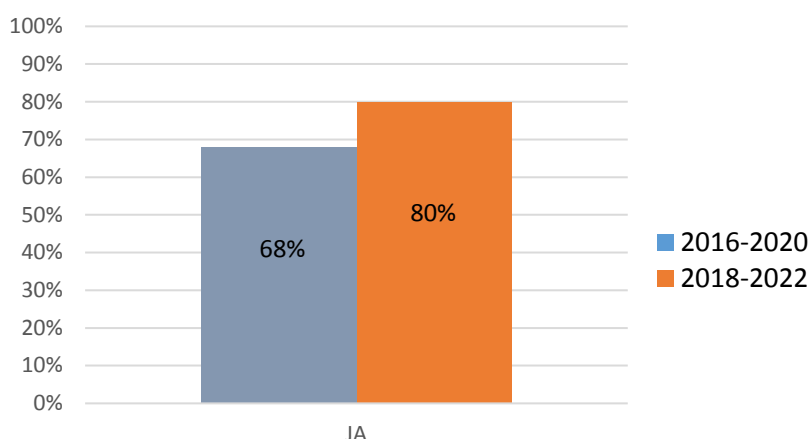
I Oseania kan selskapene også vise til høyere aktivitet i 2017 (25%) enn ambisjonen var i 2015 (16%). Nesten halvparten av selskapene (45%) har ambisjoner om aktivitet i Oseania de nærmeste fem årene.



Figur 7 - Rapportert aktivitet og ambisjoner 2015-2020 / 2017-2022 fordelt på territorier (N=53)

# Rekruttering

Blant selskapene som er med i denne undersøkelsen planlegger 80% nyansettelser i årene 2018 til 2022. I antall tilsvarer dette 189 nyansettelser i neste femårsperiode. Forrige undersøkelse viste at 68% planla nyansettelser i perioden 2016 til 2020.

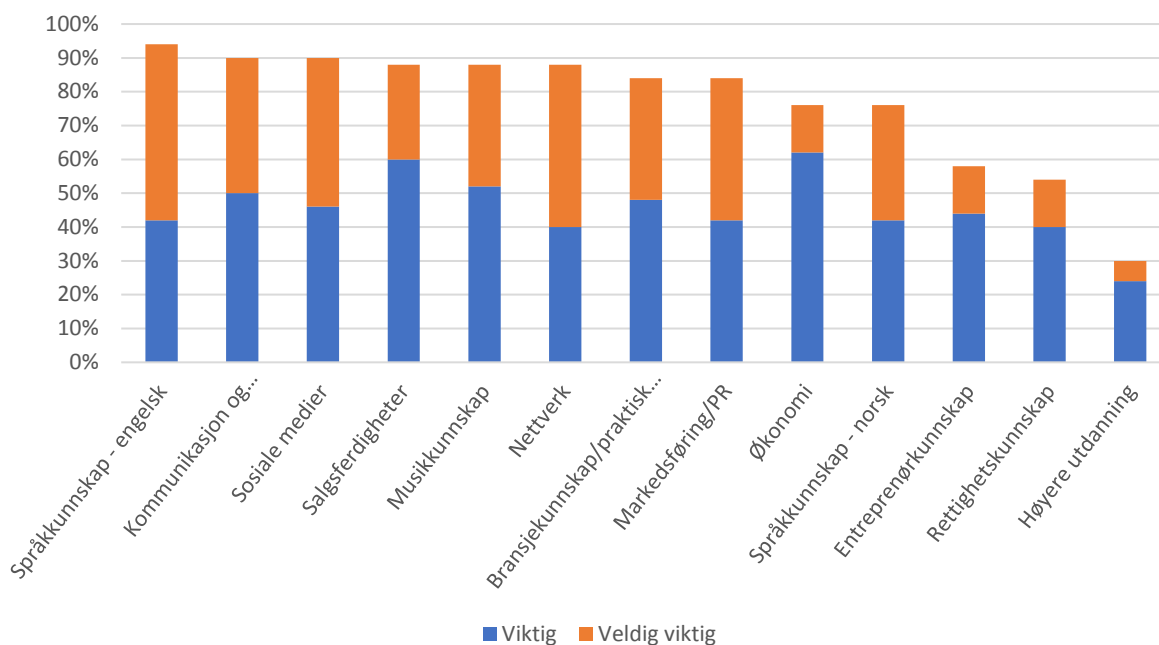


Figur 8 - Planlegger selskapene nyansettelser (N=50)

# Etterspurt kompetanse

Nesten alle selskapene i undersøkelsen anser engelske språkkunnskaper som viktig eller veldig viktig hos nye medarbeidere (94%). Kommunikasjon/redaksjonelle ferdigheter og sosiale medier kommer deretter, mens kompetanse som salgsferdigheter, nettverk og musikkunnskap også betraktes som viktig eller veldig viktig av de fleste selskapene.

I forrige undersøkelse var musikkunnskap og bransjeerfaring mest etterspurt kompetanse hos nye medarbeidere.

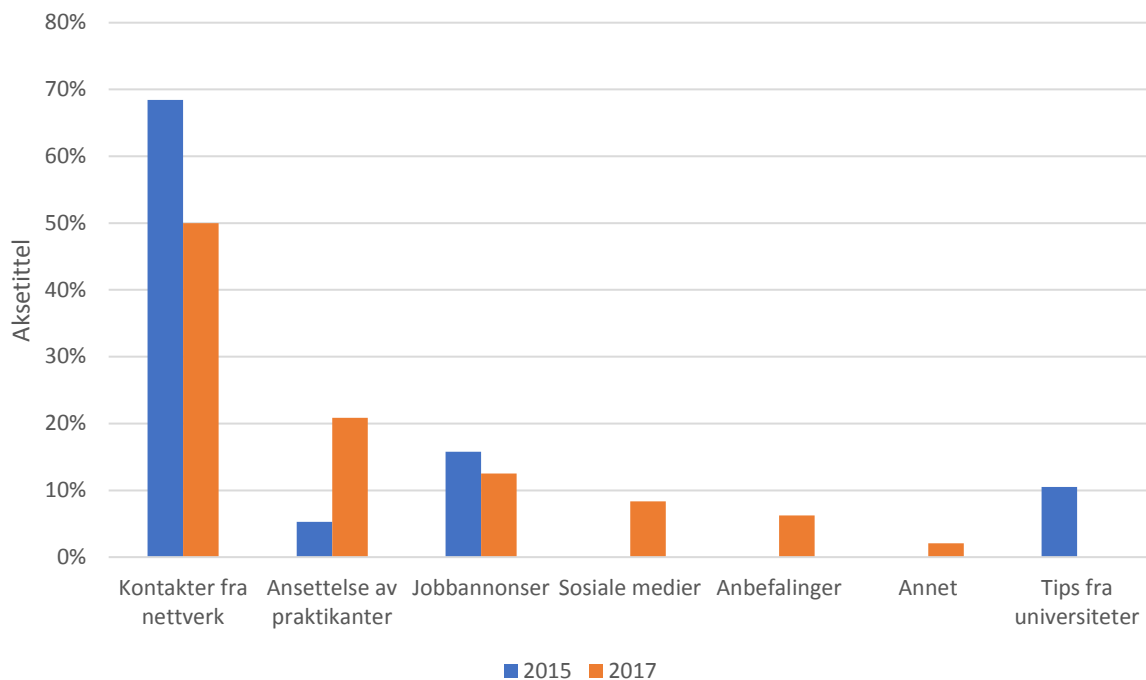


Figur 9 - Etterspurt kompetanse 2018-2022 (N=50)

## Hvordan rekrutterer selskapene?

Kontakter fra nettverk er den primære rekrutteringsmetode. Halvparten av selskapene har oppgitt at rekruttering skjer på denne måten (ned fra 68% i 2015). Samtidig har ansettelse av praktikanter blitt viktigere fra 2015 til 2017, og betraktes nå som den nest viktigste rekrutteringsmetode foran jobbannonser.

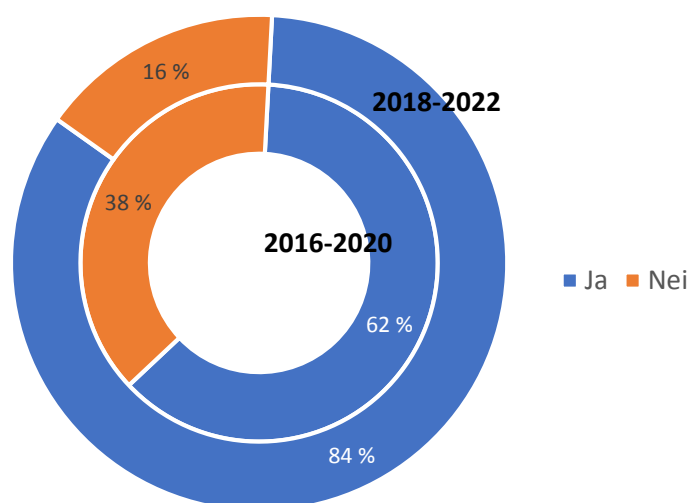
13% av selskapene rekrutterte via jobbannonser i 2017, ned fra 16% i 2015, mens sosiale medier og anbefalinger er øvrige metoder for rekruttering av nye ansatte.



Figur 10 - Hvordan rekrutterer selskapene nye ansatte? (N=48)

## Praktikanter

De fleste selskapene oppgir at de planlegger å engasjere praktikanter i perioden 2018 til 2022. Selskapene vil i gjennomsnitt engasjere to praktikanter årlig fram mot 2022. Dette utgjør i alt 415 praktikanter over neste femårsperiode.

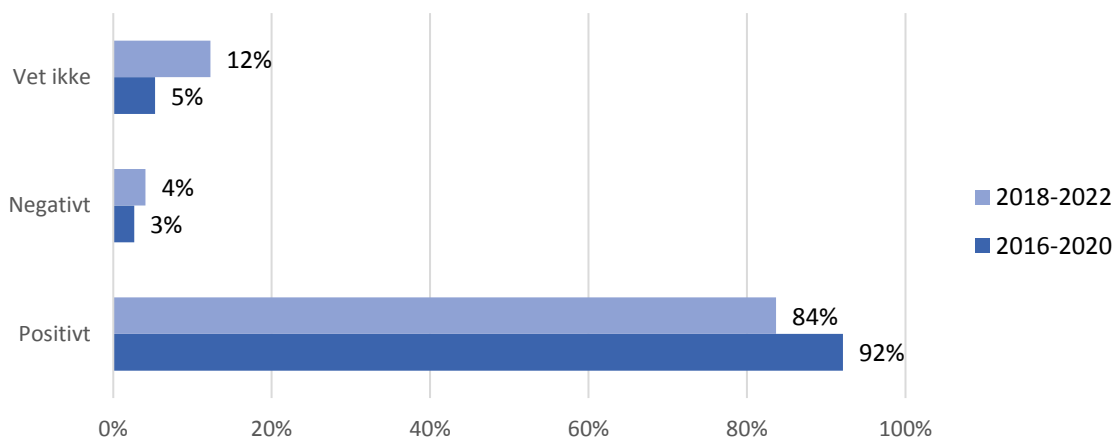


Figur 11 - Selskapenes vilje til å engasjere praktikanter (N=50)

# Fremtidsutsikter

84% av selskapene har et positivt syn på økonomiske fremtidsutsikter i perioden 2018 til 2022. I perioden 2016 til 2020 hadde 92% av selskapene positive økonomiske fremtidsutsikter.

Selskapene som er usikre eller har et negativt syn på fremtiden har økt i denne undersøkelsen sammenlignet med forrige undersøkelse.

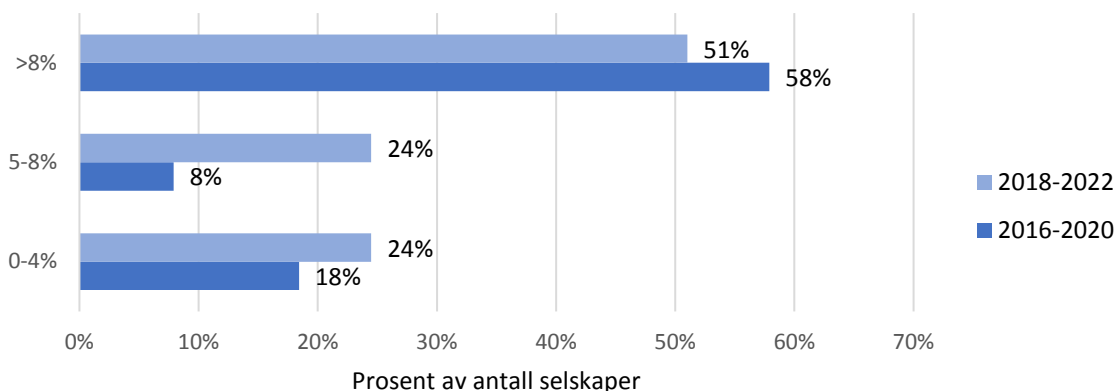


Figur 12 - Økonomiske fremtidsutsikter (N=49).

Halvparten av selskapene forventer en årlig omsetningsvekst på 8% eller mer frem mot 2022. Det er færre enn forventning var frem mot 2020.

Én fjerdedel av selskapene forventer årlig omsetningsvekst på 5-8% mot 2022, noe som er en økning i forhold til forrige undersøkelse. Samme andel av selskapene forventer årlig omsetningsvekst på 0-4% mot 2020, noe som også er en økning siden sist.

Over halvparten av selskapene som har positive økonomiske fremtidsutsikter forventer mer enn 8% årlig omsetningsvekst frem mot 2022. Det er hovedsakelig *Plateselskap* og *Management* i denne gruppen.



Figur 13 - Forventet årlig omsetningsvekst (N=49)

# Referanser

Storaas, V., Johansen, C.K. (2016). *Vekst 2020 – et fremtidsbilde av norske musikkelskaper*. Oslo: Music Norway

Torp, Ø., Gran, A-B, Tøien, I.E., Theie, M. (2017). *Musikkbransjen i Norge 2011 – 2015*. Oslo: Centre for Creative Industries, BI (BI:CCI), Menon Economics

Halmrast, H., Refsli, P.B., Sjøvold, J.M. (2017). *Kunst i tall 2016 – Omsetning av musikk, litteratur visuell kunst og scenekunst*. Oslo: Rambøll Management Consulting, Kulturrådet

Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet (BUFDIR)/Statistisk Sentralbyrå (SSB); *Sektorer, næringer og yrker: kjønnsfordeling*:  
[https://www.bufdir.no/Statistikk\\_og\\_analyse/Kjonnslikestilling/Arbeidsliv\\_og\\_kjonn/Kjonnsfordeling\\_sektorer/](https://www.bufdir.no/Statistikk_og_analyse/Kjonnslikestilling/Arbeidsliv_og_kjonn/Kjonnsfordeling_sektorer/)



## **Music Norway 2018**

Vekst 2022 – marked, kompetansebehov og fremtidsutsikter for eksportselskaper

Av Johanna Alem, Karoline Røed Tønnesen, Aslak Oppebøen og Carl Kristian Johansen.

Copyright © 2018 by Music Norway  
All rights reserved

Utgitt av Music Norway

## **Music Norway**

Observatoriegata 1 B | 0254 Oslo | Telefon: 22 55 74 80 | Epost: [post@musicnorway.no](mailto:post@musicnorway.no)

| Hjemmeside: [www.musicnorway.no](http://www.musicnorway.no) | Facebook: [www.facebook.com/musicnorwayno](https://www.facebook.com/musicnorwayno) |

| Instagram: [www.instagram.com/musicnorway/](https://www.instagram.com/musicnorway/) | Twitter: @MusicNorwayNO |