MUSIC NORWAY

INNSIKT

MENON ECONOMICS

MUSIKKBRANSJEN I NORGE
2011 - 2015

Økonomisk analyse av fem delbransjer og elleve undergrupper

Centre for Creative Industries

BI

BI Centre for Creative Industries 2017

Rapport nr. 2 2017, *Musikkbransjen i Norge 2011-2015 – Økonomisk analyse av fem delbransjer og elleve undergrupper*

Øyvind Torp, Anne-Britt Gran, Irina Eidsvold Tøien og Marcus Gjems Theie

Copyright © by BI Centre for Creative Industries

All Rights Reserved

Utgitt av BI Centre for Creative Industries

Handelshøyskolen BI

Nydalsveien 37

0424 Oslo

Hjemmeside norsk: http://www.bi.no/cci

Hjemmeside engelsk: http://www.bi.edu/cci

Blogg: centreforcreativeindustries.wordpress.com

Twitter: @BI_CCI

Forside: Julie Vold, Music Norway

Innholdsfortegnelse

Introduksjon fra oppdragsgiver 5

Forord 6

Sammendrag av hovedfunn 7

Metode – hva måles og hvordan 9

Aksjeselskap og andre lignende selskapsformer vs. enkeltpersonforetak 10

Mål 10

Utvalget for hele musikkbransjen 14

Utvalget for fem delbransjer med undergrupper 16

Inndelingen av musikkbransjen i delbransjer med undergrupper 17

Live 19

Innspilt musikk 20

Rettighetsforvaltning 20

Rettighetshavere/ management 21

Musikkinstrumenter 22

Rettighetenes liv i musikkbransjen 22

Resultater: Hele musikkbransjen (AS o.a. og ENK) 2011-2015 26

Verdiskaping 26

Sysselsetting 27

Lønnsomhet 28

Omsetning 29

Omsetning og verdiskaping 30

Topplister 31

Sammenligning med Fastlandsøkonomien og den kreative næringen forøvrig 33

Resultater: Delbransjer med undergrupper – AS o.a. (746 selskaper) 2011-2015 37

Sammenligning av delbransjene 38

Verdiskaping 38
Sysselsetting 42
Lønnsomhet 45
Geografisk nedbryting 46
Analyse av delbransjer 51
Live 51
Innspilt musikk 55
Rettighetshavere og management 58
Rettighetsforvaltning 63
Musikkinstrumenter 65
Referanser 69
Om teamet 70

Introduksjon fra oppdragsgiver

En viktig del av Music Norway sitt oppdrag er at vi skal bidra til økt kunnskap, forskning, kartlegging og analyse av musikkfeltet. Denne kartleggingen av økonomien i norsk musikkbransje på selskapsnivå, er et svar på dette. Sammen med flere andre analyser vi har gjort i samarbeid med BI Centre for Creative Industries (BI:CCI) og andre institusjoner, vil denne rapporten gi verdifull innsikt når strategi og tiltak skal utvikles.

Music Norway er forvalter av offentlige midler og en del av et sammensatt virkemiddelapparat som skal legge til rette for at musikkbransjen skal utvikle seg. Da er det essensielt med et godt beslutningsgrunnlag. Etter at BICCI leverte rapporten Kreativ Næring i Norge 2008-2014, så vi en mulighet for en mer detaljert rapport om musikkbransjen i forlengelsen av denne. Nå sitter vi med resultatet. Vi håper også at flere aktører både i og utenfor musikkbransjen kan få nytte av denne rapporten, som er den mest omfattende økonomiske kartleggingen av bransjen som er laget i Norge.

Music Norway skal legge til rette for eksporttiltak og internasjonalisering, og for å satse på et globalt marked er vi avhengig av et profesjonelt og sunt hjemmemarkedet som utgangspunkt. Med denne kartleggingen kan vi på en mer presis måte formidle bransjens struktur og størrelse, samt hvordan kapitalen flyter mellom de forskjellige delbransjene og undergruppene. Det har ikke vært mulig å skille ut eksportens andel av musikkbransjens økonomi i denne runden, men det vil være naturlig å finne metoder for dette senere.

Kartleggingen gjør oss i stand til å se hvor musikkbransjen plasserer seg i forhold til andre bransjer i kreativ næring, og en viktig del av kartleggingen er målingen av verdiskapingen. Den gir en pekepinn på musikkbransjens betydning for den norske fastlandsøkonomien som sådan, og hvordan den bidrar til BNP. Med et sterkere næringspolitisk fokus i kulturpolitikken, og et generelt behov for omstilling av norsk økonomi, håper vi også at kartleggingene kan bidra til å synliggjøre musikkbransjen i et samfunnsøkonomisk perspektiv. Musikkbransjen, i hvert fall viktige deler av den, er et eksempel på en turbulent omstilling fra fysisk til digital økonomi, som etter en lengre periode med nedgang nå opplever vekst. Den historien kan vi. Denne rapporten kartlegger derfor hva som har skjedd *etter* at bransjen omstilte seg. Vi tror også musikkbransjen kan være et eksempel for andre bransjer som ennå ikke har kommet seg gjennom digitaliseringsfasen. For det er lys i enden av tunnelen.

Kathrine Synnes Finnskog
Direktør, Music Norway

Forord

Det er mange indikatorer som tyder på en positiv kommersiell utvikling for norsk musikkbransje for tiden. Den internasjonale etterspørselen etter norsk musikk er økende, flere norske artister og rettighetshavere markerer seg i sentrale internasjonale markeder og norskandelen blant forbruket av Innspilt musikk i Norge er inne i en positiv utvikling (IFPI 2017). Tidligere rapporter har vist at bransjens verdiskaping og omsetning har økt betraktelig siden 2011 (Gran, Torp og Theie 2016; Rambøll 2016). Samtidig har den norske og nordiske musikkbransjen ligget foran andre markeder når det gjelder kompetanse innenfor digitaliseringen av bransjen. På papiret har de kommersielle mulighetene for musikkbransjens rettighetshavere og bransjeaktører sannsynligvis aldri vært bedre enn nå.

Utviklingen i musikkbransjen har sammenfalt med en kulturpolitisk dreining i retning næringsutvikling og en norsk økonomi i omstillingsmodus. Situasjonen har blitt gjenspeilet av optimisme og fremtidstro i særlig den næringsrettede delen av bransjens offentlige virkemiddelapparat (Øgrim 2016). Skal virkemiddelapparatet lykkes i å utnytte potensialet som ligger både i det norske og i det internasjonale musikkmarkedet, er det avhengig godt beslutningsgrunnlag. Med denne rapporten ønsker vi å gi en detaljert innsikt i utviklingen av økonomien i norsk musikkbransje i perioden 2011-2015, og vi håper det vil kunne bidra til å styrke beslutningsgrunnlaget til vår oppdragsgiver og samarbeidspartner, Music Norway.

I denne rapporten deler vi musikkbransjen inn i fem delbransjer og 11 undergrupper. Arbeidet med inndelingen er gjennomført i tett samarbeid med Music Norway (ved Carl Kristian Johansen) og i dialog med Norske konsertarrangører. Vi takker begge organisasjonene for det gode samarbeidet.

Øyvind Torp (Prosjektleder)
Forsker, BI Centre for Creative Industries

Professor Anne-Britt Gran
Leder, BI Centre for Creative Industries

Førsteamanuensis Irina Eidsvold Tøien
BI Institutt for rettsvitenskap

Marcus Gjems Theie
Seniorøkonom, Menon Economics

Sammendrag av hovedfunn

- **Funn for hele musikkbransjen fra 2011 til 2015**
  - Norsk musikkbransje (AS o.a. andre lignende selskapsformer) hadde en samlet verdiskaping på 2,2 mrd. kroner i 2015. Verdiskapingen har økt med 28 prosent fra 2011 til 2015. Halvparten av veksten kom i 2015.
  - Omsetningen var på 10 mrd. kroner i 2015. Omsetningen har økt med 22 prosent fra 2011 til 2015. Av de 10 mrd. kronene som ble omsatt i 2015 ble 8,1 mrd. kroner omsatt i selskaper med aksjeselskap- og lignende organisasjonsformer. 1,8 mrd. kroner ble omsatt i Enkeltpersonforetak.
  - Musikkbransjens verdiskapings- og sysselsettingsutvikling har vært sterkere enn i fastlandsøkonomien og den kreative næringen for øvrig i perioden 2011-2015. I disse årene har musikkbransjens verdiskapingsutvikling vært 3 prosentpoeng høyere enn fastlandsøkonomien og 20 prosentpoeng høyere enn den kreative næringen for øvrig. Samtidig har Musikkbransjens sysselsettingsutvikling vært 1 prosentpoeng høyere enn fastlandsøkonomien og 8 prosentpoeng høyere enn den kreative næringen forøvrig.
  - Hele musikkbransjen (AS o.a. og ENK) sysselsatte 11 665 i 2015. Sysselsettingen har økt med 24 prosent fra 2011 til 2015
  - Gjennomsnittlig lønnsomhet (målt i driftsmargin) har ligget stabilt rundt 7 prosent i perioden for AS o.a, men økte til 9,1 prosent i 2015
  - Musikkbransjens ti største bedrifter (AS o.a.) utgjorde hele 44 prosent av samlet verdiskaping i bransjen i 2015.

- **Funn for bedrifter med mer enn 100 000,- i verdiskaping i 2015 (Musikkbransjen inndelt i 5 delbransjer og 11 undergrupper).**
  - Av de fem delbransjene Live, Innspilt musikk, Rettighetshavere og management, Rettighetsforvaltning og Musikkinstrumenter, har Rettighetshavere/ management hatt sterkest verdiskapingsvekst i perioden 2011-2015 (75 prosent)
  - Live-bransjen og Rettighetshavere/management er de eneste delbransjene med sterk sysselsettingsvekst i perioden. Rettighetshavere/ managements sysselsetting har vokst med 59 prosent fra 2011 til 2015, mens Livebransjens sysselsetting har vokst med 25 prosent.

- Oslo utgjør 34 prosent av antall selskaper med verdiskaping på 100 000,- eller mer, og disse utgjør 68 prosent av verdiskapingen i disse selskapene.
- Hordalands verdiskaping har hatt en formidabel vekst i løpet av perioden og økte fra 77 mill. NOK i 2011 til 135 mill. NOK i 2015. Denne veksten tilsvarer 75 prosent og er langt høyere enn både Oslos og resten av Norges vekst i samme periode, som begge har hatt en verdiskapingsvekst på 35 prosent.
- Oslos andel av landets sysselsetting i musikkbransjen har gått ned fra 58 til 51 prosent fra 2011 til 2015.
- Undergruppene Management, Låtskrivere/utøver, Teknisk leveranse (i Livebransjen), Festivalarrangørene og bookingselskap har økt sine andeler av musikkbransjens samlede verdiskaping fra 2011 til 2015.

Metode – hva måles og hvordan

I denne rapporten har vi kartlagt verdiskaping, omsetning, sysselsetting og lønnsomhet i musikkbransjen i tidsperioden 2011-2015. Kartleggingen er gjort på to ulike nivåer:

1) For hele musikkbransjen, dvs. for alle selskapene i populasjonen i BICCI-rapporten *Kreativ næring i Norge 2008-2014* (2016). I 2015 var dette 1 485 selskaper.
2) For 5 delbransjer med 11 undergrupper basert på et utvalg av hele musikkbransjen. Utvalget består av bedrifter (kun AS o.a.) med verdiskaping på 100 000,- eller mer. Det utgjorde 746 selskaper i 2015, og verdiskapingen til disse stod for 96 prosent av verdiskapingen i hele musikkbransjen. Vi har sett på hvordan disse selskapene har gjort det i perioden 2011-2015.

Rapportens sjanger er deskriptiv, noe som betyr at vi *beskriver* de empiriske funnene, fremfor å fortolke eller forklare dem ved hjelp av teori og/ eller historiske perspektiver. Sjangervalget er tatt fordi oppdraget har vært å fremstille en mer nyansert oversikt over økonomien i musikkbransjen enn det som er frembrakt i tidligere rapporter. Inndelingen i fem delbransjer med en rekke undergrupper, og måling av verdiskaping, omsetning, sysselsetting og lønnsomhet i disse, er hovedbidraget til denne nyanseringen. Vi har også systematisk tatt med omsetningstall, slik at det blir lettere å sammenligne med andre nasjonale og internasjonale rapporter om musikkbransjen (Rambøll 2016, EY 2015; 2014).

2016-karlegging av kreativ næring i Norge viste at musikkbransjens verdiskaping nådde et bunnpunkt i 2011, og at årene som fulgte frem til 2014 var preget av oppgang. Vi har valgt å studere perioden 2011-2015 fordi vi har ønsket å kartlegge bransjens økonomiske utvikling i kjølvannet av at strømmetjenestene tok over markedet for Innspilt musikk. I motsetning til kreativ næring-rapporten, som målte tall på overordnet bransjenivå, gjør vi i denne rapporten en inndeling av bransjen i 5 delbransjer og 11 undergrupper. Hensikten er å kunne gi en mer detaljert beskrivelse av utviklingen i bransjen enn hva vi har kunnet gjøre tidligere. Vi har følger selskapene frem til og med 2015, som i skrivende stund er det siste året som ligger inne i Menon Economics' regnskapsdatabase (som denne rapporten baserer seg på).

Aksjeselskap og andre lignende selskapsformer vs. enkeltpersonforetak

Kartleggingen omfatter selskaper som tilhører to forskjellige organiseringsformer: 1) Aksjeselskap og andre lignende selskapsformer (AS o.a.), og 2) Enkeltpersonforetak (ENK). AS o.a. er selskaper med regnskapsplikt som eksisterer som egne rettssubjekter (AS, ANS, DA, Stiftelser o.l.). Enkeltpersonforetakene er som navnet tilsier Enkeltpersonforetak, som er organisasjoner hvor en *fysisk* person står ansvarlig for næringsvirksomheten. Det har vært vanlig praksis at musikerne i musikkbransjen har organisert virksomheten sin gjennom Enkeltpersonforetak. Analysene som gjennomføres for AS o.a. baserer seg på reelle regnskapstall, som selskapene leverer til myndighetene på årlig basis. Datagrunnlaget for disse selskapene ligger på selskapsnivå, og derfor har vi kunnet dele selskapene inn i delbransjer (som f.eks. live-bransjen) og undergrupper (f.eks. Festivalarrangører).

Analysene som gjennomføres for enkeltpersonforetakene omfatter bokføringspliktige ENK-er (må ha hatt årlig omsetning på mer enn 50 000,- for å bli bokføringspliktig) og baserer seg på SSBs beregninger for omsetning og sysselsetting for Enkeltpersonforetak. Disse beregningene leveres på NACE-kode nivå, hvilket vil si at beregningene leveres for bestemte selskapsgrupper (NACE-koder) som Enkeltpersonforetakene har registrert seg under i Brønnøysundregisteret (se Gran, Torp og Theie 2016 s.19 for ytterligere beskrivelse av NACE-hierarkiet). Siden beregningene for Enkeltpersonforetak ikke er levert på foretaksnivå har vi ikke kunnet dele disse selskapene inn i delbransjer med undergrupper, slik vi har gjort med selskapene i AS (o.a.). Derfor har vi kun resultater for Enkeltpersonforetak for hele musikkbransjen, og ikke nedbrutt i delbransjer og undergrupper.

Mål

Et av de mest sentrale målene i denne kartleggingen er **verdiskaping**. Verdiskaping er et mål på en bedrifts driftsresultat (EBITDA, eller Earnings Before Interest, Taxes, Depriciation and Amortization) + lønnskostnadene for bedriften. Som mål er verdiskaping direkte sammenlignbart med brutto nasjonalprodukt (BNP). Dette betyr at vi for eksempel kan måle utviklingen i musikkbransjen mot andre økonomiske størrelser, slik som den norske fastlandsøkonomien. Vi har benyttet løpende

priser i analysen, hvilket vil si at kroneverdien avspeiler dens verdi på registreringstidspunktet. Det er vanlig å bruke løpende priser i nøkkeltallsanalyser. Skal man analysere utviklingen over lenger tidsspenn er faste priser bedre egnet. Siden vi måler verdiskaping, og ikke kun omsetning, kan vi si noe om musikkbransjens økonomiske betydning i Norge, sammenlignet med fastlandsøkonomien og den øvrige kreative næringen. I løpet av rapporten sammenligner vi musikkbransjens verdiskapingsutvikling med tilsvarende utvikling i den kreative næringen for øvrig. Siden vi ikke har tall på verdiskapingen i den kreative næringen i 2015, har vi valgt å estimere disse basert på utviklingen fra 2011-2014.

For Enkeltpersonforetak (ENK) måler vi kun **omsetning**, mens vi også har med omsetningstall for AS o.a. Omsetning er et mål på bedriftens samlede salgsinntekter av varer og tjenester for hvert år. Omsetningstallene sier dermed noe om inntektsgrunnlaget til en bedrift eller en bransje, men de sier ingenting om hva bedriften tjener etter at bedriftens utgifter er trukket fra, slik driftsmargin og driftsresultat gjør. De sier heller ikke noe om hvor stor den samfunnsøkonomiske verdien av bedriften eller bransjen er, slik verdiskapingstallene gjør. Vi måler alltid omsetning for *alle* selskapene vi velger ut, enten vi gjør omsetningsanalyser for hele musikkbransjen, delbransjer eller undergrupper. Dette gjør at vi får eksakte tall på all omsetning som måles, og det vil også innebære at omsetningen telles flere ganger etter hvert som pengene strømmer gjennom bransjens verdikjeder. For eksempel begynner pengestrømmen for vederlaget (pengene) som en komponist mottar for bruk av komponistens låt under en konsert, ved at en helårsarrangør i «Live-bransjen» omsetter penger gjennom primært billett- og bar salg. Deretter vil Tono-avgiften som konsertarrangøren betaler til Tono registreres som omsetning i Tono. Til slutt registreres omsetningen til komponisten idet Tono overfører pengene til komponistens aksjeselskap.

Med **sysselsetting** sikter vi både til ansatte i AS o.a. og til innehaverne av Enkeltpersonforetak. Ansatte i AS o.a. går frem av NAVs AA-register, mens beregninger av sysselsatte i Enkeltpersonforetak har blitt gjort ved å benytte forholdstallet 1 ENK = 1 sysselsatt. Dette vil si at innehaveren av foretaket telles som en sysselsatt. Denne beregningsmetoden gir en viss dobbelttelling av personer som også har et fast arbeid i denne eller andre næringer, men den fanger samtidig opp alle de som jobber i den kreative næringen - uavhengig av stillingsbrøk.

Vi måler også **lønnsomhet**. Lønnsomhet måles i *driftsmargin*, som er et mål på forholdet mellom driftsresultat og omsetning (Driftsmargin = driftsresultat / omsetning). Driftsmargin presenteres i prosent. Driftsmarginen til en bedrift sier noe om hvor lønnsom den er da den uttrykker hvor mye

bedriften sitter igjen med for hver krone den omsetter. For eksempel vil en driftsmargin på 15 prosent si oss at bedriften sitter igjen med 15 øre som overskudd for hver kroner den omsetter. Det samme gjelder for øvrig for bransjer, hvilket betyr at driftsmarginen til musikkbransjen forteller oss hva gjennomsnittsbedriften i musikkbransjen sitter igjen med for hver krone den omsetter.

Data for Enkeltpersonforetak, samt omsetning og sysselsetting for disse, er kjøpt av SSB. Her ligger SSBs egne beregninger til grunn for alle analyser. Årsaken til at vi ikke har tall på verdiskaping for enkeltpersonforetakene er at dette datamaterialet ikke inneholder de nødvendige regnskapstallene som behøves for å regne ut verdiskaping. ENKenes omsetningstall er fremstilt separat fra verdiskapingstallene. Da dette arbeidet ble gjennomført, forelå ikke omsetningstallene for 2015. Disse tallene er derfor estimert basert på gjennomsnittlig årlig vekst i perioden 2011-2014.

Alle resultatene som presenteres for Musikkbransjens AS o.a., den kreative næringen og fastlandsøkonomien i denne rapporten kommer fra Menon Economics' regnskapsdatabase. Menon Economics har utviklet en database som inneholder eierskaps-, regnskaps- og aktivitetsinformasjon for alle bedrifter i norsk næringsliv som er registrert i Brønnøysundregistrene fra 1992. Dataene kommer fra de innrapporterte regnskapene som bedriftene plikter å levere til Brønnøysundregistrene på årlig basis. Disse dataene inneholder informasjon om selskapenes lokalisering, regnskaper, eierforhold m.m.

Forskjellen mellom omsetning og verdiskaping

Kartlegginger av musikkbransjens økonomi har til nå ofte benyttet seg av omsetningsverdier for å tallfeste hvor mye markeder er verdt i kroner (F. eks Rambølls *Musikk i tall*). Omsetning er salgsinntekt fra varer og tjenester (eller det man ofte kaller topplinjen i et regnskap). Dersom man samler disse verdiene for en gruppe selskaper er omsetningstallene ofte verdifulle til å kartlegge omfanget av pengene som veksler hender mellom forbrukere og salgsleddet i en verdikjede, eller til å uttrykke pengeverdien til et definert marked. Det omsetningen ikke tar høyde for er kostnadene som bedrifter har for å skaffe seg salgsinntektene. Dermed sier ikke omsetningen noe om hvor lønnsom en bedrift eller en bransje er, om en bedrift eller bransje faktisk går med overskudd eller ikke, eller noe om hvorvidt en bedrift eller bransje skaper samfunnsøkonomiske verdier eller ikke.

Vi måler verdiskaping ved hjelp av tre steg. Først tar vi utgangspunkt i bedriftenes omsetning, og deretter trekker vi fra bedriftenes driftskostnader fra omsetningsverdien. Verdien man da får er bedriftens driftsresultat (bunnlinje) før renter, skatt, avskrivninger og nedskrivninger trekkes fra. Etter at man har fått driftsresultatet plusses bedriftens lønnskostnader til driftsresultatet – og dermed får man verdiskaping. Lønnskostnadene legges til fordi man anser sysselsetting som en samfunnsøkonomisk verdi i seg selv. Verdiskaping forteller dermed hvilken samfunnsøkonomisk verdi en bedrift eller bransje har.

Forskjellen mellom omsetning og verdiskaping kan for eksempel illustreres gjennom en liten bedrift med 15 millioner kroner i årlig omsetning og 17 millioner kroner i årlige kostnader. Omsetningen på 15 millioner kroner er vel og bra i seg selv, men kostnadene på 17 millioner vil gjøre at bedriften ender opp med et underskudd på 2 millioner kroner og dermed blir ulønnsom. Selv om bedriften går med underskudd vil lønnen som utbetales fra selskapet til dets ansatte bidra til samfunnsøkonomien, men dersom disse lønnsutbetalingene for eksempel utgjør 2 millioner kroner, vil man si at selskapets samfunnsøkonomiske verdiskaping er lik 0. Dermed kan man si at omsetningsverdier i beste fall gir halve bildet av økonomien i en bedrift eller bransje (inntektssiden), mens verdiskaping tar hensyn både inntekter og kostnader – og samtidig gir en indikasjon på hvor stor den samfunnsøkonomiske nytten er i en bedrift eller bransje.

Utvalget for hele musikkbransjen

Utvalget for hele musikkbransjen er basert på selskapene som utgjorde underkategorien «Musikkbransjen» i BICCI-rapporten *Kreativ næring i Norge 2008-2014*. Til sammen besto denne populasjonen av 3 867 bedrifter, og det er heretter denne populasjonen vi refererer til når vi benytter utrykket «hele musikkbransjen». Selskaper som har blitt etablert eller opphørt å eksistere i løpet av denne perioden har blitt fanget opp etter hvert som de har vært inne eller ute av bransjen. Dette gjør at antall selskaper som har utgjort datagrunnlaget har variert fra år til år. I 2015 var det 1 485 av disse 3 867 selskapene som hadde mer enn 0,- i omsetning, og dermed 1485 selskaper som utgjorde datagrunnlaget for dette året.

Vi har valgt å benytte begrepet *hele* musikkbransjen fordi vi dekker alle leddene i musikkbransjens verdikjeder – fra låtskriverne og studiomusikerne til salgsleddene i verdikjeden for Innspilt musikk, fra artistene til konsertarrangørene i verdikjeden for konsertvirksomhet, samt økonomien i Rettighetsforvaltningen og utstyrsleverandørene av musikkinstrumenter. Dette helhetlige perspektivet over musikkbransjens økonomi skiller seg fra andre kartlegginger, som for eksempel Rambølls *Musikk i tall*, som kun måler omsetningen i salgsleddet fra distributør til konsument i platebransjen, billettinntektene til konsertarrangørene i Live-bransjen, samt vederlagene som tilfaller opphavsmenn etter bestemmelser i åndsverksloven.

Virksomhetene som utgjør utvalget for hele musikkbransjen ble hentet fra grupperingene i NACE-standarden, som er grunnlaget for koding av bedrifter i Enhetsregisteret i Brønnøysundregistrene og i Statistisk sentralbyrås bedrifts- og foretaksregister. Denne grupperingen fungerer slik at samtlige virksomheter i Brønnøysundregistret er registrert innunder en NACE-kode, som forteller hvilken næring og bransje den enkelte virksomheten tilhører. I Kreativ Næring-rapporten bestemte vi at alle bedriftene fra 5 utvalgte NACE-koder ble lagt inn i utvalget (se tabell 1 for oversikt). Listene over selskapene fra disse NACE-kodene ble deretter vasket ved at vi gikk gjennom de hundre største selskapene (målt etter verdiskaping i 2014) i hver NACE-kode og luket ut enkelte feilplasserte bedrifter. I tillegg ble 8 NACE-koder og lister over selskaper fra MIC og Norske Konsertarrangører gjennomgått manuelt for å hente inn bedrifter som lå utenfor de 5 første NACE-kodene. En av styrkene til denne metoden er at den inkluderer selskaper som har kommet og gått fra de fem første NACE-kodene i løpet av tidsperioden. Dermed vil for eksempel selskaper som opphørte i løpet av

perioden fortsatt være inkludert i statistikken, selv om de ikke eksisterte i 2015. Lesere som er interesserte i en dypere innsikt vedrørende utvalget av bedrifter som ble gjort i Kreativ Næring-rapporten kan lese mer om dette under rapportens metode- og musikkbransjekapitler (side 17 til 21) og i delkapittelet om musikkbransjen (side 50 til 56).

NACE- kode	NACE-tekst	Behandling
59.200	Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak	Alle virksomhetene i kodene ble lagt inn i populasjonen
47.594	Butikkhandel med musikkinstrumenter og noter	
90.011	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk	Alle virksomhetene i kodene ble lagt inn i populasjonen, men enkelte ble flyttet ut (f.eks til utøvende virksomhet)
90.020	Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet	
90.032	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk	
46.433	Engroshandel med plater, musikk- og videokassetter og CD- og DVD-plater	Enkelte virksomheter ble håndplukket til musikkbransjen herfra
47.630	Butikkhandel med innspillinger av musikk og video	
47.914	Postordre-/Internetthandel med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter	
18.200	Reproduksjon av innspilte opptak	
79.903	Opplevelses-, arrangements- og aktivitetsarrangørvirksomhet	
90.040	Drift av lokaler tilknyttet kunstnerisk virksomhet	
74.903	Impresariovirksomhet	
63.110	Databehandling, datalagring og tilknyttede tjenester	
	Lister over musikkfestivaler og helårsarrangører av musikk-konserter fra MIC og Norske Konsertarrangører	Håndplukket enkelte virksomheter fra listene som supplement til øvrige koder

Tabell 1: NACE-koder og lister som ble benyttet for å lage populasjonen for hele musikkbransjen i rapporten Kreativ næring i Norge 2008-2014 (Gran, Theie og Torp, 2016).

Musikkvirksomheter som ikke er registrert som AS o.a. eller ENK er ikke inkludert i denne kartleggingen. Dette er fordi datagrunnlaget kun baserer seg på regnskapstall fra Brønnøysundregistrerte selskaper og SSBs sysselsettingsstatistikk for ikke-regnskapspliktige Enkeltpersonforetak. Dette vil si at statlige institusjoner som ligger direkte under Kulturdepartementet, som såkalte organisasjonsledd, ikke er med - verken i verdiskapingstallene eller i sysselsettingstallene. Av relevante institusjoner i denne sammenhengen er for eksempel

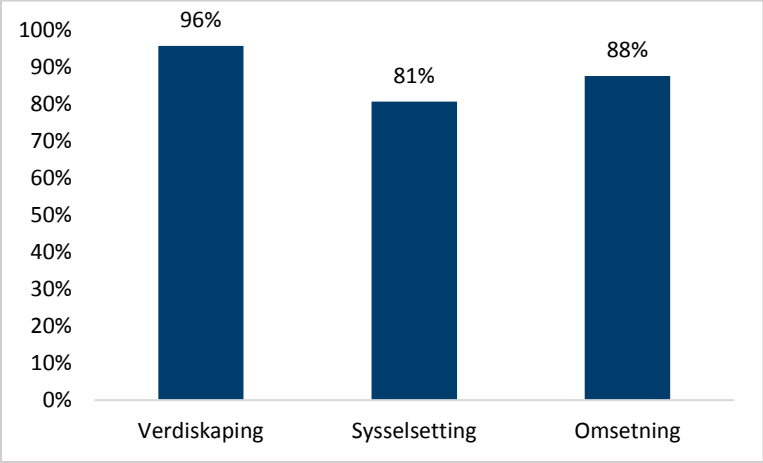
Rikskonsertene. I tillegg er heller ikke kulturvirksomhet som tilhører kommunale etater (f.eks. enkelte kulturhus og kulturskoler) inkludert i kartleggingen.

Kartleggingen inkluderer heller ikke de offentlig finansierte orkestrene (som f.eks. Bergen Filharmoniske Orkester og Oslo-Filharmonien) og event-byråene. Orkestrene har i tidligere kartlegginger blitt kategorisert sammen med performative kunstutrykk som teater og dans, innenfor grupperinger som kunstnerisk virksomhet (Espelien og Gran 2011) eller utøvende virksomhet (Gran, Theie og Torp 2016) / utøvende kunst (Haraldsen et al. 2004). Denne kartleggingen føyer seg inn i denne tradisjonen. Event er plassert sammen med reklamebransjen i BICCI-rapporten fra 2016. Allikevel vil artistenes inntekter fra eventvirksomhet fanges opp i delbransjen Rettighetshavere/ management.

Utvalget for fem delbransjer med undergrupper

Utvalget for de fem delbransjene og deres undergrupper er basert på hele musikkbransjen (populasjonen fra 2016-kartleggingen, som er beskrevet over). Oppdragets omfang har ikke tillatt en fininndeling av alle de 3 867 musikkselskapene i delbransjer og undergrupper. Derfor har vi benyttet oss av et bestemt utvalg av selskaper i hele musikkbransjen for periodens siste år, 2015. I 2015 hadde 1 485 av de totalt 3 867 selskapene mer enn 0,- i omsetning, og det var disse selskapene som utgjorde utgangspunktet for utvalget vi har benyttet. Utvalget vi gjorde består av alle selskaper med en verdiskaping på *100 000,- eller mer* i 2015, hvilket utgjorde 746 selskaper. Disse 746 er kodet manuelt i fem delbransjer og 11 undergrupper i samarbeid med Music Norway og i dialog med Norske konsertarrangører. En slik nyansert inndeling av bransjen, gir en pekepinn på *akkurat hvor* i bransjen verdiskaping og lønnsomhet o.l. går opp og ned, selv om ikke alle bedriftene i musikkbransjen er inkludert. I tillegg til at resultatene for delbransjene og undergruppene kun viser et begrenset *utvalg* av hele musikkbransjen, har utvalget en annen svakhet ved at det kun består av selskaper som eksisterte i 2015. Dermed vil ikke bedrifter som eksisterte i periodens begynnelse, men som opphørte i et av årene før 2015, være inkludert i tallmaterialet. Dette medfører at utviklingen til målene fremstår som mer positive. Vi ber leseren ta hensyn til dette i sin tolkning av resultatene.

Siden utvalget på de 746 selskapene dekker omtrent halvparten av antall selskaper i hele musikkbransjen i 2015 (1 485 bedrifter), er det interessant å se nærmere på hvor store andeler utvalget utgjør av hele musikkbransjens totale verdiskaping, sysselsetting og omsetning i 2015:



Figur 1: Utvalget for delbransjene og undergruppenes (N= 746) andeler av hele musikkbransjens verdier for verdiskaping, sysselsetting og omsetning. AS o.a., 2015.

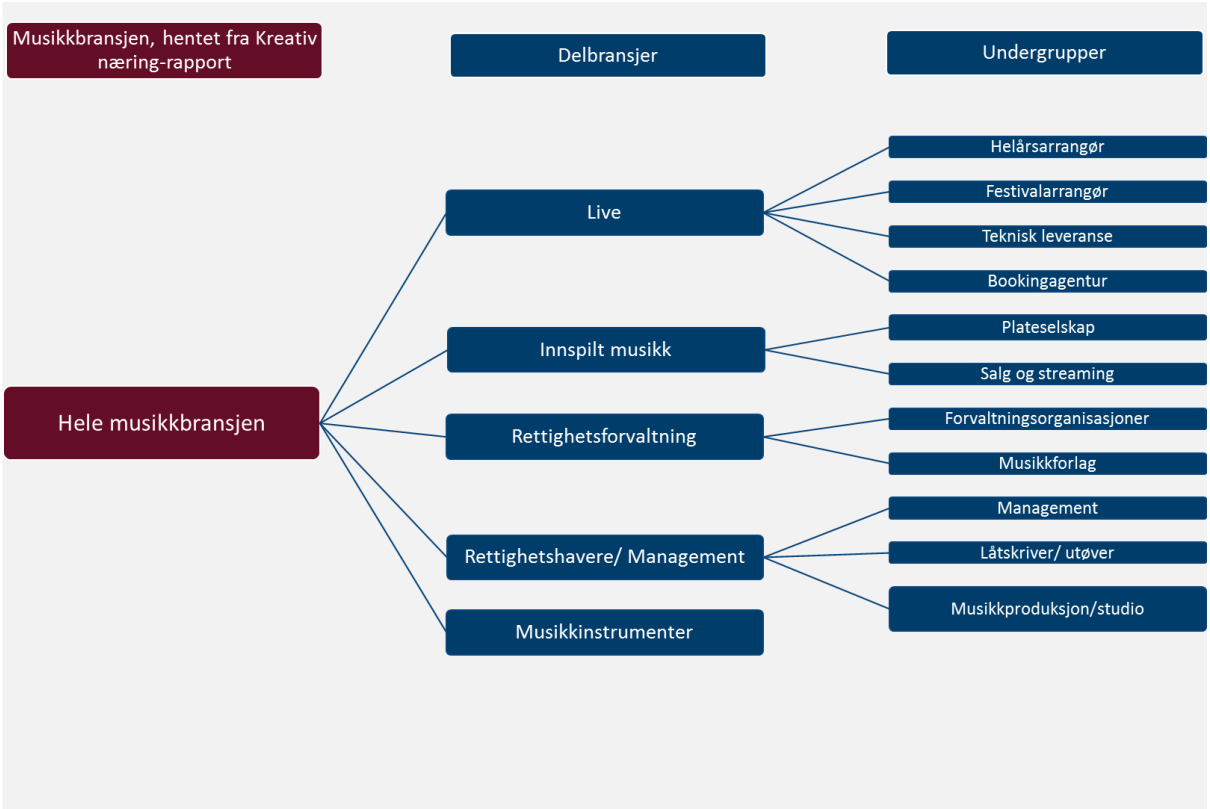
Figuren viser at utvalget på 746 bedrifter dekker så mye som 96 prosent av den totale verdiskapingen i hele musikkbransjen i 2015, mens andelene for sysselsetting og omsetning i hele musikkbransjen var på henholdsvis 81 og 88 prosent. Dette betyr at resultatene for verdiskaping i delbransjene og undergruppene vil være mer representative for hele musikkbransjen enn hva resultatene for omsetning og sysselsetting vil være. Siden utvalget på 746 bedrifter ikke dekker hundre prosent av hele musikkbransjens verdier, kan prosentvis vekst/nedgang i delbransjene og undergruppene derfor ikke sammenlignes direkte med den prosentvise utviklingen i hele musikkbransjen. Ei heller med fastlandsøkonomien eller den kreative næringen for øvrig. Målet med nedbrytingen er å se på forskjeller innad i bransjen når det gjelder verdiskaping, sysselsetting og lønnsomhet.

Noen selskaper ligger i ulike gråsoner mellom undergruppene. For eksempel er det enkelte i Live-bransjen som både opererer som booking agenturer og helårsarrangører (F. eks Timeout Agency and Concert AS). Ved slike tilfeller har vi fordelt selskapene ved å benytte deres formålsparagrafer til å se om de først og fremst identifiserer seg som den ene eller andre kategorien.

Inndelingen av musikkbransjen i delbransjer med undergrupper

Vi har delt musikkbransjen inn i 5 delbransjer, som igjen består av totalt 11 ulike typer undergrupper (se figur 2), i tett samarbeid med Music Norway og i dialog med Norske Konsertarrangører når det gjelder Livebransjen. Med unntak av delbransjen Musikkinstrumenter, har inndelingen tatt

utgangspunkt i utnyttelse av rettighetene som overdras fra rettighetshaverne av åndsverkene til de ulike bransjeaktørene i delbransjene «Live», «Innspilt musikk» og «Rettighetsforvaltning».



Figur 2: Inndeling av musikkbransjen i delbransjer og undergrupper.

Vi har delt inn hele musikkbransjen i delbransjene Live, Innspilt musikk, Rettighetsforvaltning, Rettighetshavere/ Management og Musikkinstrumenter. Disse delbransjene har igjen blitt delt inn i 11 undergrupper, som presenteres i detalj i seksjonen nedenfor.

Bransjeinndelingen og metoden skiller seg betraktelig fra den som er benyttet i Rambølls *Musikk i tall*. Rambøll forholder seg kun til salgsleddene i konsert- og festivalmarkedet og i markedet for Innspilt musikk, samt til vederlagene som opphavere mottar fra Rettighetsforvaltningen. Vår inndeling og metode inkluderer disse delene av musikkbransjen, men inkluderer i tillegg omsetningen og verdiskapingen til musikerne, produsentene, managementene, Plateselskapene, booking agenturene, tekniske leverandører til konsertvirksomhet og salg/ service av musikkinstrumenter. Vi mener at vår operasjonalisering og metode både gir en mer helhetlig *og* nyansert oversikt av musikkbransjens selskaper og økonomi. Rettighetshaverne (låtskrivere, utøvere og musikkprodusenter) til de musikalske åndsverkene er skilt ut fra bransjen for øvrig i de to egne undergruppene Låtskriver/ utøver og Musikkproduksjon/ studio. Dette har vi hovedsakelig gjort fordi

det er interessant å skille ut resultatene for rettighetshaverne fra resten av bransjen. Symfoniorkestrene og eventbyråene er utelatt fra denne kartleggingen, men artistenes (og eventuelt managementenes) inntekter fra eventbyråene fanges opp i undergruppene Låtskriver/utøver og Management.

I de neste avsnittene vil vi presentere de 5 delbransjene og 11 undergruppene som hører til under delbransjene:

Live

I delbransjen «Live» finner vi alle undergrupper med selskaper som har sin primærvirksomhet innenfor konsert- og festivalavvikling. I samarbeid med Norske Konsertarrangører, har vi valgt å dele inn denne delbransjen i undergruppene Helårsarrangør, Festivalarrangør, Teknisk leveranse og Bookingagentur.

- Helårsarrangørene er selskaper som arrangerer konserter året rundt. Dette inkluderer helårsarrangører med egne konsertarenaer (Som f.eks. Auditorium AS – selskapet bak Rockefeller, Sentrum Scene og John Dee), helårsarrangører uten egne konsertarenaer (f.eks. Bergen Live AS), konsertarenaer som primært leier arenaen ut til andre (f.eks. Oslo Spektrum Arena ANS) og mindre klubbscener (f.eks. Dokkhuset Scene AS).

- Festivalarrangørene er selskapene som primært arrangerer musikkfestivaler.

- Teknisk leveranse involverer selskaper som primært leverer backline, lyd/lys-utstyr, eller tekniske tjenester/løsninger til konsertvirksomheten til helårs- og festivalarrangørene (f.eks. Hove West AS). Med backline mener vi for eksempel forsterkere, trommer og annet utstyr *på* scenen). Med Lyd/lys-utstyr mener vi hovedsakelig PA- eller lysanlegg, mens tekniske tjenester/løsninger inkluderer ulike kombinasjoner av backline, lyd/lys-utstyr og personell til å betjene/ operere dette.

- Bookingagenturene involverer selskapene som primært forvalter utøvernes konsertaktiviteter, som for eksempel Artistpartner AS. Disse har som primæroppgave å representere artist (utøver) mot konsert- og festivalarrangørene ved å forhandle, inngå og følge opp avtaler tilknyttet konsertene.

Innspilt musikk

Innspilt musikk omfatter bransjeselskapene som har sin primæraktivitet innenfor salg, distribusjon, utgivelse og markedsføring av Innspilt musikk. Dette inkluderer i all hovedsak selskaper i undergruppene Plateselskap og Salg og streaming:

- Plateselskapene er primært selskaper som hovedsakelig utgir, distribuerer og markedsfører Innspilt musikk, enten de er internasjonale major-selskaper (f.eks. Universal Music AS), norske uavhengige plateselskaper (f.eks. Indie Recordings AS), eller mer rendyrkede distribusjonsselskaper (f.eks. Phonofile AS).

- Blant selskapene innen Salg og streaming finner vi streamingselskapene (Tidal Music AS, Spotify Norway AS og Beat AS) og forhandlere som Platekompaniet AS og Torggata Platebar.

Rettighetsforvaltning

Rettighetsforvaltning omhandler selskaper og organisasjoner som forvalter og samler inn vederlag for offentlig eller kommersiell fremføring av komposisjoner eller innspillinger på vegne av rettighetshaverne. Selskapene er delt inn i Forvaltningsorganisasjoner og Musikkforlag.

- Forvaltningsorganisasjonene omfatter to organisasjoner: Tono og Gramo. Dette er to konsesjonsbelagte organisasjoner som blant annet forvalter rettighetene til komponister, tekstforfattere og musikkforlag (Tono) og artistrettigheter og produsentrettigheter (Gramo). Enhetene gir tillatelse til, og innhenter vederlag for, offentlig bruk av musikalske åndsverk på kollektivt grunnlag, og distribuerer pengene tilbake til rettighetshavere. Dette gjør de ved å inngå forvaltningsavtaler med rettighetshavere til å forvalte rettigheter, ved å gi tillatelser til bruk av musikken og ved å innhente og fordele vederlaget på grunnlag av rapportert bruk av rettighetene. Tono tilbyr også medlemmene sine juridiske tjenester. NCB Norge er en del av Tono og får en andel av omsetningen fra strømmetjenester, fysisk salg og sync (synkronisering av lyd og bilde f.eks. bruk av musikk i film eller TV-spill). Norwaco er utelatt i kartleggingen, fordi det ville blitt problematisk å operere med regnskapstall for en organisasjon som forvalter rettigheter for film og TV i tillegg til musikk. Norwaco utbetalte 67 500 000 kroner til musikkbransjen i 2015[1]. Norwacos utbetalinger er for så vidt registrert

[1] Tallet kommer direkte fra Norwaco i en e-post sendt til BI:CCI 29.5.2017, og er et estimat som er gjennomført av Norwaco.

som omsetning blant alle aktørene som har mottatt vederlag fra Norwaco i kartleggingen, men selskapets omsetning, verdiskaping og sysselsetting er altså ekskludert.

- Musikkforlagene er kommersielle selskaper. Enkelte låtskrivere (komponister og tekstforfattere) overdrar opphavsrett til musikkforlag mot forskuddsbetaling. Tono innhenter vederlag og gir tillatelse til offentlig bruk på vegne av musikkforlagene. Selskapene har sete i Norge og opererer ofte internasjonalt. Blant musikkforlagene som er inkludert i denne kartleggingen, finner vi selskaper som Warner Chappel Music Norway AS og Waterfall Music AS.

Rettighetshavere/ management

Rettighetshavere/ management omfatter aktørene som er *nærmest* verkene, dvs. de som skaper og/eller utøver dem (komponister, tekstforfattere, utøvere og musikkprodusenter/ produksjonsstudio), samt managementene som ofte har som primæroppgaver å representere rettighetshaverne og administrere deres karrierer.

- Managementselskapene forvalter og administrerer den forretningsmessige delen av utøvernes karrierer i nært samspill med utøverne, og kan eksemplifiseres gjennom selskapene Heartbeat AS eller 5 Star Entertainment AS. I tillegg til de tradisjonelle managementene har enkelte andre selskaper som ikke har passet inn den øvrige inndelingen blitt plassert i denne undergruppen. Slike selskaper er for eksempel HES & CO AS, (tilbyr markedsføringstjenester for utøvere, festivalarrangering, management m.m.) og SVENSKA SCM (norsk filial av svensk merchandise-byrå). Vi valgte å plassere managementene i samme gruppe som rettighetshaverne, både fordi de jobber tett sammen og fordi de aller fleste selskapene i disse to delbransjene har til felles at verdiskapingen deres baseres på utnyttelse av opphavsrett til åndsverk i de tre øvrige opphavsrettsrelaterte undergruppene Live, Innspilt musikk og rettighetsforvaltning.

- Låtskriverne og utøverne består av selskapene som er opprettet for å drifte forretningsmessig virksomhet for låtskrivere (musikk og/ eller tekst), musikere, artister eller band (f.eks. Odd Nordstoga Musikk AS eller Vassendgutane AS). Fordi vi kun har hatt tilgang til rapportert regnskapsdata for AS og lignende selskapsformer, har vi ikke kunnet inkludere Enkeltpersonforetak i denne undergruppen. ENKene er dog skilt ut i egne seksjoner.

- Musikkproduksjon/ studio er en undergruppe som omfatter selskapene til musikkprodusentene og produksjonsstudioene. I denne undergruppen finner vi selskaper som Stargate Studios AS og Rainbow Studios AS. Vi valgte å inkludere denne undergruppen under delbransjen «Rettighetshavere/ management» fordi studioprodusenter til tider får en andel av rettighetene til åndsverk i musikkbransjen, slik som for eksempel eierandeler i komponistrettigheter som tidligere nevnt. Flere av selskapene i denne kategorien har aktiviteter og inntektskilder som faller utenfor musikkbransjen, slik som dubbing og radio-reklame. Vi har ikke hatt mulighet til å skille ut verdien av disse aktivitetene, resultatene må derfor tolkes med forbehold om dette.

Musikkinstrumenter

Denne delbransjen omfatter selskaper som selger, kjøper og reparerer musikkinstrumenter, eller tilbyr tjenester relatert til dette. Her finner vi selskaper som Music Retail Norway AS og Marios Musikk AS. Musikkinstrumenter er den eneste delbransjen hvor opphavsretten til de musikalske åndsverkene ikke står sentralt for verdiskapingen.

Rettighetenes liv i musikkbransjen

Et eksempel som kan vise kompleksiteten i musikkbransjen og verdipotensialet i musikkverk, er Stein Torleif Bjellas musikk og låtene til Joachim Nielsen, blant annet brukt i forestillingen «Verdiløse menn» på Nationaltheatret. Disse artistenes produksjoner kan være nyttige for å vise livssyklusen og verdipotensialet til musikkverk, samt synliggjøre de ulike leddene i et musikkverks verdikjede og handlingene hvert ledd bidrar med.

Som enkeltlåt (både komposisjon og tekst - også kalt «åndsverk» i henhold til lov om åndsverk) kan Bjella/Nielsens låter registreres i Tono på rettighetshaverens navn. Dersom flere har bidratt til verket, for eksempel dersom det er ulike opphavere til tekst og musikk eller ved at verket blir arrangert, kan de ulike rettighetshavernes eierandeler registreres. Et enkeltverk som for eksempel superhiten «Barbie Girl», har 8 ulike eiere, alle med forskjellige eierandeler. Dersom forvaltningsavtale med Tono inngås (nesten alle komponister og tekstforfattere i Norge er medlemmer av Tono, som har tilsvarende ordninger og søsterselskaper i hele verden), kan organisasjonen gi tillatelser til bruk av musikken ved *Live-arrangementer* eller ved *annen offentlig fremføring*, som for eksempel bruk av musikken på restauranter, treningssentre, som heis- eller pausemusikk på telefon. Tono kan også gi

kringkastingsselskaper og Internett-aktører som ITunes og Spotify tillatelse til å selge/streame enkeltlåter, og er musikken forvaltet av et *musikkforlag*, bistår disse ofte låtskriverne ved å gi tillatelser til bruk av musikken deres i film- og TV-serier. De ulike kommersielle brukerne (konsertarrangører, kringkastingsselskaper, internettplattformer e.l.) har plikt til å dokumentere bruken av musikk. Hver gang Bjella/Nielsens musikk blir spilt mottar rettighetshaverne vederlag fra Tono på grunnlag av rapporter brukerne har innlevert.

Pressebilde fra forestillingen Verdiløse Menn på Nationaltheatret. Rettighetene til musikken i forestillingen berører en rekke punkter i musikkbransjens verdikjede. Foto: Kristine Jakobsen.

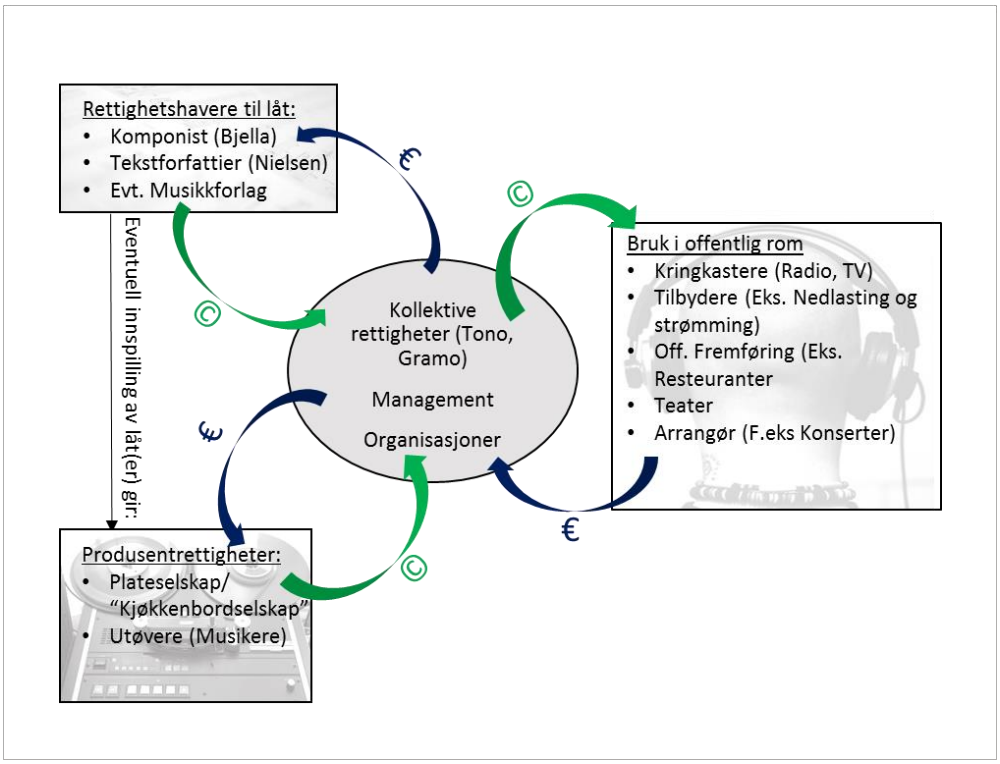
Tono forvalter både *små* (konsertarrangement) *og store rettigheter* (teater). Når Joachim Nielsens musikk ble brukt på Nationaltheatret, eller Bjellas musikk dannet grunnlag for forestillingen «Kan nokon gripe inn» på Det norske teater, ga Tono teatrene rett til å bruke musikken. Antall besøkende – eller antatt besøkende basert på kapasiteten på teatret– var retningsgivende for vederlaget teatrene måtte betale.

Dersom Bjella og Joachim Nielsens låter blir spilt inn, er det oftest et *plateselskap* som forestår selve *innspillingen*. Plateselskapet får derved *produsentrettigheter* for å stille studio og innspillingskompetanse til disposisjon. Plateselskapene markedsfører også artistene sine. Rettighetshaverne kan også selv være produsenter og i dag er dette mer og mer vanlig. Ved

innspilling trengs også musikere. Bjella og Nielsen er selv musikere, men oftest besittes de ulike leddene av forskjellige typer aktører, som opphavere (tekstforfattere og komponister), utøvende kunstnere (musikere og vokalister) og produsenter. Både artist- og produsentrettighetene forvaltes av forvaltningsorganisasjonen *Gramo* som gir tillatelse til bruk av Innspilt musikk ved all offentlig fremføring (kringkasting, restauranter, kjøpesentre etc.).

Dersom musikken deres ønskes brukt i film/ TV-serier eller i TV-/radioprogrammer, kan *Norwaco* forvalte Bjella/ Nielsens rettigheter. Tradisjonelt har Norwaco gitt tillatelser og fordelt vederlag for *videresending* av musikk, som blant annet tidligere har foregått gjennom kabeldistribusjon (f.eks. Viasat, Canal Digital). Norwaco fordeler også vederlag bevilget over statsbudsjettet for privatbruk av musikk. Hvert år overfører ca. 46 millioner kroner til rettighetshavere som kompensasjon for eksemplarfremstillingen som skjer på det private området, for eksempel når venner eller familie deler opphavsrettsbeskyttet innhold. Rettighetshavere til musikk (komponister, utøvende kunstnere og produsenter) får en andel av dette vederlaget i henhold til bruk.

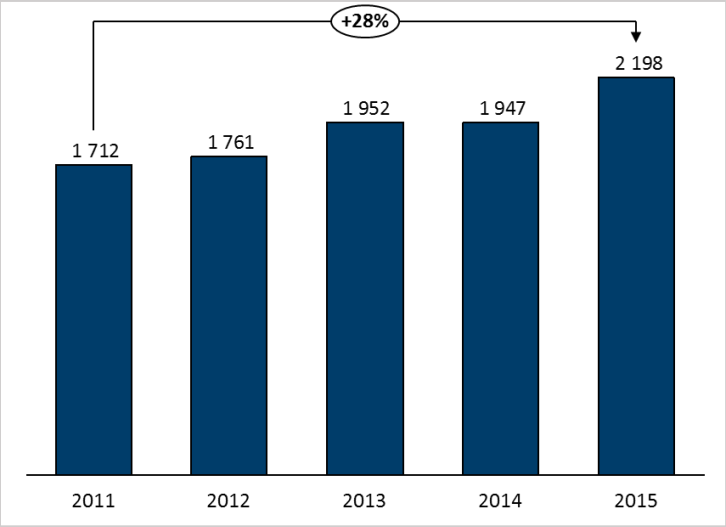
Rettighetenes liv i musikkbransjen kan også fremstilles i en forenklet grafisk modell, slik som nedenfor. I denne modellen representerer de grønne pilene bevegelse av rettigheter (f.eks. at kollektive rettigheter klareres av Tono til bruk i det offentlige rom), mens de blå pilene representerer bevegelse av penger (f.eks. at konsertarrangører betaler penger til Tono når Tono-registrerte låter fremføres på arrangørens arena).



Figur 3: Modell for rettighetenes liv i musikkbransjen, med eksempel fra verkene i forestillingen Verdiløse menn på Nationaltheatret. Modellen er basert på en modell fra det Danske Kulturministeriet (2007).

Resultater: Hele musikkbransjen (AS o.a. og ENK) 2011-2015

Verdiskaping

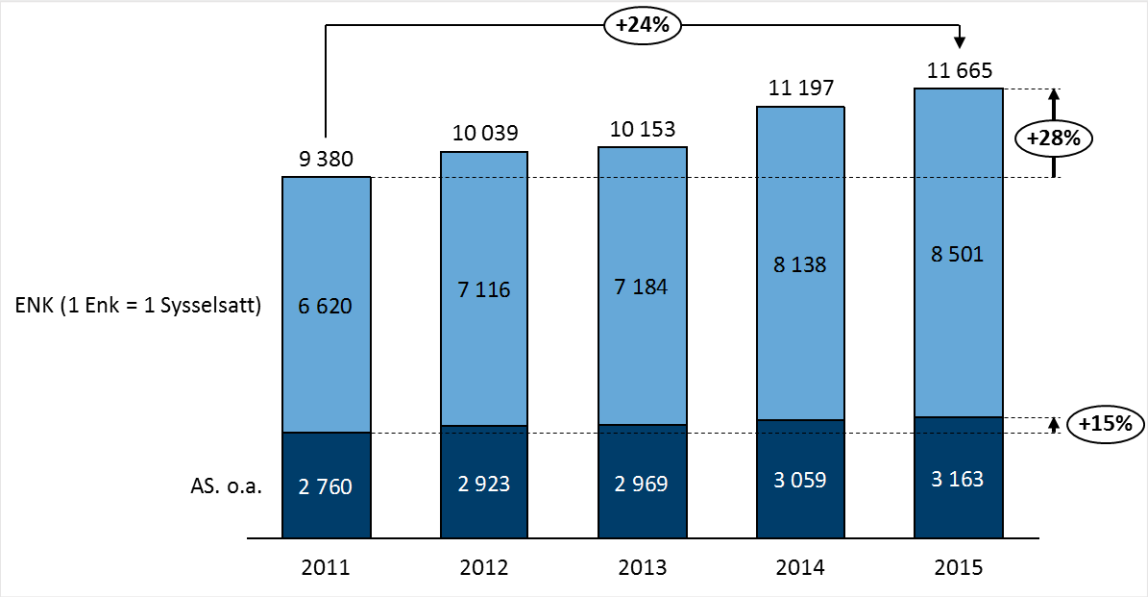


Figur 4: Figuren viser hele musikkbransjens utvikling i verdiskaping i AS o.a. 2011-2015, tall i MNOK.

Musikkbransjen har hatt en verdiskapingsvekst på 28 prosent i perioden 2011-2015. Til sammenligning har verdiskapingsveksten for den norske fastlandsøkonomien vært på 25 prosent. Fra 2014 til 2015 økte verdiskapingen i musikkbransjen med hele 11,4 prosent. Økningen dette året tilsvarer halvparten av den totale økningen fra 2011 til 2015. Sett opp mot resultatene fra Kreativ Næring-rapporten er størrelsen på verdiskapingen i musikkbransjen på høyde med filmbransjen (2 020 MNOK i 2014) og ca. halvparten av bokbransjen (3 928 MNOK i 2014).

Sysselsetting

I 2015 var 3163 sysselsatt i AS o.a. i musikkbransjen, og hele 8501 (eller 73 prosent) var sysselsatt i Enkelpersonforetak. Figuren under viser utviklingen over tid:



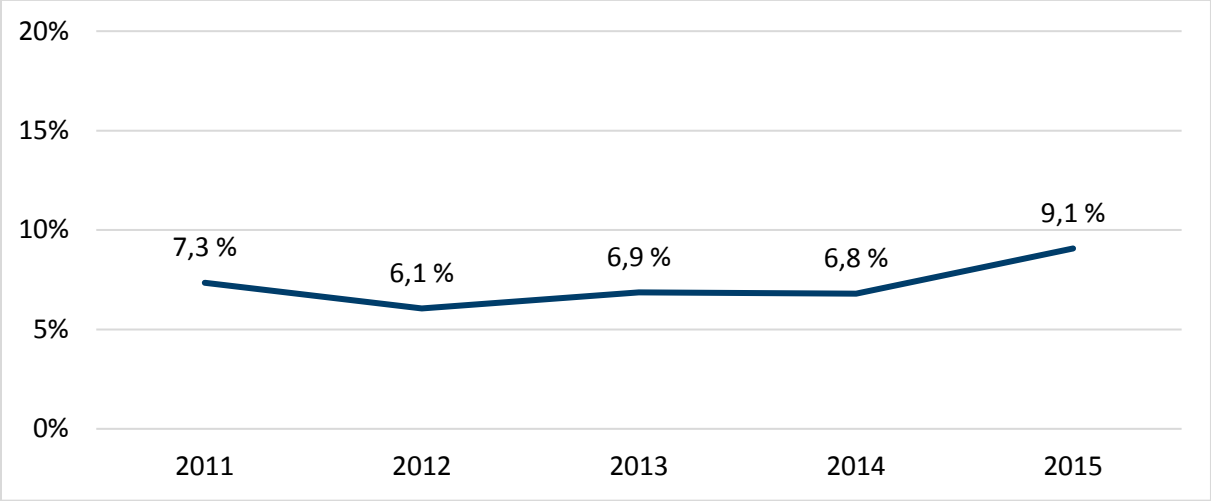
Figur 5: Figuren viser hele musikkbransjens utvikling i antall sysselsatte i AS o.a. og alle ENK, 2011-2015.

Det har vært en vekst i sysselsettingen på 2285 sysselsatte i perioden, hvilket tilsvarer 24 prosent. Veksten kommer hovedsakelig fra Enkeltpersonforetakene, som har hatt en sysselsettingsvekst på 28 prosent. Samtidig har AS o.a. hatt en vekst på 15 prosent.

Sammenlignet med verdiskapingsresultatene fra 2011-2015 (som økte med 28 prosent), har AS o.a. økt verdiskapingen med 13 prosentpoeng mer enn sysselsettingen. Verdiskaping per sysselsatt i AS o.a. var på 620 000,- i 2011, mot 695 000,- i 2015. Dette betyr at aksjeselskapene har blitt mer produktive i løpet av perioden. En mulig årsak til dette kan være at digitaliseringen av platebransjen har skapt økt totalomsetning i perioden, samtidig som sysselsettingen har holdt seg stabil på grunn av nedbemanning i platebutikkene og økt sysselsetting i strømmetjenestene. Musikkbransjens sysselsetting for øvrig er både større enn bokbransjens (10 025 i 2014) og filmbransjens (4 639 i 2014, Gran, Torp og Theie, 2016).

Lønnsomhet

Vi skal nå se nærmere på lønnsomheten i musikkbransjen ved å se på hvor mye bedriftene sitter igjen med for hver krone som omsettes. Dette måles ved at driftsresultatet deles på omsetningen og ganges med 100. Resultatet fra regnestykket omtales som driftsmargin av økonomer. En lønnsom bedrift er en bedrift som sitter igjen med en høy andel av omsetningen etter at driftskostnadene er betalt. Jo høyere lønnsomhet, jo bedre. Lønnsomhet er også et viktig mål for private investorer og finansinstitusjoner, siden lønnsomheten til en bedrift indikerer hvor høy avkastning en bedrift kan gi på en eventuell investering. Lønnsomhetsutviklingen bør ses over flere år.



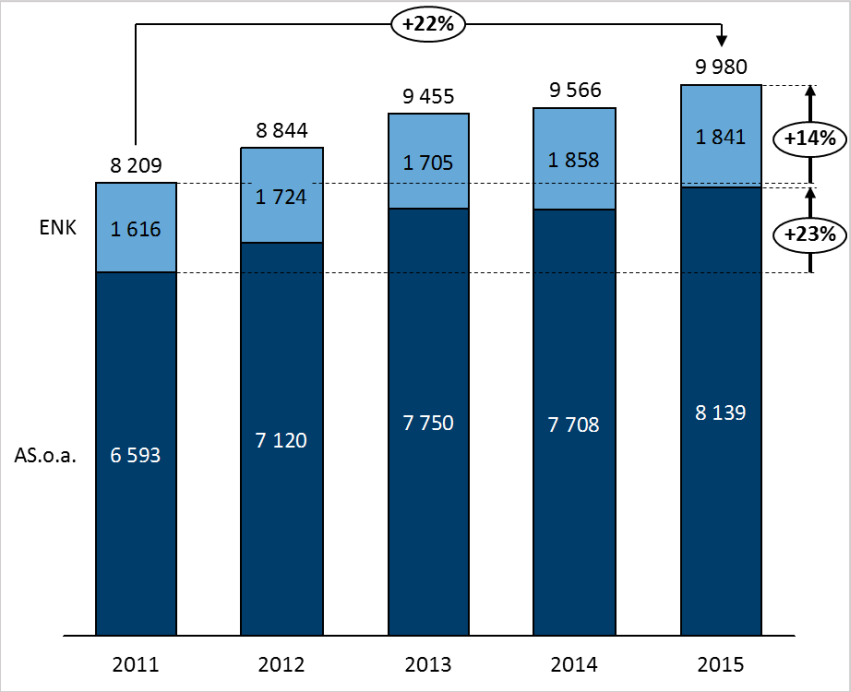
Figur 6: Figuren viser utvikling i lønnsomhet for hele musikkbransjen, kun AS o.a., 2011-2015.

Lønnsomheten i bransjen har holdt seg relativt stabil rundt 7%, før den økte til 9,1 prosent i 2015. Dette vil si at det gjennomsnittlige driftsresultatet til bedriftene i musikkbransjen lå på 9,1 prosent av total omsetning i 2015, hvilket betyr at gjennomsnittsbedriften i musikkbransjen satt igjen med 91 000 kroner i driftsresultat for hver million som ble omsatt i 2015. Til sammenligning var gjennomsnittlig driftsmargin for fastlandsøkonomien (i AS o.a.) på 8,2 prosent i 2015, og dette er et nivå den har ligget rundt i tidsperioden 2011-2015. Disse resultatene antyder at musikkbransjen jevnt over har vært mindre lønnsom enn fastlandsøkonomien, men at den har vært mer lønnsom enn den norske fastlandsøkonomien i 2015. Den siste økningen i driftsmargin fra 2014 til 2015 følger den øvrige verdiskapings- og omsetningsveksten i hele musikkbransjen, som også har markante oppganger i 2015. Det er verdt å påpeke at den største drivkraften bak lønnsomheten i bransjen

kommer fra Forvaltningsorganisasjonene Tono og Gramo. Det er lønnsomheten til disse selskapene som trekker opp gjennomsnittet til hele musikkbransjen.

Omsetning

Siden EYs *Creative Growth* og Rambølls *Musikk i tall* opererer med omsetningstall i sine kartlegginger, har vi valgt å vise omsetningen i perioden fordelt på AS o.a. og enkeltpersonforetak. Vi gjør oppmerksomme på at EY kun forholder seg til omsetning i salgsleddene i musikkbransjen, mens Rambøll opererer med omsetning i salgsleddene i kategoriene «Salgsinntekter» (fra Innspilt musikk) og «Fremføringsinntekter», samt opphavsrettslige inntekter som *tilfaller* opphavere i musikkbransjen. Vi har inkludert omsetning for alle bedriftene i hele verdikjeden, og teller all omsetning for alle selskaper. Dermed vil våre omsetningstall bli vesentlig høyere enn kartlegginger som Rambølls og EYs.



Figur 7: Figuren viser hele musikkbransjens utvikling i omsetning i AS o.a. og ENK 2011-2015, tall i MNOK

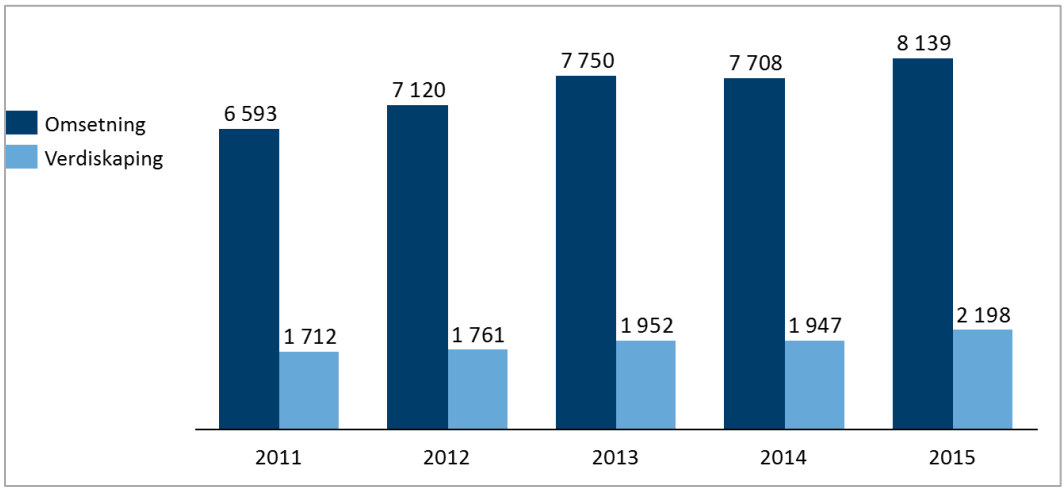
Det har vært en vekst i omsetningen på 22 prosent i perioden. Hvis vi ser på AS o.a. og ENK hver for seg, ser vi at veksten i AS o.a. er på 23 prosent, mens den er på 14 prosent for enkeltpersonforetakene. I 2015 sto AS o.a. for 82 prosent av bransjens totale omsetning. Vi merker

oss at dette tallet står i motsetning til den lave andelen sysselsatte i AS o.a. samme år, som var 27 prosent. Dette betyr at de 27 prosentene i musikkbransjen som er sysselsatt i Aksjeselskap (o.a.), står for 82 prosent av den totale omsetningen i musikkbransjen. Dette viser en kraftig skjevfordeling av omsetningen i musikkbransjen, i favør av Aksjeselskapene (o.a.).

Sammenlignet med *Musikk i tall* ser vi som ventet at den samlede omsetningen i hele musikkbransjen er vesentlig høyere enn den samlede omsetningen som Rambøll presenterer. «Våre analyser viser at den norske musikkbransjen omsatte for MNOK 3 727 i 2015» (Rambøll 2016), mens våre analyser viser at den samlede omsetningen i norsk musikkbransje var 9 980 MNOK i 2015. Store deler av differansen har sin forklaring i at vår kartlegging inkluderer *hele* musikkbransjen, mens Rambøll kun måler omsetning i salgsleddene, samt opphavsrettslige inntekter som tilfaller opphaverne. Når det gjelder utvikling over tid opererer Rambøll med en vekst på 7 prosent fra 2012-2015. Våre tall viser at omsetningen i hele musikkbransjen har økt med 13 prosent i tilsvarende periode.

Omsetning og verdiskaping

Denne rapporten har i tillegg til omsetning målt verdiskaping (se metodekapittel for full beskrivelse av begrepene). Figuren nedenfor gir en oversikt over bransjens utvikling i omsetning og verdiskaping.



Figur 8: Figuren viser utvikling av omsetning og verdiskaping for AS o.a. i hele musikkbransjen fra 2011-2015, tall i MNOK.

Figuren viser store forskjeller mellom verdiene for omsetning og verdiskaping i perioden. Omsetningen har økt fra 6,6 mrd. kroner i 2011 til 8,1 mrd. kroner i 2015. I samme tidsperiode har

verdiskapingen økt fra 1,7 mrd. kroner i 2011 til 2,2 mrd. kroner i 2015. For hver hundrede krone som ble omsatt var verdiskapingen på 27 kroner i 2015. For fastlandsøkonomien var tilsvarende tall 30 kroner. Verdiskapingen uttrykker et mer helhetlig bilde av økonomien i musikkbransjen og viser at selv om hele musikkbransjen omsatte for 8,1 mrd. kroner i 2015, var den samfunnsøkonomiske verdiskapingen i bransjen på 2,2 mrd. kroner.

Topplister

Musikkbransjen beskrives ofte som en oligopolistisk bransje (Shuker 2008), hvilket vil si at bransjen domineres av et knippe selskaper. Av denne grunnen er det interessant å få en oversikt over bransjen største selskaper, noe vi har valgt å gjøre ved å sortere de 20 største selskapene etter verdiskaping i 2015:

#	Delbransje	Undergruppe	Firmanavn	Fylke	Verdi-skaping	Syssel-satte
1	Rettighetsforvalt.	Forvaltningsorg.	Tono SA	Oslo	537	70
2	Rettighetsforvalt.	Forvaltningsorg.	Gramo	Oslo	153	25
3	Innspilt musikk	Salg og streaming	Tidal Music AS	Oslo	69	70
4	Innspilt musikk	Plateselskap	Universal Music AS	Oslo	54	44
5	Live	Helårsarrangør	Auditorium AS	Oslo	40	132
6	Live	Helårsarrangør	Oslo Spektrum Arena ANS	Oslo	39	23
7	Innspilt musikk	Plateselskap	Warner Music Norway AS	Oslo	25	12
8	Innspilt musikk	Plateselskap	Sony Music Entertainment Norway AS	Oslo	21	28
9	Live	Teknisk leveranse	Hove West AS	Rogaland	19	9
10	Live	Helårsarrangør	Live Nation Norway AS	Oslo	15	14
11	Live	Festivalarrangør	Øyafestivalen AS	Oslo	14	11
12	Live	Helårsarrangør	Bergen Live AS	Hordaland	13	9
13	Rettighetshavere og management	Låtskriver/utøver	Kygo AS	Hordaland	13	-
14	Innspilt musikk	Plateselskap	Phonofile AS	Oslo	12	4
15	Live	Helårsarrangør	Stiftelsen Lillestrøm Kulturforum	Akershus	10	18
16	Live	Helårsarrangør	Sentrum Scene AS	Oslo	10	69

17	Live	Festivalarrangør	Stiftelsen Molde International Jazz Festival	Møre og Romsdal	10	4
18	Rettighetshavere og management	Management	Svenska SCM	Akershus	10	-
19	Musikk-instrumenter	Musikk-instrumenter	Music Retail Norway AS	Oslo	9	30
20	Live	Festivalarrangør	Palmesus AS	Vest-Agder	9	-
	Sum, 20 største selskapers totale verdiskaping og sysselsetting i AS o.a., 2015 →				1 100	592
	20 største selskapers andel av total verdiskaping og sysselsetting i AS o.a., 2015 →				50 %	19 %

Tabell 2: Rangering av Musikkbransjens 20 største selskaper (AS o.a.), målt etter verdiskaping i 2015. Verdier for verdiskaping og sysselsetting og kategorisering av delbransje, undergruppe og fylkestilhørighet. Tall i MNOK.

Tabellen viser at samtlige delbransjer og 9 av 11 undergrupper er representert med minst ett selskap på listen. Undergruppene som ikke har selskap inne på listen er Musikkforlag og Musikkproduksjon/ studio. Foruten forvaltningsorganisasjonene på topp, domineres listen av plateselskaper (alle majorselskapene og Phonofile er inkludert), og enkelte helårsarrangører og festivaler. Vi finner også strømmetjenesten Tidal Music AS nummer tre på listen. Spotify Music Norway AS ligger ikke inne på listen, og dette henger sammen med målt verdiskaping, som jo er en tallfestet verdi for driftsresultat + sysselsetting. Årsaken til at Spotify Music Norway AS ikke ligger på listen skyldes at selskapet i prinsippet kun er et salgs- og representasjonskontor med få ansatte og relativt lavt driftsresultat (4 ansatte og 520 000,- i driftsresultat i 2015). Selskapet har svært høy omsetning, men lavt driftsresultat og få sysselsatte gjør at den norske filialen til strømmetjenesten kommer dårlig ut i verdiskapingsstatistikken i motsetning til «lillebror» Tidal Music As, som har høy verdiskaping grunnet høy sysselsetting. Dette kan forklares av at utviklingen av tjenesten foregår i selskapet og ikke i utlandet.

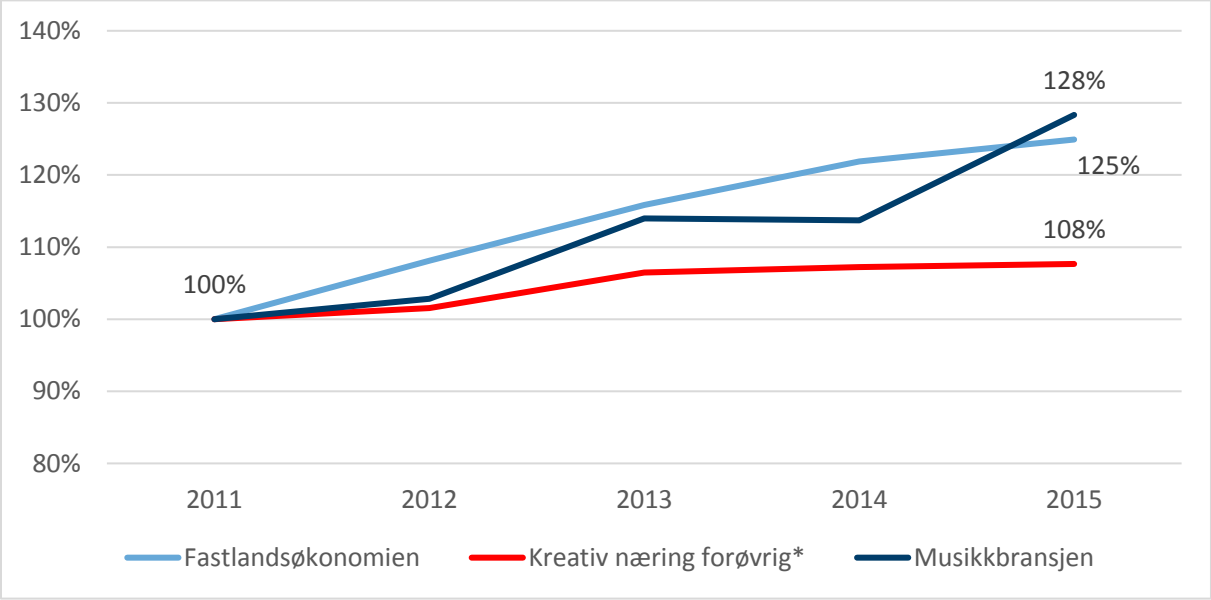
Festivalen Palmesus i Kristiansand ble arrangert for første gang i 2009 og er på kort tid blitt en av musikkbransjens største selskaper. Foto: Bjørn Thorkildsen, gjengitt gjennom CC0-lisens.

Tabellen viser også at musikkbransjens verdiskaping er særlig konsentrert rundt de to forvaltningsorganisasjonene Tono og Gramo. Disse to organisasjonene står for 31 prosent av bransjens samlede verdiskaping alene. Deretter har bransjens verdiskaping en relativt høy konsentrasjon rundt de åtte neste selskapene på listen, før vi ser at verdiskapingen er i ferd med å flate ut fra og med Live Nation AS på tiende plass. De ti største bedriftene står for 44 prosent av total verdiskaping i hele musikkbransjen i 2015. Hvis vi legger sammen verdiskapingen for alle disse 20 bedriftene, ser vi at de har en samlet verdiskaping på 1,1 mrd. kroner, hvilket tilsvarer halvparten av verdiskapingen i musikkbransjen i 2015. Til slutt noterer vi oss at disse 20 selskapene stod for 19 prosent av bransjens sysselsetting i 2015, samt at listen domineres av selskaper fra Oslo. 9 av de 10 største selskapene kommer fra hovedstaden.

Sammenligning med Fastlandsøkonomien og den kreative næringen forøvrig

Musikkbransjens utvikling kan ses opp mot andre deler av den norske økonomien, og vi har her valgt å sammenligne musikkbransjen med fastlandsøkonomien og den kreative næringen forøvrig. Med det sistnevnte mener vi den kreative næringen slik den ble definert og målt av Gran, Theie og Torp (2016), minus musikkbransjen. I denne rapporten ble den kreative næringen målt fra 2008-2014. For å lage et sammenligningsgrunnlag for 2015 for den kreative næringen, har vi valgt å estimere verdier for 2015 basert på prosentvise endringer i verdiene fra 2011 til 2014. Siden forskjellene mellom

fastlandsøkonomien, den kreative næringen og musikkbransjen er så store, har vi valgt å konsentrere oss om å sammenligne såkalt indeksert vekst, for å sammenligne utviklingstrekkene mellom de tre kategoriene. Indeksert vekst viser hvordan kategorienes verdiskaping har utviklet seg i forhold til kategorienes utgangspunkt i periodens begynnelse. Indeksert vekst regnes ut ved at verdiskapingsverdien i en kategori (f.eks. fastlandsøkonomien) i år X deles på verdiskapingsverdien fra periodens begynnelse (2011). Dette gjøres så for alle år i perioden. På denne måten vil vi vise hvor sterk/ svak den prosentvise veksten til de ulike kategoriene har vært, uten at vi forholder oss til de reelle størrelsene på verdiskaping som ligger til grunn for de forskjellige kategoriene. Dermed vil fremstillingen av kategorienes indekserte vekst fortelle oss hvor sterk (eller eventuelt svak) verdiskapingsutvikling kategoriene har hatt i forhold hverandre, uten at vi forholder oss til de reelle størrelsene for verdiskaping og sysselsetting. Vi gjør oppmerksom på at nullpunktet til slike figurer er 100 prosent. Dersom en verdi har steget til for eksempel 130 prosent vil dette si at veksten til verdien er 30 prosent – *ikke* 130 prosent.

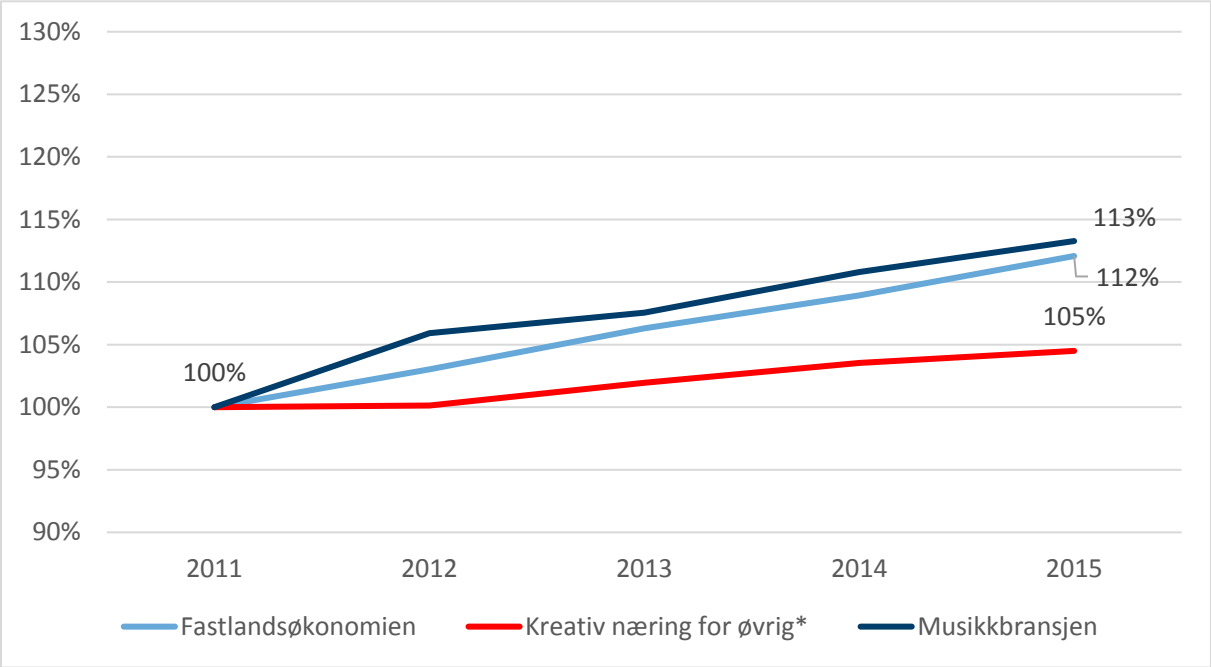


Figur 9: Figuren viser indeksert verdiskapingsvekst i AS. o.a. for fastlandsøkonomien, musikkbransjen og den kreative næringen forøvrig[*] i perioden 2011-2015.

Figuren viser at den prosentvise verdiskapingsveksten har vært relativt lik mellom fastlandsøkonomien og musikkbransjen i tidsperioden, mens den har vært noe lavere for den kreative næringen for øvrig. Musikkbransjen har hatt en verdiskapingsvekst på 28 prosent i perioden,

[*] 2015-tallene for kreativ næring for øvrig er estimert fra tall for verdiskapingsutvikling fra 2011-2014 i Kreativ næring-kartleggingen fra 2016.

mens fastlandsøkonomien og den kreative næringen for øvrig* har hatt verdiskapingsvekst på henholdsvis 25 og 8 prosent. Samlet sett har musikkbransjen hatt en indeksert verdiskapingsvekst som har vært 3 prosentpoeng høyere enn fastlandsøkonomien og 20 prosent høyere enn den kreative næringen for øvrig i perioden. Dette viser at verdiskapingsutviklingen i musikkbransjen har vært sterkere enn tilsvarende utvikling i fastlandsøkonomien i tidsperioden 2011-2015, og vesentlig sterkere enn den kreative næringen for øvrig. Samtidig ser vi at veksten i fastlandsøkonomien har vært mye jevnere enn i musikkbransjen. Dette kan skyldes relativt få datapunkter (antall bedrifter som utgjør datagrunnlaget) for musikkbransjen, sett i forhold til fastlandsøkonomien. Færre datapunkter gjør at resultatene blir sårbare for svingninger som kan oppstå i resultatene til de største selskapene. Et tydelig bilde på dette ser vi i 2014, hvor svake driftsresultater for strømmetjenestene Spotify og Tidal har trukket verdiskapingstallene for hele musikkbransjen ned.



Figur 10: Figuren viser indeksert sysselsettingsvekst i AS. o.a. for fastlandsøkonomien, musikkbransjen og den kreative næringen for øvrig, i perioden 2011-2015.*

Sysselsettingsutviklingen i de tre kategoriene har fulgt hverandre mer jevnt i perioden. Foruten 2012 har fastlandsøkonomien og musikkbransjen fulgt hverandre svært tett og har hatt vekstrater på henholdsvis 12 og 13 prosent fra 2011 til 2015. Den kreative næringen for øvrig har hatt en svakere

* 2015-tallene for Kreativ næring for øvrig er estimert fra tall for sysselsettingsutvikling fra 2011-2014 i Kreativ næring—kartleggingen fra 2016.

utvikling og ligger 8 prosentpoeng lavere enn musikkbransjens verdiskapingsutvikling for perioden. Vi noterer oss også at musikkbransjens indekserte sysselsettingsvekst har hatt en jevnere økning enn tilsvarende for verdiskaping i perioden.

Samlet sett viser resultatene at hele musikkbransjen hadde en positiv økonomisk utvikling fra 2011 til 2015, men dette gjelder i all hovedsak for selskapstypene AS o.a. I denne perioden økte denne gruppens samlede verdiskaping med 28 prosent, (tre prosent mer enn i den norske fastlandsøkonomien) samtidig som sysselsettingen og omsetningen hadde noe svakere vekst. Selv om lønnsomheten for AS o.a. har vært noenlunde stabil gjennom denne perioden, antyder den sterke økningen i verdiskaping (kontra noe svakere omsetning) at disse selskapene har blitt mer økonomisk effektive. I forhold til den kreative næringen forøvrig gjør musikkbransjen det svært godt, både når det gjelder verdiskaping og sysselsetting. En viktig årsak til dette er at musikkbransjen har løst utfordringene tilknyttet digitaliseringen av forbruket på en bedre måte enn andre bransjer i den kreative næringen. Kreativ næring-kartleggingen fra 2016 viste at særlig avis- og magasinbransjen, samt filmbransjen har vært preget negativt av digitalisering og at dette har vært med på å trekke ned hele verdiskapingsutviklingen i næringen.

Uten mulighet til å produsere verdiskapingstall for enkeltpersonforetakene, er det begrenset rom for å gi en lignende analyse av disse selskapene. Likevel ser vi at økonomien ikke fortoner seg like godt for ENKene. Vi noterer oss positiv utvikling hva gjelder sysselsetting og omsetning fra 2011, men sett opp mot AS-ene står disse selskapene relativt svakt. Omsetningsutviklingen for enkeltpersonforetakene var 9 prosentpoeng lavere blant ENKene enn i AS o.a. i tidsperioden 2011-2015. I 2015 var gjennomsnittlig omsetning per sysselsatt i AS o.a. og enkeltpersonforetakene på henholdsvis 2 573 200,- og 216 600,- kroner.

Resultater: Delbransjer med undergrupper – AS o.a. (746 selskaper) 2011-2015

Vi vil nå gjennomgå analyser av musikkbransjen inndelt i 5 delbransjer og 11 undergrupper. For å gjennomføre denne inndelingen av musikkbransjen har vi fordelt et utvalg av 746 selskaper (se metodekapittel) i delbransjene og undergruppene. Det er disse 746 selskapene som ligger til grunn for alle resultatene heretter i rapporten. Selskapene fordelte seg i følgende grupperinger:

Delbransjer	**Antall selskap**	**Undergruppe**	**Antall selskap**	**Andel av selskaper i delbransjen**	**Andel av selskaper i dette utvalg (n=746)**
Live	238	Helårsarrangør	85	36 %	11 %
		Festivalarrangør	63	26 %	8 %
		Teknisk leveranse	47	20 %	6 %
		Bookingagentur	43	18 %	6 %
		Sum i undergruppe	238	100%	31%
Innspilt musikk	84	Plateselskap	56	67 %	8 %
		Salg og streaming	28	33 %	4 %
		Sum i undergruppe	84	100 %	12 %
Rettighets-forvaltning	27	Forvaltningsorganisasjoner	2	7 %	0 %
		Musikkforlag	25	93 %	3 %
		Sum i undergruppe	27	100 %	3 %
Rettighetshavere og management	328	Låtskriver/utøver	151	46 %	20 %
		Musikkproduksjon/studio	103	31 %	14 %
		Management	74	23 %	10 %
		Sum i undergruppe	328	100 %	44 %
Musikkinstrumenter	69	Musikkinstrumenter	69	100 %	9 %
Total	**746**		**746**		

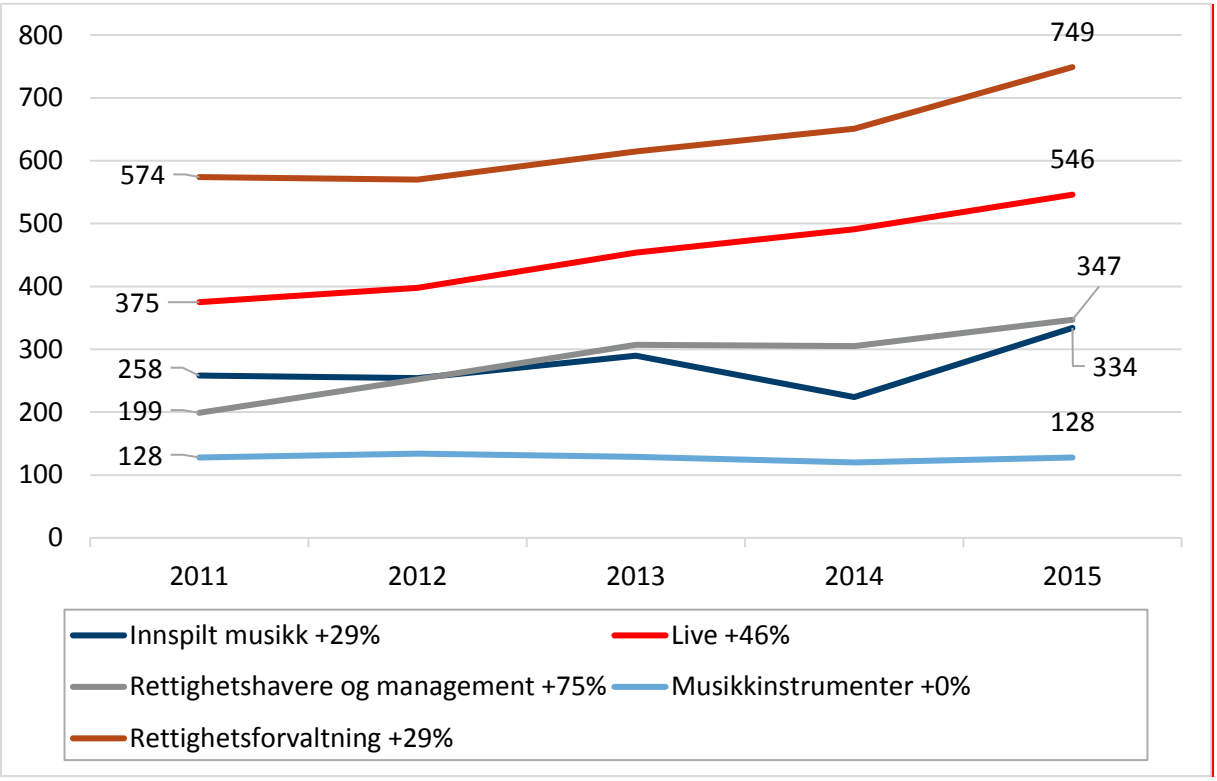
Tabell 3: Tabellen viser fordeling av 746 selskaper med mer enn 100 000,- i verdiskaping i 2015, fordelt på delbransjer og undergrupper.

I de neste seksjonene vil vi presentere resultater for verdiskaping, sysselsetting, lønnsomhet og omsetning for disse undergruppene. Vi vil heretter referere til disse 746 selskapene som musikkbransjen, men for å tydeliggjøre at vi skriver om disse *utvalgte* selskapene har vi markert alle grafene med «N=746». I de neste kapitlene vil vi først sammenligne delbransjene opp mot hverandre, før vi ser på deres geografiske lokalisering, samt dykker ned i delbransjenes mange undergrupper.

Sammenligning av delbransjene

For å skape et helhetlig bilde av forholdene mellom delbransjene og undergruppene, vil vi nå presentere resultater for verdiskaping, sysselsetting og omsetning hvor vi ser delbransjene og undergruppene opp mot hverandre.

Verdiskaping



Figur 11: Figuren viser verdiskapingsutvikling i AS o.a. for musikkbransjens delbransjer i 2011-2015, tall i MNOK. N=746.

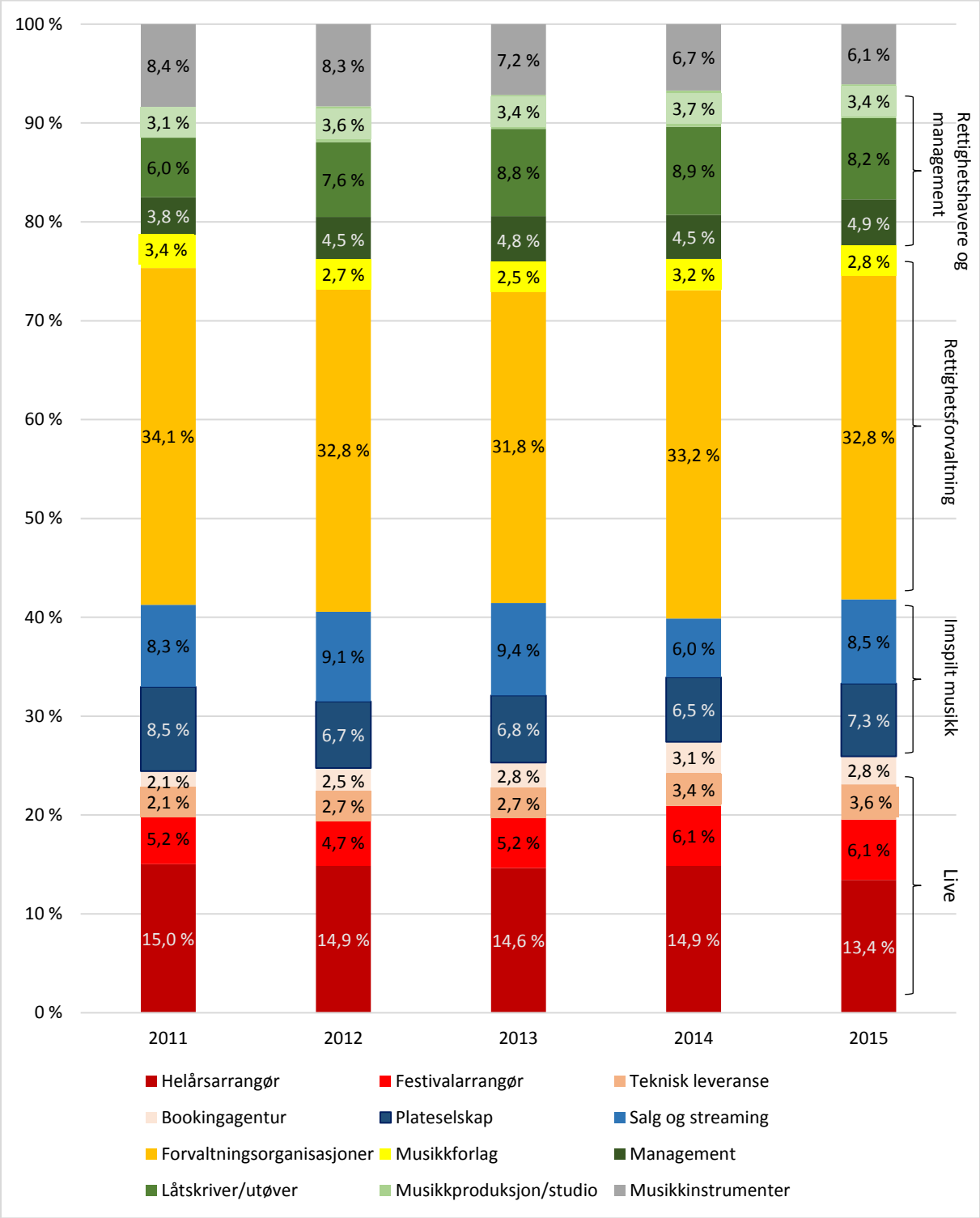
Rettighetsforvaltning har økt verdiskapingen fra 574 millioner kroner i 2011 til 749 millioner kroner i 2015, mens Livebransjen har økt verdiskapingen fra 375 til 546 millioner kroner i samme periode. Samtidig har Innspilt musikk økt verdiskapingen fra 258 til 334 millioner kroner, mens Rettighetshavere og management har økt verdiskapingen fra 199 til 347 millioner kroner. Bedriftene i delbransjen Musikkinstrumenter har ligget rundt 128 millioner kroner i verdiskaping gjennom hele perioden.

Det er selskapene i Rettighetsforvaltning og Live-bransjen som står for den desidert største andelen av verdiskapingen til musikkbransjen i perioden. I 2015 sto Rettighetsforvaltning for en samlet verdiskaping på 749 MNOK, mens Live-bransjens verdiskaping var på 546 MNOK. Samtidig var avstanden fra Livebransjen ned til tredje største delbransje målt i verdiskaping (Rettighetshavere og management med verdiskaping på 347 MNOK) på 199 MNOK.

Verdiskapingen har utviklet seg ulikt i de ulike delbransjene fra 2011 til 2015, men figuren viser at Rettighetshavere og management har hatt desidert størst økning i verdiskaping blant delbransjene gjennom perioden. Rettighetshavere og management har økt sin verdiskaping med 75 prosent fra 2011 til 2015. Samtidig har Livebransjens verdiskaping økt med 46 prosent, mens både Rettighetsforvaltning og Innspilt musikks verdiskaping har økt henholdsvis med 30 prosent i samme periode. Vi ser også at samlet verdiskaping i Rettighetshavere og management har gått forbi verdiskapingen i Innspilt musikk. Ved periodens utløp er Rettighetshavere og management musikkbransjens tredje viktigste delbransje, målt i verdiskaping. Vi noterer oss også at Livebransjen er delbransjen med jevnest utvikling i perioden.

Vi noterer oss at verdiskapingen i Rettighetshavere/management har passert verdiskapingen blant Plateselskapene og salg/streaming-selskapene i Innspilt musikk. Utviklingen viser at managementene og rettighetshavernes økonomi har blitt sterkere etter at bransjen omstilte seg til den digitale økonomien. Denne tendensen er for øvrig i tråd med studier fra tidsperioden, som viser at stadig flere managements er i ferd med å styrke sine posisjoner som nøkkelformidlere mellom aktørene i musikkbransjens digitale alder (Hrcas 2013).

Verdiskapingsutviklingen kan også fremstilles gjennom andeler av total verdiskaping per år. Dette har vi gjort i den neste figuren, hvor vi også går ned på de 11 undergruppene til de 5 delbransjene. I denne figuren har vi delt undergruppenes årlige verdiskapingsverdier på musikkbransjens (N=746) totale verdiskaping for de tilhørende årene. Dermed kan vi antyde hvilke undergrupper som har drevet verdiskaping i de ulike årene, og hvordan dette har utviklet seg over tid.



Figur 12: Figuren viser utvikling av undergruppenes (AS o.a.) andeler av musikkbransjens verdiskaping per år, i perioden 2011-2015. N=746.

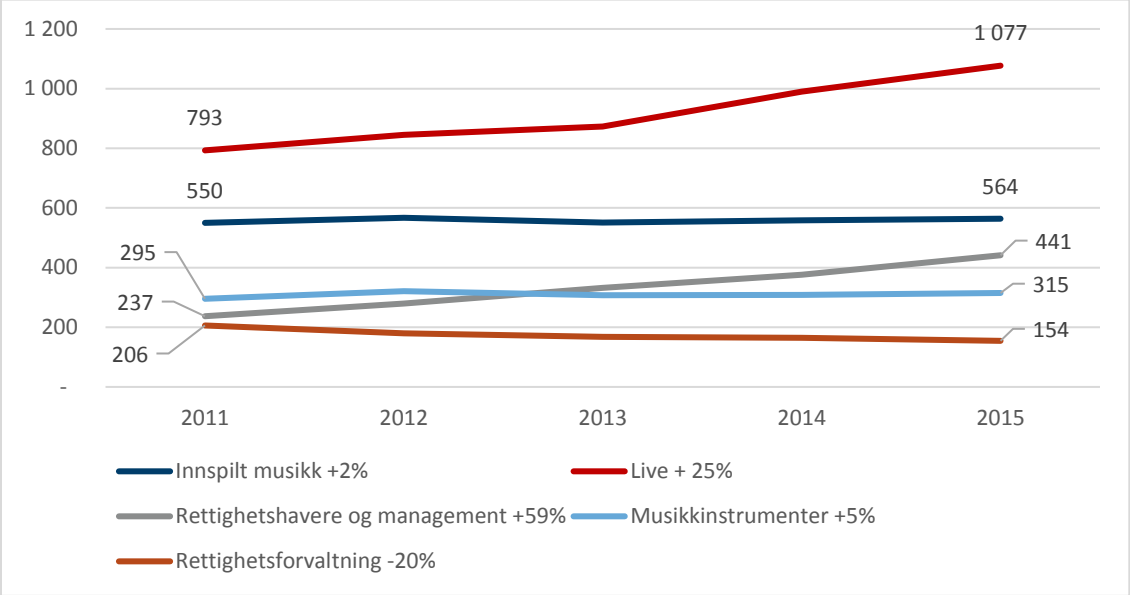
Figuren viser at det er undergruppene Helårsarrangør og Forvaltningsorganisasjoner, som jevnt over har hatt størst verdiskapingsandel i musikkbransjen fra 2011 til 2015 (Forvaltningsorganisasjonenes andel av musikkbransjens verdiskaping har ligget mellom 34,1 og 32,8 prosent gjennom perioden, mens Helårsarrangørenes andel har ligget mellom 13,4 og 15 prosent). Videre ser vi at undergruppene i Innspilt musikk (Plateselskap og Salg og streaming) samt Låtskrivere/utøvere og Musikkinstrumenter) har relativt store andeler av verdiskapingen i musikkbransjen. Alle disse undergruppene står for mellom 6 og 8,9 prosent hver av total verdiskaping i perioden. Undergruppene som har lavest andel av verdiskapingen i musikkbransjen er Bookingagenturene og Teknisk leveranse, Musikkforlagene og Musikkproduksjon/ Studio. Disse undergruppenes andeler av musikkbransjens verdiskaping varierer mellom 2,1 og 3,7 prosent fra 2011 til 2015.

Figuren viser også at særlig undergruppen Låtskrivere/utøvere har hatt en betraktelig økning i andel av musikkbransjens samlede verdiskaping i perioden (Økt fra 6 til 8,2 prosent fra 2011 til 2015). Andre undergrupper med positiv utvikling i perioden er Teknisk leveranse (økt andel fra 2,1 prosent i 2011 til 3,6 prosent i 2015), Festivalarrangørene (andelsøkning fra 5,2 prosent til 6,1 prosent i perioden), Bookingagenturene (andelsøkning fra 2,1 til 2,8 prosent i perioden) og management (andelsøkning fra 3,8 prosent til 4,9 prosent i perioden). Alle disse undergruppene har økt *sine* andeler av den totale verdiskapingen i musikkbransjen fra 2011 til 2015, og dermed kan vi påstå at den økonomiske utviklingen i disse undergruppene, målt i verdiskaping, har vært sterkere enn i musikkbransjen for øvrig. Av undergruppene med svakest andelsutvikling i perioden finner vi undergruppene i Helårsarrangørene (verdiskapingsandel ned fra 15 prosent til 13,4 prosent), Plateselskapene (verdiskapingsandel ned fra 8,5 til 7,3 prosent), Forvaltningsorganisasjonene (verdiskapingsandel ned fra 34,1 til 32,8 prosent), Musikkforlagene (verdiskapingsandel ned fra 3,4 til 2,8) og til slutt Musikkinstrumenter (verdiskapingsandel ned fra 8,4 til 6,1 prosent). Verdiskapingsutviklingen til disse undergruppene har altså vært svakere enn de øvrige undergruppene i musikkbransjen i perioden 2011 til 2015.

Figuren ovenfor viser også en bransje i endring. Målt etter verdiskaping, ser vi at musikkbransjens desidert største undergrupper (Forvaltningsorganisasjoner og helårsarrangører), samt tidligere nøkkelselskaper (plateselskapene) har tapt økonomisk terreng i forhold til undergrupper som Låtskrivere/ utøvere, Management og Bookingagentur.

Sysselsetting

Ser man sysselsettingsutviklingen til delbransjene over tid, ser bildet slik ut:

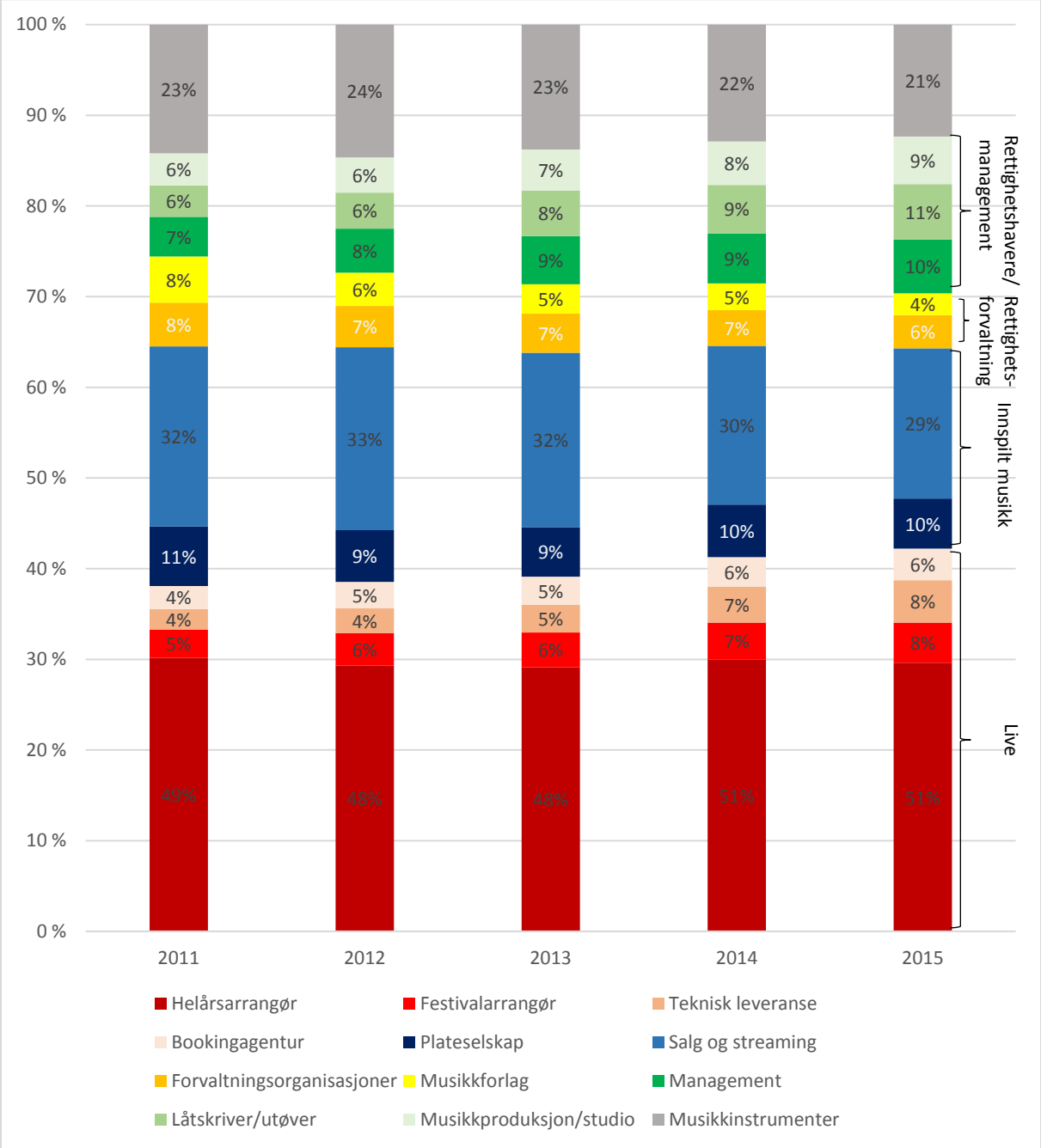


Figur 13: Figuren viser sysselsettingsutvikling for AS o.a. i perioden 2011-2015. N=746.

Figuren viser at Live-bransjen er musikkbransjens største sysselsetter blant de fem delbransjene. Live-bransjen har økt antall sysselsatte fra 793 til 1 077 fra 2011 til 2015. Bransjens nest største sysselsetter, Innspilt musikk, har økt antall sysselsatte med 14 stk. i samme periode. Delbransjen som var tredje størst målt etter sysselsetting i 2015, var Rettighetshavere og management. Denne delbransjen økte antall sysselsatte fra 237 til 441, mens selskapene i delbransjen Musikkinstrumenter økte antall sysselsatte fra 295 til 315 i tidsperioden, samtidig som Rettighetsforvaltning opplevde en nedgang i antall sysselsatte fra 206 til 154.

Vi ser av figuren at Rettighetshavere og management har økt sin sysselsetting med 59 prosent fra 2011 til 2015. Samtidig har Livebransjens sysselsetting økt med 25 prosent, mens Musikkinstrumenter og Innspilt musikk har hatt en positiv, men svakere utvikling på henholdsvis 2 og 5 prosent. Rettighetsforvaltning er den eneste delbransjen med negativ sysselsettingsutvikling, og denne ligger på minus 20 prosent. Vi noterer oss også at veksten til delbransjen Rettighetshavere og management på 59 prosent har vært mer enn dobbelt så sterk som i delbransjen med nest best sysselsettingsutvikling (live-bransjen, med 25 prosent) og at den også har vært jevn gjennom hele perioden.

Sysselsettingsutviklingen kan også fremstilles gjennom andeler av total sysselsetting per år. Dette har vi gjort i den neste figuren, hvor vi også går ser på de 11 undergruppene til de 5 delbransjene.



Figur 14: Figuren viser utvikling av undergruppenes (AS o.a.) andeler av musikkbransjens sysselsetting per år, i perioden 2011-2015. N=746.

Figuren viser at det er selskapene i undergruppene Helårsarrangør og Salg/streaming, og Musikkinstrumenter, som står for de største andelene av musikkbransjens sysselsetting i perioden. Forholdene mellom andelene har vært relativt stabile gjennom perioden, men vi noterer oss at

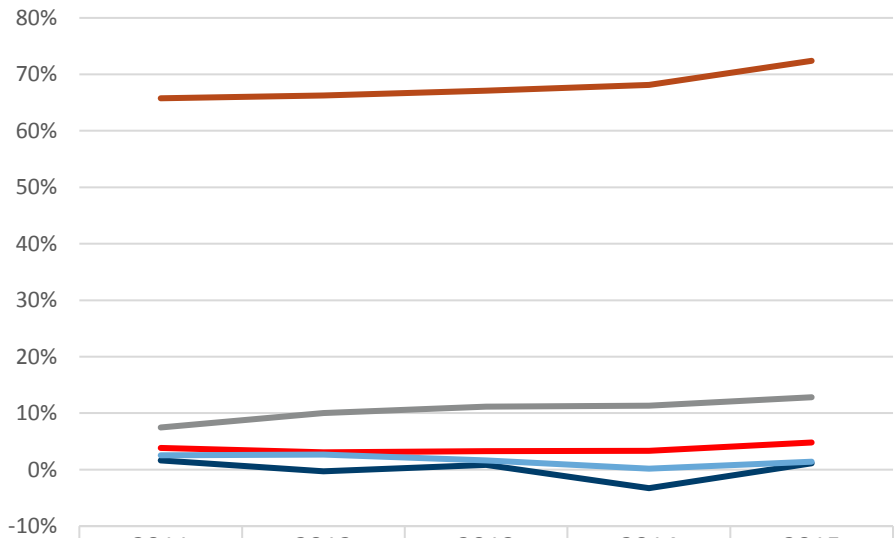
undergruppene Management, Låtskriver/utøver og Festivalarrangørene har økt sine andeler betraktelig. Samtidig ser vi markante nedganger i sysselsettingsandelene til undergruppene Musikkinstrumenter, Musikkforlag og Salg/streaming.

Figuren viser at det er Helårsarrangørene som jevnt over har hatt størst sysselsettingssandel i musikkbransjen fra 2011 til 2015. Denne undergruppens andel av musikkbransjens sysselsetting har ligget mellom 48 og 51 prosent gjennom perioden. Videre ser vi at Musikkinstrumenter og Salg og streaming har relativt store andeler av sysselsettingen i musikkbransjen. Salg og streaming har stått for en sysselsettingsandel på 29 til 32 prosent mellom 2011 og 2015, mens Musikkinstrumenter har stått for en sysselsettingsandel mellom 24 og 21 prosent i samme periode. Den øvrige sysselsettingen i musikkbransjen fordeles mellom undergruppene Musikkproduksjon/ studio, Låtskriver/ utøver, Management, Musikkforlag, Forvaltningsorganisasjoner, Bookingagentur, Teknisk leveranse og Festivalarrangører. Alle disse undergruppene står for mellom 4 og 11 prosent hver av total sysselsetting i bransjen gjennom perioden.

Figuren viser også at mange av de mindre undergruppene har økt sysselsettingsandelene sine i løpet av perioden på bekostning av større undergrupper. Vi ser med andre ord store bevegelser i sysselsettingsfordelingen internt i bransjen. Undergruppene Bookingagentur og Teknisk leveranse hadde begge 4 prosent andel av bransjens sysselsetting i 2011, men i 2015 var disse andelene økt til henholdsvis 6 og 8 prosent. Festivalarrangørene har økt sin sysselsettingsandel fra 5 til 8 prosent i samme periode. I delbransjen Rettighetshavere/ management har undergruppene Musikkproduksjon/ studio og Låtskriver/ utøver begge hatt en sysselsettingsandel på 6 prosent ved periodens begynnelse, men i 2015 har Musikkproduksjon/studio økt sin andel til 9 prosent, mens Låtskrivere/utøvere har økt sin andel til hele 11 prosent. Managementene har også økt sin sysselsettingsandel i perioden, og går opp fra 7 til 10 prosent fra 2011 til 2015. Blant undergruppene som har redusert sin andel av sysselsatte i perioden finner vi begge undergruppene i Innspilt musikk (Salg og streaming ned fra 32 til 29 prosent og Plateselskap ned fra 11 til 10 prosent), begge undergruppene i Rettighetsforvaltning (Musikkforlag halvert og ned fra 8 til 4 prosent; Forvaltningsorganisasjoner ned fra 8 til 6 prosent), samt Musikkinstrumenter som har gått ned fra 23 til 21 prosent.

Lønnsomhet

Det siste målet vi analyserer på tvers av bransjene er Lønnsomhet. Lønnsomhet måles her som driftsmargin (samlet driftsresultat per delbransje delt på samlet omsetning per delbransje) og presenteres i prosent. Driftsmarginen forteller dermed hvor lønnsom en delbransje er, ved at den forteller oss hvor mange prosent som gjenstår som driftsresultat i delbransjenes bedrifter i forhold delbransjens omsetning (se metodekapittel for nærmere forklaring av driftsmarginen).



	2011	2012	2013	2014	2015
Innspilt musikk	1,6 %	-0,3 %	0,8 %	-3,3 %	1,1 %
Live	3,9 %	3,1 %	3,3 %	3,3 %	4,8 %
Rettighetshavere og management	7,5 %	10,0 %	11,2 %	11,4 %	12,8 %
Musikkinstrumenter	2,5 %	2,7 %	1,6 %	0,2 %	1,4 %
Rettighetsforvaltning	65,8 %	66,3 %	67,1 %	68,2 %	72,4 %

Figur 15: Figuren viser utvikling i delbransjenes lønnsomhet i perioden 2011-2015 for AS o.a. N=746.

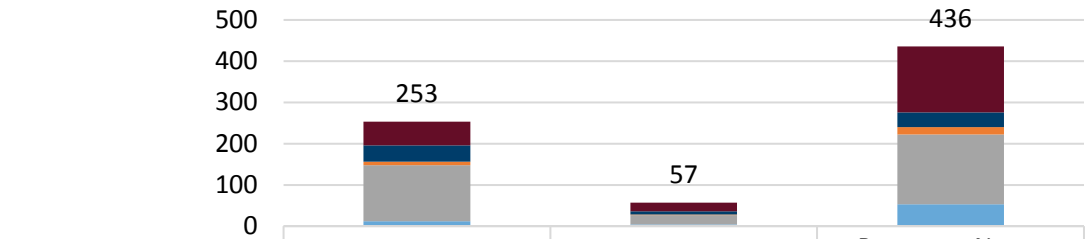
Figuren viser enorme forskjeller mellom rettighetsforvaltning og de øvrige delbransjene. I 2015 var driftsmarginen i delbransjen Rettighetsforvaltning på 72 prosent, hvilket var hele 59 prosentpoeng mer enn Rettighetshavere og managements driftsmargin på 13 prosent. De sterke resultatene i rettighetsforvaltningen drives i all hovedsak av forvaltningsorganisasjonene Gramo og Tono. Det er verdt å påpeke at forvaltningsorganisasjonene plikter å fordele overskuddene sine som vederlag til rettighetshaverne.

Sett bort fra den noe spesielle lønnsomheten til Rettighetsforvaltning, så ser vi videre at Rettighetshavere og management er mer lønnsomme enn bransjen for øvrig, og at denne delbransjen også skiller seg ut som eneste delbransje med utelukkende positiv lønnsomhetsutvikling i løpet av perioden. Denne delbransjen økte lønnsomheten fra 7,5 prosent i 2011 til 12,8 prosent i 2015, hvilket tilsvarer en økning på hele 70 prosent! Rettighetshavere og management er også den eneste delbransjen som har vært mer lønnsom enn fastlandsøkonomien i løpet av perioden, som har ligget mellom 7,7 og 8,7 prosent. De øvrige delbransjenes lønnsomhet (uten Rettighetsforvaltning) ligger gjennomgående flere prosent under fastlandsøkonomiens lønnsomhet.

I delbransjen Innspilt musikk finner vi et flertall av relativt store selskaper i musikkbransjemålestokk, som for eksempel Spotify, Tidal og major-selskapene Warner, Sony og Universal. At denne delbransjen har lavere lønnsomhet enn de øvrige delbransjene i musikkbransjen virker kanskje overraskende, men deler av dette funnet har sin naturlige forklaring i det store *volumet* til disse selskapene. Med stort volum sikter vi til at selskapene i denne delbransjen generelt har høyere omsetningsverdier enn i andre delbransjer. Med høyere omsetningsverdier kan man også klare seg med lavere lønnsomhet og fortsatt gå med et godt overskudd. Eksempelvis vil en årlig omsetning for Sony Music på 140 000 000,- og en lønnsomhet på 1 prosent gi et driftsresultat (overskudd) på 1 400 000,-, mens en årlig omsetning for Heartbeat management på 11 000 000,- og en lønnsomhet på 7 prosent gir et driftsresultat på 769. Dermed vil delbransjene som domineres av store bedrifter ofte klare seg godt med lavere lønnsomhet enn i delbransjene som domineres av mindre bedrifter. For øvrig skyldes den negative lønnsomheten til Innspilt musikk i 2014 hovedsakelig svake driftsresultater fra strømmetjenestene Spotify og Tidal.

Geografisk nedbryting

Vi har valgt å inkludere resultater som brytes ned på utvalgte geografiske områder (Oslo, Hordaland og resten av Norge). Selskapene hadde følgende fordeling over områdene i 2015:



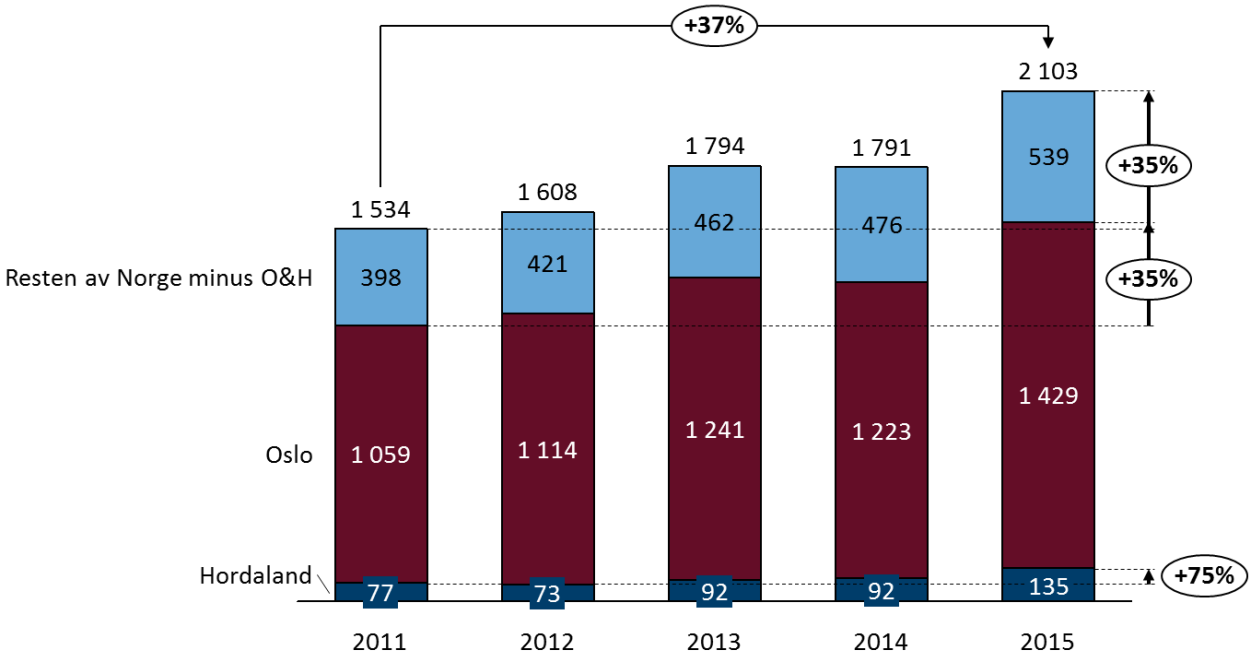
	Oslo	Hordaland	Resten av Norge minus H&O
Totalt	253	57	436
Live	57	21	160
Innspilt musikk	40	8	36
Rettighetsforvaltning	8	1	18
Rettighetshavere og management	136	23	169
Musikkinstrumenter	12	4	53

Musikkinstrumenter · Rettighetshavere og management · Rettighetsforvaltning · Innspilt musikk · Live · Totalt

Figur 16: Antall selskaper (AS o.a. med mer enn 100 000,- i verdiskaping i 2015) fordelt på Oslo, Hordaland og Resten av Norge (minus Oslo og Hordaland). N=746.

Oslo og Hordalands selskaper utgjør henholdsvis 253 og 57 selskaper av alle de 746 selskapene med mer enn 100 000 kroner i verdiskaping i 2015. Oslo har relativt høy andel av antall selskaper i delbransjene Innspilt musikk, Rettighetsforvaltning og Rettighetshavere og management. Antall selskaper i live- og musikkinstrumentbransjene er jevnere fordelt utover landet.

Verdiskapingsutviklingen til musikkbransjeselskapene i de geografiske områdene har fordelt seg slik:



Figur 17: Figuren viser verdiskapingsutvikling i AS o.a. fra 2011-2015, fordelt på geografiske områder. Tall i MNOK. N=746.

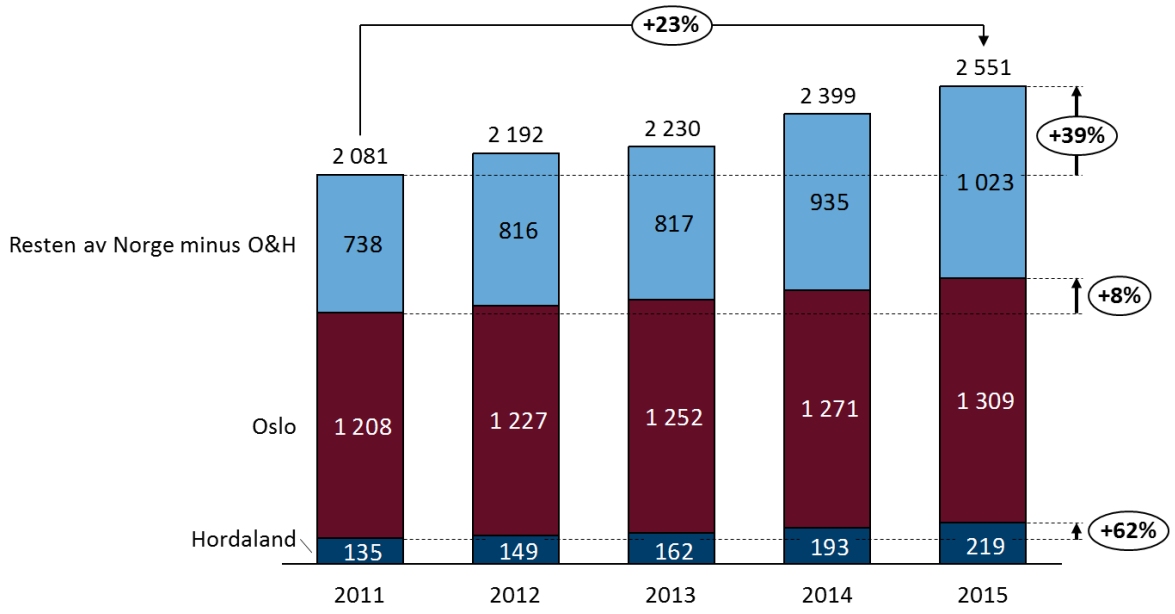
Fra 2011 til 2015 har Hordaland hatt en verdiskapingsvekst på hele 75 prosent, mens Oslo og Resten av Norge (Minus Oslo og Hordaland) har hatt en verdiskapingsvekst på 35 prosent. Oslo og Hordaland hadde en jevn verdiskapingsøkning fra 2011 til 2013, før områdene opplevde en stagnasjon i 2014, etterfulgt av en markant økning i 2015. Resten av Norge har hatt en jevn økning fra 2011 til 2014, og en markant vekst i 2015. Hordaland har hatt en relativt tung satsning på kreativ næringsutvikling i perioden, samtidig som en rekke popartister fra fylket har opplevd stor kommersiell suksess (med Kygo som spydspiss). Selv om driverne bak veksten er mange og sammensatte, antyder Hordalands sterke verdiskapingsvekst på hele 75 prosent at fylket har lykkes i arbeidet med næringsutviklingen.

Til tross for at Oslo sto for mindre enn halvparten av antall selskaper i musikkbransjen i 2015, sto byen for 1, 4 mrd. kroner av den totale verdiskapingen på 2,1 mrd. kroner i musikkbransjen. Dette tilsvarer en verdiskapingsandel på 68 prosent av den totale verdiskapingen. I 2011 stod Oslo for 69 prosent av verdiskapingen. Endringen er negativ, men minimal, og med bakgrunn i dette er det liten grunn til å hevde at musikkbransjens økonomi er blitt betraktelig mer konsentrert rundt hovedstaden i løpet av perioden.

Det er verdt å påpeke at selv om brorparten av verdiskapingen til musikkbransjen *samles* i Oslo, så betyr ikke dette at det ikke *skapes* verdier i musikkbransjen utenfor hovedstaden. For eksempel ligger verdiskapingstallene til forvaltningsorganisasjonene Tono og Gramo inne som Oslo-tall, men

aktiviteten som ligger til grunn for store deler av verdiskapingen i disse selskapene (primært bruk av musikk i det offentlige rom) foregår landet rundt. I tillegg vil overskuddet fra disse forvaltningsorganisasjonene fordeles videre rundt i landet som vederlag til rettighetshaverne.

Lignende figur som verdiskapingsutviklingen, kan også presenteres for sysselsettingen:



Figur 18: Figuren viser sysselsettingsutvikling i AS o.a. fra 2011-2015, fordelt på Oslo, Hordaland og Resten av Norge (minus Oslo og Hordaland). N=746.

Oslos sysselsetting økte med 8 prosent, mens økningen til Hordaland og resten av Norge var på henholdsvis 62 og 39 prosent i perioden. Oslos sysselsettingsandel gikk fra å være 58 prosent i 2011 til 51 prosent i 2015.

Resultatene for de geografiske områdene antyder at selv om Oslo fremdeles er Norges desidert viktigste musikkby, er musikkbransjen blitt noe mindre hovedstadsorientert i løpet av perioden, i alle fall hva gjelder sysselsetting i AS o.a. Tallene fra figur 13 viste at det er sysselsettingen i Livebransjen og blant Rettighetshavere/ management som har økt mest i løpet av perioden. I tillegg viser neste tabell at det er Live-bransjen og Rettighetshavere/ management som er den desidert viktigste sysselsetteren utenfor Oslo og Hordaland. Dette antyder at sysselsettingsveksten i disse delbransjene har vært sterkere landet rundt, enn hva den har vært i hovedstaden i løpet av perioden.

Nedenfor følger en oversikt over selskapene med mer enn 100 000 kroner i verdiskaping i 2015, som har blitt fordelt på flere fylker:

Delbransje	Undergruppe	Hordaland	Oslo	Rogaland	Sør-Trøndelag	Troms	RAN - H, O, R, S-T og T.
Live	Helårsarrangør	11	23	8	8	1	34
	Festivalarrangør	2	10	4	7	3	37
	Teknisk leveranse	3	8	4	1	0	31
	Bookingagentur	5	16	0	4	2	16
Innspilt musikk	Plateselskap	2	30	0	2	1	21
	Salg og streaming	6	10	2	1	1	8
Rettighets-forvaltning	Forvaltnings-organisasjoner	0	2	0	0	0	0
	Musikkforlag	1	6	1	0	0	17
Rettighets-havere og management	Låtskriver/utøver	12	61	6	5	2	65
	Musikkprod./ studio	4	59	7	7	2	24
	Management	7	37	2	5	4	19
Musikk-instrumenter	Musikkinstrumenter	4	12	4	4	4	41

Tabell 4: Tabellen viser antall selskaper (AS o.a. med mer enn 100 000,- i verdiskaping) i de ulike undergruppene, fordelt på utvalgte fylker i 2015. N=746.

Analyse av delbransjer

Vi har til nå analysert resultatene for delbransjene ved å sammenligne de med hverandre. I den neste seksjonen vil vi analysere delbransjene hver for seg og se nærmere på de ulike undergruppene som tilhører delbransjene.

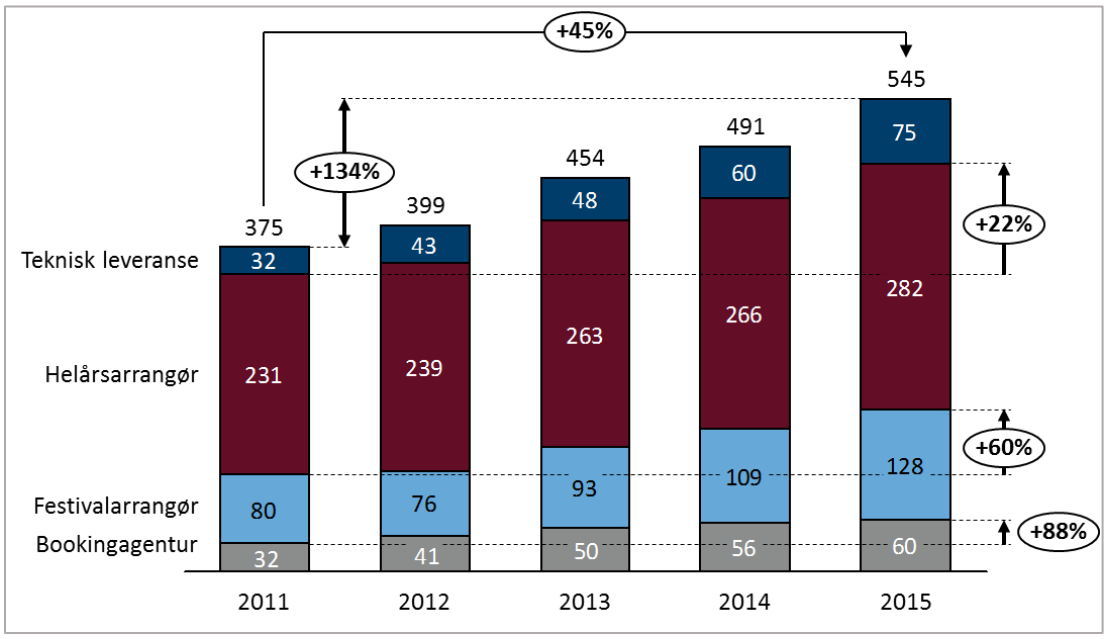
Live

Selskapene i Livebransjen er Helårsarrangørene (utgjør 36 prosent av selskapene i Livebransjen, Festivalarrangørene (26 prosent), Tekniske leverandører (20 prosent) og Bookingagenturene (18 prosent). Se metodekapittel for detaljert beskrivelse av delbransjen. Selskapene fordeler seg på følgende måte i musikkbransjen:

Undergruppe	**Antall selskaper**
Helårsarrangør	85
Festivalarrangør	63
Teknisk leveranse	47
Bookingagentur	43
Totalt	238

Tabell 5: Fordeling av selskaper i Livebransjen.

Live-bransjens verdiskapingsutvikling har vært solid i tidsperioden 2011-2015:

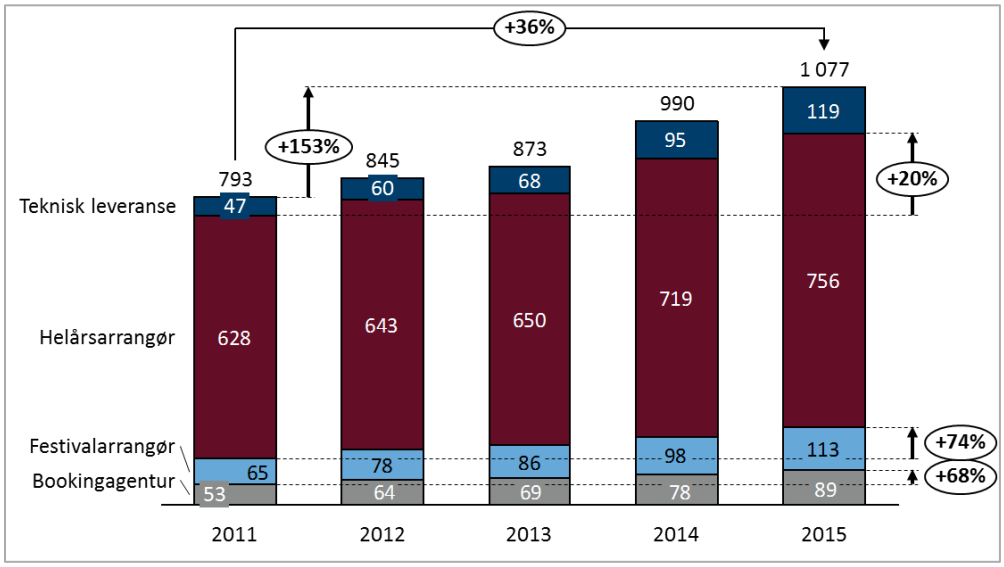


Figur 19: Figuren viser verdiskapingsutvikling i AS o.a. for Livebransjen fra 2011-2015, tall i MNOK. N=238.

Verdiskapingen i Livebransjen har økt fra 375 til 545 MNOK i tidsperioden 2011-2015. Dette tilsvarer en prosentmessig vekst på 45 %, hvilket er 8 prosentpoeng høyere enn gjennomsnittet for musikkbransjen. Samtlige av delbransjens fire undergrupper har opplevd en verdiskapingsøkning i perioden. Teknisk leveranses verdiskaping har økt fra 32 til 75 millioner kroner, mens Helårsarrangørenes verdiskaping har økt fra 231 til 282 millioner kroner. Festivalarrangørene har økt sin samlede verdiskaping fra 80 til 128 millioner kroner, mens Bookingagenturenes verdiskaping har økt fra 32 til 60 millioner kroner.

Blant prosentverdiene for verdiskapingsutvikling til undergruppene i Livebransjen, er det Teknisk leveranse som skiller seg ut mest. Teknisk leveranses verdiskapingsvekst ligger på hele 143 prosent, hvilket er omtrent tre ganger gjennomsnittlig verdiskapingsutvikling for alle selskapene i musikkbransjen. Bookingagenturenes verdiskaping har også økt betraktelig, med hele 80 prosent i perioden. Figuren viser også at Festivalarrangørenes verdiskapingsvekst på 60 prosent har vært 38 prosentpoeng høyere enn helårsarrangørenes vekst på 22 prosent. Denne tendensen gir empirisk støtte til tidligere uttalte påstander i musikkbransjen, om at de norske helårsarrangørene ikke har klart å følge veksten som har oppstått i livebransjen de siste årene, i like stor grad som festivalene (Klausen, 2016). Helårsarrangørene har opplevd verdiskapingsvekst i perioden, men figuren viser at undergruppen taper terreng i forhold til *alle* de øvrige undergruppene i delbransjen.

Sysselsettingsutviklingen i live-bransjen har også vært positiv i perioden, men dog svakere enn verdiskapingsutviklingen:



Figur 20: Figuren viser utvikling i antall sysselsatte i AS o.a. for Live, fra 2011-2015. N = 238.

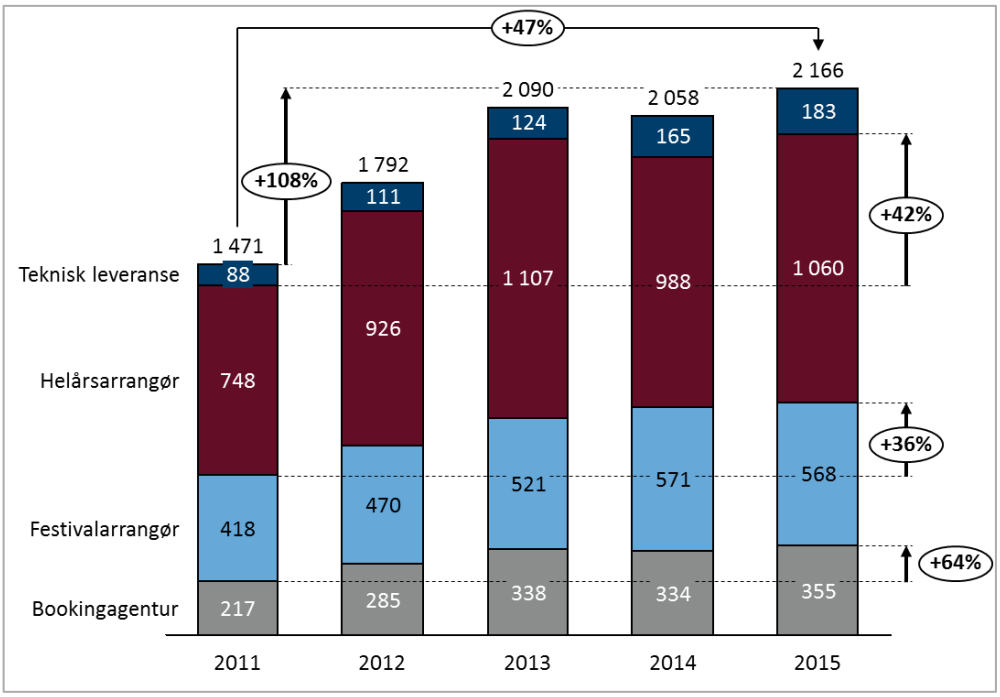
Live-bransjen har økt antall sysselsatte fra 793 i 2011 til 1077 i 2015. Økningen tilsvarer 36 prosent, hvilket er 13 prosentpoeng høyere enn musikkbransjens sysselsettingsvekst på 23 prosent i tilsvarende periode. Delbransjen har hatt en svakere sysselsettingsvekst enn verdiskapingsvekst. Dette viser at verdiskapingen per sysselsatt i delbransjen har økt, noe som betyr at Livebransjen har blitt mer produktiv i løpet av perioden.

Vi noterer oss at festivalarrangørene står for en relativt lav andel av Livebransjens sysselsatte, men vesentlig høyere andel av verdiskapingen. For eksempel sysselsatte festivalarrangørene ti prosent av livebransjens sysselsatte i 2015, samtidig som undergruppen sto for 23 prosent av delbransjens sysselsetting i samme år. For helårsarrangørene ser vi motsatt tendens. I 2015 sto helårsarrangørene for 70 prosent av sysselsettingen i delbransjen, men kun 52 prosent av den delbransjens verdiskaping.

Blant undergruppene har Teknisk leveranse økt sysselsettingen fra 47 til 119 fra 2011 til 2015. Helårsarrangørene, som er delbransjens desidert viktigste sysselsetter, har hatt en økning fra 628 til 756 sysselsatte i løpet av perioden. Festivalarrangørene har økt antall sysselsatte fra 65 til 113, mens Bookingagenturene har hatt en økning fra 53 til 89 sysselsatte i perioden.

Antall sysselsatte blant selskapene i Teknisk leveranse har hatt en formidabel vekst på 153 prosent. Denne veksten er mer enn dobbelt så sterk som Festivalarrangørenes vekst på 74 prosent, som er undergruppen i Live-bransjen med nest sterkest sysselsettingsvekst i perioden.

Live-bransjens omsetningsvekst har også vært positiv gjennom perioden, men har fordelt seg litt annerledes enn verdiskapingsutviklingen fra år til år:



Figur 21: Figuren viser omsetningsutvikling i AS o.a. for Live i 2011-2015, tall i MNOK. N=238.

Samlet omsetning i live-bransjen økte fra 1 471 MNOK i 2011 til 2 166 MNOK i 2015. Veksten er på 47 prosent, og er dermed bare 2 prosent større enn delbransjens vekst i verdiskaping. Dette betyr at det er økte inntekter i selskapene, og ikke nødvendigvis effektivisering av driften til disse, som har drevet verdiskapingsveksten til delbransjen i perioden.

Figuren viser at bransjens omsetning økte mest mellom 2011 og 2013, og at den deretter har flatet ut. Blant delbransjene ser vi at Teknisk leveranse har hatt en omsetningsøkning fra 88 til 183 MNOK i tidsperioden på hele 108 prosent. Samtidig har helårsarrangørene økt omsetningen fra 748 til 1060 MNOK, hvilket er den største omsetningsøkningen noen av undergruppene i Livebransjen har hatt i perioden. Festivalarrangørene har økt sin omsetning fra 418 til 568 MNOK mellom 2011 og 2015, mens tilsvarende økning for Bookingagenturene er fra 217 til 355 millioner.

Vi noterer oss her at Festivalarrangørenes prosentmessige omsetningsøkning (+36 prosent) ligger under gjennomsnittlig omsetningsutvikling for musikkbransjen (42 prosent med N=746), og at det er selskapene i Bookingagentur og Teknisk leveranse som har hatt sterkest omsetningsvekst i perioden på henholdsvis 64 og 108 prosent. Det er bemerkelsesverdig at omsetningen har økt mer blant Bookingagentur og Teknisk leveranse enn hva den har gjort for konsertarrangørene. Selskapene innenfor Teknisk leveranse er den eneste undergruppen i Livebransjen som har hatt markant *og* stabil omsetningsøkning i perioden 2013-2015.

Ser man tallene for livebransjen under ett er det særlig to tendenser som peker seg ut. For det første har helårsarrangørene hatt svakere utviklingen enn festivalene, både når det gjelder verdiskaping, sysselsetting og produktivitet (verdiskaping per sysselsatt). Helårsarrangørenes omsetning har riktignok økt noe mer enn hva den har for festivalarrangørene, men verdiskapingstallene viser at festivalarrangørene har blitt langt bedre til å «holde på» inntektene sine slik at verdiskapingen forblir i disse selskapene i større grad enn hva de gjør blant helårsarrangørene. Den andre tendensen er at «mellomleddaktørene» i Bookingbyråene og «støttefunksjonsaktørene» i teknisk leveranse har styrket sin posisjon betraktelig i forhold til både helårs- og festivalarrangørene i løpet av perioden. Dette gjelder både for verdiskaping, sysselsetting og omsetning.

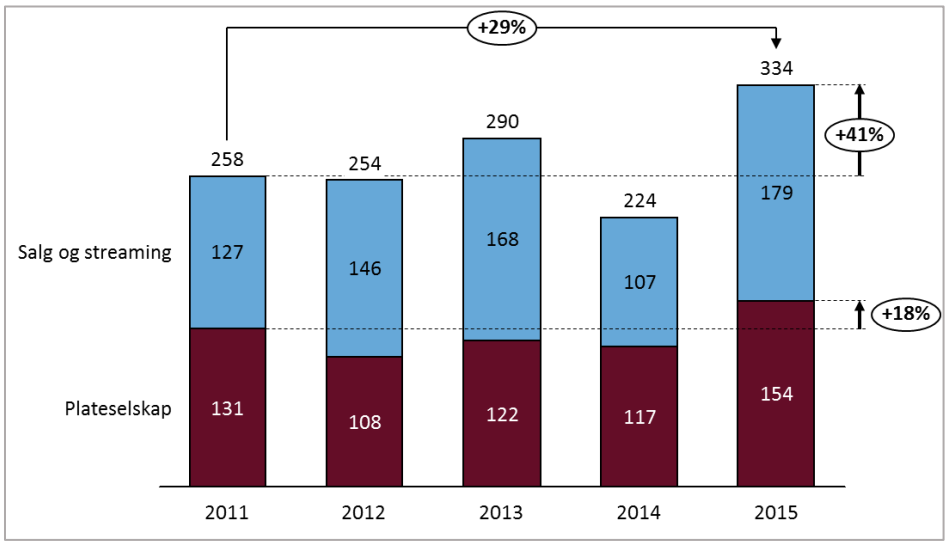
Innspilt musikk

Selskapene i Innspilt musikk er plateselskapene, strømmetjenestene og forhandlerne av CD/Vinylplater (se metodekapittel for full beskrivelse). Plateselskapene utgjør 67 prosent av antall selskaper i delbransjen, mens selskapene innenfor Salg og streaming utgjør 33 prosent. Denne gruppen av selskap blir ofte kalt platebransjen. Selskapene fordeler seg på følgende måte.

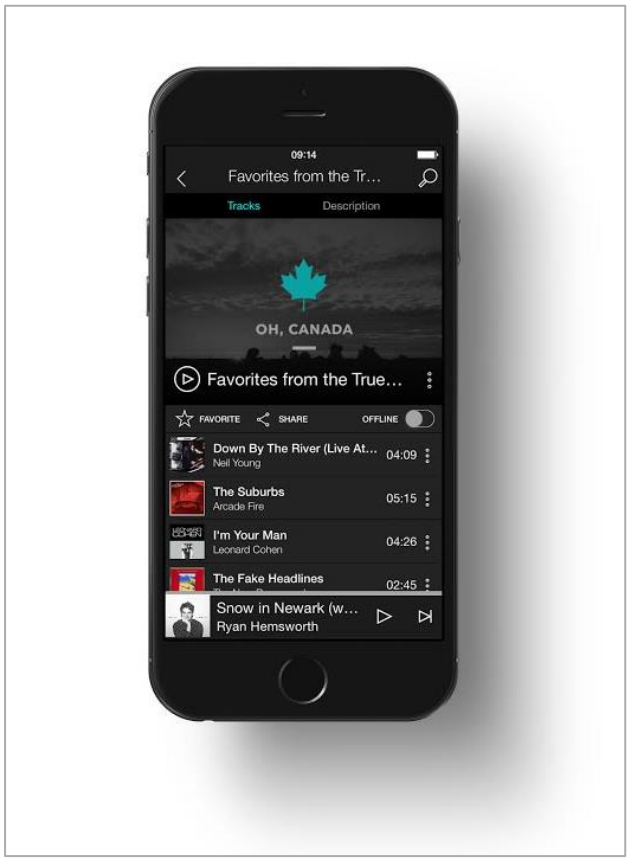
Undergruppe	**Antall selskaper**
Plateselskap	56
Salg og streaming	28
Totalt	84

Tabell 6: Fordeling av undergrupper i Innspilt musikk.

Verdiskapingen blant selskapene i Innspilt musikk har utviklet seg positivt i tidsperioden:



Figur 22: Figuren viser utvikling i verdiskaping i AS o.a. for Innspilt musikk 2011-2015, tall i MNOK. N=84.

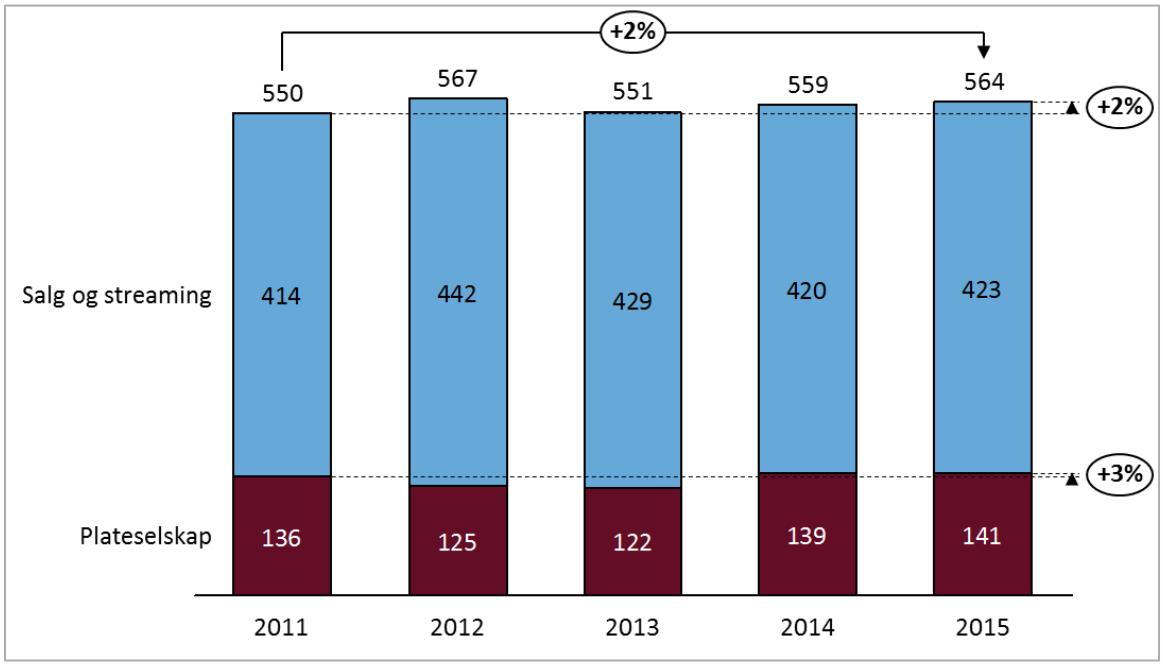


Den norske strømmetjenesten Tidal. Foto: Tidal

Verdiskapingen har økt fra 258 til 334 MNOK for perioden og er på 29 prosent. Veksten er svakere enn samlet verdiskapingsvekst for musikkbransjen, som var på 37 prosent. Figuren viser også at verdiskapingsveksten har kommet fra og med 2012, da strømmetjenestene tok over for salg av mp3-filer og fysiske formater. Den samlede veksten fra 2011 til 2015 har fordelt seg noe ulikt mellom Plateselskapene og Salg og streaming. Plateselskapenes verdiskaping har økt fra 131 til 154 MNOK mellom 2011 og 2015, mens Salg og streaming verdiskaping har økt fra 127 til 179 MNOK i samme periode. Med sin verdiskapingsvekst på 41 prosent, har selskapene i Salg og streaming hatt mer enn dobbelt så sterk prosentvis vekst enn Plateselskapene, som har hatt en vekst på 18 prosent. I 2015 sto Plateselskapene for 46 prosent av delbransjens totale verdiskaping, mens den resterende andelen til selskapene i salgsleddet var på 54 prosent. 2014 peker seg ut som et

«annerledes år» for selskapene i Salg og Streaming, siden undergruppen har en markant nedgang i året, til tross for at perioden i sin helhet er preget av vekst. Denne skyldes hovedsakelig negative driftsresultater i selskap som Tidal Music AS og Spotify Norway AS. Begge disse selskapene hadde en vekst i omsetning i 2014, men veksten i vareforbruket har vært større for begge og dette har igjen resultert i negative driftsresultater for selskapene.

Sysselsettingsveksten har vært lavere enn verdiskapingsveksten i perioden:



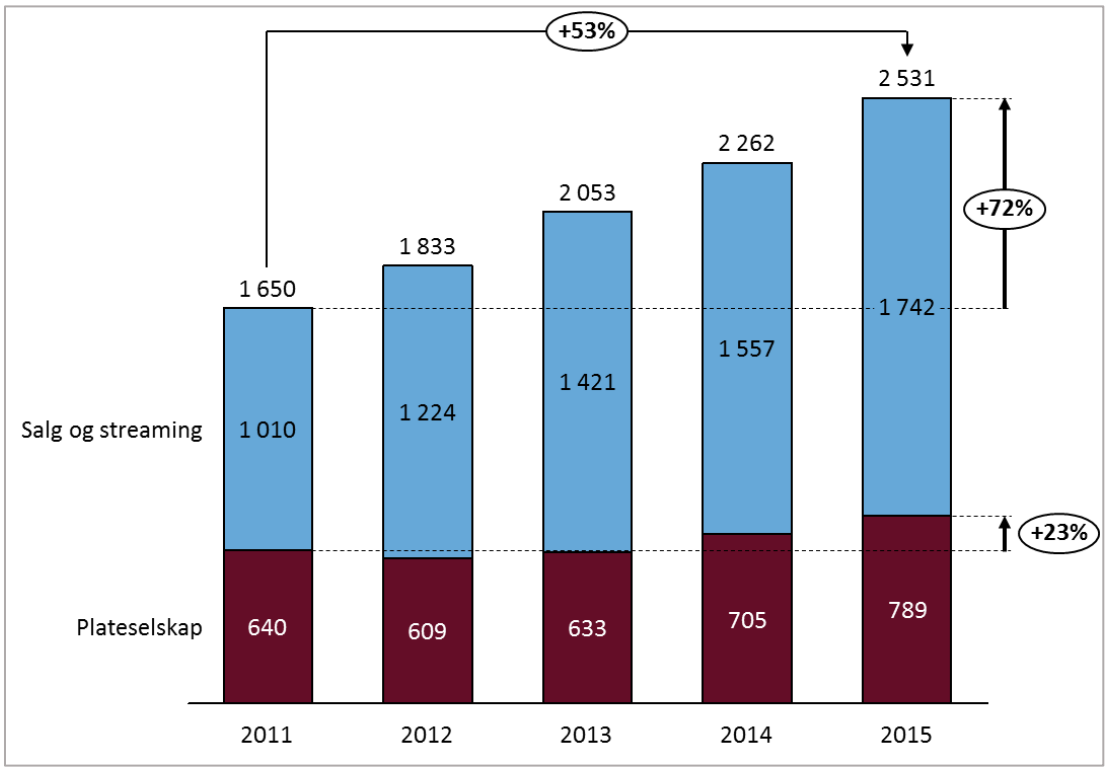
Figur 23: Figuren viser utvikling i antall sysselsatte i AS o.a. for Innspilt musikk, fra 2011-2015. N=84.

Sysselsettingen har økt fra 550 til 564 fra 2011 til 2015, hvilket tilsvarer en vekst på 2 prosent fra 2011 til 2015. Veksten skyldes en svak vekst i begge de to undergruppene Plateselskap og Salg og streaming. Plateselskapene har økt fra 136 til 141 sysselsatte i tidsperioden, hvilket tilsvarer en vekst på 3 prosent. Samtidig har sysselsettingen i Salg og streaming økt fra 414 til 423 sysselsatte, noe som gir en vekst på 2 prosent.

Sysselsettingsveksten til Innspilt musikk fra 2011 til 2015 er 27 prosentpoeng lavere enn delbransjens verdiskapingsutvikling i samme periode (på 29 prosent), og 21 prosentpoeng lavere enn den samlede sysselsettingsveksten for delbransjene i musikkbransjen, som var på 23 prosent. At verdiskapingen øker mer enn sysselsettingen indikerer at selskapene er blitt mer produktive (produktivitet =

Verdiskaping per sysselsatt), noe som kan henge sammen med digitaliseringen av platebransjen og sammenslåing av Plateselskapene.

Omsetningsutviklingen til delbransjen har vært stor i perioden:



Figur 24: Figuren viser omsetningsutvikling i AS o.a. for Innspilt musikk i 2011-2015, tall i MNOK. N=84.

Omsetningen til delbransjen har økt fra 1,65 milliarder til 2,5 milliarder kroner i tidsperioden 2011 til 2015. Dette tilsvarer en vekst på 53 prosent. Omsetningsveksten er desidert størst for selskapene i salgsleddet, som har økt omsetningen fra 1 010 til 1 742 MNOK (vekst på 72 prosent). Samtidig har tilsvarende økning vært fra 640 til 789 MNOK (vekst på 23 prosent) for Plateselskapene. Det er tydelig at salgsleddenes markante omsetningsvekst ikke viser seg i like stor grad hos Plateselskapene. Dette har trolig en sammenheng med at Plateselskapenes tap fra fallende salg av CD/nedlastning i perioden har bidratt til å holde omsetningstallene deres nede.

Rettighetshavere og management

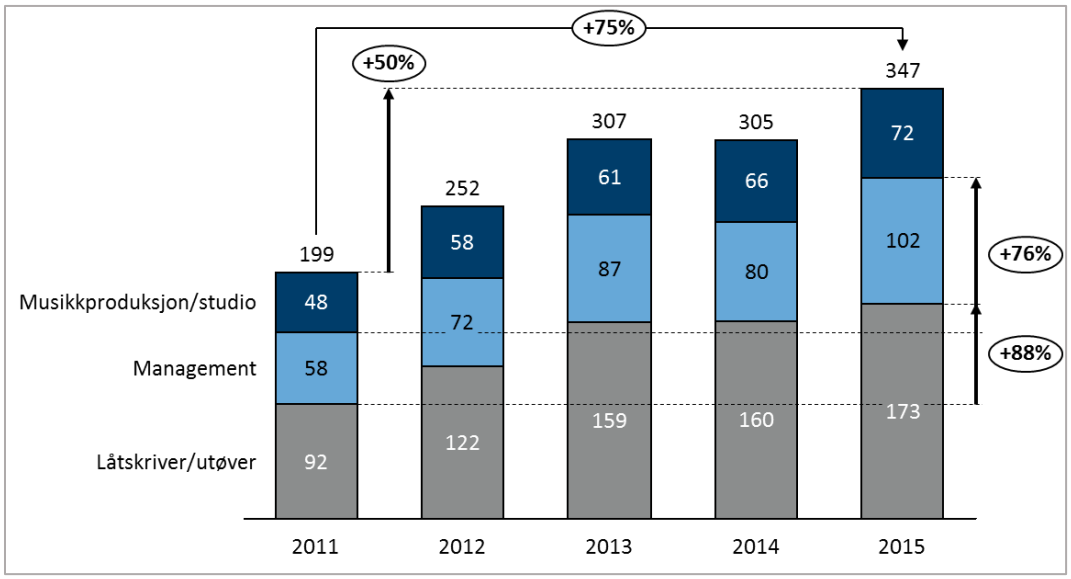
Rettighetshavere og management er Låtskriverne og utøverne (ofte kalt musikere, artist eller band), Musikkprodusenter/ musikkproduksjonsstudio og Management (se metodekapittel for beskrivelse av

gruppen). Låtskrivere/ utøvere utgjør 46 prosent av alle selskaper i delbransjen, mens Musikkproduksjon/studio utgjør 31 prosent og management utgjør 23 prosent. Selskapene fordeler seg på følgende måte:

	Antall selskaper
Låtskriver/utøver	151
Musikkproduksjon/studio	103
Management	74
Totalt	328

Tabell 7: Fordeling av selskaper i Rettighetshavere og management.

Selskapenes verdiskapingsutvikling har vært markant og relativt jevn gjennom hele perioden:



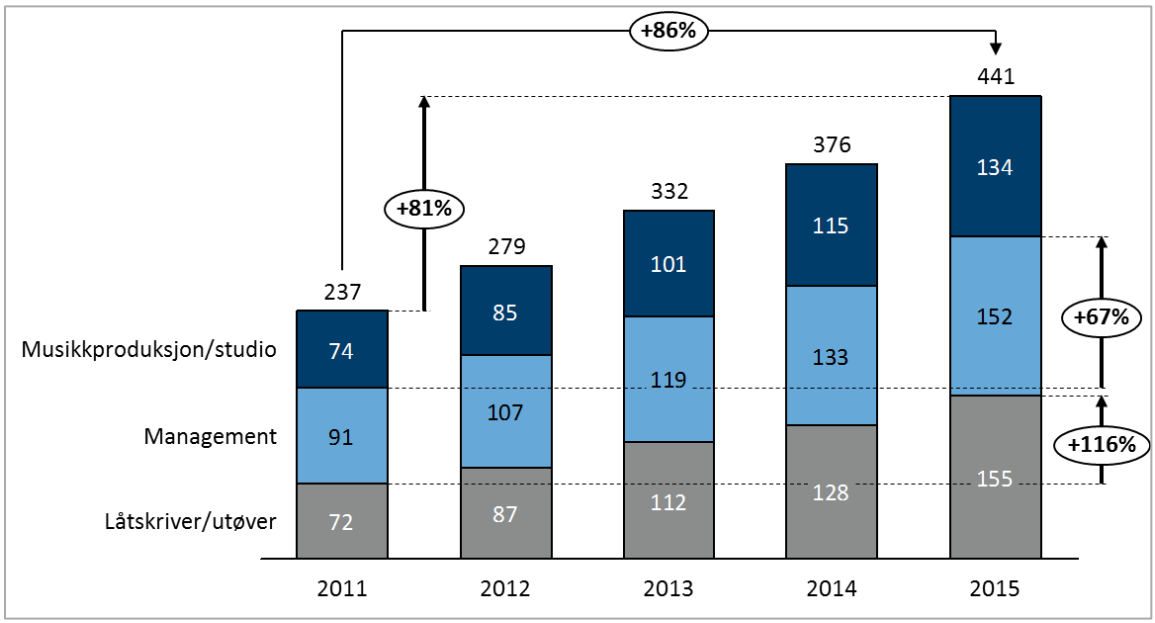
Figur 25: Figuren viser verdiskapingsutvikling i AS o.a. for Rettighetshavere og management fra 2011-2015, tall i MNOK. N= 328.

Rettighetshaverne og managementenes totale verdiskaping har økt fra 199 MNOK i 2011 til 347 MNOK i 2015, hvilket gir en prosentmessig økning på 75 prosent. Denne veksten er 30 prosentpoeng høyere enn den gjennomsnittlige verdiskapingsutviklingen i musikkbransjen for perioden, som har vært på 45 prosent. Figuren viser at delbransjen Musikkproduksjon/ studio økte verdiskapingen fra 48 til 72 MNOK i løpet av tidsperioden 2011 til 2015. Samtidig økte Management og Låtskriver/utøver verdiskapingen fra henholdsvis 58 til 102 MNOK og 92 til 173 MNOK.

Alle undergruppene har hatt en verdiskapingsutvikling på mer enn 50 prosent fra 2011 til 2015 (Musikkproduksjon/studio lavest med 50 prosent), men den sterkeste veksten kommer fra Låtskriverne og utøverne, som har hatt en verdiskapingsvekst på 88 prosent. Dette er i underkant av dobbelt så stor vekst som i den samlede veksten på 45 prosent for alle delbransjene. Det er her verdt å minne om at veksten kun gjelder for Låtskriver/ utøvere som har organisert virksomheten sin som AS, og som hadde mer enn 100 000 kroner i verdiskaping i 2015. Managementene skiller seg også ut med spesielt høy verdiskapingsvekst i løpet av perioden (opp 76 prosent). Sammen med bookingsagenturene i live-bransjen, peker Låtskrivere/utøvere og Management seg ut som undergruppene med sterkest verdiskapingsvekst i musikkbransjen i løpet av perioden.

Kvelertak under oppvarmingskonsert for Slayer i Bochum i 2015. Kvelertak er registrert i Brønnøysundregistrene under navnet Kvelertak AS i NACE-kode 90.011 Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk, og er dermed med i denne kartleggingen. Foto: Markus Felix

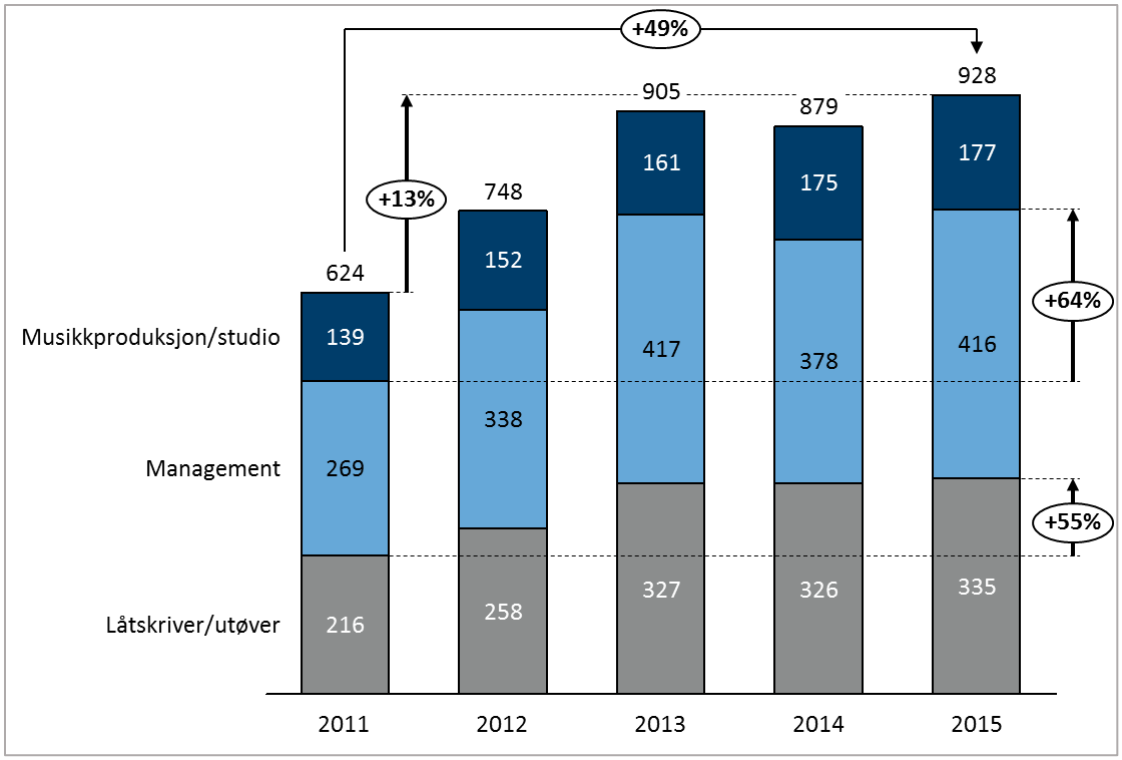
Rettighetshaverne og managementenes sysselsettingsutvikling har også vært positiv for selskapene gjennom perioden 2011-2015, med mer jevn vekst enn det har vært for verdiskapingen:



Figur 26: Figuren viser utvikling i antall sysselsatte i AS o.a. for Innspilt musikk, fra 2011-2015. N=328.

Figuren viser at delbransjen har hatt en samlet sysselsettingsvekst på 86 prosent i perioden, og at utviklingen har vært gjennomgående positiv. Musikkproduksjon/studio har økt antall sysselsatte fra 74 til 134 fra 2011 til 2015, mens management har økt antall sysselsatte fra 91 til 152 i samme periode. Samtidig har Låtskriver/utøver økt antall sysselsatte fra 72 til 155.

Låtskriverne/ utøverne er undergruppen med sterkest sysselsettingsvekst på 116 prosent. Veksten er formidabel, men må ikke fortolkes som at Norge har fått 115 prosent flere musikere fra 2011 til 2015. Sysselsettingstallene viser heller at 115 prosent flere musikere (låtskrivere/utøvere – både soloutøvere og band/ grupper) har valgt å organisere den musikalske virksomheten sin gjennom et AS eller en lignende organisasjonsform, i løpet av tidsperioden. På samme måte kan vi også si at 155 solomusikere eller band/grupper organiserte den musikalske virksomheten sin gjennom et AS eller en lignende organisasjonsform i 2015.



Figur 27: Figuren viser omsetningsutvikling i AS o.a. for Rettighetshavere og management i 2011-2015, tall i MNOK. N=328.

Omsetningen har økt fra 624 MNOK til 928 MNOK i perioden, hvilket tilsvarer en økning på 49 prosent. Som for Live-bransjen, er det årene mellom 2011 og 2013 hvor omsetningen har økt mest. Innenfor økningen, som alle undergruppene har til felles, har omsetningsutviklingen fortonet seg relativt forskjellig for tre de undergruppene. Musikkproduksjon/ studio har hatt en stabil omsetningsutvikling fra 139 MNOK i 2011 til 177 MNOK i 2015 (+13 prosent), mens management-selskapenes utvikling har vært sterkere, men mer ujevn. Management har økt omsetningen fra 269 MNOK i 2011 til 416 MNOK i 2015, hvilket tilsvarer 64 prosent. Låtskriverne/ utøverne opplevde vekst fra 2011 til 2013, men deretter har utviklingen stagnert. Totalt har denne undergruppens omsetning økt fra 216 MNOK i 2011 til 335 MNOK i 2015.

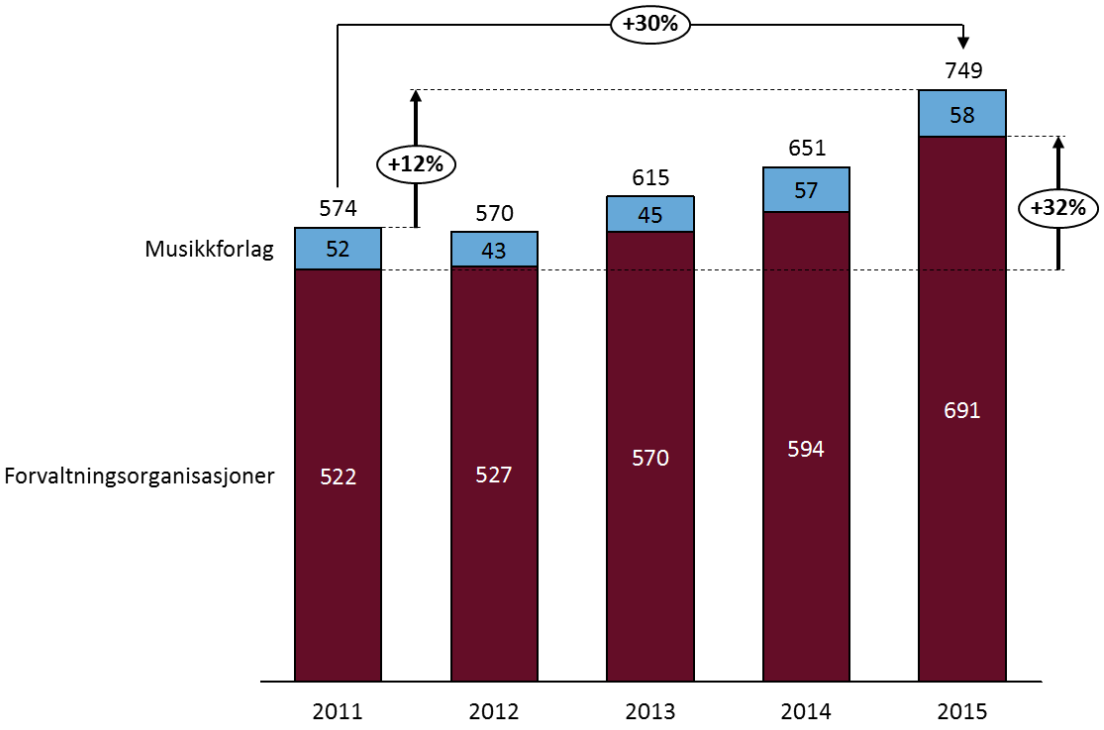
Rettighetsforvaltning

Rettighetsforvaltning er Forvaltningsorganisasjonene (utgjør 7 prosent av alle selskaper i delbransjen) og musikkforlagene (utgjør 93 prosent). Se metodekapittel for detaljert beskrivelse. Selskapene i denne delbransjen fordeler seg på følgende måte:

	Antall selskaper
Musikkforlag	25
Forvaltningsorganisasjoner	2
Totalt	27

Tabell 8: Antall selskaper, Rettighetsforvaltning.

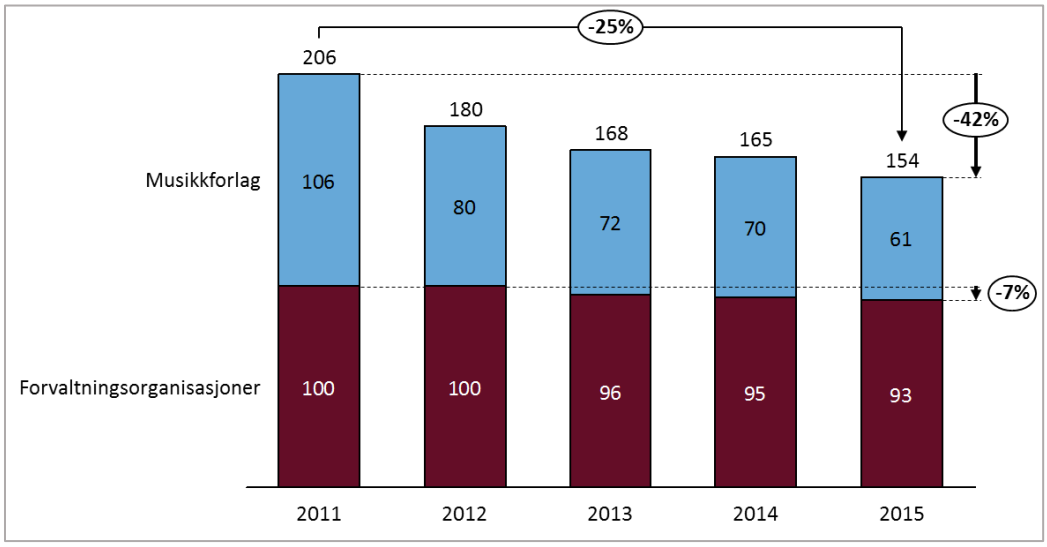
Verdiskapingen i denne delbransjen har hatt en positiv utvikling i perioden:



Figur 28: Figuren viser verdiskapingsutvikling i AS o.a. for Rettighetsforvaltning fra 2011-2015, tall i MNOK. N=27.

Figuren viser at Rettighetsforvaltningens verdiskaping har steget med fra 574 til 749 MNOK i løpet av perioden. Utviklingen er på 30 prosent for hele perioden, men dette skyldes i all hovedsak Forvaltningsorganisasjonene (Tono og Gramo) med sin vekst. Forvaltningsorganisasjonene økte verdiskapingen fra 522 MNOK i 2011 til 691 MNOK i 2015. Veksten er på 169 MNOK, eller 32 prosent, og står for øvrig for 97 prosent av veksten til delbransjen i perioden. Det er verdt å legge til at forvaltningsorganisasjonenes overskudd deles ut igjen til rettighetshaverne i musikkbransjen. Dette betyr at store deler av verdiskapingen som oppstår i denne undergruppen vil fordeles videre til de andre delbransjene og undergruppene i kartleggingen. Musikkforlagene økte sin verdiskaping fra 52 til 58 prosent mellom 2011 og 2015. Dette tilsvarer en vekst på 12 prosent.

Sysselsettingen til selskapene skiller seg ut fra bransjen for øvrig, og viser en negativ utvikling:

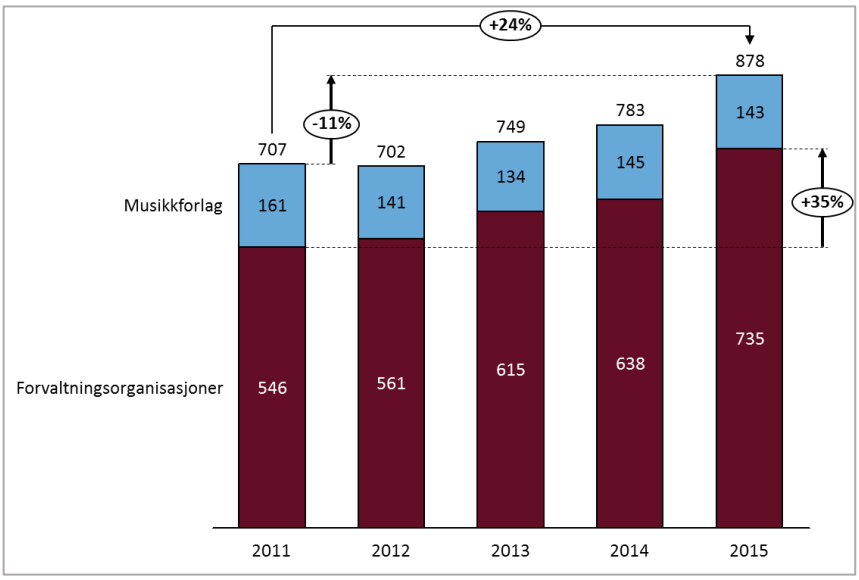


Figur 29: Figuren viser utvikling i antall sysselsatte i AS o.a. for Rettighetsforvaltning fra 2011-2015. N=27.

Rettighetsforvaltning har hatt en kontinuerlig reduksjon i antall sysselsatte i perioden, fra 206 til 154. Reduksjonen tilsvarer en nedgang på 25 prosent. Det er Musikkforlagene, med sin reduksjon fra 206 til 154 sysselsatte (minus 42 prosent), som driver nedgangen. Samtidig har Forvaltningsorganisasjonene hatt en nedgang på 7 sysselsatte fra 100 til 93 (minus 7 prosent). Sysselsettingsnedgangen behøver ikke nødvendigvis å fortolkes som noe negativt. Så lenge verdiskapingsutviklingen er positiv (noe den særlig er for Forvaltningsorganisasjonene) så viser reduksjonen i sysselsettingen at særlig forvaltningsorganisasjonene er blitt mer produktive i løpet av perioden (Produktivitet = Verdiskaping per sysselsatt). Dette er positivt, fordi det betyr at forvaltningsorganisasjonene har beveget seg i en retning hvor de bruker mindre ressurser på å

forvalte mer penger. De er med andre ord blitt mindre byråkratiske i løpet av perioden. Dette kommer hele musikkbransjen til gode.

Omsetningsutviklingen til Rettighetsforvaltning har vært positiv i perioden:

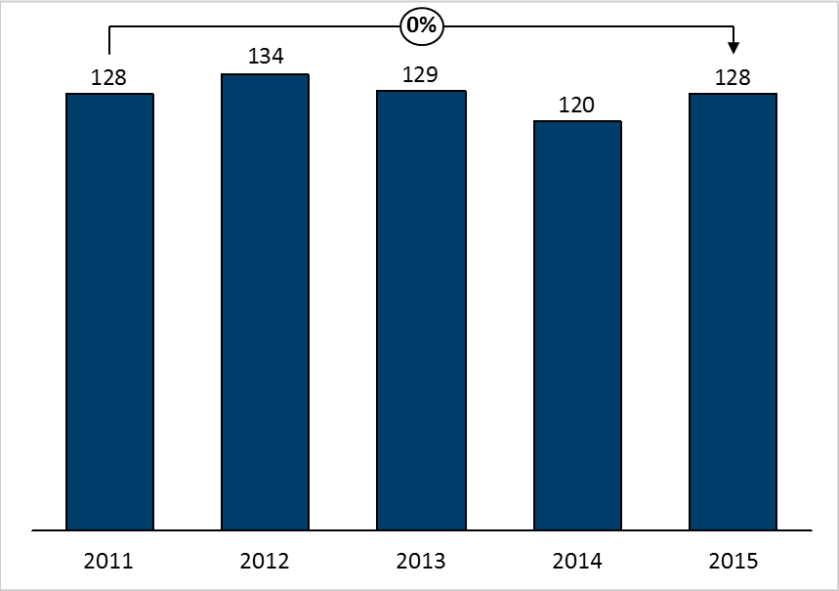


Figur 30: Figuren viser omsetningsutvikling i AS o.a. for Rettighetsforvaltning fra 2011-2015, tall i MNOK. N=746.

Den samlede omsetningsutviklingen har steget fra 707 til 878 MNOK og har vært på 24 prosent fra 2011 til 2015. Veksten er 18 prosentpoeng lavere enn veksten for den totale omsetningsutviklingen i musikkbransjen, som har vært på 42 prosent i perioden. Blant de to undergruppene i Rettighetsforvaltning, har Musikkforlagene hatt en omsetningsnedgang fra 161 MNOK i 2011 til 143 MNOK i 2015. Forlagene er forøvrig med dette den eneste undergruppen i musikkbransjen med negativ omsetningsutvikling i perioden.

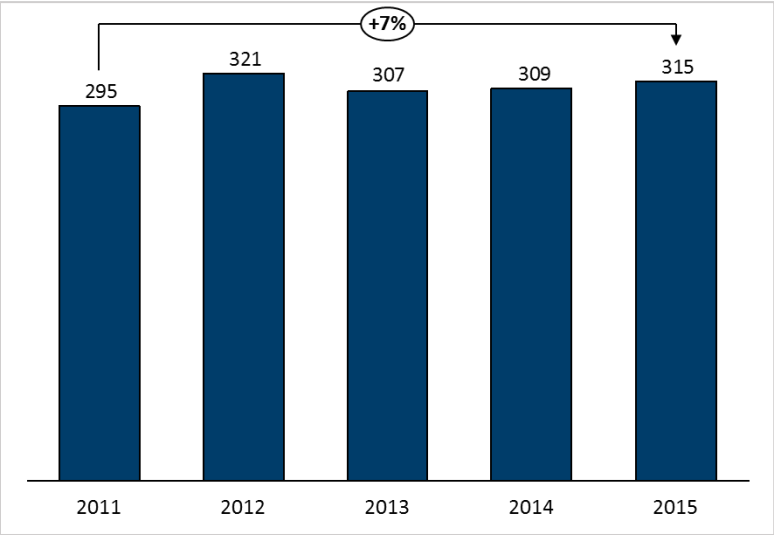
Musikkinstrumenter

Delbransjen Musikkinstrumenter omhandler alle selskaper som selger musikkinstrumenter og/eller tilbyr tjenester relatert til musikkinstrumenter (f.eks. service, reparasjon, stemming o.l.) Se metodekapittel for detaljert beskrivelse av delbransjen. Delbransjen Musikkinstrumenter er den eneste delbransjen som ikke er brutt ned i undergrupper, og består av 69 selskaper. Selskapene innenfor delbransjen har hatt en noe ujevn verdiskapingsutvikling i perioden:



Figur 31: Figuren viser verdiskapingsutvikling i AS o.a. for Musikkinstrumenter fra 2011-2015, tall i MNOK. N=69.

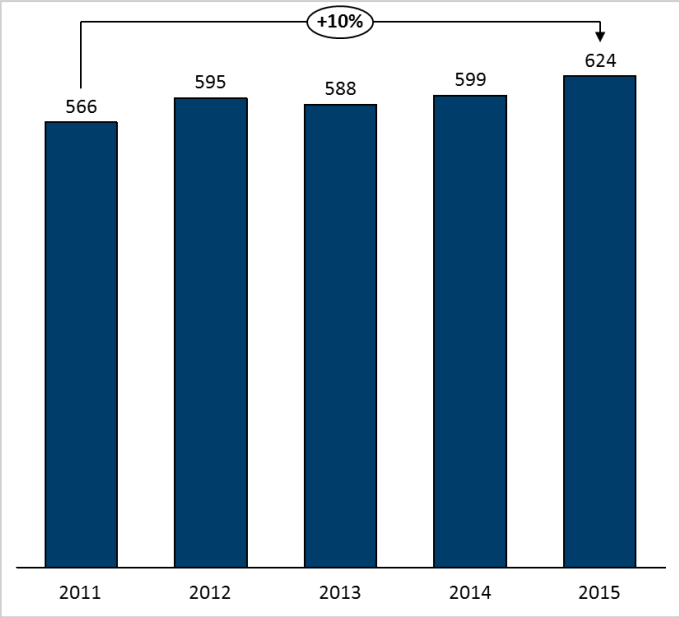
Figuren viser at verdiskapingen i delbransjen har svingt mellom 134 og 120 millioner kroner i perioden, men at den samlede endringen er på 0 prosent. Delbransjens verdiskaping var på sitt høyeste med 134 millioner kroner i 2012. Selv om verdiskapingsutviklingen har vært så og si konstant i perioden, har delbransjens sysselsetting hatt en positiv utvikling:



Figur 32: Figuren viser utvikling i antall sysselsatte i AS o.a. for Musikkinstrumenter fra 2011-2015. N=69.

Delbransjens sysselsetting har økt fra 295 til 315 sysselsatte i tidsperioden 2011-2015. Dette er en utvikling på 7 prosent. Utviklingen følger til dels verdiskapingsutviklingen fra samme periode. Som med verdiskapingsveksten, nådde bransjen sitt høydepunkt for perioden i 2012 med 321 sysselsatte.

Delbransjens samlede omsetning har hatt en enda sterkere utvikling:



Figur 33: Figuren viser omsetningsutvikling i AS o.a. for Musikkinstrumenter i 2011-2015, tall i MNOK. N=69

Omsetningen økte fra 566 til 624 millioner i tidsperioden 2011 til 2015, hvilket tilsvarer 10 prosent. I motsetning til delbransjens resultater for verdiskaping, så ser vi at det sterkeste omsetningsåret var 2015, da de 69 selskapene omsatte for 624 millioner kroner.

Delbransjen for salg, service og reparasjon av musikkinstrumenter omsatte for 624 MNOK i 2015. Foto: Pexels, gjengitt med CC0-lisens.

Tallene for Musikkinstrument-bransjen virker intuitivt motstridende. Man skulle kanskje forvente at økt omsetning og økt sysselsetting ville resultere i økt verdiskaping, men dette er ikke tilfelle. Årsaken må være at driftskostnadene til bedriftene i denne undergruppen har økt mer enn omsetningen og lønnskostnadene til de sysselsatte. Kostnadsøkningen kan ha flere årsaker. Én viktig årsak kan være at den norske kronen har svekket seg i forhold til utenlandsk valuta i løpet av perioden, hvilket har gitt svært negativt utslag for denne delbransjen som er svært avhengig av å importere utenlandske produkter (Instrumenter) til Norge. En annen medvirkende årsak kan være økte husleiekostnader i perioden, som også er særlig viktig for denne delbransjen, i og med at beliggenhet av lokale ofte er svært viktig innenfor Retail.

Referanser

Bugge, M. M. 2003. I Power, D. (ed.) Behind the Music: Profiting from sound: A systems Approach to the Dynamics of the Nordic Music Industry, STEP/Nordic Innovation Centre.

Espelien, A og Gran, A-B. 2011. *Kulturnæringens betydning for Norsk økonomi.* Rapport nr. 9. Oslo: Menon Business Economics

EY. 2014. Creating Growth: Measuring cultural and creative markets in the EU. Tilgang online: http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf

EY. 2015. *Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries.* Tilgang online: http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf

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

Haraldsen, T., Flygind S.K., Overbåg, K., og Power, D. 2008. *Kartlegging av kulturnæringene i Norge – økonomisk betydning, vekst og utviklingspotensial.* Lillehammer: ØT-Rapport nr. 10/2004.

Hracs, B. J. 2015. Cultural Intermediaries in the Digital Age: The Case of Independent Musicians and Managers in Toronto. Regional Studies, 49, 461-475.

IFPI 2017. Musikkåret 2017.

Rambøll 2016. Musikk, visuell kunst og litteratur i tall 2015. Oslo: Norsk Kulturråd.

Shuker, R. 2008. *Understanding Popular Music Culture*, New York: Routledge.

SSB. 2015. http://ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/statistikker/foretak/aar/2015-12-01?fane=om#content

Øgrim, T. 2016. Ute av tunellen [Online]. Oslo: Ballade. Available: http://www.ballade.no/sak/ute-av-tunellen/ [Accessed 28.06 2017].

Om teamet

Øyvind Torp (Prosjektleder) er forsker ved BI Centre for Creative Industries og jobber med utredning, forskning, analyse og evaluering innenfor kreativ næring. Han har også praktisk arbeidserfaring fra musikkbransjen, blant annet som produktsjef i EMI Music Norway og oppdragstaker for Universal Music Norge. Torp er utdannet fra Handelshøyskolen BI med bachelorgrad i Kultur og ledelse og master of science i Strategisk markedsføringsledelse.

Anne-Britt Gran (Prosjektdeltaker) er professor ved Handelshøyskolen BI, Institutt for kommunikasjon og kultur, der hun leder forskningssenteret Centre for Creative Industries. Hun er også prosjektleder for det fireårige forskningsprosjektet *Digitization and Diversity: Potentials and Challenges for Diversity in the Culture and Media Sector* (KULMEDIA-programmet, NFR).

Irina Eidsvold-Tøien (Prosjektdeltaker) har doktorgrad i opphavsrett fra Universitetet i Oslo. Hun har tidligere jobbet som juridisk sjef for komponistorganisasjonen Tono og som advokat med immaterielle rettigheter som hovedarbeidsområde. Eidsvold-Tøien er i dag ansatt som førsteamanuensis på BI, Institutt for rettsvitenskap. Hun underviser på bachelorprogrammet i Creative Industries Management og deltar også i forskningsprosjektet *Digitization and Diversity*.

Marcus Gjems Theie (Prosjektdeltaker) har profesjonsutdanning i samfunnsøkonomi fra Universitetet i Oslo der han har fordypet seg i internasjonal økonomi, ressursøkonomi og utviklingsøkonomi. Han jobber med effektanalyser innen norsk økonomi, blant annet effekten av bedriftsbeskatninger på investeringer i næringslivet, samt regionale verdiskapingsanalyser. I tillegg har Marcus jobbet med prosjekter om entreprenørskap i Norge, samt prosjekter om internasjonalisering og internasjonal handel.

MUSIC NORWAY

Centre for Creative Industries BI

MENON ECONOMICS