



MUSIK
SVERIGE

Musikbranschen i siffror

Statistik från musikåret 2017

Förord

Vilken omsorg behöver en bransch vars ekonomiska tillväxt är så stark? Musikbranschen i siffror visar för 2017 en tillväxt på drygt 4 procent och den totala tillväxten sedan 2009 är nu 60 procent.

I november 2017 kom uppropen *#närmusikentystnar* och *#visjungerut*. Upprop som mycket tydligt visade att branschens sedan länge kända ojämställdhet bland annat skapat en tystnadskultur för omfattande sexuella trakasserier. Det var upprop som krävde att musikbranschen visade sin egen vardag betydligt mer omsorg än vad som hade varit fallet tidigare. För Musiksverige ledde detta till ett antal aktiviteter. Vi beslutade att fortsätta kartläggningen av fördelningen män/kvinnor i branschen över tid, vi skapade en rapporteringstjänst och supporttjänst för de som varit utsatta för övergrepp och för de som behövde och behöver hjälp att hantera denna typ av problem. Vi beslutade även att genomföra en fortsättning på det fokusgruppsarbete om jämställdhet vi inledde 2017. Självklart behöver vi göra mycket mer.

För att trygga den musikaliska och kulturella mångfald som inte alltid kan finansiera sig själv behövs också omsorg. I en värld där musik konsumeras mycket ofta men till låga ersättningar per gång blir det mycket tydligt att alla måste vara med och bidra. Detta oavsett om man är en global digital plattform, en etablerad streamingtjänst eller om man representerar den politiska maktens omsorg för rättshavarens och musikskaparnas behov av en stark upphovsrätt med tydliga spelregler för marknaden.

Ludvig Werner
Styrelseordförande Musiksverige



Musikverige ska verka för en jämställd bransch utan utrymme för kränkningar, sexuella trakasserier eller övergrepp. Uppdraget är överordnat all annan verksamhet.

Om Musiksveriges statistik


Musikbranschen i siffror – statistik för 2017 visar liksom tidigare statistikrapporter från Musiksverige den svenska musikbranschens omsättning i hela världen i form av intäkter från musikanvändning som genererats via lagliga distributionskanaler. Förklaring till branschspecifika ord och termer hittar du längst bak i rapporten. Rapporten analyserar den svenska musikbranschens ekonomi sedan 2009, med fokus på det senaste årets intäktsutveckling, utifrån de tre kategorierna upphovsrättsliga intäkter, intäkter från inspelad musik och konsertintäkter. Både intäkter från inspelad musik och konsertintäkter avser hela marknaden och priset mot konsument.

Den totala omsättningen för den samlade musikbranschens alla genrer inkluderar:

- 1] Upphovsrättsliga intäkter som genereras när musik framförs exempelvis i radio, på tv, internet eller i bakgrunden på restauranger eller andra offentliga utrymmen.*
- 2] Intäkter för inspelad musik som säljs i form av prenumerationsabonnemang på strömmad musik eller som fysiska skivor eller nedladdningar.*
- 3] Konsertintäkter i samband med festivaler och konserter.*

Vidare redovisar rapporten intäkterna uppdelade på inhemsk respektive utländsk försäljning. Med inhemsk musikförsäljning avses betalningar för musikkonsumtion i Sverige. Det betyder att konsertintäkter från svenska artister liksom utländska artister som framträdde i Sverige 2017 inräknas i den inhemska marknads intäkter, medan svensk musik som framförts i utlandet räknas som exportintäkter – i de fall intäkterna tas upp i sverigeregistrerade bolag.

För att skapa kultur och musik som inte enbart finansierar sig själv, behövs en stark kulturpolitik med trygghetssystem för musiker och upphovspersoner.



Svenska rättighetshavare som får sin musik framförd exempelvis i radio, på tv eller via internet utomlands utgör exempel på upphovsrättslig musikexport. Vid exempelvis ett svenskt musikbolags licensiering till en part i ett annat land, uppstår en exportintäkt för inspelad musik hos det svenska bolaget.

En arbetsgrupp har garanterat att korrekt data lämnats och samma grupp har även granskat rapporten. Arbetsgruppen har i likhet med tidigare år bestått av experter i Musiksveriges medlemsorganisationer.

Ekonomie doktor Linda Portnoff har sammanställt statistiken och författat rapporten. Mia Strandell, projektledare på Musik Sverige, har koordinerat arbetet. Musik Sverige har publicerat statistikrapporter sedan 2012. Sedan dess har statistiken uppdaterats årligen. Samma mätmetoder har tillämpats från år till år, vilket ger en jämförbarhet över tid. I de fall en metod har ändrats har även historiska data omräknats utifrån den nya metoden för att bevara jämförbarheten.

Musikmarknaden 2017

- *Den svenska musikbranschens intäkter i Sverige och från utlandet uppgick 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.*



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

Upphovsrättsliga intäkter

Upphovsrättsliga intäkter är ersättning för musikanvändning exempelvis i radio och tv, dataspel, reklamfilm eller i bakgrunden på restauranger. Intäkterna tillfaller kompositörer, arrangörer, textförfattare, musiker, artister, musikförlag, musikbolag och producenter.

2017 stod upphovsrättsliga intäkter för 25 procent av musikbranschens totala omsättning. De upphovsrättsliga intäkterna uppgick till 2,7 miljarder kronor, vilket motsvaras av en ökning med 8 procent jämfört med 2016. Det är framförallt exportintäkterna som bidragit till uppgången. Totalt växte de med 14 procent jämfört med föregående år och nådde över en miljard kronor.

Diagrammet och tabellen i den följande framställningen visar de upphovsrättsliga intäkternas utveckling över tiden. Intäkterna kan indelas i 7 övergripande kategorier: framföranderättigheter, online, mekaniska rättigheter, synkroniseringsrättigheter, privatkopiering och vidaresändning samt övrigt.

Framföranderättigheter är den enskilt största kategorin. Den utgörs framförallt av intäkter från licenser för användning av bakgrundsmusik på restauranger, hotell, konserter och biografier och andra offentliga miljöer, samt musik i kommersiell och public service-tv, radio och närradio. Enligt rapporten *Musikens effekter på konsumenternas beteende: En forskningsöversikt*, använder fler kunder musik mer medvetet än tidigare och musikvalet påverkar lusten att konsumera. De totala intäkterna från framföranderättigheter uppgick år 2017 till drygt 1,6 miljarder kronor. Fler musikleverantörer och hårdare konkurrens från friköpt musik är två trendinslag inom bakgrundsmusikens område som sett en ökning på drygt 100 miljoner kronor jämfört med föregående år.



Stora globala trender såsom digitalisering och globalisering har fortsatt stor inverkan på intäktsutvecklingen i musikbranschen. När musik konsumeras online, via exempelvis Spotify eller Apple Music, uppstår tekniskt sett både en typ av framförande och en typ av mekanisering. De intäkter som skapas till följd av onlinelyssnandet följer vi i kategorin online. (Förutom när det gäller online-intäkter från utlandet som ingår i framförandekategorin på grund av en begränsning i nedbrytbarhet av denna data.)

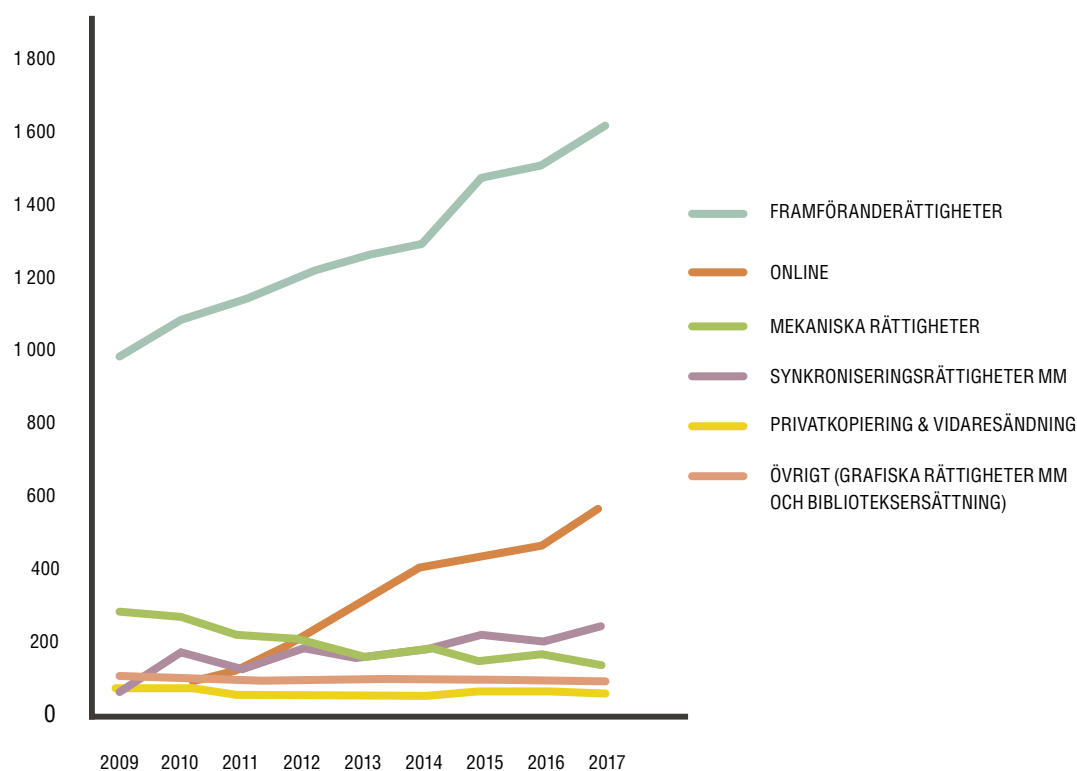
Digitaliseringen bidrar till att avstånden krymper i musikbranschen, precis som i övriga samhället. Nya marknader öppnar sig för musikskapare i hela världen. Drivkraften bakom en växande global musikmarknad handlar en hel del om streaming, med växande musiktjänster som Spotify, YouTube och Apple Music. Även inom rörlig bild sker stora förändringar. Vi lägger allt mer tid på att titta på rörlig bild online exempelvis Netflix, YouTube eller video i sociala medier, samtidigt som tittandet på linjär tv fortsatt att minska. Utvecklingen går snabbt och streamad video tar allt mer av en växande kaka, delvis på bekostnad av linjär tv.

Onlineområdet uppgick 2017 till 557 miljoner kronor och ökade med 20 procent (jämfört med en sju procentig ökning året innan).

Exportintäkterna ökade med 17 miljoner kronor från 111 miljoner kronor till knappt 128 miljoner kronor och den inhemska marknaden ökade med 76 miljoner motsvarande 22 procent.

Intäkterna från licensiering av mekaniska rättigheter minskade med 15 procent från 159 miljoner kronor 2016 till 134 miljoner kronor 2017, medan synkroniseringsintäkterna ökade med 16 procent från 200 miljoner kronor år 2016 till 232 miljoner kronor 2017. Privatkopieringsersättning och vidaresändningsersättning minskade från 58 miljoner kronor 2016 till 50 miljoner kronor 2017, en sexton procentig nedgång från föregående år vilken finner sin förklaring i en stor fordran som Copyswede har på elektronikbranschen på grund av en pågående tvist.

Upphovsrättsliga intäkter, SEK, 2009–2017 (miljoner kronor)



Kategorin övriga intäkter minskade från 87 miljoner kronor 2016 till 82 miljoner kronor 2017.

Här ingår intäkter från flera olika områden, till exempel grafiska rättigheter i form av notlicenser, vissa rättigheter till live, merchandise, synkroniseringar samt fonogram ersättning.

Data kommer från Stim, NCB, SAMI, Ifpi Sverige, Musikförläggarna och Copyswede (via Stim, SAMI och Ifpi) Sverige.

Upphovsrättsliga intäkter 2017 jämfört med 2016 (miljoner kronor, samt procentuell förändring)

	INTÄKTER 2017	INTÄKTER 2016	FÖRÄNDRING
Framföranderättigheter	1 607	1 502	7 %
Online	557	464	20 %
Mekaniska rättigheter	134	159	-15 %
Synkroniseringsrättigheter	231	200	16 %
Privatkopiering och vidareändring	50	58	-14 %
Övrigt (grafiska rättigheter, biblioteksersättning mm)	82	87	-6 %
TOTALT UPPHOVSRÄTTLIGA INTÄKTER	2 662	2 470	8 %

*2017 stod upphovsrättsliga intäkter för 25 procent
av musikbranschens totala omsättning.*

Intäkter från inspelad musik

Intäkter från inspelad musik kommer från försäljning av musikinspelningar i olika format, främst från prenumerationsabonnemang på strömmad musik, men också från försäljning av cd-skivor och nedladdningar. Siffrorna avspeglar slutpriset (exklusive moms) som betalas av kunderna, men för att undvika dubbelräkningar har upphovsrättsandelen av den inspelade musikens intäkter brutits ut och redovisats tillsammans med övriga upphovsrättsliga intäkter.

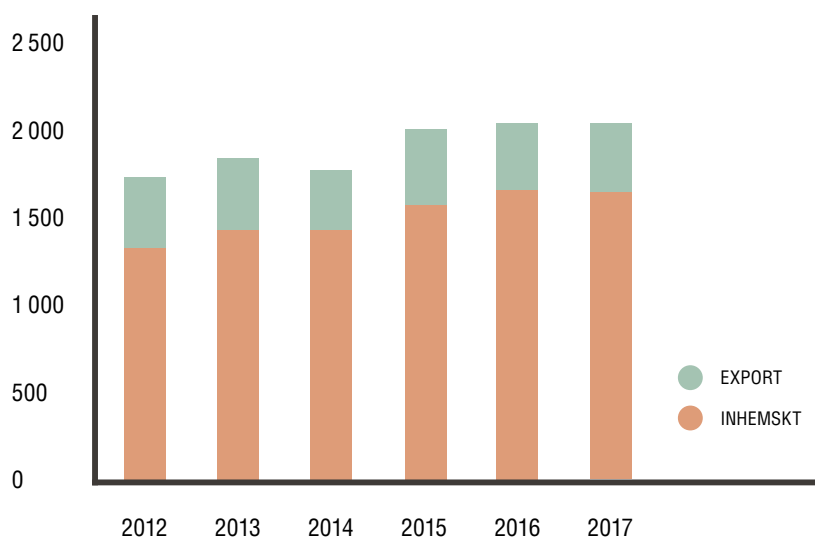
Totalt uppgick intäkterna från inspelad musik till drygt två miljarder kronor, vilket innebar en ökning med fem miljoner kronor jämfört med föregående år.

Den inhemska marknads intäkter uppgick i likhet med föregående år till drygt 1,6 miljarder kronor och intäkterna från utlandet minskade något, från 379 miljoner kronor 2016 till 375 miljoner kronor 2017.*

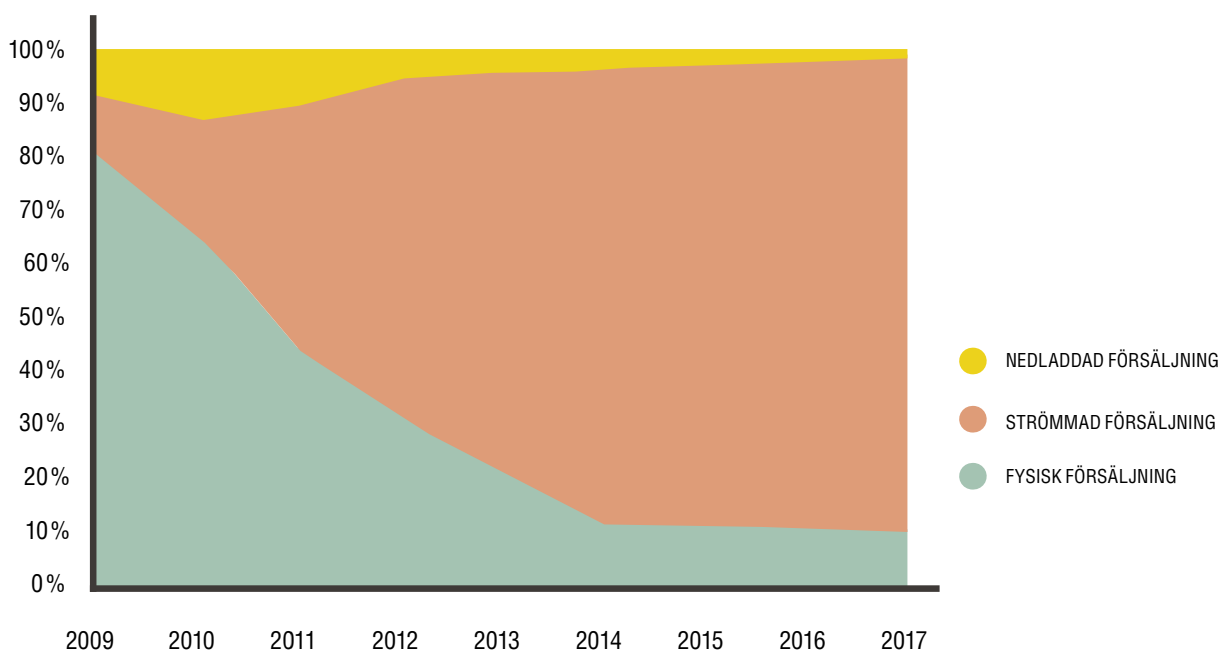
Diagrammen visar de inspelade intäkternas utveckling från 2012 fram till och med 2017 och har tagits fram med hjälp av data från musikbolagens intresseorganisation Ifpi Sverige.

** Nedgången kan förklaras av att musikbolaget X5 som tidigare år stått för en stor del av onlineförsäljningen på exportsidan såldes till Warner under 2016. Denna försäljning görs nu av det lokala Warner-kontoret utomlands och försvinner därmed från den svenska exportstatistiken.*

Intäkter från inspelad musik 2012–2017 (miljoner kronor)



Fördelning mellan intäkter från inspelad musik i olika format på den inhemska marknaden 2009–2017



I diagrammet visas fördelningen av intäkter från inspelad musik i olika format på den inhemska marknaden över tidsperioden 2009–2017.

Vi ser hur konsumtionen i Sverige skiftat från fysiska och nedladdade format till strömmade musiktjänster. De står idag står för 88 procent av intäkterna. I huvudsak kommer dessa intäkter från Spotify-abonnemang som estimerats till knappt 1,6 miljarder kronor 2017. Försäljningen av musik på fysiska format i Sverige och utlandet uppgick sammantaget till 473 miljoner kronor.

*Vi ser hur konsumtionen i Sverige skiftat från fysiska
och nedladdade format till strömmade musiktjänster som idag
står för 88 procent av intäkterna.*

Konsertintäkter

Konsertintäkterna har i den här rapporten estimerats utifrån data från Statistiska centralbyråns enhet för näringslivets struktur² när det gäller den inhemska marknadens intäkter, och momsstatistik inom samma kod när det gäller exportmarknaden. Musiksverige har därefter bearbetat intäkterna genom att reducera dem till 80 procent eftersom datamängden från Statistiska centralbyrån även inkluderar verksamheter utanför musikbranschen.

Med inhemska konsertintäkter avses biljettpriiser för konserter och festivaler i Sverige. Med konsertrelaterad export avses intäkter till sverigeregistrerade bolag för svenska artisters konserter och turnéer i utlandet.

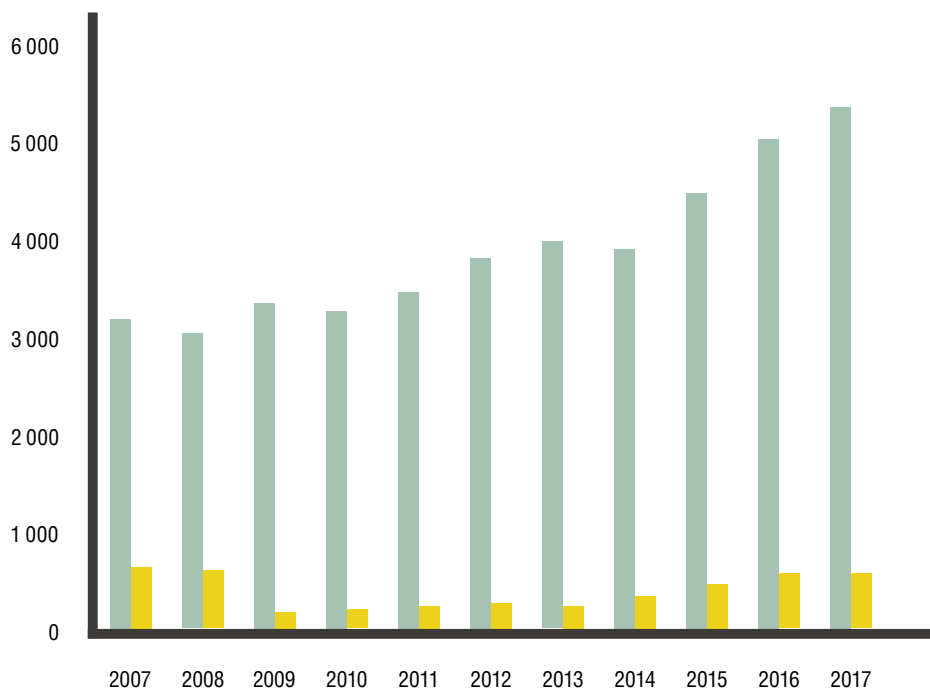
I likhet med tidigare år stod konsertintäkterna 2017 för drygt hälften av de totala intäkterna. De uppgick till drygt 6 miljarder kronor och representerade därmed 55 procent av musikbranschens samlade intäkter från den inhemska marknaden och exportmarknaden.

Konsertintäkterna ökade med sju procent jämfört med år 2016. Elva procent av de totala konsertintäkterna, 658 miljoner kronor, kom från konserter och turnéer utomlands.³

² Närmare bestämt med hjälp av omsättningsstatistik inom SNI-kod 90.02 Stödföretag till artistisk verksamhet. En redogörelse för hur denna procentsats fastställts finns att ta del av i Musikbranschen – metodutveckling. Rapporten finns tillgänglig på musiksverige.org/fakta-om-musikbranschen.

³ Både svenska och utländska konsert- eller managementbolag hjälper till att organisera och administrera vissa svenska artisters och musikers framföranden i utlandet. När svenska artister samarbetar med utländska agenter, management och/eller arrangörer, utgörs den konsertrelaterade exportintäkten till Sverige endast av artistgaget. Detta skiljer sig alltså från konserter som genomförs i Sverige, där omsättningen motsvaras av hela värdet av de sålda biljetterna.

Konsertintäkternas utveckling 2007–2017 (miljoner kronor)



● KONSERTINTÄKTER I SVERIGE

● KONSERTINTÄKTER FRÅN UTLANDET



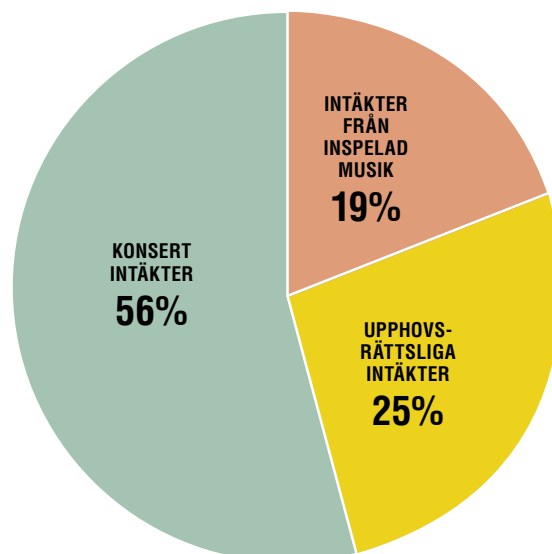
I likhet med tidigare år stod konsertintäkterna 2016 för drygt hälften av de totala intäkterna. De uppgick till drygt 5,7 miljarder kronor och representerade därmed 55 procent av musikbranschens samlade intäkter från den inhemska marknaden och exportmarknaden.

Sammandrag med avslutande reflektioner

Den svenska musikbranschen omsatte cirka 10,7 miljarder kronor 2017. Det motsvarar en ökning med sju procent jämfört med 2016, vilket är en mindre procentuell ökning jämfört med tidigare år som haft tvåsiffrig tillväxt. Sett till den genomsnittliga årliga intäktsutvecklingen sedan Musiksveriges första mätningar 2009 är det upphovsrättsområdet som står för den högsta och mest stabila tillväxten på 7 procent.

Motsvarande siffra för den inspelade musikens område är fem procent och för konsertområdet är siffran sex procent. Konsertområdet representerar störst andel av den totala omsättningen i branschen (56 procent), därefter kommer upphovsrättsliga intäkter (25 procent) och inspelad musik (19 procent).

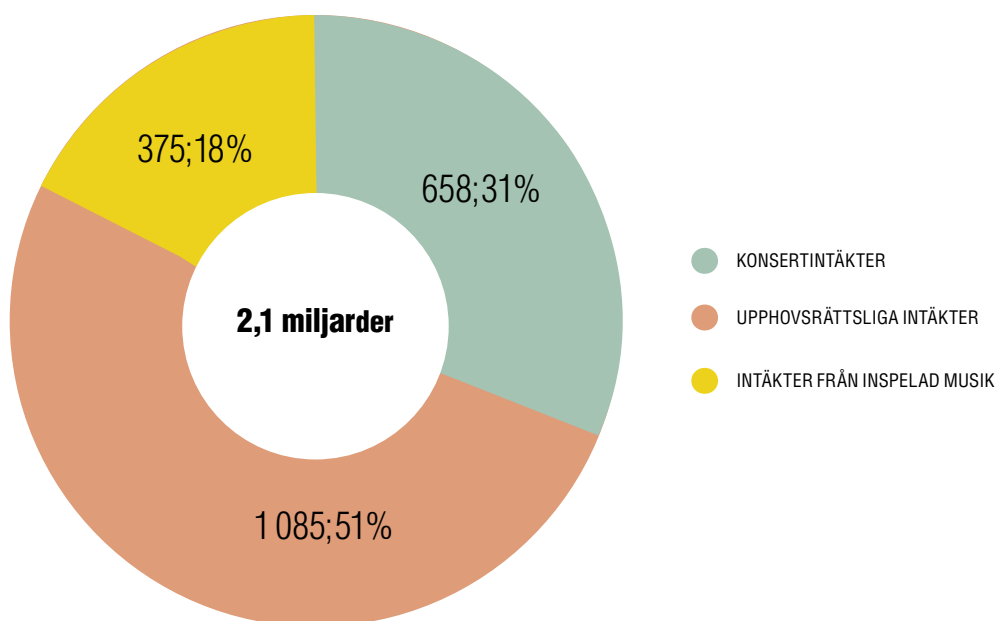
Fördelning av musikbranschens totala intäkter 2017 från inhemsk marknad och export, uppdelad på intäktsslag



Om vi analyserar musikbranschintäkterna ur ett exportperspektiv ser vi att den procentuella fördelningen förändras. Här stod de upphovsrättsliga intäkterna för mer än hälften av intäkterna, närmare bestämt 51 procent av den totala exporten (knappt en miljard kronor), följt av konsertintäkter 31 procent (658 miljoner kronor) och intäkter från inspelad musik 18 procent (375 miljoner kronor).

Exporten på drygt två miljarder kronor 2017 stod för 20 procent av den svenska musikbranschens totala omsättning.

Den svenska musikexportens intäktsfördelning 2017 (miljoner kronor, procent)



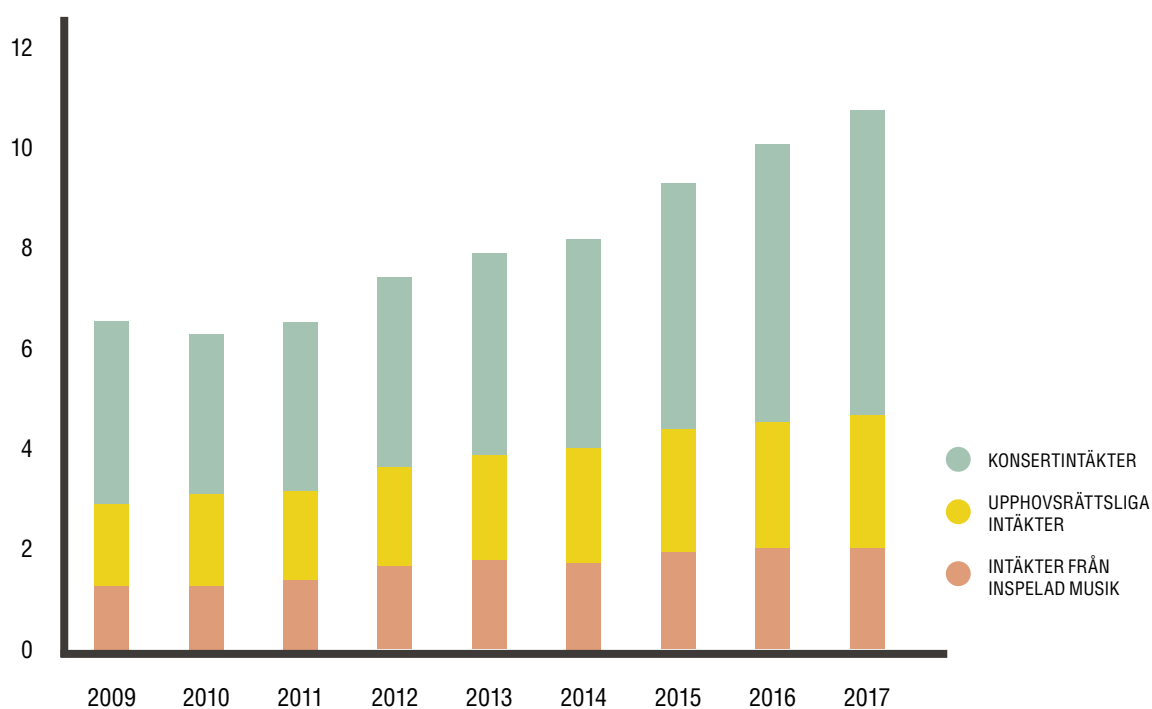


Exporten på drygt två miljarder kronor 2017
stod för 20 procent av den svenska musikbranschens
totala omsättning.

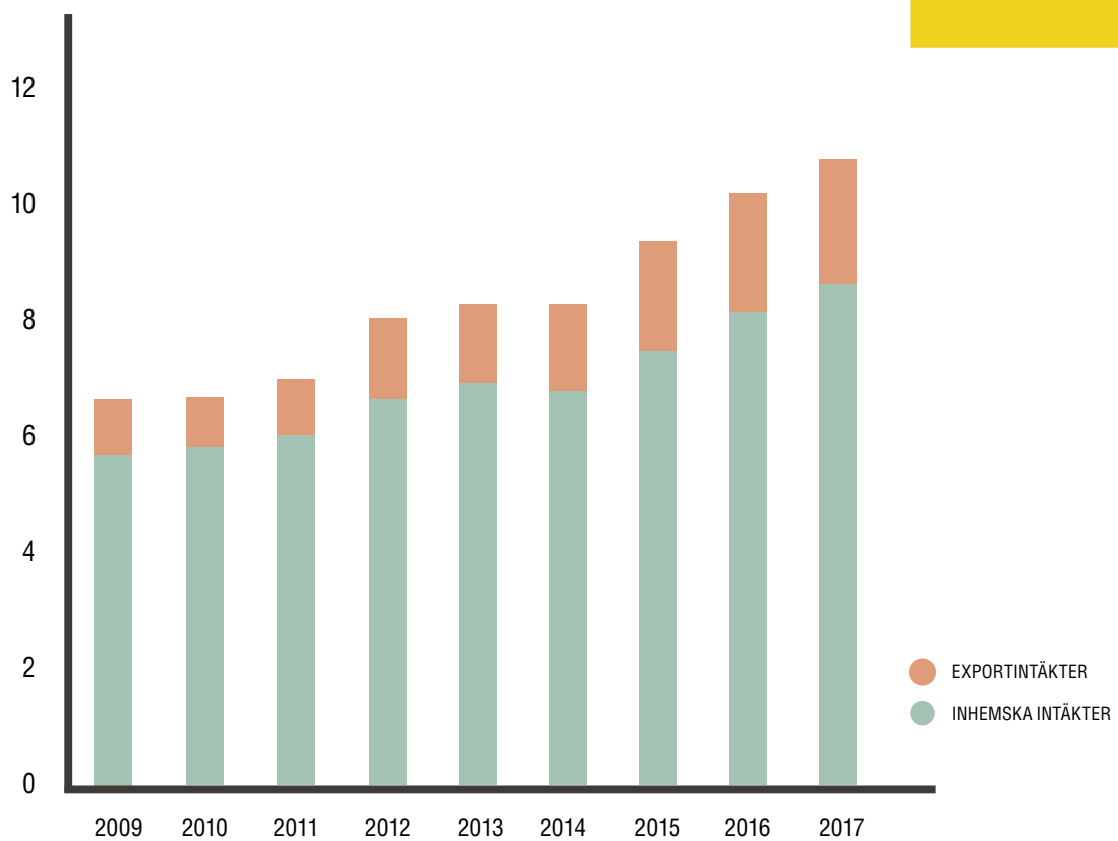
Musikbranschens intäktsutveckling hänger också samman med den svenska kronans växelkursutveckling. Generellt gäller att när kronan är svag gentemot en utrikes valuta ger det exporten en skjuts i positiv riktning. Trots att kronans växelkurs varit stark sedan finanskrisen över perioden 2009–2013 har ändå musikexportintäkterna ökat för vart och ett av dessa år.

Sedan första kvartalet 2013 och fram till 2017 har kronan dock försvagats gentemot en viktad korg av olika valutor, vilket gynnat den svenska exporten. I diagrammen nedan ser vi först den svenska musikbranschens samlade intäkter från export och hemmamarknad uppdelade på intäktslag. Därefter (figur 8) presenteras de samlade intäkterna nedbrutna för den inhemska marknaden och exportmarknaden.

Den svenska musikbranschens intäktsutveckling 2009–2017 (miljarder kronor)



Den svenska exportmarknadens intäktsutveckling 2009–2017 (miljarder kronor)



Årets statistikrapport från Musiksverige har pekat på en stark utveckling på det upphovsrättsliga området. Den svenska musikbranschens intäkter ökar framförallt som en följd av att svensk musik är uppskattad i stora delar av världen. Bakom intäkterna från utlandet ligger svenska musikskaparframgångar både på stora marknader som USA och Storbritannien, men även mindre marknader.

Digitaliseringen bidrar till att musikanvändningen får fler nyttjare och sprids över fler tjänster vilket ökar genomslaget världen över. För att bättre möta såväl kulturskapares som konsumenters behov på EU:s inre marknad, arbetar EU för att reformera upphovsrättslagstiftningen. Den nya lagen syftar till att stärka förutsättningarna för musikskapare att försörja sig och att hela musikbranschen ska kunna utvecklas på ett hållbart sätt.

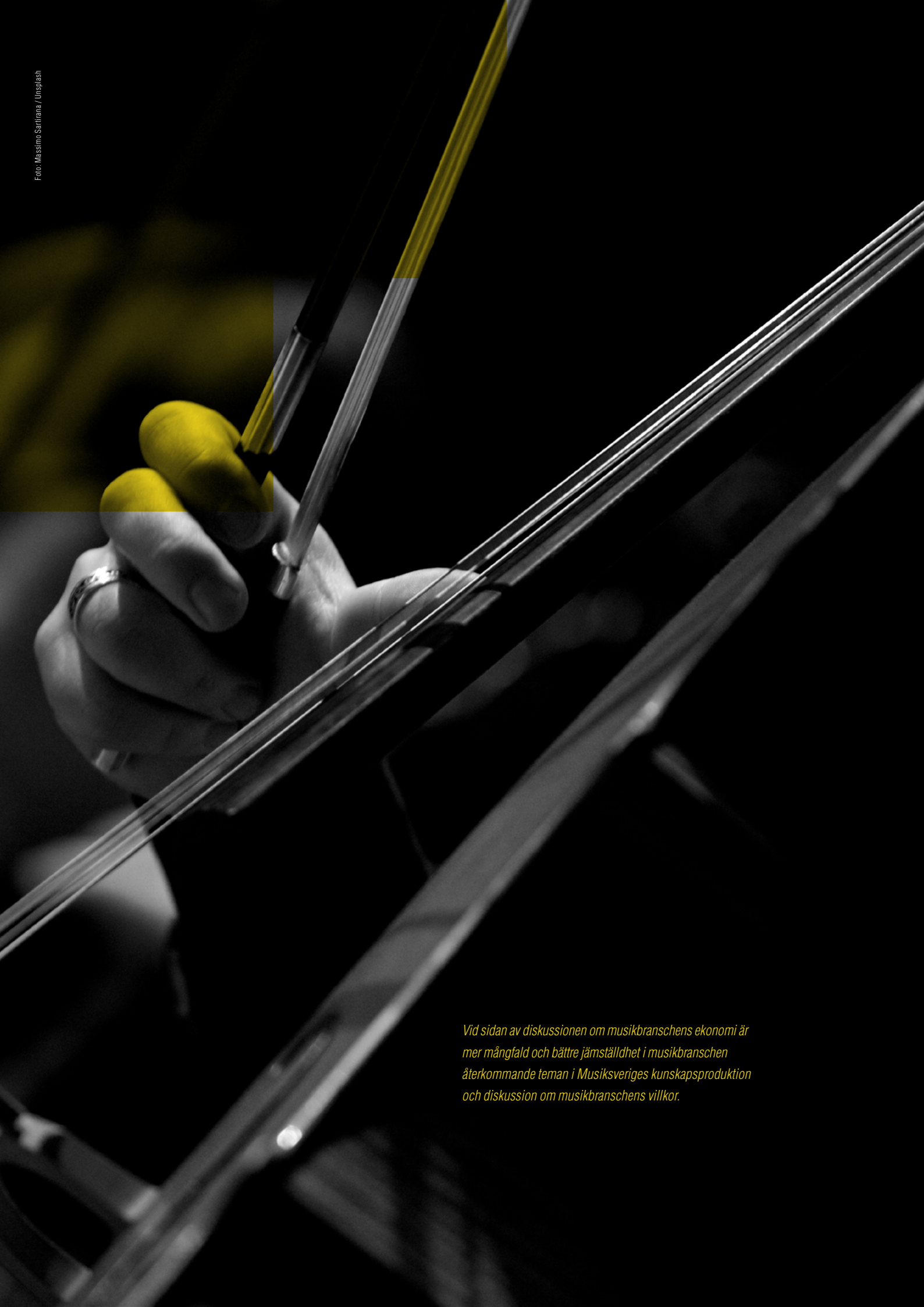
Samtidigt som intäktsutvecklingen är positiv kan det vara värt att påminna om den forskning som visar att de kreativa branschernas intäkter är koncentrerade till ett förhållandevis litet antal kommersiellt framgångsrika "hits".⁴ Det medför att det trots ökade intäkter på övergripande nivå ändå behövs satsningar, exempelvis från politiskt håll för att säkerställa överlevnaden av ett varierat utbud av mindre kommersiellt framgångsrik musik.

Vid sidan av diskussionen om musikbranschens ekonomi är mer mångfald och bättre jämställdhet i musikbranschen återkommande teman i Musiksveriges kunskapsproduktion och diskussion om musikbranschens villkor.

⁴ Caves, R., (2000) *Creative Industries. Contracts Between Art and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press

Elberse, A. (2013) *Blockbusters: Hit-making, Risk-taking, and the Big Business of Entertainment*. New York: Henry Holt and Company.

Rosen, S., (1981) *The Economics of Superstars*. *American Economic Review*, Volume 71, Issue 5 (Dec., 1981) 845–858.



Vid sidan av diskussionen om musikbranschens ekonomi är mer mångfald och bättre jämställdhet i musikbranschen återkommande teman i Musiksveriges kunskapsproduktion och diskussion om musikbranschens villkor.

Sysselsättning i musikbranschen

Om statistiken

Statistiken över sysselsättningen i musikbranschen är inhämtad från SCB och bearbetad av Volante research.

Nedan är en lista på de SNI-koder som statistiken är baserad på respektive indelningen av statistiken i kategorier (Läs mer om metoden i Volante Research (2014), "Sysselsättning i musikbranschen").

Musikskapare (90010, 90030, 90040)

Musikindustri (58190, 59200, 90020)

Handel (46433, 47630, 47913)

Sysselsättning

Den svenska musikbranschen sysselsatte 10 271 personer år 2016. Med sysselsatta avses både anställda och egenföretagare. Dessa drygt 10 000 personer kan sättas i förhållande till exempelvis antalet anslutna medlemmar till upphovsrättsorganisationer som Ifpi Sverige, SAMI och Stim. Gemensamt överstiger de 100 000 personer. Alla musikskapare som är anslutna till upphovsrättsorganisationer är inte företagare och alla är inte heller aktiva när det gäller att skapa ny musik. Många kombinerar också musikutövande eller låtskrivande med annat arbete.

Könsfördelning

Könsfördelningen inom musikbranschen visar att cirka 60 procent av de sysselsatta är män och 40 procent är kvinnor.

Sett till den enskilda kategorin musikskapare är det lika många män som kvinnor som skapar och utövar musicerande. På beslutsfattande positioner däremot är könsfördelningen mer skev.

Följande tabell visar könsfördelningen på beslutsfattande positioner i musikbranschen i jämförelse med näringslivet som helhet. Inom musikbranschen innehas vd-befattningen till 79 procent av män och 21 procent av kvinnor. Jämförande siffror för näringslivet som helhet är 82 procent män och 18 procent kvinnor.

65 procent av alla styrelsebefattningar inom musikbranschen innehas av män och 35 procent av kvinnor, och siffrorna ser nästan likadana ut som för näringslivet som helhet där männen representerar 66 procent av styrelseplatserna och kvinnorna 34 procent.

Könsfördelningen på beslutsfattande positioner, jämförelse mellan musikbranschen och hela näringslivet, data från 2016

	ANTAL VD			ANDEL, PROCENT	
	Män	Kvinnor	Totalt	Män	Kvinnor
Musikbranschen	251	65	316	79 %	21 %
Näringslivet totalt	62 647	13 597	76 244	82 %	18 %

	ANTAL I STYRELSEN			ANDEL, PROCENT	
	Män	Kvinnor	Totalt	Män	Kvinnor
Musikbranschen	2 596	1 420	2 642	65 %	35 %
Näringslivet totalt	470 171	241 339	711 510	66 %	34 %

Tabellerna nedan visar könsfördelningen på beslutsfattande positioner över tid och de visar att maktfördelningen mellan könen är relativt konstant från 2007 fram till 2016 som är det senaste år för vilken sysselsättningsstatistik finns tillgänglig. Trenden rör sig dock långsamt mot fler kvinnor i ledande befattningar.

Om förändringstakten skulle öka så pass att den förbättrades med en procent per år från och med 2016 skulle vi uppnå en jämn fördelning mellan män och kvinnor som vd i musikbranschen år 2045 och med samma förändringstakt när det gäller styrelserepresentationen skulle jämn könsfördelning infinna sig år 2031.

Könsfördelningen på vd-position i musikbranschen åren 2007 – 2016

ÅR	ANTAL VD			ANDEL, PROCENT	
	Totalt	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
2016	316	251	65	79%	21%
2015	311	246	65	79%	21%
2014	297	234	63	79%	21%
2013	282	230	52	82%	18%
2012	254	205	49	81%	19%
2011	224	182	42	81%	19%
2010	218	176	43	80%	20%
2009	212	171	41	81%	19%
2008	214	178	36	83%	17%
2007	207	173	34	84%	16%

Könsfördelningen i styrelser i musikbranschen åren 2007 – 2016

ÅR	ANTAL STYRELSELEDAMÖTER			ANDEL, PROCENT	
	Totalt	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
2016	4 016	2 596	1 420	65%	35%
2015	3 987	2 618	1 369	66%	34%
2014	3 887	2 549	1 338	66%	34%
2013	3 768	2 495	1 274	66%	34%
2012	3 551	2 369	1 181	67%	33%
2011	3 324	2 194	1 129	66%	34%
2010	3 080	2 052	1 029	67%	33%
2009	2 964	1 980	984	67%	33%
2008	2 952	2 000	952	68%	32%
2007	2 833	1 945	887	69%	31%

Inrikes och utländsk bakgrund

År 2016 var andelen svenskar med utländsk bakgrund cirka 18 procent enligt Statistiska Centralbyrån. Med utländsk bakgrund avses en person som antingen är utrikes född eller född i Sverige, och båda föräldrarna är födda utomlands.

Av de som arbetar i musikbranschen har 85 procent svensk bakgrund och knappt 15 procent utländsk bakgrund.

Representationen på ledande befattningar visar att cirka en tiondel av vd:ar och styrelserepresentanter i musikbranschen har utländsk bakgrund.

Representation av inrikes födda och utländsk bakgrund i ledande befattning i musikbranschen 2007 – 2016

ÅR	VD				STYRELSE			
	Antal inrikes	Antal utländsk	Andel inrikes	Andel utländsk	Antal inrikes	Antal utländsk	Andel inrikes	Andel utländsk
2016	289	27	91 %	9 %	3 610	407	90 %	10 %
2015	287	24	92 %	8 %	3 587	400	90 %	10 %
2014	274	23	92 %	8 %	3 496	392	90 %	10 %
2013	259	23	92 %	8 %	3 389	379	90 %	10 %
2012	233	21	92 %	8 %	3 211	340	90 %	10 %
2011	207	17	93 %	7 %	3 010	313	91 %	9 %
2010	203	16	93 %	7 %	2 804	277	91 %	9 %
2009	200	12	94 %	6 %	2 693	271	91 %	9 %
2008	194	20	91 %	9 %	2 693	259	91 %	9 %
2007	189	17	92 %	8 %	2 590	243	91 %	9 %

För näringslivet som helhet är siffrorna något högre. 13 procent av vd:arna har utländsk bakgrund och 15 procent av svenskar med utländsk bakgrund är medlemmar i styrelser.

Representation av inrikes födda och utländsk bakgrund i ledande befattning i näringslivet 2007 – 2016

ÅR	VD				STYRELSE			
	Antal inrikes	Antal utländsk	Andel inrikes	Andel utländsk	Antal inrikes	Antal utländsk	Andel inrikes	Andel utländsk
2016	66 346	9 898	87 %	13 %	607 111	104 399	85 %	15 %
2015	64 794	9 247	88 %	13 %	600 792	98 560	86 %	14 %
2014	63 232	8 589	88 %	12 %	593 155	92 846	87 %	14 %
2013	61 336	7 826	89 %	11 %	588 566	88 801	87 %	13 %
2012	59 194	7 129	89 %	11 %	578 840	84 075	87 %	13 %
2011	56 907	6 449	90 %	10 %	564 359	78 838	88 %	12 %
2010	54 336	5 927	90 %	10 %	542 102	72 656	88 %	12 %
2009	52 699	5 463	91 %	9 %	535 487	68 874	89 %	11 %
2008	52 156	5 215	91 %	9 %	534 589	66 530	89 %	11 %
2007	50 575	4 927	91 %	9 %	530 996	64 104	89 %	11 %



Om förändringstakten skulle öka så pass att den förbättrades med en procent per år från och med 2016 skulle vi uppnå en jämn fördelning mellan män och kvinnor som vd i musikbranschen år 2045.



Om Musik Sverige

Vi är intresseorganisationen som kommunicerar och driver den samlade musikbranschens frågor. Vi samlar artister, kompositörer, textförfattare, musiker, managers, producenter, musikbolag och musikförläggare i Sverige. Vårt uppdrag är att ge den svenska musiken bästa möjliga förutsättningar att skapas, utvecklas och spridas. I vårt uppdrag ingår dessutom att samla musikbranschen i gemensamma projekt, som sammanställningar av statistik om branschen, och evenemang, som till exempel branschdagar.

Under hösten 2017 gav styrelsen Musik Sverige ett nytt uppdrag över övrig verksamhet. Musik Sverige ska verka för en jämställd bransch utan utrymme för kränkningar, sexuella trakasserier eller övergrepp. Uppdraget är överordnat all annan verksamhet.

Musik Sverige är en ekonomisk förening och grundades våren 2010 av nio intresseorganisationer. Musik Sverige består idag av fjorton organisationer och vi arbetar aktivt för att inkludera fler.

Grundare och huvudmän är SAMI (Svenska Artister och Musikers Intresseorganisation), IFPI SVERIGE (International Federation of the Phonographic Industry), STIM (Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå).

Våra medlemmar utöver våra grundare är: FST (Föreningen Svenska Tonsättare), Musikerförbundet, SYMF (Sveriges Yrkesmusikerförbund), Musikförläggarna, SKAP (Föreningen Svenska Kompositörer av Populärmusik), och SOM (Svenska Oberoende Musikproducenter).

Nätverksmedlemmar:

SSES (Swedish Sound Engineers Society), Sveriges Dragspelares Riksförbund, MBIN (Music Business Independent Network) och Föreningen Musikbransch-utbildningar.

Ordlista

FRIKÖPT MUSIK/ROYALTYFRI MUSIK

Friköpt musik innebär att rättighetshavarna gjort en totalöverlåtelse av sina rättigheter och redan blivit avlösta ekonomiskt. De som vill använda musiken i produktioner eller på annat sätt behöver inte be om tillstånd eller betala ytterligare för framföranderättigheterna till någon kollektiv förvaltningsorganisation. Den friköpta musiken inkluderar redan tillstånd från upphovspersoner, inspelningsägare, artister och musiker.

De ursprungliga rättighetshavarna är inte heller anslutna till någon kollektiv förvaltningsorganisation som Stim, Sami eller Ifpi vilket innebär att de inte heller får ta del av någon framföranderesättning som dessa organisationer annars samlar in. Upphovspersonen har dock alltid kvar sin ideella rätt och kan bland annat invända mot vissa typer av användningar av musiken (se även PRODUKTIONSMUSIK nedan).

MEKANISKA RÄTTIGHETER

Upphovspersonens rätt att erhålla ersättning när exemplar av hans verk görs genom att verket spelas in (mekaniseras) exempelvis som ljudfil eller på cd, vinyl och dvd.

MERCHANDISE

Merchandise är ett engelskt begrepp för exempelvis t-shirts, posters och leksaksfigurer som säljs med artistens logga eller namn, ofta i samband med turnéer eller konserter men även via artistens webbplats eller andra återförsäljare.

MUSIKBOLAG

Musikbolag arbetar bland annat med att hitta och utveckla artister, spela in musik samt ansvara för marknadsföring och försäljning av musik. Indiebolag är en förkortning av independentbolag och avser de musikbolag som är helt fristående och oberoende av majorbolagen. År 2016 var majorbolagen Universal Music Group, Sony Music Entertainment och Warner Music Group.

MUSIKFÖRLAG

Musikförlag arbetar på uppdrag av låtskrivare, kompositörer och textförfattare. Musikförlaget tillvaratar och representerar rättigheterna till upphovspersonens musik så att de får ersättning för nyttjandet av sina musikaliska verk.

Musikförlagen marknadsför musiken till olika användare inom en rad områden, bland annat genom synkronisering i film, tv och reklam och utgivning av noter och låttexter.

NÄRSTÅENDE RÄTTIGHETER

Närstående rättigheter kallas så för att de står upphovsrätten nära. Upphovsrättslagen ger därför artister och musiker som medverkar på en inspelning och den som producerat inspelningen ett upphovsrättsligt skydd, både ideellt och ekonomiskt. En artist som själv skrivit, framfört och producerat sin musik är såväl upphovsperson som innehavare av närstående rättigheter.

OFFENTLIGT FRAMFÖRANDE

Offentligt framförande sker när musik framförs för en publik på en konsert eller spelas upp från till exempel tv, dator, radio eller skiva i exempelvis en butik, på en arbetsplats eller restaurang.

ONLINEFÖRSÄLJNING

Med onlineförsäljning menas försäljning av musik via digitala musiktjänster som till exempel Apples iTunes (nedladdad musik) och Spotify (strömmad musik). I denna kategori inkluderas också vissa intäkter från webb-tv och webb-radio som SVT Play och SR Webb och andra liknande tjänster.

PRODUKTIONSMUSIK

Musik skriven och komponerad för audiovisuella produktioner, t.ex. reklam, spel, film, tv, webb. Musiken är förklarad med upphovspersoner, musiker och artister av produktionsmusikförlaget. Det innebär att licenstagaren, genom att rapportera musikanvändningen och betala för musiken, har rätt att använda musiken i sin produktion, på det sätt som framgår av licensen.

PRIVATKOPIERINGERSÄTTNING

Privatkopieringsersättningen gör det möjligt att kopiera och spela in musik, film och tv för privat bruk samtidigt som de upphovspersoner, artister och producenter vars musik kopieras kompenseras för detta. Enligt EU-lagstiftningen tillåts privatkopiering endast om rättighetshavarnas inkomstbortfall som en följd härutav kompenseras. Privatkopieringsersättningen betalas av de företag som importerar eller tillverkar och säljer produkter som kan användas för privatkopiering, som till exempel cd/dvd-skivor, mp3-spelare, externa hårddiskar, usb-minnen, mobiltelefoner och digitalboxar med inbyggd hårddisk.

SYNKRONISERING

En synkronisering sker när man sammanför musik med en bild- eller ljudproduktion, exempelvis film, tv, radio och reklam. För att musiken ska få användas i produktionen ska tillstånd erhållas från upphovspersonen, artisten, dennes musikförlag eller musikbolag. Upphovsrättsinnehavaren får även ersättning när produktionen sänds i etermedia.

STRÖMMAD MUSIK

Exempel på strömmande musiktjänster är Spotify, Apple Music och Tidal. Strömning av musik (streaming) är när ljudfilerna skickas från en webbtjänst, via internet, till mottagarens dator, mobiltelefon etc där filerna spelas upp i realtid samtidigt som de skickas från webbtjänsten. Man kan då lyssna på musiken direkt utan att först ladda ner hela filen.

UPPHOVSRÄTTSLIGA INTÄKTER

Upphovsrättsliga intäkter är ersättning för musikanvändning exempelvis i radio och tv, dataspel, reklamfilm, eller i bakgrunden på restauranger. Intäkterna tillfaller kompositörer, arrangörer, textförfattare, musiker, artister, musikförlag, musikbolag och producenter.

VIDARESÄNDNINGERSÄTTNING

När kabel-tv-operatörer vidaresänder tv- eller radiokanaler har rättighetshavarna rätt till ersättning för nyttjandet av programinnehållet från de som vidaresänder kanalerna.

Kontakt

Musiksverige
Hornsgatan 103
117 28 Stockholm
musiksvrige.org