

Musik- och eventbranscherna på frammarsch

- en studie av framtidstro
och kompetensbehov



SPONSRINGS & EVENTFÖRENINGEN

MUSIK
SVERIGE

Campus Nyköping

Sammanfattning och viktiga slutsatser

Musikbranschen och eventbranschen uppvisar en stark framtidstro och tror på en årlig tillväxt på 6,2 respektive 7,7 procent de kommande fem åren. Sverige som land har endast nått upp i dessa nivåer under något enstaka kvartal de senaste tio åren. Till och med 2016 innebär dessa prognoser en total tillväxt på 29 procent i musikbranschen och på 45 procent i eventbranschen. Det visar denna rapport som tagits fram av branschorganisationerna Musiksverige och Sponsrings & Eventföreningen samt utbildningen Yh¹ Musik och Eventarrangör på Campus Nyköping.

Rapporten redovisar företagens² planerade tillväxt, ger en bild av deras kompetensbehov samt undersöker hur de rekryterar personal. Även om den tillväxt företagen tror på inte skulle realiseras fullt ut innebär den tillsammans med planerna på att anställa fler personer att såväl musikbranschen som eventbranschen är framtidsbranscher. Tidigare års tillväxt, som i eventbranschen var 6,4 procent för 2010, tyder på att bedömningarna inte är orimliga.

Nedan listas de viktigaste resultaten av studien:

- Företagen i musikbranschen tror i genomsnitt på en årlig tillväxt på 6,2 procent de kommande fem åren.
- Företagen i eventbranschen tror i genomsnitt på en årlig tillväxt på 7,7 procent.
- Vartannat företag i musikbranschen planerar nyanställningar de kommande åren.
- Nio av tio företag i eventbranschen planerar nyanställningar de kommande åren.
- De yrkesroller som efterfrågas till musikbranschen och eventbranschen de kommande åren är i första hand projektledare, produktionsledare och produktionsassistenter.
- De egenskaper och kompetenser som företagen anser särskilt viktiga för att få anställning i musikbranschen och eventbranschen är personliga egenskaper, praktiska erfarenheter, social kompetens och kunskaper om branschen.
- Kontakter och rekommendationer är de vanligaste metoderna för rekrytering till musikbranschen och eventbranschen. Endast en svarande av 79 anger Arbetsförmedlingen som den vanligaste rekryteringsmetoden.

Det leder till följande slutsatser:

- Branscherna tror på en stark tillväxt de kommande fem åren, vilket ligger i linje med tidigare års tillväxt samt andra studiers prognoser.
- Tillväxten och de redovisade anställningsplanerna kommer att kräva ett större utbud av kompetent personal med flera olika bakgrunder.
- Traditionella vägar till arbete, till exempel Arbetsförmedlingen, annonser eller bemanningsföretag används i ytterst liten utsträckning. För att få anställning i musik- eller eventbranschen krävs därför både kunskaper om hur respektive bransch fungerar samt kontakter med potentiella arbetsgivare.

¹ Yrkeshögskoleutbildning

² I begreppet företag inkluderas även ett fåtal organisationer.

Bakgrund

Denna rapport är framtagen på uppdrag av branschorganisationerna Musiksverige och Sponsrings & Eventföreningen samt utbildningen Yh Musik och Eventarrangör, Campus Nyköping.

Rapporten fokuserar på utvecklingen i musikbranschen och eventbranschen för perioden 2011-2016.

Rapporten har tre huvudsakliga syften:

- att redovisa de aktiva företagens planerade tillväxt
- att ge en bild av företagens framtida kompetensbehov
- att undersöka hur företagen rekryterar personal

Metod

Rapporten och dess slutsatser bygger på en enkätundersökning bland 94 utvalda företag och organisationer. Urvalet har gjorts i samarbete med uppdragsgivarna för att ge en så representativ bild som möjligt. I urvalet ingår följande:

- samtliga eventföretagsmedlemmar i Sponsrings & Eventföreningen,
- samtliga eventföretag med organisationsform aktieföretag i Svensk Handelstidning Justitias branschlista
- samtliga medlemmar i Musiksverige
- ett urval av företag som arrangerar livekonserter samt managementföretag inom musikbranschen

I musikbranschen ingår, utöver företag, även ett antal organisationer. Flera av dessa bedriver dock affärsliknande verksamhet varför ordet företag kommer att användas genomgående för både organisation och företag i denna rapport. Då det dessutom är svårt att utifrån enkätsvaren utläsa några generaliserbara skillnader mellan företag och organisationer är distinktionen inte nödvändig.

Enkäten skickades ut till företagen under sommaren 2011. Av de svarande företagen kommer en tredjedel från eventbranschen och två tredjedelar från musikbranschen. Svarsfrekvensen på enkätundersökningen är 84 procent.

Utifrån omsättningen nationellt i de två branscherna står de svarande i musikbranschen för cirka 25 procent av musikbranschens omsättning³ och de svarande från eventföretagen för cirka 30 procent av eventbranschens omsättning.⁴ Ett urval som står för en så stor del av respektive bransch bör därför ge en god indikation av utvecklingen i branscherna.

³ Eftersom det statistiska underlaget för musikbranschen är bristfälligt bör denna uppgift tolkas med viss försiktighet. Beräkningen utgår från de senaste tillgängliga uppgifterna. År 2004 uppgick omsättningen till 8,8 miljarder. <http://www.upplevelseindustrin.se/artikel?statistik&=statistik-musik>

⁴ <http://www.sefs.se/statistik>

Svarande från musikbranschen

De svarande från musikbranschen består bland annat av producentföretag, skivbolag, musikförlag, intresseorganisationer, företag som arrangerar livekonserter samt "collecting societies"⁵. De flesta svaren kommer från producentföretag.

Svarande från eventbranschen

De svarande från sponsrings- och eventbranschen består av såväl enskilda eventarrangörer som eventföretag med egna lokaler. En majoritet av de svarande företagen har en omsättning som överstiger 10 miljoner kronor.

Musik- och eventbranscherna i dag

Musikbranschen och eventbranschen ingår i upplevelseindustrin. Denna står för 4,8 procent av Sveriges BNP. Då ingår även turism, hotellnätter etc. KK-stiftelsen spår i en rapport att den totala konsumtionen av varor och tjänster från hela upplevelseindustrin förväntas öka med 5-7 procent årligen i världen.⁶ De svenska hushållens utgifter för rekreation och kulturella tjänster har stigit kraftigt de senaste tio åren.⁷

Musikbranschen

Med musikbranschen menas i denna undersökning i huvudsak de organisationer och företag som är direkta eller indirekta medlemmar i organisationen Musiksverige.

Musiksverige består i dag av följande organisationer: SAMI (Svenska Artister och Musikers Intresseorganisation), Musikerförbundet; SYMF (Sveriges Yrkesmusikerförbund), STIM (Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå), FST (Föreningen Svenska Tonsättare), SMFF (Svenska Musikförläggareföreningen), SKAP (Föreningen Svenska Kompositörer av Populärmusik), IFPI Svenska Gruppen (International Federation of the Phonographic Industry) och SOM (Svenska Oberoende Musikproducenter). Därutöver är SSES (Swedish Sound Engineers Society), Sveriges Dragspelares Riksförbund och MBIN (Music Business Independent Network) nätverksmedlemmar.

Utöver medlemsorganisationerna och deras medlemsföretag tillkommer i undersökningen ett antal företag inom livebranschen samt några managementföretag.

Den befintliga statistiken för den svenska musikbranschen är i dag mycket bristfällig. Tidigare studier har beräknat omsättningen till nära nio miljarder kronor och i brist på ny statistik används detta som utgångspunkt för denna studie.⁸ Tillsammans med Tillväxtverket bedriver dock Musiksverige ett arbete för att utveckla statistik för den svenska musikbranschen och kommer att lämna en första redovisning i januari 2012.

⁵ T.ex. Stim som förvaltar och upplåter rättigheterna till musikskapares och deras förlags musik och text.

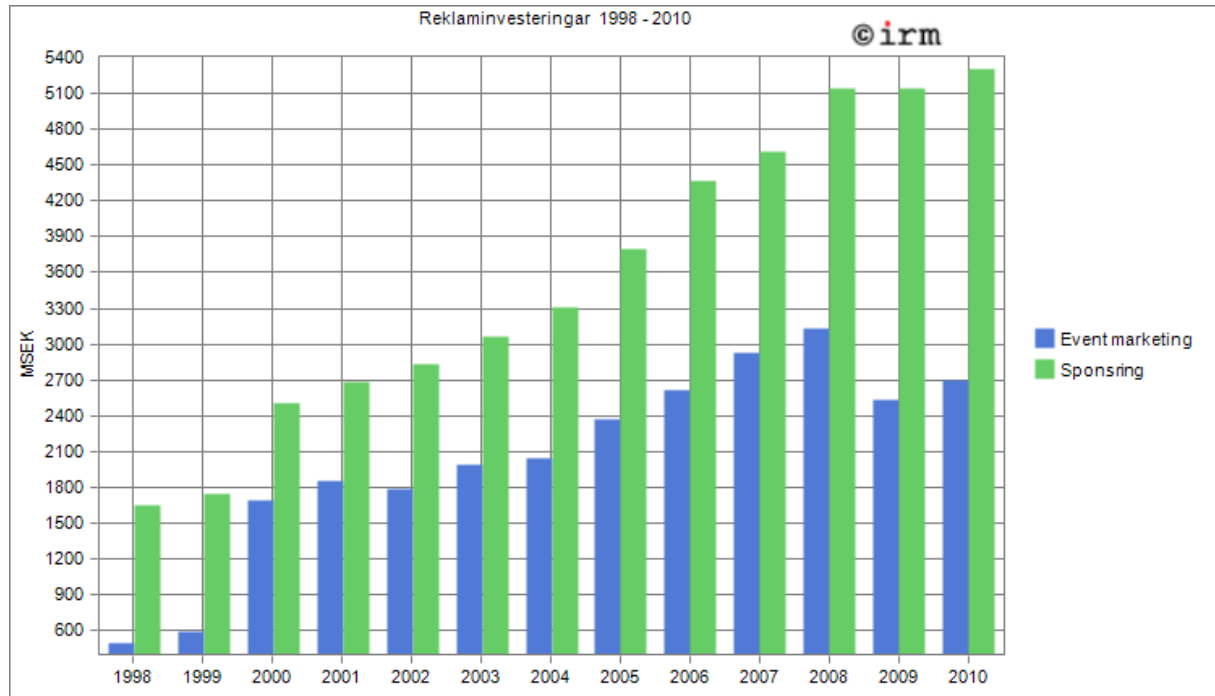
⁶ KK-Stiftelsen/Tobias Nielsén (2006): FUNK. En tillväxtmodell för upplevelseindustrin.

⁷ Upplevelser i världsklass, Parks and Resorts/Kairos Future (2011)

⁸ Beräkning från 2004, <http://www.upplevelseindustrin.se/artikel?statistik&=statistik-musik>

Eventbranschen

Under 2010 omsatte eventbranschen enligt Institutet för Reklam- och Mediestatistik 2,7 miljarder kronor. Branschen växte under 2010 med 6,4 procent efter att ha minskat under finanskrisen 2008-2009. Sett över en längre tid har emellertid branschen vuxit kraftigt.



Med eventbranschen menas i denna undersökning eventföretag som är medlemmar i Sponsrings & Eventföreningen samt ytterligare några eventföretag som hämtats från Svensk Handelstidning Justitias branschlista.

Bland Sponsrings & Eventbranschens drygt tre hundra medlemsföretag återfinns ett stort urval av köpare, rättighetsinnehavare samt konsulter och leverantörer från alla delar av branschen.

Branscher i tillväxt med tro på framtiden

Stark tro på tillväxt i musik- och eventbranscherna

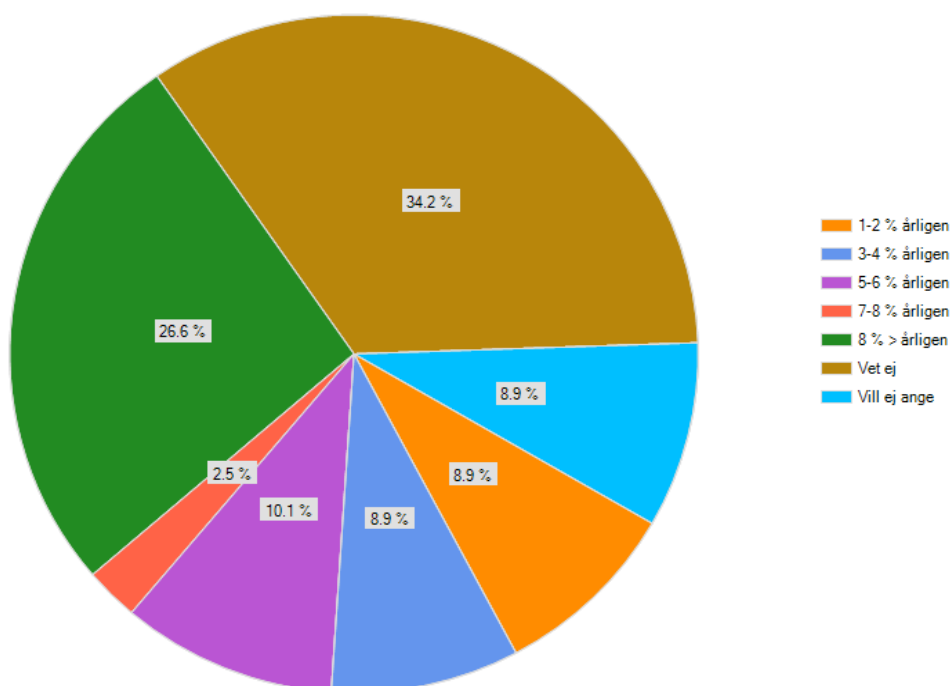
Företrädare för både musik- och eventbranschen ser mycket positivt på framtiden. En stor andel (43 procent) av de svarande vet inte eller vill inte uppge hur mycket de kommer att växa. De företag som svarat räknar med att i genomsnitt växa med 6,2 procent årligen de kommande fem åren.

Eventbranschen ser än mer positivt på framtiden än musikbranschen och i genomsnitt bedömer företagen att den årliga tillväxten i företagen kommer att vara 7,7 procent de kommande fem åren. Det innebär en tillväxt på totalt 45 procent över fem år.

I musikbranschen bedömer företagen i genomsnitt att den årliga tillväxten i företagen kommer att vara 5,3 procent de kommande fem åren. Det innebär en tillväxt på totalt 29 procent över fem år.

Den starka tilltron, särskilt i eventbranschen, stämmer relativt väl med utfallet det senaste året då tillväxten var 6,4 procent i eventbranschen. Musikbranschens utveckling är svårare att bedöma då befintlig statistik är otillräcklig för denna typ av jämförelser. De senaste årens trendbrott med ett ökat användande av legala musiktjänster, samtidigt som den illegala nedladdningen av musik minskar kan dock tyda på en positiv utveckling.⁹

Hur mycket planerar ert företag att växa procentuellt per år under en femårsperiod?



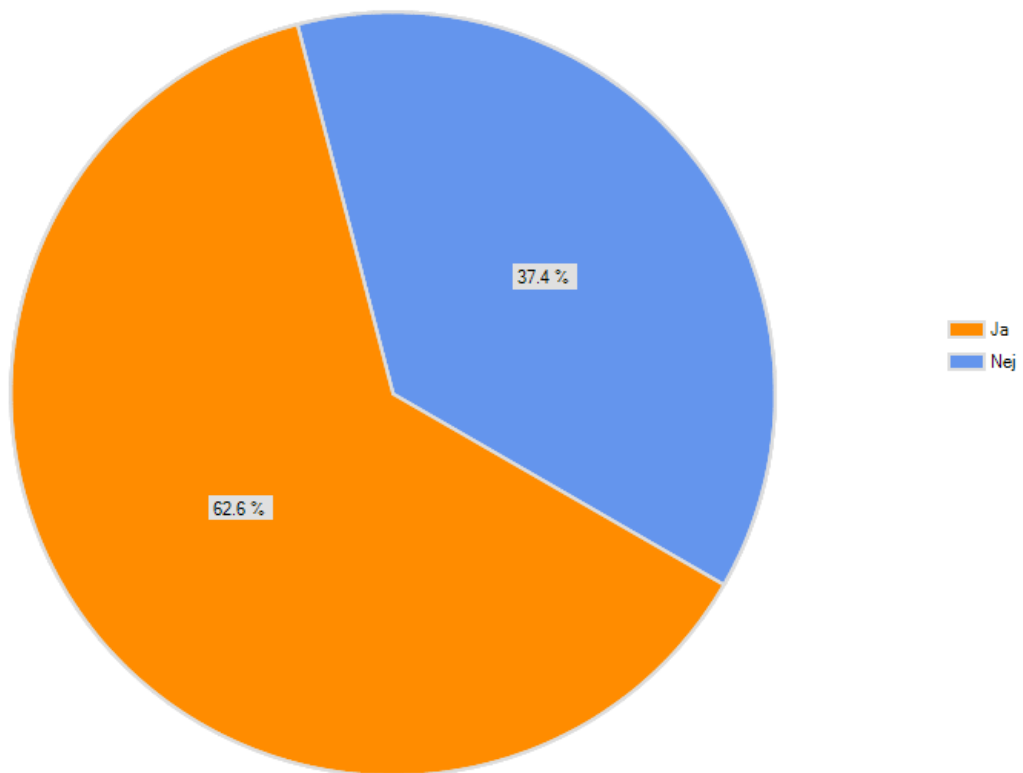
⁹ Mediavision, Musiksverige Fildelning och nedladdning, rapport Q1 2011

Ökade anställningsbehov de kommande åren

Den starka tron på tillväxt påverkar behovet av personal i branscherna. Såväl företagen i musikbranschen som de i eventbranschen anger ett ökat behov av personal de kommande åren.

Nio av tio svarande eventföretag och vart annat av de svarande företagen från musikbranschen anger att de planerar att anställa redan under 2011 och 2012. Sammantaget anger sex av tio företag att de planerar att anställa under 2011 och 2012 och av dessa planerar ett av fem företag att anställa fler än tio personer. I detta ingår såväl anställningar på kort som på lång sikt. För perioden 2013-2016 är det ungefär lika många företag som planerar att anställa.

Planerar ert företag att anställa fast personal, anlita konsulter och/eller extrapersonal under 2011-2012?

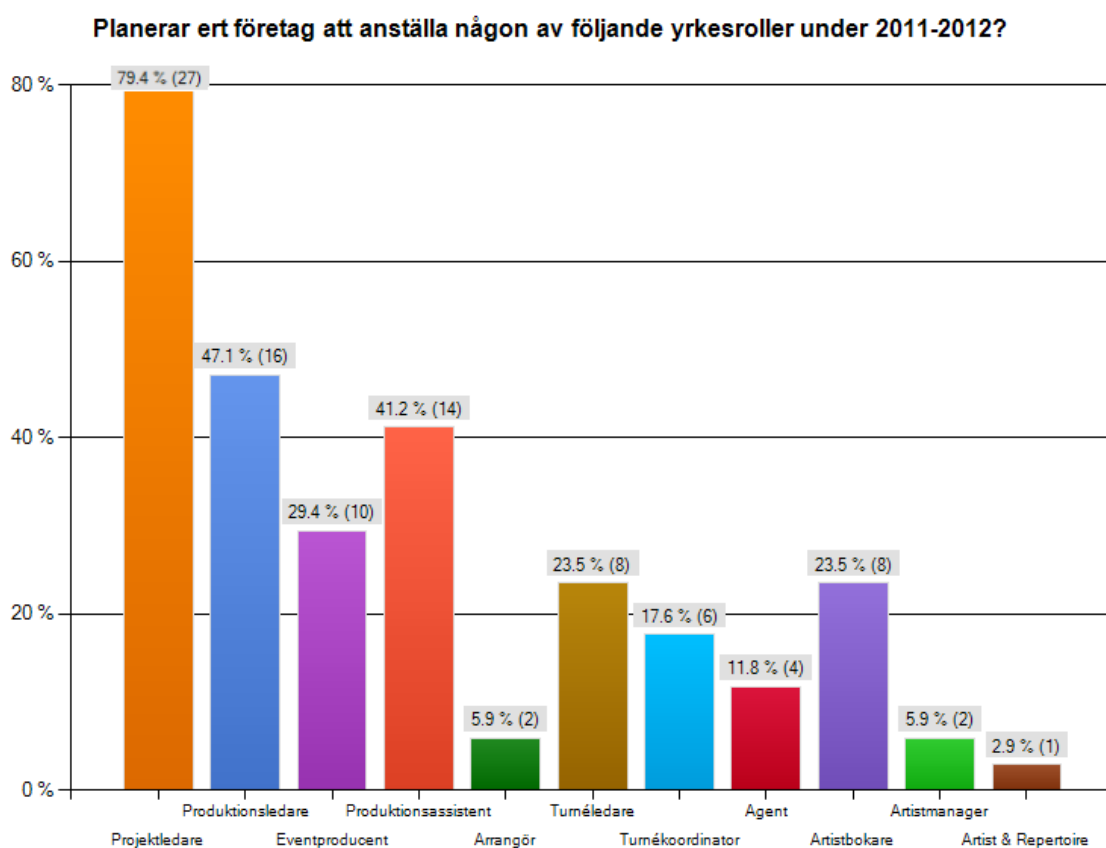


Efterfrågade kompetenser inom musik- och eventbranscherna

Efterfrågan för perioden 2011-2012

Åtta av tio företag i musik- och eventbranscherna, som ska anställa och som anger någon av de föreslagna yrkesrollerna, planerar att anställa projektledare under perioden 2011-2012. Därefter är yrkesrollerna produktionsledare och produktionsassistent de mest efterfrågade vilket 47 respektive 41 procent av företagen vill rekrytera under 2011-2012. Sedan följer eventproducent som den mest eftertraktade kompetensen, vilket 29 procent av företagen vill rekrytera.

Det finns därtill ett behov av mer nischade roller såsom turnéledare, turnékoordinator och artistbokare vilket omkring var femte företag vill rekrytera. De räknar också med att anställa specialister i form av agenter, artistmanagers och arrangörer, men då i relativt blygsam skala. De två förstnämnda återfinns i första hand inom musikbranschen och den sistnämnda i eventbranschen.



Utöver de fasta svarsalternativen i grafen ovan fick de svarande företagen ange andra yrkesroller som de önskar rekrytera. Flera av dessa handlar om kommunikation i olika former, exempelvis webbutvecklare, pr-ansvariga och art directors. Därutöver söker företagen kompetens inom försäljning och ledningsarbete. Även yrkesgrupper som låtskrivare, ljudtekniker och musikproducenter efterfrågas i de öppna svaren. Om några av dessa grupper hade funnits med i de fasta svarsalternativen hade de efterfrågats av ungefär var femte företag, det vill säga i nivå med turnéledare och artistbokare.

Efterfrågan för perioden 2013-2016

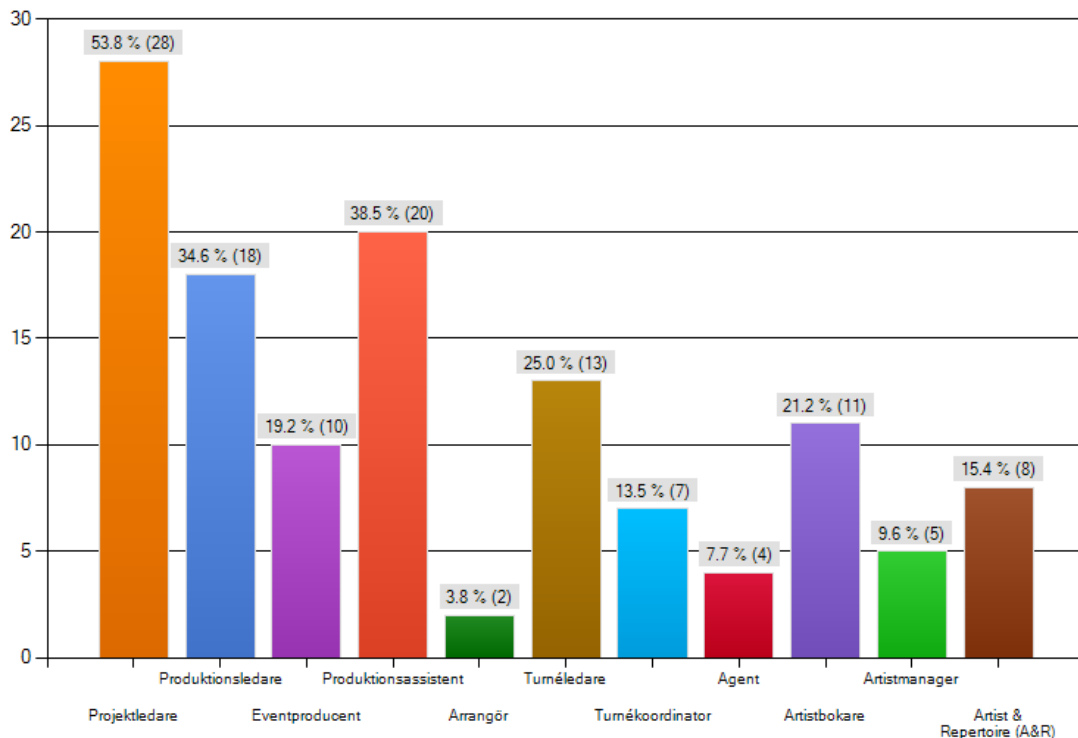
Även för perioden 2013-2016 ser de tillfrågade företagen ett stort behov av att rekrytera personal. Av eventbranschens företag uppgav 88 procent att de har behov av att rekrytera personal. För musikbranschen är motsvarande siffra 52 procent.

54 procent av de tillfrågade företagen som ska anställa planerar att rekrytera projektledare. Andelen är något lägre än i den tidigare perioden. Andelen företag som planerar att anställa produktionsledare och produktionsassistenter är något lägre för perioden 2013-2016. Omkring tre till fyra av tio företag planerar att rekrytera dessa grupper. Den sjunkande andelen företag som efterfrågar exempelvis projektledare innebär inte att efterfrågan lär sjunka. Det betyder istället att företagen därutöver planerar att rekrytera fler från andra grupper. Det är fler företag i undersökningen som planerar att rekrytera projektledare under perioden 2013-2016 (28 stycken) jämfört med 2011-2012 (27 stycken). Det är också fler företag som vill rekrytera produktionsledare och produktionsassistenter jämfört med 2011-2012.

Både andelen och antalet företag som vill rekrytera turnéledare samt artistbokare ökar jämfört med 2011-2012. Under perioden 2013-2016 planerar 25 procent att rekrytera turnéledare och 21 procent artistbokare.

Den största ökningen jämfört med perioden 2011-2012 återfinns i gruppen Artist & Repertoire¹⁰ vilket 15 procent av företagen vill rekrytera.

Planerar ert företag att anställa/anlita någon av följande yrkesroller 2013-2016? Flera val är möjliga.



¹⁰ Den del av ett skivbolags verksamhet som letar efter nya artister, hjälper dem utvecklas samt sköter artisternas kontakter med skivbolaget.

Därutöver finns även för perioden 2013-2016 ett intresse för yrkesroller inom exempelvis marknads-, försäljnings- och ledningsområdena samt låtskrivare, musikproducenter och ljudtekniker.

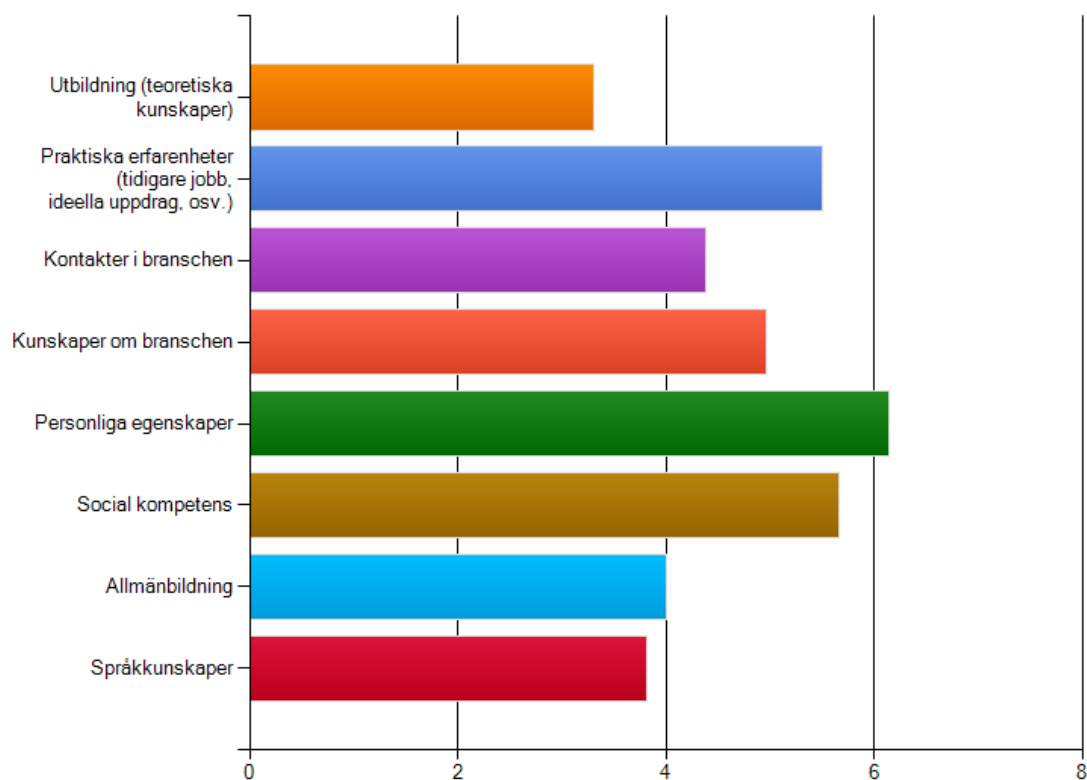
Önskade kompetenser

Utöver de yrkesroller som företagen vill rekrytera har de fått svara på vilka kompetenser och egenskaper som de anser vara viktiga för att få en anställning i musik- eller eventbranscherna.

De fyra viktigaste kompetenserna och egenskaperna som företagen lyfter fram är personliga egenskaper, praktiska erfarenheter, social kompetens och kunskaper om branschen. Formell utbildning rankas lägre, men drygt hälften av företagen menar att utbildning är "Ganska viktigt", "Viktigt" eller "Mest viktigt".

Grafen nedan visar sammanvägda betyg på en sjugradig skala där 1 är "Mindre viktigt" 3 är "Ganska viktigt" och 7 är "Mycket viktigt".

Rangordna de olika attribut som generellt är viktiga vid en anställning hos ert företag.



Det egna nätverket den vanligaste rekryteringsvägen

För att företagen ska utvecklas räcker det inte med att den önskade kompetensen finns tillgänglig i samhället i stort. Om branschens behov inte är kända av potentiella anställda eller om de som vill söka sig till branschen inte vet hur de ska gå till väga uppstår kompetensbrister, vilket i sin tur kan hämma utvecklingen och tillväxten. I undersökningen har vi därför frågat företagen hur de brukar rekrytera personal.

Nätverk och rekommendationer är de klart vanligaste metoderna för att rekrytera personal i musik- och eventbranscherna. Andra traditionella vägar såsom Arbetsförmedlingen och bemanningsföretag är de minst vanliga metoderna för att rekrytera personal. Endast ett företag i undersökningen har angett Arbetsförmedlingen som den mest vanliga metoden för att rekrytera personal.

Egna erfarenheter av branscherna samt kontakter med potentiella arbetsgivare verkar därmed vara avgörande för att få ett jobb i musik- eller eventbranscherna.

Grafen nedan visar sammanvägda betyg på en sexgradig skala där 1 är "Minst vanligt" 3 är "Ganska vanligt", 4 är "Vanligt" och 7 är "Mycket vanligt".

