



SLUTRAPPORT

Musikbranschutveckling i Inre Skandinavien med



augusti 2011 – mars 2014

"ja, fasen vad de har kämpat och slitit. Och alltid med ett leende på läpparna. Men samtidigt har de förståelse för att vi i musikbranschen kan vara rätt svåra männskor. Bohemer med ibland udda beteende som inte alltid ger tillbaka lika mycket som de får. Med de har stått där med ett leende och taget det för vad som det är. " – om Rookie to Whiz ur fölgeforskningsintervjuer med Whiz-segmentet

Rookie to Whiz finansieras av



Region Örebro



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet

Innehåll Slutrapport Rookie to Whiz

1 Sammanfattning	4
2 Projektets bakgrund	5
2.1 Projekttagare	11
2.2 Projektpartner	13
2.2.1 Studiefrämjandet Örebro	13
2.2.2 Karlstads universitet, KAU	13
2.2.3 Musikhögskolan Örebro	14
2.3 Projektorganisation	15
2.3.1 Styrgrupp	15
2.3.2 Projektlgrupp	15
2.3.3 Referensgrupp	18
2.4 Finansiering enligt projektbeskrivning	18
2.4.1 Budget enligt förlängning	20
2.5 Tidsplan	21
3 Projektbeskrivning, målgrupp, resultat och resultatindikatorer samt effekter	23
3.1 Projektbeskrivning	23
3.2 Målgrupper och aktiviteter	24
3.2.1. Definition av målgrupper	24
3.2.2 Om aktiviteterna	26
3.3 Projektets aktivitetsmål	41
3.4 Resultat och resultatindikatorer samt effekter	41
3.4.1 Mätmetoder	47
4 Indikatorer	48
5 Projektets påverkan på de genomgående (horisontella) kriterierna	51
5.1 Gränsregionalt inervärde	51
5.2 Bättre miljö	51
5.3 Jämställdhet mellan kvinnor och män	52
5.4 Etnisk mångfald och integration	53
6 Informationsinsatser och skyllning av projektet	53
6.1 Kommunikation med målgruppen	53
6.2 Extern kommunikation	56
7 Underskrifter	60

Rookie to Whiz finansieras av:



Figurförteckning

Figur 1: Omsetningsutvikling 2008-2013; Källa: IFPI Norge	6
Figur 2: Value Chain Evolution Timeline, Kilde: Lampel, Bhalla, Pushkar. 2008	9
Figur 3: Ekonomiska flöden i musikbranschen, Källa: Karman Consulting	10

Tabellförteckning

Tabell 1: Kostnadsbudget Sverige	19
Tabell 2: Finansieringsbudget Sverige	19
Tabell 3: Kostnadsbudsjet Norge	19
Tabell 4: Finansieringsplan Norge	19
Tabell 5: Förlängningsbudget Sverige	20
Tabell 6: Forlengelsesbudsjet Norge	21
Tabell 7: Tidsplan enligt projektansökan	21
Tabell 8: Indelning av projektets verksamhet samt tillhörande målgrupp	26
Tabell 9: Målgrupp vs. aktiviteter i verkligheten	40
Tabell 10: Aktiviteter – måluppfyllelse	41
Tabell 11: Projektets resultatindikatorer	42
Tabell 12: Projektets indikatorer	50
Tabell 11: Översikt Rookie to Whiz i media	59

Bilagor

Bilaga 1: Høgskolen i Hedmark: Invitasjon til samarbeid om studier	38
Bilaga 2: USB-stick dokumentarfilmer (endast till finansiärer \geq 500 000 SEK/ NOK)	59

 Rookie to Whiz finansieras av:


samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

1 Sammanfattning

Projektet Rookie to Whiz syftade till att utveckla musikbranschen i Hedmark, Värmland och Örebro län och pågick i perioden augusti 2011 till mars 2014. Projektets innehåll orienterade sig efter skiljenlinjen branschlutveckling och näringslivsrelevant forskning och utbildning.

I projektperioden er det utført et bredt spekter av aktiviteter og initiativ for å bistå aktørene i bransjen og våre utdanningsinstitusjoner i utvikling av bransjerettet forskning og utvikling samt gjennom grenseoverskridende nettverksbygging og kompetansehevende tiltak. For ansjeaktetene har våre aktiviteter vært rettet mot amatører, semi-profesjonelle og profesjonelle i musikkbransjen. Under projektets tid arrangerades ett stort antal workshops og seminarer og det skapades værdefulla nætverkseffekter. I tillegg tilbød vi tiltak og tjenester som hjalp foretagare og de som ville starta foretag att få fotfeste i branschen og skape sig kunnskap om rådande forhold i musikkbransjen. På arenaen for næringsrettet forskning og utdanning ble det utviklet en lätskrivarutbildning på universitetsnivå med koppling til entreprenørskap. I tillegg ble det gjennomført følgeforskning i nettverket og et eget forskningsprosjekt for å belyse de økonomiske forholdene knyttet til temset "Artisten, hittåta og markedet".

I denne slutrapporten sammanfattar vi projektets verksamhet og resultater. I tillegg ønsker vi å formidle viktige innsikter, erfaringer og kunnskaper vi har fått gjennom arbeidet i prosjektet. Som bakgrunn tar vi utgangspunkt i den rådande dynamiken i en bransch som gjennomgår store forandringer knyttet bl.a til en stadig økende digitalisering og internettbaserte tjenester. Videre vil vi peke på noen unike forutsetninger som har påvirket vårt arbeid – som at musikindustrin som alla andra næringer er kommersielt orientert, dock är dess aktører även konstruerer och kreativt skapande mennesker som ser även andra värden med sin profession än endast ekonomiska. Det er derfor et stort mangfold av mennesker med ulike behov ut fra at de driver sin musikkvirksomhet på forskjellige nivåer både hva angår inntekt og arbeidstid.

I følgeforskingenkäten till projektet sa en respondent om Rookie to Whiz att *"ja, feser vad de har kämpat och slitit. Och alltid med ett leende på läpparna. Men samtidigt har de förståelse för att vi i musikbranschen kan vara rätt svåra människor. Bohemer med ibland udda beteende som inte alltid ger tillbaka lika mycket som de får. Med de har stått där med ett leende och taget det för vad som det är."*

Inbakad i rapporten finns våra reflektioner samt avvikelser från projektplanen og forklaringar til det. Vi håper rapporten kan bidra til nye innsikter og økt forståelse for arbeid med og i musikkbransjen for å støtte og utvikle aktører fra Rookie to Whiz. God lesning!

Rookie to Whiz finansieras av:



2 Projektets bakgrund

Utvikling i musikkbransjen

I et overordnet perspektiv synes det naturlig å ta utgangspunkt i verdikjeden for musikkbransjen, med fokus på innspilt musikk. Historisk sett kan man se at det er to sentrale faktorer som i høy grad har påvirket og som stadig vil være av stor betydning for utviklingen i bransjen også fremover, nemlig IPR (opphavsrettigheter) og teknologiske innovasjoner. Dette gjenspeiles i endringer og tilpasninger bransjen har gjennomgått historisk sett, såvel som de endringene man står overfor i dag. Vi vil derfor se litt nærmere på de endrede forutsetningene i praksis. Det vil si hvordan bransjens verdikjeder og forretningsmodeller endres, og hvordan aktørene forsøker å tilpasse og endre sine strategier og sin virksomhet, i en verden preget av digitalisering og internettbaseerte tjenester.

Norske IFPI (*International Federation of the Phonographic Industry*) beskriver i sin rapport "Musikkmarkedet 2013" at man ser en ny musikkindustri vokse frem blant store og små selskaper i musikkindustrien. Den nye industrien er smartere (data- og analysedrevet), den er tettere på publikum (sosiale medier), muliggjør raskere global spredning av musikk og de nye forretningsmodellene gir økte inntekter som kan reinvesteres i nye satsinger.

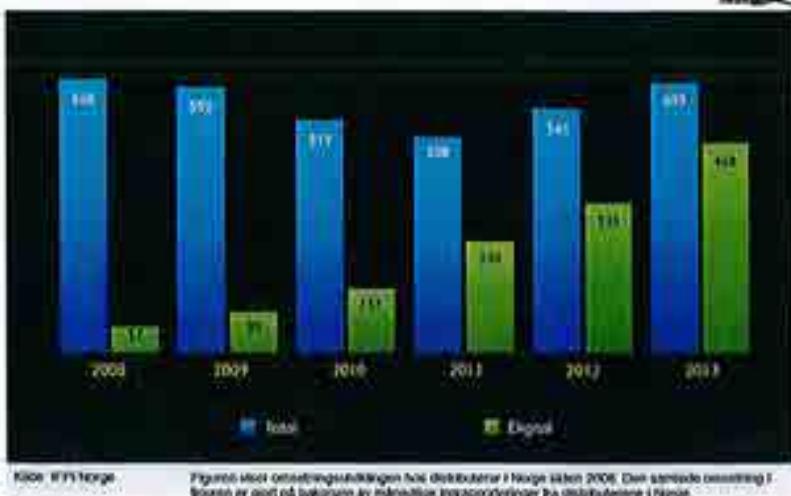
Vi tar dette med oss inn som grunnlag og bakteppe for noen betraktninger rundt påvirkningen dette har for aktørene i bransjen i vår region.

Ändrade förutsättningar hos etablerade branschaktörer

Musikkbransen är under ständig förändring. Jfr f.eks. IFPI (*International Federation of the Phonographic Industry*) ser man att trenden från en jen nedgang i musikkmarkedet (basert på innspilt musikk) nu har snudd, slik figuren nedenför tydligt illustrerar.

Rookie to Whiz finansieras av:





Figur 1: Omsetningsutvikling 2008-2013; Källa: IFPI Norge

Jfr figuren har det totale musikkmarkedet de siste to årene igjen vært i vekst – alene takket være det digitale markedet. Ser vi tilbake til 2008 så ser man en endring i musikkforbruket. Vi har fått andre vaner og har gått fra tradisjonelle fysiske musikkinnkjøp som f.eks. CD og LP til å benytte oss av digitale musikkjenester som bl.a. iTune, Wimp, Spotify og Beat.

Både norske og svenske musikkforbrukere omfavnet tidlig streamingtjenestene. Dette har bidratt til at vi, i motsetning til mange andre land, faktisk har fått en musikkindustri i vekst. I Norge var 2012 det første året hvor det digitale salget overgikk det fysiske salget. Det digitale salget stod da for 61,4% (som utgjør NOK 335 millioner) mot 9,3% (NOK 57 millioner) i 2008. Tallenes tale er klar. Det digitale musikksalget er i stadig vekst, og i 2013 utgjorde det digitale salget hele 77,6 % av det totale musikksalget i Norge.

Norge er sammen med Sverige i en særstilling når det gjelder den digitale utviklingen. Ingen andre land i verden har så langt oppnådd lignende digitalandeler, selv om man kan se at andre nordiske land som Danmark og Finland også opplever en vekst i det digitale markedet. IFPI skriver at de tror på fortsatt vekst. Det finnes flere streamingaktører som er godt etablert, og man ser også at flere og andre streamingaktører også er i ferd med å få fotfeste hos norske og svenske forbrukere. Dette og det faktum at flere og flere av den voksne generasjonen også tar i bruk digitale tjenester gjør at man tror på fortsatt vekst.

Vi ser også at musikbranschen är under ständig förändring - också maktbalansen i bransjen kan synes å være i endring. På den ena sidan flyttas och/eller spres innsats og makt ut på flera aktörer. Mens det på den andre siden blir det stadig färre faste anställda i de traditionella skivbolagen. Vi ser

Rookie to Whiz finansieras av:

uppköp inom branschen av så kallade majorbolag (multinationella skivbolag) i snabbt tempo. I dag finns det endast tre stycken av dem stora kvar; Warner Music Group, Universal Music och Sony Music.

Aven arbetssättet hos de nevnte selskapene virker å være markant endret i takt med framväxten av den digitala marknaden och den digitala vardagens ändrade konsumtionsvanor. Dette kan illustreres gjennom følgende sitat fra Lampert, Bhalla & Puskar og deres artikkel "Intellectual Property Rights and Industry Evolution: The Case of Recorded Music Industry". (2008), s. 4:

"The complex interplay of technology, consumer habits, market dynamics, and regulatory issues presented an arena which made each of the encounters unique – albeit an opportunity to learn from encounters with the inevitable next discontinuity"

Et aspekt i endringene synes å være bl.a. at fantogenheten – kanskje spesielt i de yngre köpgrupperna, i langt större grad er beroende av artistens synlighet i medier, dess utgivningsfrekvens och förmågan att väcka kundsegmentets uppmärksamhet och intresse. I bransjen er man imidlertid også opptatt av å øke bruken av streamingtjenester i alle alderssegmenter, med særlig fokus på 40+. Dette med bakgrunn i at man har sett en nedgang i konsum av "nasjonal" musikk i overgangen fra et fysisk marked til et digitalt marked. Denne trenden ønsker man å snu gjennom å arbeide for en sterre aldersmessig utbredelse i bruken av streamingtjenester.

Videre virker generellt enskilda låtar å stå starkare än en artist och det traditionella albumet, i synnerhet inom dem populärt kulturella genren. Albumet är i mycket stor grad utbytt mot enskilda låtar och egenkomponerade eller tematiserade spillelistor fra tilbydere som Spotify eller Wimp.

Dette påvirker også artistutvecklandet som i dag ligger langt mer i den enskilda artistens/ bandets eller producent/producentbolagets händer. I uppstartsfasen är varje band/artist ofta tvungen att vara sin egen finansiär, bokare, manager, grafiska designer, kvalitetssäkrare, bokförare, strategiska marknadsförare, avtalsförhandlare, promotor osv. Tidigare var det mer vanlig att skivbolagene i hög grad var involverade i utvecklingen av artister redan i ett tidigt skede. Artisten fick gjerne PR och marknadsföring gjort genom sitt skivbolag. Artister man trodde på kunne til og med få utbetalat godtgjørelse på forskudd. I dagsläget synes det som att skivbolagen endrar och begrenser och fokuserer sin insats. Det betyder att artisterna ofte, og i allt högre utsträckning, får sköta en stor del själva i utvecklingen av i sin karriär.

Utökat utbud och färre portvakter

Ändringarna genom digitalisering av såväl skapandeprocessen som marknadsföringsprocessen frem mot salg till forbruker för med sig att ett antal portvakter som t.ex. skivbolag bli färre - men även att fler

Rookie to Whiz finansieras av:



kan ta ett steg närmare branschen. Sedan 1988 har Sveriges befolkning ökat med 10 %, medan antalet STIM-/SAMI-registrerade (svensk motsvarighet till Tono/Gramo) upphovspersoner har haft en ökning på 400 %.¹

Tilsvarende på norsk side viser befolkningsutviklingen en økning på 5,3 % fra 2009 til 2014, (SSB)² mens antall medlemmer i Gramo (Gramo statistikk)³ har hatt en økning på 48%. Dette kan tolkes som at erbjudandet av musikk og artister har hatt en markant økning i forhold til befolkningsveksten. Ser man på innbyggertallet som uttrykk for antall konsumenter og sterreisen på markedet, kan det sannsynligvis også tolkes som at tilbuddet til konsumentene har økt betydelig. Dette igjen kan bety at det dermed blir en annerledes og hardere kamp som skal til for å nå frem til forbrukerne med sin musikk, til tross for andrade lyssningsvanor og økt bruk av musikk hos konsumenter.

De senaste åren har också en hel rad nya aktörer i musikbranschen tagit plats: streamingtjänster, digital marknadstöringsbolag, synkroniseringsbolag, låtskrivarmangement, synkpluggare m.m. Dette presenterer økte muligheter for at fler kan etablere seg og drive virksomhet i musikkbransjen.

Denne kompleksiteten og den generelle utviklingen i musikkbransjen kan illustreres gjennom nedenstående modell som viser verdikjedeutviklingen for innspilt musikk delt inn i 6 distinckte "generasjoner" før den digitale revolusjonen først gjorde sitt innslag.

¹ Siffror från Örjan Strandberg, vid föreläsningen "musiken, pengarna, rättigheterna" 2013-04-15

² <https://www.ssb.no/befolkningsstatistikker/folkenemodde>, lokalisert 25.03.2014

³ <https://gramo.no/gramo>, lokalisert 25.03.2014
<https://gramo.no/files/docs/stat2009.pdf>, lokalisert 25.03.2014,

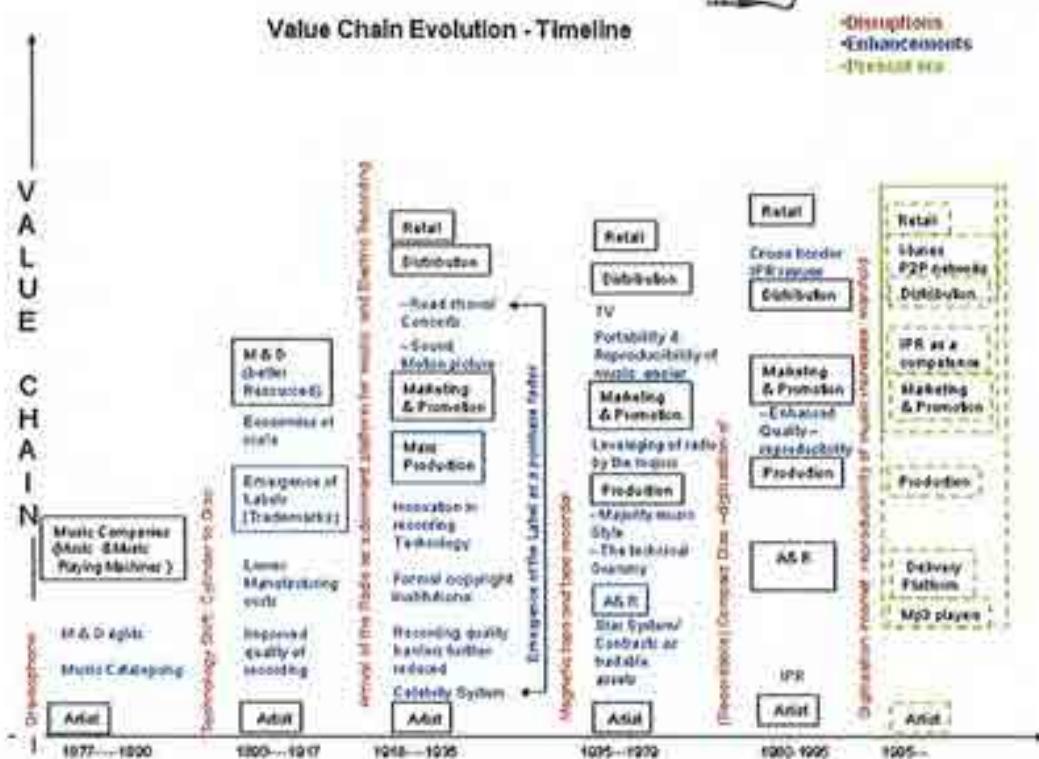
Rookie to Whiz finansieras av:





rookie to whiz

- Disruptions
- Enhancements
- Overall V.C.



Figur 2: Value Chain Evolution Timeline, Kilde: Lampel, Bhalla, Pushkar. 2008

Vad som krävs idag

Ser man på evriga deler av verdikjeden i musikkbransjen utover innspilt musikk, som f.eks. livemarkedet, så hevdes det att livemarkedet i dag är artistens allra största inkomstkälla. I synnerhet de stora etablerade artister har haft en mycket stor ökning av intäkterna genom konsertbiljetter vilket visar på den ökande betydelsen av livespelningarna och den delen av värdekedjan.

Aven konsertarrangörer reagerar, då man numera inte enbart köper sittplats eller ståplats, men istället kan välja mellan olika zoner på olika prisnivåer. Med stigande prisnivå ökar även interaktiviteten med artisten. Så kan man t.ex. köpa en biljett i zonen närmast scenen, där man vet att bandet alltid plockar upp personer ifrån, zoner där meet-and-greet ingår mm. Dette kan også sees som eksempel på en endret og økt betydning av kommunikasjon og interaksjon mellom artist og publikum og som et uttrykk for nye fremvoksende forretningsmodeller.

Med nya teknologiska lösningar och digitale medier har aktörerna i bransjen också fått nya muligheter. Speciellt hva angår digital markedsföring som synes å få stadig större betydning för musikkbransjen. Gjennom digital markedsföring kan man med liten budget driva framgångsrika kampanjer mot en stor målgrupp. Att ha kunskaper i ämnet är inte minst viktigt inför en internationalisering. De digitale plattformene fjerner effektivt avstånd som ett hinder för kommunikasjon og muliggjør kontakt mot det internasjonale markedet der den personliga kontakten ikke kan åstadkommas. På hemmaplan är

Rookie to Whiz finansieras av:



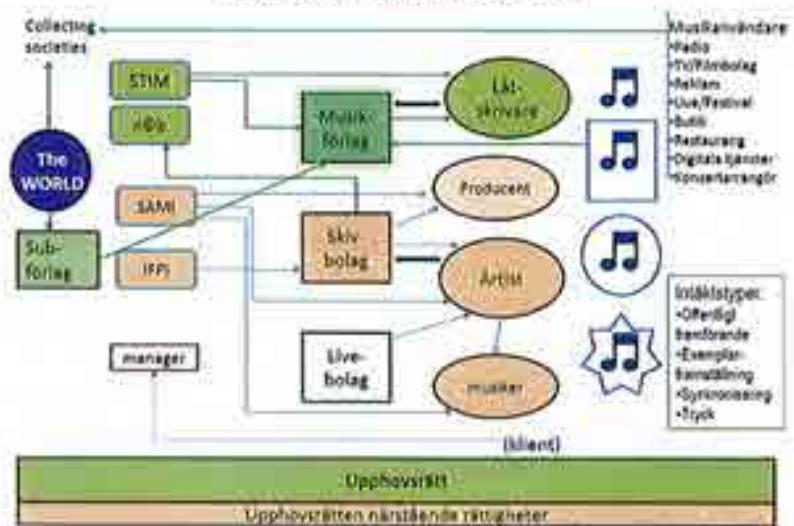
samt Region Västernorrland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

sannolikheten större att någon känner till t.ex. bandet samt att man lita på att ens bekant kommer till en spelning. Digital markedsföring och sosiale medier ger också mulighet för målrettet kommunikasjon f.eks. geografiskt för att markedsföra en aktuell spiling eller koncert överför fans i et bestemt område. Det er også slik at man även som en ensam låtskrivare måste få sitt namn ut i branschvärlden og da er det nødvendig at ha kunnskaper i digital marknadsföring. Alt dette ligger dock som tidligere beskrevet stadig mer i enskilde artisten, bandets eller låtskrivarens händer.

På bakgrunn av den viktige rollen markedsføring og den digitale verden spiller i musikkbransjen i dag, så fokuserte vi på nettopp dette som del av prosjektet. Digital marknadsføring ersette i slutändan delprosjektet "Kinesisk-Skandinavisk Convention". Att anpassa innehållet efter nyvunna insikter mener vi er en av styrkene i prosjektbasert arbeidsform.

Utöver detta mener vi det är grundläggande att ha aktuellt branschkunskap samt innovations- och entreprenörsförståelse för den som vill lyckas. En förenklad översikt över pengarflöden man bör ha koll på för de kreativa i branschen – vem betalar, vem samlar in, vem fördelar etc. finns i Figur 3.

Ekonomiska flöden



Figur 3: Ekonomiska flöden i musikbranschen, Källa: Karman Consulting

I tillägg krävs ett ständigt flöde av hitlåtar, konkurranskraftig produktionskvalité, existerande fanbase, god nerladdnings/streamingsstatistik m.m.

Detta påverkar vår målgrupp i stor grad, då man inte får glömma bort att de flesta är delförsäljare och jobbar i ett annat försörjningsjobb på dagtid.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.



Rookie to Whiz fyller den viktiga funktionen som katalysator med att göra information om branschen och dess mekanismer lättillgänglig samt att underlätta för kontaktskapandet i branschen.

2.1 Projektägare

Projektet ägs av Studiefrämjandet Värmland/Bergslagen och Högskolen i Hedmark.

Studiefrämjandet är en självständig demokratisk organisation som driva utan vinstintresse och sätter det fria lärandet i fokus i form av folkbildning. Organisationen är ett av de största studieförbunden i Sverige och är såväl religöst som politiskt obunden. Musik är det största verksamhetsområdet och utgör ca 50 % av den totala verksamheten, nationellt sett.

Studiefrämjandet Värmland/Bergslagen har varit aktiv i Interregprojekt sedan 2003.

Johan Carlsson, musikansvarig på Studiefrämjandet och därmed ansvarig för projektet beskriver nyttan med projektet på följande sätt:

**Som ägare av projektet Rookie To Whiz har Studiefrämjandet vetat komplettera vår befintliga musikverksamhet.*

Till Studiefrämjandet Värmland/Bergslagen ska man kunna vända sig oavsett hur långt man kommit i sin musikkarriär.

Från att lära sig sitt första ackord till att kunna tjäna pengar på sin musik.

Rookie To Whiz har gett oss möjligheten att kunna jobba med andra målgrupper och annan verksamhet som inte finns inom Folkbildningen, men som många av våra deltagare i studiecirklarna efterfrågar och behöver när dem kommit en bit på vägen. Vi har också kunnat erbjuda enskilda personer en möjlighet att vara delaktiga inom vår musikverksamhet, vilket vi inte kan göra inom vår ordinarie verksamhet.

Många av de deltagare som deltagit på Rookie To Whiz aktiviteter kommer från Studiefrämjandets musikverksamhet och det är ett bra komplement att kunna erbjuda dem som vill komma lite längre eller som inte vet vilket nästa steg för bandet eller gruppen ska vara. Genom Rookie To Whiz har Studiefrämjandet också kommit i kontakt med deltagare som normalt sett inte tar sig till vår verksamhet. Enskilda låtskrivare har kunnat starta studiecirklar med varandra för att lära sig mer t.ex. Även en del unga kvinnor och nätverk för dessa har vi kommit i kontakt med. Dessa har vi också kunnat erbjuda Studiefrämjandets mervärden inom musik.

Som folkbildningsorganisation finns det inget egenintresse från Studiefrämjandet att vara med och skapa rockstjärnor, framgångsrika låtskrivare eller liknande. Att dock kunna vara med och se personer växa i sina roller som människor, musiker, låtskrivare och företagare är dock väldigt givande och en liten del av vårt uppdrag, även om verksamheten inte kan rapporteras som folkbildningsverksamhet utan måste finansieras genom ett Interreg projekt.

Vårt samarbete med universitet och musikbransch i Örebro och Värmland har också gjort att vår varumärke som en del i musiklivet i länen har stärkts.

*Vi ser även att en funktion som Rookie To Whiz behövs i alla 3 länen, för att regionerna ska kunna skapa en bra miljö för att kunna leva och skapa musik i. **

Rookie to Whiz finansieras av



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Ved Høgskolen i Hedmark, som er en av 20 statlige høgskoler i Norge, finnes et bredt studietilbud innen lærerutdanning, helse- og idrettsfag, landbruks- og naturfag, skog og utmarksfag, samt økonomi og ledelse, fordelt på fire ulike campus. Prosjektet har vært knyttet til Campus Rena og økonomi- og ledelsesfag. Her finner vi også Norges første ledendannelse for musikkbransjen og bachelor i musikkproduksjon med foretaksekonomin vinkling. Høgskolen har vært involvert i prosjektet som prosjekteier i hele prosjektpersonen. Kristin Stevik, prodekan studier, overtok som representant i styringsgruppa etter Sven Inge Sunde (tidligere dekan for Campus Rena) og har deltatt som medlem i styringsgruppa i prosjektet. Fremfor alt har engasjement og deltagelse fra studenter og fagpersonale i prosjektets ulike aktiviteter og samarbeider vært av betydning.

Nedenfor beskriver Kristin Stevik prosjektets betydning for Høgskolen i Hedmark.

«Høgskolen i Hedmark har vært eiere i prosjektet på norsk side og har i hele perioden fulgt virksomheten gjennom deltagelse i styringsgruppa. Prosjektet har involvert både vitenskapelig ansatte og studenter ved Avdeling for økonomi- og ledelsesfag.»

Rookie to Whiz bygger videre på arbeid i tidligere Interregprosjekt, senest Innovation Music Network, som bl.a. har bidratt til utviklingen av Ba Music Management og Ba Musikkproduksjon på Rena. Prosjektet har gitt våre studenter og vitenskapelig ansatte ved Bachelor i Music Management og Bachelor i musikkproduksjon tilgang til aktiviteter som messer, kurs, møter, workshops og konferanser som har gitt ny kunnskap om og større nettverk innenfor musikkbransjen både nasjonal og internasjonalt. Spesielt har samarbeidet med Music Ally bidratt til videreutvikling av digital markedsfering som en del av innholdet i våre studier. ByLarm har vært en viktig læringsarena for våre studenter som har vært muliggjort gjennom økonomisk støtte gjennom prosjektet. Studentene våre har også hatt godt utbytte av å delta på låtskrivercamps og bransjetreff i regi av R2W.»

For høgskolen har det vært viktig at prosjektet har stimulert til forskning på markedet for musikk og på den måten understøttet forskningsbasert undervisning på dette området. Ola Haamplands forskning gjennom prosjektet har gitt interessante resultater og har lagt et viktig grunnlag for videre forskning på et område som det hittil har vært forsket lite på. Videre har det vært viktig for høgskolen å kunne bidra til å arrangere forskningsseminar på ByLarm 2014 og dermed løfte fram forskning på en arena som samler mange fra musikkbransjen. Her slo høgskolen og Rookie to Whiz som arrangerer av et forskningsseminar over temaet «Verdiskaping i musikkbransjen» med internasjonalt anerkjente forskere fra flere land, - bl.a. Australia, USA, Sverige og Norge. Dette kan danne grunnlag for fremtidig forskningssamarbeid.»

Arbeidet i prosjektet har bidratt til å styrke høgskolens samarbeidsrelasjoner mot de svenska prosjektpartnerne. Kontakten vi har hatt med Studiefrämjandet har gitt oss verdifulle innsikt i hvordan grassrootsaktiviteter innenfor musikk stimuleres i Sverige. Prosjektet har dessuten styrket samarbeidet med Karlstads Universitet og Musikhögskolan i Årvi. Det har også åpnet for et nytt samarbeid med Musikhögskolan ved Örebro universitet. Vi opplever at samarbeidet har vært godt forankret både blandt vitenskapelig ansatte og i ledelsen. Spesielt viktig er det at prosjektet har resultert i et konkret utdanningssamarbeid med Karlstads universitet hvor vi gjennom å utnytte hverandres faglige styrker kan gi studentene våre bedre utdanningstilbud.»

Rookie to Whiz finansieras av:



gjennom spesielt tilrettelagte utviklingsmuligheter fra våren 2015. Gjennom de relasjonene som er utviklet i prosjektet ser vi fram til å videreutvikle samarbeidet med Örebro universitet, både innenfor utdanning og forskning.

I et eventuelt nytt prosjekt vil det være viktig for Høgskolen i Hedmark å styrke utdanningssamarbeidet med de to svenska universitetene ytterligere gjennom konkrete samarbeidsprosjekter hvor vi kan trekke veksler på hverandres faglige styrker for stadig å videreutvikle våre musikkbransjestudier, slik at de stadig er oppdaterte og relevante for en bransje i rask utvikling. Det vil videre være viktig for høgskolen å kunne bidra til videre forskning på musikkmarkedet med utgangspunkt i det arbeidet som er gjort under R2W. For å styrke entreprenørskapsdelen i studiene ytterligere og for å gi studentene en verdifull læringsarena hvor de kan arbeide tverrfaglig og sette teori ut i praksis, ønsker vi i et eventuelt nytt prosjekt å utvikle og etablere en form for permanent studentdrevet bedriftsvirksomhet på Campus Rena.»

2.2 Projektpartner

2.2.1 Studiefrämjandet Örebro

Studiefrämjandets avdelning i Örebro är en av projektpartners och utgjorde basen för branschutvecklaren i Örebro län. Avdelningarna inom Studiefrämjandet är oberoende av varandra, men avdelningarna Örebro och Värmland/Bergslagen ingår i samma distrikt. För avdelningen i Örebro var det en ny erfarenhet att vara med i ett Interregprojekt, medan anledningen för engagemangen är samma som för avdelningen Värmland/Bergslagen vilka är beskriva ovan.

2.2.2 Karlstads universitet, KAU

KAU har varit involverad i projektet genom flera olika avdelningar, varav några samarbeten har kommit till under projektets gång i följd med utvecklingen i projektet.

Musikhögskolan Ingesund (MI) är placerad i Arvika och är känd för sin musiklärarutbildning. KAU/MI har utvecklat distanskursen "Musikproducent, lätskrivare och entreprenör" - ofta refererad till som lätskrivarutbildning i projektsammanhang. Kursen kommer att utvecklas i framtiden till en campusbaserad kurs i anslutning till nybyggda studiolokaler på Ingesund.

Avdelningen Media-och Kommunikationsvetenskap har varit projektets partner för studentarbeten som gick av stapeln på höstterminerna. Där fick medlemmarna i R2W möjlighet att ta hjälp av studenterna för att ta fram marknadsföringsmaterial i form av bl.a. hemsidor, broschyrer, presentationer etc.

Ju längre debatten kring utveckling av musikbranschforskning skred fram, desto mer blev Grants and Innovation Office (GIO) involverad i projektet. GIO:s uppdrag är att stimulera att mer av universitetets forskning och utbildning nytillgörs. Till det hör bl.a. att stötta forskare och lärare med ansökningar hos finansiärer samt att hitta olika samarbetspartner.

Rookie to Whiz finansieras av





Leif Nahnfeldt, som representerade Karlstads universitet i egenskap av innovationskoordinator på Grants and Innovation Office i styrgruppen beskriver universitets nytta med projektet på följande sätt:

"För Karlstads Universitet och Musikhögskolan Ingesund har Rookie to Whiz- projektet gelt anledning till att utveckla ett nytt utbildningsfält med musikbransch och entreprenörskap i fokus. I samtalet med de andra högskolorna har detta inneburit att vi har getts möjlighet att se ett nytt fält där vi på sikt kan bidra med ännu mer branschinklusive utbildningar för yrkesverksamma låtskrivare och musiker.

Vi har också sett möjligheten av att etablera samverkan mellan olika avdelningar som Media- och Kommunikationsvetenskap och Centrum för Tjänsteforskning med Musikhögskolan Ingesund.

Projektet har blivit uppmärksammat av Universitetets ledning och styrelse som ett viktigt initiativ för samverkan kring branschinklusive utbildningar och andra yrkeskategorier inom musikbranschen.

Dialogen med de andra lärosälen, särskilt med ett svenska-norskt samverkansperspektiv har varit mycket givande och förstärkt interaktionen dem emellan både informellt och formellt. Samverkan kring seminarier med externa parter har varit givande både för studenter och för personal.

Allt ha ett så nära samarbete med ett studieförbund över så lång tidsperiod har också gett viktiga insikter vad gäller både pedagogiska modeller och studentrekrytering.

För medarbetare på Grants and Innovation Office har projektet inneburit en ökad insikt om musikbranschen som yta för både innovationer, företagande och långsiktigt värdeskapande.

I ett senare skede har också möjligheterna för nya forskningsområden uppmärksammats och uppmintrats. Detta har också förantlett ett antal tvärvetenskapliga dialoger inom Universitetet. I ett längre perspektiv ser vi det som ytterskt viktig att kunna upprätthålla och fördjupa dessa samarbeten i mer permanenta former. Vi hoppas att det nu etablerade nätverket RookieToWhiz kan hitta stabila former för framtiden och att våra utbildningar kan utvecklas i fortsatt dialog med musikbranschen."

2.2.3 Musikhögskolan Örebro

Vid Musikhögskolan Örebro, som är en av sex statliga musikhögskolorna i Sverige, finns en mängd musikutbildningar och fristående kurser.

Musikhögskolan Örebro har under hela projektperioden för R2W på olika sätt varit involverat i projektet. Dels har Anders Nordquist som är enhetsledare för Musikalisk gestaltning varit medlem i styrgruppen, men framförallt genom studenternas och lärares engagemang i projektets olika aktiviteter och samarbeten.

Nedan beskriver Anders Nordquist projektets värdeskapande för Musikhögskolan.

"För Musikhögskolan har R2W betytt flera saker:

- En kontaktlyta gentemot presumtiva studenter*

Rookie to Whiz finansieras av



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

- En kompetenskälla när det gäller olika musikbranschaktiviteter som kan erbjudas våra studenter och lärare
 - En samarbetspartner för t.ex. seminarier
 - En kontaktyta gentemot andra lärosäten i de tre länen vilket ger förutsättningar för andra typer av samarbeten
 - En diskussionspartner när det gäller musikutbildningar och aktualiteter i branschen samt i viss mån även forskningsidéer
- Ett flertal av våra studenter är medlemmar i R2W-nätverket och har därigenom kunnat ta del av hela det utbud som finns tillgängligt.
- Fortsättning**
- Vi tycker att det är angeläget att de erfarenheter och den kunskapsinhämtning som R2W-projektet genererat kommer till förfall nytta. Detta kan utvecklas i ett nytt projekt när det gäller utveckling av musikbranschen där förhoppningsvis Örebro universitet kan ta en ännu större del än i R2W-projektet."

2.3 Projektorganisation

2.3.1 Styrgrupp

Styrgruppen bestod av representanter för projekttagare samt en utökad krets av representanter för de akademiska lärosäten i regionen, dvs. Karlstads universitet och Musikhögskolan Örebro. Att ha en stor del av utbildningskedjan i musik samlade visade sig bli en styrka för projektet, då utbildningarna i många avseenden i dagsläget är långt ifrån branschens behov.

Styrgruppens medlemmar:

- Sven Inge Sunde (08/2011 - 12/2012), Högskolen i Hedmark
- Kristin Stevik (1/2013 - 03/2014), Högskolen i Hedmark
- Johan Carlsson, Studiefrämjandet Värmland/Bergslagen
- Leif Nahmfeldt, Karlstads universitet
- Anders Nordquist, Musikhögskolan Örebro
- Lisbeth D. Berglund, Rookie to Whiz
- Anna Damm, Rookie to Whiz (sammankallande)

Styrgruppens sammanträden hölls på olika orter i projektets geografiska upptagningsområde, där respektive universitet bjöd in till sig. Sammanlagt träffades styrgruppen 8 gånger under projektets tid.

2.3.2 Projektgrupp

Projektgruppen bestod av fast anställda medarbetare hos projekttagare, samt personer med uppdragsbaserade anställningar i projektet med ansvar för t.ex. delprojekten forskning eller Skandinavisk-kinesisk konvention, vilket senare blev till delprojekt digital marknadsföring.

Projektgruppens sammansättning men framförallt anställningsgraden har förändrats under tids lopp. De största förändringarna skedde på norsk sida av projektet. Båda faktorer har haft stor påverkan på vissa delar av projektets genomförande.

Rookie to Whiz finansieras av:



Den norska projektgruppen bestod i slutfasen av en projektledare på 60%, (som var projektmedarbetare på 40% vid starten) samt en branschutvecklare på 40% (20 % vid starten)

När projektet drog igång fanns det i tillegg en projektledare på 100% på norsk sida som inte bara var länken till föregående projekt Innovation Musik Network, men som var en av initiativtagarna från början och även den som skrev stora delar av Rookie to Whiz -projektansökan. Vi fick dock ta farväl av honom i september 2012, då han avled efter en längre tids sjukdom.

Projektgruppen möttes i stort sett varannan månad och har haft ett flertal Skype-möten regelbunden



Bild 1: Projektgruppen på byLarn 2013

inför större evenemang emellan de fysiska mötena.

De fysiska möten var även de mötena som drev samarbetet vidare, då vi lärde känna varandra bättre och fick möjlighet att diskutera. Till det hör även att vi trots svårigheter i tidsplaneringen - pga. deltidssanställningar i projektet - försökte få till lunch-lunch möten för att få utökade möjligheter att prata ihop oss och planera för en gemensam måluppfyllelse. Inte minst stimulerade dessa möten vår teambuilding, vilket underlättar samarbetet mellan olika kulturer.

Projektets framgång var djupt rotat i projektgruppens samlade kunskap och erfarenheter, därför vill vi återge de fastanställdas yrkesbakgrund. Branschen, - og tiden vi lever i oppleves å være väldigt dynamisk, vilket inte enbart märks bland våra medlemmar, men även hos våra projektmedlemmar som har haft olika befattningar inne i branschen innan de började i projektet.

Branschutvecklare i Värmland, Joakim Johansson har själv varit medlem i två olika popband som turnerade i Europa och producerade ett antal skivor. Han har även varit arrangör, samt har erfarenhet av att driva skivbolag. Joakim har varit med i samtliga Interregprojekt för utveckling av musikbranschen i regi av Studiefrämjandet Värmland /Bergslagen.

Joakims vikarie under föräldraledigheten, Henning Hartung har varit med i Hiphop kollektivet Dream of Utopia på början av 90talet och agerade som bokare och arrangör. Med popgruppen Flava To Da Bone fick han signerade skivkontrakt med Warner Music Norway, med två utgivningar och två Norgeturnéer och ett 30tal tv shower. Efter det har han jobbat hos skivbolagen Sony Music, MNW, Bonnier Amigo och Cosmos Music Group m.fl. Henning är även lätskrivare för egna och andras projekt och har bl.a. en singelekta i Japan.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.



Vår branschutvecklare i Hedmark, Katrine Clausen Fredheim, tok sine første steg i musikkbransjen på begynnelsen av 2000-tallet, og fikk først og fremst bransjeinteressen på lydlinja på folkehøgskole i 2005 med konsertproduksjoner, turneer og teknisk arbeid. Deretter gikk hun videre til ett års musikkstudium, økonomistudier i ett år før hun avsluttet en bachelor i Music Management ved Høgskolen i Hedmark i 2011. Katrine har jobbet parallelt med student- og musikkmiljøet i Hedmark og resten av landet som frivillig på studenthus og senere teknisk ansvarlig og daglig leder på Hydranten, Hedmarks sterkeste konsertscene fra 2011-2012. Har også vært involvert i festivaldrift, blant annet som styremedlem i Målfestivalen fra 2008.

Martin Gronert var branschutvecklare i Örebro från och med juni 2012 och har en bakgrund som ljudtekniker, inspelningstekniker och producent där han har jobbat åt studieförbund men även kommersiella studios. Martin har också jobbat med eget skivbolag och utöver det varit arrangör för gymnasie-rock i Karlstad. Under en tid jobbade han i London inom marknadsföring och som scenekniker åt Deathstars i samband med deras massiva Europaturné ihop med Rammstein 2012. Martin har själv turnerat i Europa med sina band GoodName och The Dead and Living.

Anna Damm, som var projektledare på svensk sida, har bland annat en bakgrund i arbete med företagsetableringar i Värmland, samt projektledning. I hemlandet Österrike jobbade hon med strategiskt kommunikationsarbete inom Försvaret. Hennes intresse för musik låg fram till projektstarten på den kreativa sidan och utövandet utan kommersiell vinst på amatörnivå.

Lisbeth D. Berglund, som har vært prosjektmedarbeider og senere prosjektleder i Rookie to Whiz på norsk side, har bakgrunn fra mangeårig arbeid i privat næringsliv med erfaring fra både markedsføring og salg som administrasjon, ledelse, kurs og undervisning. Etter videreutdanning, senest med Master of Innovation Management har Lisbeth vært ansatt i Høgskolen i Hedmark. Her har hun hatt ulike oppgaver og har arbeidet med undervisning, kurs og studieutvikling innenfor innovasjon og entreprenørskap, prosjektarbeid, team og selveledele og coaching. I tillegg har hun vært engasjert i ulike prosjekter, og kom inn som prosjektmedarbeider i Rookie to Whiz i en koordinator og støttefunksjon for prosjektlederen før hun etterhvert overtok som prosjektleder. Hennes interesse for musikk har utgangspunkt i en generell interesse for musikk og tidligere kreativ utevise på amatöرنivå samt etterhvert interesse og innsikt i utvikling av musikkutdanningene med kobling til innovasjon og entreprenørskap.

2.3.2.1 Ansvarsfördelning inom projektgruppen

Delprojektledarnas beteckning ändrade vi till branschutvecklare, förutom för delprojektet FoU och Convention Kina-Skandinavien för att tydligare beskriva deras roller gentemot målgruppen.

Branschutvecklarna ansvarade för det operativa genomförande av aktiviteter riktade mot målgruppen och var även den huvudsakliga kontakten utåt mot målgruppen.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Projektledaren i Sverige har fungerat som huvudprojektledare med överordnat ansvar för styrgruppssammanträden, uppföljning och rapportering. Personal – och ekonomi och daglig drift har hanterats av respektive projektledare separat i Sverige och Norge.

2.3.3 Referensgrupp

Inför framtagning av följeundersökningarna har en egen referensgrupp sammankallats. Där ingick representanter av de regionala medfinansiärerna samt projektägare.

Vid planering av större events har en dynamisk och behovsanpassad, men inofficiell referensgrupp bildats med syfte att stötta projektgruppen i arbetet med planering av aktiviteterna.

2.4 Finansiering enligt projektbeskrivning

Hösten 2014 fick projektet det positiva ändringsbeslutet när det gäller projektets sluttid. Dette var viktig för en effektiv ressursutnyttelse och en best mulig resultatuppnåelse for såvel prosjekteiere, finansiører og bransjen. Projektforlengelsen viste seg nødvendig både ut fra at prosjektet kom i gang senere enn det som var planlagt og pga sykdom og foreldreledighet hos personalet. Siden prosjektet også har hatt et sterkt fokus på næktern økonomi og ressursbruk av de midlene vi har fått ifrån våre finansiærer, hadde vi et godt grunnlag for den nødvendige forlengelsen.

En detaljerad økonomisk redovisning lämnades in i samband med kvartalsvisa lägesrapporter (nr 1-11).

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Kostnadsbudget Sverige	
	SEK
Egen personal	3 463 896
Externa tjänster	896 000
Lokalkostnader	93 000
Investeringar	0
Resekostnader	458 000
Övriga kostnader	1 089 104
Totalt	6 000 000
Externt offentligt finansierade kostnader	500 000
Summa kostnader	6 500 000

Tabell 1: Kostnadsbudget Sverige

Finansieringsbudget Sverige	
	SEK
Kontant medfinansiering	
Region Värmland	1 400 000
Regionförbundet Örebro	500 000
Studiefrämjandet	
Värmland/Bergslagen	400 000
Arvika Kommun	60 000
Karlstad Kommun	300 000
Örebro Kommun	300 000
Totalt	2 960 000
Direktfinansiering	
Karlstads universitet	450 000
Studiefrämjandet Örebro	50 000
Totalt	500 000
Summa nationell finansiering	3 460 000
Europeiska Regionala Utvecklingsfonden	3 040 000
Summa offentlig finansiering (inkl EU-medel)	6 500 000

Tabell 2: Finansieringsbudget Sverige

Kostnadsbudsjett Norge	
	NOK
Eget personal	2 131 250
Eksterne tjenester	403 000
Lokalkostnader	16 000
Investeringer	0
Reisekostnader	631 350
Övriga kostnader	568 400
Totalt	3 750 000
Externt offentligt finansierade kostnader	
Summa kostnader	3 750 000

Tabell 3: Kostnadsbudsjett Norge

Finansieringsplan Norge	
	NOK
Kontant finansiering	
Hedmark fylkeskommune	2 250 000
Totalt	2 250 000
Direktfinansiering	
Totalt	0
Summa nationell finansiering	2 250 000
IR	1 500 000
Summa offentlig finansiering (inkl EU-medel)	3 750 000

Tabell 4: Finansieringsplan Norge

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

2.4.1 Budget enligt förlängning

SVENSKA	Budget	2011	2012	2013	2014
KOSTNADER					
Egen personal	3 463 896	511 579	1 241 205	1 431 901	779 211
Externa tjänster	896 000	25 375	312 129	541 096	17 400
Lokalkostnader	93 000	15 000	36 000	33 000	9 000
Investeringar		0	0	0	0
Resor	458 000	25 395	63 507	335 098	34 000
Övriga kostnader	1 089 104	129 476	191 527	615 411	152 690
Summa faktiska kostnader	6 000 000	706 825	1 844 368	2 956 506	492 301
<i>Offentlig direktfinansiering</i>					
Karlstad Universitet /Studiefrämjandet	500 000	99 825	157 648	242 527	0
Summa kostnader	6 500 000	806 650	2 002 016	3 199 033	492 301
FINANSIERING					
Kontant finansiering					
Region Värmland	1 400 000	68 871	407 352	794 563	129 214
Regionförbundet Örebro	500 000	50 000	200 000	197 432	52 568
Studiefrämjandet	400 000	100 000	100 000	175 000	25 000
Arvika Kommun	60 000	20 000	20 000	20 000	0
Karlstad Kommun	300 000	60 000	0	240 000	0
Örebro Kommun	300 000	0	300 000	0	0
Interreg	3 040 000	407 954	817 016	1529 511	2855 19
<i>Överförs mellan åren</i>					
<i>Direktfinansiering</i>					
Karlstads Universitet (tid)	450 000	90 514	157 648	201 838	0
Studiefrämjandet Örebro (lokal)	50 000	9 311	0	40 689	0
TOTAL FINANSIERING	6 500 000	806 650	2 002 016	3 199 033	492 301

Tabell 5: Förlängningsbudget Sverige

NORSKA	Budget	2011	2012	2013	2014
KOSTNADER					
Eget personale	2 151 250	338 435	610 413	670 943	531 458
Eksterne tjenester	383 000	13 573	75 000	234 599	598 28
Lokalkostnader	16 000	0	0	2 000	14 000
Investeringer		0	0	0	0
Reiser	631 350	17 857	60 328	297 531	255 634
Övriga kostnader	568 400	3 488	87 810	112 040	365 062
Inntekter utöver finansieringsplanen i	0	0	0	0	0

Rookie to Whiz finansieras av



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

prosjektet					
Sum faktiske kostnader	3 750 000	373 355	833 551	1 317 113	1 225 980
Eksternt offentlig direkte finansierede kostnader					
Sum direkte finansierede kostnader	0	0	0	0	0
Totale prosjektkostnader	3 750 000	373 355	833 551	1 317 113	1 225 980
FINANSIERING					
Kontant finansiering					
Hedmark Fylkeskommune	2 250 000	613 975	825 207	810 818	0
Totalt	2 250 000	613 975	825 207	810 818	0
Direktfinansiering					
Sum nasjonal finansiering	2 250 000	613 975	825 207	810 818	0
Interreg	1 500 000		350 000	350 000	790 000
Sum offentlig finansiering (inkl. IR-midler)	3 750 000	613 975	1 185 207	1 160 818	790 000

Tabell 6: Forlengelsesbudsjet Norge

2.5 Tidsplan

Nedan visas projektets tidsplan enligt projektansökan. Hösten 2013 fick vi ett positivt beslut om att förlänga projektperioden fram till 2014-03-31, vilket innebär att även sluttiden på de olika aktiviteterna har skjutits bakåt. Vi beskriver även i korta drag vad som är aktuella statusen för aktiviteterna. En mera utförlig beskrivning finns i kapitel 3.

Tidsplan	Start	Slut enligt ansökan
Projektinitiering - etablera styr- och projektgrupp etc.	2011-06-01	2013-12-31
Workshops/Coworks	2011-09-01	2013-10-31
Studentarbete	2011-09-01	2013-10-31
Band Camp/Popkollo	2011-09-01	2013-10-31
Mässodexport	2011-09-01	2013-10-31
Forskningspubliceringar	2012-06-01	2013-11-30
Etablera lätskrivarutbildning	2011-08-01	2013-11-30
Uttreda interreg, Resurscenter	2012-01-01	2013-12-31
Karlägga aktörer	2011-06-01	2013-07-31
digital marknadsföring (tidigare Convention Kina-Skandinav)	2013-03-15	2013-03-31
Planläggning fortsatt verksamhet	2012-01-01	2013-12-31
Projektutvärdering och slutfredovisning	2013-09-01	2013-12-31
* följeforskning		

Tabell 7: Tidsplan enligt projektansökan

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Aryka Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Vi har fram till den sista februari 2014 arrangerat workshops och deltagit på en viktig branshmässa i slutet på februari, samt jobbat med att driva forskningsarbetet framåt.

Studentarbeten var bundna till terminstart och därfor har sista omgången också avslutats vid terminens slut i januari 2014.

Sista Popkollot arrangerades i slutet på oktober 2013, låtskrivarutbildningen är etablerad och har kunnat ta emot andra omgången av studenterna i höst 2013. När det gäller låtskrivarutbildningen är det till och med arbetet igång för att utveckla satsningen ännu mera mot en campus-kurs där studenterna från Högskolen i Hedmark skall få en fast plats i ett utbytesavtal med Karlstads universitet. Detta kommer att vara klar för start under 2015 efter godkännande av läroplanen etc. från Högskoleverket.

Utredningen av ett interregionalt resurscenter pågår fortfarande, då vi i projektets styrgrupp har kommet fram till att ett felles fysiskt center inte vil kunne bidra til den utviklingen bransjen og vi ønsker. Forutsættningarna og behoven i de deltagende landen er så pass olika så at ett enskilt resurscenter ansees lite hensiktsmessig og gjennomforbart. Vi diskuterer og ser heller for oss en samling av ressurser i ett nettverk av involverte institusjoner som med samla kræfter gir nødvendig støtte og driver musikkbranschutvecklingen framåt. Utmaningen der ligger i at kunne väva samman og å finne og skape grunnlag for en bærekraftig, langsiktig finansiering av dessa befintliga resurser av fast anställd personal - med uppgiften at agera som spindlar i nätet og utvecklar samarbetet framåt.

Vi avslutade den systematiska kartläggningen av aktörer enligt tidsplanen, då allt fler förfrågningar om att få vara med i nätverket kom in spontant. Naturligvis träffade vi även dessa personer för ett samtal, men den aktiva processen att uppsöka aktörer prioriterades lägre för att istället satsa resurserna på att genomföra aktiviteter som matchar de behoven som kom fram genom samtalet.

Istället för en Convention i Kina arrangerade vi – efter positivt ändringsbeslut – seminarier kring det aktuella temat digital marknadsföring. Det var en absolut lyckad satsning som gav deltagarna mycket dagsaktuell kunskap om marknadsföring och kommunikation via nya platfformer och kanaler. Ändringen kom till stånd eftersom de politiska förbindelserna mellan Norge och Kina (delprojekt i Norges ansvarsområde) hade frusits in efter den norska tilldelningen av Nobels Fredspris till den kinesiske regimkritikern Liu Xiaobo i 2010. Sedan dess har det inte gått att få kontakt med de representanterna vi hade kontakt med. Hverken de faglige representantene vi skulle samarbeta med - kinesiska representanter vid Universitetet i Zhejiang eller partisekretäraren som tidigare var en sterkt pådriver for Convention og musikkbransje samarbeid med Norge og Skandinavia.

Rookie to Whiz finansieras av:



Inom delprojektet Forskningspublikationer förändrades inriktningen mot en ännu högre ambitionsnivå än inskrivet i projektansökan. Istället för åtta – icke nödvändigtvis sammankopplade – forskningspublikationer kommer det bli en fri doktorgrad inom området knytet till Högskolen i Hedmark, Campus Rena. Ola Haamland, som är ansvarig för delprojektet, bedömde redan för ett tag sedan att tidsramen för uppnådd godkänd Dr.gradsarbete inte kommer att infalla inom projektets tid. Det grundläggande arbetet är dock avslutat vid projektets slut. Full publisering vil först kunna finna sted när doktorgradsarbetet är avslutat och godkänt.

Verksamheten skall fortsätta, inte minst för att jobba vidare i det starka partnerskapet projektet åstadkom mellan Studiefrämjandet och de involverade akademiska lärosäten. Studiefrämjandet Värmland/ Bergslagen tog hand om projektets erfarenheter i arbetet med unga tjejer och startade en egen mini-satsning mot just denna målgrupp för att utreda ett bättre arbetssätt än att vara del av ett stort projekt med många andra målsättningar.

3 Projektbeskrivning, målgrupp, resultat och resultatindikatorer samt effekter

3.1 Projektbeskrivning

Projektet orienterade sig efter ett antal olika mål som skulle uppnås, däribland resultatmål, aktivitetsmål och de övergripande indikatormålen. Kapitel 4 ägnar sig åt indikatorerna, medan vi här i kapitel 3 beskriver de projekt-specifika målen.

Projektets huvudroll inom branschutveckling var att finnas där som stödpelare och samarbetspartner för aktörer och företag och göra kunskap och kontakter tillgänglig för att drive utvecklingen framåt. I de djupintervjuerna med deltagare ifrån "Whiz-segmentet" som genomfördes av Attyd i Karlstad AB bekräftades att det är framförallt tre faktorer som respondenterna förknippar med att lyckas i branschen: Nätverk, ihärdighet och Branschkompetens. Ihärdigheten står deltagarna helt själva för, medan Rookie to Whiz kunde stötta och engagera kring faktoreerna nätverk och branschkompetens.

Vid en genomsikt av projektets Intellectual Assets med Karlstads universitet i samband med projektutvärderingen sammanfattades projektets förhållnings- och arbetssätt - som blev synlig i hur vi arbetade och hur/vilka beslut vi fattade – som att vi såg till att få branschpersonerna ur en comfort-zone och in i en opportunity-zone. Det fremkom också andre viktige verdier som er skapt i prosjektet gjennom utvikling av fungerende arbeidsmetoder og verktoy til f.eks. søknader og rapportering samt faste kriterier for bedømming av søkerne i nettverket.

Ett tydligt exempel är att vi ändrade verktyget för att uppnå målet inom internationalisering. Bort från fokus på gruppresa till mässor och internationella events (där deltagarna befinner sig i en trygg comfort zone, med R2W-personal som guider), mot individuella affärsmöten och resor som möter de

Rookie to Whiz finansieras av:



faktiska behoven av medlemmarna i Rookie to Whiz. Dessa individuella resor öppnar upp för faktiska utvecklingsmöjligheter, där var och en måste ta sitt ansvar och där det inte finns möjlighet att "bara hänga på".

Naturligtvis finns och finns behovet också att lära känna miljön och potentialen i internationella mässor, vilket kan åstadkommas i form av gruppresa. Vår bedömning var dock att dessa inte kommer att leda till etablering utomlands, men är ett viktigt steg i rätt riktning.

Projektets verksamhet bidrog även till att ge människor möjligheten att leva på det de brinner för, vilket skapar ett mervärde som ger livskvalité.

I största allmänhet kan en skiljelinje i projektets verksamhet dras mellan området branschutveckling och näringsslivsinriktad forskning och utbildning – se Tabell 8 nedan.

3.2 Målgrupper och aktiviteter

3.2.1. Definition av målgrupper

Eftersom vi insåg att indelningen som beskrivs i projektplanen borde ha en tydligare nyansering som passar bättre för arbetet i fältet, gjorde vi en definition som bättre passar vårt sätt att tänka och jobba efter:

Under projektets gång insåg vi att framförallt Kartläggningssamtalen inte enbart var en aktivitet eller ett resultat i sig, snarare ett verktyg för oss att forma innehåll och utvidga nätverket med. Utöver det skickade vi efter en genomförd aktivitet utvärderingsenkäter till deltagarna vilket också var ett verktyg för vidareutveckling och analys av vårt arbete i projektet.

Amatör - Rookies



Bild 2: Popkollo med Cleo

Kännetecken för en amatör är att den inte har några eller endast marginella inkomster från musikutövning, eller annan befattning i branschen. Hit hör såväl målgruppen för ren gräsrötsutvecklingsaktiviteter så som Popkollo, BandCamp etc., men även många studenter på musikutbildningarna som ändå har lite mer erfarenhet av branschen. Amatörsegmentet har även varit representerat under flera av R2W ordinarie lätskrivarcamps. Till denna målgrupp hör även de studenter som utbildar sig inom en av de närliggande branscherna enligt projektbeskrivningen, så som

marknadsföring och reklam.

Det har även funnits en till dels stor utmaning i anknytning till övernattningsaktiviteter för målgruppen amatörer som även omfattar minderåriga. Pga. av ansvarsfrågan i samband med ovan nämnda events.

Rookie to Whiz finansieras av:

försvaras genomförande av gränsöverskridande aktiviteter anordnade för denna målgrupp. Projektet och branschutvecklare har inget mandat att agera som anhöriga/foresatte för målgruppen. Det är heller ikke ønskligt att tillägga branschutvecklarna detta ansvar.

Under projektet har man däremot försökt att lägga till rätta för att även de yngre åldersgrupperna ska ha ett utbud av aktiviteter. Det ble derfor gjennomført ett antal endagars-arrangemang av popkollo i båda svenska regioner, samt ett BandCamp i Norge.

Semiprofessionella

Det är den absolut största gruppen i vårt nätverk. Personerna i denne gruppen har redan intäkter från musikverksamhet, men kan dock de inte enbart leva på det. Ett annat jobb som tryggar försörjningen är basen i deras engagemang och sätter därmed även begränsningar till hur mycket tid som kan läggas på musikverksamheten.

Professionella – Whiz'are

Till denna kategori räknar vi personer som har musiknäringen som sin inkomstkälla och kan leva på det.

Regional branschutveckling	Målgrupp
(A) Gräsrotsutveckling -Popkollo - Band Camp - Studentarbeten	Amatörer
(B) Workshops/Cowork (föreläsningar, seminarier...) - Marknadsföring - Kvalitetssäkring/ produktion (Ollie Olsson, Cutting Room, Fredrik Kempe, Johan Åberg, Tim Larsson) - Starta företag (Music Business Night, Bransjekvelder Hamar, Starta ekonom förening, samarbete Drivhuset) - Band Coachning - Extern arrangerade events (t.ex. Slim Music expo, Digital Agenda för musik, Manifestdagen) - Networking (Get together kvällar, mingelträff, alltid del av workshop) - Musikrätt (t.ex. om upphovsrätt och pengarflöden) - Branschkunskap (om t.ex. förlagsverksamhet, livemarknad)	Semiproffs
Coworks -lätskrivarcamps för semiprofessionella och för proffs.	
(C) Internationalisering - Paneldebatt / Lobbying (Export Music Värmland?) - Kontakt med Export Music Sweden / Music Norway - Mässor och export (Internationaliseringssstöd)	Professionella
Näringslivsorienterad FoU	
(D) Kina som marknad – ändrad till Digital Marknadsföring	
(E) Forskning artisten, hittäten och marknaden	
(F) Följeforskning	
(G) Lätskrivarutbildning	

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Verktyg	
(H) Kartläggningssamtal	
(I) Feedback-enkäter	

Tabell 6: Indelning av projektets verksamhet samt tillhörande målgrupp

3.2.2 Om aktiviteterna

A) Grasrotutvikling - for de som ennå er amatører

Popkollo-aktiviteterna har arrangerats i samarbete med rikstäckande föreningen Popkollo (SE) och R2W har som enda samarbetspartner fått lov att arrangera aktiviteter som inte formellt klassificeras som fullvärdiga Popkollen (Flerdagars- arrangement med övernattnings). R2W gav också stöd till föreningen Equalize Music höstlovskollo 2013 i Arvika. Resultatet av detta har blivit en permanent Popkollo-förening bestående av elever vid Musikhögskolan Ingesund. Föreningen kommer att arrangera sitt första fullvärdiga Popkollo sommaren 2014.



Band Camp arrangerades på Hamar i samarbete med Bandfabrikken. På Band Camp settes gitarrister, keyboardister, vokalist, bassister och trommerslagere sammen i band og trener i studio slik at de kan spille konserter på scenen. En bandutvecklingscamp for med minderåriga medlemmar. Programmet bestod av olika föreläsningar och workshops som instrument, samspill, låtskrivande, text och livecoachning. Campet avslutades med en spelning på Hamar Music Festival.

Bild 3: hård rockare från början, Band Camp 2012

Studentarbeten i samarbete med Karlstads Universitet har vi vid tre tillfällen under höstterminen erbjudit nätverkets medlemmar att ta hjälp av studenter vid Media- och kommunikationsvetenskap som gått kurser inom antingen grafisk produktion eller webbproduktion. Samarbetet har varit mycket uppskattat av såväl studenter som företagen/banden som deltagit. Studenterna har fått jobba med professionella projekt i verklighetsbaserad producent/kund-relation. Studentarbeten har även genomförts vid Högskolen i Hedmark, där studenterna fick skriva en affärsplan för en studentdriven gräsrotsutveckling inom musikbranschen. Dokumentarfilmer fra prosjektet er også resultat av studentarbeid ledet og utført av studenter fra Högskolen i Hedmark.

B) Workshops / Coworks

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Marknadsföring. I den "nya" musikbranschen där bandet/artisten i större utsträckning själv är ansvarig för att etablera sig på marknaden är kunskap om marknadsföring genom digitala medier mycket viktigt. Ämnet behandlades vid ett flertal olika tillfällen och var även del av Coachningar vi arrangerade.

Utöver det har vi även ändrad delprojektet Skandinavisk – Kinesisk Convention (punkt D) till det aktuella ämnet Digital Marknadsföring för att möta branschens realitet.

Kvalitetssäkring/produktion. Vi har arrangerat ett antal föreläsningar/workshops inom området musikproduktion och mixning, som syftade till att jobba med produktens kvalitet. Spetskompetens har hämtats in från såväl nätverket som utomregionalt och internationalt. Föreläsare har bland annat varit; Fredrik Kempe, Ollie Olsson, Johan Åberg, Tim Larsson, Christian Cummings och Maria Marcus.

"Det som Rookie to Whiz gjort är att de tar in folk som kan kvalité och representerar kvalité. Och det är så himla viktigt för att hamna rätt i branschen. Och de är ju de enda som gör det här i dag. De styr in folk på rätt riktning för att faktiskt lyckas på rätt sätt." – från Attityds- djupintervjuer

Band Coachning. Som ett led i att höja band och artisternas kompetens kring sitt eget verkande inom



Bild 4: norsk HipHop på BandCoach Live, 2012

bokning, företagande, image, kvalitetssäkring, pitching mot bolag och live performance med mera har vi genom projektperioden arrangerat olika events under beteckningen Band Coachning: Band Coach Weekend, Band Coach Metal, Band Coach Live och Band Coach Pitch. Till varje arrangemang har relevant spetskompetens hämtats in från både nätverket, projektregionen, branschen i övrigt (Warner Music Group, Live Nation, Panic & Action, Indie Distribution m.fl.) och även från Karlstads Universitet genom Grants and Innovation Office.

Externt arrangerade evenemang. Projektgruppen har ständigt hållit sig uppdaterade på relevanta externt arrangerade evenemang som skulle kunna gynna nätverkets medlemmar i såväl kunskapshöjande som nätverkande syfte. Orienteringen kring sådana arrangement har skekt via projektets utomregionala kontakter. Under projektperioden har vi bland annat åkt med deltagare till musikmastringshuset Cutting Room, Manifestdagen, STIM Music Expo, Digital Agenda For Music '13 och Export Music Swedens seminar om offentliga stödanordningar.

Dette kan sees som en viktig del både hva angår kunnskaps- og kompetanseheving som nettverkstiltak, som illustreres i nedenstående sitat:

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

"Musikbranschen har de senaste 40 åren handlat om samma sak: kontakter och nätverk. Det blir nog samma behov även i framtiden" – från Attityds djupintervjuer

Networking. "It's not who you are, but who you know"

R2W förespåkar nätverkandet som en av dem allra viktigaste faktoreerna för att lyckas att ta sig upp och fram inom musikbranschen. Genom projektperioden har vi därför anordnat en rad renodlade mingelkvällar. Get Together var ett fast månadsvis arrangemang vid projektets uppstart oftast sytt ihop med ett underliggande tema som t.ex. låtskrivarutbildningen vid KAU, Ekonomisk Förening med flera. Eftermingel har även varit ett fast inslag vid alla våra events och vid många tillfällen har det även arrangerats nätverksamidagar där deltagare och föreläsare har haft möjligheten att lära känna varandra bättre. På slutet av projektperioden arrangerades två stycken renodlade musikbranschmingel i respektive Karlstad (R2W: Musikbranschmingel) och Örebro (R2W: Afterwork på Stora Örebro). Båda arrangemang var mycket uppskattade och samlade representanter från alla projektets målgrupper.

Musikrätt. För att belysa betydelsen av och förståelsen kring upphovrätten har vi vid flera tillfällen arrangerad events som tagit för sig allt ifrån upphovrättens historia, hot mot upphovrätten, inkomstflödet för upphovsmän, säkring av egna upphovsrättigheter, STIMs roll som förvaltare av upphovsrättsliga inkomster och förlagets roll med mera.

Föreläsare kring temat har bland annat varit Orjan Strandberg, Dan Bornemark, Eva Karman Reinhold och Niclass Björlund. Rättighetsfrågan har även belysts av campiledarna vid alla R2W låtskrivarcamps.

Coworks: Låtskrivarcamps för semi-professionella och professionella

Rookie to Whiz låtskrivarcamps är de aktiviteterna som mest effektivt lägger grunden för samarbeten mellan projektregionerna. Totalt har vi arrangerat 6 olika låtskrivarcamps.

Camp Rena I & II, Camp Värmland, Camp Örebro

Dessa camps riktade sig mot nätverkets semi-professionella låtskrivare, men har lockat till sig några av regionens professionella låtskrivare. Camparna har arrangerats över helgar där man både fick en kort introduktion av ledaren, samt att vi såg till att deltagarna fick skriva i olika konstellationer under helgen.

Till dessa låtskrivarcamps har vi bjudit in en professionell och meriterad låtskrivare/producent för att leda campet. Deras roll har varit att ge deltagarna en inblick i låtskrivarens verklighet, samt att ge relevanta tips och stöd under själva låtskrivarprocessen. Ledarna var varit närvarande under hela helgen dvs. även vid middagarna. Följande personer har varit campiledare: Rikard Löfgren, Carl Utbult, Per Aldeheim, Niclas Molinder.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Camp Whiz

Campet arrangerades över fyra dagar och riktade sig till regionens professionella låtskrivare på högsta nivå. Till campet inviterades även 4 så kallade exoter, personer som på något sätt ansågs kunna höja kvalitén på campet ytterligare samt att bli nya samarbetspartner i framtiden för regionens proffs. Arrangemanget blev väldigt lyckat och omtalat och flera samarbeten har etablerats genom campet.

Camp Reunion

Ett sista Camp för att sy ihop säcken. Camp Reunion arrangerades för deltagare vid tidigare camps som önskade att färdigställa vad som hade påbörjats under tidigare camps. Campet gav även möjlighet att få skriva med personer man inte hittat skriva med tidigare. För att motivera till närvarkande var det deltagarna själva som fick sätta ihop grupper och göra en gemensam anmälan till campet.

C) Internationaliseringssstöd och internationella branschmössor

Dessa är till för de professionella aktörena inom projektet, WHIZ-segmentet.

Aktiviteterna kännetecknas vid att inte är projektdrivna utan behovsdrivna utifrån företagens egen verklighet. Internationalisering handlar till stor del om ekonomiskt stöd som skall medverka till att underlätta på vägen mot en internationell marknad.

Internationaliseringssstöd är ett stöd för resor gjorda i verklighetsförankrade internationaliseringssyften. Till grund för stödet ligger en detaljerad beskrivning av syftet med resan, en översikt över förbokade möten inkluderad kontaktdokumentation och varför mötet ska genomföras, grad av egenfinansiering, en realitetsvärdering av produkten/artisten – om den/det är redo för internationalisering - och en värdering av sannolikheten att resan kommer att göra en väsentlig skillnad för företagets internationaliseringssplaner.

Den första värderingen gjordes av branschutvecklaren i den regionen som ansökan tillhör, då den personen vet mest om aktören. Det slutgiltiga beslutet fattades dock alltid i en enad projektgrupp.

Efter hemkomsten krävde vi en detaljerad rapport om resans utfall samt offentliggörandet av mottagandet av stödet enligt projektets principer.

Nedan finns ett litet axplock av resultat i samband med internationaliseringssstöd:

Dunderboist

Vad: Åkte till Eurosonic-festivalen i Groeningen.

Resultat: Promotionavtal för hela Europa excl. Norge. Har efteråt även turnerat i Europa.

Rookie to Whiz finansieras av:



Stefan Elfgren/S-Tone Music

Vad: Åkte till Los Angeles, Berlin, London för att skriva låtar med internationella låtskrivare.

Resultat: Skrev bland annat en låt tillsammans med Andreas Carlsson (Backstreet Boys, Katie Perry, Kiss) nu utgiven med en av Sydkoreas allra största popband.

Bobby Sant

Vad: Åkte till House Of Songs i Austin för att utveckla sitt låtskrivande och kontaktnät.

Resultat: Har i efterhand turnerat i USA och Japan och haft tätt kontakt med personerna han mötte under upphållet och den efterföljande turnén.

Lightscreamer/Distant Treelines

Vad: Åkte till South By South West (SXSW) 2013 för möten och marknadsförandet av bandet/artisten.

Resultat: Lightscreamer signerade skivkontrakt med ett Austinbaserat skivbolag specialiserade inom bandets genre. Plattan är numera utgiven. Bandet var tillbaka i Austin på SXSW 2014 utan internationaliseringstöd från projektet.

Firefly Entertainment

Vad: Resa till New York att hitta samarbetespartners för förlagverksamheten för deras låtskrivare samt en ny TV-produktion.

Resultat: Ingick ett subförlagsavtal för USA och Sydamerika som gynnar ett antal låtskrivare i deras stall.

Happy Hippo Family (Jacqueline Music)

Vad: Resa till Japan för möten med skivbolag och distributörer

Resultat: förståelse för den japanska marknaden, upparrbetat kontaktnät till t.ex. turnéledare o jurister för framtida projekt i landet för egen del men även för andra band inom Jacqueline Music.

Lhina Hansson

Vad: Uppehåll i New York med möten och framträdanden, kartläggning av jazz-scenen i staden som är en av de främsta i världen.

Resultat: flera framträdanden i NY i framtiden, samt konkret förfrågan om att medverka i en jazzuppsättning specialiserad för kryssningar, medverkan på album av känd amerikansk jazzartist.

Andreas Svensson, Silverfura

Vad: Folk Alliance i Toronto för att skaffa sig kontakter för ett projekt han har planerad – fokus på keltiska musiker, samt framträdanden på mässan. (svensk folkmusik är populär i Nordamerika)

Rookie to Whiz finansieras av:



Resultat: bland annat en spelning i Toronto samt ett kontaktnät till musiker ifrån Irland, Skottland. Framförallt inputs till en egen folkmusikfestival i Örebro genom kontakten han fick med arrangörerna av Folk Alliance.

Internationella mässor

Deltagande vid internationella mässor underlättar arbetet med att expandera och upprätthålla sitt nätverk. Det krävs dock en plan bakom deltagandet och möten under mässan är oftast bokade lång tid i förväg. Det ställs stora krav på förmågan att nätverka vid internationella mässor. Det är viktigt att ha ett definierat mål för vad man vill uppnå med sitt deltagande då det finns ett antal internationella mässor för musikbranschen med olika inriktningar.

Kraven för stöd till deltagande vid internationella mässor har skärpts under projektets gång, då vi efter deltagandet på Popkomm i Berlin insåg att mässorna är främst en B2B-mötesplats.

Svar på följande frågor ligger till grund för projektgruppens inställning för deltagande:

Vad skall deltagandet leda till? Vem skall åka? Har sökaren en produkt som är redo för internationalisering? Hur ska man förbereda sitt deltagande?

Under projektperioden har man identifierat by:Larm i Oslo som ett bra lägtröskelalternativ för förstagångsdeltagare. By:Larm framstår i formen som en bra introduktion till musikbranschen.

Kombinationen nordisk musikfestival och seminarier har gjort by:Larm till nordens största möteplats för musikbranschen.

D) Digital Marknadsföring

Etter diskusjon om ulike alternativer i styringsgruppa besluttet man å søke om endring av "Delprosjekt Kina" og erstatte det med en satsing på temaet digital markedsfering. Styringsgruppa begrunnet dette med at den nye innretningen bedre ville ivareta behov i bransjen for kunnskap om internasjonalisering knyttet til aktuelle markedstrender og endringer generelt - representert ved det digitale markedet, dets metoder og spilleregler.

"Mycket bra engagemang och proffsigt planerat och utfört. Man blir inspirerad varje gång man får gå på era seminarier." – citat från feedbackenkäten till deltagarna efter eventet

Hensikten var å gi økt kunnskap som grunnlag for å intensivere kobling mot internasjonale, nye markedsferingsmetoder. Prosjektet hadde allerede startet et innledende samarbeid med Music Ally og by:Larm som ga et godt utgangspunkt for videre samarbeid. MusicAlly er internasjonalt anerkjent og har bred erfaring og kunnskap om digital markedsfering. Blant deres kunder finnes majorselskaper som Universal, musikkplattformer som Spotify og Deezer samt Microsoft, Google og britiske regjeringsinstitusjoner.

Rookie to Whiz finansieras av:



Etter innvilget søknad om endring valgte derfor Rookie to Whiz å engasjere MusicAlly for å gjennomføre to seminarer over temaet: "Digital markedsføring i kreative næringer" med fokus på hvordan man kan jobbe med digital markedsføring i kreative næringer og i musikkbransjen spesielt. Seminarene gikk over to dager og ble arrangert slik:

Del 1: 13. – 14. september på Høgskolen i Hedmark, Campus Rena

Del 2: 18. – 19. oktober på Karlstads Universitet, Karlstad

"Fikk veldig mye ut av seminaret. Føler at veldig mye av det vi lært kan brukes i praktisk sammenheng." - citat från feedbackenkäten till deltagarna efter eventet

Av innholdet i seminarene kan nevnes:

- Å finnes på webben. Hvorfor og hvilke kanaler passer for meg?
- Økt engasjement hos fansen gjennom digitale medier
- Digital markedsføring i fremtiden
- Facebook: Hvordan når jeg og mitt budskap frem?
- Å bygge opp en fan-database og ta kontakt via mail
- Integrering av sosiale medier
- Making & selling



Bild 5: Deltagarplass inför Music Ally föreläsningar

Målgruppen for seminarene var i første rekke prosjektets nettverk og andre som arbeider innenfor kreative næringer i Hedmark, Värmland og Örebro. Programmet rettet seg også mot andre bransjer med ønske om å holde seg oppdatert på markedsføringsfronten.

Programmet viste seg å være høyaktuelt for studenter blant annet innenfor Music Management og Musikkproduksjon, samtidig som flere faglig ansatte også tok del i seminarene. Seminarene på Rena samlet ca. 100 deltakere, hvorav 5 deltakere fra Sverige. På seminardelen i Karlstad var det ca. 95 deltakere, varav 37 deltakere kom fra Norge.

Ut fra interessen for seminarene og tilbakemeldinger kan vi konstatere at arrangementene var til nytte for deltakerne.

Deltagarna tyckte till om seminarierna i feedbackenkäten på följande sätt:

"Helt fantastiskt bra. De kunde verkligen sin sak och man kände sig väldigt mycket."

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

"Likte veldig godt delene til Famous, men mye av det Macallister sa gikk rett over hodet på meg, kanskje pga at han snakket litt fort. Skjente i grunn ikke så mye om alle de teknologiske tingene han pratet om heller."

"Fantastiske typer, veldig dyktige forelesere, men de sitter inne med for lite kunnskap, rett og slett. Kanskje ikke for bransjen, men for å skulle lære 20-åringen om bruk av internett..."

"Bra uppägg med lagom långa pass för varje ämne och vanerat med byte av föreläsare varje timme. Dagarna gav mycket inspiration och en bra överblick över många olika verktyg och tankesätt kring digital marknadsföring."

E) Forskning: artisten, hitlåten och marknaden

I tidligere lägesrapporter har vi beskrevet at det ikke ville være hensiktsmessig eller mulig å oppnå det opprinnelige målet om eksakt 8 vitenskapelige artikler. Bakgrunnen er det konkrete forskningsarbeidet som er gjort ut fra tilgjengelige ressurser og den tiden vi har hatt til disposisjon. Forskningsarbeidet og engasjement av Ola Haamland kom i gang først høsten 2012 etter at tidligere prosjektleader og



forskningsansvarlig ble syk og døde. Forskingen tok utgangspunkt i det forhåndsdefinerte temaet fra prosjektbeskrivelsen, nemlig "Artisten, hitlåta og markedet" og aktuelle hypoteser for å belyse nye sammenhenger som kan gi økt forståelse innenfor dette viktige området.

Etterhvert som forskningsarbeidet skred frem vokste det også frem en erkjennelse hos Ola Haamland hvor han så at hans samlede arbeid kunne danne grunnlag for en kommende fri doktorgrad. Etter dialog mellom Ola, prosjektledere og styringsgruppe kom man frem til at det ville være

hensiktsmessig å endre formen for forskningen slik at den

Bild 6: R2W-broschy framsida
presenteres og tilpasses mot en doktorgradsavhandling heller enn et bestemt antall frittstående artikler.

Dette betyr på den ene siden økt kvalitet, nivå og anerkjennelse på forskningsarbeidet, mens det på den andre siden betyr at prosjektet ikke vil levere 8 frittstående artikler. Ut fra en helhetsvurdering anses det å være liten tvil om at verdien av forskningsbidraget som leveres via Rookie to Whiz økes betydelig gjennom et doktorgradsarbeid. I tillegg vil det bidra ytterligere til at det skapes det varige verdier for såvel regionen som Høgskolen i Hedmark. For Høgskolen vil en doktorgrad bety økt kvalitet på undervisningen og tilgang til forskningsbasert undervisning og undervisningsmateriell. Vi har derfor vurdert det slik at en fremtidig doktorgrad er et bedre resultat og et viktigere bidrag enn å levere et bestemt antall artikler, - noe vi håper at også Interreg kan si seg enig i. Detta har vi även meddelad i ett flertal lägesrapporter under projektets tid. Full publisering vil først finne sted når doktorgradsarbeide er fullført og godkjent. Det er dessverre ikke mulig å angi nøyaktig tid da dette er en prosess som

Rooke to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

involverer flere aktører. Ifølge informasjon fra Ola Haamland antas det sannsynlig at avsluttende disputas kan gennomføres innen utgangen av 2014, dersom alt går etter planen.

Nednfor følger et resymé av forskningsarbeidet til Ola Haamland:

Resymé: Artisten, hitlåta og markedet

Kort introduksjon

Fra starten av grammofon-åraen har musikkbransjen hatt en stadig økende interesse for artistkonsepter, dette i kontrast til 1800-tallet hvor noter var det dominerende produktet. «Hitlåta», derimot, har hatt en sentral rolle i minst to århundrer, da det også var slike enkeltstående sanger som var det kommersielle tyngdepunktet i note-alderen og disse ble markedsført og registrert på tilsvarende måte som man gjør med «singler» i våre dager.

USA har udiskutabelt hatt en dominerende posisjon i den internasjonale musikkindustrien i moderne tid og man kan generelt si at en singelutgivelse kan betegnes som en «hit» i det amerikanske markedet dersom den har kommet inn på den ukentlige Billboard Hot 100-listen. Med utgangspunkt i denne definisjonen vil man dog legge merke til at inntektene, eller individuelle andeler av det totale markedet, varierer sterkt i et tilfeldig utvalg av slike «hitlåter». Noen få av deltagere står for en uforholdsmessig stor markedsandel og dette fenomenet er ofte omtalt som «The Superstar Effect». Det eksisterer en del forskjellige teorier om hvordan dette kan forklares og det er også gjort en rekke kvantitative analyser. Dette temaet har sannsynligvis en sterkt økende relevans også utenfor musikkbransjen, da slike ekstreme skjevfordelinger nå ser ut til å dukke opp i en rekke nye økonomier (les: Internett).

Det overordnede målet med studien har vært å belyse forhåpentligvis nye aspekter ved hvordan markedene for hitlåter og artister fungerer. Som et utgangspunkt har forfatteren ønsket å presentere en oversikt over et variert utvalgt av tidligere forskning som kan knyttes til temaet, for på den måten å også forsøke å «bygge bro over gapet» som tildels ser ut til å eksistere mellom noen av disse feltene. Forfatteren har også som ambisjon å gjøre en del akademiske forskningsresultater lettere tilgjengelig for aktører i musikkbransjen.

Andre generelle mål med studien har vært:

1. Å bidra til diskusjonen rundt deterministiske/ikke-deterministiske forklaringsmodeller knyttet til «superstar»-markeder og -fenomener.
2. Å øke belyse forskjeller mellom det forfatteren velger å kalle «det nødvendige og det kausale» - at noen «krav» er kun en forutsetning for å få delta i markedet og gir ingen signifikant forklaring på markedsandelen som oppnås.
3. Å bidra til diskusjonen om anvendelse av heuristikk kontra algoritmer i praktisk utvikling av kommersiell musikk.
4. Studiens spesifikke mål har vært:

Rookie to Whiz finansieras av:



5. Å utvikle en approksimeringsformel for å matematisk uttrykke inntektsfordelingen i hitsingelmarkedet. Denne har vært et viktig verktoy i den påfølgende analysen.
6. Å undersøke «kumulativ fordel»-effekter i markedet for artister.
7. Å undersøke «kumulativ fordel»-effekter i markedet for hitlåter.
8. Å undersøke diverse musikologiske karakteristikkers effekter i markedet for hitlåter.
9. Å undersøke «path dependence»-effekter i markedet for hitlåter.

Noen resultater

«You're only as big as your last hit», lyder et gammelt bransjeordtak. Det er dog ting som kan tyde på at dette ikke bare er en tom floskel. Denne studien finner ingen støtte for at allerede populære artister (definert ved å ha solgt mye av tidligere utgivelser) har noen signifikant fordel i forhold til mindre populære artister i det å oppnå store markedsandeler med en nye utgivelser. Dette må sies å være et



Bild 7: R2W-brosjyr baksida

ganske oppsiktsvekkende funn. Det ser derimot ut til å eksistere en «kumulativ fordel»-effekt på låt-nivå: Låter som solgte bra en uke, selger gjerne bra den påfølgende uken også, osv. Dette resultatet kan tolkes på flere måter, noe forfatteren også gjør forsøk på.

Denne studien finner heller ikke støtte for at hitlåters musikologiske karakteristikk (tempo, toneart, etc.) forklarer kommersielle resultater. Det finnes dog indikasjoner på at hitlåt-markedet er 'path-dependent' - nærværende hitlåters musikologiske karakteristikk påvirker fremtidens hitlåter. Dette er et interessant innspill til diskusjonen forfatteren velger å kalle «det nødvendige og det kausale», en problemstilling flere tidligere studier

innen «hitlåt-analyse» ser ut til å ha gått glipp av.

Studiens overordnede konklusjonen ligger an til å bli at tilfeldigheter og flaks i hovedsak ser ut til å styre markedet for hitlåter. Det kan derfor stilles spørsmål ved om det er økonomisk fornuftig å investere tungt i utvalgte artister på bakgrunn av tidligere oppnådde resultater, noe som har vært vanlig bransjepraksis. Det vil selvfølgelig uansett være formuelt for bransjeaktører å se etter måter å «høyne sine odds», dersom det er mulig. Gitt en slik hensikt, er denne studiens foreløpige råd å følge de musikologiske trendene hitlåt-markedet - «stay on the path!» - og å fokusere på å jevnlig og konsekvent levere låter av høy kvalitet til markedet. For å oppnå dette er man bedre tatt med å benytte seg av heuristikk (i form av nedarvede «ommelfingerregler» som formidles fra låtskriver til låtskriver) enn algoritmer utviklet fra kvantitativ analyse av tidligere hitlåter.

Vel å merke, arbeidet med analyser og tolkning er fremdeles ikke avsluttet og det er gode muligheter for at denne studien kommer til å by på flere resultater enn det som er presentert i dette resyméet.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Data

Empirien som er benyttet i denne studien tar utgangspunkt i komplette data fra Billboard Hot 100-listen i perioden 1960-2010. Denne forfatteren kjenner ikke til andre liknende analyser som benytter et datasett av tilnærmedesvis samme omfang. Dette settet er videre koblet sammen med et meget omfattende sett med metadata, hentet fra et 350-gigabytes datasett forskere ved *Laboratory for the Recognition and Organization of Speech and Audio* ved Columbia University har gjort tilgjengelig. Disse dataene har nylig også blitt brukt i en mye omtalt studie⁴, publisert i den prestisjetunge journalen *Nature*, som benytter en meget avansert metodikk i analyse av musikkinnspillinger. Forskerne bak nevnte publikasjon har vært med nyttig innspill til metode- og analysedelene i denne forfatterens studie, noe som har vært til stor hjelp.

⁴ <http://www.reuters.com/article/2012/07/26/us-science-music-idUSBRE86P0R820120726>

F) Följeforskning

Till projektet var företaget Attityd i Karlstad AB kopplade som följeftorskare, där syftet med följeftorskningen var att följa deltagarna för att få kunskap om deras utveckling och behov så att projektets innehåll kunde anpassas därefter. Genomförandet av följeftorskningen har haft både en kvantitativ och en kvalitativ ansats, där vi introducerat vände oss till deltagarna i nätverket för Rookie to Whiz i tre webbenkäter. Enkäterna gjordes dels för att identifiera behov under projektets gång, dels för att identifiera ett antal företag ur Whiz-segmentet som deltagit på flera av projektets aktiviteter vars utveckling Attityd skulle utvärdera vid projektets slut. Djupintervjuerna med "Whiz'arna" skedde i början på 2014 via telefon.

Den avslutande enkätundersökningen visade, i jämförelse med tidigare mätningar, en större förståelse för- och engagemang i projektet. Sett till utvecklingen över tid så har deltagare fått större tilltro till och upplevt en större nyta av projektet allt efter som deltagandet ökat. Både i områden som nätverk, samarbeten och kompetens finns en påtaglig trend där deltagarna blev allt mer benägna att se Rookie to Whiz som en viktig motpart.

Frågor som rör ekonomi blev dock svåra att uttala sig om efter som respondentantalet och variationen i respondenter från år till år inte var tillräckligt för att skapa kontinuitet i undantaget.

Enkätfrågorna togs fram i samråd med Attityd och en extern referensgrupp där representanter för de regionala finansiärerna ingick.

Tyvärr måste vi efter genomförd undersökning konstatera att vår tilltro till målgruppen var fel, eller vår förmåga att förklara vikten av deltagandet i enkäten inte var tillräckligt bra. Respondentantalet växte i och för sig med varje enkät, dock fanns det ingen kontinuitet i vilka som svarade. För att kunna dra statistiska slutsatser kring den ekonomiska utvecklingen hade detta dock behövts.

⁴ <http://www.reuters.com/article/2012/07/26/us-science-music-idUSBRE86P0R820120726>

Rookie to Whiz finansieras av:

En förklaring kan visserligen även finnas i att vår målgrupp är kreativa männskor, som har ett mindre utpräglat intresse i ekonomi och siffrornas betydelse för att visa upp trender och tendenser.

Bortsett ifrån det, har dock enkätsvaren och svaren från djupintervjuerna gett oss en större förståelse för målgruppen men även gett oss en bekräftelse för förändringsförslag vi även diskuterade i projektgruppen.

G) Låtskrivarutbildning

I samarbete med Karlstads universitet/Musikhögskolan Ingesund har vi tagit fram kursen

"Musikproducent, låtskrivare och entreprenör" som startade hösten 2012.

Kursen sätter samman de tre ben som behövs för att kunna överleva på dagens musikmarknad - kreativitet, produktion och entreprenörskap. Kursen går på distans för att ta hänsyn till verkligheten, där många låtskrivare har andra jobb för att kunna försörja sig.

Huvudansvärt för kursen var och är Carl Utbult som har lång erfarenhet, nationellt och internationellt både som utbildare och låtskrivare. Genom hans kontakter får kursdeltagarna också en inblick i de världsvida musiknätverk som skapar morgondagens hitlåtar. Totalt kom till första terminen över 150 ansökningar in till de 20 platser som utbildningen kunde erbjuda. Av dessa 150 ansökningar var 79 förstahandssökande. De höga ansökningssiffrorna tydliggjorde att vi träffade rätt. Innan projektet startade fanns det ingen liknande utbildning på högskolenivå som både omfattar låtskrivandets kreativa utveckling såsom text-och musikskapande, samt kunskapen om att driva kommersiell verksamhet såsom företagsekonomi och musikbranschkunskap.

Förarbete

För att komma fram till ett bra innehåll för kursen gjordes en del muntliga intervjuer. Dels med potentiella studenter men även med branschledande musikförläggare, låtskrivare och andra



Bild 8: Screenshot TV 4 Värmland om "Musikproducent, låtskrivare och entreprenör" 2012-01-19

entreprenörer. Man tiltade även på vad som kunde bli unikt med utbildningen. Vad som kunde få den att skilja sig från det utbud som redan fanns. Det visade sig att blandningen av just delkurserna musikproduktion, låtskrivande, musikbransen samt entreprenörskap skulle bli en bra mix.

Det fanns även ett behov att plocka upp alla de som på grund av

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

livssituation inte har möjlighet att flytta och starta en kurs som hålls på ett campus. Karlstads universitet och projektet Rookie to Whiz samarbetade tätt inför marknadsföringen av utbildningen och fick en anmärkningsvärd respons från nationell branschmedia. Bland annat uppmärksammade STIM (svenska tonsättares internationella musikbyrå) och Musikindustrin (samarbete mellan ett antal musikrelaterade föreningar och förbund) den nya utbildningen bland sina medlemmar. Även regional media uppmärksammade den nya regionala utbildningen i ett antal intervjuer i radio, på TV och i tidningar.

"Lärare/Föreläsare"

Föreläsarna, som spelar in 20-30 minuter långa videokurser har rekryterats ur Carl Utbults yrkeskontakter. Listan över föreläsare är dynamisk och kommer att förändras med tiden.

Avdelningen för Media-och Kommunikation på KAU ansvarar för innehållet i de delar som berör kunskapsförmedling angående marknadsföring och varumärkesstrategi.

Drivhuset står för de delar i utbildningen som handlar om entreprenörskap.

Närträffar

Varje termin arrangeras två fysiska möten där studenterna samlas i Karlstad för föreläsningar och nätverkandet inom gruppen. I samband med dessa nätverksträffar arrangerade Rookie to Whiz föreläsningar med erkända branschpersoner som passar till det i läroplanen bestämda ämnet för träffen.

Dessa närräffarna är också en möjlighet att marknadsföra utbildningen till resterande nätverk, då studenter och R2W-medlemmarna möts på de gemensamma föreläsningarna efter undervisningen.

Utveckling framöver

Den goda responsen av kursen ledde till funderingar om en campuskurs i ämnet, där man attraherar en annan grupp av männskor. En campuskurs skulle komplettera den kreativa miljön på Musikhögskolan Ingesund, samt att man så breddar erbjudanden till studenterna. Möjlig blir denna utveckling eftersom lokalerna på Musikhögskolan Ingesund just nu byggs ut och man så får tillgång till den nödvändiga infrastrukturen för en campusversion av Musikproducent, låtskrivare och entreprenör. Högskolen i Hedmark ser utdanningen som en mulig og viktig utbygging av kurs i låtskriving for sine studenter, da dette er noe som savnes i de næværende studieløpene i Norge. Den campusbaserade versionen av kursen öppnar även upp för studentutbyte med Högskolen i Hedmark, vilket kommer att tråda i kraft tidigast høst 2015 etter åndring og godkannande av kursplanen genom Høgskoleverket. Dette har vært oppe til drofting i møter mellom kursansvarlige fra Karlstads Universitet og Högskolen i Hedmark.

Bilaga 1: Högskolen i Hedmark: Invitasjon til samarbeid om studier

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

H) Kartläggningssamtal

Kartläggningssamtalen var själva grundpelaren för projektets verksamhet. Det var genom dem att nätverkets kompetensbehov, kompetensnivå och sammansättning kom fram. Resultaten av samtalet tåg till grund för framtagandet av projektets olika arrangemang (föreläsningar, workshops, co-works m.m.).

Initialt kontaktades alla kända branschaktörer inom regionerna för att informera om projektet. Innebördens av att gå med i nätverket och samtidig stämma av kring deras situation och behov. Vi bad sedan respondenterna att fundera över vilka fler i deras nätverk vi borde träffa, för att utöka nätverket utöver de personer vi redan visste om. (Snöboll-system).

Via ett anmälningsformulär på projektets hemsida www.rookietowhiz.com har det under projektets gång kommit in ansökningar om att gå med i nätverket. Alla anmälningar genom detta formulär har följts upp av ett telefonsamtal med tillhörande invitation till kartläggningssamtal. Projektet har förespråkat personliga möten för att bättre bli känd med personerna och samtidigt ge projektet ett ansikte utåt. Vi tror att detta även i stor grad skapade en trygghet hos medlemmen och underlättade för deltagande vid aktiviteter och framtida relationer.

Kartläggningssamtal var en mycket tidkrävande process. Dels initialt vid kontaktandet av aktörerna där mycket tid gick åt att förklara vem man är, varför man ringer, beskrivning av projektet och motiverandet av varför man önskar göra en kartläggning och vad uppgifterna skall användas till. Många har känt att man går dem för nära in på livet och haft svårt för att se varför vi vill veta dels detaierade uppgifter som t.ex. ålder etc. Störst har nog utmaningen varit för den norska sidan där man traditionellt har en djupt rotad skepsis mot att delge personliga uppgifter. Genom anmälningsformulären till våra arrangement har vi sett att födelsesdatumet är något man inte gärna anger i Norge.

Projektets bemannings situation med procentanställningar försvarade tyvärr också arbetet med kartläggningssamtalen i Hedmark och Örebro. Erfarenheten visar att ett kartläggningssamtal i snitt tar två timmar att genomföra. Detta inkluderar presentation av projektet, förtroendeskapande, samtal kring aktörens verksamhet, förklaring av varför vi behöver få uppgifterna och själva ifyllnaden av formuläret som oftast fylls i samtidigt som samtalet framskrider där definition av verksamhet och identifiering av behov och målsättningar vaskas fram. Det är svårare att få ihop det när man inte har en heltids anställning i projektet.

I) Feedbackenkäter

R2W aktiviteter har följs upp med utskick av en utvärderingsenkät direkt efter evenetet. Enkäterna har varit ett mycket användbart verktyg där man ganska direkt får feedback på hur evenetet upplevs från

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

deltagarna sida. Svaren har sedan kunnat användas som ett stöd i framtagande och genomförande av nya arrangemang då man genom dem har kunnat utläsa svar på frågor om bl.a. informationsspridning och anmälningsförfarande, eventets relevans för målgruppen, deltagarnas förväntningar inför och nöjdhetsgrad efter arrangemangen.

Målgrupper vs aktiviteter

I praktiken visade det sig att indelningen i vilka aktiviteter som är avsedda för vilken målgrupp inte håller i längden. I nedanstående tabell gjorde vi ett försök att synliggöra musikbranschutvecklingens verklighet. Ett utmärkt exempel är att semiproffs deltog i Popkolloen för att få inspiration för de workshops de själva håller i som föreläsare. Ändå var aktiviteten riktat endast till amatörer. Några studenter – som kan kategoriseras som Rookies - från deltagande högskolorna/universitet har insett att nätverkandet är en avgörande del om man vill lyckas i branschen och deltog flitigt i mingelaktiviteter.

Med resultatene fra følgeforskningen ferdig og tilgjengelig samt svaren våre egne feedbackenkäter kan vi konstatera at vi hadde kunnat sikta mykje høgre än vi gjorde. Dvs. arranger flere workshops, seminarier etc. på en mykje mer avancerad nivå utan at det hadde avskräkt vår største medlemsgrupp –semiproffs.

	Amatør	Semiproffs	Proffs
Internationalisering (-føreläsningar, - Internationaliseringsstød)		x	x
Cowrites (Camp Rena I och II, Camp Värmland, Camp Whiz, Camp Örebro, Camp Reunion)	x	x	x
Mässor (Midem, by:Larm, SXSW)		x	x
Mingel	x	x	x
Workshops / Føreläsning	x	x	x
Coachningar (Band Coach live, Band Coach Metal, Band Coach Pitch etc.)	x	x	
Starta eget (Music Business Nights, Bransjekvelder, ekonomisk forening)	x	x	
Externa events (tex. Stim Music Expo, Manifestdagen...)	x	x	x
Digital Marknadsføring	x	x	x
Studentarbeten		x	x
Popkollo/BandCamp (ungdomsaktiviteter)	x	x	

Tabell 9: Målgrupp vs. aktiviteter i verkligheten

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

3.3 Projektets aktivitetsmål

Mål	Antal enligt projektansökan	Resultat	Kommentar
Internationella aktiviteter	12	20	deltagandet vid mässor samt genomfördä möten/resor etc. genom internationelliseringsslöd
Workshops/ Coworks	80	70 (126)	I vissa av dessa 70 aktiviteter ingick flera olika seminarier etc. med egna målgrupper (t.ex. Band Coach Weekend med totalt 33 coachningar, Band Coach Metal med 18 coachningar, ByLarm 2013 med 11 seminarier etc.). Totalt har vi arrangerat 126 workshop-tillfällen.
Band Camp	1	1	
Popkollo	4	7	
Studentarbeten	20	19	
Kartläggningssamtal	150	162	

Tabell 10: Aktiviteter – måluppfyllelse

3.4 Resultat och resultatindikatorer samt effekter

Mål	enligt projektbeskrivning	Resultat R2W	Kommentar
Låtskrivarutbildning (institutionell samarbete)	1	1	
Felles resurssenter fra 2014 (institutionell samarbete)	1	1	Institutioner har fördjupat samarbete för utveckling av branschen, dock inte i formaliserad form av ett resurscenter.
Etablere et internasjonalt kvinnedig låtskrivernettværk (Popkollo)	1	1	Popkollo är ett skyddat namn och koncept. Vi har varit involverade i bildandet av en varaktig Popkolloförening i Arvika som kommer att arbeta med Popkollo-konceptet framöver. De kvinnliga låtskrivare som vi har haft med i projektet redovisas inte separat, då vi anser att det är kvalifikationen som bör stå i fokus inte könnet. Kvinnorna som deltagit i låtskrivaktiviteterna ingår därför i den totala listan. Detta tillvägagångssätt har beslutats av styrelsen och meddelats i lägesrapporterna sedan dess.

Rookie to Whiz finansieras av:





Bidra till att artister/författare etablerer seg i markeder utanför Norden	6 - 10		15	15 artister och/eller författare har genom internationaliseringssköld kunnat utvidga eller stärka sina positioner utomlands.
FoU publikationer	8		2	Som beskrivet i lägesrapporterna, ingår resterande publikationer i en doktorsavhandling vid Högskolen i Hedmark, vilket är i sig ett mera omfattande arbete än enskilda artiklar. De första två artiklar skrevs av Jarle Kristoffersen om utbildningserbjudanden i regionen samt kortutredning angående resurscenter. Båda publicerades på vår hemsida
Fokus: Digital marknadsföring (tidigare: Skandinavisk-kinesisk convention)	1		2	Totalt 4 dagar seminarier med temat: Digital Marknadsförings-seminarier i båda Rena och Karlstad, hösten 2013
Nye företak inom musikk och media	30		13	
Nya arbetstillfällen inom musik och media	40		24	OBS! många av dem är deltids- sysselsättningar
Bistand etablerte företak	30		71	Deltagande företag genom bl.a. studentarbeten, internationaliseringssköld, workshops etc. då våra aktiviteter är planerade enligt önskemål från företagen kommer dessa väl till pass för etablerade företag
Utväder nätverk	fra 900 (idag, läs slutet av IMN) till 1200	+300	1897	
: varav kvinnor	fra 300 (idag, läs slutet av IMN) till 400	+100	577	R2W tar endast ansvar för den egna projektstatistiken, d.v.s. inte för IMN statistik.
: varav män	fra 600 (idag, läs slutet av IMN) till 800	+200	1260	

Tabell 11: Projektets resultatindikatorer

Tabellen ovan kräver i vissa punkter en mera utförlig förklaring än det som rymms i kommentarsfältet.
 Dessa förklaringar ger vi nedan.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun,
 Örebro Kommun och Karlstads universitet

Ad Nya företag:

I alla tre regioner har vi hållit i specifika föreläsningar kring företagandet – dock med olika utgångspunkter. Det berodde på att respektive branschutvecklare hade ansvaret att sy ihop aktiviteter som matchade behoven i det regionala/lokala nätverket.

Vår tanke med det var även att förse R2W-deltagare med lokala kontakter till organisationer och företag som stöttar under etableringsprocessen på orten.

Vår inställning var även att vi skall fokussera på branschinformation och samarbeta med befintliga aktörer i innovationssystemet för att kunna förmedla starta-eget-information till medlemmarna. Attityd konstaterar i sin undersökningsrapport att

"sett till mängden aktiviteter som genomförts och den bredd som genomförts så har ändå medlemmarna fått tillgång till mycket av det mest avgörande faktorerna som ett traditionellt företag handskas med inom ramen för marknadsekonomi. (...) en central del, för åtminstone flera av de nystartade företagen, av Rookie to Whiz varit förmågan att kunna hänvisa vidare till rätt kompetens varit central."



Bild 9: Nätverksmiddag ByLarm 2014

Det tar tid att upparbeta de kontakter som behövs för att kunna hänvisa vidare till rätt kompetens, samt att det måste finnas en förtroendebas och tillit för varandra innan ett samarbete kan ge frukt. Där hade Värmland ett försprång genom personal som jobbade i tidigare projekt och deras kontaktät som fanns kvar. Framförallt Värmlands Kooperativa (som är en del av Coopanion) blev till en uppskattad samarbetspartner för oss då vi ville förmedla

företagsformen ekonomisk förening till banden som en möjlig företagsform. I Värmland lyckades vi att starta en trend med många nya ekonomiska föreningar som består av band. En push längs vägen var säkert också uppmärksamheten vi har fått kring ett band som vann regionfinalen i tävlingen "jakten på det ostartade kooperativet 2012" och kom hem med en 2:a plats i riksfinalen, samt att ett annat känt vämländska band har fått utmärkelsen "årets kooperativ" samma år.

Det blev även tydligt att det finns olika extern styrda strukturer i våra regioner som påverkar målet nystartade företag. I Hedmark utgjorde studenterna en stor del av vår medlemsbas, dock gör deras folkbokföring på hemorten att även deras företag registreras där – vilket i de flesta fall inte var Hedmark fylke. Till det hör även aspekten, att studenterna är generellt sett en målgrupp som inte är mogen än för att starta företag. Vi har valt att endast redovisa företag som har registrerats i våra regioner, då det är dessa man är mest intresserade i.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Överlag kunde vi konstatera att företagandet bland verksamma i branschen är starkare utpräglad i Örebro län, än i Värmland och Hedmark. En ökad kännedom och förståelse för branschen är en grundpelare för företagare att kunna hålla sig i en extrem dynamisk bransch som fortfarande inte har hittat sitt fotfaste igen efter stora förändringar genom digitalisering för några år sedan. Enligt följeundersökningens resultat lyckades vi med det, då 84 % av respondenterna svarar att deras kunskap om branschen har ökat som följd av deras deltagande i projektet, 38 % av dem anser att detta skett i hög eller mycket hög grad. Runt hälften av respondenterna anser att deras kunskap gällande att starta och driva företag ökat till följd av deltagandet i R2W.

Projektet resulterade i ett lägre antal nystartade företag än förväntad, men det vi kan konstatera är att vi har skapat förutsättningar för befintliga företag att utvecklas. Vår inställning var att vi satsar på grundlig information utan att stressa fram nytableringar. Vi har skapat listor över personer och band som har uttryckt intresset för att starta eget och jobbat med dessa under projektets tid. Vid projektets slut har vi inte uppnått målet på 30 nya företag, dock ser vi att förutsättningarna är på plats för att de som är på "vill starta" positionen på vår lista, kommer att göra det också så småningom.

Alla nystartade företag som vi har med i slutrapporten fick fylla i en enkät för att bedöma hjälpen de har fått från oss. På en skala från 1-5 (där 1 står för oviktigt och 5 för viktigt) har fem företag gett oss en 5:a och intygade betydelsen av att ha fått värdefull stöd av Rookie to Whiz. Ytterligare fem angav att samarbetet med R2W var rätt så viktigt (en 4:a på skalan). Två företag bedömde vikten av samarbetet med oss med en 3:a.

Ad Nya arbetstillfällen

Musikbranschen är i hög grad en mångsysslarbransch med långa verkningstider för att lyckas leva på det på hettid. Som verksam i branschen har de flesta flera olika anställningar och därmed oftast lägre sysselsättningsgrader i sin egen verksamhet. Det går inte att bortse ifrån att branschen präglas av enskilda uppdrag och väldigt få anställningar. Antal fasta tjänster på 100 % anställningsgrad är sällsynta. Det återspeglas även i Attityds mätning, där de företagen som har anställt under 2013 har anställt på maximalt 75%.

Bland våra medlemmar i hela regionen är det endast en handfull företag som är i stånd att kunna anställa personer. Ett projekt som R2W kan inte ändra på förutsättningar i branschen. Musikbranschen präglas av frånfall av traditionella tjänster i likhet med generell utveckling av arbetsmarknaden där man går från fast anställning till tillfälligt engagemang. Det betyder i sin tur att nätverkandet är ännu viktigare för rekrytering av nya uppdrag.

Rookie to Whiz finansieras av:



Ad Bistå etablerade företag

Resultatene her viser at vi i høy grad synes å ha nådd ut med interessante og nyttefulle tilbud til aktører som driver egen virksomhet i musikkbransjen. Tilbud som er gitt via prosjektet som f.eks. studentarbeider, internasjonaliseringssstøtte, workshops osv har, som nevnt, vært planlagt og tilrettelagt med utgangspunkt i informasjon og ønsker som er fremkommet gjennom dialog og løpende kontakt med bransjen. Det viser i sin tur at vår strategi med bransjeutviklere, tett kontakt med aktørene i bransjen og systematisk informasjonsinnsamling har fungert slik at vi har kunnet sikre at våre tilbud har vært vel tilpasset for etablerte foretak.

Ad Utvidga nätverket

I lägesrapport #2 har vi beskrivit vår avsikt att använda terminologin "nätverk" och "deltagare" annorlunda än det gjordes i projektansökan.

Det som betecknas som nätverk i ansökan är för oss deltagare i projektet, eftersom det var det man menade med detta begrepp. Vi införde en egen kategori med beteckningen "nätverk" vilket omfattade personer, organisationer, föreningar etc. som har det gemensamma intresse musikbransch. Däremot finns det inga krav för deltagande i en aktivitet för att bli medlem. Dock blev alla deltagare automatiskt medlemmar i nätverket.

Nätverkslistan omfattade vid projektets slut 971 personer och andra intressenter.

Inför ett eventuellt kommande projekt är det däremot önskvärt att rensa i alla våra listor då vissa nätverksmedlemmar har flyttat ifrån regionen eller på annat sätt inte längre är aktiva inom musikbranschen i regionen. En upprensning i medlemsmassan skulle underlättा och effektivisera kommunikationen med nätverket och även öka den procentuella andelen återkommande deltagare.

Över lag är projektgruppen mycket nöjd med antal och diversitet bland medlemmarna i nätverket per i dag. Det finns mycket relevant kompetens bland medlemmarna och vi har även sett att WHIZ-segmentet har haft en markant ökning under projektperioden både vad antal och deltagandet vid aktiviteter angår. Att knyta band med lokal expertis stärker nätverket då de professionella aktörerna visar stor vilja att dela med sig av egna erfarenheter inom nätverket.

De här personerna bidra både med att stärka och utvidga projektets utomregionala närläger och har samtidig hands-on erfarenhet med de utmaningar som finns i korsningspunkterna regional/national/international expansion.

Effekter som inte syns i siffrorna

R2W har under hela projektperioden förespråkat aktivt nätverkande och försökt lägga förhållanden till rätta för att detta ska kunna ske. Genom nätverksmiddagar, eftermingel, branschmingel och introduktioner har vi uppmanad våra deltagare till att ta vara på tillfället och lära känna de andra deltagare och föreläsare. Genom våra avtal med alla föreläsare och ledare har vi även satt till att de

Rooke to Whiz finansieras av:



fanns kvar efter föreläsningen för samtal med deltagare.



Bild 10: En ny låt blir till, Camp Whiz

De flesta föreläsare och campledare har delat ut sin kontaktinformation till deltagarna och uppmunrat till att ta kontakt för följdfrågor eller feedback.

Genom projektets gång har vi upplevd en markant ökning av nätverkande och effekterna har inte uteblivit.

Under finns ett axplock av nätverkseffekter, flera andra effekter av projektet som inte syns bland resultatsiffrorna finns med i de 11 tägesrapporterna vi lämnade in.

Banden Matanzick (N) och in Spite (S)	Inleddes ett samarbete om gemensamma spelningar för att utöka territoriet och aktionsradie	Band Coach Live
Linda St. och Jonas L.	kommer båda från Örebro men visste inte om varandra. Skriver nu ihop varje vecka	Camp Whiz
Tony S (N) och Niclas Molinder (Campledare)	är i dialog om samarbete i framtiden	Camp Örebro
Frida G, Mathias S, Anders N	låtskrivare som arbetar tillsammans efter sammankoppling av branschutvecklare	
Jon H (S) och Berit Ivar D.(N)	har fått en låt signerad till Warner Chappell som de skrev på ett av våra camps. Genererar inkomst i framtiden.	Camp Värmland
Bandet Vidar	Uppmanades till kontaktskapandet vid Live at Heart, mötte nuvarande manager och har sedan dess, spelat för Paul Simon på Polarprisgala-festen, spelat in skiva med Anna Ternheim i Woodstock vilket är ett bra utgångsläge för skivan med en kanon producent och känd artist.	Live at Heart
Anne I. och Anita Halmøy Wisløf	gjorde ett bokningsavtal vid sidan av ett mingeevent	Live at Heart
Coachen Simon Fuellermann	Jobbar med några av banden han träffade på Band Coach Metal – gör sitt kontaktnät tillgängligt. Det är i nuläget konfidentiellt vilka band det handlar om.	Band Coach Metal
Popkolloförening Equalize Music i Arvika	kommer att arrangera flera Popkollo framöver och	

Rookie to Whiz finansieras av:

	varaktig förening har bildats	
Stina S.	fick kontakt med Anders Bagge och är i en pågående dialog med honom angående studiopraktik	Stim Music Expo
David E och Gustav Y	har startat ett samarbete efter sammankoppling av branschutvecklare	
Bobby Sant (artist)	fick vid Band Coach Weekend pushen att skaffa sig en manager. Managern har sedan dess styrts upp flera kamärframsteg såväl i SE som internationellt ihop med Bobby. Bobby Sant fick kontakt med House Of Songs under Live at Heart. Reste sedan över med Internationaliseringsskörd från Rookie To Whiz. Har sedan turnerat både USA och Japan som ett direkt resultat av resan.	Live at Heart / Internationaliseringsskörd
Stephan E	äkte till LA med Internationaliseringsskörd och skrev låtar med bland andra Andreas Carlsson. Låten är nu utgiven med en stor Koreansk artist. Genererar inkomst till Stephan.	Internationaliseringsskörd
Glimt TV (regional TV kanal)	fick utökat kontaktnät till musiknäringen och utövare för reportage och intervju framöver.	Musikbranschminnet
Karlstads universitet, Högskolen i Hedmark, Musikhögskolan Örebro	Institutionellt samarbete, koordination av utbildningar och framtidens forskning inom musikindustrirelaterade ämnen	

3.4.1 Mätmetoder

Alla aktiviteter, projektspecifika resultat samt övergripande indikatorer har förts i det ärvda registret från Innovation Music Network-projektet. Vi kan endast ta ansvar för siffrorna som kom till stånd under Rookie to Whiz-tid, det gäller framförallt antal deltagare (betecknat som nätverk i projektansökan – se även punkt ovan ad utvidga nätverk).

Dessa listor är en översikt över alla deltagare i aktiviteter inklusive information vilka aktiviteter personen har deltagit i, samt vilken målgrupp de tillhör. All information fördes över manuellt från anmälningssystemet (deltagarlistor) via vår hemsida, där deltagarna fick ange namn, födelsedatum och företagsnamn vid registrering. Där ligger även osäkerheten, då vi tog den informationen som angavs där.

Rooke to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Nya företagsetableringar samt tillhörande sysselsättningsgrader har mäts och kvalitetssäkrats genom en avslutande enkät de nyblivna företagarna har fått fylla i. Där fick de även bedöma R2W-betydelse för start av företag, samt på vilket sätt vi hjälpte till.

Nätverkslistan utgjorde grunden för våra utskick om kommande aktiviteter etc. Där fördes såväl deltagare samt personer som uttryckte intresse i att få information – genom att ta kontakt med oss på något sätt.

4 Indikatorer

I detta kapitel redovisas de övergripande indikatorerna. Vissa av dem har vi uppfyllt, medan andra inte uppnåddes.

Projektet Rookie to Whiz är en direkt följd av projektet Innovation Music Network (IMN) och bygger på viktiga element ifrån IMN. Inte minst när det gäller deltagare. I tabellen redovisas därför också de samlade siffrorna som angivna i projektansökan. Efter många år av musikbranschutvecklingsprojekt är det självklart att många personer redan har involverats tidigare. Uträkningar av vår delagarförteckning visar att 147 kvinnor och 284 män bland alla deltagare är nya unika deltagare. Dvs de har endast deltagit i Rookie to Whiz och inte i tidigare projekt.

Nytt för R2W statistikföring var även att vi började samla in uppgifter om födelsedag för att kunna säkerställa unika deltagare. Delta visade vara svårare att få dessa uppgifter från norska deltagare än de svenska, då man i Norge är betydligt mera restriktiv med vilka uppgifter om sig själv man lämnar ut.

På grund av de ändrade förutsättningarna för studentutbyte med svenska universiteter og høgskoler (universitet/høgskoler måste numera köpa platser hos andra universitet om det ligger utenfor samarbeidsavtaler som f.eks. Erasmus avtaler) kom ett planerat studentutbyte mellan Høgskolen i Hedmark og Musikhøgskolan i Ørebro inte till stånd. Dette har så langt vært kostnadsfritt for studentene siden det er en del av den obligatoriske studieplanen, og dermed ikke er et frivillig tilbud om utveksling slik det oftest er, f.eks. i Erasmus programmet etc. Kostnadene ble en avgjørende faktor varför utbytet ikke kom till stånd.

Dette kan sies å være del av en mer prinsipiell problematikk. F.eks. har Høgskolen i Hedmark i flere år hatt samarbeidsavtale om utveksling av studenter (ett semester) på Ba Musikkproduksjon til Høgskolen Dalarna. Denne ordningen kom i stand i regi av tidigere prosjekt (IMN) når studiet ble utviklet, og har ligget fast i studieprogrammet for Ba Musikkproduksjon. Tilbuddet har vært kostnadsfritt for studentene og høgskolen frem til studieåret 2012-2013.

Rookie to Whiz finansieras av:



Detta bör tas hänsyn till, då målet med att studenter som studerar delar av sin utbildning i det andra landet skreva in i projektet när förutsättningarna var annorlunda än de är idag.

På grund av det uppfyller vi inte målet vid projektets slut, men vi har fört samman högskolorna för samtal. När resultatet av samtalet mellan högskolorna är klar så småningom, så är detta ett stort steg för utvecklingen av musikbranschen i regionen och kommer att vara ett varaktigt resultat.

På ett möte mellan högskolorna deltog Patrik Larsson (dekan), Gunnar Kardemark (prodekan), Carina Hauge-Rouass (prefekt), Hans-Åke Karlsson (vitenskapelig ansatt) och Carl Utbult (vitenskapelig ansatt) fra KAU deltok sammen med Trond Scheistreoen (instituttleder), Ola Haampland (vitenskapelig tilslatt), Rune Johannessen (vitenskapelig tilslatt), Lisbeth Dahl Berglund (prosjektleader Rookie to Whiz) og Kristin Stevik (prodekan studier) fra HH. Tema for møtet var samarbeid om musikkrelaterte

utdanninger med bakgrunn i at man gjennom Rookie to Whiz har sett at KAU (Musikhøgskolan) og HH (Avdeling for økonomi- og ledelsesfag) har noen komplementære studielibud relatert til musikk, hvor begge parter vil kunne styrke sitt studielibud gjennom samarbeid. I møtet kom man frem til følgende

1. Fagmiljøene foreslo å jobbe videre med en løsning hvor
 - KAU videreutvikler sitt næværende studielibud innenfor låtskriving til et fulltidskurs på campus (60 høgskolepoeng). Vårterminen (30 høgskolepoeng) kan da tilbys studenter fra HH som den fjerde terminen på Ba i musikkproduksjon.
 - HH tilbyr en termin (30 høgskolepoeng) med bransjekurs fra Ba i Music Management til studenter fra KAU.
 - Det vurderes nærmere om det også er mulig å tilrettelegge for at studenter fra HH kan ta fordyppning i enten lydproduksjon eller musikkteori ved KAU med utgangspunkt i eksisterende kurs i Ingesund.
2. Man ser også at denne typen samarbeid kan passe godt inn som evt del i en ny INTERREG-søknad. Det er likevel viktig å se samarbeid som et virkemiddel og ikke et mål, og at tiltaket settes inn i en større helhet. I den forbindelse kan det nevnes at det nye INTERREG-programmet har fokusområder som blant annet internasjonalt samvirke og små og mellomstore bedrifter viktig.
3. Fagmiljøene fikk fullmakt til å jobbe videre med de foreslalte løsningene høsten 2013, slik at tilbuddet kan vurderes iverksatt fra våren 2015.

Icke planlagda resultat som tangerar indikatorerna

Utöver det har projektet även initierat diskussioner om forskningssamarbete mellan de involverade akademiska lärosätten och ett flertal möten har ägt rum. Som en del av den initierande processen arrangerade vi under branshmässan by:Larm 2014 i Oslo ett antal forskningsrelaterade seminarier.

Rookie to Whiz finansieras av:



med syftet att lyfta fram olika forskningsfält, men även att föra samman intresserade personer som kan være aktuelle og potensielle samarbeidspartnere for fremtidig forskning.

	Antal enligt projektbeslut	Résultat vid projektslut	Kommentar
Deltagare i projekt			
Kvinnor 15-24 år	300	370	Innefattar även listor vi tog över från föregående projekt. Vi införde dock registrering av födelsedatum för att kunna säkerställa siffror med unika deltagare.
Kvinnor yngre än 15 eller äldre än 24 år	100	207	
Män 15-24 år	400	635	
Män yngre än 15- äldre än 24 år	400	617	
Deltagande företag			
Kvinligt ägd	20	20	Företagare som angott sitt företagsnamn vid registrering till workshops etc, samt företag som deltog vid mässor mm
Manligt ägd	90	93	
Mixat ägd	40	19	
Resultatindikatorer			
Antal formella gränsenhinder som projektet bidrar till att undanröja	0	0	
Antal undanröjda upplevda gränsenhinder	1	1	
Antal kvinnor som deltar i gemensamma utbildningar och praktik	300	492	Utfallet baseras på deltagare i workshops, studenter från alla tre lärosätten samt nya låtskrivarkursen inkluderade.
Antal män som deltar i gemensamma utbildningar och praktik	600	1022	
Antal kvinnliga studenter som studerar del av sin utbildning i det andra landet	10	0	Det råder ändrade förutsättningar sedan projektansökan när det gäller studentutbyte. Vi har dock jobbat för en varaktig lösning mellan Högskolen i Hedmark och Karlstads universitet som kommer att gälla från vårtermin 2015 och omfatta studenterna på Music Management och den nyetablerade låtskrivarutbildningen "Musikproducent, låtskrivare och entreprenör".
Antal manliga studenter som studerar del av sin utbildning i det andra landet	10	0	
Antal nyetablerade och vidareutvecklade gränsöverskridande kluster	2	2	Arbete med vidareutvikling av det grenseoverskridende klyngelinitiativet for en musikk klyngje i Värmland og Hedmark, (som startet med Mjøskryss og IMN), med utvidelse til Ørebro län. Nyetablert klusterinitiativ i Ørebro med utgangspunkt i Rookie to Whiz, Studiefamjandet, Universitetet i Ørebro og musikkbransjen i länet.
Etablerade institutionella samarbeten	1	2	Forskningsssamarbete och utbildningssamarbete mellan högskolorna i regionen.
Nya och vidareutvecklade metoder för stads- och landsbygdsutveckling	0	0	

Tabell 12: Projektets indikatorer

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet

5 Projektets påverkan på de genomgående (horisontella) kriterierna

5.1 Gränsregionalt mervärde



Bild 11: screenshot från Matanzicks facebooksida

Band/artister

Ett viktigt fokus för projektet har varit att skapa mötesplatser där gränsöverskridande samarbeten kan uppstå. Det finns ett tydligt mervärde i utväxlingen av kunskap och kontakter m.m. över gränsen. För band och artister kan det handla om en utvidga sitt territorium över lands- och regionsgränsen och på så sätt potentiellt utöka sin publik och marknad.

Ett exempel på detta var ett samarbete som uppstod mellan banden Matanzick (N) och In Spite (S) efter att ha mötts under Band Coach Live. Banden har i efterhand genomförd ett antal gemensamma

konsserter i Norge och Sverige och genom det öppnat hemmaterritoriet för varandra.

Låtskrivare

Aven för låtskrivare har det visat sig vara fruktbart med gränsöverskridande samarbeten genom deltagandet i Rookie to Whiz arrangemang och workshops. Flera samarbeten över såväl regions- som riksgräns har inletts.

Flera nya låtskrivarkonstellationer har uppstått genom våra låtskrivarcamps som beskrivs i kapitel 3.

Utöver det har det skapats en studiecirkel och ett låtskrivarnätverk på facebook under namnet "Seeds of R2W" som arrangerar sitt första oberoende låtskrivarcamp under första halvår 2014 i Karlstad. FB-gruppen består av medlemmar från alla projektets regioner; Hedmark, Värmland och Örebro.

Utbildningssamarbete – Institutionellt samarbete över gränsen

Vid projektets slut finns det uttalade planer och samtal kring kurs- och studentutbyte mellan Högskolan i Hedmark och Karlstads Universitet avd. Musikhögskolan Ingesund.

5.2 Bättre miljö

Prosjektet har i stor grad vært avhengig av en del reising, men det har vært stort fokus på samkjøring der dette er mulig å gjennomføre i praksis. Samkjøring i bil har vært en forutsetning for å få dekket

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

reise, ellers har vi oppfordret våre medlemmer til reise med kollektivtrafikk når dette har vært mulig.

På svensk sida har man för att reducera miljöpåfrestelserna vald att, i huvudsak, transportera deltagarna i minibussar och buss. Vi har även använt tåg för att transportera deltagarna där detta har varit möjligt. Ex. vid flera arrangement i Stockholm.

För projektgruppens framgång har vi märkt att de personliga möten har stor betydelse, då vi lärt känna varandra och har möjlighet att utbyta tankar och idéer under några timmar. Dessa fysiska möten förorsakar dock miljöpåfrestningar i större grad än virtuella möten skulle göra. För avstämningar och korta möten har vi i hög grad använt oss av IT-telefoni via Skype.

5.3 Jämställdhet mellan kvinnor och män

Musikkbransjen är en männdominerad bransje i mange ledd, där kvinnor er mer representert i apparatet runt, så som i administrasjon og innenfor management- og eventproduksjon. Det finnes også en del kvinner innenfor singer/songwriting, låtskriving og som soloartister, mens kvinnor som teknikere (lyd, lys, scene og backline) og kvinnor som utevere i band er det færre av.



Bild 12: Popkollo Örebro med Idde Schultz

Det var planerat att öka andelen kvinnor som deltar i projektet. Det visade sig dock svårare än vad vi trodde, framförallt på nivån professionella aktörer. Tittar man på Lex, TONO:s och Stim:s (representerar upphovsmän i Norge resp. Sverige) medlemmar, så är 80% av dessa män i båda länder vilket vi ser som en stark indikator på att det krävs mer för att kunna initiera en förändring i branschen än att ha det som en del i ett projekt. 30% av alla deltagare i projektet var kvinnor, målet låg på 35%.

Vidare har vi genom projektets gång medvetet valt att fokusera på personen och kvalifikation hos föreläsare och inte på kön.

Erfarenhet genom projektet visar att kvinnor ställer högre krav till information inför en ett arrangemang för att bättre kunna ta ett övervägt beslut kring sitt deltagande.

I Rookie to Whiz har vi lagt mycket vikt vid just informationen kring och inför arrangemangen, allt från utförlig information om föreläsare, detaljerad program för evenetet samt utförlig information kring så väl resa som boende. Detta kombinerad med det generella bemötandet har gjort att vi har upplevd en viss ökning av kvinnligt deltagande och ökande andel av återkommande deltagare.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

Generellt har branschen över lag sett en positiv ökning av andelen kvinnor de senaste åren i framträdande positioner inom musikbranschen när fokusen saktar men säkert flyttas från kön till person, kunskap och prestation. Vi menar bestämt att detta har en väldigt positiv effekt på branschen i alla led och i synnerhet för professionalismen och seriösiteten inom branschen.

5.4 Etnisk mångfald och integration

På samma sätt som inom området jämställdhet har projektet här fokuserat på person och gemenskap framför etnicitet, social tillhörighet och eventuella funktionshinder.

Vi har jobbat för att projektet ska vara inkluderande genom att överföra våra projekttagares värdergrunder i vår operativa verksamhet samt fokusera särskilt på minoritetsgrupper i marknadsföring av våra aktiviteter. Detta bl.a. via metoder som vi tagit till oss från vårt medverkande på utbildning inom marknadsföring mot minoritetsgrupper (Crossing Boarders).

Vi försökte i möjligaste mån att arrangera arrangemangen kostnadsfria för deltagarna, då musiken ofta är en hobby till att börja med och antal pengar man kan spendera är begränsade. Detta gäller framförallt, men inte enbart, de yngre. På det viset tror vi oss ha säkerställt att alla kan delta oavsett socioekonomisk bakgrund.

Vi har även försökt att ta hänsyn till inkludering även när det gäller urval av förtäring. Vid arrangemang där vi bjöd på mat och dryck, fanns ett matutbud som inte exkluderar någon grupp, var sig allergier, vegetarianism eller religiös övertygelse m.m.

6 Informationsinsatser och skyllning av projektet

6.1 Kommunikation med målgruppen

Information om projektets verksamhet har mestadels spridits via digitala kommunikationskanaler. Vi har bedrivit en hemsida, där även alla anmälningar kunde genomföras - undantag gjordes för aktiviteter där vi behövde mer förhandsinformation om deltagarna, så som ljudfiler, band/artistbeskrivningar och dylikt.

Annars har hemsidan fungerat som kanal för information med längre "hållbarhetstid".

Dagsaktuella omväärdsbevakningar samt uppmaningar till deltagandet vid våra aktiviteter har postats på facebook. Dessa inlägg fördes per automatik över till Twitterflödet.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.



Bild 13: Screenshot www.rookietowhiz.com

Vi har även testad att driva en blogg, för information som var för omfattande för hemsida eller facebook. Det har dock visat sig relativt snabbt att vi inte hade resurser för att klara av att uppdatera alla kanaler som sig bör.

Vår facebooksida har i skrivande stund drygt 400 medlemmar.

Ett återkommande önskemål från personer i nätverket har varit en offentlig tillgänglig databas, där medlemmarna kan hitta varandra och erbjuda och söka tjänster hos varandra. En idealisk sådan lösning ryms dock inte i nuvarande projektbudget. Vi har funderat länge på hur vi kan hitta alternativa lösningar som skulle kunna fungera.

Till sist valde vi att använda Facebook som ett test, trots de negativa aspekterna som följer med detta val. Gruppen är beroende av företagets utveckling såväl i popularitet som i det tekniska. Samtidigt exkluderar vi mäniskor som av olika anledningar inte vill vara del av Facebook. I längden behövs alltså ett system som ägs av oss själva, där vi kan bestämma och anpassa utvecklingen efter behov.

Erfarenheten har även visat att den direkta kontakten via telefon - ibland även sms - fungerar bäst. Trots allt har vi skickat ut elektroniskt nyhetsbrev med information om kommande aktiviteter och följe sedan upp med telefonsamtal till personer vi genom kartläggningssamtalen visste, är intresserade av vissa ämnen.

Rookie to Whiz finansieras av:



I djupintervjuerna som Attityd i Karlstad AB har gjort med ett antal medlemmar i näverket kom det fram att projektgruppen

"upplevs generellt sett som tillgängliga och lyhörda. Respondenterna är överlag mycket tacksamma för den proaktiva kommunikationsmetod som används där projektet tagit initiativ till kontakt och matchning mellan aktörer och evenemang".

Vidare så har respondenterna understrukt att vi i vår kommunikation *"aldrig har varit påtvingande, samt att kommuniken har skett på ett ärligt och tillmötesgående sätt"* 5

En lärdom är även att vi i fortsättningen inte behöver satsa på tryckt material i form av en broschyr. Det synes som en bedre lösning hadde varit att dela ut användbara give-aways i form av tex. anteckningsblock och pennor vid föreläsningarna.

Som inledning till våra aktiviteter har vi alltid berättat vad Rookie to Whiz är och hur vi finansieras. Utöver det har det naturligtvis alltid funnits roll-ups och/eller beachflaggor med logotyperna uppställda. Finansieringen har även framgått på de tröjorna vi tog fram, vilka vi hade på oss vid våra arrangemang för att underlätta för människorna att känna igen projektets personal.



Bild 14: Tröja till R2W-medarbetare

⁵ Rookie to Whiz - en rapport för Rookie to Whiz av Attityd i Karlstad AB, februari 2014

Rookie to Whiz finansieras av:

Dekaler

Samtliga projektkontor (Karlstad, Örebro, Rena) har försedds med dekaler.

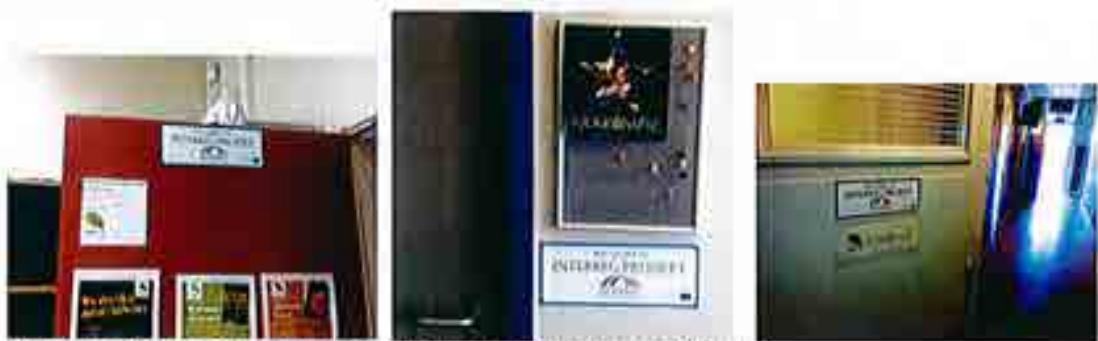


Bild 15; Dekaler på dörren till kontorslokaler i Karlstad, Rena och Örebro

6.2 Extern kommunikation

Spridning av projektets innehåll gjordes inte minst genom affischering på platser där målgruppen trafikeras ofta. Bland annat i Studiefrämjandets lokaler och musikaffärer i tätorterna.

Aven om vi inte har fått gehör så ofta som vi har önskat, så var pressmeddelanden en viktig del i kommunikation med allmänheten. Det resulterade i ett antal radio- och Tv-intervjuer och inte minst tidningsartiklar (även på nationell nivå) och blogginlägg. Samtliga omnämningar i medier har vi samlat på vår hemsida och bifogad till respektive lägesrapport. En samlad översikt framgår ur tabellen nedan.

2014	
mars	Studio & liv#3: Vägen till rätt utbildning (sida 43) Om satsningarna på Musikhögskolan Ingesund, med bl.a en ny studio och utbildningen Musikproducent, låtskrivare och entreprenör som kommer att erbjudas även på heltid framöver. Utbildningen togs fram i samarbete med Rookie to Whiz. Artikel tillgänglig online mot betalning.
26 februari	p3.nu: Kampen för festivalväresen Om paneldebatten kring framgångsfaktorer för festivaler som R2W arrangerade under By:tarm 2014 i Oslo
27 februari	Radio P4 Värmland: Leena har skrivit avhandling om Arvikafestivalens betydelse Om paneldebatten på By:tarm 2014 kring festivalens betydelsen för regionen
14 februari	Närkes Allehanda (NA): Örebroare speeddejtar skivbolag Om R2W-modellmännen som fick möta A&R på Warner Music på Alla Hjärtans Dag. Artikel tyvärr inte tillgänglig online.
30 januari	Radio P4 Värmland: Värmländsk musik på export Om värmländskt deltagande på branshmässan Midem i Cannes och projektet Rookie to Whiz. Per Lidén och Anna Damms berättar.

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

2011	
31 oktober	Radio P4 Värmland : Höstlovskollo för tjejer i Arvika. Rookie to Whiz stötte föreningen Equalize Music i arbetet med att arrangera ett Popkollo
sept-okt	Twitterlöde under #r2wdm_ reaktioner från seminariet om Digital marknadsföring med Music Ally
19 oktober	Blogg: NWT - Carin Coach : Spännande Skolbank. Om seminariet Digital marknadsföring med Music Ally.
18 oktober	Blogg: NWT - Angelicas mode : Kurs i digital marknadsföring. Om seminariet Digital marknadsföring med Music Ally
26 augusti	Hamar Arbeiderblad : To ganger workshop Om våra två workshops på årets Tangen Rock. (artikeln finns tyvärr inte tillgänglig online)
11 juni	Blogg: DrevelljPment : Ett år med Det företagsamma Värmland. Rookie to Whiz omnämns som aktör i stödsystemet som DIF har haft samarbete med.
juni	NF Näringsliv: Viktigt att ta rätt beteende i musikbranschen Artikel om föreläsningen om upphovsrätt i regi av SKAP / STIM. Artikeln finns tyvärr inte tillgänglig online.
maj	Närkes Allehanda: Band från tånet får coaching av experter Notis om Band Coach Metal som arrangerades den 24 maj i Örebro. Artikeln finns tyvärr inte tillgänglig online.
18 april	Hamar Dagblad : Musikens mangler mot. Väg å satse på musikken! intervju med Katrine C. Fredheim från R2W om musikbranschutveckling inom projektet
april	NF Näringsliv (bilaga): Rookie to Whiz får medvind och står som "exempel hur samverkansteknikerna står igenom (...) och skapa fungerande företag genom nätverkande och utbildning." Bilagan finns tyvärr inte nedladdningsbar på webben.
22 mars	Radio P4 Värmland : Vidar får genombröft genom Paul Simon intervju med bandet Vidar om saker som händer i framtiden. Tack Emma, Tuva och Maija att ni nämner Studiefrämjandet/Rookie to Whiz som hjälpt längs vägen!
mars	Magasin Livsstil Värmland III : Vidar hyllas av Paul Simon Magasinet belyser värmländskt musikliv med VIDART som exempel. Det finns även notiser om lätskrivarkursen, värmländska lätskrivares framgångar i världen, Projektet i sig och mycket mer. Från sida 41 i magasinet och framåt
16 mars	Hamar Arbeiderblad : Musikbransjkveld om Rookie to Whiz branschkvällar för blivande företagare i musikbranschen i Hedmark.
februari	Blogg: Rena Music and Media : På nya eventyr med Rookie to Whiz Om studenternas deltagande på ByLarn och föreläsningen om att skriva låtar för den internationella marknaden med Tim Larsson från Play Production
2012	
december	Värmland.se : Rookie to Whiz om projektets stöd till etablerade och blivande företag i musikbranschen.

Rookie to Whiz finansieras av:



4 oktober	SVT Värmlandsnytt : Populär kurs för låtskrivare Reportage från första träffen inom kursen "Musikproducent, låtskrivare och entreprenör" som är ett samarbete mellan Karlstads universitet och Rookie to Whiz
2 september	Karlstads universitet hemsida : Hur utveckla musikbranschen? Om paneldebatten "Export Music Värmland?" med lokala, regionala och nationella politiker samt företagare från branschen
8 september	Radio P4 Värmland , eftermiddag: Stort intresse för nya låtskrivarkursen intervju med Carl Utbult och Emil Rehnström om låtskrivarkursen och "Export Music Värmland?"
6 september	Nya Wermlands Tidningen (NWT) : Värmländsk musik på export Om arrangemanget "Export Music Värmland?" den 5 september på Karlstad CCC.
7 juli	Ringkäfer bland / Gälltendagen : Gitarrist för fremtiden om en deltagare på Band Camp i Hamar
5 juli	Radio P4 Värmland : "Vi tar hit branschen" om Band Coach Weekend
28 juni	Hamar Arbeiderblad : Vellykket start på Hamar Music Festival om Band Camp i samband med Hamar Music Festival
26 juni	Hamar Arbeiderblad : "Talenter på BANDcamp" om Band Camp i samband med Hamar Music Festival
21 juni	Karlstads Tidningen : Artister och band coachas under festivalhelgen om Band Coach Weekend i samband med Putte i Parken. Ladda ned artikeln och titelbladet .
Juni	YouTube : om Band Camp i Hamar i samband med Hamar Music Festival
Juni	STIM-Magasinet #2/2012 (nationell distribution till alla Stim-anslutna): Plugga till producent i Karlstad (inte tillgänglig online) om låtskrivarkursen "Musikproducent, låtskrivare och entreprenör"
Juni	Cirkeln 3/2012 (nationell distribution inom Studiefrämjandet): Producent på distans om kursen Musikproducent, låtskrivare och entreprenör - utvecklad i samarbete med Karlstads universitet
19 april	Nya Wermlands Tidningen (NWT) : Utbildar du morgondagens hitskåre? intervju med Carl Utbult som ansvarar för Rookie to Whiz- låtskrivarkurs i samarbete med Karlstads universitet
04 april	Värmlands Folkblad (VF) : Ny utbildning kan bli en hit Om låtskrivarkursen som tas fram i samarbete med Karlstads universitet
20 mars	Musikindustrin : Låtskrivarkurs på Karlstads universitet
20 mars	Högskolen i Hedmark, musikk- och mediamiljö : Låtskrivarcamp @Rena Studenter på utbildningen Music and Media på Högskolen i Hedmark skriver om låtskrivarcamp med Carl Utbult

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

14 mars	Radio P4 Värmland: om lätskrivanutbildningen
12 mars	Värmlands Folkblad: Idde Schultz ledde lätskrivarkurs om lätskriveworkshops för kvinnor (Popkollo) med Idde Schultz
10 mars	Näckes Allehande (NA): Här skrivs på ackord (inte tillgänglig online) om lätskriveworkshop för kvinnor (Popkollo) med Idde Schultz
06 mars	Radio P4 Värmland: Intervju om lätskriveworkshops i Karlstad
februari	Tryck Värmlands Nöjestidning, februari, sida 36: Späckad Festival för Systerskap
19 januari	TV 4 Värmland: om lätskrivanutbildningen på Karlstads universitet (instag inte längre online)
2011	
7 oktober	Nya Värmlands Tidningen (NWT): Fredrik Kempe tipsar om lätskrivande
11 april	Värmlands Folkblad (VF): 21 miljoner i "återbäring" från EU via Interreg om att Rookie to Whiz har blivit beviljad.
25 feb	P4 Värmland: Musikprojekt stödjas med 1,7 miljoner kronor

Tabell 13: Översikt Rookie to Whiz i media

Nätverksmedlemmarnas egna kommentarer är även en viktig del i informationsflödet till allmänheten genom sina inlägg på Lex, Facebook och Twitter om Rookie to Whiz som blir sett av deras kontakter.

Projektet dokumenterades även genom film och foto. Två filmer av dokumentarfilskaraktär har framställts och publicerats på projektets blogg som nås bl.a. via hemsidan.

Bilaga 2: USB-stick med två dokumentarfimer (endast till finansiärer ≥500 000 SEK/ NOK)

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.

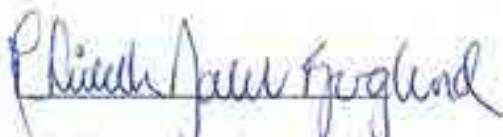
7 Underskrifter

Karlstad, 31 mars 2014



Anna Damm, projektledare SE

Rena, 31 mars 2014



Lisbeth D. Berglund, projektledare NO

Rookie to Whiz finansieras av:



samt Region Värmland, Regionförbundet Örebro, Hedmark Fylkeskommune, Arvika Kommun, Karlstad Kommun, Örebro Kommun och Karlstads universitet.