

De ekonomiska effekterna av Covid-19 i musikbranschen 2020

29 Maj 2020



Innehållsförteckning

1. Om den här rapporten
2. Bakgrund
3. Metod och disposition
4. Musik skapar kulturella och ekonomiska värden
5. Musikbranschens intäkter 2009-2017
6. Värdeskapande i en fragmenterad bransch
7. Små marginaler och svårigheter att förutse och planera
8. Ökad närvaro online skapar en ny våg av digitalisering
9. Vad betyder Covid-19-pandemin för den svenska musikbranschen i stort?
10. Hur förväntas den svenska musikbranschens intäkter påverkas under 2020 av Covid-19-pandemin?
11. Hur drabbas olika aktörer?
12. Vilka är de ekonomiska effekterna för de olika delarna i branschen på kort och lång sikt?
13. Krisåtgärder i musikbranschen
14. Sammanfattning och Avslutning
15. Källhänvisning

► Riteband

Rapporten är utförd av Riteband på uppdrag av Musik Sverige.
Författare är Ekon. Dr. Linda Portnoff och kommunikationskonsult Anna Ingler.
Riteband är ett företag som bedriver forskning och utveckling inom kulturekonomi.

1. Om den här rapporten

Den här rapporten ger en tentativ analys av hur Corona-pandemin drabbat och fortsätter påverka olika delar av musikbranschen genom att undersöka konsekvenserna för olika aktörer. Den kommer följas upp med en närmare undersökning baserad på statistik över intäktsdata för perioden 2018-2019, med estimerade intäkter för helåret 2020.

Slutrapporten förväntas vara klar att presenteras i oktober 2020 och den kommer även innehålla en kartläggning över hur intäkterna fördelar sig inom olika intjäningsnivåer. I tillägg kommer rapporten presentera resultat av 17 intervjuer som genomförts med representanter från olika delar av musikbranschen för att ge röst åt betydelsen av musikbranschens värdeskapande och intäktsfördelning.

Frågeställningarna som fokuseras i den här rapporten är:

Vad betyder covid-19-pandemin för den svenska musikbranschen i stort?

Hur förväntas den svenska musikbranschens intäkter påverkas under 2020 av covid-19-pandemin?

Vilka är de ekonomiska effekterna för de olika delarna i branschen på kort och lång sikt?

Hur drabbas olika aktörer?

2. Bakgrund

När Coronaviruset Covid-19 bröt ut i Sverige i slutet av februari förändrades förutsättningarna för musikskapande och att uppleva musik radikalt. Inte minst slog den rådande pandemin tidigt mot livemarknaden som drabbats hårt av förbudet mot folksamlingar på fler än 50 personer. En annan del av musikmarknaden som påverkats är hotell, restauranger, butiker, gym, idrottsevenemang och andra licenstagare för användning av bakgrundsmusik som hamnat i ekonomiska svårigheter, vilket i sin tur påverkar intäkterna till musikbranschen.

Ingen kan i dagsläget förutspå hur länge pandemin kommer att pågå. Vissa menar att vi kommer vara tillbaka till näst intill normalt tillstånd under hösten 2020, andra menar att det kommer dröja till början av 2021 eller ännu längre.

Många människor och en stor del av arbetsmarknaden har drabbats hårt och kommer för alltid att bära med sig pandemins avtryck i framtiden i form av mänskliga och ekonomiska förluster. Krisen har skapat nya behov och katalyserat förändringar i både produktions- och konsumtionsmönster och omfördelning av värdeskapande. Den här rapporten syftar till att teckna dessa skeenden och påminna om en redan känd utsatthet - aktualiserad av pandemin - bland musiker och andra konstutövare, entreprenörer och småföretagare som utgör en betydande del av musikbranschen.

Upprinnelsen till rapporten var arbetet med den statistikrapport som Musik Sverige sedan år 2009 tagit fram för att beskriva den svenska musikbranschens ekonomiska utveckling. 2019 markerar ett decennium av svenska musikframgångar världen över som avspeglar sig i årligen ökade intäkter sedan de allra första mätningarna. Men intäkternas fördelning är skev. Många musikskapare tar inte del av de ekonomiska framgångarna. Musikskapande har sällan som främsta mål att generera så stora intäkter som möjligt. Konstnärliga ambitioner, frihet och oberoende kan utgöra starkare drivkrafter och vara högre prioriterat än ekonomisk trygghet. Men det är ett faktum att musikskapande kräver ekonomiska resurser. Ett samhälle som ser ett värde i musik bortom dess kommersiella potential behöver ha en finansieringsstrategi för musikskaparnas överlevnad för att kunna säkerställa innovation, musikalisk mångfald och vårt gemensamma kulturarv.

3. Metod och disposition

Analysen baserar sig på förstahandskällor i form av telefon- och videokonferensintervjuer med Carl Pernow, vd Live Nation Sverige, Maria Molin Ljunggren, vd Freebird Entertainment, Joppe Pihlgren, vd Svensk Live, samt sex utövande musiker och kompositörer vars identiteter anonymiserats på grund av det stundtals känsliga innehållet i deras intervjusvar.

Följande medlemmar av Musiksveriges styrelse har också svarat på frågor via e-mail: Ludvig Werner, vd Ifpi Sverige, Alfons Karabuda, ordförande Musiksverige och Skap, Peter Lindström, marknadschef Stim, Eleonor Oterdahl, kommunikationschef Stim, Gunnar Jönsson, Ordförande Sveriges yrkesmusikerförbund (SYMF), samt Karin Inde, verksamhetsledare Svensk Jazz.

En genomgång av andra liknande studier och analyser har också gjorts, och dessa sekundärkällor refereras löpande och i slutet av rapporten.

Staten, liksom musikbranschen själv, har redan genomfört, och planerar att genomföra ytterligare åtgärder för att mildra de negativa effekterna av Corona. En sammanställning över dessa åtgärder återfinns i slutet av rapporten.

4. Musik skapar kulturella och ekonomiska värden

Musikbranschen har ett antal utmärkande drag när det gäller vilka värden som skapas och hur dessa värden skapas. På det sättet skiljer sig musik från produktion och konsumtion av många "vanliga" eller icke-kulturella produkter och tjänster.

Musik ger upphov till olika värden. Att lyssna på musik, komponera, musicera eller möta en publik ger upplevelsevärden eller andra emotionella och kulturella värden. Musik har också ett utbytesvärde som motsvaras av priset i en ekonomisk transaktion.

Musikbranschens intäkter kan ses som resultatet av ett uppbyggande av kulturellt kapital som möjliggör en senare utväxling till ekonomiskt kapital på en marknad. Att skapa kulturella värden kan ta lång tid och kräver ekonomiska resurser, men investeringarna betalar tillbaka sig i form av samhällsnytta, bilden av Sverige, bidrag till BNP och individuella upplevelser.

Den svenska musikmarknadens ekonomiska utveckling har sedan 2009 dokumenterats och analyserats av Musik Sverige i rapporterna "Musikbranschen i siffror".

5. Musikbranschens intäkter 2009-2017

Den svenska musikbranschens intäkter i Sverige och från utlandet uppgick enligt de senaste mätningarna under 2017 till 10,7 miljarder kronor och ökade med drygt sju procent motsvarande 429 miljoner kronor jämfört med föregående år.

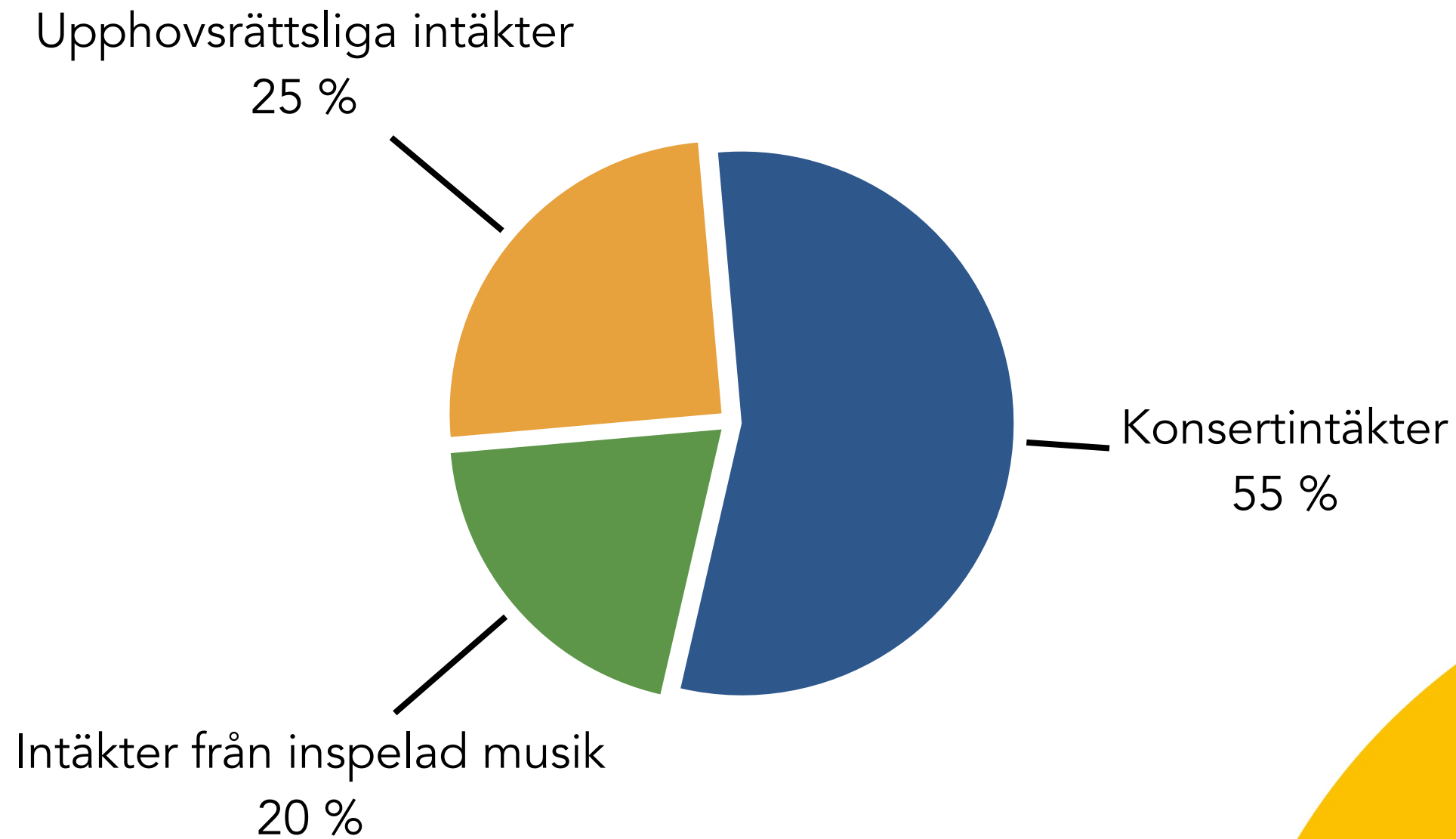
Musikexporten stod 2017 för 2,1 miljarder kronor och ökade med sex procent jämfört med föregående år. Sedan 2009 har musikexporten fördubblats, från cirka en till två miljarder kronor.

Musikbranschens totala intäkter utgjordes 2017 till 56 procent av konsertintäkter (cirka 6 miljarder kronor), 25 procent av upphovsrättsliga intäkter (knappt 2,7 miljarder kronor) och 19 procent av intäkter från inspelad musik (cirka två miljarder kronor).

På åtta år, mellan 2009 och 2017, har den svenska musikbranschens intäkter i Sverige och från utlandet ökat med drygt 60 procent motsvarande drygt 4 miljarder kronor.

Fördelningen av intäkter i musikbranschen

MUSIK
SVERIGE



6. Värdeskapande i en fragmenterad bransch

Värdeskapande i musikbranschen sker i nätverk utanför enskilda legala och finansiella enheter. Olika typer av aktörer - individuella musikskapare, ensembler eller band, managers, arrangörer, producenter, musikförlag, musikbolag, upphovsrättsorganisationer och många fler - är involverade i värdekedjan från skapandet av kulturella värden fram till den ekonomiska utväxlingen i form av intäkter som fördelas mellan alla de som bidragit med resurser.

Värdeskapandet sker enkelt uttryckt inte inom ett företag eller en enda organisation, utan i nätverk av relationer byggda på ömsesidiga beroenden. Aktörernas inbördes relationer regleras av både formella och informella kontrakt som hanterar frågor kring ansvar, fördelning av risker och ekonomiska värden.

Musik är en av de viktigaste byggstenarna i vår kultur och en del av att vara människa. Om vi jämför musik med annan livsnödvändig produktion - livsmedel till exempel - är det svårt att se att ICAs butiksbiträden skulle gå till jobbet om de inte fick lön. Många musikskapare och andra konstnärer står inte på några lönelistor, men de jobbar ändå. I den bemärkelsen är de stora risktagare av ett slag som sällan kompenseras ekonomiskt.

Olika studier visar också att även om intäkterna ökar årligen är de koncentrerade till ett fåtal kommersiellt framgångsrika bolag och artister som det går bra för — "the winner takes it all". Både den svenska Kulturskoleutredningen och Konstnärsnämndens utredning om konstnärernas villkor, liksom den internationella organisationen Oxfam uppmärksammar detta fenomen vilket kännetecknar musikbranschen och andra kulturindustrier. Harvardprofessorn Anita Elberse beskriver dem som "blockbuster-ekonomier" som lite slarvigt kan översättas till kioskvältar-ekonomier. Dessa förhållanden medför att det behövs satsningar från politiskt håll för att säkerställa överlevnaden av ett varierat utbud av mindre kommersiellt framgångsrik musik.

7. Små marginaler och svårigheter att förutse och planera

Den sista för kulturbranschen unika egenskapen som beskriver musikbranschens förutsättningar för produktion och konsumtion som vi valt att lyfta fram innan vi går över till att analysera hur dessa egenskaper påverkats av Covid-19-pandemin är att marginaler och buffertar är små för merparten av alla som bygger musikaliska värden tillsammans.

I Sverige finns fler än 100 000 musikskapare och den svenska musikbranschen sysselsätter drygt 10 000 personer. Med sysselsatta avses både anställda och egenföretagare. Den fragmenterade branschstrukturen i kombination med den höga intäktskoncentrationen betyder att förutsättningarna för skapande är tuffa.

Marginalerna är små hos många aktörer, och svårigheter med att förutse och planera leder till ett ofrivilligt fokus på kortsiktig överlevnad snarare än långsiktiga strategier.

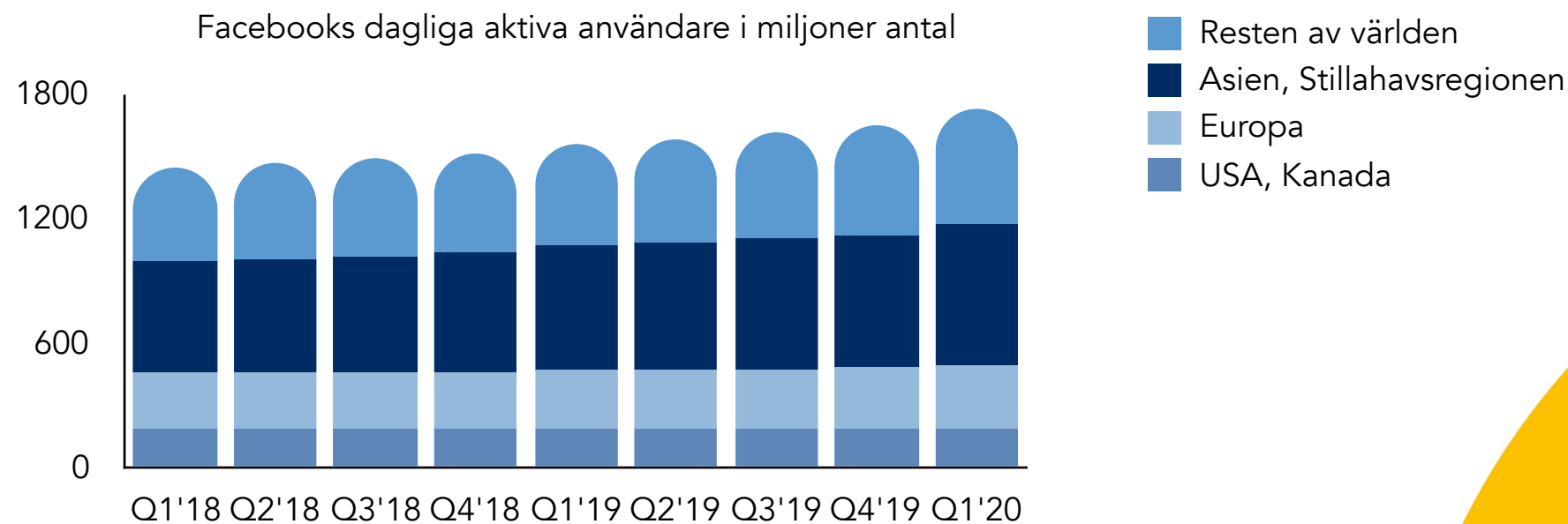
***"Jag hade lyckats jobba upp en
liten buffert för första gången i
mitt liv - sen kom Corona.
Allt kommer gå åt nu. Det är så
skönt."***

- Verksam musikskapare

8. Ökad närvaro online skapar en ny våg av digitalisering

En av de viktigaste globala makrotrenderna efter att stora delar av världen hamnade i lockdown är den ökade digitala närvaron som katalyserat en våg av underhållning online. World Economic Forum pekar på att trenden är särskilt utmärkande inom kulturområdet och rapporterar om ett ökat intresse för såväl gaming och digitala museibesök som onlinekonserter.

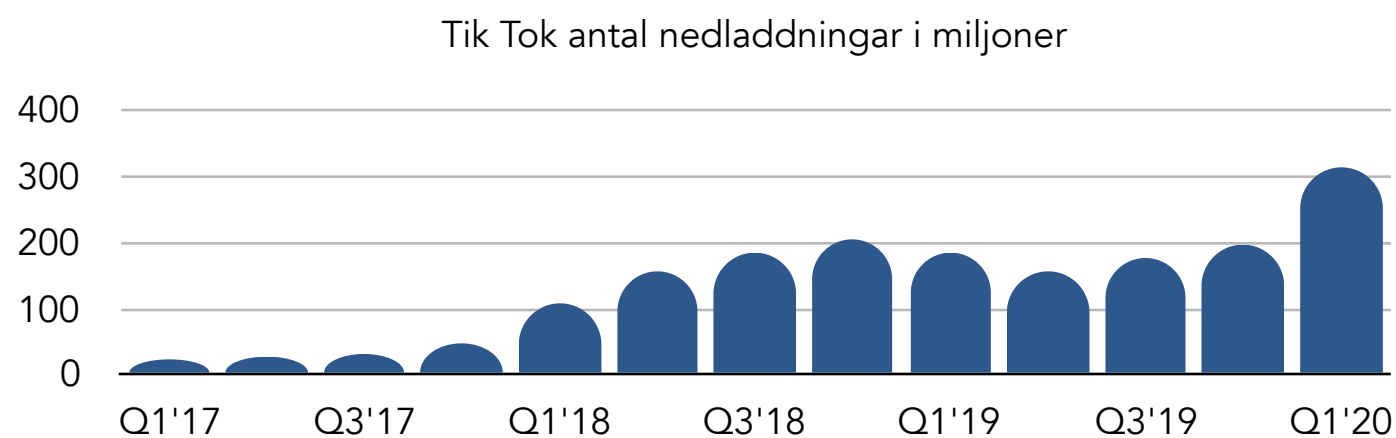
Efter Coronautbrottet såg Facebook nästan en fördubbling av antalet dagliga användare mellan sista kvartalet 2019 och första kvartalet 2020 (77 miljoner) jämfört med motsvarande period ett år tidigare (39 miljoner). I USA ökade antalet dagliga Facebookanvändare med lika många under första kvartalet 2020 som totalt under de senaste två åren.



Källa: Facebooks kvartalsrapport, Q1 2020

Användningen av TikTok har också exploderat det senaste kvartalet med över två miljarder nedladdningar till dags dato sedan första kvartalet 2017.

Användarna på plattformar som Facebook och TikTok ökar, liksom intresset för digitala konserter, men en fråga som Live Nations vd Carl Pernow bland många andra ställer sig är om, när och i vilken utsträckning dessa trender kommer kunna omvandlas till intäkter, och hur stor andel av dessa som kan komma musikbranschen till gagn. I dagsläget genererar digitala konserter knappast några märkbara intäkter.



Källa: Sensor Tower. EMC Analysis. N.B. Inkluderar ej downloads till Android från tredjepartsleverantörer.

9. Vad betyder Covid-19-pandemin för den svenska musikbranschen i stort?

Musik är ett viktigt fundament i kulturlivet och musikbranschens ekonomi bygger på betalningar för musiklyssnande, antingen genom konserter, streaming, framföranden på radio och tv och andra plattformar, eller i bakgrunden i offentliga miljöer. Eftersom värdeskapandet sker i en väv av ömsesidiga relationer mellan små och stora aktörer, enskilda individer, företag och organisationer utan vinstintressen, är ekosystemet som helhet aldrig starkare än dess svagaste länk.

En tydlig iakttagelse av Coronas effekter är att musikens ekosystem är skört. Buffertarna är för många obefintliga. En stor andel av musikskaparna i Sverige har en så pass instabil och oförutsägbar ekonomi att de haft små möjligheter att investera i sina framtida karriärer eller spara i någon större utsträckning. Covid-19-pandemin har bidragit till att blottlägga dessa redan kända förutsättningar för skapande i musikbranschen. Enskilda musikskapare och mindre verksamheter, som utgör de allra flesta aktörerna i musikbranschen, uttrycker stor oro över akut likviditetsbrist.

Större aktörer, exempelvis på den största av musikbranschens delmarknader - konsertsegmentet - har möjlighet att nyttja korttidspermitteringsstöd vid sidan av att de har kassaberedskap, soliditet och finansieringsmöjligheter via kapitalmarknaden. Det förklarar att de uttrycker större optimism om att år 2020 blir "ett hack i kurvan", och att branschen i stort kommer återhämta sig.

En övergripande effekt av Covid-19-pandemin är att de stora aktörerna klarar sig genom krisen med förutsättningar att till och med växa sig starkare, medan många mindre blir svagare.

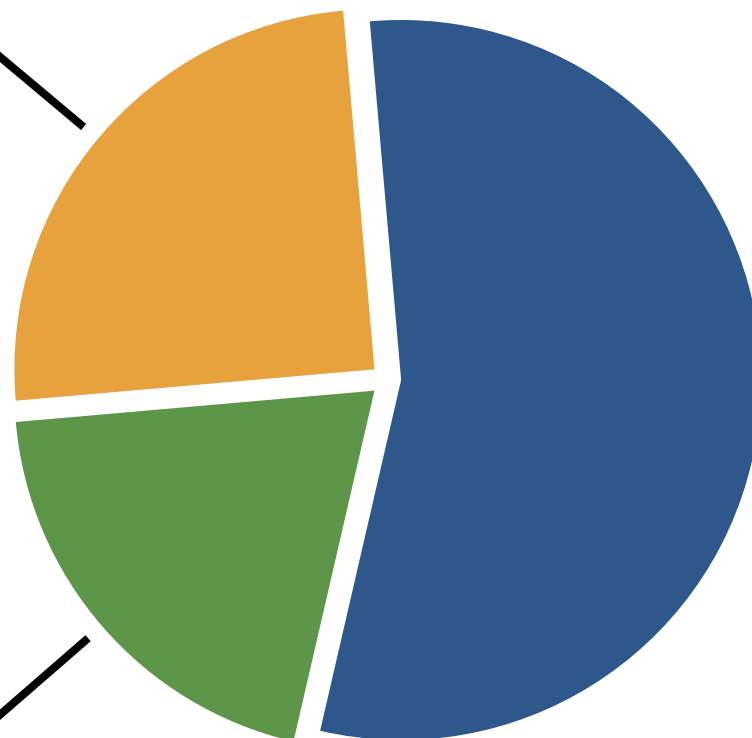
***"Musikskapare tillverkar en
kulturell byggsten som håller
upp en hel ekonomi"***

- Verksam musikskapare

Pandemins påverkan på den svenska musikbranschen i stort

Upphovsrättsliga intäkter

Främst minskade intäkter från bakgrundsmusik, live och utlandet men oförändrade kostnader.



Konsertintäkter

Inställda konserter ger minskade intäkter och kostnader.

Intäkter från inspelad musik

Högst digitaliseringsgrad, minst påverkan.

10. Hur förväntas den svenska musikbranschens intäkter påverkas under 2020 av Covid-19-pandemin?

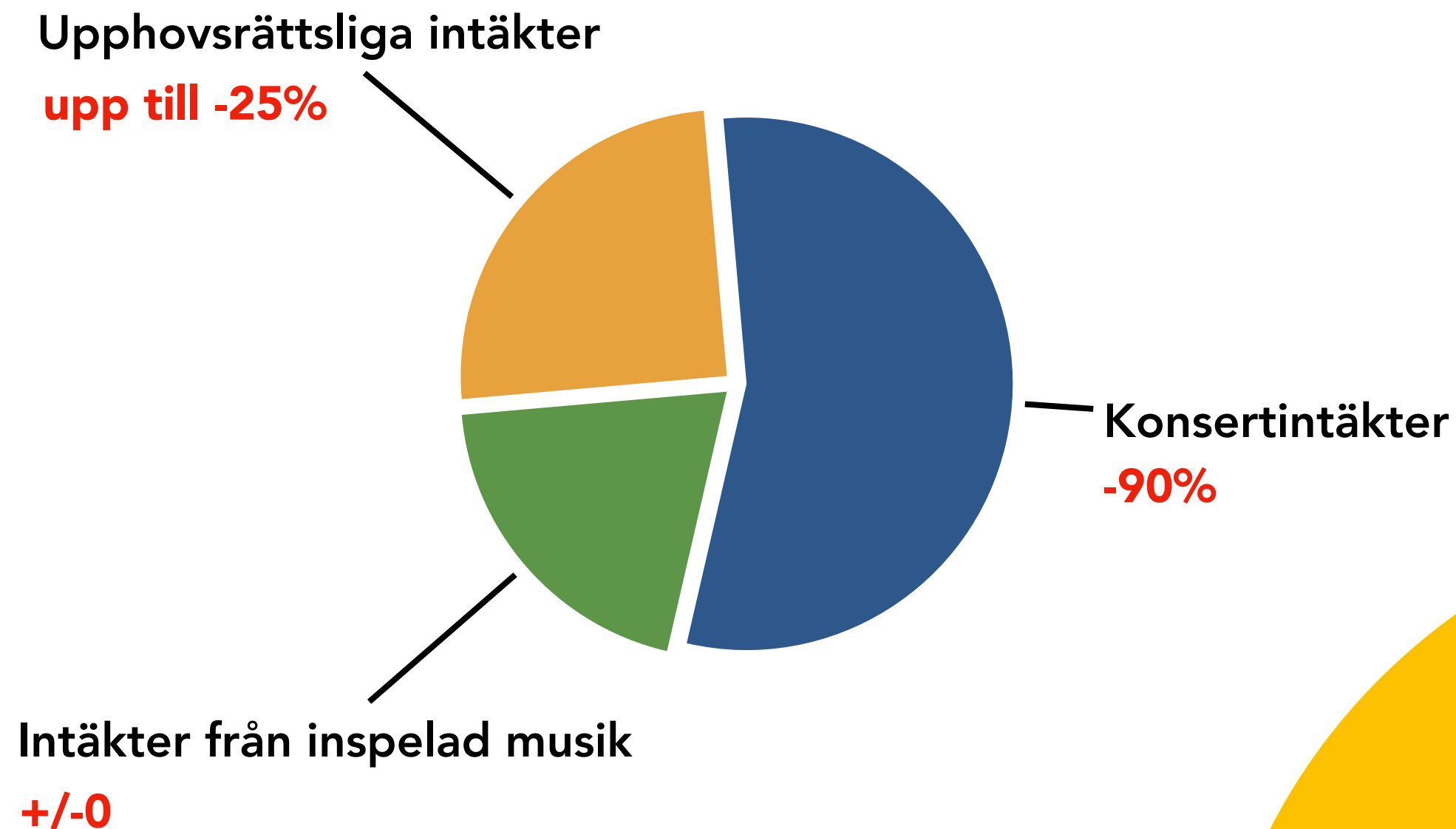
Livebranschen har drabbats hårdast och snabbast. Från mitten av mars har biljettintäkterna totalt gått ner med cirka 90%. För arrangörer och bokningsbolag är det över hälften av årets totala intäkter som hämtas in på sommaren, i vissa fall 100%, och i år kommer de hamna på noll. Artister drabbas i form av inställda gager som man räknat med att få, och många kompositörer för film och teater ser inställda projekt.

I upphovsrättsliga intäkter estimeras en total nedgång på cirka 15-25% i dagsläget. Enligt Ifpi som företräder skivbolagen är det intäkter från reklamförsäljning på TV, intäkter från offentligt framförande (butiker, restauranger mm) och kommersiell radio som minskat i intäkter. Intäkterna från offentligt framförande påverkas omedelbart och drastiskt medan effekterna från reklam är mer oklara och långsiktiga.

Det upphovsrättsliga intäktsområdet drabbas också av den avstannade livebranschen. Intäkter från live försvinner helt, bakgrundsmusik/offentligt framförande påverkas drastiskt, medan intäkter från public service och online fortsätter som normalt. Den totala avvikelser mot planerad budget för Stim som omsatte 2,4 miljarder kronor 2019 ligger just nu på -9%.

Estimat av den svenska musikbranschens intäktpåverkan 2020

MUSIK
SVERIGE



11. Hur drabbas olika aktörer?

Privatekonomiskt är pandemin förödande för många fritt utövande musiker - något som skapar en ännu starkare beroendeställning till de större aktörerna. Enligt en enkätundersökning som Musikcentrum Riks gjort har verksamma musiker inom jazz och konstmusik påverkats direkt, stenhårt och privatekonomiskt med åtminstone 260 miljoner kronor i uteblivna gager och 80 000 uteblivna speltillfällen. Lika hårt drabbade är konsertarrangörer med egna hyreskontrakt och anställd personal, vilket i längden också drabbar musikutövarna.

Det stora frågetecknet inför hösten är om konsertverksamhet över huvud taget kommer kunna bedrivas. Många frilansande musiker arbetar mot institutionerna och det blir därför helt avgörande hur deras ekonomi ser ut. Fortsätter begränsningen av de allmänna sammankomsterna kan vi nog förvänta oss att många tvingas att byta yrkesbana. Oberoende frilansare, låtskrivare, producenter och entreprenörer passar i många fall på att fokusera på skapandeprocessen och de som har möjlighet går in i studion.

För musiker med fast anställning är situationen en annan. Sveriges Yrkesmusikerförbund berättar att de samlade förlusterna för utebliven försäljning av biljetter för alla delar i deras kollektivavtalsområde (inklusive teater) uppskattas till minst 40-50 miljoner per vecka. Musikerförbundets medlemmar generellt drabbas hårt av att musiker inte får några gager, knappt några upphovsrättsliga intäkter, och ytterst få kan leva på streamingpengar.

För musikskapare, musikbolag och musikförlag som i hög grad är direkt beroende av upphovsrättsliga intäkter är den fulla effekten av inställda konserter och den avstannade användningen av musik i restauranger, butiker, hotell mm ännu okänd. På grund av den fördröjning av utbetalningar av royaltyintäkter som är inbyggt i systemet så drabbas denna grupp fullt ut först i december, då ersättningen för vårens musikanvändning betalas ut.

Som redan nämnts klarar sig de större, mer etablerade bolagen i musikbranschen bättre genom Coronakrisen tack vare en kombination av att streaming är relativt opåverkat; de kan nyttja kortidspermitteringsstöd; de har bättre ekonomisk beredskap och i vissa fall trygga ägarstrukturer att falla tillbaka på.

"Jag känner mig hotad och rädd som musikskapare i vårt politiska klimat just nu, det är så små marginaler för oss."

- Verksam musikskapare

12. Vilka är de ekonomiska effekterna för de olika delarna i branschen på kort och lång sikt?

På kort sikt är det, som tidigare nämnts, livebranschen som drabbats hårdast. En stor risk är att mindre företag i värdekedjan inte överlever krisen vilket skapar oro för hur det kommer se ut när det öppnas upp igen. För vissa bolag och artister med en publik som köper mycket fysiska produkter som CD- och vinylskivor och merch är konsekvenserna stora.

Även intäkter från utlandet minskar på grund av den globala spridningen av viruset, men eftersom dessa intäkter släpar efter med cirka 6-12 månader kommer resultatet inte synas förrän senare. Fördröjningseffekten oroar också musikförlagen. När det gäller intäkter från musikframföranden i offentliga miljöer - den så kallade bakgrundsmarknaden - förutspås risker för att det kommer ta lång tid att rekrytera tillbaka kunder som i dagsläget fått anstånd med betalningar eller tillfälliga nedsättningar. Många förväntas dessutom gå i konkurs under 2020.

På lång sikt finns det en ovisshet kring hur konsumenterna kommer att bete sig, om det kommer läggas pengar på musikprenumerations-abonnemang i samma utsträckning som tidigare. Detsamma gäller för konsertbiljetter och frågan är om folk kommer våga vistas i konsertmiljöer. Än så länge ser vi inga tendenser på att folk säger upp abonnemang hos streamingtjänsterna men det riskerar förstås ske på lite längre sikt om många människors privatekonomi försämras.

***“Men kan musikbranschen
inte klara sig på strömmad
musik på nätet? Det enkla
svaret är nej.”***

Ur Musiksveriges debattartikel 24 mars 2020

13. Krisåtgärder i musikbranschen

Regeringen beslutade den 28 april om ett stödpaket till kulturen på en halv miljard kronor varav Kulturrådet fick 370 miljoner kronor att fördela gällande inställda och uppskjutna kulturevenemang i Sverige till följd av Covid-19. Drygt 2100 ansökningar kom in som motsvarade ca 760 miljoner kronor vilket är dubbelt så mycket som regeringen hade anslagit. Hälften av ansökningarna kom från musiklivet. Stödpaketet omfattar inte utlandsturnéer och sommarevenemang. Hjälpåtgärder från myndigheter och regeringen till kulturen har varit högst välkommet och behövligt men mer stöd kommer att behövas när vi närmar oss en sommar utan planerade intäkter för många.

Musikbranschen är själv medveten om de sköra strukturerna och har varit snabb på att organisera sig och gå ut med egna stödpaket och andra åtgärder. Några exempel på dessa är Stim som för första gången upprättat förskottsbetalningar till upphovsrättshavare, Musikerförbundet har startat en krisfond öppen för alla musiker och dit SAMI och Spotify har bidragit med 2 miljoner kronor vardera. Spotify har dessutom startat en global biståndsfond där artister kan få ekonomisk hjälp direkt från fans eller välja att donera pengarna till en hjälporganisation, Sami har tidigare lagt utbetalningar till musiker, Svensk Jazz har upprättat en tillfällig krisfond för jazzmusiker och musiktidskriften GAFFA har kampanjat under hashtaggen #norefund om att allmänheten ska behålla sina konsertbiljetter istället för att returnera dessa.

Fler initiativ finns samlade på Musiksveriges hemsida, www.musiksverige.org, och uppdateras löpande.

***"Du måste komma upp till en
så otroligt hög nivå för att
det ska löna sig och man ska
kunna tjäna pengar på sin
musik."***

- Verksam musikskapare

14. Sammanfattande avslutning

Under ytan av de sammantagna effekterna för de olika intäktsegmenten (konserter, upphovsrättsintäkter, inspelad musik) döljer sig stora skillnader. En festival tappar 100% av intäkterna medan Dramaten tappar 15%. Det fria musiklivet har andra problem än institutionerna.

En observation är att beroendeställningen stärks mellan mindre aktörer som behöver stöd från de större tryggare aktörerna. De små aktörerna är allt från artister, låtskrivare, studioägare, managers, indiebolag och andra fåmansbolag som kan tvingas ingå långsiktigt ofördelaktiga avtal eller bli uppköpta. Men kanske än mer överhängande för denna kategori av aktörer är risken att inte ha några alternativ överhuvudtaget, utan tvingas lägga ned eller styra om sin verksamhet.

Enligt Musiksveriges styrelseordförande Alfons Karabuda finns en oro för att svensk krisstrategi inte håller samma standard som andra länders. Det kan dessvärre ge det så kallade "svenska musikundret" en ordentlig törn eller till och med tvinga stafettpinnen vidare från Sverige till konkurrerande musiknationer.

Gunnar Jönsson, Ordförande på Sveriges yrkesmusikerförbund (SYMF) varnar också för att det inför budgetåret 2021 är långt ifrån säkert att det går att räkna med sedvanliga uppräknings- eller bibehållna anslag till kulturen när vårdskulden ska betalas och arbetslösheten stiger.

Det är viktigt att förstå komplexiteten och de unika arbetsförhållandena i musikbranschen för att kunna utforma rätt sorts åtgärder som gör faktiskt reell skillnad. Här är det mest utmärkande den höga andelen frilansare, de sköra eller icke-existensnär buffertarna och de långsamma utbetalningarna vilket leder till en fördröjning av inkomstbortfallet.

15. Källhänvisning

- s. 7 Musikbranschen i siffror 2017. Musik Sverige.
- s. 9 *Kapitalet i det tjugoförsta århundradet*. Piketty, T. (2017).
Blockbusters: Hit-Making, Risk-Taking, and the Big Business of Entertainment. Elberse, A. (2013).
The Economics of Superstars. Rosen, S., (1981). American Economic Review, Volume 71, Issue 5 (Dec., 1981) 845–858.
- s. 11 Källa: Facebooks kvartalsrapport, första kvartalet 2020.
- s. 12 Källa: Sensor Tower; EMC Analysis.
- 2. 20 Rapport från Musikcentrum http://www.mcv.se/media/user/pages/Pressmeddelande_Enkat_2_juni_augusti.pdf

MUSIK
SVERIGE



Kontakt Musiksverige

Mia Strandell, mia@musiksverige.org

Kontakt Riteband

Linda Portnoff, linda@riteband.com