

Madonnan och musikklustret – En studie av Stockholms musikkuster¹

Sverige har på förhållandevis kort tid etablerat sig som en ledande musiknation. Detta har skett i en miljö som karaktäriseras av en mycket hård internationell konkurrens. I artikeln belyser författarna vilka faktorer som varit drivande i utvecklingen av den svenska musikindustrin och framväxten av de svenska musikkustren. Genom en mer djuplodande analys av Stockholms musikkuster visas hur specialiseringen skiftat från lansering av internationellt framgångsrika artister till produktion och komposition av musik. Dynamiken och förändringsbenägenheten styrs av interaktionen mellan avancerade producenter/kompositörer och krävande konsumenter, tekniskt kunnande, stor rörlighet hos aktörerna samt det positiva bidrag som invandring och multietnicitet inneburit. Samtidigt finns en risk för att kompetensen håller på att tunnas ut och att viktiga aktörer inom klustret förlägger verksamheten utanför Sverige.

”Jag tror att det är mer prestigefullt för Ricky Martin att få jobba med svenska låtskrivare än tvärtom. Det är nästan så att man som artist måste ha en koppling till svenska låtskrivare för att uppnå internationell succé.”²

Hur kommer det sig att superstjärnor som Madonna, Ricky Martin, Bon Jovi m fl, i allt högre grad väljer svenska kompositörer och producenter i en bransch som karaktäriseras av ytterst hård internationell konkurrens? Vilken specifik kompetens besitter dessa svenska aktörer, hur har den utvecklats och är den kopplad till vissa regioner i Sverige? Fenomenet illustrerar hur ett lokalt kunnande

som är lokaliserat till ett fåtal regioner/städer förhållandevis snabbt kan få erfara en starkt ökad internationell efterfrågan och uppmärksamhet. Med andra ord, lokala miljöer och förutsättningar kan mycket väl göra sig gällande även i en allt mer globaliserad ekonomi.³

Syftet med föreliggande artikel är att belysa de processer som lett till dessa framgångar för delar av den svenska musikindustrin. Vår utgångspunkt är den utvecklingskraft och dynamik som enligt den s k nya ekonomiska

PONTUS BRAUNERHJELM är adjungerad professor vid Linköpings universitet och forskningsledare vid SNS. CHRISTIAN HELGESSON är pol mag i statsvetenskap och forskningsassistent vid SNS.

¹ Stöd har tacksamt erhållits från Vinnova. Vi vill också tacka Anders Malmberg och Daniel Hallencreutz för värdefulla synpunkter på ett tidigare manuskript.

² Expressen (2002) intervjuar Kai R Lofthus, reporter på musikindustrins internationella branschtidningen Billboard, 16 mars 2002.

³ Se t ex Söderström m fl 2001 och Porter 2002. För en översikt av litteraturen kring industriella distrikt och regional utveckling, se Berggren m fl (1999).

geografin finns i geografiskt och produktmässigt väl avgränsade miljöer, dvs. kluster (se t ex Clark m fl 2000, eller Braunerhjelm och Carlsson 1999). Föreliggande "fallstudie" är ett komplement till en större statistisk analys av koncentration, klusterbildning och sysselsättningseffekter i Sverige.⁴ Genom intervjuer försöker vi få ett kvalitativt grepp om de centrala ingredienserna i bildandet av och specialisering inom musikklustret. Vilken var den "tändande gnistan" för musikklustret och vad driver utveckling och specialisering inom klustret?

Vi kommer inledningsvis att beskriva det teoretiska ramverket och den metod som tillämpats i föreliggande studie (avsnitt två). Därefter beskrivs kortfattat i avsnitt tre omfattningen på svensk musikindustri och de faktorer som ansetts ge upphov till svensk musikindustris framgångar under de senaste decennierna. Avsnitt fyra och fem analyserar de aktörer och de faktorer som förklarar Stockholms utveckling mot ett internationellt konkurrenskraftigt kluster inom musikindustrin. Avslutningsvis summeras de viktigaste slutsatserna som analysen leder fram till.

1. Teoretiskt ramverk och metod

Att finna en allmänt accepterad definition av begreppet kluster låter sig knappast göras, däremot råder samstämmighet om vissa grundläggande egenskaper hos kluster (Enright 1996 samt Gordon och McCann 2000). På ett övergripande plan definieras kluster som produktion av liknande eller kompletterande varor och tjänster på ett geografiskt väl avgränsat område (Braunerhjelm och Carlsson 1999). Kända exempel i Sverige är Kista och Karlskrona/Ronby när det gäller informations- och kommunikationsteknologiska produkter, Stockholm/Uppsala (Karolinska institutet, Novum m fl) och Öresundsregionen (Medicon Valley) inom bioteknik, samt Gislaved (gummi och plast) och Gnosjö (övrig tillverkningsindustri) när det gäller tillverkningsindustri.

Utifrån denna grundläggande definition finns förgreningar i olika riktningar där skilda klusteregenskaper betonas mer eller mindre kraftfullt. Även här skär dock några egenskaper igenom de flesta definitionerna. Dynamiken i klustret anses vara avhängig graden av kunskapsintensitet och omfattningen av kunskapspridning, samt i vilket formativt skede klustret befinner sig i. Vertikala och horisontella länkar, täta kontaktytor mellan leverantörer och kunder, liksom konkurrens och samverkan förmodas driva på dynamik och förändringsbenägenhet i klustren se Clark m fl (2000). In- och utflöde av företag och aktörer anses också kunna kopplas till klustrets dynamik (Saxenian 1999).

Kluster kan också definieras i termer av kognitiva, institutionella/organisationella och ekonomiska dimensioner, som interagerar inom ett teknologiskt system (Carlsson 2001). Eller på basis av att en viss uppsättning aktörer finns i klustret (Porter 1990, 2000). Enligt Hallencreutz m fl (2001) – som analyserat det svenska musikklustret utifrån en Porteriansk uppdelning på olika aktörer – kan det svenska musikklustret klassificeras på aktörer verksamma inom följande fem typer av aktiviteter:⁵

1. Specialiserade tjänster – artister, textförfattare, musiker, producenter, kompositörer etc.
2. Produktion – musik, musikproduktioner, musikframträdanden, copyrights etc.

⁴ I denna mer omfattande studie analyseras klusterbildning och sysselsättningseffekter över perioden 1975–99. Studien beräknas vara klar i början av år 2003. Två fallstudier kompletterar den statistiska analysen; musikklustret och en studie av överlevande dot.com företag. Beträffande de två sistnämnda studierna kommer resultaten för Sverige att jämföras med utvecklingen för en delstat i USA. Även här beräknas den slutgiltiga avrapporteringen ske i början av 2003.

⁵ Se också Hallencreutz (2002).

3. Närliggande verksamhet och stödjande institutioner – utbildning, skivbolag, inspelningsstudior, tekniker, tryckerier, agenter, managers etc.
4. Utrustning, maskiner och därtill hörande tjänster – producenter och leverantörer av studioutrustning, instrument, videoregiströrer etc.⁶
5. Kunder – de slutliga konsumenterna av musiken.

Nedbrutet på regioner skiftar ofta specialiseringen mellan kluster även om dessa återfinns inom samma övergripande typ av produktion. I vissa regioner i Sverige ligger tyngdpunkten på musikframträdanden och bildandet av musikgrupper, i andra regioner finns styrkan i musikklustret i andra segment. Som framgår av Hallencreutz m fl (2001) förefaller Stockholmsregionen – som vi valt att koncentrera analysen till – vara det dominerande klustret i Sverige, med en förhållandevis stor verksamhet vad gäller kompositörer och producenter.⁷

I det följande utgår vi från ovanstående klassificering, men kopplar den till kognitiva, institutionella/organisatoriska och ekonomiska egenskaper i dessa delar av musikklustret. Vi fokuserar på punkterna ett och tre i ovan beskrivna klassificering eftersom syftet är att belysa hur kompetens, impulser och specialisering (kognitiv dimension) byggts upp i klustret, hur kontakter mellan aktörerna och nätverk (institutionell/organisatorisk dimension) förmedlas och hur länkarna till marknaden (ekonomisk dimension) ser ut.

Med dessa utgångspunkter som bas har vi genomfört 15 semi-strukturerade intervjuer med tre olika aktörsgrupper. Alla intervjuer har skett med individer på ledningsnivå och samtliga är genomförda under perioden juni till augusti.⁸ Urvalet av respondenter baseras på författarnas egna kunskaper, tidigare studier samt viktiga aktörer som allt eftersom intervjuerna fortgått visat sig vara centrala för det svenska musikklustret. Detta resulterade

i en stor mängd namn, företag och institutioner. Här har en avgränsning skett – som givetvis är subjektiv – där vi eftersträvat att få med de största och viktigaste aktörerna i respektive segment. Vår bedömning är att urvalet är representativt för de segment som vi valt att studera i Stockholms musikkluster. Följande institutioner och företag har intervjuats:

1. Utbildningsinstitutioner – rektor Gunilla von Bahr på Kungliga Musikhögskolan (KMH), biträdande rektor Marie Linde och musikansvarige Gunnar Andersson på Södra Latins Musikgymnasium, rektor Johanna Österling på Rytmus Musikgymnasium samt kulturskolechef Hans Skoglund på Stockholms Stads Kultusskola.
2. Kompositörer/producenter samt musikförlag⁹ – Andreas Grill, Christian Sandqvist, Andreas Claeson, Peter Hallström, Martin von Schmalensee, Mattias Håkansson, Ben Malén samt Pelle Lidell.¹⁰

⁶ Titeln på föreliggande artikel hänvisar till popartisten Madonna. Hennes koppling till det svenska musikklustret kan främst hänföras till videoproducenterna Jonas Åkerlund och Johan Renck (Stakka Bo).

⁷ Likväl finns det andra och mindre storstadsdominerande musikkluster som t ex Hultsfred, Sundsvall och Växjö (Hallencreutz m fl 2001).

⁸ Intervjuer har under senare år allt mer betraktat som ett viktigt komplement till statistiska/ekonometriska metoder i empiriska studier. Se t ex NBERs projekt "The NBER project on industrial technology and productivity" (www.nber.org). Se också Scherer (1986) tidigare kritik mot nationalekonomers skepticism att använda intervjuer som en kompletterande metod.

⁹ Den definitionsmissiga skillnaden mellan skivbolag och musikförlag är att de förstnämnda äger rättigheterna till musikinspelningarna medan de sistnämnda äger rättigheterna till verken. Detta innebär att skivbolagen säljer och marknadsför ljudbärare (CD, vinyl, DVD mm) medan musikförlagen äger och administrerar originalverk/copyrights och licensierar dessa till skivbolag, filmbolag, reklamfirmor etc. Förlagen ser också efter upphovsmännens rättigheter när det gäller ersättning för verk som finns och säljs på ljudbärare, när verket spelas 'live', sänds på TV, spelas på radio, spelas upp på en film, när noter säljs eller när texter trycks osv.

3. Skivbolag – VD Niklas Nyman på Music Network (MNW), vVD Eric Hasselqvist på Stockholm Records samt VD Per Sundin på Sony Music Nordic.

Storleken hos de intervjuade företagen varierar från de enmansföretag som är dominerande bland kompositörer/producenter, till de 20, 50 respektive 58 anställda som de intervjuade skivbolagen har. Endast ett företag är noterat i Sverige, nämligen MNW på NGM-listan. Sammantaget är det alltså små företag det handlar om inom dessa segment av musikklustret.

2. Den svenska musikindustrin – bakgrund, struktur och förändring

Det svenska musikundret har uppmärksammats i en rad olika rapporter under senare år. Enligt Forss (1999) och Hallencreutz m fl (2001) omfattas den svenska musikindustrin av ca 1 500 företag (1999), med en sysselsättning uppgående till ca 10 000 personer (1997) medan exportinkomsterna uppgick till ca 3,3 miljarder kronor (1997).¹¹ Sett ur detta perspektiv kan det tyckas att den svenska musikindustrin är liten relativt andra näringsgrenar. Å andra sidan kan noteras att den mer omskrivna biotekindustrin uppskattas sysselsätta mellan 10 000 och 20 000 personer i omkring 300 företag (Allansdotter m fl 2002). Den svenska musikexporten var något lägre än exportnivån i en gammal svensk basnäring, nämligen järnmalm (exporten uppgick till 4,3 miljarder kronor 1997), eller ungefär hälften av den svenska exporten av lastfordon (6,8 miljarder kronor 1997).¹² För år 2002 pekar prognoserna på en exportvolym på ca 5,5 miljarder kronor (Wahlström 2002).

Vid en internationell jämförelse har det också hävdats att Sverige är världens tredje största musikexportör näst efter USA och Storbritannien (Forss 1999). Denna observation motiverar i sig en undersökning av vilka faktorer som möjliggjort att Sverige uppnått denna position. De flesta är överens om att

de internationella svenska musikframgångarna började med ABBA, som i sin tur följdes av Roxette, Ace of Base, The Cardigans m fl. Nu hoppas och tror många bedömare på att nästa generation musikgrupper är på väg ut på den internationella marknaden, t ex The Hives från Fagersta.¹³

Samtidigt förefaller ABBAs initiala framgångar, som utgjorde språngbräda för en rad andra grupper, ha följts av en förskjutning av specialiseringen inom den svenska musikindustrin. Svenska musikgrupper och artister röner visserligen fortfarande framgångar, men fokus har i större utsträckning riktats mot svenska kompositörer och producenter. Bland dessa märks särskilt studiokollektivet Cheiron samt Murlyn Music Group.¹⁴ Dessa aktörer har komponerat och producerat musik till internationella artister som Britney Spears, The Backstreet Boys, N'Sync, Jennifer Lopez, Celine Dion, Ricky Martin, Bon Jovi m fl.

Vi kommer i de närmaste avsnitten belysa vilka underliggande faktorer som bidragit till att Stockholm, trots stark internationell konkurrens, kunnat utvecklas till ett ledande musikkluster.

¹⁰ Pelle Lidell företräder ca 40 svenska kompositörer/producenter genom musikförlaget Murlyn Songs AB. Ben Malén (tidigare under artistnamnet Ben Marlene) företräder ca 50 svenska kompositörer/producenter genom musikförlaget Tom Bone Music.

¹¹ Baserat på en bredare definition uppgår antalet företag till ca 15 000 enligt Hallencreutz m fl (2001), där merparten (knapp 90 procent) är egenföretagare utan anställda.

¹² För en närmare beskrivning av svensk musikindustri i ett nationellt perspektiv, se Hallencreutz (2002) och Hallencreutz m fl (2001).

¹³ Man kan här även tänka sig att t ex Polarpriset haft viss inverkan på musikbranschens utveckling i Sverige. Priset berördes inte av respondenterna men kan ses som en av flera aspekter på den svenska musikens internationalisering genom en visualisering av svensk musik utomlands och den inspirationsinjektion som följer av framstående pristagares besök i Stockholm.

¹⁴ Cheironkollektivet upplöstes i augusti 2000 när medlemmarna föredrog att fortsätta på individuell basis.

3. Varför Stockholm?

Huvuddelen av de kompositörer och producenter som framgångsrikt lyckats exportera svensk musik till internationella artister under de senaste åren är baserade i Stockholm. En central uppgift blir därför att undersöka vilka faktorer det är som gör Stockholm till en stark nod i den internationella musikbranschen. För att kunna förklara varför Stockholm vuxit sig så starkt på den internationella musikmarknaden måste man dock börja med att undersöka vilka förutsättningar som mer generellt finns i Sverige för musikproduktion.

En bred kompetens – utbildning, språk och teknik

Ur intervjumaterialet framträder vissa grundläggande förutsättningar som lett till ett starkt musikkluster. För det första är de flesta respondenterna eniga om att den kommunala musikskolan är en viktig förklaringsfaktor till den relativt sett höga musikkompetens som finns i Sverige. Ursprungligen erbjöd den kommunala musikskolan – framför allt genom sin tillgänglighet – eleverna att komma i kontakt med musik utan att kostnader eller tidskrävande förflyttningar uppstod. Dessutom tillhandahölls instrumentkostnadsfritt, vilket medgav att alla elever kunde ägna sig åt musik oberoende av den individuella ekonomiska situationen.

Musikskolan skapade dels en "mottagar-kompetens", dvs en relativt hög musikalisk kunskap hos den svenska publiken, dels goda förutsättningar för ett stort inflöde av nya aktörer (musiker, producenter, kompositörer mm). Detta utbud utgör en god grund för en bred, generell musikkompetens som uppges vara nödvändig för att kunna bygga en internationellt gångbar spetskompetens. Den höga kompetensen hos en bred publik ställer också krav på kompositörer och producenter, en slags "kompetenta leverantörer och krävande beställare"-relation har utvecklats inom den svenska musikindustrin.

Kommunala musikskolan har nu övergått

i Kulturskolan. Skillnaden mot det gamla systemet är dels att utbildningen idag är avgiftsbelagd (varierande från kommun till kommun), dels att utbildningen inte heller nödvändigtvis är lokaliserad till de skolor barnen går på. Detta betyder att barnens musikutbildning idag är mer beroende av familjens ekonomiska situation och också mer beroende av elevens aktiva val. Med andra ord, det har skapats fler trösklar mellan eleven och musiken. En ytterligare skillnad från tidigare system är att musiken nu får konkurrera med annan kreativ verksamhet. Kulturskolan undervisar inte bara i musik utan också i dans, teater, bild etc.

Ett aktivt val behöver inte vara negativt, tvärtom kan det medföra att särskilt motiverade och intresserade elever hamnar på musiksolorna.¹⁵ Flera respondenter säger sig dock märka konsekvenserna av denna politik, framför allt genom en lägre musikalisk kompetens hos ansökande till specialiserade och högre musikutbildningar.

Till denna breda musikkompetens skall läggas två ytterligare förklaringar som anses vara speciella för Sverige. För det första framhåller respondenterna att svenskers kunskaper i engelska är en viktig delförklaring till våra framgångar på den internationella musikmarknaden. Kombinationen av tidig språkutbildning i skolan, tv och film som inte är dubbad, och det faktum att Sverige är ett litet land som lätt tar internationella intryck, anses ligga bakom vår kunskap i det engelska språket. Engelska är i sin tur en viktig "insatsvara" inom en bransch som internationellt domineras av USA och Storbritannien.

För det andra anses svensken ha ett stort teknikintresse och ett stort tekniskt kunnande. Musikindustrin har i mångt och mycket genomgått en revolutionerande teknisk utveckling. Denna består dels av inspel-

¹⁵ Enligt Kulturskolan har inte kostnaderna ökat och inte heller har tillgängligheten minskat. Detta motsägs dock av såväl respondenterna som tidigare studier (Forss 1999).

ningsteknisk utveckling, dels generellt av informationsteknologins (ITs) snabba utveckling. Kombinationen av en hög teknisk kompetens och fallande priser på tekniken innebär att tillgängligheten har ökat; i stort sett var och en har möjlighet att utan allt för stora ekonomiska uppoffringar spela in egna cd-skivor hemma.

Teknisk kompetens innebär dels att musikens kvalitet kan framhävas på ett tydligare sätt, dels att mer avancerad och förfinad inspelningsteknik kan utnyttjas i produktionen. Detta är naturligtvis en fördel när slutprodukten når konsumenten. Enligt respondenterna föreligger ett samband mellan hög teknisk kompetens och musikalisk framgång.

Baksidan av IT-utvecklingen är piratkopiering. Det problem som ofta lyfts fram när det gäller kunskapsintensiv produktion är tydligt närvarande i musikklustret. Kostnaderna för att ta fram en ny produkt och marknadsföra den är stora, men marginalkostnaden för att kopiera den nya produkten är praktiskt taget obefintlig. Typexemplet är en cd-skiva. De svenska skivbolagen arbetar aktivt mot piratkopieringen inom branschorganisationen IFPI (The International Federation of the Phonographic Industry) samt genom dialog med både svenska och europeiska lagstiftare. Det gamla copyrightsystemet byggde i grunden på regler för kopiering av bilder. Detta system ansågs inte fullt applicerbart för musik och en ny lagstiftning kommer att införas i Sverige under 2002 och 2003.¹⁶

Kultur, "stigberoende" och marknad

Ofta talas om en generisk komponent – ett "stigberoende" – i klusterutveckling. Silicon Valley bygger på kunskap inom elektronik som går tillbaka till 1930-talet, Polymer Valley i Ohio härrör ur tiden före andra världskriget då Ohio var världens ledande däcktillverkare.

Vad gäller Sveriges nationella kulturarvs påverkan på svensk musik pekar svaren åt lite olika håll. Vissa anser att den svenska

kopplingen till folkmusiken samt Europas generella koppling till klassisk musik bidragit starkt till vår förmåga att skriva slagkraftiga melodier. Andra anser tvärtom att vår kultur är svag eftersom Sverige är ett litet land, att vi lätt influeras av internationella trender, att vi är väst-inspirerade och saknar en kulturell särart. Detta kan å andra sidan innebära att vi lätt plockar upp och kopierar trender, men är svagare på att skapa egna, unika produkter. Intervjuerna indikerar att vi är starka i "mittfåran", men att vi – med vissa undantag – inte deltar i musikens utveckling.

Även om skilda åsikter föreligger när det gäller kulturarvet, råder en betydande samsämmighet vad avser invandringens positiva roll för musiklivet. Tidigare studier kring kreativa miljöer och kluster understryker vikten av tolerans för olikheter och vikten av multietniska miljöer (Florida 2002 och Saxenian 1999). Sveriges liberala syn på invandring kan i sken av detta ses som mycket positiv och utvecklande.

Vidare framkommer ur intervjuerna att Sverige anses vara ett "pop-land" snarare än ett "rock-land". Detta beror sannolikt dels på att Europa traditionellt hämtat sin musikaliska inspiration från klassisk musik, medan USA varit mer influerade av jazz och blues, dels på avsaknaden av livescener. Rockmusiken är i högre utsträckning kopplad till liveframträdanden och turnéer. I USA kan banden turnera varv efter varv i flera år för att på så sätt skapa sig en publik. I Sverige gör man ett fåtal framträdanden, sen är det slut. Detta medför att man istället satsar sina resurser på komposition och professionella produktioner snarare än artisteri. Studion blir på så sätt aktörernas kreativa forum. Den lite mer oslipade rockmusiken kompenseras istället ofta med frekventa och spektakulära framträdanden.

¹⁶ Skyddet för upphovsmännen regleras nu genom den relativt nystiftade lagen om Elektronisk handel (Regeringens proposition 2001/02:150 samt genom EUs ramdirektiv Upphovsrätt och närstående rättigheter i informationssamhället 2001/29/EG).

En allmän uppfattning bland respondenterna är också att den svenska musikmarknadens storlek är så begränsad att man "tvingas" till export.¹⁷ Lanseringen av en artist är ett mycket kostsamt företag. Projekt riktade enbart mot den svenska marknaden är därför svåra att motivera ekonomiskt. Vi tvingas således att även rikta oss mot andra marknader vilket betyder att svenska företag blivit duktiga på export, men också på att anpassa vår musik för marknader som har en annan kulturell grund. Här är Stockholm Records ett bra exempel, företagets centrala affärsidé är just att exportera svensk musik. 20–25 procent av företagets anställda jobbar endast mot utlandet och 90 procent av företagets försäljning sker utanför Sveriges gränser.

4. Stockholm – koncentration och dynamik

En bred utbildning inom musik utgör således, tillsammans med stora språk- och teknikkunskaper, kärnkompetensen inom den svenska musikindustrin. Till detta kommer ett musikaliskt kulturarv och en begränsad hemmamarknad, vilket framtingat en internationalisering. Ur denna mylla framstår Stockholm som det dominerande kluster för de segment av musikindustrin som vi studerat. Stockholm är enligt respondenterna det enda verkliga alternativet för aktörer som vill lyckas inom musikbranschen i Sverige. De flesta centrala aktörer i branschen finns i Stockholm.

Koncentration

För det första har skivbolagen samlats i Stockholm. De s k major skivbolagen – Sony Corporation (Japan), Bertelsmann AC (Tyskland), Time-Warner Inc. (USA), The Seagram Company Ltd. (Kanada) och EMI Group Plc. (Storbritannien) finns alla representerade i Stockholm. Dessa bolag står för ca 80 procent av världsmarknaden och en ungefär lika stor andel av den svenska

marknaden. Företagens representationer i Stockholm är särskilt viktiga eftersom dessa samlar branschfolk från hela världen. Representationerna kan således ses som viktiga länkar både till den svenska och den internationella marknaden.

För det andra är Stockholm viktigt eftersom musikindustrin är beroende av att kunna samverka med media. De flesta stora svenska och internationella tidningar är representerade i Stockholm. Likaså är närhet till tv och radio viktigt. Z-TV och MTV är baserade i Stockholm liksom de stora och delvis riktäckande radiostationerna. För lanseringen av artister är också musikvideor ofta avgörande och de centrala videoregissörerna/bolagen är lokaliserade i Stockholm.

Stockholm förefaller ha en optimal storlek för att främja uppkomsten av ett musikkluster. Stockholm är så pass litet att det råder en hög grad av connectivity, "alla känner alla", vilket tidigare studier också visat vara en förutsättning för framgångsrika, mer kulturellt orienterade, kluster (Hirsch 1972, Negus 1992 och Scott 1999). Samtidigt är det tillräckligt stort för att samla de aktörer som är viktiga för klustrets existens och utveckling. Detta innebär att aktörerna vet att man kommer att jobba ihop med varandra igen, de känner till de relevanta aktörerna. Som en följd av detta är personer/företag mycket måna om sitt rykte. Man gör alltid sitt bästa och det finns en stor beredskap att vara hjälpsam i kontakten med andra aktörer. Nätverket är begränsat geografiskt och omfattar inte heller alltför många aktörer, rykten sprids snabbt och "reputational capital" (Scherer 1986) är viktigt i branschen.

Ett skäl till att "alla känner alla" är att respektive aktörer ofta har många och skiftande positioner och roller inom klustret. Det är t ex inte ovanligt att en person kan under-

¹⁷ Denna typ av handel förefaller stå i samklang med den s k Linder-hypotesen. Dvs handel uppstår inte p g a skillnader i faktortillgångar eller teknologi, utan p g a likhet i efterfrågan, stordriftsfördelar och differentierade varor (Linder 1961).

visa deltid på ett musikgymnasium och på en musikhögskola samtidigt, och dessutom vara verksam som professionell musiker resten av tiden. Det är inte heller ovanligt att en person jobbar på ett skivbolag på dagarna och komponerar/producerar musik i sin studio under fritiden. Det finns ingen klar gränsdragning mellan det formella och det informella, mellan det privata och det offentliga/professionella eller mellan vän, kollega och konkurrent. Oftast är aktörerna både vänner och kollegor eftersom man inte sällan arbetat ihop länge.

Detta har också skapat en informell och öppen atmosfär, närheten medger ett stort förtroende mellan aktörerna. Trots intensiv konkurrens mellan företagen hjälper man således varandra samt informerar varandra om aktuella projekt. Detta är typiska egenskaper för dynamiska kluster – konkurrens och samverkan driver på utvecklingen.¹⁸

I Stockholm finns också de kanske viktigaste utbildningsinstitutionerna. Man kan även märka en tendens till att dessa profilerar sig genom att fokusera på olika nischer. De två huvudsakliga musikgymnasierna, Södra Latin och Rytmus, har medvetet profilerat sig mot vissa stilar. Södra Latin bygger främst sin utbildning på en grund av jazz och klassisk musik, även om pop och rock förekommer. Rytmus har profilerat sig genom att främst ägna sig åt modern musik, pop, rock, soul etc. Kungliga Musikhögskolan (KMH) är traditionellt klassiskt inriktad men har med åren öppnat sig för andra trender som jazz, afro-amerikanskt etc, även om pop- och rockkulturen generellt är svag på KMH.

Dynamiken i Stockholmsklustret

I jämförelse med t ex USA och Storbritannien uppges Stockholms musikkluster karaktäriseras av öppenhet och prestigelöshet. Att få kontakt med t ex Max Martin är inget problem.¹⁹ I USA eller Storbritannien är det mer eller mindre omöjligt att få personlig kontakt med en aktör som nått motsvarande framgång.

Ett annat exempel på prestigelösheten är den informella studiosituationen. Studioarbete i Stockholm utmärks inte av klara hierarkier som i t ex USA. I USA arbetar man ofta i mycket stora studios där varje aktör har sin klara plats i produktionen. I Stockholm är situationen tvärtom mycket informell, den som har störst kunskap om ett visst moment får göra jobbet (best practice) även om denna person formellt sett inte är knuten till projektet. Det finns t ex inga hinder för en musiker att hjälpa till med produktionen eller för en studiotekniker att bidra musikaliskt i en inspelningssituation. Internationella aktörer blir ofta förvånade när de upplever den informella atmosfären i Stockholms 12 kvm stora studios där det skapas världshits.

Som nämnts sprids kompetens och nätverkets utbredning delvis genom individers rörelse mellan olika delar av klustret. Kunskap om vad som är på gång i Stockholms musikindustri sprids t ex till utbildningsinstitutionerna via de lärare som även jobbar som professionella musiker samt via gamla elever. Kunskap från utbildningsinstitutionerna sprids naturligtvis genom interaktioner skola/elev, men också genom de lärare som rör sig mellan skola och kommersiell verksamhet. Lärande och kunskapsupbyggnad utvecklas lokalt även om impulserna kan vara internationella.²⁰ Interaktioner mellan kompositörer/producerer och skivbolag är mycket intensiv, det råder en stark interdependens mellan dessa två aktörgrupper.

Under senare år har klustret också skapat ett växande antal kontaktytor med den internationella musikindustrin. Det är naturligtvis

¹⁸ Samtidigt är Stockholm naturligtvis inte befriat från intriger, rivalitet och konflikter mellan aktörerna. Dock bedöms detta vara mindre omfattande än på många andra ställen.

¹⁹ Max Martin (Martin Sandberg) är en av de mest framgångsrika svenska aktörerna. Han har komponerat/producerat musik till artister som t ex Britney Spears och The Backstreet Boys.

²⁰ Se t ex Maskell m fl (1998) och Maskell och Malmberg (1999) för en beskrivning av lokala mekanismer för kunskapspridning.

mycket svårt att peka exakt på de aktörer som skapat kontaktytorna utåt, men det verkar som om musikförlagen varit särskilt framgångsrika. Det är i huvudsak musikförlagen som fört ut svensk musik på den internationella marknaden, det tycks vara här som de flesta internationella kontaktytorna finns.

Ett exempel på detta är så kallad 'co-writing'. Musikförlagen parar ihop sina egna kompositörer/producenter med motsvarande aktörer från andra länder. Dessa bildar 'låtskrivarteam' vars uppgift är att komponera och producera musik åt olika artister. En annan uppgift som musikförlagen har är att 'pitcha' låtar till internationella artister. De internationella artisternas skivbolag skickar ut en förfrågan till ett hundratal musikförlag (varierar naturligtvis beroende på artist, skivbolag etc) om material till artistens nya CD. Musikförlagen sätter genast ett antal kompositörer/producenter på uppgiften. Resultatet skickas sedan till artistens skivbolag som slutgiltigt tillsammans med artisten bestämmer vilka låtar som skall komma med på CDn. En respondent går så långt som att hävda att det är musikförlagen som är "det svenska musikundret".

Utvecklingen har också bidragit till att branschen blivit "professionaliserad". För det första kan en vertikal specialisering konstateras. Tjänster som tidigare låg inom större bolag har 'outsourcats' och avknoppats. Men en förändring har också inträffat så till vida att fler personer med akademisk utbildning anställts inom t ex skivbolagen. Större uppmärksamhet riktas mot marknadsföringsinsatser. Förr släppte skivbolagen många gånger skivor mer eller mindre på vinst eller förlust. Verksamheten präglades av erfarenhet, intuition och chans. Idag kombineras detta med omfattande marknadsundersökningar före skivsläpp.

Entreprenörskapet inom branschen förefaller också ha utvecklats genom att den traditionella motsättningen mellan konstnärlig integritet och företagsamhet kunnat överbryggas. Olika aktörer har kunnat koppla

samman dessa egenskaper samtidigt som specialisering skett – man har nischat in sig på en viss musikstil. Detta tycks vara fallet med framförallt Maratone, The Location och A-Side (före detta medlemmar av Cheiron) samt kompositörer och producenter knutna till exempelvis musikförlagen Murlyn Music Group AB och Tom Bone Music.

Konkurrens

Tidigare har vi nämnt dikotomin konkurrens/samverkan som funktion av klustrets informella karaktär. Konkurrensen uppstår på flera nivåer, den är både internationell och nationell. När man komponerar/producerar musik för en internationell artist är också konkurrensen internationell. Det spelar ingen roll om detta görs i Sverige eller på Irland, i Ryssland eller i Indien. Man konkurrerar med varje aktör på den internationella marknaden.

Majoriteten av respondenterna uppger att det geografiska avståndet inte heller är så viktigt för produktionen. En och samma musikproduktion kan utföras på två eller fler olika ställen i världen parallellt genom att man kommunicerar musiken till varandra med ljudfiler över Internet. Med andra ord, även om lärandet är lokalt och centraliserat till kluster, kan produktionen decentraliseras och spridas till andra regioner.

Andra förutsättningar gäller för andra delar av musikproduktion. Reklammusik riktas i regel till en specifik marknad i en region, stad eller ett land. Praxis är att reklambyråer kontrakterar en lokal kompositör/producent för den musik som ska användas i reklamfilmen. Detta framförallt därför att olika marknader uppskattar olika typer av musik beroende på den underliggande kulturen. Konkurrensen uppstår således främst på de lokala, nationella marknaderna. Detsamma gäller för filmmusikbranschen, men av ett annat skäl. Konkurrensen är lokal inom filmmusikbranschen eftersom man här måste jobba ihop i team. Filmmusik kan inte skrivas på distans, den måste skapas i nära sam-

råd med regissörer, producenter, manusförfattare etc. Här är geografisk närhet viktig.

I Sverige växlar konkurrensen från att vara intensiv kring nya kontrakt och produktioner till att övergå i samverkan när en aktör utkristalliserats som vinnare kring något större projekt. De internationella framgångarna har också inneburit att ett "window of opportunity" öppnats för mindre etablerade svenska kompositörer/producenter. De främsta svenska kompositörerna väljer nämligen att sälja sin produktion/sina låtar internationellt, eftersom detta ger högre inkomster, vilket har medfört en tendens till "låtbrist" för svenska artister. Mindre etablerade svenska låtskrivare ges då utrymme genom att komma in och befästa sin position på den svenska marknaden.

Dynamiken leder till att den gamla tesen om att framgång föder framgång tycks bli bekräftad. Respondenterna vittnar om att de själva blivit mycket inspirerade av de internationella framgångar svenska kompositörer/producenter rönt de senaste åren. Dessa framgångar har också gjort det lättare för svenska skivbolag att sälja in svenska artister utomlands. Både skivbolag och kompositörer/producenter vittnar om att framgångarna skapat ett ökat internationellt intresse för svensk musik. Detta skapar ett självförtroende i branschen som sannolikt gör att framgångarna förstärks ytterligare genom att tidigare inte så etablerade aktörer blommar ut. Det leder också till den generiska utveckling, "stigberoende" (path-dependence), som karaktäriserar dynamiska kluster.

5. Slutsatser

Musikindustrin kan ses som exempel på en ny och snabbväxande tjänstesektor där Stockholm på förhållandevis kort tid etablerat sig som en internationellt ledande aktör vad gäller komposition och produktion av musik. Även om denna utveckling nyligen accelererat och accentuerats, bygger dagens framgångar på en kompetensuppbyggnad

som snarare kan spåras flera decennier tillbaka. Utifrån några av Stockholmsklustrets nyckelaktörers beskrivningar och värderingar kan de avgörande faktorerna bakom den nuvarande framgångsvågen identifieras. ABBA:s framgångar sedan 1970-talet utgör något av en "tändande gnista" i denna process. Från att Sverige, och Stockholm, varit duktiga på att få fram nya musikgrupper, har specialiseringen vridits om mot mer tekniskt intensiva och kompetenskrävande segment.

Stockholms musikkluster uppvisar många typiska klusteregenskaper: förmåga till förnyelse, ett stort inflöde av nya aktörer, marknadsexperiment, en nära samverkan mellan aktörer som ofta utgjorts av krävande kunder och avancerade leverantörer av musik. Parallellt med internationell och nationell konkurrens har olika aktörer samverkat, täta och informella kontakter har genomsyrat stora delar av klustret.

Utveckling i Stockholms musikkluster förklaras främst av ett stort utbud av kompetens inom musik, framför allt på grund av den kommunala musikskolans verksamhet. Tillsammans med framgångsrika förebilder (ABBA, Roxette m fl) – artistiskt såväl som ekonomiskt – lades härmed en grund för framväxten av det svenska musikklustret. Det förstärktes av ett relativt stort tekniskt intresse, goda språkkunskaper och en stark musikalisk tradition som omfattar klassisk musik, folkmusik, körsång men också mer populärinriktad musik.²¹ Möjligheter att förlägga ägande och inkomster i bolag som registreras utanför Sverige har bidragit till att starka privatekonomiska incitament finns – trots den intensiva konkurrensen – att satsa på musikbranschen.

Det viktigaste skälet till att fokus inom de segment som behandlas i artikeln ligger i Stockholm är att de centrala aktörerna samlats där. De fem stora internationella skivbolagen (de sk major-bolagen) – Sony

²¹ Tex Carolas framgångar i Eurovisionsschlagerfestivalen, men också det faktum att det årligen bildas ca 175 000 studiecirkel som relaterar till musik.

Corporation, BMG, Time-Warner, The Seagram Company, EMI Group – finns representerade i Stockholm. Dessa utgör viktiga kanaler till både den svenska och den internationella musikmarknaden. Även de internationella och rikstäckande mediaföretagen har samlats i Stockholm. Nära kontakter med dessa är en förutsättning för framgång inom musikbranschen. Slutligen finns även de mest framstående videoregissörerna/video-produktionsbolagen representerade i Stockholm.

Detta är också typiska klusterregenskaper: Företag och individer lokaliserar sin verksamhet till regioner där det redan tidigare finns viktiga aktörer och arbetstillfällen. På så vis tenderar klustret att stärkas automatiskt efter det att en viss kritisk massa uppnåtts. Samtidigt kan en professionalisering av branschen noteras. En specialisering på olika musikrelaterade verksamheter har inträffat, åtföljd av en vertikal disintegration inom branschen. Musikalisk kompetens kompletteras oftare idag än tidigare med affärsmässigt kunnande. Både kompositörer/producenter och skivbolag förefaller ha blivit mer entreprenöriella. Alla aktörer (utbildningsinstitutioner, kompositörer/låtskrivare samt skivbolag) har nischat sig på ett eller annat sätt. Slutligen verkar musikbranschen (liksom ofta andra kulturella branscher) vara duktig på att integrera och utnyttja den kompetens och de resurser som finns hos invandrare. Detta ger upphov till nya impulser och driver utvecklingen framåt inom klustret.

Det finns också ett par hotbilder när det gäller Stockholms – och Sveriges – framtida roll som en ledande musiknation. För det första gör branschens starka internationella exponering det möjligt för framgångsrika och etablerade aktörer att relativt enkelt omlokalisera verksamheten till andra länder om förutsättningarna skulle försämrats i Sverige. Det gäller särskilt sådana "superstars" som Max Martin och Per Gessle m fl. Dessa aktörer är ofta viktiga för klustretsklusterets långsiktiga överlevnad. Så länge intäkter kan omdirigeras till andra länder är detta inte ett

stort problem, men på sikt torde det vara politiskt svårt att försvara att potentiella skatteintäkter hamnar utanför Sverige. För det andra förefaller den framtida tillgången på kompetens vara osäker. Exakt hur stort detta problem är låter sig inte avgöras på grundval av materialet, men flertalet respondenter har uttryckt farhågor för att kompetensen håller på att urholkas. För den framtida svenska musikproduktionen är det avgörande att eventuella svagheter i utbildningssystemet undanröjs.

Referenser

- Allansdottir, A, A Bonaccorsi, A Gambardella, M Mariani, L Orsenigo, F Pamolli och M Riccaboni (2002), "Innovation and Competitiveness in European biotechnology", *Enterprise papers* No 7, Enterprise Directorate General, European Commission.
- Berggren, C, G Brulin och S Laestadius (1999), "Den globaliserade ekonomins regionala paradox", *Ekonomisk Debatt*, årg 27, nr 6, s 335–347.
- Braunerhjelm P och B Carlsson (1999), "Industry Clusters in Ohio and Sweden 1975–1995", *Small Business Economics*, vol 12, s 279–93.
- Carlsson, B (red) (2001), *Technological systems in the bioindustries. An international Study*, Kluwers Academic Publisher, Boston, London and Dordrecht.
- Clark, L, M Feldman och M Gertler (2000), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford University Press, New York.
- Enright, M (1996), "Regional clusters and the economic development: A research agenda", i Staber, U, N Schaefer och B Sharma (red), *Business networks: Prospects for regional development*, Walter de Gruyter, New York.
- Europeiska Unionen (2001/29/EG), *Upphovsrätt och närstående rättigheter i informations-samhället*.
- Florida, R (2002), *The rise of the creative class*, Plersus, New York.
- Forss, K (1999), *Att ta sig ton – om svensk musikexport 1974–1999*, Ds 1999:28, Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi, Finansdepartementet.
- Gordon, I och P McCann (2000), "Industrial clusters: Complexes agglomeration and/or social networks", *Urban Studies*, vol 37, 513–532.

- Hallencreutz, D (2002), *Populärmusik, kluster och industriell konkurrenskraft. En ekonomisk-geografisk studie av svensk musikindustri*, doktorsavhandling, Kulturgeografiska institutionen, Uppsala universitet.
- Hallencreutz, D, P Lundequist och A Malmberg (2001), "Local embeddedness and international competitiveness: the case of the Swedish music cluster", i Amin A, S Goglio och F Forzi (red), *The institutions of local development*, Ashgate, London.
- Hirsch, P M (1972), "Processing fads and fashions: An organization-set analysis of cultural industry systems", *American Journal of Sociology*, vol 77, 639–659.
- Linder, S B (1961), *An Essay on Trade and Transformation*, John Wiley & Sons, New York.
- Lofthus, K R, citerad i Expressen, 16 mars 2002, artikel av Johan T Lindwall och Andreas Nordström.
- Maskell, P och A Malmberg (1999), "Localized learning and industrial competitiveness", *Cambridge Journal of Economics*, vol 23, 167–185.
- Maskell, P, H Eskelinen, I Hannibalsson, A Malmberg och E Vatne (1998), *Competitiveness. Localized Learning and Regional Development. Specialization and Prosperity in Small Open Economies*, Routledge, London.
- The NBER project on industrial technology and productivity*, www.nber.org, National Bureau of Economic Research.
- Negus, K (1992), *Producing pop*, Edward Arnold, London.
- Porter, M E (1990), *The competitive advantage of nations*, MacMillan, London och Basingstoke.
- Porter, M E (2000), "Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy", *Economic Development Quarterly*, vol 14, 15–34.
- Regeringens proposition (2001/02:150), *Lag om elektronisk handel och andra informations-samhällets tjänster*.
- Saxenian, A (1999), *Silicon Valley's New Immigrant Entrepreneur*, Public Policy Institute of California, San Francisco.
- Scherer, F (1986), "On the current state of knowledge in industrial organization", i de Jong, H och W Shephard (red), *Mainstreams in Industrial Organization*, Martinus Nijhoff Publishers, Dordrecht.
- Scott, A (1999), "The US recorded music industry: On the relations between organizations, location and creativity in the cultural economy", *Environment and Planning*, vol 31, 1965–1984.
- Söderström, H Tson, P Braunerhjelm, R Friberg, V Norman och Ö Sölvell (2001), *Kluster.se*, Ekonomirådets rapport 2001, SNS Förlag, Stockholm.
- Wahlström, B (2002), *Trender i det svenska upplevelsesamhället*, SNS Förlag, Stockholm.