

# Det svenska musikundret

Små företag på en global arena



## ENTREPRENÖRSKAPSFORUM

Entreprenörskapsforum är en oberoende stiftelse och den ledande nätverksorganisationen för att initiera och kommunicera policyrelevant forskning om entreprenörskap, innovationer och småföretag. Stiftelsens verksamhet finansieras med såväl offentliga medel som av privata forskningsstiftelser, näringslivs- och andra intresseorganisationer, företag och enskilda filantroper. Författarna svarar själva för problemformulering, val av analysmodell och slutsatser i rapporterna.

*För mer information se [www.entreprenorskapsforum.se](http://www.entreprenorskapsforum.se)*

© Entreprenörskapsforum, 2021

# Det svenska musikundret

## Små företag på en global arena<sup>1\*</sup>

Daniel Johansson

### Introduktion

Under 1990-talet, och framför allt i slutet av decenniet, introducerades begreppet "musikunder" för att beskriva svensk musiks framgångar internationellt. ABBA, Europe, Ace of Base, Yngwie Malmsteen, Roxette, The Cardigans och Robyn var några av de främsta exemplen på svenska artister som slagit igenom och satt Sverige på den globala musikkartan. Politiker ville gärna synas tillsammans med artister och musiker samtidigt som stiftelser och institutioner delade ut rikliga ekonomiska stöd till upplevelseindustrin och dess utveckling (Fleischer, 2012).

Sedan kom Napster. Och efter det KaZaa, Soulseek, DC++, Limewire och tiotals andra tjänster för piratkopiering. Svenskarna blev på bara ett par år ett av de mest fildelande folken i världen. Mellan 2001 och 2008 tappade de svenska musikbolagen 60 procent av sina intäkter (Johansson, 2013). Sverige blev vida känt som piratnästet nummer 1, och när The Pirate Bay slog igenom på allvar började den internationella musikindustrin fundera över vad som egentligen stod på däruppe i norr. Det svenska "musikundret" hade fått sig en törn och det skulle dröja en bra bit in på 2010-talet innan bilden av Sverige som piraternas hemmahamn förändrats till något annat, ett framgångsland både ur ett tekniskt och musikskapande perspektiv (Eriksson m.fl., 2019) tack vare Spotify och en ny generation musikskapare. Sverige var tillbaka, och det med råge.

I den här skriften vill jag dels sammanfatta den forskning som gjorts kring den svenska musikbranschen, dels sammanfatta slutsatser jag själv dragit efter att i över tjugo år analyserat och forskat om musikindustrin. Utan tvekan har Sverige haft jämförelsevis fantastiska

---

1. Alla musikbranschens aktörer har inte medverkat i undersökningen, såsom samtliga musikbolag, plattformar och enskilda förlag. Det hade varit en omöjlighet att låta höra alla, varför branschens offentliga representanter istället vidtalats.

\* Rapportförfattaren riktar ett stort tack till alla branschorganisationer som lämnat betydelsefull information, samt till Pernilla Norlin, Klas Håkansson och Pernilla Heed på Entreprenörskapsforum för ett mycket värdefullt bollande och samarbete

framgångar på musikens område, inte minst under de senaste tio åren, men skälen till framgångarna är inte så enkla att identifiera. Det är heller ingen självklarhet att den svenska musikbranschen även fortsättningsvis kommer kunna ha en framskjuten position.

Den globala musikmarknaden förändras just nu mycket snabbt och det finns både risker och möjligheter med den utvecklingen. Inte minst finns det en trend med stora uppköp, börsintroduktioner av musikföretag och en ny ekonomi kring rättigheter och musikkataloger som vi inte har sett tidigare. Förväntningarna på streamingekonomin är mycket stora, och det investeras stora summor i såväl plattformar som distributörer och musikägare. Exempel är Hipgnosis miljardinvesteringar i musikerättigheter, Sony Musics köp av AWAL och The Orchard, Universal Musics köp av INgrooves, börsintroduktioner av Tencent Music, Big Hit Entertainment, Spotify med flera, samt trenden att låtskrivare säljer sina kataloger, som till exempel Bob Dylan, Stevie Nicks och Shakira.

Inom forskningen har den svenska musik- och kulturskolan, det sociala och ekonomiska skydds nätet i samhället, en god kunskap i det engelska språket, långa och mörka nätter under våra kalla vintrar, hög teknikkompetens, framför allt vad gäller digitala verktyg, och klusterbildningar framhållits som några av orsakerna till framgångarna (Florén, 2010; Hallencreutz, 2002; Johansson, 2010; Delkvist, 2012; Portnoff, 2008 m.fl.). Alla dessa är utmärkta ingredienser i pytten, men ovanpå dessa skulle jag också vilja lägga följande: En fantastisk förmåga att kopiera lyckade "låtrecept" samt en stor mängd småföretagare och entreprenörer som sällan syns eller uppmärksammas, men som jobbar stenhårt bakom kulisserna.

När vi blickar tillbaka på år 2020 kan vi se hur en låt skapad och producerad av svenska låtskrivare<sup>2</sup> slagit historiska rekord runt om i världen samtidigt som hela den svenska livebranschen i stort sett varit nedstängd på grund av coronapandemin. Om det är något vi troligen kommer lära oss av pandemin är det att förutsättningarna för kulturellt entreprenörskap ständigt förändras, ibland snabbare än vanligt, och att det alltid kommer finnas ett stort behov av samverkan, förståelse och öppen dialog mellan de politiska maktbärarna och kreativa näringarna.

Denna policysammanfattning innehåller bakgrunden till musikbranschens utveckling i Sverige, en sammanställning av forskning som gjorts, det aktuella forskningsläget, och kanske framför allt rekommendationer till beslutsfattare om åtgärder som skulle kunna hjälpa aktörer i musikbranschen framöver. I arbetet har jag hämtat in underlag från de olika musikbranschorganisationerna i Sverige vad gäller potentiella åtgärder för att underlätta för kreatörer<sup>3</sup>, samt från andra forskare som under årens lopp studerat olika

---

2. *Blinding Lights* med The Weeknd, där Martin Sandberg (Max Martin), född i Stenhamra, och Oscar Holter, född i Degerfors, skrivit musiken såväl som producerat inspelningen.

3. Musik Sverige, Svensk Live, STIM, SAMI, IFPI, Föreningen Svenska Tonsättare, SKAP, Musikverket, Svensk Jazz, Music Managers Forum Sweden, SYMF, Musikerförbundet, Svenska Oberoende Musikproducenter, Musikförläggarna, Export Music Sweden, Regional Musik i Sverige med flera.

aspekter av musikbranschen. Syftet är att rapporten ska kunna fungera som en länk mellan teori och praktik, mellan forskning och politiska beslut, för att skapa förutsättningar för att de musikframgångar vi har sett under de senaste årtiondena även fortsättningsvis placeras Sverige långt fram på den globala musikscenen.

## Sammanfattning av forskningsläget kring musikindustrin

Sverige har en lång tradition av forskning på musikområdet, framför allt inom musikvetenskap, musikpedagogik och inte minst det konstnärliga ämnet musik. I stort sett samtliga större svenska universitet har institutioner för musikvetenskap och vid Kungliga Musikhögskolan genomförs en stor del av den betydande musikforskningen. Den största delen av forskningen har varit inriktad mot musiken i sig självt, dess historia, musikteori, analys av musikverk, genrer, etnologiska perspektiv, musik och lärande, snarare än forskning kring entreprenörskap, organisering och ekonomi i musikindustrin, det som framför allt är huvudfokus för den här rapporten.

En del forskning har dock gjorts i Sverige även på detta område, huvudsakligen är det ett tiotal doktorsavhandlingar som varit fokuserade på olika aspekter av musikbranschen och dess ekonomi, några antologier och böcker, samt artiklar och rapporter som publicerats (se referenslista). Forskningen har historiskt sett följt branschens utveckling och trender, under olika perioder har olika fenomen och områden varit i fokus.

Här hänvisas i stort sett endast till den forskning som gjorts i Sverige, som har varit tydligt tvärvetenskaplig, med forskning inom etnologi, företagsekonomi, organisationsteori, idéhistoria, sociologi med mera. Värt att notera är dock att en hel del av den viktiga forskning som genomförts kring musikindustrins entreprenörskap och förutsättningar kommer från såväl våra grannländer Norge, Finland och Danmark som från Tyskland, Japan, USA och Storbritannien. Eftersom branschstrukturen ser någorlunda likadan ut i en del andra länder bör den svenska forskningen inte ses isolerad från internationella studier. Resultaten från dessa är också viktiga för att förstå hur Sverige kunnat bli ett av världens jämförelsevis största exportländer av musik.

Under 1990-talet handlade forskningen kring den svenska musikindustrin och dess export mycket om CD-skivan och skivbolagens då dominerande roll i branschsystemet.<sup>4</sup> Det fanns ett fåtal svenska forskare som genomförde studier på området redan innan begreppet "musikunder" myntades på allvar kring sekelskiftet (t.ex. Burnett, 1996; Wallis, 1993) men det var egentligen först på 00-talet som den svenska forskningen kring musikindustrin och dess förutsättningar och villkor tog fart. Detta skedde i samband

---

4. Se till exempel sammanställningen i Forss K. (1999) Att ta sig ton: om svensk musikexport 1974–1999 <https://www.regeringen.se/49bb4f/contentassets/186c46149b2e452081069a5fdd802ab1/att-ta-sig-ton--om-svensk-musikexport-1974---1999>

med introduktionen av den digitala distributionen, och det forskades främst kring piratkopieringen och dess effekter.

Kanske var introduktionen av själva begreppet "musikunder" också en morot för fler forskare och akademiker att engagera sig i musikindustrin, man kan se en tydlig ökning i antalet studier efter introduktionen av den svenska statens satsning på den så kallade upplevelseindustrin. I såväl avhandlingar som uppsatser och statistikrapporter försökte forskare under den här perioden förklara hur decentraliseringen av musikedistributionen påverkade musikbranschens olika aktörer, inklusive intäkterna till artister och låtskrivare, men också hur olika funktioner i musikindustrin utvecklats och förändrats. Den svenska musikexporten per se låg dock inte i fokus för speciellt mycket forskning i Sverige under 00-talet.

Under 2010-talet handlade forskningen i mångt och mycket istället om streamingen, de nya plattformarna för konsumtion av musik, den nya ekonomin som växt fram, och självklart också studier och undersökningar specifikt fokuserade på Spotify (Wikström, 2013; Leijonhufvud, 2018; Eriksson m.fl., 2019).<sup>5</sup> Vi har också sett en utökad forskning kring livemusiken under de senaste tio åren, inte minst kring festivaler, något som är mycket välkommet eftersom forskning på detta område utifrån ett ekonomiskt och organisatoriskt perspektiv varit relativt underrepresenterat.

Under de senaste åren har det funnits en stark trend mot harmonisering av upphovsrätten och internationella överenskommelser som bör tas med i beräkningen i samband med förslag till ny lagstiftning och eventuella stödåtgärder i Sverige. Det saknas dock fortfarande mer omfattande forskning kring villkor och förutsättningar för specifika former av entreprenörer i musikindustrin, framför allt små aktörer. Detta är också en av de åtgärder som föreslås i denna sammanfattning, utökad forskning specifikt kring mindre entreprenörer i musikindustrin.

Den främsta internationella forskningstidskriften för musikindustrins ekonomi är International Journal of Music Business Research som ges ut av International Music Business Research Association (IMBRA). Tyvärr finns det fortfarande ett ganska omfattande kommunikationsglapp mellan den akademiska forskningen som görs kring musikindustrin och branschens aktörer. Det finns några exempel på konferenser och nätverk i Sverige som försökt överbrygga det här glappet, som Rock & Samhälle i Hultsfred på 00-talet, och MIRAC<sup>6</sup> under 10-talet. Här finns det en del kvar att göra, där till exempel film- och spelbranschen har kommit längre i att assimilera forskningsresultat i praxis.

---

5. Se referenslista över studier genomförda i Sverige under de senaste två årtiondena i slutet av rapporten.

6. Music Interdisciplinary Research & Analysis Center, [www.mirac.se](http://www.mirac.se).

Vad gäller ekonomisk statistikinsamling kring musikindustrin är det framför allt branschorganisationerna själva som tar fram och analyserar data. Här har det under de senaste femton åren främst handlat om enskilda organisationer, och till och med enskilda individer, som varit drivande, med ekonomiskt stöd från branschen. Övergripande branschstatistik är ett mycket viktigt verktyg för att förstå utvecklingen över tid, inte bara för musikbranschen. Kanske finns det i Sverige ett behov av att gemensamt formalisera metodik och framtagande av nationell årlig statistik för de kreativa näringarna, för att ännu bättre kunna tillhandahålla underlag för lagstiftare och beslutsfattare.

## Musikbranschens uppbyggnad, villkor och roller

För att förstå vad det är som har gjort att Sverige haft sådana stora musikframgångar behöver musikbranschens struktur och de olika roller som existerar förklaras. Musikbranschen uppfattas ofta utifrån som en relativt homogen bransch, definitionen av en "musikindustri" känns för de flesta inte så avancerad. Det handlar helt enkelt om de företag, organisationer och människor som håller på med musik. Vid närmare granskning visar det sig att branschen är klart mer komplex och egentligen består av tre olika system av verksamheter där respektive delbransch agerar utifrån egna villkor och förutsättningar som skiljer sig åt ganska markant:

- 1) Livemusikens aktörer
- 2) Den inspelade musiken
- 3) Rättighetshantering

Forskare har debatterat sedan 1970-talet om hur musikens ekonomi ska benämnas på bästa sätt och hur en "musikindustri" ska definieras (t.ex. i Wikström, 2006; Arvidsson, 2007; Florén, 2010). I mina egna analyser har jag valt att använda "det musikindustriella systemet" som begrepp, dels för att tydliggöra att den här delen av musikens område i hög grad handlar om ekonomiska processer av *industriell* natur, dels för att det består av ett ekosystem av aktörer som är intrikat sammanvävda och endast kan förstås som helhet genom att studera villkoren och förutsättningarna för varje enskild form av aktör i relation till de andra.

**Livemusikens aktörer**, till exempel bokningsbolag, musikfestivaler, konsertarrangörer, agenter, teknikleverantörer och spelställen, har den spelade, eller levande musiken i fokus. Livemusiken är sedan ett antal år tillbaka den ekonomiskt dominerande delbranschen i Sverige, cirka 53 procent av musikbranschens totala omsättning (genomsnitt för åren 2009–2019) går att härleda till livemusik i olika former.

En tydlig skillnad mellan livebranschen och de andra två delbranscherna, är att den inte är lika beroende av upphovsrätten. Det är snarare avtalsrätten som är betydande för livemusikens aktörer, även om upphovsrätten naturligtvis fyller en viss roll för

kompositörernas ekonomiska kompensation när deras musik framförs live. Under coronapandemin 2020 var det främst den här delbranschen som påverkades kraftigt, något som noterades av branschorganisationen Musiksverige i augusti 2020 i en promemoria till regeringen med sex förslag till en "återstart av den svenska musikbranschen".<sup>7</sup>

**Den inspelade musikens aktörer**, till exempel skivbolag (som numera oftast vill kalla sig *musikbolag*, men som också kallas *masterägare*), inspelningsstudios, digitala musik-tjänster som streamingplattformar, appar, distributörer och skivbutiker, fokuserar på musik som kan sägas ha fixerats i tiden på någon form av medium. Vaxrullen, stenkakan, vinylskivan, kassettbandet, CD-skivan, downloads och streaming har genom historien varit de huvudsakliga formaten för inspelad musik som sålts till allmänheten. Till skillnad mot livemusiken är upphovsrätten av central betydelse för den här delbranschen.

**Rättighetshandlingens aktörer** utgörs främst av de insamlade upphovsrättssällskapen, musikförlag, musikjurister och till viss del även intresseorganisationer. I Sverige har vi fyra insamlade sällskap, STIM som företräder musikförlag, låtskrivare och kompositörer, SAMI som företräder artister och musiker, IFPI som företräder musikbolagen, och Copyswede som samlar in privatkopieringsersättningen och licensierar vidareanvändning av radio- och TV-program. Den här delbranschen skulle kunna sägas agera i skärningspunkten mellan de andra två delbranscherna och omvärlden, och fungerar som det musikindustriella systemets insamlade spröt gentemot alla former av musikanvändare, radio, TV, butiker, restauranger, reklam, film, spel och andra områden där musiken används.

Dessa tre delbranscher är delvis åtskilda vad gäller ekonomi, företagande, entreprenörskap, kultur och även sociala strukturer. Även om alla företag och organisationer har länkar till varandra, med musiken som den gemensamma nämnaren, finns det skillnader som är viktiga att beakta i samband med politiska åtgärder och stödfunktioner. Förutom ovanstående kan varje delbransch delas in i tre olika *former* av aktörer:

- a) Primära aktörer
- b) Sekundära aktörer
- c) Stödjande aktörer

*Primära aktörer* är sådana där musiken utgör den huvudsakliga verksamheten. Exempel är Live Nation, United Stage, Universal Music Group och STIM.

*Sekundära aktörer* är sådana som delvis jobbar med musik men musiken utgör inte den huvudsakliga verksamheten. Exempel på sådana aktörer är Sveriges Radio, Apple, Google och TV4.

---

7. Åtgärdslista för återstart av den svenska musikbranschen  
<https://www.musiksverige.org/sex-frslag-till-tgrder?rq=sex%20forslag>



*Stödjande aktörer* är sådana som är underleverantörer av utrustning och musiknära tjänster, som tekniktillverkare, advokatbyråer etcetera, men också institutionella stödjande funktioner som Kulturrådet, Musikerförbundet, Sveriges Orkesterförbund, Musikverket med flera.

Det är självklart svårt att exakt avgränsa vad som är musikbranschen, och forskare har som sagt debatterat definitioner under lång tid, inte minst eftersom musik befinner sig i ett gränsland mellan kultur och ekonomi. För enkelhetens skull utgår jag i den här rapporten utifrån de definitioner och avgränsningar som beskrivits ovan.

Om vi fokuserar på den del av musikindustrin som är mest beroende av upphovsrätten kan vi utgå från fem olika roller som är ekonomiskt och rättighetsmässigt separerade:

- 1) Låtskrivare och kompositörer, som ofta kallas *musikskapare*
- 2) Artister och musiker, som ofta kallas *utövare*
- 3) Musikförlag, som arbetar med musikskaparna
- 4) Skivbolag, eller masterägare, som arbetar med utövarna
- 5) Producenter

Ofta är dessa roller representerade av fem olika aktörer i tidsbegränsade projekt, men en och samma artist kan också ha samtliga fem roller samtidigt. Låt mig ge två exempel:

En kompositör skapar ett musikstycke, dess melodi och eventuell text. Kompositören har ett avtal med ett musikförlag, vars uppgift är att "förlägga" musiken, som ännu inte är inspelad utan endast existerar i sin ursprungliga upphovsrättsliga form, det vill säga som text och melodi. Musikförlaget tar kontakt med ett skivbolag som är intresserat av att spela in låten. Skivbolaget samarbetar med en artist som anses passa perfekt för den. En producent vidtalar för att leda arbetet med inspelningen av låten tillsammans med artisten. I detta fall är det alltså fem helt olika aktörer som var och en representerar respektive roll.

Ett annat scenario är också mycket vanligt, nu för tiden faktiskt ett av de vanligaste: En DIY-artist (Do It Yourself, det vill säga en independentartist som sköter allt själv), skapar en låt, STIM-anmäler verket, spelar in låten själv och laddar sedan upp inspelningen till Spotify genom en digital distributör. I det här fallet representerar individen alltså samtliga dessa fem roller. Trots att personen i fråga kanske främst kallar sig för artist, fyller hen också rollen som musikskapare, förlag, masterägare och producent. Den enskilda individen är följaktligen berättigad till intäkter från STIM, SAMI, IFPI och från distributören, beroende av i vilka sammanhang den inspelade låten används.

Vi kan se att övergången till en digital kontext har skapat en ökad diversifiering, med roller och funktioner som inte existerade tidigare, eller som har förändrats. Samtidigt har det skett en ökad fördjupning mot specifika nischade områden, där många mindre

företag har hittat specialområden som de fokuserar på. Det finns fåmansföretag som enbart fokuserar på loopar och samplingar, på digitala noter till musikskolan, digital PR och marknadsföring i sociala medier, ljud- och ljus teknik, YouTube-kanaler, bakgrundsmusik till spellistor (så kallad muzak, eller "hissmusik"), vinyltillverkning och mycket annat.

Det är vanligt i musikbranschen att personer som har jobbat ett antal år på större företag väljer att starta egen mindre verksamhet där man konsulterar bolagen med de specifika kunskaper man har. På det sättet är den svenska musikbranschen idag i mycket stor utsträckning uppbyggd av konsulter och mindre företag med nischade uppgifter, ett slags ekosystem runt omkring musik, snarare än en bransch styrd av ett fåtal stora företag. För att förstå varför Sverige haft sådana stora musikframgångar är det nyttigt att betrakta musikbranschen utifrån ovanstående roller och funktioner. Det gör det möjligt att undersöka vilka sorters aktörer som har varit mest betydande i utvecklingen. Detta för att kunna identifiera vilka framtida åtgärder som potentiellt har störst effekt för att hjälpa de "svaga länkarna" i systemet.

## Den svenska musikbranschens ekonomiska utveckling

Sedan 2009 har branschorganisationen MusikSverige tagit fram rapporter för den ekonomiska utvecklingen i den samlade svenska musikindustrin. Metoden följer de delbranscher och definitioner som tidigare nämnts.<sup>8</sup> Beräkningar görs också kring förhållandet mellan den inhemska och internationella marknaden, det vill säga hur musikexporten utvecklas.

Rent ekonomiskt är den svenska musikexporten naturligtvis liten i jämförelse med många andra exportområden. År 2019 uppgick musikintäkterna från utlandet till cirka 2,7 miljarder kronor, vilket är 0,11 procent av den totala svenska exporten under året. Musikexporten utgjorde cirka 14,3 procent av de totala intäkterna från exportslaget "personliga tjänster och kultur".<sup>9</sup>

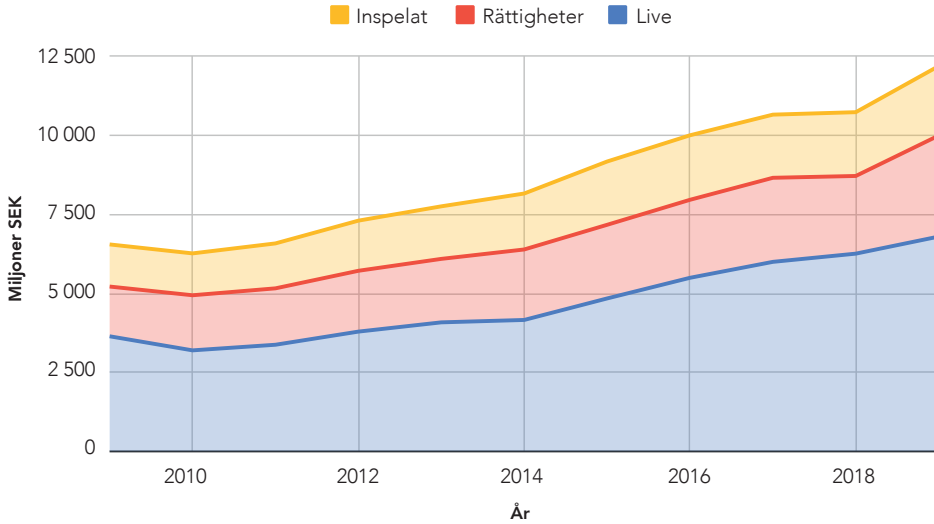
Exporten av mjölk, mejeriprodukter och ägg, frukt och köksväxter, fodermedel för djur, och luktämnen för toalett- och rengöringspreparat, är alla områden som var för sig inbringar mer intäkter till Sverige än musikexporten baserad på upphovsrättsliga intäkter. Sett i relation till den totala exporten av varor och tjänster handlar följaktligen bilden av det svenska "musikundret" inte så mycket om de reda intäkterna till landet från musikanvändning internationellt utan snarare om Sveriges position i förhållande till den globala musikindustrin, inkluderat låtskrivare, producenter, artister, plattformar för streaming och nyskapande techbolag inom musiksektorn.

---

8. "Metodutveckling - Musikbranschen i siffror"  
<https://www.musiksverige.org/tidigare-rapporter/2017/8/8/metodutveckling-musikbranschen-i-siffror>

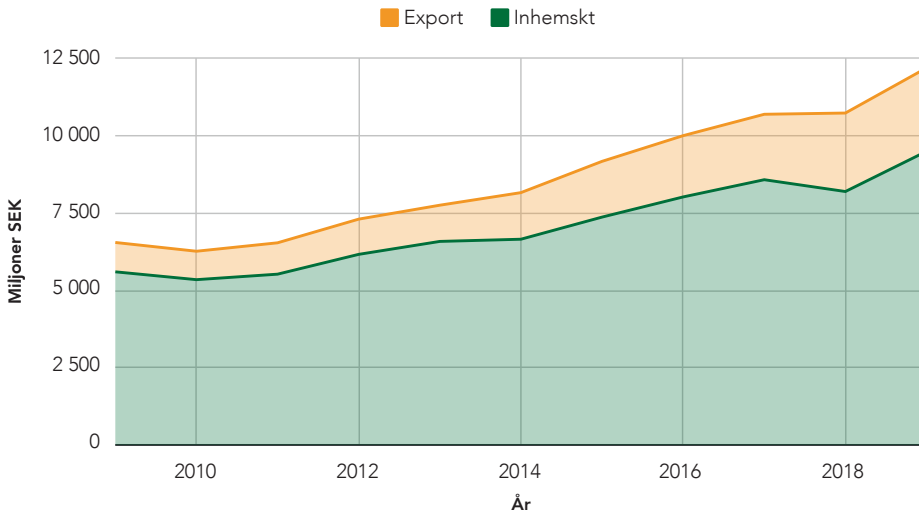
9. Import och export fördelade enligt SITC (bortfallsjusterad), SCB genom Ekonomifakta:  
<https://www.ekonomifakta.se/fakta/ekonomi/utrikeshandel/sveriges-export--och-importprodukter/>

FIGUR 1: SAMMANSTÄLLNING AV INTÄKTER, MUSIKSVERIGES RAPPORTER 2009–2019



Källa: [www.musiksverige.org](http://www.musiksverige.org)

FIGUR 2: SAMMANSTÄLLNING AV EXPORT/INHEMSKT, MUSIKSVERIGES RAPPORTER 2009–2019



Källa: [www.musiksverige.org](http://www.musiksverige.org)

Det finns andra ekonomiska värden relaterade till Sveriges position på den globala musikscenen än enbart de direkta upphovsrättsliga intäkterna. Företag som Spotify, Amuse, Epidemic Sound, Soundtrack Your Brand, SoundCloud, Auddly/Sessions, Corite, Gestrument, Sing Along Official, Riteband/Tangy Market, Syncce, SoundLily, Soundation, Aloaded, Record Union, Jubel, Tontology, Snafu Records, Kobalt med flera

har satt Sverige på kartan som ett framgångsland inom musik och tech och detta har med stor sannolikhet haft positiva företagsekonomiska effekter för svenska teknikutvecklare, apptillverkare, spelmakare och entreprenörer inom andra områden. Men den ekonomiska betydelsen och värdet av bilden av Sverige som ett framstående land inom musik och tech finns idag inte med i de officiella exportsiffrorna, som ju endast är baserade på de direkta upphovsrättsliga intäkterna, konserter i utlandet etcetera.

Måhända finns det ett behov av att använda sig av en större samhällsekonomisk kalkyl vad det gäller det svenska "musikundret", eftersom det är svårt att ekonomiskt värdera resurser och nyttor som inte är marknadsprissatta. Vad är värdet för en svensk apptillverkare som Tonymy att Spotify kommer från Sverige? Vad är värdet för en nyutexaminerad musikskapare från låtskrivarutbildningen Musikmakarna i Örnköldsvik att Max Martin, Shellback, Jörgen Elofsson, Noonie Bao, Avicii och många andra kända låtskrivare kommer från Sverige?

Det är inte enkelt, eller ens optimalt, att endast applicera företagsekonomisk kalkylmetodik för att värdera den totala ekonomin kring "musikundret". Utan tvekan består exportvärdet av klart mer än det enkelt kvantifierbara, såsom det är representerat av intäkterna från användning av musik i utlandet. Detsamma gäller troligen också för andra branscher som framhålls som svenska "under", som dataspelsbranschen, modebranschen och techbranschen. Jag återkommer till detta i samband med förslag till åtgärder och stöd i avslutningen av rapporten.

## Intäkter för inspelad och levande musik

Intäkterna till de svenska musikbolagen har under årens lopp samlats in av branschorganisationen IFPI tillsammans med Grammofonleverantörernas Förening (GLF), och är den bästa tidsserie vi har för att förstå utvecklingen. Dessa intäkter inkluderar både de så kallade "majorbolagen" (Universal Music Group, Sony Music och Warner Music Group), och musikbolag som är independent från dessa tre, också kallade "indies". I Sverige utgör majorbolagen cirka 70 procent av marknaden, ekonomiskt sett, medan indies och DYI-artister utgör cirka 30 procent. För 20 år sedan fanns det fem majorbolag, men uppköp och sammangåenden har gjort att det idag finns tre dominerande musikbolag.

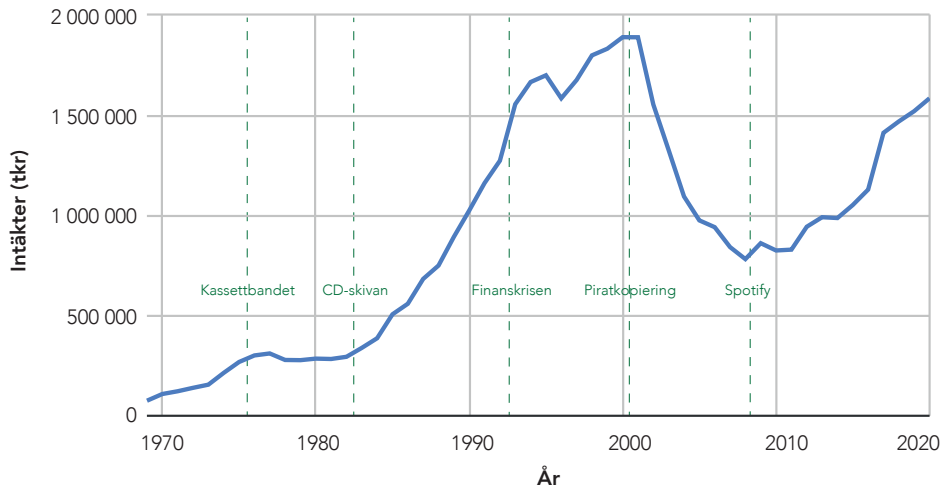
Kjell Arvidsson vid Linnéuniversitet gjorde under 2007 ett omfattande arbete för att få tag på de tidigare siffrorna<sup>10</sup>, sedan dess har vi hjälpts åt att uppdatera siffrorna för varje år samt justera dem mot konsumentprisindex (KPI). Förutom de totala brutointäkterna, så som de rapporterats per år från branschorganisationerna, är det

---

10. Arvidsson K. (2007), Skivbolag i Sverige - musikföretagandets 100-åriga institutionalisering.

naturligtvis intressant att se hur intäkterna från de olika formaten förändrats över tid. I detta sammanhang är vi mest intresserade av att se den totala ekonomiska utvecklingen för musikbolagen.

FIGUR 3: SAMMANSTÄLLNING AV ÅRLIGA SIFFROR FRÅN IFPI/GLF



Källa: IFPI/GLF.

Det vi tydligt ser i den här tidsserien på 50 år, är CD-skivans intåg på marknaden med start kring 1983, effekterna av finanskrisen i Sverige under 1990-talet (hacket i den uppåtgående kurvan), liksom hur piratkopieringen i kombination med andra orsaker skapade den branta utförsbacken mellan 2001 och 2008.<sup>11</sup> Tillväxten sedan 2008 går i stort sett helt och hållet att härleda till lanseringen av Spotify i Sverige.

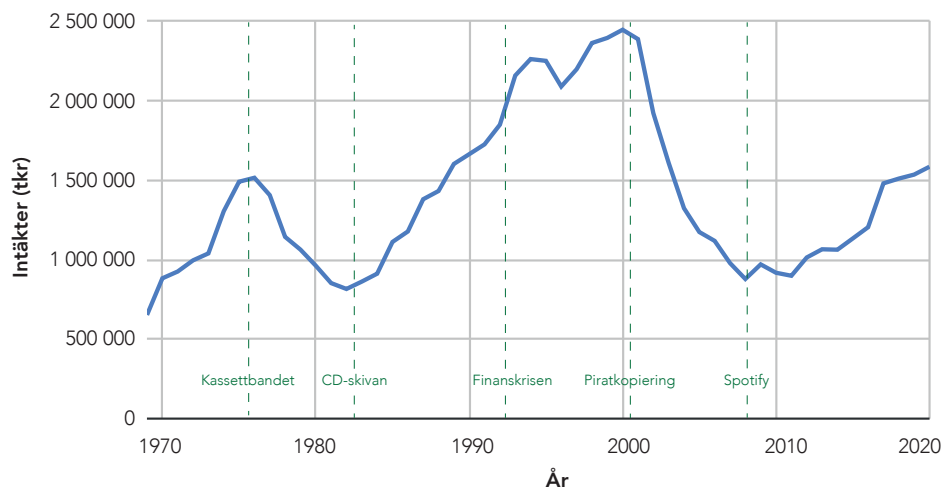
Precis som dataspelsbranschen, har musikbranschen gått från att vara en bransch baserad på fysiska produkter till att bli en bransch baserad på digital konsumtion. År 2008 utgjorde intäkterna från digital distribution endast nio procent av de totala intäkterna till de svenska musikbolagen. År 2020 stod digitala intäkter för 93 procent av intäkterna.

KPI-justeras intäkterna, det vill säga konverteras de reella talen till vad de historiska intäkterna motsvarar i nuvarande penningvärde, blir kurvan något annorlunda.<sup>12</sup>

11. Johansson D. (2010), Forskningsgenomgång: Fildelning skadar musikförsäljningen  
<http://www.netopia.se/2010/06/01/fildelning-skadar-musikforsaljningen/>

12. Baserat på SCB:s levnadskostnadsindex/KPI (juli 1914=100), historiska tal, 1830–, årsgenomsnitt  
<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/priser-och-konsumtion/konsumtprisindex/konsumtprisindex-kpi/pong/tabell-och-diagram/konsumtprisindex-kpi/kpi-historiska-tal-1830/>

FIGUR 4: SAMMANSTÄLLNING AV ÅRLIGA SIFFROR FRÅN IFPI/GLF, KPI-JUSTERAT



Källa: IFPI/GLF.

År 2020 blev historiskt, då det var första gången som ett äldre ljudformat gick om ett nytt format. Intäkterna från vinylförsäljning (57 miljoner SEK) gick om intäkterna från CD-skivor (46 miljoner SEK). Intäkterna från streaming stod för 88 procent av intäkterna till musikbolagen i Sverige. Tillsammans med sålda downloads stod hela 93 procent av intäkterna av digital musikförsäljning. Totalt sett ökade intäkterna till musikbolagen med fyra procent jämfört med 2019. Denna ökning är positiv, men kan inte på några som helst sätt ersätta det omfattande intäktsbortfall som artisterna upplevt på live-området.

Vi ser att musikbolagen hade en god uppgång under den första halvan av 1970-talet, på grund av flera orsaker, inte minst ABBA och genombrottet för disco, men också en kraftig nedgång från år 1976 fram till år 1982. Den nedgången kan främst härledas till kassettbandspelaren och dess möjligheter att genom en vanlig hemmastereo kopiera vinylskivor till kassettband. Under den här perioden var det vanligt att man köpte storpack med tomma kassettband, inte sällan av märket BASF eller Maxell, och fyllde banden med musik som sedan kunde användas i bilen, hemmet eller så småningom i en Sony Walkman. Lanseringen av den så kallade dubbeldäckaren, som gjorde det möjligt att enkelt kopiera från kassett till kassett accelererade trenden och gjorde att de piratkopierade kassettbanden under en period var mycket populära i de svenska hemmen.

Det vi också ser i ovanstående graf är att år 2008 var musikbolagen nere på samma intäktsnivåer som år 1982, det vill säga hela CD-eran var uttraderad, främst på grund av den andra vågen av piratkopiering, denna gång genom den illegala fildelningen. Det anmärkningsvärda med ovanstående intäktskurva är att justerat för KPI har den svenska musikbranschen fortfarande rätt långt kvar för att komma tillbaka till samma intäktsnivåer de hade vid sekelskiftet.

Även om omvärlden ofta pekar på Sverige som det goda exemplet i streamingparadigmet, behövs det fortfarande en ca 40-procentig tillväxt för att återse "bergets topp". Internationellt ser utvecklingen olika ut i olika länder (IFPI Global Music Report). En del musikmarknader är i stort sett tillbaka på samma intäktsnivåer som under CD-eran, medan intäkterna från streaming fortfarande inte är lika dominerande som i Sverige på många andra stora marknader (till exempel Japan, Tyskland och Frankrike).

Streamingparadigmet innebär minskade ekonomiska risker eftersom musikbolagen inte behöver investera i produktion och pressning av fysiska skivor och fysisk distribution, vilket gör att marginalerna ser annorlunda ut idag jämfört med samtliga tidigare fysiska musikformat. Men det faktum att musikbolagen totalt sett har en bra bit kvar för att vara tillbaka är viktigt att ta med sig när vi senare diskuterar åtgärder för att hantera snedfördelningar, transparensbrister och streamingekonomin.

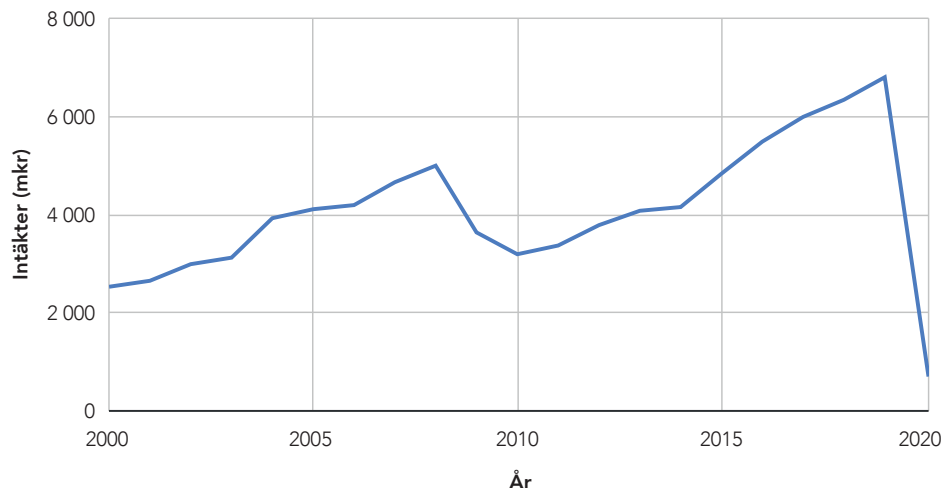
Under 00-talet hade musikbranschen mycket svårt att anpassa sig till den nya tekniska verkligheten baserad på digital distribution av musik. Även om såväl nationella som internationella initiativ introducerades på marknaden (som Deo.com, Popwire, Musicnet och Pressplay), hade musikbolag, förlag och upphovsrättsorganisationer svårt att förändra intäktsmodellen. Lösningen på problemet med den illegala fildelningen stod inte att finna i branschen självt, utan kom utifrån, genom Spotify.

När väl Spotify hade introducerats på den svenska marknaden gick dock branschens anpassning och förändring snabbt jämfört med många andra viktiga musikländer (USA, Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Japan med flera). Till viss del kan den snabba anpassningen härledas till det faktum att det helt enkelt inte fanns något val, intäkterna hade gått ned så mycket att man tvingades hoppa på det tåg som Spotify skapat. Värt att nämna i sammanhanget är att under hela den här perioden var det många som trodde att de stora skivbolagen gick mot sin död och att upphovsrätten skulle tappa i betydelse i den digitala kontexten. Med facit i hand kan konstateras att de stora musikbolagen nu står starkare än någonsin, och de upphovsrättsliga intäkterna har fortsatt att öka för varje år som gått sedan slutet av 00-talet.

Studerar vi så den ekonomiska utvecklingen för den del av musikbranschen som omsätter mest i Sverige, livebranschen, finns det inte lika långa tidsserier som för den inspelade musiken. Branschorganisationen Musik Sverige har sedan 2009 samlat in och beräknat hela musikindustrins omsättning, inklusive livemusiken, det är det bästa underlaget för att förstå utvecklingen

inom denna delbransch.<sup>13</sup> Till Musiksveriges siffror för åren 2009 – 2019, samt prognos för 2020, har åren 2000 – 2008 lagts till med samma metodologi som Musiksverige använder sig av.

FIGUR 5: SAMMANSTÄLLNING AV ÅRLIGA SIFFROR FRÅN MUSIKSVERIGE 2009–2019, SAMT KOMPLETTERING 2000-2009.



Källa: [www.musiksverige.org](http://www.musiksverige.org) och STIM årsrapporter.

Det vi ser ganska tydligt i tidsserien är vilken stor påverkan finanskrisen i slutet av 00-talet hade på svensk livebransch. Somrarna har alltid varit de viktigaste perioderna för livebranschens intäkter, och sommaren 2008 var svenskarna fortfarande lika intresserade som vanligt av att betala för livemusik. När den ekonomiska krisen slog till på allvar hösten 2008 verkar det som om svenskarna såg om sitt hus, och 2009 och 2010 blev i jämförelse med de tidigare åren riktigt dåliga år för livebranschen (Johansson, 2014).

Finanskrisen var självklart inte den enda orsaken. Under den här perioden användes begreppet "festivaldöden" flitigt i media. Vi såg en kraftig omstrukturering med nya aktörer som tog nya positioner, köpte upp bolag och startade nya festivaler. Det fanns förutom finanskrisen också andra orsaker till att flera av Sveriges största och mest renommerade festivaler gick i konkurs under de här åren, som Hultsfredsfestivalen, Arvikafestivalen och Peace & Love.<sup>14</sup> <sup>15</sup> Vid den här tiden kunde vi även se förändringar kring vilka genrer och musikstilar som var de mest populära i Sverige<sup>16</sup>, samtidigt som

13. Musikbranschen i siffror, 2009 - 2017. <https://www.musiksverige.org/rapporter>

14. Johansson D. (2014) Music festivals in Sweden - an analysis of the ten largest commercial festivals <http://nu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1197790&dsid=-7378>

15. Bjälesjö J. (2013) Rock n roll i Hultsfred

<http://su.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A661425&dsid=-2476>

16. Housemusiken förändrar nattklubbs-Sverige (2012) <https://www.mynewsdesk.com/se/joiagency/pressreleases/housemusiken-foeraendrar-nattklubbs-sverige-744595>



festivalbesökarens beteenden förändrades. Tittar man dessutom på de totala siffrorna verkar det rent besöksmässigt vara enskilda konserter som tog mest stryk under dessa år. Människor kände helt enkelt att de inte hade råd att gå på lika många konserter som tidigare.

Intressant i sammanhanget är också att se den intäktsmässiga uppgång livebranschen successivt hade under perioden 2000–2008, jämfört med den inspelade musiken som befann sig i fritt fall under samma period. Det är ingen hemlighet att konsertgagerna ökade markant under de här åren, när artisterna och branschen försökte balansera upp det faktum att miljoner svenskar plötsligt kunde kopiera musik gratis, när de ville och var de ville.

Det här visar sammantaget hur intimt sammanvävd musikbranschens utveckling är med såväl samhällsekonomi som den kommer till uttryck i människors privatekonomi, som med den generella teknikutvecklingen i samhället. Det visar också hur lång tid det kan ta för de olika delbranscherna att återhämta sig vid olika former av kriser. När det gäller den inspelade musiken är branschen fortfarande inte tillbaka på samma nivåer som år 2001, medan det tog nästan tio år innan livebranschen hade återhämtat sig från finanskrisen i slutet av 00-talet.

När de officiella siffrorna kommer för livebranschens intäkter under 2020, senare under 2021, kommer vi troligen se att året går till historien som det år då den delbranschens intäkter minskade med 85–90 procent (de första två månaderna av 2020 var fortfarande någorlunda "normala"), och frågan är hur lång tid återhämtningen kommer att ta den här gången.

Värt att notera i analysen är den inbördes fördelningen av exportintäkterna mellan de olika delbranscherna. Exporten utgjorde alltså 2,7 miljarder SEK år 2019, och det är låtskrivandet och de upphovsrättsliga intäkterna som dominerar:

- Upphovsrättsliga intäkter från utlandet: 1 444 miljoner SEK (53 procent)
- Konsertintäkter från utlandet: 686 miljoner SEK (25 procent)
- Intäkter relaterade till inspelad musik från utlandet: 612 miljoner SEK (22 procent)

Detta bekräftar bilden av Sverige som ett framstående land vad gäller musikskapande. Under de senaste åren har vi också sett en trend att musikförlag och låtskrivare får en större andel av intäkterna från streamingtjänster, medan musikbolagen minskat sin andel. På sikt bör detta kunna leda till större möjligheter för musikskaparna och förlagen att investera i ny musik som kan presenteras på den internationella arenan. Värt att notera är att i Sverige fördelas 12,5 procent av de totala intäkterna från streamingtjänster till STIM, förlagen och musikskaparna, en andel som Musikförläggarna är måna om att öka under kommande år.

## En bransch byggd på individer och fåmansföretag

Även om musikindustrin utifrån ibland betraktas som en relativt homogen bransch, som haft stora internationella framgångar, har många av dessa framgångar kopplats till ganska få individer i den publika diskursen: musikkapare, producenter och entreprenörer som fungerat som ansikten utåt och personifierat "undret".<sup>17</sup>

Viktigt att komma ihåg är att bakom och runt dessa individer finns ytterligare en stor mängd människor, ofta organiserade i fåmans- eller enmansföretag, med nischade roller och uppdrag. Det kan röra sig om allt från att skriva och skicka pressmeddelanden, hitta rätt artist till rätt låt, hitta reklamsamarbeten för en låt, pitcha låtar till rätt spellistor på streamingtjänster eller radiokanaler, sätta musik i spel, film, reklam och TV-serier (det som kallas "synkronisering" i musikbranschen) eller för den delen konsulter som erbjuder tjänster kring artwork, programmering, bokning, loopar eller annat.

Zara Larssons album *So Good* från år 2017, släppt av svenska bolaget Ten Music Group och Epic Records, fungerar som ett bra exempel. Enbart själva musiken på albumet inkluderar över 60 personer, musiker, låtskrivare, producenter etc. Läger vi till det alla som jobbar med marknadsföring, distribution, ekonomi, synkronisering, livebokning o.s.v., kan vi konstatera att hundratals personer är involverade i bara ett enda album, många av dem på konsultbasis.

Det är denna kritiska massa av mindre musikentreprenörer, de tusentals personer som jobbar bakom kulisserna, som legat till grund för den kreativa mylla som är nödvändig för de framgångar som svensk musikindustri haft. Bakom en Max Martin, en Zara Larsson eller ett Ace of Base finns mängder av människor som gjort "grovjobbet". Om det är något som identifierat svensk musikbransch under de senaste tre decennierna är det just samarbetsviljan och det hårda arbetet bakom kulisserna, ibland även mellan konkurrenter och över "rättighetsgränser". Detta skulle kunna vara en av förklaringarna till att Sverige har stuckit ut i jämförelse med många andra musikmarknader.

Spotify är naturligtvis den aktör som har flest anställda i Sverige, cirka 1 500, vilket numera utgör mindre än en tredjedel av de cirka 5 000 Spotifyanställda globalt. Nedanstående är en översikt av de största företagen och organisationerna i den svenska musikbranschen, efter Spotify, i fallande ordning, och gäller situationen före coronapandemin. Syftet är främst att visa på hur snabbt man kommer ned på relativt få anställda i företagen, och att även de stora företagen i musikbranschen är att betrakta som SMEs.<sup>18</sup>

17. Exempel på sådana personer är: Stikkan Andersson, Ola Håkansson, Denniz Pop, Max Martin, Shellback, Robyn, Avicii, Rami Yacoub, Zara Larsson, Andreas Carlsson, Björn Ulvaeus, Marie Fredriksson, Per Sundin, Benny Andersson, Jörgen Elofsson, Daniel Ek, Martin Lorentzon, Ludwig Göransson, Anders Bagge, Per Gessle med flera.

18. EU-kommissionen definierar små företag som 10–49 anställda med en omsättning på högst 10 miljoner euro, samt medelstora företag som 50–249 anställda med en omsättning på högst 50 miljoner euro.

TABELL 1: ANTAL ANSTÄLLDA I DEN SVENSKA MUSIKBRANSCHEN

Företag	Antal anställda
Epidemic Sound (musikbolag)	330
STIM (rättighetsorganisation)	130
Universal Music (musikbolag)	100
Live Nation (bokningsbolag)	75
Soundtrack Your Brand (streaming)	70
SAMI (rättighetsorganisation)	70
Sony Music Entertainment (musikbolag)	60
United Stage (bokningsbolag)	50
Playground Music (skivbolag)	50
Blixten & Co (bokningsbolag)	50
Amuse (musikbolag och distributör)	50
Warner Music Sweden (skivbolag)	45
Sony/ATV Music Publishing (förlag)	30
DFP Group/Record Union (distributör)	30
2Entertain (bokningsbolag)	30
Universal Music Publishing (förlag)	25
Luger (live)	18
Warner Chappel (förlag)	15
Jubel (musikbolag)	15
Gehrmans Musikförlag (förlag)	15
Sound Pollution	10
IFPI (rättighetsorganisation)	10
Cosmos Music (musikbolag)	10
Kobalt Music Scandinavia (förlag)	10
FKP Scorpio (live)	10
Artist Company Ten (musikbolag)	10
Ninetone (live)	7
MXM Music (förlag)	4
Aloaded (distributör)	4

Not: Ovanstående begränsade lista utgår från antal anställda i årsredovisning 2019, och fokuserar på de största aktörerna.

De 20 största organisationerna och företagen, inklusive Spotify, i det som kan kallas musikbranschens kärna i Sverige, har tillsammans cirka 2 600 anställda. Totalt har dock musikbranschen cirka 11 000 anställda i Sverige, det vill säga som är knutna till SNI-koder relaterade till musikbranschen (46433, 47630, 47913, 58190, 59200, 90010, 90020, 90030, 90040). Cirka 76 procent av alla verksamma i branschen är alltså i formen av fåmans- eller enmansföretag.

I ljuset av de tre senaste kriserna i musikbranschen, som för enkelhetens skull kan kallas *filddelningskrisen* under 00-talet, *finanskrisen* under 2008–2011, och *coronakrisen* under 2020–2021, har vi lärt oss att det framför allt är de mindre aktörerna som drabbas. Därför är det kanske också framför allt dessa aktörer som regelverk, stödfunktioner och åtgärder bör riktas mot, inom samtliga delbranscher. För att ge några exempel:

- Den frilansande ljud- eller ljussteknikern som är helt beroende av musikfestivalerna sommartid,
- Den lilla PR-byrån som jobbar med ett tiotal artister och som behöver ett ständigt flöde av uppdrag,
- Kompositören som under många år skapat musik till film, tv, reklam och teater, men som nu börjar bli ersatt av royaltyfri musik,
- Det lilla skivbolaget som inte lyckas komma in på de största spellistorna med sin utgivna musik,
- Den mellanstora artisten som tidigare hade bra intäkter genom att kunna sälja CD-skivor men som nu måste jobba extra för att streamingintäkterna inte räcker till.

Intervjuerna som genomförts med branschorganisationer och aktörer i branschen inför rapportförfattandet bekräftar det som också framhållits inom forskningen kring streaming. Det finns ett stort mellanskikt av artister som tidigare kunde försörja sig på att sälja relativt få CD-skivor per år, men som i dagens streamingparadigm inte kommer upp i de nödvändiga volymer av strömmar som behövs för att kunna försörja sig på den inspelade musiken. Dessa artister och musiker har naturligtvis blivit extra hårt drabbade av coronapandemin, eftersom deras största intäktskälla livespelningar mer eller mindre helt försvunnit. Större artister och bolag har kunnat kompensera intäktsbortfall från turnéer och konserter med intäkterna från streaming, något som mindre och mellanstora artister har svårare att göra.

En sammanställning av inkomster till artister, musiker och låtskrivare under åren 2018 och 2019, visar hur många små aktörer som är aktiva i branschen samtidigt som det är jämförelsevis få som når några större inkomster på sin musik. Nedanstående är den genomsnittliga inkomsten per år från STIM respektive SAMI:

#### Musikskapare/låtskrivare (genom STIM):

- 0 – 99 999 SEK: 44 537 personer (98,3 procent) varav 36 062 män, 7 740 kvinnor och 735 ej definierade
- 100 000 – 299 999 SEK: 492 personer (1,09 procent) varav 421 män, 64 kvinnor och 7 ej definierade

- 300 000 – 999 999 SEK: 209 personer (0,46 procent) varav 178 män, 23 kvinnor och 8 ej definierade
- > 1 000 000 SEK: 67 personer (0,15 procent) varav 59 män, 8 kvinnor och 1 ej definierad

#### Artister/musiker (genom SAMI):

- 0 – 9 999 SEK: 41 972 personer (95,32 procent)
- 10 000 – 29 999 SEK: 1 207 personer (2,74 procent)
- 30 000 – 999 999 SEK: 620 personer (1,41 procent)
- > 1 000 000 SEK: 235 personer (0,53 procent)

Det är uppenbart att det är få förunnat att kunna försörja sig enbart på intäkter från rättigheter och streaming.

## En förändrad ekonomisk modell för streaming?

Den nuvarande ekonomiska modellen för streaming, det vill säga pro rata-baserat på det totala antalet strömmar per land och månad, gynnar musik som kommer in på de stora spellistorna och som strömmas många gånger. Även om en artist har 10 000 fans som gillar musiken fördelas inte prenumerationsintäkterna baserat på just dessa fans musikkonsumtion specifikt, utan läggs in i en större pott som fördelas över hela landets totala konsumtion per månad. Resultatet blir att även om en användare inte lyssnat en enda gång på The Weeknd eller Ed Sheeran under ett år, kommer en betydande andel av de prenumerationsintäkter eller reklamintäkter som den användaren genererat ändå fördelas till rättighetshavarna runt omkring just de artisterna (Pedersen, 2014).

Sedan några år tillbaka har en alternativ modell diskuterats i musikbranschen. Den har också resulterat i flera studier om hur en potentiellt rättvisare modell skulle kunna se ut (Muikku m.fl., 2017; Dimont, 2018; Maasø, 2014, m.fl.). Sammantaget konstaterar samtliga studier att en övergång från en pro rata-modell till en så kallad user centric-modell skulle innebära förändringar i intäktsfördelningen från streamingtjänster, till fördel för mindre artister och genrer. User centric-modellen är också en fördelningsmodell som förespråkas av många branschorganisationer, och som under den senaste tiden också delvis börjat förespråkas av såväl de största musikbolagen som streamingtjänsterna Deezer och Spotify.<sup>19</sup> SoundCloud blev i mars 2021 den första streamingplattformen att införa en variant på den nya fördelningsmodellen som kallas Fan-Powered Royalty.<sup>20</sup>

19. Se till exempel de hearings initierade av det brittiska parlamentet som hållits i Storbritannien under år 2020 och 2021: <https://committees.parliament.uk/work/646/economics-of-music-streaming/events/all/>

20. Se pressmeddelande: <https://press.soundcloud.com/197001-soundcloud-introduces-fan-powered-royalties>

Ett problem med en användarfokuserad fördelningsmodell tydliggörs dock inom forskningen, nämligen att administrationskostnaderna ökar när fördelningen inte baseras på de upphovsrättsliga intäkterna av den totala konsumtionen i ett land utan på det exakta förhållandet mellan vad varje användare konsumerar och genererar i intäkter. Här är det värt att notera att det än så länge inte finns någon forskning i Sverige kring pro rata versus user centric. Undersökningarna har huvudsakligen genomförts i Danmark, Finland, Norge, Frankrike, Storbritannien och USA.

Flera branschorganisationer poängterar, att det behövs mer forskning och studier kring alternativa fördelningsmodeller från streamingtjänster. Det kan tyckas något märkligt att det inte har genomförts några sådana studier i det land som först av alla omfattade just streamingen när Spotify slog igenom. Ett förslag är därför att det i Sverige bör genomföras djupare forskning kring user centric och alternativa fördelningsmodeller, tillsammans med streamingplattformarna och de olika rättighetshavarna i branschen.

## Relationen mellan tech och musik

En berättigad fråga är om de framgångar svensk musik haft under 10-talet hade varit så omfattande utan Spotify. Utan Spotify, hade artister som Avicii, Zara Larsson, Icona Pop och andra svenska artister slagit igenom så stort internationellt? Utan Spotify hade i alla fall rättighetshavarna, låtskrivarna, producenterna inte haft samma ekonomiska plattform att stå på. Och utan Spotify hade vi förmodligen inte heller sett den ökade investeringslusta som musikbranschen fått ta del av under de senaste åren, med flera svenska företag som befinner sig längst fram i att transformera och utveckla musikområdet.

Det är lätt att glömma, men vi måste komma ihåg hur situationen såg ut i mitten av 00-talet, när en hel delbransch höll på att tyna bort på grund av att den allmänna inställningen var att musik skulle gå att få tag på gratis. Samtidigt rådde i Sverige en stor entreprenörlusta kring musik (Wisterberg och Pettersson, 2018), där många entreprenörer utvecklade kreativa lösningar, ibland utan att fråga musikens rättighetshavare om lov. Jag vill hävda att den smältdegel av datakunniga och ofta unga entreprenörer som utmanade de traditionella strukturerna var med och skapade inramningen för det som sedan skulle bli Spotify och streamingmodellen, och som mer eller mindre räddade musikbranschen.

Det går också att ställa sig följande frågor: Hade verkligen den svenska musiktechsektorn utvecklats på det sätt som den gjort om inte The Pirate Bay hade "skavt" under krisåren på 00-talet? Kan vi liksom Steve Jobs, som "tackade" Napster för insikten att digital musik skulle booma, något som ledde fram till iPoden och iTunes som i sin tur förde med sig en nystart för hela Apple, rentav tacka personerna bakom The Pirate Bay för att de var med och "tvingade" fram den förändring vi har sett?

Om det inte vore för de svenska techentreprenörerna, både de som verkat i den legala och den illegala kontexten, hade vi nog inte sett den enorma tillväxt som musiken genererat under det senaste decenniet. Då hade möjligen det vi idag kallar "musikundret" inte alls varit så stort som det är. Därför är det viktigt att betrakta Sveriges musikframgångar som ett fenomen i skärningspunkten mellan den tekniska utvecklingen och själva musikskapandet. Frågan blir därmed hur vi på bästa sätt kan stötta kopplingen mellan svensk tech och musik, i en tid när bolag, plattformar och låtkataloger i accelererande takt köps upp, helt eller delvis, av bland annat kinesiska och amerikanska storföretag.

Viktigt att poängtera är också att utvecklingen under det senaste decenniet inneburit att svenska branschorganisationer och insamlade upphovsrättsällskap fått en betydande internationell roll. STIM har till exempel med samarbetsprojektet ICE (där motsvarigheterna i Storbritannien, Tyskland, Belgien bland annat ingår) positionerat sig som en viktig internationell aktör vad gäller hantering av upphovsrättsliga intäkter. Även SAMI, IFPI och andra organisationer har fått en viktigare internationell roll på grund av Sveriges utveckling inom musiken.

Det vi idag kan kalla för "musikunder" är alltså något helt annat jämfört med det "musikunder" som diskuterades för 15–20 år sedan. Om det då i huvudsak handlade om artister som slog igenom utomlands, handlar det idag om ett potpurri av techföretag, branschorganisationer, låtskrivare, producenter och artister som gemensamt har en mycket större påverkan på den globala musikbranschen än vad Sverige någonsin haft tidigare.

## Bakgrundsfaktorer till det svenska "musikundret"

När vi sammanfattar kunskapen kring den svenska musikbranschen blir det tydligt att "musikundret" inte är något som enbart kan härledas till enskilda faktorer. Det handlar istället om en kombination av många olika faktorer som skapat förutsättningarna för individer och aktörer att kunna fylla viktiga roller i såväl den nationella som den internationella musikindustrin:

- En musik- och kulturskola som skapat en grogrund för musikutövande,
- Studiecirkel som tidigt blivit kontexten där band och artister utvecklas,
- En mycket aktiv musikföreningsrörelse under flera årtionden, som arrangerar festivaler, konserter och andra musikevenemang,
- En aktiv och levande scen för konserter i städerna, där artister har möjligheten att kunna utöva sin musik och utveckla sitt artistskap,
- En hög teknisk kompetens vad gäller musikskapande, inspelning och produktion av musik,
- En generation av IT-entreprenörer som vågat utmana traditionella strukturer och skapat tekniska lösningar som spridit sig över hela världen,

- En vilja bland de individer som varit med och byggt upp "musikundret" att föra kunskapen vidare, att fungera som mentorer för nya generationer av musikskapare och artister,
- En djup kunskap och förståelse kring den brittiska och amerikanska kultur- och underhållningsbranschen,
- En stor mängd små företag och entreprenörer som tillsammans utgör ett ekosystem av tjänster relaterade till musik.

## Rekommendationer och policyförslag

Musikbranschen är på många plan komplext organiserad. Skälen till att Sverige på vissa områden positionerat sig som ett framstående land inom musiken kan endast förstås genom att tydliggöra de olika delarna, rollerna och strukturerna, för att också identifiera de styrkor och svagheter som finns. Därför är det viktigt att politiker och beslutsfattare har en heltäckande bild av förutsättningarna för olika former av aktörer samt hur och var eventuella stöd och ny lagstiftning bäst kan göra nytta.

I arbetet med denna rapport har jag inhämtat underlag och synpunkter från företrädare från Musik Sverige, Svensk Live, STIM, SAMI, IFPI, Föreningen Svenska Tonsättare, SKAP, Musikverket, Svensk Jazz, Music Managers Forum Sweden, SYMF, Musikerförbundet, Svenska Oberoende Musikproducenter, Musikförläggarna, Export Music Sweden och Regional Musik i Sverige. Med utgångspunkt i detta ges följande rekommendationer och förslag för musikbranschen:

### 1) En långsiktig närings- och internationaliseringsstrategi

Det svenska "musikundret" har i mångt och mycket handlat om hur svenska artister och musik skapad av svenska låtskrivare och producenter slagit igenom framför allt på de stora musikmarknaderna USA, Storbritannien, Japan, Kanada, Tyskland och Australien, för att sedan bli globala fenomen. De upphovsrättsliga intäkterna dominerar exporten, och en viktig faktor är därför det stöd som ges till företag, artister och låtskrivare för internationalisering.

En organisation som Export Music Sweden fyller en nyckelroll genom att hjälpa svenska aktörer i musikbranschen med nätverk och PR gentemot den internationella branschen. Gemensamt för samtliga branschföreträdare är åsikten att Sverige under de senaste åren satsat alldeles för lite på just exportstöd, jämfört med andra branscher och framför allt jämfört med andra nordiska länder. Både de norska och finska musikexportorganisationerna får cirka tio gånger så mycket statligt stöd jämfört med Sverige.

Exportstöden har visat sig vara ytterst viktiga för att upprätthålla intresset för svensk musik i utlandet. I takt med att nya marknader blir exportländer av musik, till exempel



Sydkorea, Kina och Japan, kommer det troligen behövas ytterligare stöd under de kommande åren för att Sverige även framgent ska kunna hålla sig i framkant. Det är inte rimligt att branschen huvudsakligen på egen hand ska finansiera ett sådant exportstöd, framför allt inte i en situation där mer än hälften av musikekonomin varit mer eller mindre nedstängd.

Det branschens företrädare framhåller är vikten av att sätta in det internationaliseringsstöd som kommer att behövas för svenska artister, musiker och låtskrivare även efter pandemin, och att skapa en långsiktig gemensam näringsstrategi som fokuserar på att bibehålla Sveriges position på världsmarknaden. Det är lätt att dra slutsatsen att det inte skulle behövas något större statligt finansierat exportstöd, "det verkar ju gå så bra ändå", men beakta då följande:

1. Exportaktiviteter och internationalisering finansieras idag av branschen själv, snarare än med stöd från staten, som i våra grannländer. Det är kostnader som i slutändan drabbar artisterna och låtskrivarna.
2. Hade Sverige haft en mer långsiktig strategi för internationalisering och statligt exportstöd, hade förmodligen exportintäkterna varit ännu högre. Man skulle kunna säga att Sverige har lyckats skapa det internationella "musikundret" trots bristande stöd.

## 2) Etablerade stödfunktioner under längre tid

Under coronapandemin tappade många utövare och låtskrivare intäkter, och staten introducerade stödfunktioner på olika sätt. Värt att komma ihåg är att det i musikbranschen finns många och ganska komplicerade betalvägar som skapar ett relativt långt tidspann mellan att musiken används och att pengarna betalas ut, det handlar sällan om "här och nu".<sup>21</sup>

Det innebär att många musikskapare ännu inte sett de värsta konsekvenserna av pandemin, effekten beräknas komma först ett halvår eller till och med ett år efter det att pandemin är över (upphovsrättsutbetalningar från år 2019 pågår till exempel fortfarande). En undersökning genomförd i början av 2021 visar att över hälften av de svenska musikskaparna är oroliga inför om de kommer kunna fortsätta leva på sin musik framöver, även om samhället skulle öppna upp för konserter och festivaler som vanligt.<sup>22</sup>

Därför finns det ett stort behov av riktade insatser mot utövare och musikskapare under en längre tid än enbart fram till när konserter och festivaler kan börja genomföras igen. Stödfunktioner måste vara baserade i en djup förståelse av hur hela musikekonomin ser ut, snarare än att se musikundret som ett "självspelade piano".

---

21. STIM: Öppna upp livemusik och förläng krisstödet (2020) <https://www.stim.se/sv/opinion/oppna-upp-livemusik-och-forlang-krisstodet>  
 22. <http://www.musikindustrin.se/2021/02/20/oro-hos-latskrivare/>

### 3) Säkra rimlig ersättning till rättighetshavare

Samtliga branschföreträdare ser implementeringen av det nya upphovsrättsdirektivet, DSM-direktivet, som oerhört viktigt inför framtiden. På samma sätt som tidigare direktiv hanterat angelägna juridiska frågetecken kring upphovsrätten i den digitala kontexten, till exempel European Copyright Directive (EUCD) som implementerades i svensk lagstiftning 2005, och Intellectual Property Rights Enforcement Directive (IPRED), implementerat år 2009, syftar DSM-direktivet till att stärka rättighetsinnehavarnas position på marknaden, inte minst internationellt.

Denna nya lagstiftning riktar bland annat in sig på att utövare och låtskrivare alltid ska kunna kräva rimlig ersättning när deras musik försäljs eller används, samt ges möjlighet till omförhandlingar av avtal, när till exempel den tekniska utvecklingen förändrar förutsättningarna. För detta ska en oberoende instans agera som medlare och göra bedömningar kring huruvida rådande avtal är rättvisa eller ej. Dessa förändringar kommer stärka upphovspersoners och artisters position i branschsystemet. Den sortens offentliga parlamentariska diskussioner som genomförts i Storbritannien under perioden november 2020 – mars 2021 är ett exempel på hur även Sverige borde kunna lyfta frågor kring musiken och streamingekonomin ytterligare en nivå.<sup>23</sup>

### 4) Öka rättvisan från upphovsrättsliga intäkter med faktisk rapportering

Det finns en oro att det nya upphovsrättsdirektivet inte kommer implementeras på ett sätt som stämmer överens med andemeningen i direktivet, att svenska politiker och lagstiftare kommer att ta udden av det. Det gäller främst hur skrivningar om UGC-plattformars (User Generated Content) ansvar kommer att formuleras i lagtexten, inklusive vilket ansvar plattformar har att rapportera musikanvändning till insamlande sällskap och rättighetshavare. Här är det viktigt för beslutsfattare att förstå hur upphovsrätten fungerar ända ut mot den enskilda musikkaparen, till exempel skillnaden mellan att betala ut upphovsrättsliga intäkter baserat på rapportering eller baserat på "analogi".

Analogiavräkning av upphovsrättsliga intäkter innebär att man använder sig av en fördelningsnyckel som skulle kunna sägas vara en kvalificerad "gissning" av hur musikkonsumtionen ser ut generellt i ett land. Sådan analogiavräkning används i stor utsträckning inom till exempel bakgrundsmusiken, och har i många fall också varit det enda sättet för upphovsrätsorganisationer att dela ut pengar från UGC-plattformar.

Problemet med detta är att systemet i olika hög grad kan bli orättvist gentemot artister, musiker och låtskrivare, vars musik kanske spelas mycket på UGC-plattformar men mindre på plattformar som Spotify och Apple Music. På grund av att dessa plattformar

---

23. Se <https://committees.parliament.uk/work/646/economics-of-music-streaming/> för inspelningar av hearings samt skrivelser från olika aktörer i musikindustrin.

ännu inte rapporterar in detaljerade siffror görs istället en analogiavräkning som bygger på användning av musik i radio, TV, butiker och streamingtjänster, där artistens musik kanske inte alls spelas så mycket.

### **5) Öka transparensen kring funktioner för urval av musik**

Som en del i detta finns också krav på ökad transparens som framförts från flera håll, både vad det gäller bolagens avtal med streamingtjänster och information kring de algoritmer som styr vilka låtar som hamnar på vilka spellistor. Det här är naturligtvis en balansgång mellan den rätt som kommersiella aktörer har att behålla konfidentialitet i såväl avtal som teknisk funktionalitet och den rätt som den nya lagstiftningen vill introducera för att skapa ökad transparens och rättvis ekonomisk kompensation.

Här kan vi se att plattformarna successivt går mot en ökad transparens, vilket till exempel Spotifys lansering av Loud & Clear är ett exempel på.<sup>24</sup> Det finns dock fortfarande mycket kvar att göra på området för att utövare och musikskapare ska känna sig helt nöjda med situationen.

### **6) Långsiktig hållbarhet i samband med upphovsrättsliga intäkter**

Ett annat av de mest diskuterade områdena i musikindustrin under de senaste åren är aktörer som "köper loss" samtliga rättigheter kring musiken, och därmed på ett sätt har byggt upp en parallell musikekonomi till den traditionella upphovsrätten. Idag används royaltymfri musik flitigt i såväl TV-produktioner inom public service, i reklam, bland videoskopare på YouTube och inom bakgrundsmusiken där kommersiella aktörer som restauranger, caféer, gym, butiker och andra använder musik i sin verksamhet. Även här handlar det om att hitta rätt balans mellan entreprenörskap, kreativ frihet och en stark och effektiv upphovsrätt.

Det finns mycket kvar att göra för att utreda effekterna kring en utveckling där allt fler musikskapare betraktar sina verk som kortsiktiga intäktskällor, snarare än långsiktiga tillgångar skyddade av upphovsrätten, inte minst betraktat utifrån ett exportperspektiv där det är de långsiktiga upphovsrättsliga intäkterna som är lejonparten i det vi kallar "musikundret".

### **7) Överväg kollektiv ersättning från konsumentstreaming**

En del branschföreträdare vill också att DSM-direktivet ska introduceras på ett sådant sätt att utövare, artister och musiker, får kollektiv ersättning även från konsumentstreaming, på samma sätt som låtskrivare och kompositörer får (kom ihåg de tidigare olika rollerna), det som kallas en "oavvislig ersättningsrätt".

---

24. <https://loudandclear.byspotify.com>

I dagsläget får artister och musiker som är kontrakterade till musikbolag endast betalt från streaming baserat på det avtal de har med musikbolaget, masterägaren. Det här menar till exempel SAMI och Musikerförbundet sätter utövarna i en svag förhandlingsposition, som skulle kunna åtgärdas med ny lagstiftning där en del av intäkterna till streamingtjänster också fördelas till en kollektiv insamlande förvaltningsorganisation som sedan fördelar intäkter till utövarna.

### **8) Utred Sveriges ståndpunkt kring upphovsrätt och AI**

Ytterligare ett område som framhållits i dialogen med branschföreträdarna är frågeställningar kring upphovsrätten och den snabba utvecklingen inom artificiell intelligens (AI). Här börjar en politisk debatt blåsa upp på EU-nivå. Det är viktigt att även Sverige utreder och tydligt besvarar de frågor som utan tvekan kommer att uppstå framöver: Vad är det egentligen som ska skyddas av upphovsrätten? Vem ska få skyddet? Klarar dagens regelsystem av att hantera AI? Vilka konsekvenser skulle eventuella regelförändringar få?

### **9) Utred hur centralisering inom digital distribution påverkar branschen**

En annan fråga som framhålls är vad de "nya" pengarna som kommer in i musikbranschen egentligen innebär långsiktigt. Allt fler musikföretag introduceras på börser runt om i världen, och vi ser en snabb trend där låtskrivare och förlag säljer sina rättigheter via vad som närmast skulle kunna betraktas som en ny form av handelsplattformar för musik. Precis som i dataspelsbranschen har musiken tagit steget till att bli föremål för stora investeringar och satsningar. Relaterat till detta är också de uppköp av independent-distributörer som gjorts under de senaste åren av majorbolagen (som The Orchard, Phonofile och AWAL som idag ägs av Sony) och som har lett till frågetecken kring om även indiedistribution av musik är på väg att bli en del av majorstrukturen. Här behövs mer uppföljning och forskning för att förstå hur centralisering inom den digitala distributionen påverkar musikbranschens ekosystem.

### **10) Underlätta kapitalförsörjning till musikskapande**

Utövare och musikskapare har generellt svårt med kapitalförsörjning för själva produktionen av musik. Det är ofta omöjligt för låtskrivare och små musikförlag att till exempel få lån för att skapa musik, delvis eftersom det är svårt att förutse hur mycket intäkter en låt eller ett album kommer inbringa under de kommande åren. Framför allt finansiella institutioner har svårt att förstå ekonomin kring musik- och upphovsrätt.

Techföretag i musikbranschen har som jämförelse relativt lätt att attrahera kapital, både från bank och genom riskkapital. Det är lite paradoxalt att mellanhänderna, i form av musikbolag, plattformar med flera, har lättare med kapitalförsörjning än de som skapar själva kärnprodukten. Här behöver det utvecklas mer robusta beräkningsmodeller baserat på statistisk analys av intäkter över tid och värderingar av låtar och kataloger. Det genomförs just nu en hel del intressant arbete i Sverige på det här området av

nystartade bolag som Riteband/Tangy Market och Corite, men även av STIM och musikförlagen i Sverige.

Allt fler musikföretag introduceras också på börser runt om i världen och vi ser en snabb trend där låtskrivare och förlag säljer sina rättigheter via vad som närmast skulle kunna betraktas som en ny form av handelsplattformar. Just nu är så kallade NFTs i ropet (Non-fungible token), där vem som helst med kryptovaluta kan köpa in sig i kulturella artefakter, som videos på TikTok, en bloggpost, eller musik på Spotify, och sedan vara med och dela på den framtida vinsten.<sup>25</sup>

### **11) Säkra diversiteten bland utövare i branschen**

Ytterligare ett viktigt område handlar om hur streamingekonomin är uppbyggd och vilka som har gynnats respektive drabbats av paradigmskiftet för musikkonsumtion. Undersökningar visar att det framför allt är mellanskiktet bland artisterna och musikerna som har en utmaning i den nya streamingekonomin (Maasø, 2014; Muikku m.fl., 2017; Dimont, 2018; Alaei m.fl., 2020; Centre National de la Musique, 2021). Tidigare kunde de sälja CD-skivor på turnéer och konserter eller i butik, och kunde med jämförelsevis få sålda enheter försörja sig. Idag krävs en helt annan volym på streamingtjänster för att mellanstora svenska akter ska kunna få några intäkter att prata om, på grund av den tidigare nämnda pro rata-modellen.

Många av dessa artister och band får idag förlita sig på försäljning av merchandise och livekonserter, något som naturligtvis varit mycket svårt under coronapandemin. Istället har många tvingats ta andra jobb, som inte har med musik att göra, och en hel del artister som under många år bidragit till den svenska musikens mångfald, både nationellt och internationellt, har helt enkelt kastat in handduken. Givet tidigare argumentation är detta allvarligt för huruvida Sverige även framgent ska betraktas som ett "musikunder", då det just är diversiteten och den stora myllan av utövare och entreprenörer som har skapat framgångarna.

### **12) Se över stödfunktionerna för branschens aktörer**

Ytterligare något som framkommit i dialogen med branschen är att det finns en vilja att utreda de existerande stödfunktionerna i Sverige, där till exempel vissa genrer har en mer framstående position än andra bland de stödjande institutionerna, och där fördelning av medel baseras på modeller som kanske inte alltid har uppdaterats i takt med hur musikkonsumtionen har utvecklats.

Policyrekommendationer till beslutsfattare kan endast ges avhängigt de större politiska mål som sätts i samhället, inklusive vilka olika stödfunktioner som aktiva inom de

---

25. NFTs for copyrights: Why non-fungible tokens could transform who gets paid from music rights, and how (Music Business Worldwide, 2021). <https://www.musicbusinessworldwide.com/nfts-for-copyrights-why-non-fungible-tokens-could-transform-who-gets-paid-from-music-rights-and-how/>

kreativa näringarna ska kunna dra nytta av. Förslag som framkommit är till exempel att för frilansande musiker och artister (som alltså merparten av utövarna består av), bör inkomstbortfallsprincipen gälla. På samma sätt som tidigare intjänad inkomst ligger till grund för stöd genom A-kassa och Försäkringskassan, skulle tidigare upphovsrättsliga intäkter och inkomster från livespelningar kunna utgöra en grund för ersättningar. Här finns det behov av att formalisera en tydlig struktur, som balanserar stödet med det faktum att artister och musiker befinner sig i en "popularitetsbransch".

De förslag som framhållits av till exempel Musikerförbundet och SYMF handlar inte om intäktsbortfall på grund av bristande "popularitet". De anser att det bör finnas tydliga stödstrukturer i samhället under extraordinära omständigheter, som kriserna under piratkopieringsperioden på 00-talet (då det överhuvudtaget inte fanns några som helst riktade statliga stöd gentemot de aktörer som drabbades), finanskrisen i slutet av 00-talet, och nu senast coronapandemin.

Dessutom upplevs en bristande förståelse bland institutionella aktörer som Arbetsförmedlingen och Försäkringskassan kring de arbetsvillkor som många i musikbranschen verkar under. Musikbranschen utgörs som tidigare nämnts, av en stor mängd små aktörer, många av dessa är verksamma som enskild firma eller på andra sätt frilansande. Skyddet för dessa är idag ofta mycket osäkert, inte minst på grund av att den som driver enskild firma inte har rätt att uppbära a-kassa så länge den enskilda firman är aktiv, även om uppdragen skulle minska eller helt försvinna på grund av yttre omständigheter.

### **13) Stöd till jämställdhetsarbetet i branschen**

Ytterligare ett område som nämnts bland branschens representanter är att det fortfarande behövs arbete med jämställdheten i branschen. Även om #metoo skapade medvetenhet kring problematiken och det har skett snabba och positiva förändringar under de senaste åren, finns det fortfarande ojämsställda strukturer i musikbranschen som behöver hanteras. Inte minst gäller detta för producent- och låtskrivarområdena. Siffrorna som tidigare presenterats i rapporten visar på en mycket stor diskrepans rörande intäktsnivåer till manliga och kvinnliga musikkapare. Det som är alarmerande är att skillnaden mellan män och kvinnor tenderar att bli större högre upp i intäktstrappan, här exemplifierat med utbetalningarna från STIM för år 2019:

0 – 99 999 SEK:	21,1 procent kvinnor
100 000 – 299 999 SEK:	15,2 procent kvinnor
300 000 – 999 999 SEK:	12,9 procent kvinnor
> 1 000 000 SEK:	13,6 procent kvinnor (endast 8 stycken)

#### 14) Säkra återväxten av musiker

Avslutningsvis är den inhemska återväxten av musiker, genom musikskolorna, ytterligare något som framhållits. Idag ser vi en minskning i antalet barn och ungdomar som lär sig instrument och musicerande, något som kan slå tillbaka på den svenska musikbranschen om 10–15 år. Här finns det behov av att utveckla konceptet kring musikskolor så att det i högre grad anpassas till hur barn och ungdomar idag lär sig och konsumerar media och musik generellt, till exempel med hjälp av smartphones och plattor.

Det är framför allt fem områden som tydligt framträder som de viktigaste just nu för att kunna bibehålla och stärka det svenska "musikundret".<sup>26</sup>

1. En effektiv implementering av det nya upphovsrättsdirektivet (DSM), som inkluderar flera viktiga förändringar för utövare, låtskrivare med flera, inte minst möjligheten att enligt lag kunna omförhandla befintliga avtal,
2. Etablera stödfunktioner till små företag och enskilda utövare, främst i samband med kriser, inklusive mer anpassade skatteregler på kulturområdet,
3. Lagstiftning och regler som hanterar friköpt musik, det vill säga när aktörer köper loss alla rättigheter för musiken från upphovspersonerna,
4. Utökad satsning på exportstöd, Sverige sticker ut bland de nordiska länderna med det jämförelsevis lägsta statliga stödet, tillsammans med en långsiktig närings- och internationaliseringsstrategi,
5. Ökad transparens i streamingsektorn, liksom ytterligare utredning kring en eventuell övergång från pro-rata till user-centric som fördelningsmodell, med syftet att skapa en mer rättvis musikekonomi.

---

26. Baserat på tidigare nämnd undersökning bland musikens branschorganisationer.

## Referenser

- Albinsson, S. (2013). [Nothing New Under the Sun](#), Essays on the Economic History of Intellectual Property Rights in Music, Gothenburg Studies in Economic History 8.
- Alaei, S., Makhdoui, A., Malekian, A., Pekeč, S. (2020). "[Revenue-Sharing Allocation Strategies for Two-Sided Media Platforms: Pro-Rata versus User-Centric](#)", Rotman School of Management Working Paper No. 3645521.
- Arvidsson, K. (2007). [Skivbolag i Sverige - musikföretagandets 100-åriga institutionalisering](#), Högskolan i Kalmar, Handelshögskolan BBS.
- Bjälensjö, J. (2013). [Rock n roll i Hultsfred – Ungdomar, festival och lokal gemenskap](#). Diss., Lunds universitet, 2013, Båstad: Hammarlin.
- Delkvist, K. (2012). [Det svenska musikundret - Ungdomars kunskap om det svenska musikundret och hur skolan arbetar med musik](#), Examensarbete, Göteborgs universitet.
- Dimont, J. (2018). [Royalty Inequity: Why Music Streaming Services Should Switch to a Per-Subscriber Model](#), *Hastings Law Journal*, 69(675).
- Eriksson, M., Fleischer, R., Johansson, A., Snickars, P. och Vonderau, P. (2019). [Spotify Teardown: Inside the Black Box of Streaming](#), MIT Press, Cambridge, MA, USA.
- Fleischer, R. (2012). [Musikens politiska ekonomi. Lagstiftningen, ljudmedierna och försvaret av den levande musiken, 1925–2000](#), Ind bokförlag, Halmstad.
- Florén, T. (2010). [Talangfabiken - Om organisering av kunskap och kreativitet i skivindustrin](#), Doktorsavhandling, Stockholms universitet.
- Hagsmo, L. (2014). [En mötesplats fylld av mening: En studie om gemenskap och samarbete i skapandet av Arvikafestivalen](#), Doktorsavhandling, Karlstad universitet.
- Hallencreutz, D. (2002). [Populärmusik, kluster och industriell konkurrenskraft. En ekonomisk-geografisk studie av svensk musikindustri](#), Doktorsavhandling, Uppsala universitet.
- Johansson, D. (2010) [Forskningsgenomgång: Fildelning skadar musikförsäljningen](#), Nextopia.
- Johansson, D. (2014). [Music festivals in Sweden - an analysis of the ten largest commercial festivals 2000 – 2013](#), Linnéuniversitetet.
- Johansson, M. (2008). [Engaging Resources for Cultural Events](#), Doktorsavhandling, Handelshögskolan I Stockholm.
- Johansson, O. (2010). [Beyond ABBA: The Globalization of Swedish Popular Music](#), *Focus on Geography*, 53(4).
- Karlsson, D. och Ekvall L. (2002). "Den ofrivilliga företagaren - en studie av kultur, ekonomi och företagande", Nätverkstan Kultur i Väst, Göteborg.
- Leijonhufvud, S. (2018). [Liquid Streaming – the Spotify Way to Music](#), Doktorsavhandling, Luleå tekniska universitet.
- Lindgren, S. (2014). [Forskning om kulturskolan - En forskningsöversikt](#), Sveriges Musik- och Kulturskoleråd.
- Maasø, A. (2014). [User-centric settlement for music streaming. A report on the distribution of income from music streaming in Norway, based on streaming data from WiMP Music](#), University of Oslo, Norge.
- Muikku, J. (2017). [Pro Rata and User Centric Distribution Models: A Comparative Study](#), Digital Media Finland.



- Musiksverige (2020). Musiksverige årsrapporter (2009–2019), <https://www.musiksverige.org/rapporter>
- Nordström, M. (2010). [Rocken spelar roll - En etnologisk studie av kvinnliga rockmusiker](#), etnologiska skrifter 54, Umeå universitet.
- Page, W. och Safir, D. (2018). [Money In, Money Out - Lessons from CMO's in allocating and distributing licensing revenue](#), Music & Copyright Newsletter 29 August 2018.
- Pedersen, R. R. (2014). "[Music Streaming in Denmark: An analysis of listening patterns and the consequences of a 'per user' settlement model based on streaming data from WiMP](#)", Roskilde University.
- Portnoff, L. (2008). [Control, cultural production and consumption](#). Theoretical Perspectives, Empirical Dilemmas, and Swedish Music Industry Practices. Doktorsavhandling, Handelshögskolan I Stockholm.
- Power, D. & Jansson J. (2004). [The emerge of a post-industrial music economy?](#), *Geoforum* 35(4):425-439.
- Styvén, M. (2007). [Exploring the Online Music Market: consumer characteristics and value perceptions](#), Semantic scholar.
- Tillväxtverket (2011), "[Metodutveckling - Musikbranschen i siffror](#)".
- Trondman M., Florén T., Bjälesjö J. och Lund A. (2021) [Efter Hultsfred – Kulturella entreprenörer i spåren efter festivalen](#), Familjen Kamprads stiftelse.
- Wikström, P. (2006). [Reluctantly Virtual - Modelling Copyright Industry Dynamics](#). Doktorsavhandling, Karlstad universitet.
- Wikström, P. (2019). [The Music Industry: Music in the Cloud](#), 3rd Edition, Wiley.
- Wisterberg, E. och Pettersson J. M. (2018). [Sagan om Spotify](#), Volante, Stockholm.

## Om författaren

**Daniel Johansson** är musikbranschforskare knuten till Ekonomihögskolan på Linné-universitetet, med ett starkt fokus på kopplingen mellan digital teknik och musikbranschen. Han analyserar branschens utveckling på uppdrag av svenska skivbolag och musikförlag på [www.musikindustrin.se](http://www.musikindustrin.se), samt är med och leder forskningsprojektet [www.futurepulse.eu](http://www.futurepulse.eu).

E-post: [daniel.johansson@lnu.se](mailto:daniel.johansson@lnu.se).

Webb: <https://lnu.se/en/staff/daniel.johansson>.





Denna policysammanfattning är en del av Entreprenörskapsforums serie om branscher som kan beskrivas som "svenska under". Vi ser det som branscher där svenska företag utmärkt sig med stark tillväxt samt uppmärksammats internationellt. I serien lyfts dataspels-, musik-, mode- och techbranscherna fram. Disputerade forskare sammanställer forskningsläget och utvecklingen inom branscherna och författarna lägger fram ekonomisk-politiska förslag för att ytterligare främja entreprenörskap.

