

SLUTRAPPORT

MUSIC INNOVATION NETWORK INNER SCANDINAVIA



Deltagare på Camp Ingesund 2016 med Linnea Södahl från Ten Music Group som coach.

September 2015 – Augusti 2018

Ett EU-finansierat Interregprojekt mellan Karlstads universitet, Høgskolen i Innlandet och Studieförbundet inriktat på forskning, utbildning & musikbranschutveckling



HÖGSKOLEN
i INNLANDET

Studieförbundet
främjandet

imins
MUSIC INNOVATION NETWORK INNER SCANDINAVIA

HEDMARK
FYLKESKOMMUNE

ARVIKA KOMMUN

Region
Värmland

Interreg
Sverige-Norge
Europeiska regionala utvecklingsfonden



SAMMENDRAG

Music Innovation Network Inner Scandinavia (MINS) har genom gränsöverskridande samarbeite i Inre Skandinavien gjennomført riktade insatser for å skapa de bästa förutsättningarna for en en hållbar och konkurrenskraftig musikbransj som bidrar till en økonomisk sterk region og attraktiv livsmiljø. Musikbransjen både leder og utmanas av digitaliseringen, vilket innebär att musikmarknaden är i kontinuerlig förändring. Bransjen är därför i stort behov av att forstå, tolka og møta de förändringar som digitaliseringen innebär. Det ställer krav på ny kunnskap, utbildningar i framkant, fortbildning og møtesplatter for erfarenhetsutbyte og nätverkande. MINS har under tre år arbeitat aktivt for å møta opp mot dessa behov gjennom gränsöverskridande samarbeite for å hantera bransjens utmaningar i gränsregionen. I vårt arbeide har vi utnyttet området's vilande potential og arbeitat for å undanrøya gränshinder, utnyttet og fokusera gränsregionens samlede resurser samt overbrygge landsgränserna. Dette har vi gjort gjennom prosjektets mål og aktiviteter innenfor forskning, utbildning- og bransjutveikling samt nettverksaktiviteter.

Prosjektet ligger innenfor innsatsområdet "Innovative Miljøer" og har drivt av tre parter, Karlstads universitet, Høgskolen i Innlandet og Studiefremjandet Örebro-Värmland. Karlstads universitet har varit projektägare på svensk sida og Høgskolen i Innlandet har haft motsvarande roll i Norge. Var og en av parterna har bidragit med nyckelkompetenser centrala for projektet og infrastrukturella förutsättningar for langsiktig implementering. Dessa kompetenser har således kompletterat varandra i å møta musikbransjens behov. Gränsöverskridande samarbeite har kenneetknat projektets gjennomförande då vi samverket over nasjonella gränser, mellom vetenskaplige disipliner og overbrygget teori og praktik. Synergier mellom forskning, utbildning og bransj har dermed kommet musikbransjen i stort og den lokale musikbransjen i inre Skandinavien spesifikt till gagn.

Inom projektet har flertallet vetenskaplige studier gjennomført som på ulike sätt tar sig an hur digitaliseringen av populärmusik omvandlar musikmarknaden. Forskningen viser eksempelvis hur lyssnarpraktiker og musikkonsumtion allt mer sammanfaller. Genom digitale tjenester kan lyssnars, eller for den delen anvendes, behov møtas tillika exploateras. Dette skifte framtræder tydeligt i hur musik allt mer distribueras via spellister än via album. Ett mer subtile eksempel på hur musikbransjen anpassar sine erbjudanden till menneskers vardagspraktiker är låtlistor som relaterer till vad vi gjør (ex. trener, studenter, har en romantisk middag). I dette nye "paradigmet" genereres store mengder data, og det oppstår et nytt behov for kompetanse i bransjen, - det man gjerne kaller "Big data analytics" slik at tjenestene kan tilpasses marked og lytterbehov. Dette viser på hur musikbransjen har skiftet fra *varulogik* till *tjenstelogik*. *Varan* (ex CD eller LP) är passé og istället utveiklar bransjen ulike typer av musikkbaserte *tjenster*. Det framtræder også i hur musikindustrien ser sociale medier som en del av sin arena. Där binds musiktjenster og publik samman. Närvaro på sociale medier är dermed en regel for dagens artister där fansens engagemang är en tillgang for markedsføring og varumærkesbygging. Musikbransjen har medvetne strategier for å stimulere fans å skapa markedsføringsmateriale, røya sig over ulike medieplattformer og fungere som distributører. Här har det skett en forskjutting där tjenester legges på fansen som en form av gratisarbeite. Ovanstående beskrivne förändringar har medført att musikbransjen åter genererer inntækt og har lyft sig ur tidige 00-tallet's økonomiske kris. Dock är det tveksamt om det medført några større økonomiske förändringar for musikbransjens utøvere. Även om nettet gjør det å nå en publik, "crowd-sourca" og verka globalt, kræver det stort engagemang og mycket obetalt arbeite. Dessutom har verksamma inom populärmusik få muligheter till offentlig stød i relation till mange andre kunstnerlige uttrykk, då det här finns ett antagande att musikkaktører kan verka på samme premisser som andre typer av foretak. Sammantaget legger den forskning som bedrivt inom projektet grunden for den nu etablerte forskningsmiljøen Music Business Research Center ved Høgskolen i Innlandet.

Forskningen underbygger vikten av ulike typer av stød till dagens musikkaktører og att det finns behov av utbildningsutveikling, kompetenshøgende aktiviteter og muligheter till nettverkande. Därmed har Karlstads universitet utveiklet *Musikkproduktionsprogrammet* som ger en kunstnerlig høyskoleexamen inom ramen for projektet. Utbildningen har innslag som sker i samarbeite med Høgskolen i Innlandets Artist & Repertoire-utbildning (A&R) i Music Business (Bachelor), utøvere att det sker terminsutbyten lærosätena emellan. Høgskolen i Innlandet har under projektets gang knuttet till sig musikbransjens store aktører og tillsammans har det utveiklet kurser anpassede till musikbransjens kompetensbehov. Den forskning som bedrivt inom projektet har utgjort kernen i dette utveiklingsarbeite. Internasjonelt finns ett stort interesse av å samarbeite med utveiklingene då kompetensbehovet är globalt. Derfor har også lærosätena etablert internasjonelle kontakter med sikte på internasjonelle utbyten og utbildning på masternivå.

Inom regionen har projektet genomgående genomfört nätverksaktiviteter kopplat med kompetenshöjande aktiviteter. Lokala musikaktörer har fått möjlighet att delta på branschkonferenser/seminarier, möta etablerade aktörer och tränas i att pitcha sin verksamhet. Genom projektets *låtskrivarcamps* har lokala musikaktörer och studenter från respektive lärosätets utbildningar mötts och samskapat under ledning av internationellt erkända låtskrivare. Därtill har kontinuerliga nätverksträffar anordnats som ett lokalt stöttande community som stärkt både individ och grupp. Dessa nätverksträffar har också fungerat som en naturlig arena för att rapportera och diskutera projektets forskningsresultat. Genom forskning, utbildningsutveckling och branschnära aktiviteter har MINS bidragit till ett levande musikliv i Inre Skandinavien med aktiva musikbranschaktörer som befinner sig i ett aktivt internationellt nätverk.

SUMMARY

Through cross-border cooperation in Inner Scandinavia, Music Innovation Network Inner Scandinavia (MINS) has carried out calculated measures to create the best possible conditions for a sustainable and competitive music industry which will contribute to a financially strong region and an attractive living environment. The music industry is a leader in the digitalisation process and at the same time challenged by it, which means that the music market is in constant flux. There is therefore a great need for the industry to understand, interpret, and respond to the changes brought about through digitalisation. This requires new knowledge, cutting-edge education, training, and meeting places for sharing experiences and networking. Over the last three years, MINS has worked actively to fulfill these needs through cross-border cooperation aimed at handling the challenges of the music industry in the border region. In our work, we have harnessed the previously overlooked potential of this region and worked to remove border restrictions, to use and promote the combined resources of the border region, and to bridge national borders. We have done so through project goals and activities related to research, education development, industry development, and networking.

The project is part of the focus area “Innovative Environments” and has been managed by three parties: Karlstad University, Inland Norway University, and the adult education study association Studieförbundet Örebro/Värmland. Karlstad University has been the project owner in Sweden and Inland Norway University of Applied Sciences has had that role in Norway. Each party has contributed key expertise crucial for the project and infrastructure conditions for long-term implementation. These competencies have then been aggregated in order to satisfy the needs of the music industry.

The project has been interdisciplinary throughout, including cooperation over national boundaries, between scientific disciplines, and between theory and practice. Synergies between research, education, and the industry have benefited the music industry in general and the local music industry in Inner Scandinavia in particular.

Within the framework of the project, a number of research studies have been completed which in different ways examine how the digitalisation of popular music transforms the music market. The research shows, for instance, that listening practices and music consumption converge more and more. The needs of listeners, or for that matter users, can be satisfied as well as exploited through digital services. This shift is obvious in the way in which music is increasingly distributed through playlists rather than albums. A more subtle example of the way in which the music industry adapts its offers to people’s everyday practices are playlists that fit our activities (for instance exercise, study, a romantic dinner). Massive amounts of data are generated in this new “paradigm”, and the industry faces a new demand for expertise in what is often called “Big data analytics” which makes it possible to adapt services to the market and the needs of listeners. This indicates that the music industry has shifted from commodity logic to service logic. The commodity (for instance a CD or an LP) is outmoded, and instead the industry develops various kinds of music-based services. This is also evident in the way in which the music industry regards social media as a part of its arena. That is where music services and audiences are connected. Being present in social media is therefore necessary for artists today, and the dedication of their fans is an asset for marketing and branding. The music industry employs deliberate strategies for stimulating fans into creating marketing materials, moving across different media platforms, and serving as distributors. In that sense, there has been a shift as services are farmed out to the fans as a type of unpaid work. The changes described here have resulted in the music industry generating revenue again, having survived the economic crisis of the early years of the 21st century. It is uncertain, however, if this has also meant significant changes in terms of economy for music practitioners. Even though the internet makes it possible to reach audiences, engage in

crowd-sourcing, and operate on a global stage, this requires a great deal of dedication and unpaid work. In addition, people working in popular music are less likely to receive public funding compared to other artists, since there is an assumption that they can operate on the same terms as other types of businesses. Taken together, the research that has been completed in the project constitutes the foundation for the established research environment Music Business Research Center at Inland Norway University of Applied Sciences.

The research highlights the importance of different types of support for people working in music today and that there is a need for developments in education, activities that enhance skills and competencies, and possibilities for networking. To this end, Karlstad University has developed the Music Production Programme which offers a degree in art as part of the project. The programme includes elements that are offered in cooperation with the A&R (Artist & Repertoire) Management programme leading up to a Music Business Bachelor degree at Inland Norway University of Applied Sciences, and in addition to that the two universities offer students the opportunity to do an exchange semester. During the course of the project, Inland Norway University of Applied Sciences has entered into partnerships with the major players of the music industry and cooperated with them to develop courses that are adapted to the competence provision needs of the industry. The research that has been conducted as part of the project has provided the basis for this development work. At the international level, there is great interest in collaboration related to these courses of study since the competence provision needs are global. Consequently, the universities have established international contacts aiming for international exchange opportunities and education at the Master's level.

In the region, the project has continuously offered networking and skills enhancing activities arranged by the adult education study association Studiefremjandet. Local music practitioners have had the opportunity to take part in industry conferences and seminars, meet established industry professionals, and practice pitching their work. Through the songwriting camps arranged as part of the project, local songwriters, artists, and students enrolled in the study programmes of both universities have co-created music material, led by internationally renowned songwriters. In addition, regular network gatherings have taken place and provided a supportive local community to strengthen individuals and groups alike. These network gatherings have also functioned as a natural arena for reporting and discussing the research results of the project. Through research, education development, and industry-oriented activities, MINS has promoted a vital music scene in Inner Scandinavia and an active local music industry who are part of a dynamic international network.

Innhold

SAMMENDRAG	2
SUMMARY	3
BAKGRUNDEN TILL MUSIC INNOVATION NETWORK INNER SCANDINAVIA.....	7
Musikkbransjen i endring – bakgrunn og behov for prosjektet	7
Behov for prosjektet ut fra politiske satsinger og programmer rettet mot kultur og kreative næringer	8
Videreutvikling og konsolidering av etablerte relasjoner og musikkbransjesamarbeid siden 2003	9
MÅLUPPNÅELSE OCH RESULTAT	10
Delmål: Et gemensamt forskningsmiljø innen Creative Industry Innovation med Høgskolen i Hedmark (idag Högskolen i Innlandet) och Karlstads universitet med konkreta forskningsresultat 10	
Delmål: Utvikle og styrke de musikkutdanningene som finnes på respektive universitet/høgskole ut fra forskningsbasert kunnskap og mål om mer attraktive og behovstilpassede utdanninger	11
Delmål: Att utveckla och identifiera innovationer och arbetsmodeller som möter Inre Skandinaviens musikbransch behov för att nå en global marknad	13
Delmål: Att utveckla affärsmodeller som är gångbara för små och medelstora företag inom kreativa näringar	16
Övergripande mål: Et levende musikkliv i Inre skandinavien med aktive musikkbransje-aktører som befinner sig i ett aktivt internasjonelt nätverk	18
Kunnskapshøjande nätverkstræffer - Synergier mellom bransch och studenter	19
Deltagande i branschkonferenser - nätverkande och kontaktskapande med Internasjonell musikbransch	20
Ett levande nätverk som gynnar regionen	21
Konkreta resultat och goda exempel på et levende musikkliv i ett aktivt internasjonelt nätverk	22
PROJEKTORGANISATION.....	24
Prosjekteiere.....	24
Presentasjon av partnerskapet	24
Høgskolen i Innlandet – Handelshøgskolen (tidligere Høgskolen i Hedmark, Campus Rena, avdeling for økonomi og ledelsesfag).....	24
Karlstads universitet – Musikhögskolan Ingesund	24
Karlstads universitet – Medie- och kommunikationsvetenskap	24
Karlstads universitet - Centrum för tjänsteforskning (CTF)	25
Studiefrämjandet Örebro-Värmland	25
Styringsgruppe	25
Prosjektgruppe.....	25
Ansvarsfordelning inom projektgruppen	26
Delprosjektledere	26
Referansegruppe	26

INDIKATORER	27
Kommentarer till indikationerna:	27
GRÄNSÖVERSKRIDANDE EFFEKTER/MERVERDI	28
Erfarenheter från samarbetet	29
DE HORIZONTELLA KRITERIERNA	30
INFORMATION OCH KOMMUNIKATION	31
FÖRANKRING AV PROJEKTETS RESULTAT OCH EFFEKTER	33
AKTIVITETER OCH EKONOMI	34
Ytterligare aktiviteter som tillkommit utifrån behov:	36
SVENSK BUDGET: Uppdelat per aktivitet.....	36
NORSK BUDSJETT: Inndelt per aktivitet.....	37
FÖRSLAG OCH IDÉER.....	38
Vidare behov inom musikbranschen	38
Kreativ forskningskommunikation	38
REFERENSER.....	39

BAKGRUNDEN TILL MUSIC INNOVATION NETWORK INNER SCANDINAVIA

Prosjektet Music Innovation Network Inner Scandinavia ligger innenfor Innsatsområde 1 – Innovative miljøer, og er designet som en støttende organisasjon for innovasjon og utvikling rettet mot kultur/kreative næringer og musikkbransjen spesielt, og mot dennes aktører som helhet.

Prosjektet har oppstått ut fra tydelige behov for forskningsbasert kunnskap og forståelse knyttet til den stadig økende betydningen av tjenestesektoren med digitalisering og økende globalisering i økonomien. Dette er økonomier som dessuten kjennetegnes som typiske «innovasjonsøkonomier» med vekt på utvikling av nye teknologiske dimensjoner. Av spesiell interesse i vårt prosjektet er digitalisering og musikkjenester sett i sammenheng med *opplevelse*. Eksempelvis media, underholdning og musikk, som alle stadig spiller en viktigere rolle for økonomi og verdiskaping, og for regional utvikling i en stadig mer digitalisert og globalisert verden. Fokusområder i prosjektet har dermed utgangspunkt i behov vi har identifisert gjennom tidligere prosjekt og den aktuelle situasjonen bransjen befinner seg i. Hensikten har vært å styrke regionens kultur/kreative næringer og musikkbransjen spesielt gjennom forskning og forskningsbasert kunnskap, utdanning og innovasjon med spesifikt mål om å øke organisasjonenes og foretakenes FoU og innovasjonsevne.

Prosjektets innsatser og delmål har vært rettet mot musikkbransjens og regionens behov for forskning, innovasjon og verdiskaping med utgangspunkt i næringskjeder og forretningsmodeller knyttet til opphavsrettslige produkter. Bakgrunnen har vært nevnte digitalisering med nye plattformer og bruk av sosiale medier, økende internasjonalisering, endrede konsumentvaner og økende betydning av framføring av opphavsrettslige produkter. Det synes sannsynlig at disse nye næringskjedene vil bli en stadig mer integrert del av næringen. Prosjektet har derfor oppstått ut fra identifiserte behov med økt satsing på forskning, grenseoverskridende utdanningssamarbeid og bransjeutvikling. Samlet har målet varit at dette skal gi utdanningsinstitusjonene, bransjen og regionen økt kompetanse og attraktivitet i et internasjonalt perspektiv. I tillegg har det vært et mål for oss at prosjektet skal bidra til å gi norske og svenske talenter unike muligheter til å utvikle så vel internasjonale kontakter som en internasjonal karriere.

Forskningen i MINS har hatt fokus på behovet for anvendbar og etterspurt forskning knyttet til bransjeaktuelle temaer og temaer relatert til prosjekteierens utdanninger, blant annet med mål om å dekke et uttalt behov om mer forskningsbasert undervisning, med utgangspunkt i digitalisering, innovasjon, forretningsmodeller og endringer i bransjen. Nye utdanninger og emner utviklet gjennom prosjektet ut fra behov om komplementaritet og praktisk gjennomføring av grenseoverskridende utdanninger.

Videre har aktivitetene i prosjektet vært tilpasset behov for ulike målgrupper og deltakere. Dessuten har behovet for internasjonalisering og grenseoverskridende samarbeid vært vektlagt for alle målgrupper.

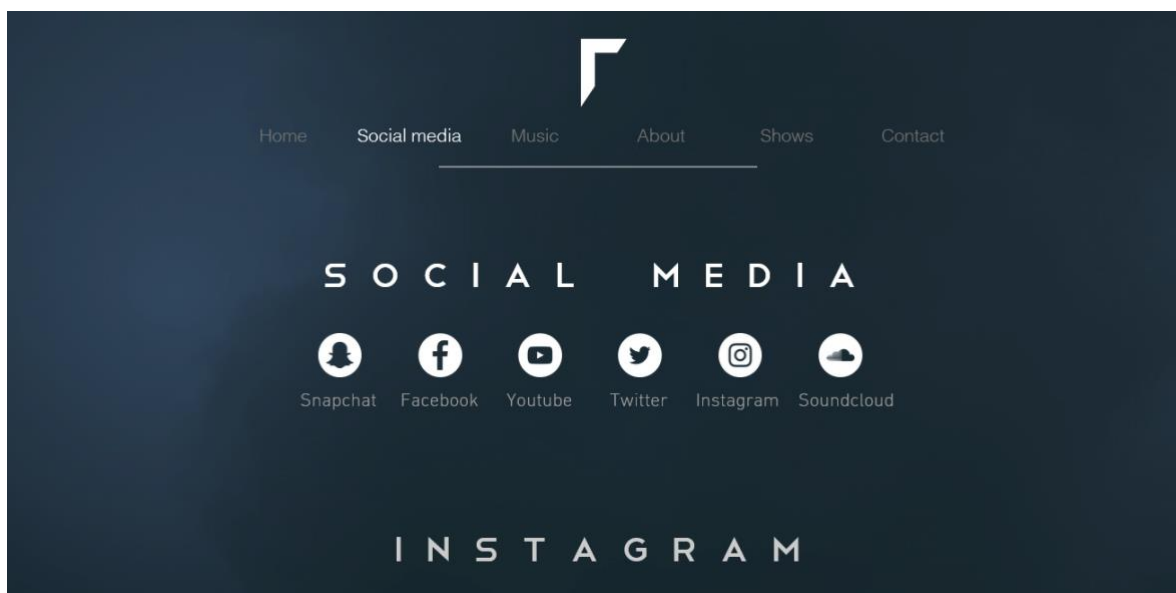
Musikkbransjen i endring – bakgrunn og behov for prosjektet

Siden 2003 har det skjedd store endringer i musikkindustrien. Bransjen består i realiteten av tre næringskjeder med spesifikke kjennetegn, strukturer og utviklingstrekk. I dag vil det være allment kjent at markedet for innspilt musikk, distribuert via fysiske format som CD har vært under sterkt press og nærmest har forsvunnet. Livemarkedet har vært i økning men likevel under et visst press som følge av overetablering. Dette till trots krymper antalet scener att framtråda på, særskilt i rurala områden (Vi fortsätter spela pop [men håller på att dö], 2016). Musikk i andre medier som omfatter musikk anvendt i visuelle medier som reklame, film, radio etc., er i stadig økning. Det tydeligste utviklingstrekket er likevel endringene i markedet for innspilt musikk og dreiningen mot digitale plattformer. Etter en krevende omstillingsperiode med et ustabil og fallende marked er markedet for innspilt musikk igjen i vekst.

I rapporten «Musikkmarkedet 2013» beskriver norske IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) 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. Man ser en endring i musikkforbruket med nye vaner – fra tradisjonelle fysiske musikkinnkjøp som f.eks. CD og LP til digitale musikkjenester. Dette har bl.a. bidratt til at vi, i motsetning til mange andre land, faktisk har fått en musikkindustri i vekst. I dette bildet med digitalisering ligger Skandinavia, og spesielt Norge og Sverige langt fremme. Det anses sannsynlig at den samme utviklingen vil komme også i andre deler av verden.

Det er dermed av stor interesse å få mer forskning og kunnskap om forretningsmodellene knyttet til streaming. Vårt prosjekt har vokst frem nettopp på denne bakgrunn og i den hensikt å bidra til utvikling av kunnskap som imøtekommer behovet for forskning knyttet til digitalisering, forretningsmodeller og streaming.

Med digitaliseringen, eller snarare medialiseringen kan vi identifisere dels oppbrottet fra mer lineære modeller for kulturindustrielt værdeskapende, dels at nye relasjoner skapes mellom platsspesifikke forutsetninger (musikscener og øvrigt kulturliv) og globale strukturer (inte minst økonomiske og infrastrukturelle). For dette kan vi anvende paraplybegreppet "glokal sirkulering" (glocal circulation). Vi ønsket å bidra til forståelse om hva disse utviklingstrekkene betyr for kultur og media, og hva denne utviklingen betyr for det vi kan kalle infrastrukturen i det offentlige rom. Hensikten i arbeidet med prosjektet har dermed omfattet å bidra med forskning for til slutt å kunne forstå hvordan disse næringene med raskt skiftende teknologi og globalisering kan styres, og hvordan de kan innovere og fornye seg. Fremveksten av skiftende spill og nye giganter i markedet har vært en viktig del av dette (f.eks. Google, Amazon, Facebook, Apple og Spotify.) Disse har klart ført til omveltninger både i musikk- og mobiltelefonindustrien i løpet av de 15 siste årene. Vi har derfor tatt utgangspunkt nettopp i denne utviklingen som en del av bakgrunnen i vårt prosjekt.



Illustrasjon - fra artisten Ruben sin hjemmeside. Nye muligheter og krav til kommunikasjon med bruk av sosiale medier.

Behov for prosjektet ut fra politiske satsinger og programmer rettet mot kultur og kreative næringer

For å underbygge behovet for prosjektet og prosjektets innretning, i et samfunnsmessig og politisk perspektiv vil vi nevne:

- EU sin økte satsing på kulturnæringer, bl.a. gjennom det nye programmet «Creative Europe» (2014-2020) for økt livskvalitet, sosiale goder og økonomisk utkomme.
- For Sverige, og kanskje særlig Norge, har vi sett nye, bredere og mer samlede satsinger mot kulturnæringene. Eksempelvis etableringen av et nasjonalt kunnskapssenter for kulturnæringer (2014) og utlysning fra Kulturdepartementet og Norges forskningsråd med 78 millioner til forskning om kultur- og mediesektoren (2014).
- EU programmet, «Creative Europe», hva angår å bidra til regionens utvikling gjennom å skape økt livskvalitet, sosiale goder og økonomisk utkomme.
- EU sin definerte strategi med kulturnæringer som et satsingsområde for "smart tilvekst".
- Gjennomført programanalyse for Interreg Sverige –Norge der det påtalas at «det finns särskilt goda utvecklingsmöjligheter för besöksnäringen, i kulturella och kreativa näringar och andra tjänstenärings» (s.10 i programdokumentet).
- Region Värmlands utvecklingsstrategi för åren 2014 - 2020, där man lyfter fram den värmländska kulturen som grund för småskaligt näringsliv och att man vill förbättra villkoren för konstnärligt skapande och företagande, och att man ser Karlstads universitet som tillväxtmotor.

- Hedmarks fylkeskommunens strategiplaner med Regional planstrategi 2012-2015 «Framtidstro og optimisme skal prege hele Hedmark» og «Bærekraftige opplevelsesnæringer i Hedmark» (2012-2017). Her spiller forsknings- og fagmiljøer ved Høgskolen i Innlandet en viktig rolle, på samme måte som Karlstads universitet gjør for sin region.
- Helt sentralt i bakgrunn for prosjektet ligger selvsagt Interreg Sverige – Norge 2014-2020 og programmets overgripende syfte og mål om gjennom et grenseoverskridende samarbeid å skape de beste forutsetningene for en økonomisk sterk region med et attraktivt livsmiljø.

Samlet har dette dannet utgangspunkt for innretning med mål og aktiviteter i prosjektet MINS. Hos partnerne i prosjektet, HINN, Kau finnes etablerte og anerkjente forskningsmiljøer og gode utviklings og utdanningsmiljøer. I tillegg har Studieføringsrådet haft en viktig rolle med bred bransjekunnskap- og kontakt samt folkbildningskompetanse.

Videreutvikling og konsolidering av etablerte relasjoner og musikkbransjesamarbeid siden 2003

Prosjektet bygger videre på vel etablerte relasjoner og et strategisk forankret samarbeid bygd gjennom en lang og god tradisjon på grenseregionalt samarbeid mellom tidligere Høgskolen i Hedmark (nå Høgskolen i Innlandet – HINN), Studieføringsrådet (SFR) og Karlstads universitet (Kau) bl.a. gjennom tidligere Interregprosjekter. Et verdifullt samarbeid partene ønsket å ivareta og videreutvikle gjennom MINS. Tidligere samarbeid har omfattet så vel bransjeutvikling og utvikling av nettverk som utdanninger og forskning, og gjennom ulike Interregprosjekter. I vårt tilfelle gjennom flere Interregprosjekter knyttet til kreative næringer og musikk som bl.a. har resultert i bestående utbidninger. Når det gjelder det grenseoverskridende forskningssamarbeidet mellom fagmiljøer og personer ved Kau og HINN er det etablert nye relasjoner gjennom MINS. Dette har skapt grunnlag for et levende og fruktbart faglig og grenseoverskridende forskningssamarbeid fremover. I tillegg har prosjektet videreutviklet utdanningssamarbeidet som imøtekommer behovet for så vel utveksling av studenter og fagpersonale over grensen samt til god rekruttering av studenter.

Tidligere samarbeid og nevnte resultater illustrerer at HINN og Kau har fagmiljøer og utdanninger som komplementerer, skaper synergier og utviklingsmuligheter for våre grenseregioner. Blant annet gjelder dette innenfor fagområdene musikk, media & kommunikasjon og tjenesteforskning, som er de aktuelle områdene MINS har tatt arbeidet med. Erfaringene viser at det er stort behov for et slik kontinuerlig og strukturert samarbeid. Samtidig viser erfaringene at det tar tid å etablere relasjoner og grunnlag for et fruktbart tverrfaglig forskningssamarbeid, som bidrar til ny forskning innenfor «music business», - et nytt og mindre kjent område for forskerne som har bidratt i prosjektet. Gjennom dette samarbeidet har vi dermed utviklet et nytt faglig og forskningsbasert samarbeid som kan bidra til fremtidig forskning innenfor «music business», og et fagområde med generelt behov for utvikling av mer forskningsbasert kunnskap.

I Indre Skandinavia har det utviklet seg en tradisjon for interregionalt samarbeid innenfor musikkbransjeutvikling. Interreg har støttet ulike musikkbransjeprosjekt siden 2003. I den tidlige fasen lå fokus på næringsliv og kooperative aktører. Siden ble arbeidet utviklet, blant annet med aktiviteter for å bygge utdanninger for bransjen. Med dette fulgte det en naturlig etterspørsel etter forskning og sterkere involvering av høgskoler og universitet i de etterfølgende Interregprosjektene, - «Innovation Music Network» og «Rookie to Whiz». Aktivitetene her var delvis rettet mot behov knyttet til bransjestudenter, samtidig som næringslivsaktører har vært mye involvert i de samme aktivitetene. Til sammen har tidligere prosjekter bidratt til flere tydelige og bestående resultater, bl.a. i form av to bransjerelaterte og populære bachelor utdanninger ved HINN (tidligere Høgskolen i Hedmark, Campus Rena.) Den ett- årige utdanningen «Låtskrivare och entreprenör» ved Musikhögskolan Ingesund (Karlstads universitet). I de nevnte tidligere prosjektene lå derfor fokuset i hovedsak på det faglige samarbeidet og behov for utdanningsutvikling. Karlstads universitet kom inn som prosjekteier først i MINS og det var først her det grenseoverskridende samarbeidet på forskning startet for å imøtekomme behovet for utvikling av forskningsbasert kunnskap. Videre vil vi nevne at det gjennom tidligere prosjekter også er bygd opp et betydelig kontaktnett med bransjeaktører med behov for støtte i ulike former, samt ulike bransjenettverk der internasjonale kontakter og større nettverk har stått høyt på prioriteringslisten. Videre resultater fra MINS prosjektet spesifikt presenteres under rubrikken Måloppnåelse og resultat.

Kort oppsummert har MINS oppstått ut fra generelt og politisk uttrykte behov på ulike nivåer i samfunnet, samt fra behov i bransje og utdanning for ny forskningsbasert kunnskap om musikkbransjen i endring som følge av digitalisering og globalisering.

Årsaken til søknaden er nært knyttet til såvel behov hos prosjekteiere og prosjektpartnere om å videreutvikle et godt og fruktbart samarbeid som å bidra til å oppfylle programmets overgripende syfte og mål. Det vil si at vi gjennom vårt grenseoverskridende samarbeid bidrar til å skape de beste forutsetningene for en økonomisk sterk region med et attraktivt livsmiljø. Vårt mål har vært å styrke regionens kultur/kreative næringer og musikkbransjen spesielt, gjennom forskning og forskningsbasert kunnskap, utdanning og innovasjon med spesifikt mål om å øke organisasjonenes og foretakenes FoU og innovasjonsevne. Gjennom vår organisering av prosjektet som en støttende organisasjon har målet vært at prosjektet skal bidra til å innovasjon og utvikling innenfor kultur/kreative næringer og musikkbransjen spesielt, og for dennes aktører og bransjen som helhet.

Prosjektet og dets innretning kan derfor sies å være etterspurt ut fra bransjens behov såvel som ut fra behov for utvikling av utdanninger og oppdatert forskningsbasert kunnskap. Prosjektet synes også å være etterspurt av regionens fylke/län hva angår politiske satsinger og for å bygge langsiktige resultater for høgskole/universitet, attraktive utdanninger, et levende musikkliv og et attraktivt livsmiljø. Vi opplevde også at prosjektet og det aktuelle samarbeidet med Kau og HINN som prosjekteiere og fokus på forskning og Innsatsområde 1 - Innovative miljøer, var ønsket og at initiativet ble støttet fra Interreg Sverige-Norge og Hedmark spesielt. Videre er prosjektet etterspurt av prosjekteierne Kau og HINN og prosjektpartner Studieförbundet der vi sammen kan bygge et grenseoverskridende miljø for kunnskapsutvikling og innovasjon for bransje og utdanning i regionen.

MÅLUPPNÅELSE OCH RESULTAT

Nedan presenteras de mål som har satts för projektet. Vi inleder med våra delmål och avslutar med det övergripande målet. För fullständig översikt över aktiviteter som genomförs inom projektet se bilaga (mal och aktiviteter.pdf).

Delmål: Et gemensamt forskningsmiljö innen Creative Industry Innovation med Høgskolen i Hedmark (idag Högskolen i Innlandet) och Karlstads universitet med konkreta forskningsresultat

Musikkbransjen både utmanas av och är ledande i att anpassa sig till digitaliseringen. Det medför också att bransjen är i kontinuerlig förändring. Det finns därför ett stort behov av att forstå, tolka och möta de förändringar som digitaliseringen innebär, vilket gör bransjen intressant att studera. Utöver konkreta kunskaper till bransjen ger studier insikter i digitaliseringens effekter tillika möjliggör kunnskapsbyggande till nytta också för andre branscher.

Inom projektet har vi tagit oss an digitaliseringen av musikkbransjen utifrån tre olika perspektiv, medie- og kommunikationsvetenskap, tjensteforskning og foretagsekonomi. Resultaten redovisas separat under varje delmål nedan. Sammantaget utgör denna interdisciplinära ansats basen för en större gemensam forskningsmiljö. Forskningsmiljön har byggts upp successivt under projektets gång där vi aktivt placerat vår vetenskapliga produktion på den internationella vetenskapliga arenan, byggt ett nätverk inom fältet og säkrat vidare finansiering. Att verka internationellt säkerställer kvalitetsgranskning av vår forskning, ger internationella kontakter og sätter oss i ett vetenskapligt sammanhang. Det är en central del av att etablera en levande og långsiktig hållbar forskningsmiljö. Vi har därutöver bjudit in internationella forskare till våra respektive lärosäten og knutit an till andra forskare inom fältet. Vi har presenterat på konferenser inom våra respektive ämnen men också på konferenser där olika discipliner möts för att diskutera olika aspekter av populärmusik. Att etablera en forskningsmiljö tar tid, og tre år är i sammanhanget mycket kort, men vi kan konstatera att vi redan har börjat etablera oss inom fältet. Vi har bjudits in i olika sammanhang för att presentera vår forskning og skriva texter. Detta redan innan alla våra resultat har hunnit publiceras i vetenskapliga tidskrifter då publikation är en långdragen process (flertalet artiklar og bokkapitel är under review eller planerade för publikation 2019). Ytterligere tecken på att vår forskning efterfrågas är att vi också blivit tillfrågade om et tettere samarbeid med IMBRA (International Music Business Research Association) i att arrangera en av de större internationella konferenserna og att delta på Vetenskapsfestivalen .

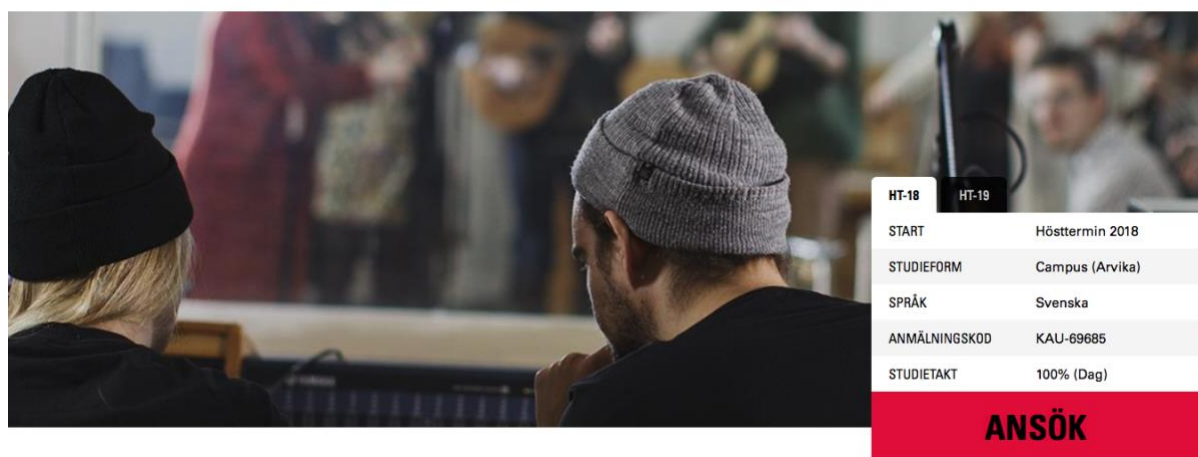
Under 2018 etablerades därmed forskningsmiljön Music Business Research Center (MBRC) som är organisatoriskt etablerad vid Högskolan i Innlandet. Miljön innefattar forskare vid Handelshøgskolen, Högskolan i Innlandet, och är via pågående forskningsprojekt och andra etablerade samarbeten med Karlstads universitet knutna till den excellenta forskningsmiljön Centrum för tjänsteforskning och den starka forskningsmiljön Geomedia (medie- och kommunikationsvetenskap). Dessutom är professor Patrik Wikström, QUT, Australien, knuten till miljön. Wikström bidrar med spetskompetens till miljön då han studerar kulturella och kreativa näringars ekonomiska och mediala aspekter, där många av hans publiceringar tar utgångspunkt i populärmusik.

I etableringen av forskningsmiljön har vi också varit måna om att ha ett nära samarbete med musikbranschen. Vi har därför kontinuerligt besökt och presenterat vid branschkonferenser både nationellt och internationellt, vilket har gett möjlighet till återrapportering av våra forskningsresultat, nätverkande och dessutom gett möjligheter till datainsamling. Branschen har också aktivt sökt upp oss för samarbeten och för att ta del av våra forskningsresultat. Vi har därför också vid flertalet tillfällen mött branschen för att avlägga delrapporter utifrån pågående forskning och identifiera samarbeten inom forskning, utbildning och bransch.

Delmål: Utvikle og styrke de musikkutdanningene som finnes på respektive universitet/høgskole ut fra forskningsbasert kunnskap og mål om mer attraktive og behovstilpassede utdanninger

Möjligheterna att tillgodogöra sig högre utbildning inom populärmusik eller kommersiell musik är liten, särskilt i relation till utbildningar i klassisk musik eller andra kulturella uttryck. Dock är många verksamma inom området då populärmusik spelar en viktig roll i vår vardagskultur. Detta gör att det finns en efterfrågan för utbildning bland utövare. Högre utbildningar efterfrågas också av branschen, där bildningsnivån ofta har vært låg. Det finns uttalat behov för kunskaper både gällande populärmusikens skapandepraktiker tillika aktörens och branschens kommersiella praktiker. För att bygga långsiktigt hållbara utbildningar och säkerställa hög kvalitet krävs kunskaper på vetenskaplig och/eller erfarenhetsbaserad grund. Där bidrar forskningen inom projektet vilken omsätts i konkreta utbildningar. Respektive lärosäte tar sig an efterfrågan om utbildning och kompetenser genom att utveckla, stärka och förlänga sina musikutbildningar. Det är då utbildningar som särskilt tar utgångspunkt i populärmusik. Vid Karlstads universitet har Musikproduktionsprogrammet (120 HP) utvecklats under projektets tre år. Utbildningen har utvecklats i regi av Institutionen för konstnärliga studier och Musikhögskolan Ingesund. Under projektet har utbildningens innehåll, utbildningsplan och kursplaner tagits fram och godkänts av fakultetsnämnden, utbildningsplatser har tilldelats utbildningen av universitetsstyrelsen och man har fått godkänt för att bedriva utbildning på konstnärlig grund av Universitetskanslersämbetet (UKÄ). Första antagning genomfördes inför start hösten 2018. Utbildningen hade högt söktryck, 108 sökande på 15 platser (7 sökande per plats), vilket lade utbildningen i topp gällande söktryck av alla utbildningar vid Karlstads universitet. 16 studenter antogs för start 2018-08-27. Dette viser at det finnes et tydelig behov for utdanningen.

MUSIKPRODUKTIONSPROGRAMMET 120 HP



HT-18	HT-19
START	Höstertermin 2018
STUDIEFORM	Campus (Arvika)
SPRÅK	Svenska
ANMÄLNINGSKOD	KAU-69685
STUDIETAKT	100% (Dag)

ANSÖK

Den tvååriga utbildningen Musikproduktionsprogrammet vid Karlstads universitet, Musikhögskolan Ingesund (hämtat från kau.se 20181026).

Musikproduktionsprogrammet er skapat med utbyte sammen med Högskolen i Innlandets Bachelor i Music Business i åtanke. Här finns synergieffekter att hämta genom exempelvis samläsning, utbyte av lärare, gemensamma föreläsningar, presentationer och samskapande. Dessutom möts här två olika delar av musikbranschen, den skapande (musikproduktion) och den kommersiella (Music Business). Detta har vi dragit nytta av i de gemensamma låtskrivarcamps som arrangerats under projektets gång, där vi samlat studenter från respektive utbildning och låtit studenternas olika kompetenser mötas med branschen (se vidare delmål att utveckla och identifiera innovationer).

Utbildningen Bachelor i Music Business har implementerat flertalet kurser och delkurser utvecklade tillsammans med ledande branschaktörer. Gjennom prosjektet er det utviklet et nytt, videregående kurs i Artist & Repertoire (A&R 2) med mål om å koble dette til studentbedrift, internasjonalsisering og låtskrivercamp konseptet. Se forøvrig egen beskrivelse av Pilot studentbedrift og internasjonalsisering nedenfor. På så sätt säkerställs att man möter upp mot branschens behov och drar nytta av branschens kunskaper. Att samarbeidet er framgångsrikt ser vi bl.a. gjennom att branschen gärna tar emot studenterna för praktik vilket också resulterer i konkreta jobb.

Studentbedrift og internasjonalsisering: Basert på etablerte internasjonale kontakter skapt gjennom MINS og tidligere Interregprosjekter med New York University (NYU) – The Clive Davis Institute of Recorded Music og Middle Tennessee State University (MTSU) i USA ønsket vi å videreutvikle og etablere et felles konkret utdanningssamarbeid i et nyskapende konsept for studentbedrift og internasjonalt samarbeid med satsing på artist- og låtskriverutvikling gjennom felles kurs og "label" for internasjonal lansering/utgivelse av musikk. Hensikten var å åpne en ny kanal til det amerikanske markedet for talenter fra Indre Skandinavia, å gi studentene praksis og erfaring i å drive egen virksomhet og å etablere et varig nytt internasjonalt samarbeid om utdanning. Gjennom dette skulle studenter, talenter fra bransjen og faglig personale få internasjonal erfaring og profesjonell støtte i arbeid med musikkprosjekter fra idé frem til internasjonal lansering.

Gjennom prosjektperioden har vi arbeidet for å etablere nevnte pilotprosjekt. Vi har utredet nødvendige forutsetninger, begrensninger og muligheter i dialog både med NYU og MTSU. I hele prosjektperioden har HINN arbeidet med studentbedriftkonseptet koblet til det nye påbygningskurset i Artist & Repertoire (A&R 2). Det er utviklet en pilot på A&R 2 som er gjennomført 3 ganger for studenter ved HINN, hvorav en med låtskrivercamp og grenseoverskridende samarbeid med prosjektpartnerne og artister fra Värmland. Det er også gjennomført pilot for studentbedrift, og emnet studentbedrift er etablert som valgfagstilbud. Forøvrig er det allerede høsten 2018 oppstart for en ny runde med A&R 2 koblet til studentbedrift ved HINN.

Utredninger og konkret arbeid med gjennomføring viste at det er praktiske utfordringer knyttet til "timing" og koordinering for fullt ut å oppnå målet om studentbedrift og internasjonalsisering innenfor prosjektperioden. I prosessen fremkom det behov for nødvendige tilpasninger så vel ved HINN som MTSU og NYU. Dette krever forberedelser med tid og økonomiske ressurser som ligger utenfor prosjektets rammer. Utfordringene handler i stor grad om strukturelle forhold i gjeldende studieplanopplegg og mulighetsrom for samkjøring av kursene i studentbedrift og A&R 2, koblet til det internasjonale samarbeidet. Arbeidet med pilotprosjektet ble derfor tilpasset muligheter og foreliggende forhold slik vi har beskrevet. Som følge av de nevnte forhold og at det konkrete utdannings samarbeidet med NYU ikke lot seg gjøre å gjennomføre i prosjektperioden fant vi det ikke hensiktsmessig å arrangere den planlagte internasjonale konferansen i samarbeid med NYU. I tilknytning til samarbeidet med MTSU vil vi nevne en viktig "spin-off" fra arbeidet med pilotprosjektet som bidrar til ytterligere framtidige internasjonalt samarbeid. Som følge av dette er det inngått samarbeid med MTSU, et kinesisk og et australsk universitet. Hvert år skal 5 studenter fra respektive institusjon/land møtes i 10 dager for å løse oppgaver innenfor et valgt tema knyttet til Music Business. De årlige treffene foregår vekselvis hos de deltakende institusjonene.

Vid Högskolen i Innlandet har man också utrett möjligheterna till att utveckla en Master inom music business. Vi har gjort vurderinger av fagkombinasjoner for å sikre et robust og godt mastertilbud med flere ulike faglige fordypninger som er tilpasset en enklere tilgang for våre bachelorstudenter. De øvrige masterprogrammene på økonomi og markedsføring ved HINN rekrutterer meget godt, og man anser at det finnes en tilsvarende interesse for en Master mot music business hos bachelorstudentene innenfor denne studieretningen. I forarbeidet er det gjennomført undersøkelser og analyser for å kartlegge fremtidens behov for kompetanse i musikkbransjen, bl.a gjennom intervjuer og samtaler med sentrale bransjeaktører nasjonalt og internasjonalt. (eksempelvis

majorselskaper i Skandinavia, sentrale bransjeorganisasjoner og internasjonalt med Sony og IFPI sine hovedkontorer i London, i tillegg til Music Ally som en av de mest sentrale konsulentfirmaene spesialisert på musikkbransjen.). Høsten 2016 besøkte representanter for ledelse, forskning og utdanning ved HINN NYU og MTSU for samarbeid og erfaringsdeling i oppbygging av en fordypning innen music business fagene på master i økonomi. Partene var enige om å arbeide videre med mulig felles forskning og utvikling av fagpersonale. MTSU, en mangeårig samarbeidspartner for HINN, har nylig utviklet en tilsvarende fordypning i samarbeid med bransjen. Det ble besluttet videre erfaringsutveksling, og nytt møte vil bli gjennomført november 2018 ved MTSU sitt planlagte besøk hos HINN.

Ut fra en samlet vurdering av bransjens fremtidige behov for kompetanse synes to retninger å utpeke seg som særlig aktuelle; - Business analytics/Big Data og A&R-utvikling. Disse er begge områder som endres og påvirkes av digitaliseringen i musikkbransjen over hele verden, og som vi derfor har vurdert som del av en aktuell fordypning. Behovet for kunnskap knyttet til digitaliseringsøkonomien generelt bekreftes for øvrig av at Høgskolen i Innlandet høsten 2017 ble tildelt midler fra Kunnskapsdepartementet til å opprette et ett årig studieprogram innen nettopp Business Analytics/Big Data på masternivå. Det vil si det samme som ett av våre fremtidige hovedsatsingsområder innen music business. I de videre forberedelsene frem mot en fordypningsmodul i music business vil vi ta med erfaringer fra det ettårige studiet på masternivå i Business Analytics/Big Data. For å illustrere music business utdanningene og deres relevans for bransjen vil vi nevne bransjetidsskriftet Ballade sin omtale av studiene ved HINN. Artikkelen presenteres slik:

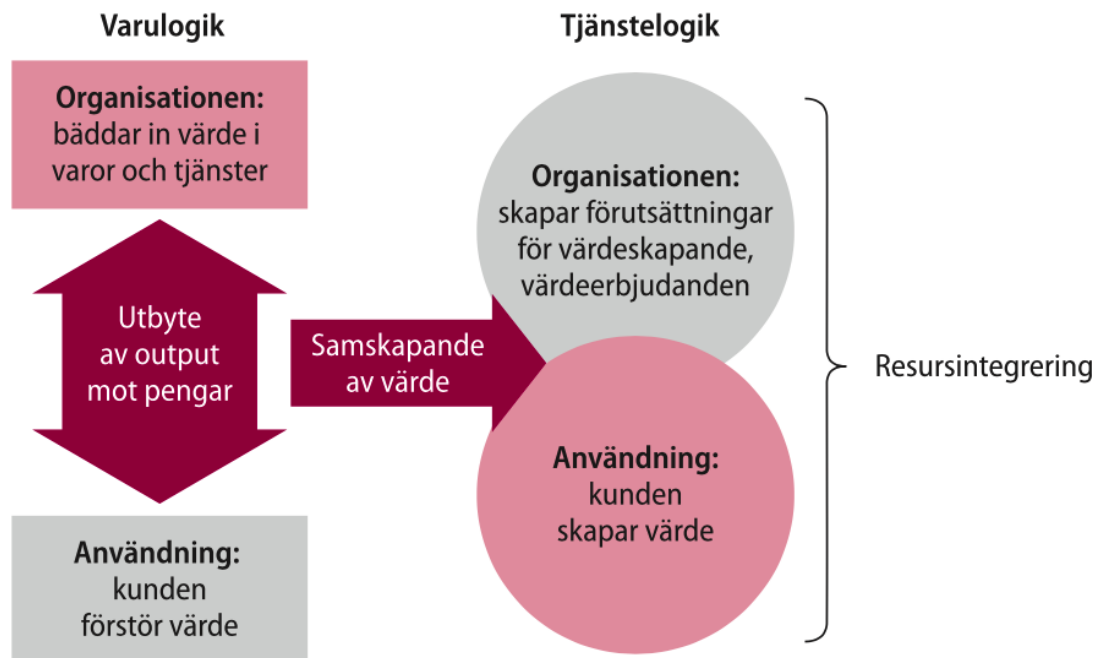


The image shows a screenshot of a web article from Ballade. At the top, there is a hamburger menu icon and the word 'BALLADE' with a small logo. The article is categorized under 'UTDANNING & GRUNNOPPLÆRING NYHET'. The title is 'Bransjeklekkeriet på Rena'. The text below the title reads: 'Norsk musikkbransje vokser. Unge indiegrunderere bygger karrierer fra kjøkkenbenken, mens andre marsjerer inn i majorselskapene armert med kunnskap om regnskap og strømme-promo. Music Business-studiet på Rena må ta litt av æren.' Below the text, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and a plus sign, along with a 'Liker 124' button. Underneath, there is a section for 'RELATERTE ARTIKLER' with two small image thumbnails.

<http://www.ballade.no/sak/bransjeklekkeriet-pa-rena/> Publisert 2018-08-20

Delmål: Att utveckla och identifiera innovationer och arbetsmodeller som möter Inre Skandinavians musikbransch behov för att nå en global marknad

Målet tar avstamp i en inventering av branshens och praktikers konkreta behov. I flertalet djupintervjuer med branschrepresentanter på olika nivåer framkommer ett behov av att förstå den digitala utvecklingen, hur den påverkar verksamheten och hur den kommer att påverka verksamheten i framtiden. I våra studier framgår tydligt att det har skett en övergång från varulogik till tjänstelogik (Skålen, 2016). Tidigare bestod branschen av en fysisk produkt, men idag säljer man tjänsten musik. Digitaliseringen av musik är central för denna förflyttning, men med det följer inte bara att varan har förändrats, utan också att branschen måste resonera annorlunda i relation till hur de arbetar. Branschen har därmed tvingats förhålla sig till sin produkt på ett nytt sätt (Skålen et al, 2017). Det har varit en kostsam och omvälvande process, men som många påpekar är nödvändig (Skålen, 2018). Digitaliseringen har också resulterat i att nya aktörer har kommit in på marknaden, inte minst olika plattformar för digitalt musiklyssnande, men också andra digitala plattformar som ser vinster med att ta andelar på musikmarknaden (exempelvis Youtube). Musikbranschen är därmed ett tidigt exempel på hur digitaliseringen framtingat en bransch att gå från varulogik till tjänstelogik där samskapande sker snarare i ett komplext nätverk mellan organisationer än i en organisation (Skålen, 2016; Kowalkowski et al, 2016).



Övergång från varulogik till tjänstelogik, publicerat i *Tjänstelogik*, Per Skålén (2016)

Det innebär att branschens finansieringsmodell förändrats där man söker ekonomi i när produkten används och inte i köpet av produkten. I musikbranschen sker det när vi, publiken, lyssnar på en låt. Det kan ske i mobilen, på radion, på en konsert etc. Intäktsströmmarna kan därmed variera. Prenumeration eller reklamfinansiering via olika musiktjänster är ett sätt, andra är konsertbesök, festivaler, filmmusik, spelningar i radio eller på träningspass.

Branschen lägger därför allt större resurser på att få publiken att lyssna, där digitala musiktjänster blir en viktig aktör. Genom dessa kan tjänster anpassas till hur publiken lyssnar och utgå från vilka behov som finns. I en studie vi genomfört gällande lyssnarpraktiker framkom att de som använder digitala musiktjänster i stor utsträckning använder sig av spellistor (Tronvoll, 2016). Studien är genomförd tillsammans med studenter som skriver sin avslutande Bachelor uppsats i Music Business. Denna överbyggnad mellan utbildning och forskning har gett ett rikt datamaterial vilket annars både är svårt och kostsamt att insamla. Spellistor är inte ett nytt fenomen, musikkonsumenter har tidigare satt samman egna spellistor genom exempelvis blandband, eller lyssnat på radio som presenterat olika listor eller musikteman, men så länge musik har betraktats som en vara så har detta inte varit relevant för musikbranschen. Men utifrån ett tjänsteperspektiv blir spellistan en möjlig inkomstkälla. Vi ser därmed att musiktjänster allt mer anpassar sitt innehåll efter sina lyssnare och presenterar färdiga spellistor för lyssnarna. Spellistor anpassas därmed till lyssnarnas behov i olika situationer där utvecklingen sker i samskapande mellan bransch och lyssnare (användare) (Tronvoll & Mysen, 2017). Det kan vara när vi tränar, studerar, sover, festar eller söker ny musik. Spellistorna blir därmed en allt mer central faktor där musikaktörer eftersträvar att komma med på spellistor, vilket genererar lyssningar, og som i sin tur genererar ekonomi.

För att utforska detta närmare i en praktikerorienterad miljö har vi i kursen Musik- och ljudproduktion vid Karlstads universitet skapat jullåtar som släppts på Spotify. Därefter har man arbetat med marknadsföring och för att placera dessa låtar på olika spellistor med jultema. Det har man lyckats med nu i två fall, vilket per automatik också har genererat långt mer lyssningar än vad man generat utan att vara med på en spellista. Pengarna som låtarna har spelat in har gått till välgörenhet.

Branschens fokus på låtar snarare än album innebär också att marknaden har förändrats för låtskrivare. Artister och bolag väljer låtar som de ser kan ge framgång, vilket sätter krav på kreativ höjd och låtar anpassade till artister. Konkret har vi arbetat med detta i våra låtskrivarcamp där lokala låtskrivare, artister och studenter som läser på respektive lärosätes musikutbildningar mötts i en samskapande process. Deltagarna har samlats under två, ibland tre dagar för att hämta in kunskap om låtskrivande och musikproduktion. Det har skett genom att

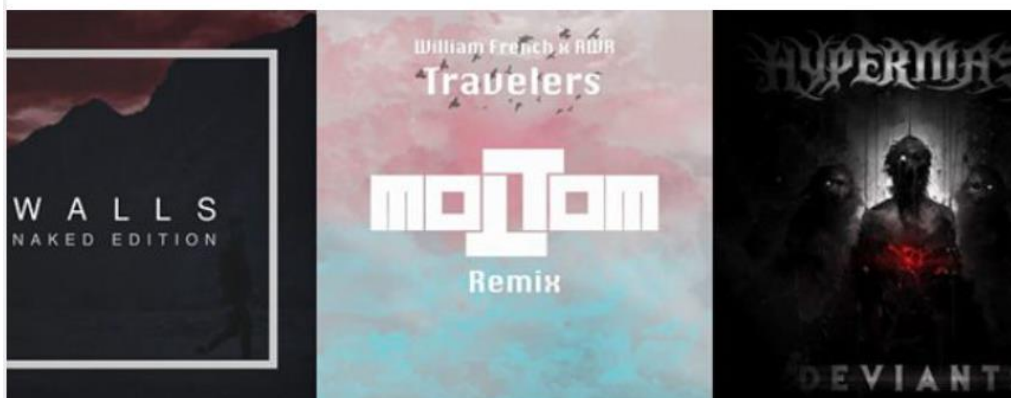
tillsammans skriva låtar mot leads (en slags instruktion från olika etablerade artister och musikbolag som söker låtar till sina projekt) under handledning/coaching av etablerade låtskrivare i branschen. Låtskrivarcampen har utgjort en gränsöverskridande mötesplats där musikaktörer på olika nivåer får utvecklas kunskapsmässigt samt för att stärka och utveckla sina nätverk.



Deltagare på Camp Rena 2016 där Svanhild Skrede och Julie Sandberg från Sony Music Norway coachade studenter och lokala branschaktörer.

RENA MUSIC FRIDAY – 3 NYE LÅTER

🕒 februar 23 📌 RENA MUSIC FRIDAY 💬 Leave a comment



For en fredag! I dag har 4 Renastudenter sluppet ny musikk, og vi skal ta en nærmere titt på disse. Ruben Markussen har som tidligere nevnt nådd over 10 millioner streams med hitlåten sin Walls. I dag har han sluppet en ny, rolig versjon av låten, nemlig en «naked version». [...]

Rena Music omtale slipp av ny musikk fra studenter.

I kurset/emnet A&R 2 som er utviklet ved HINN i prosjektet arbeider studentene med kommersiell utvikling fra låtskriving til lansering i markedet. Arbeidet er praktisk og konkret, knyttet til spesifikke artister hvor de integrerer faglig kunnskap innenfor A&R og gjennomfører alle deler av prosessen knyttet til utvikling av et gitt kommersielt musikkprodukt. Gjennom kurset tilegner studentene seg kompetanse og en reflektert tilnærming til hvordan kommersielt vellykket artist- og repertoar utvikling fungerer. Dette er etterspurt kompetanse i bransjen samtidig som det konkrete arbeidet i emnet bidrar til å utvikle nye låter og artister med potensial for kommersiell suksess. Som nevnt involverer kurset også grenseoverskridende samarbeid og integrering av låtskrivercamps samt kobling til studentbedrift der studentene for kunnskap og erfaring i å drive egen virksomhet. Et aktuelt og konkret eksempel på hvordan studenter med kunnskap fra A&R og music business utdanningene har lyktes med kommersiell vellykket lansering i markedet er artisten Ruben og låta Walls og The

Half som begge ble plassert på VG lista topp 20. Rubens låter fikk mer enn 10 millioner streams på kort tid, og nå reiser han til New York for å holde konserter. Ytterligere illustrasjon på dette A&R arbeidet i praksis vises f.eks. også i bildet nedenfor med 4 studenter som lanserer nye låter. Lanseringene er et resultat av samarbeid der ulik kompetanse og talenter er kombinert, f.eks. innenfor låtskriving, produksjon, management og markedsføring med bruk av digitale plattformer.

Spellistorna utgör ett tydligt exempel på hur musikbranschen börjat resonera kring sin produkt på ett nytt sätt. Det framgår också i hur musikbranschen arbetar med digitala kanaler i marknadsföring genom aktiviteter som dirigerar publiken mot att lyssna och delta i marknadsföring och spridning (se vidare under delmål att utveckla affärsmodeller). Förflyttningen från varulogik till tjänstelogik ställer inte bara krav på att kunna musikbranschen, utan också hur man kan förstå och dra nytta av sin publik. I regionen ser vi därmed ett större behov av att förhålla sig till och förstå tjänstelogik, där en större resurs krävs än vad som finns inom ramen för detta projekt. Det kräver vidare forskning om musikkonsumenten och sammanförande av konsument och producent. Vi ser därför att regionens musikliv kan stärkas av samskapande med publik men för detta saknas mötesplatser, kunskaper och metoder. Detta vill vi utveckla former för och tar med i framtida projekt.

Genomgående har vi här arbetat branschnära för att identifiera tjänstefieringen av branschen. Däri har också framkommit behovet av att konkret arbeta i utveckling med utbildning och musikbranschen lokalt, och att framöver fånga konsumentperspektivet. Återrapportering till branschen har därutöver skett i form av workshops, presentationer och seminarier riktade direkt till den lokala branschen tillika vid nationella och internationella branschkonferenser. Vi har exempelvis arbetat med individuell coaching där aktörer har fått presentera sin verksamhet och fått direkt input i hur de kan arbeta. Den forskning som har bedrivits har granskats enligt gängse peer-review system vid konferenser och för publicering i vetenskapliga tidskrifter och andra vetenskapliga sammanhang.



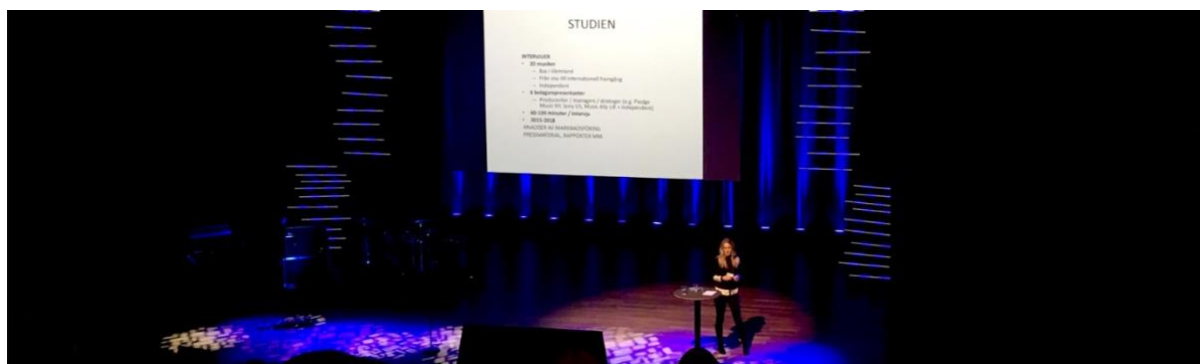
Forskningspresentation och coaching kring affärsmodeller för branschaktörer av Claes Högström och Martin Löfgren från CTF.

Delmål: Att utveckla affärsmodeller som är gångbara för små och medelstora företag inom kreativa näringar

Digitaliseringen av musikbranschen får långtgående effekter på många olika delar av dess verksamhet. Inom detta delmål har vi lagt fokus på digitaliseringen av branschen, från arbetspraktiker, distribution till marknadsföring och konsumtion och hur olika värden byggs in i branschen genom exempelvis gratisarbete. Därutöver väver vi in lokala förutsättningar och begränsningar för musikbranschens verksamma i regionen. Utöver specifik kunskap bidrar forskningen under denna målbeskrivning till att bygga en begreppsapparat för att förstå medialiseringen av musikindustrin, vilket också kan överföras på andra kulturindustrier.

För musikbranschen är musikutgivning en kärnverksamhet, men det blir allt tydligare att kommunikationen blir allt mer viktigt då utgivningen ser annorlunda ut i dagens medielandskap. När konsumtionen av musik blir

huvudsakligen mediebyråerna, behöver branschen förhålla sig till mediernas konsumtionslogik. Det finns exempelvis ett tydligt samband mellan att vara känd, vilket är till stor del baserat på medienärvaro, eller kunna dra nytta av någon annans kändisskap för att nå framgång (Haampland, 2017). Vi ser hur kultur och kulturindustrin allt mer anpassas till en *transmedielogik*, där transmediering innebär att ett medieinnehåll rör sig och konsumeras över flera medieplattformar (Jansson & Fast, 2018). Det visar sig inte minst genom att branschen idag har egna kommunikationsavdelningar, från att tidigare använt sig av externa mediebyråer. Detta, vilket framkommer i våra studier, eftersom kommunikationen kring deras artister måste drivas på daglig basis och strategierna behöver vara långsiktiga snarare än tillfälliga kampanjer (Edlom, 2017b). Det framgår också att kommunikation är svårt och att här finns en dissonans mellan marknadsföring för effekter och autenticitet - där artist och bolag kan ha olika syn. Artisten utgår från sig som individ och dess konstnärliga uttryck, emedan bolag vill nå största möjliga publik (Edlom 2017a). Kommunikationens roll i det medierade landskapet framgår också i hur sociala plattformar kompletterar digitala musikplattformar (Spotify, Deezer, iTunes etcetera) allt mer. Sociala medieplattformar möjliggör för musikaktörer att skapa olika events tillsammans med artistens fans och att få fansen att röra sig mellan olika musikplattformar (Fast et al, 2017a). Det skapar engagemang och fansen får möjlighet att på olika sätt kommunicera med sin artist, men det styr också vad fansen gör och vilka plattformar de befinner sig på. Fansen kan uppmanas att kommentera, gilla, reagera och dela, men kan också tilldelas mer komplexa uppgifter som att skapa och lägga upp bilder och filmer, ge idéer eller input till artistens kreativa process eller finansiera (crowd sourcing) olika aktiviteter (Ryan Bengtsson et al, 2017). Man kan därmed se det som att fansen arbetar gratis för sina artister genom sociala mediekkanaler (ibid). Att fans gör saker för sina artister är inte nytt i sig, men det som tidigare har kommit som egna initiativ från fansen blir idag orkestrerat från branschen via sociala medier. Om fansen förr betalade för musik och marknadsföring genom att köpa CD:s betalar de idag genom prenumerationer (eller genom att lyssna på reklam) på musikplattformar och att arbeta gratis i sociala mediekkanaler. Det är inte bara musikbranschen som drar nytta av detta, utan också sociala medieplattformar i sig. Vi ser flera instanser av konkreta samarbeten mellan artisters marknadsföringskampanjer och sociala medieplattformar, där populärmusik är en viktig faktor i att dra publik till dessa plattformar. De drar en ung publik, men vi ser också tendenser till att fånga upp nya användare genom väl etablerade artister (Ryan Bengtsson & Fast, 2017). Då plattformarnas ekonomiska modell bygger på data (försäljning och analys) och exponering av annonser, drar de nytta av ökat antal användare och aktiviteter.



Forskningspresentationer för den lokala branschen av Karin Fast

Dock ställer konstant närvaro i sociala medier stora krav på små musikaktörer. Det finns flera exempel på aktörer i regionen som är duktiga på detta och har lyckats nyttja det för att komma ut på den internationella scenen, men det krävs mycket arbete då det måste underhållas kontinuerligt. Det riskerar att bli en stress vilket påverkar det kreativa arbetet (Fast & Jansson, forthcoming). Vi menar att här finns möjligheter till samarbete genom att använda regionen som en gemensam plattform. Dock finns en antydning till hinder i lokal konkurrens och inbyggda värderingar kring exempelvis musikstilar, scener och aktörer. Våra studier visar också att den lokala musikbranschen inom populärmusik har svårt att få olika typer av ekonomiskt stöd. De innefattas sällan i diskussionen kring viktiga kulturskapande aktörer, och har en mycket liten roll i exempelvis kulturplaner som är styrande för hur det satsas lokalt (Toresson Runemark, 2018). En förklaring till detta kan vara att det finns en underliggande bias kring vad kultur är där populärmusik, till skillnad från annan kultur, förväntas finansiera sig självt. Med utgångspunkten i populärmusikens roll i vår vardag, och hur musikevent och musikfestivaler är en naturlig mötesplats som bidrar till god livskvalité, läggs lite offentliga resurser på populärmusik. Snarare försvinner lokala scener och musikevents, som ofta drivs på gräsrotsnivå, eller tas över av större internationella marknadsaktörer där den lokala förankringen försvinner (Vi fortsätter spela pop [men håller på att dö], 2016). I våra intervjuer framkommer att det finns ett stort lokalt engagemang både bland artister och arrangörer, det

finns en vilja att verka i regionen och utveckla den, men att man saknar politiskt erkännande (Ryan Bengtsson, 2016). Dock ska här nämnas att det lokalt görs punktinsatser och det finns aktörer som delfinansieras, men att populärmusikens roll behöver lyftas. Vi ställer oss därmed frågan om det inte är dags att populärmusik ses som en social praktik där social höjd (tillgänglighet, samskapande, gränsöverskridande etc) sätts före ekonomisk höjd och som ett kulturellt uttryck som bidrar till samhället genom sina sociala värden, inte ekonomiska.

För att stötta lokal bransch i utvecklingen av sina affärsmodeller och höjda dess utvecklings- och innovationsförmåga krävs kunskaper i och en anpassning till rådande medieklimat. Vi har därmed arbetat med medialisering och transmedielogik för att stötta branschen i att förflytta fokus på mediet till att innovera innehåll och användning anpassat till plattformsoverskridande individuella budskap.

“Mötet med Jessica (Edlom) är nog det jag tar med mig mest ifrån. Vårt möte gav mig stor lust och inspiration, många punkter på att göra-listan och idéer till hur jag kan förfina mitt uttryck. Att våga se hela spektrat av artist-yrket som ett konstverk! Våga göra det jag blir inspirerad av utan att behöva tänka två gånger. Vi pratade om PR och image också. Bra möte!!”

Dessutom kräver affärsmodellen som den ser ut idag stora delar gratisarbete från olika aktörer, vilket riskerar utmattning och utarmning av musikkivet i regionen. Att professionalisera arbetet genom utveckling av högre utbildning och etablering av mötesplatser för innovativt samskapande och diskussion är en viktig del i att stärka aktörerna i att ta betalt, att få lokalt stöd är en annan. Men det krävs också samarbete över olika kunskapsområden och vi har identifierat ett behov av att finna nya metoder för gemensam utveckling.

Forskningsresultat har återrapporterats till branschen genom branschkonferenser, seminarier, närvaro på lokala festivaler och avslutningsvis i en webbkampanj. Vi har också coachat enskilda aktörer. Forskningen kommer också till konkret nytta i den utbildningsutveckling (se ovan om måluppfyllelse kring att utveckla och styrka musikkutbildningene) som genomförts inom projektet. För att säkerställa vetenskaplig kvalitet i genomförd forskning har vi kontinuerligt genomgått peer-review granskning genom att ansöka till och presentera forskningsresultat vid internationella forskningskonferenser. Det pågår i nuläget granskningar av texter för vetenskaplig publikation och vissa texter är i slutfas för att skickas in till vetenskapliga skrifter (tidskrifter, böcker och bokkapitel).



Linda Ryan Bengtsson deltar i en panel om musikindustrins överlevnad och vikten av de små aktörerna ute i landet vid MIRAC-konferensen (en mötesplats för forskare från olika discipliner, musikbransch och andra aktörer som är verksamma eller intresserade av musikkiv, musikbransch och musikindustri.)

Övergripande mål: Et levende musikkiv i Inre skandinavien med aktive musikkbransje-aktører som befinner sig i ett aktivt internasjonelt nettverk

Ovan har resultat av forskning, etablering av forskningsmiljö, implementering av högre utbildning och hur det inkorporeras och återrapporterats till branschen redovisats i relation till fastslagna projektmål. Här redovisar vi hur forskning, utbildning och bransch mötts för branschutveckling och utökat nätverk genom våra olika aktiviteter och hur det konkret stärker musikkivet att öka sin egen utvecklings- och innovationsförmåga. Centralt för att kunna genomföra dessa aktiviteter har varit det musikkiv som Studiefremjandet byggt opp under

tidigare Interregprojekt "Rookie to Whiz" (2011-2014). När MINS startade bestod nätverket av 580 musikaktörer, varav 185 kvinnor och 395 män. Vid avslut har MINS musiknätverk ökat med drygt 16% och består nu av 694 musikaktörer varav 217 kvinnor och 477 män.

Kunskaphöjande nätverksträffar - Synergier mellan bransch och studenter

Vi har under projektets gång arrangerat nätverksträffar, såsom bransch-seminarier, företagskvällar, musikbranschafterworks och forskningsbaserade seminarier. Gemensamma nätverksträffar och mingel för campus- och distansstudenter och regionens musiknäringsliv har arrangerats löpande med teman som marknadsföring, musikbranschens aktörer och mekanismer, musikjuridik samt praktiskt låtskrivande och musikproduktion. Seminarierna har letts av MINS tillsammans med experter från den professionella musikbranschen. I det vi kallat musikbranschafterworks har vi verkat för att lokal musikbransch mötts på platser med musikanknytning för nätverkande och möjligheter till samarbeten. I projektets slutfas har flertalet forskningsbaserade seminarier arrangerats tillsammans med nätverksmingel mellan forskare, studenter och musikaktörer i näringslivet.



Nätverksmingel i samband med MINS Music Business Convention i Hamar och Rena 2018.

Företagskvällar för etablering av nya musikföretag

Att stötta musikaktörer som vill starta företag har varit viktigt för att möta branschens behov samt att det har varit ett av våra mål gentemot Region Värmland. Vi har genomfört träffar om företagande i musikbranschen och om olika bolagsformer. I samband med dessa har vi också erbjudit möjlighet till vidare rådgivning kring uppstart i samarbete med Värmlandskooperativen och Ung Idé Värmland. Vi har lagt fokus på uppstartsfasen för företag och förmedlat branschinformation, branschkontakter, kontakter till regionala aktörer, myndigheter samt praktiskt hjälp. Vi har därutöver i samarbete med Värmlandskooperativen arrangerat en workshop om stadgar med syfte att hjälpa ekonomiska föreningar inom musikbranschen att anpassa sina stadgar till nya lagar som trädde i kraft under 2018.

Under projekttiden har vi stöttat 6 st företagsetableringar (varav 4 med manligt ägarskap och 2 med delat ägandeskap mellan kvinnor och män) samt noterat 16 nya arbetstillfällen (varav 12 män och 4 kvinnor). (Se beskrivning och sysselsättningsgrad i bilagorna Företagsetableringar 2015-09-01 - 2018-08-31.pdf, Om företagsetableringar 2015-09-01 - 2018-08-31.pdf).



Elin Tienvieri ifrån Ung Idé Värmland och Anna Tyrén ifrån Värmlandskooperativen coachar musikaktörer kring företagsstart i Karlstad och Arvika.

Deltagande i branschkonferenser - nätverkande och kontaktskapande med Internationell musikbransch

Vi har besökt 6 st showcase- och musikbranschkonferenser i Sverige och Norge med totalt 30 delegater från MINS musiknätverk, varav 18 st män och 12 st kvinnor. Många av de delegater som MINS rest med till konferenser vittnar om stor inspiration och motivation efter sitt medverkande.

En av våra deltagare beskriver hur en konferens både gett inspiration och lärande.

”Då jag varit omotiverad och oinspirerad på att skriva musik ett tag så fick jag helt ny inspiration efter denna helgen då jag fått komma och lyssna på hur musikbranschen fungerar i dagens samhälle med streaming, live-spelningar osv. Jag fick även bekräftelse på de funderingar jag gått runt och haft.”

De beskriver att nätverkande är viktigt i musikbranschen, där det råder stor konkurrens om utrymme. MINS insatser för att regionens musikaktörer mött branschen på dessa platser har bidragit starkt till att Värmland och Hedmark profileras, syns och hörs i den etablerade musikbranschen. Utan projektets stöd hade många små och medelstora musikföretag i regionen inte varit lika representerade och uppmärksammade nationellt, över gränsen eller internationellt. En manager och bokare sammanfattar vad dennes besök på en branschkonferens resulterade i:

”Jag hade nio förhandsbokade möten. Fyra av dem resulterade i samarbete. Fyra obokade möten, varav ett gav utdelning. Jag lämnade över mina kunders demos till fyra skivbolags-chefer. Mottog förfrågningar från två band om signeringar till mitt bolag. Sedan Where’s The Music har jag kunnat skicka ut 4 bokningsförfrågningar till ställen jag inte kände till att de existerade innan. En sammanfattning. 22 nya FB-kontakter. 6st telefonnummer. 16 nya använda mail-adresser.”

Genom branschkonferenser har deltagare träffat nya och gamla kontakter i den semi-professionella till professionella musikbranschen och fått möjlighet att marknadsföra produkter och tjänster för marknaden. Bl.a.

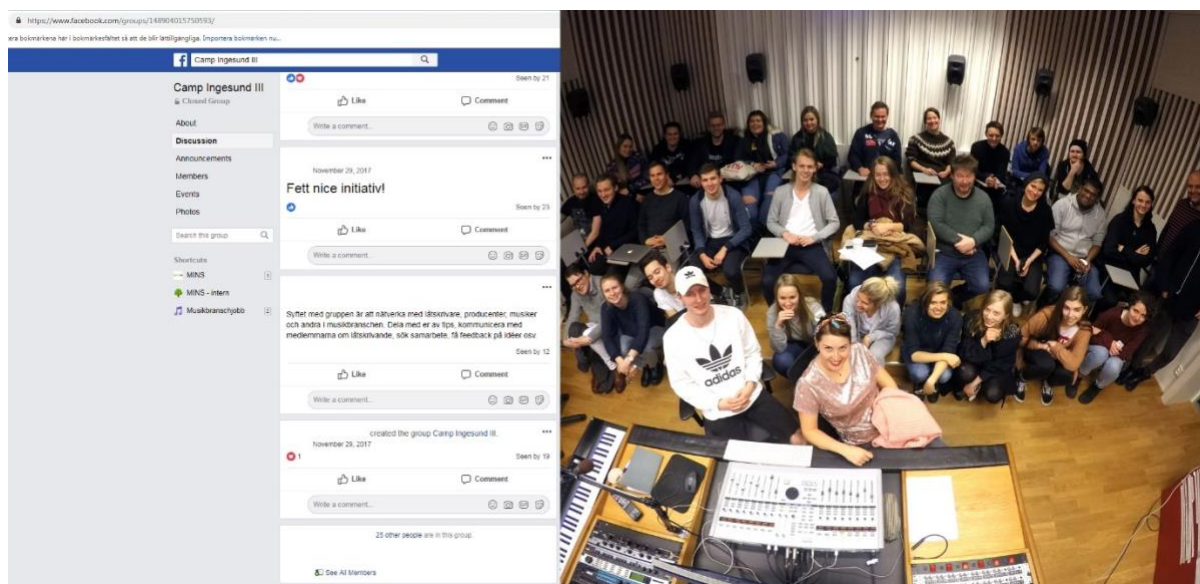
genom medverkande på By:Larm i Oslo, Where's The Music i Norrköping och på Export Music Swedens olika seminarier i Stockholm om nordiska, amerikanska och asiatiska musikmarknaden.

"Vistelsen i Oslo med MINS gav mig möjlighet att närmare bekanta mig med de aktörer som kommer från samma område som jag själv, och det gör att även musik-klimatet i vår geografiska närhet kommer gynnas."

Deltagarna beskriver själva att de på dessa konferenser träffat, knutit och bibehållit kontakter med bokare, skriv- och andra typer av musikbolag, A&Rs, managers, marknadsförare, forskare, musikproducenter, branschorganisationer för jämställdhet och mångfald, music supervisors/sync (mot film/tv-serier), musikpoddar, playlist curators (som tillhandahåller spellistor på t ex Spotify,) musikjournalister och andra musiker i branschen. Deltagarna beskriver även att de gemensamma resorna har inspirerat och utvecklat möjligheterna för samarbeten med varandra.

Gränsöverskridande låtskrivarcamps för professionalisering, nätverkande och inspiration

Vi kan se liknande effekter av våra låtskrivarcamps. Under projektet har vi arrangerat 5 st låtskrivarcamps och ett mixseminarium. I dessa har deltagarna fått feedback, tips och tricks från MINS personal och inbjudna professionella låtskrivare. Deltagarna har fått inspiration och nya kontakter att skriva låtar med. De har insett vikten av att kunna samarbeta med andra och getts möjlighet att färdigställa sin låtar och produktioner. Under dessa camps har vi kontinuerligt uppmanat deltagarna att knyta kontakter med föreläsare och inbjudna etablerade låtskrivare samtidigt som lokalernas utformning, övernattningen och upplägget är tillrettelagt för att stimulera nätverkande. Deltagare från det regionala musiklivet har blivit varse om musikutbildningar vid respektive lärosäte. Dessutom har inbjudna professionella låtskrivare blivit varse om våra utbildningar och våra studenter kapacitet. Ett flertal deltagarna har fortsatt att skriva ihop och gjort besök hos varandra i Sverige respektive Norge efter våra camps. Det har genomförts utbyten av spelningar över gränsen och det har på initiativ av deltagarna själva startats egna nätverk och Facebookgrupper för framtida samarbeten.



Exempel på Facebook-grupp som startats på eget initiativ av deltagare efter låtskrivarcamp.

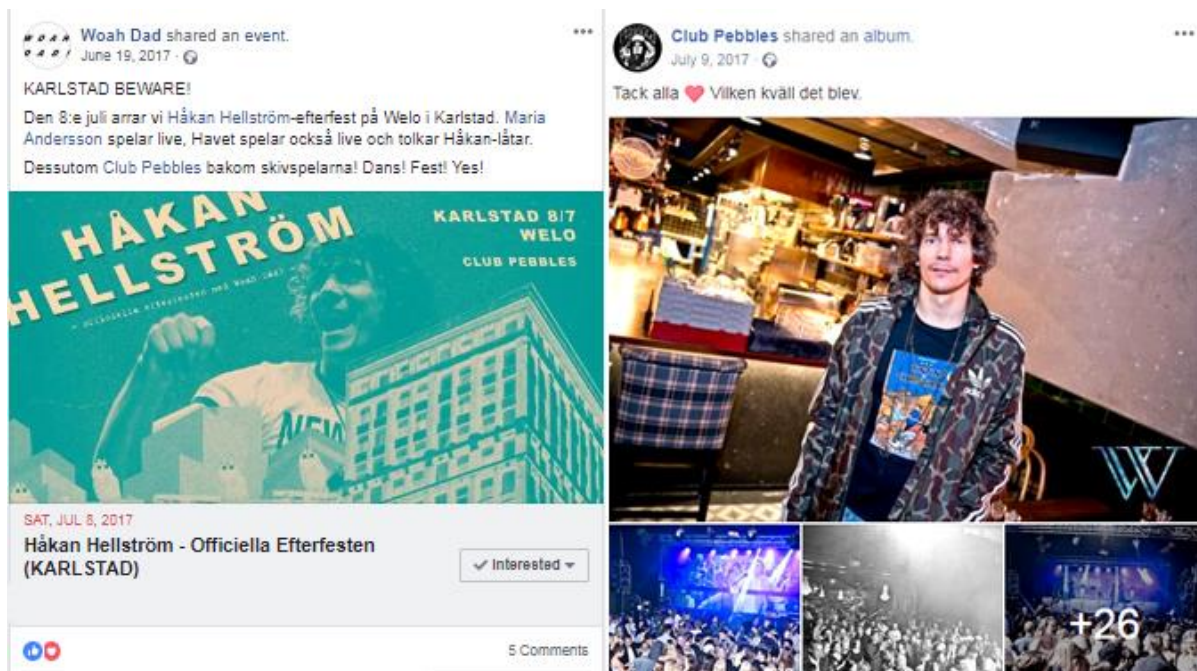
Ett levande nätverk som gynnar regionen

Genom våra aktiviteter har vi koblet ihop projektets forskning med den lokala musikbranschen. Musikaktörer i Värmland och Hedmark har blivit varse om olika regionala musikbolag inom olika genrer och knutit nya kontakter. MINS har synliggjort dessa aktörer för varandra och regionens musikbolag har genom sin medverkan breddat sina nätverk med aktörer de nu känner till tack vare MINS-projektets aktiviteter. Projektgruppens och forskningens musiknätverk har vidgats för ordinarie verksamhet/utbildningar och kommande projekt samt att regionens musikaktörer har börjat samarbeta kring olika inkomstgivande projekt. Pengar omsätts b2b (business

to business) och b2c (business to consumer). T ex inom låtskrivande, musikproduktion, bokningar och marknadsföring.



Lokala skivbolag i en presentation för branschen under en av projektets musikbranschafterworks



Marknadsföring av efterfest arrangerad av en av nätverkets arrangörer, vilket kom till efter att ha deltagit på By:larm i Oslo.

“Vi fick förfrågan om att arrangera officiell efterfest till en stor etablerad artist på dennes kommande konsert i Karlstad, för att vi verkar göra saker som sticker ut och har ett varumärke som verkar hippt.”

Konkreta resultat och goda exempel på et levande musikkliv i ett aktivt internationellt nätverk

I utvärderingar av olika insatser och i dialog med projektets musknätverk har resultat fångats upp inom kunskaphöjning, bokningar, uppslag till framtida jobb och samarbeten, samarbeten med internationella bokningsagenter, kunder till regionens skivbolag och studios, radio play i internationella radiokanaler, verifiering av profiler i sociala medier, nya artister att skriva med/mot, förfrågningar från och kontrakt med musikförlag, kontrakt med managementbolag, nya relationer och distribution i skivbutiker över gränsen mm. Något som i våra utvärderingar kan låta så här:

“Jag träffade mycket folk och fick ett par riktiga bra nyckelkontakter dels i Sverige men även Norge som kommer vara givande. Det ena har lett till direkt samarbete medan den andra har blivit en öppning för möjliga

Sammanlaget ser vi konkrete effekter där MINS har styrkt muligheten till framgång. Men att etablera sig på musikmarknaden, och att lyfta sin verksamhet kräver fortsatt engagemang och vidare utveckling utifrån det vi erbjuder. Det är därför ytterst tillfredsställande att se hur Mattman & Robin och Magnus Bertelsen/Erik Fjeld, som varit deltagare i tidigare interregprojekt IMN och Rookie To Whiz, rönt stora internationella framgångar som låtskrivare. Att få höra att en musikproduktions-student har knutits an till Ten Music Group, ett branschledande svenskt musikförlag som jobbat med bl.a. Zara Larsson. Eller hur flertalet av de som läser Music Business vid HINN plockas upp av Norges stora musikaktörer och majorbolag som Sony Music o.l. Och inte minst, att en låt som skrivits av studenter i gränsöverskridande samarbete har nått över 800 000 streams och att studenter utnyttjer kompetanse ervervet gjennom music business studier og lanserer artister og låter med stor kommersiell suksess. Som f.eks. artisten Ruben og hans store suksess med låta Walls.

Här finns stort potential för låtskrivare och producenter att etablera sig i branschen med hjälp av de nätverk och kunskaper som hämtats in inom projekt. Det resulterar dessutom i etablerade samarbeten mellan bokare i Värmland, Hedmark och den internationella boknings-branschen där bokare börjat upptäcka Inre Skandinavien som arrangemangs-region och att alla turnéruiter inte behöver gå genom Stockholm, Göteborg och Oslo, vilket stärker Värmland och Hedmark som arrangemangs-regioner. Genom att attraktiva arrangemang placeras i gränsregionen stimuleras människor utifrån att åka till Värmland och Hedmark för arrangemang, vilket gynnar regionerna i form av socialt kapital och status för regionen och dess invånare men även genom intäkter i besöksnäringen såsom hotellnätter och restaurangbesök.

Sammanlaget har det gränsöverskridande samarbetet oppnådd resultater via

- forskningsaktiviteter för fördjupad kunskap om digitaliseringen av musikbranschen,
- konkrete forskningsresultat som bildar en forskningsmiljö med resurser för vidare arbete och etablering,
- implementering av högre utbildning och branschnära kurser på högskolenivå,
- gränsöverskridande samskapande möten och en lång rad av kunskapshöjande aktiviteter och nätverksaktiviteter.

Gjennom dette har vi styrkt, professionaliserat och ökat antalet branschaktörer som befinner sig i ett nationellt och internationellt nätverk vilket bidrar till ett levande musikkiv i Inre Skandinavien.

Kontinuerligt under projektets 3 år har musikaktörer och studenter har fått kunskaper om og kontakter inom branschen gjennom grenseoverskridende aktiviteter som studiebesök, nätverksträffar, konferenser, showcase, seminarier, föreläsningar og workshops. Dessa aktiviteter sammanlänkar programområdets musikstudenter og musikaktörer med skandinavisk og internationell musikbransch og bidrar til å oppfylle programmets overgripende syfte og mål om att gjennom ett gränsöverskridande samarbete skapa de bästa förutsättningarna för en ekonomiskt stark region med en attraktiv livsmiljø. Detta, tillsammans med den forskning som har bedrivits inom projektet, har styrkt respektive lärosätets musikutbildningar, satt dem i en aktuell kontext og gett lärosätets studenter goda förberedelser att kliva in i yrkeslivet. Branschaktörer har fått nya kontakter, tillgång till olika typer av kompetens og konkret coaching för att utveckla sin karriär. Vikten har lagts vid att stärka lokal musikbransch og därifrån bygga nationella og internationella kontakter för att stärka projektregionens musikaktörer att vara i ett levande musikkiv med ett aktivt internationellt nätverk. Vi har mött den lokala musikbranschen kompetensbehov, säkerställt att forskning kommer lokala branschen till gagn og styrkt nätverket gjennom en rad riktade aktiviteter tillsammans med branschen. Vi har under projektets gång utvecklat olika aktiviteter med varierat innehåll og form som sammanlaget bidrar till vårt overgripande mål og til målet om å øke organisasjonenens og foretakenes FoU og innovasjonsförmåga.

PROJEKTORGANISATION

Prosjekteiere

Prosjektets eierskap har ligget til Karlstads universitet og Høgskolen i Innlandet (tidligere Høgskolen i Hedmark.) Studieförämjandet Örebro-Värmland har vært partner i prosjektet. Prosjektet Music Innovation Network Inner Scandinavia har omfattet regionene Hedmark Fylke og Region Värmland med kobling til flere land gjennom internasjonale samarbeidspartnere. Karlstads universitet og Høgskolen i Innlandet driver forskning og høyere utdanning i sine respektive regioner. Institusjonene har lang tradisjon for samarbeid og har et fordypet og utvidet samarbeid for videre utvikling. Universitet og høgskoler anses som sentrale utviklingsaktører og del av regionale innovasjonssystemer. I vår sammenheng kan vi si at Karlstads universitet og Høgskolen i Innlandet sammen med Studieförämjandet har fylt en rolle som regional utviklingskraft for internasjonale vekstmuligheter innenfor kreative næringer. Aktørene innehar komplementær kompetanse som her har blitt utnyttet i et nytt felles forskningsfokus på musikkindustri. Karlstads universitet og Høgskolen i Innlandet har vært prosjekteiere og ansvarlig for økonomi, rapportering og ledelse av prosjektet. Studieförämjandet Örebro-Värmland har vært prosjektpartner og ansvarlig for bransjeutvikling.

Presentasjon av partnerskapet

Høgskolen i Innlandet – Handelshøgskolen (tidligere Høgskolen i Hedmark, Campus Rena, avdeling for økonomi og ledelsesfag)

Innenfor Handelshøgskolens og Campus Rena sine fagområder økonomi og ledelse, tilbys et bredt spekter av studier innen økonomi og ledelse, regnskap og revisjon, eiendomsmedling, organisasjonsutvikling, serviceledelse og markedsføring, offentlig styring, innovasjon, kunnskapsledelse, beredskap og krisehåndtering, musikkrelaterte ledelsesstudier, digital kommunikasjon og prosjektledelse. Studieporteføljen favner fra halvårsheter til årsstudier, bachelorstudier, masterstudier og innenfor Handelshøgskolen også doktorgradsprogrammer. Fra høsten 2015 har avdelingen på Rena gitt tilbud om siviløkonomutdanning. I tillegg til heltidsstudiene på Campus, tilbys en rekke nett- og samlingsbaserte studier. Avdelingen har gjennom flere år vært en betydelig og anerkjent aktør i Norge på økonomiutdanninger.

Høgskolen i Hedmark, Campus Rena etablerte i 2005 Norges første og eneste lederutdanning for musikkbransjen. Studiet uteksaminerte sine første studenter sommeren 2008. Høgskolen har ønsket å utvikle sitt studietilbud for musikkbransjen og har tidligere i samarbeid med Högskolan i Dalarna etablert en bachelor i musikkproduksjon med foretaksøkonomisk vinkling. Utvikling av denne bacheloren ble i stor grad finansiert gjennom det tidligere Interregprosjektet Innovation Music Network og er en spinoff fra dette. I prosjektet Rookie to Whiz ble det utviklet en ettårig musikk og låtskriverutdanning ved Kau, Musikhögskolan Ingesund, og samarbeid innenfor medieproduksjon ble fordypet, bl.a. gjennom felles prosjekter, studentarbeid og dokumentarproduksjon. I MINS har vi fordypet og videreutviklet forskningssamarbeid som involverer flere ulike fagmiljøer ved Kau og HINN. Gjennom dette arbeidet har prosjektet bidratt til økt satsing på musikkbransjerforskning bl.a med et felles forskningssenter; Music Business Research Center.

Karlstads universitet – Musikhögskolan Ingesund

Inom Karlstads universitet finns Musikhögskolan Ingesund som är placerad utanför Arvika i västra Värmland. MHI är en av sex musikhögskolor i Sverige och är mest kända för sin musiklektörutbildning. I Arvika finns en djupt rotad kulturtradition där musik i alla former alltid har spelat en stor roll. Som en väl etablerad institution har man ett väl utbyggt nätverk av externa föreläsare som är branschledande inom sina kunskapsområden. Man har därmed goda erfarenheter i att arrangera workshops och föreläsningar med aktörer som finns i nätverket. Här finns ett utvecklat samarbete med regional, nationell och internationell musikbransch.

Karlstads universitet – Medie- och kommunikationsvetenskap

Ämnet medie- och kommunikationsvetenskap är en del av Institutionen för Geografi, Medier och Kommunikation) vid Karlstads universitet. Dessutom är det en del av den starka forskningsmiljön Geomedia (tillsammans med filmvetenskap, kulturgeografi och turismvetenskap), vilket utforskar relationen mellan medier och plats. Geomedia är unikt i sitt slag och är etablerat på den internationella forskningsarenan med ett gott

internationellt nätverk. Forskningsmässigt bidrar MKV med spetskompetens och internationella kontakter och utbildningsmässigt med kompetenser inom visuell kultur, marknadsföring och handledning.

Karlstads universitet - Centrum för tjänsteforskning (CTF)

CTF forskar om värdeskapande genom tjänster med utgångspunkt i individers, organisationers och samhällens behov. Vi vill att vår forskning ska göra skillnad och bidra till att utveckla människor, organisationer och vår omvärld. CTF utgår från vetenskaplig forskning om tjänster och tar fram ny kunskap om värdeskapande processer. Med värdeskapande processer avser vi de effekter som uppstår i mötet mellan en organisation och en användare i form av kund, medborgare eller patient. Exempel på värdeskapande process kan vara känslan av välbefinnande när man smidigt kan transportera sig till och från jobbet via kollektivtrafiktjänster, minskad miljöpåverkan och bättre sjuk- och hälsovård är andra exempel på värdeskapande processer. Dessa värden är lika viktiga för alla organisationer, privata som offentliga, eftersom de är vad användare till dessa organisationer efterfrågar och behöver. Våra centrala forskningsområden är service innovation, service management, service experience, service transformation och service logic. Vår forskning befinner sig i framkanten av den internationella forskningsfronten och bedrivs i samverkan med omgivande samhälle samt akademi. Våra resultat kommer till nytta hos både näringsliv och offentliga organisationer runt om i världen.

Studieförbundet Örebro-Värmland

Studieförbundet (SFR) är Sveriges tredje största studieförbund och ger människor över hela landet möjlighet att lära, skapa och utvecklas i gemenskap med andra. SFR är såväl religiöst som politiskt obundna och profilområdet är kultur, miljö, djur och natur. Basen i verksamheten är studiecirkeln, som består av en liten grupp människor som studerar tillsammans. SFR arrangerar också andra former av utbildningar, t ex uppdragsutbildningar för kommuner och företag. SFR har även en stor och bred kulturverksamhet med musik, föreläsningar, teater etc. SFR har musikverksamhet över hela Värmland med ca. 100 artister/band i studiecirkel inom musik och processledare (ledarkurser är en viktig del av SFRs metoder).

Styringsgrupp

Styringsgruppen har hatt representanter fra prosjekteierne representert ved Karlstads universitet, Musikhøgskolan Ingesund og Høgskolen i Innlandet samt prosjektpartner Studieförbundet Örebro-Värmland. Styringsgruppa har således bestått av representanter fra partnerskapet samt prosjektlederne. Ved behov har dessuten representanter på utdanningssiden fra Kau, Musikhøgskolan Ingesund og HINN deltatt i styringsgruppa. Att ha en stor del av utbildningskedjan i musik samlade visade sig bli en styrka för projektet, såväl for å ivareta utdanninger som møter bransjens behov som for å integrere forskning i undervisning.

Styrgruppens medlemmar:

- Peer Jacob Svenkerud, Högskolen i Innlandet
- Gunnel Kardemark, Karlstads universitet (projektstart – 31-12-2016)
- Henrietta Huzell, Karlstads universitet (01-01-2017 -projekt slut)
- Johan Carlsson, Studieförbundet Örebro-Värmland
- Martin Gronert, Studieförbundet Örebro-Värmland
- Linda Ryan Bengtsson, Karlstads universitet
- Lisbeth D. Berglund, Högskolen i Innlandet (projektstart - 31-12-2017)
- Rune Johannessen, Høgskolen i Innlandet (01-01-2018 - prosjektslutt)

Styrgruppens sammanträden hölls i hovedsak på Musikhøgskolan Ingesund for å unngå unødige reiser. Sammanlagd träffades styrgruppen 8 gånger i projektperioden. Vid flertalet tillfällen planerades styrgruppsmöte tillsammans med projektgruppsmöte för kortare möten internt. Dessutom hölls ett längre möte (2109-20-17) där forskningsresultat presenteras för styrgruppen.

Prosjektgruppe

Karlstads universitets bidrag till projektgruppen har bestått av två universitetslektorer (Karin Fast och Linda Ryan Bengtsson) och två adjunkter (Mia Toresson Runemark och Jessica Edlom) från medie- och kommunikationsvetenskap, en lektor (Carl Utbult) från Musikhøgskolan Ingesund och en professor (Per Skälén) från Centrum för tjänsteforskning vid Karlstads universitet. Över projekttiden har två projektdeltagare från Karlstads universitet lämnat och en tillkommit. Initialt fanns lektor Claes Högström med i projektet för CTF,

därefter kompletterades med doktoranden Emma Axelsson. Båda bytte sedan arbetsplats och professor Per Skåln klev in i projektet. Det innebar en kompetenshöjning inom forskning vilket har varit till god nytta för projektet. Projektledare på svensk sida har varit Linda Ryan Bengtsson.

Høgskolen i Innlandet har bidragit med professor Bård Tronvoll, høgskolelektorerna Rune Johannessen og Ola Haampland og rådgiver/timelærer Lisbeth Dahl Berglund, alla vid Handelshøgskolen Innlandet. Projektledare fram till 2017-12-31 var Lisbeth Dahl Berglund som efter pension lämnade över till Rune Johannessen.

Från Studiefremjandet har Martin Gronert jobbat heltid med branshutveckling, nätverksutveckling, kommunikation och kunskapspridning, och har därmed haft en central roll att knyta samman forskning, utbildning och bransch i olika event.

Projektgruppen har hatt regelmessige møter og kommunikasjon som i hovedsak har foregått via Skype og e-post. Vi også hatt fysiske møter tre till fyra gånger per år, foretrådesvis i forbindelse med styringsgruppemøter og større arrangement. Fysiske møter ble gjennomført i oppstarten av prosjektet og ved enkelte anledninger der det var behov for planlegging og dypere diskusjoner. De fysiske møtene var av betydning for å bli bedre kjent med hverandre og for å kunne diskutere og gjøre felles vurderinger. Kort sagt "prata ihop oss" og planera for en gemensam måluppfyllelse. Inte minst stimulerade dessa möten vår teambuilding, vilket underlättar samarbetet mellan olika kulturer.

Ansvarsfordelning inom projektgruppen

Projektledaren i Sverige har fungerat som hovedprosjektledare med överordnat sammankallande roll utöver oppfølging og rapportering. Personal, økonomi og daglig drift har hanterats av respektive projektledare separat i Sverige og Norge.

Delprosjektledere

Ansvar for spesifikke enkeltdeler i prosjektet har vært ivaretatt av delprosjektledere. F.eks. innenfor forskning og utdanning har det vært arbeidet i grupper med representanter fra involvert fagpersonale. Delprosjektledere og deres arbeidsgrupper har jevnlig deltatt i prosjektgruppa og i styringsgruppemøter ved behov. Delprosjektledere for utdanning har vært Carl Utbult fra Kau og Musikhøgskolan Ingesund og Rune Johannessen fra HINN. På forskning har delprosjektledere vært Bård Tronvoll fra HINN med Karin Fast fra Kau/MKV og Per Skåln fra Kau/CTF. Prosjektpartner og delprosjektleder hos Studiefremjandet har hatt ansvar for det operative knyttet til gjennomførende av aktiviteter og nettverksarbeid riktade mot målgruppen og var även den huvudsakliga kontakten utåt mot bransje aktørene.

Referansegruppe

Referansegruppe har fungert dynamisk, etter behov – i betydningen av at vi har trukket inn kompetanse knyttet til spesifikke oppgaver og problemstillinger. Eksempelvis i forbindelse med forskning har bransjeaktører som Sony Music, Music Norway, IFPI og andra musikaktører vært trukket inn for å sikre forankring og nytteverdi for bransjen og for å sikre kvaliteten i utbildning. Forskningsmessigt har vi bjudit in enskilda forskare med lång erfaringhet gällande forskning inom musikområdet och kulturella och kreativa näringar. Utifrån deras kompetenser har vi diskuterat pågående forskning.

INDIKATORER

Indikatorer		
Projektets aktivitetsindikator/-er som beskrivet i tilsagn/beslut	Antal enligt projektbeslut	Uppnått inom projektet
Antal företag som får stöd	20	53
Antal företag som får stöd för att introducera för marknaden nya produkter	6	22
Antal företag som får stöd för att introducera för företaget nya produkter	4	41
Antal företag som deltar i gränsöverskridande, transnationella eller interregionala forskningsprojekt	8	25
Antal forskningsinstitut som deltar i gränsöverskridande, transnationella eller interregionala forskningsprojekt.	3	3
Antal deltagande organisationer i gränsöverskridande forskningsprojekt	3	3
Demonstrations- och testprojekt	1	1
Långsiktiga formaliserade samarbetsavtal mellan olika forskningsinstitut	1	0

Kommentarer till indikationerna:

Antal företag som får stöd

Avser företag som genom projektet fått utveckla och innovera sin verksamhet. Utöver de företag som anges i utfallet har även flertal musikaktörer utan företag gynnats av projektets insatser.

Antal företag som får stöd för att introducera för marknaden nya produkter

Nya produkter har innefattat tjänster, strategier, nytt upphovsrättsligt material mm som musikaktörer fått introducera för marknaden genom nätverk och medverkande t ex på branschkonferenser.

Antal företag som får stöd för att introducera för företaget nya produkter

Nya produkter har innefattat tjänstefiering, strategier, upphovsrättsligt material mm för att möta musikbranschens efterfrågan av anpassade tjänster för den digitaliserade marknaden.

Antal företag som deltar i gränsöverskridande, transnationella eller interregionala forskningsprojekt

I vår forskning har vi samarbetat med många aktörer, lokalt, nationellt och internationellt. För att följa forskningsetiska regler kan inte deras företagsnamn röjas.

Antal forskningsinstitut som deltar i gränsöverskridande, transnationella eller interregionala forskningsprojekt.

Forskningsintitutt som har deltagit er: den starka forskningsmiljön Geomedia och excellenta forskningsmiljön CTF vid Karlstads universitet, och Handelshøgskolen HINN representert ved Music Business Research Center, Høgskolen i Innlandet.

Antal deltagande organisationer i gränsöverskridande forskningsprojekt

De tre organisasjonene som har deltatt i grenseoverskridende forskningsprosjekt er Karlstads universitet, Høgskolen Innlandet og Studiefremjandet Ørebro - Värmland.

Demonstrations- og testprosjekt

Her avses pilotprosjekt studentbedrift, A&R 2 og internasjonalisering som vi har beskrevet nærmere i våre rapporter.

Långsiktige formaliserte samarbeitsavtal mellom ulike forskningsinstitutt

Mellan CTF och Musikhögskolan Ingesund vid Kau och Handelshögskolan vid HINN finns ett nära samarbete som sträcker sig långt tillbaka. Här finns etablerade utbyten mellan forskning och utbildningen mellan institutionerna. Med detta projekt, och stärkt med att vi nu kommer arbeta vidare inom detta forskningsområde inom ett nytt interregiprojekt (MECO), kopplas även Medie- och kommunikationsvetenskap till detta utbyte. Mellan Karlstads universitet och Högskolen Innlandet finns en ständig dialog för att förebygga gränsöverskridande samarbeten och man träffas med jämna mellanrum på högsta ledningsnivå. Eftersom det finns tydligt uttalad intention att skriva ett formellt samarbetsavtal mellan lärosätena, har vi valt att inte skriva egna avtal på ämnesnivå utan avvaktar detta avtal.

GRÄNSÖVERSKRIDANDE EFFEKTER/MERVERDI

Prosjektets partnere og innretning mot forskning, utdanning og bransje skaper i seg selv grenseoverskridende merverdi gjennom nettverk og felles innsatser. I vår prosjektsøknad skrev vi «I sum forfekter vi at det grensekryssende i prosjektet skaper økte merverdier i form av nyskaping i møtet mellom forskjellige miljøer, økt og diversifisert kompetanse og derigjennom økt nyskapingstakt og konkurransekraft.» Videre pekte vi på følgende punkter der vi mente prosjektet ville skape merverdi:

- etablering og gjennomføring av et grenseoverskridende, musikkbransjerelatert og innovasjonsfokustert FoU samarbeid.
- utvikling av grenseoverskridende og komplementære utdanninger
- internasjonalisering – utveksling av studenter, fagpersonale og musikkbransjeaktører
- kunnskapsspredning gjennom f.eks. workshops, seminarer, konferanser og erfaringsutveksling

Ved prosjektets slutt mener vi at arbeidet samlet har bidratt til oppfylle disse punktene og til å skape merverdi for så vel musikkbransjen og regionens aktører som for studenter, forskning og utdanning. Merverdi er skapt gjennom konkret og praktisk samarbeid over grensen der vi har knyttet sammen fagmiljøer, utnyttet komplementære kunnskaper, erfaringer og nettverk nasjonalt og internasjonalt. Gjennom dette grenseoverskridende samarbeidet har vi bidratt til å redusere grensehindre hva angår institusjonelt samarbeid og økt tilgjengelighet med utveksling av studenter og fagpersonale.

Grensen som ressurs: Prosjekteierne ser både likheter og skillnader over grensen som viktige ressurser for de resultater som er skapt gjennom prosjektet. Likheter med hensyn til interesser og felles mål kva angår aktuell forskning og attraktive, gangbare og kvalitativt gode utdanninger. Ulikheter med hensyn til komplementære utdanninger og forskjellige fagmiljøer innenfor forskning. Likheter og ulikheter knyttet til bransje og nettverk gir både et felles grunnlag med artister, låtskrivere, musikgrupper og studenter med sammenfallende interesser og utfordringer, og ulikheter med forskjellige styrker og begrensninger når det gjelder bransjenettverk, næringsstruktur og kontaktnett nasjonalt og internasjonalt. F.eks. har man på svensk side en stor styrke i bransjenettverk, kontakter og kompetanse på bransjeutvikling gjennom Studiefremjandet. Kompetanse og kontaktnett som norsk side har dratt stor nytte av gjennom låtskrivercamper og samarbeid generelt. Når det gjelder kontaktnett inn mot bransjeaktører nasjonalt og internasjonalt har norsk side hatt en stor styrke. Eksempelvis har kontakter til majorselskaper og bransjeorganisasjoner gitt verdifulle bidrag i forskning og utdanningsutvikling for å sikre relevans og interesse. Likeså kontakter til universiteter i USA der vi har etablert verdifullt samarbeid inn mot så vel utdanning som forskning. Av konkrete resultater kan nevnes studentutveksling, samarbeid på kurset i A&R 2 og bidrag i utredning for en mulig ny Master i music business ved HINN. Prosjektet har på denne måten utnyttet grensen som ressurs ved å bygge og videreutvikle institusjonelt forsknings- og utdanningssamarbeid til nytte for regionen og bransjen. Videre har prosjektet bidratt i tilrettelegging for et fungerende bransjenettverk for kreative næringer og har utvidet nettverksbygging med fokus på internasjonale kontakter. Gjennom dette arbeidet har prosjektet bidratt til å styrke, utvikle og

vedlikeholde så vel nettverk som forskning og utdanning i kreative næringer i Indre Skandinavia og internasjonalt.

Utnyttelse av kritisk masse: Prosjektet kan også sies å anvende potensialet av å arbeide over grensen som en forutsetning for oppnådde resultater f.eks. gjennom å bidra til at flere studenter søker våre musikkutdanninger. Et grenseoverskridende forsknings samarbeid og det nye felles forskningssenteret Music Business Research bidrar til å gjøre oss mer interessante som samarbeidspartnere og kan åpne for nærmere samarbeid med så vel andre relevant forskningsmiljøer som bransjeaktører nasjonalt og internasjonalt. Gjennom den avsluttende konferansen, Music Business Convention, på Hamar involverte vi så vel egne forskere som nasjonale og internasjonale bransjefolk. Konferansen hadde mer enn 200 deltakere og tiltrakk seg publikum med studenter, fagpersonale, forskere, bransjeaktører, politikere og offentlige etater.

Överbryggande av gränshinder: Av grensehinder som har påvirket prosjektet kan nevnes administrative og dels juridiske hva angår for eksempel ulike prosedyrer og krav til godkjenning av studieplaner. Vi har også konstatert at det er ulike krav og forventninger til utvekslingsopphold for studentene på norsk og svensk side. De norske studentene har utveksling over ett semester ved Kau/Ingesunds musikhøgskola, mens det har vist seg vanskelig med tilpasning for en tilsvarende utveksling med et helt semester ved HINN. Når det gjelder undervisning og utveksling av fagpersonale har vi utnyttet og overbrygget grensehinder gjennom å teste felles videoforelesninger og bruk av YouTube. Prosjektet har dessuten bidratt til å etablere og bygge nye, bestående og grensekryssende forskningsmiljøer som ikke hadde vært mulig uten prosjektet. Dette har også åpnet for nytt og uforutsett samarbeid med andre eksterne forskere, f.eks. knyttet til MIRAC (Music-focused Interdisciplinary Research and Analysis Center) og miljøet rundt den europeiske music managementforeningen. Sist, men ikke minst har prosjektet bidratt til grenseoverskridende, internasjonal kunnskapsspredning og internasjonal publisering av forskning.

Erfarenheter från samarbetet

Vi har i projektet förhållit oss till de kulturella, strukturella och organisatoriska skillnader som finns mellan länderna som möjligheter. I vissa fall driver vi konkreta förändringar, som att visa på hur branscher kan dra nytta av varandra på en global marknad. I andra fall måste vi anpassa vår verksamhet då vi exempelvis inte kan råda på utbildningsstrukturella skillnader. Det ställer krav på att vara lyhörd och våga omvärdera, men att vara stark i att argumentera för ståndpunkter när det behövs. Man måste våga lyfta de skillnader som finns för att också kunna konkret hantera dem. Därför har vi medvetet inte låtit oss låsas av de konkreta begränsningar som finns utan sökt andra möjligheter. Exempelvis är utbildningsstruktur och studieupplägg olika i respektive land, vilket kräver kreativa lösningar där samarbetet läggs i form av aktiviteter med respektive lärosäte för hantera hur det inkorporeras i pågående kurser.

På grund av de skillnader som finns är det en risk att det upplevs lättare att arbeta som isolerade öar istället för gemensamt. Vi är också olika människor som arbetar på olika sätt, vilket snarare är relaterat till person än kultur. Vi har motverkat detta genom att projektledarna aktivt efterfrågat samarbete och kontinuerliga möten där framtida planer tydligt lagts ut. Det har fungerat, men vi ser att framöver bör det ansvaret ligga på Work Package/delprosjekt ansvariga, då de är närmre den konkreta verksamheten.

Vi ser också att Studieförbundet, som bärare av överbyggande aktiviteter, har axlat en viktig roll i att få gemensamma aktiviteter till stånd. Så här i projektets slut ser vi vikten av att en aktör har ett tydligt ansvar för att iscensätta möten mellan bransch, akademi och utbildning. Vi ser dessuten et tydlig behov for en bransjenær aktør med tilsvarende rolle som Studieförbundet på norsk side da høgskolen vanskelig kan fylle en slik dobbeltrolle som både ivaretar akademi, utbildning og bransje. I slutfasen av prosjektperioden, og som forberedelse inn mot fremtidig arbeid, er det derfor knyttet kontakter mot lokale, bransjenære aktører også på norsk side.

En deltagare som medverkat på By:Larm skriver:

“Jag träffade personer som arbetar med kulturutveckling i Norska städer som kan ge en fingervisning och tips om vart det går att arrangera konserter i området.”

Dessa nätverk skulle kunnas länkas upp med MINS upparbetade nätverk för att skapa fler möjligheter för gränsöverskridande samarbeten. Det tydligaste beviset på att vi har goda erfarenheter av vårt samarbete, är att vi genom MINS identifierat nya frågeställningar, sett möjligheter till nya insatser och mer förpliktande, konkret och konsistent forskningssamarbeid. Ikke minst också det faktum att vi upplever att vi bidrar till ett vedvarende gränsöverskridande samarbete på flera arenaer och nivåer, noe som har resulterat i att vi valt att gå in med en ny gemensam ansökan till Interreg.

DE HORISONTELLA KRITERIERNA

Vi har haft en projektgrupp bestående av 6 kvinnliga och 9 manliga kollegor. Varav 2 kvinnor har haft projektledarroller.

Inom projektet har vi kontinuerligt arbetat gränsöverskridande med studenter och semiprofessionella till professionella musikaktörer i Värmland och Hedmark. Vårt nätverk av branschaktörer har utvidgas kontinuerligt och vi har arbetat med en breddad närvaro, särskilt kring deltagandet i våra event. Vi har arbetat aktivt med jämn könsfördelning både i deltagande och gällande våra föreläsare och workshopledare. Eftersom vi ser att det finns en viss underrepresentation av antalet kvinnliga musikaktörer i regionen har vi arbetat aktivt för ökad mångfald. Vi har även arbetat aktivt med möte mellan stad och landsbygd och centrum och förort för mångfald och integration.

Vi har genomgående arbetat för göra projektet tillgängligt för alla, oavsett kön, etnicitet, sexuell läggning eller religiös tillhörighet. Bl.a genom samarbeten med nätverk inom jämställdhet, mångfald och icke-diskriminering. Ett exempel är att vi samkört aktiviteter med “Ett Öppnare Kronoparken”, ett cultural planning-projekt i Karlstad av Folkbildarna i Värmland, för ett växande hållbart samhälle, såväl socialt som ekonomiskt. Vi har även bjudit in och haft medverkande från deltagare med funktionsvariationer på våra speed meetings, seminarium och musikbranschafterworks.

Med inspiration av moderna metoder framtagna av jämställdhetsorganisationer som Crossing Borders och Make Equal, har vi arbetat för att vara så inkluderande som möjligt i marknadsföring och genomförande av projektets aktiviteter. Vi har anlitat 49 % manliga 51 % kvinnliga föreläsare (13 st M/14 st K). Vi har inom projektet engagerat 308 musikaktörer varav 70% manliga och 30% kvinnliga (218 st M/ 90 st K), vilket är en något högre procentandel kvinnliga deltagare än i t ex Studieförbundetets ordinarie musikverksamhet nationellt.

Vi har även genomfört en särskild satsning på jämställdhet för att utöka projektets kvinnliga musknätverk, samt att i högre mån jämställa aktiviteter och utvärdera hur vi kan jobba mer inkluderande i våra verksamheter. Vi anlitate Roya Sarvestani som branschutvecklare och digital kommunikator för målstyrt arbete på uppdragsbasis i en serie workshops med fokus på ökat antal kvinnliga deltagare på MINS aktiviteter, i enlighet med projektets horisontella jämställdhetsmål. Roya är utbildad projektledare och kommunikator med erfarenhet inom kultur och musik. Bl.a. som arrangör, bokare, kommunikator, handläggare inom arrangörskap och som skribent. Hon har även avlagt en c-uppsats om kvinnor, varumärken och genus inom svensk hårdrock.

Roya arbetade i sitt uppdrag med att engagera och aktivera kvinnliga musikaktörer i Värmland och medverkade som medarrangör på ett antal MINS event. Hon bidrog under arbetet som bollplank och medarrangör för MINS aktiviteter, med sin kompetens inom kommunikation och skrev en rapport över resultat, potentiella effekter och eventuella avvikelser kring uppdragsperioden. De uppsatta målen för uppdraget uppfylldes. MINS tillknöt sig

under uppdraget ett tiotal nya unika kvinnliga deltagare på MINS aktiviteter. Rapporten finns bifogad som bilaga (Rapport jämställdhetskriterier.pdf).

Vi har genomgående även tagit hänsyn till jämn fördelning kvinnor/män vid de tillfällen platskapaciteten krävt urval och ingen deltagare har exkluderats i dessa urval p.g.a kön, etnicitet, sexuell läggning eller religiös tillhörighet.

Ansökan

För att vara med i uttagningen skickar du en intresseanmälan samt en motivering via länken nedan. Skriv gärna om du har någon särskilt produkt/tjänst/projekt som du vill pusha för under vistelsen. Vi tar i uttagningen hänsyn till jämnfördelning män/kvinnor samt din motivering. Antagningsbesked lämnas löpande under februari.

Ansök senast den 12 februari.

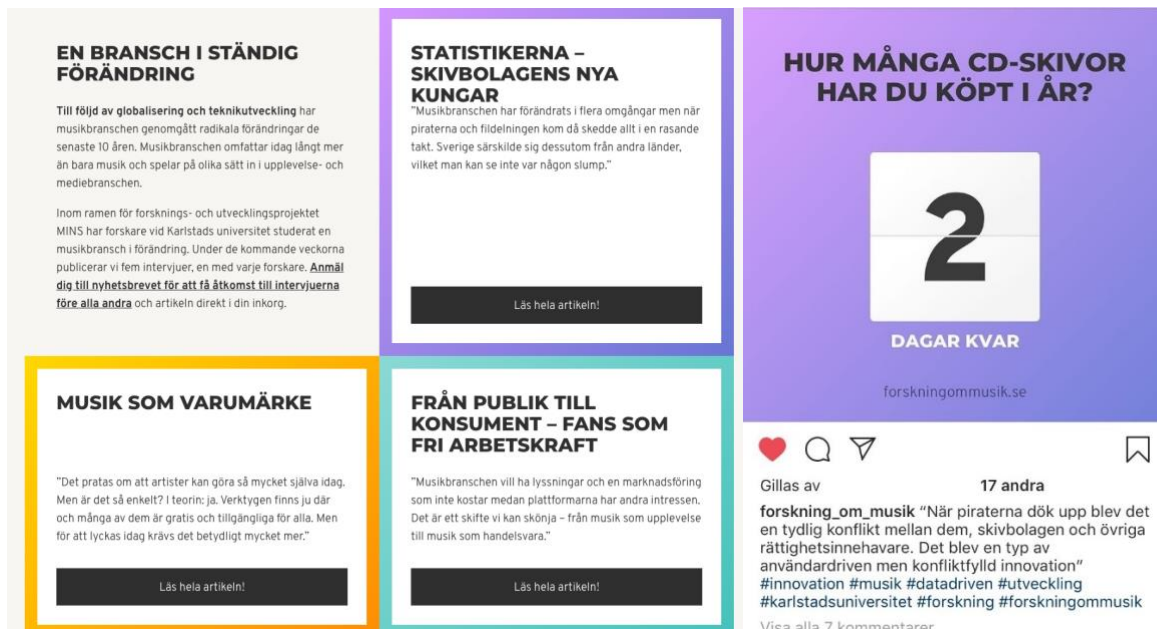
[Gå tillbaka](#)

Exempel på hur vi på mins.se eftersträvat jämn könsfördelning i samband med aktiviteter.

INFORMATION OCH KOMMUNIKATION

Under projektets uppstart togs det fram en visuell profil, en hemsida (<http://www.mins.se/> och <http://www.mins.no/>) och en facebook-sida (MINS facebook) för extern kommunikation (se bilaga mins.se.pdf och minsfacebook.pdf). Projektets innehåll har presenterats här och events har marknadsförts via dessa kanaler. Vi har haft flertalet föredrag och events (redovisat ovan) där information om projektet och dess resultat har presenterats. Flertalet av dessa har också live-sändts via Facebook och Youtube för att öka tillgängligheten.

Under projektets sista månader har vi arbetat särskilt intensivt med extern kommunikation där fokus har lagts på forskningskommunikation för återrapportering till musikbransch och allmänhet. För väl genomförd forskningskommunikation med god spridning krävs specifika kompetenser. Därför valde vi att avsätta resurser för att genomföra ett större forskningskommunikationsprojekt tillsammans med professionella kommunikatörer. Vi arbetade med en journalist med god erfarenhet av att arbeta med forskningskommunikation och spridning. Projektet planerades och byggdes upp under våren 2018 med release i samband med projektslut. Vi arbetade i workshopform för att definiera det centrala i våra studier och identifiera våra målgrupper. Utifrån detta skrevs 5 populärvetenskapliga artiklar på delar av den forskning som producerats inom projektet. Eftersom vi primärt avsåg att nå musikaktörer och individer med intresse av populärmusik och musikbransch, valde vi att arbeta med en hemsida och ett instagramkonto. Marknadsföringen skedde huvudsakligen via instagram och facebook (via vår egen MINS facebook-sida) genom att lyfta frågeställningar relaterade till varje artikel. På webbplatsen släpptes sedan en artikel i taget, vilket gjorde att marknadsföringen kunde fokusera på ett område åt gången. Därmed skapades möjligheten för dialog mellan forskare och läsare. Hemsidan finns tillgänglig även efter kommunikationsinsatsen och kan fyllas på om vi önskar framöver. I och med hemsidan har vi lanserat en sida som specifikt hanterar forskning om musik <https://forskningommusik.se/> och ett instagramkontot för marknadsföring av sidan @forskning_om_musik” (för innehåll se bilaga forskningommusik.se.pdf och forskningommusik_insta.pdf). För att synliggöra att forskningen genomförts inom ett EU-finansierat Interregprojekt har Interregs logga varit väl synlig på hemsidan och en förklarande text har lagts i Instagramkontots bild, så kallat “header”.



Screenshots från webbplatsen forskningommusik.se och instagramkontot @forskning_om_musik.

Projektets sista dagar arrangerade vi också Music Business Convention, en konferens för möte mellan akademi och bransch som hölls i Hamar kulturhus och på Campus Rena. Där presenterade

- forskare inom projektet sina forskningsresultat
- branschen sin syn på sina verksamheter och
- internationella gäster med stor erfarenhet av branschen delgav sina kunskaper.

(Se bilaga MBC_program.pdf för program. Finns också att hämta på <https://musicbusinessconvention.com>)

På konventet deltog studenter och personal från respektive lärosäte och musikbranschen. Utöver olika presentationer gavs flertalet tillfällen för mingel och nätverkande, både under dagen och på kvällarna. Dessutom sändes hela konferensen live via youtube och man har kunnat titta på den i efterhand.

Genomgående i projektet, vid events, presentationer, kontakter med branschen och i forskningsarbetet har vi kommunicerat att arbetet sker inom ett EU-finansierat Interregprojekt både muntligen och visuellt. I det material som skapats (webb, facebook, rollups) har Interreg Norge-Sverige varit väl synlig tillsammans med andra medfinansierare. Vid respektive lärosäte och vid Studieförbundet lokaler har affischer och rollups varit kontinuerligt synliga.

MINS i medierna

2015-05-21 Sveriges Radio P4 Värmland "Ny forskning på lönsamma musiker"

Intervju med Linda Ryan Bengtsson i samband med att vi tilldelades medel från Interreg för projektet MINS
<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=93&artikel=6170429>

2015-12-09 Sveriges Radio P4 Värmland "Succé för Ingesundselevers jullåt"

Intervju med Carl Utbult med anledning av deras kurs kring samskapande låtskrivning och produktion.

2016-04-12 Nya Wermlands Tidningen "Låtskrivarcamp på Ingesund"

Reportage från låtskrivarcamp på Ingesunds Musikhögskola.

<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=93&artikel=6321901>

Artikel/blogg «Hvorfor studere på Rena?» Med omtale av aktiviteter i regi av MINS:

<http://renamusicandmedia.com/studere-musikk-rena/>

2016-04-15

2016-04-26 Video frå låtskrivercamp i Arvika:

<https://www.youtube.com/watch?v=HWHwikaRSvo>

2017-01-18 Sveriges Radio P4 Värmland, "20 sekunder - så lång tid har en låt på sig att slå i framtiden"
Intervju med Per Skålén om musikbranschen i förändring
<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=93&artikel=6610735>

2017-11-08 New York Times "Taylor Swift, Entering a New Era, Sticks to a Safe Space: Tumblr"
Intervju med Linda Ryan Bengtsson utifrån hennes studier av Taylor Swifts marknadsföring.
<https://www.nytimes.com/2017/11/08/arts/music/taylor-swift-reputation-swifties-tumblr.html>

2017-12-05 Sveriges Radio P4 Värmland "Ingesund startar utbildning för musikproducenter"
Intervju med Carl Utbult med anledning av att Musikproduktionsprogrammet startas
<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=93&artikel=6835813>

2017-12-22 Sveriges Radio P1 Morgon "Hemligheten bakom den perfekta julhiten"
Intervju med Carl Utbult om konstruktion av låtar
<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1650&artikel=6848655>

2018-05-25 Video frå låtskrivercamp i Arvika:
<https://www.facebook.com/RenaMusic/videos/538820093229694/>

2018-09-11 P4 Värmland, "Artister förväntas finnas på sociala medier"
Intervju med Linda Ryan Bengtsson om kravet på artisternas närvaro på sociala medier.
<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=93&artikel=7041074>

2018-10-22 Nya Wermlands Tidningen, "Hon har stenkoll på världsstjärnor"
Reportage om Linda Ryan Bengtsson och hennes studie av Taylor Swifts sociala mediekampanj för att engagera sina fans.
<https://www.nwt.se/2018/09/17/hon-har-stenkoll-pa-varldsstjarnor/>

2018-08-28 interreg.no "Samler bransjefolk og forskere til musikkonferanse"
Nyhet på interreg.no om MINS Music Business Convention.
<https://interreg.no/2018/08/samler-bransjefolk-og-forskere-til-musikkonferanse/>

2018-08-30 Hamar Dagblad "Derfor tror de på flere musikkjobber i Norge"
Intervju med Rune Johannessen och Lena Midtveit vid Sony Norge i samband med MINS avslutningskonferens Music Business Convention.
<https://www.hamar-dagblad.no/musikk/utdanning/hamar/derfor-tror-de-pa-flere-musikkjobber-i-norge/s/5-80-51101>

2018-08-30 Østlendingen "Derfor tror de på flere musikkjobber i Norge"
Intervju med Rune Johannessen och Lena Midtveit vid Sony Norge i samband med MINS avslutningskonferens Music Business Convention.
<https://www.ostlendingen.no/musikk/kultur/hedmark/derfor-tror-de-pa-flere-musikkjobber-i-norge/s/5-69-636407>

FÖRANKRING AV PROJEKTETS RESULTAT OCH EFFEKTER

Projektet har arbetat aktivt med att implementera den verksamhet som bedrivits inom projektets ramar i befintlig verksamhet.

- Den utbildningsutveckling som skett inom ramen för projektet är väl implementerad på respektive lärosäte.
- Utbildningarna är direkt kopplade till målgruppen och branschens behov.

- De konkrete gränsöverskridande samarbeten som genomförs mellan bransch och studenter i form av låtskrivarcamps är implementerade inom utbildning där respektive lärosäte bär ansvaret för arbetsmetoden.
- Den forskning som genomförts omvandlas till vetenskapliga texter (böcker, kapitel och artiklar) som ett konkret bidrag till vetenskapssamhället. Därtill ligger det till grund för genomförd utbildningsutveckling och används som litteratur inom utbildningarna.
- Vi har implementerat Music Business Research Center. En konkret forskningsmiljö skapar en kritisk massa för kvalitet och att söka vidare finansiering. Dessutom pågår arbeten med andra forskningsansökningar för att stärka miljön ytterligare.
- Metoder för företagsutveckling för musikbranschen och uppbyggt nätverk lever vidare inom Studieförbundets verksamheter.
- Etablerade samarbeten med centrala aktörer inom branschen, särskilt i Norge, vars vidare arbete finns inkluderat i utbildning i konkreta kurser och samarbeten kring praktikplatser.

Samarbetet under denna treårsperiod har också gjort att vi har identifierat nya behov inom musikbranschen, då särskilt lokalt. Exempelvis avsaknaden av forskning till populärmusikens publik i dagens medielandskap och behovet av nya utvecklingsmetoder för kulturella och kreativa näringar. Dessutom finns behov av vidare utbildningsutveckling mot Master nivå. Baserat på det arbete vi gjort inom MINS har vi därför kunnat finna nya problemformuleringar som vi menar kan besvaras gemensamt. Det har konkret möjliggjort att vi fått nya medel från Interreg Sverige-Norge inom innovativa miljöer-programmet för att driva ett nytt 3-årigt projekt.

AKTIVITETER OCH EKONOMI

Här beskriver vi kort de övergripande aktiviteter som angetts i projektbeskrivningen och redovisar hur ekonomin korrelerar med aktiviteterna. Vi redovisar också de tillfällen då ändringar skett i relation till projektbeskrivning.

1. Projektledning

Projektledningen har delats mellan huvudsökande vid respektive lärosäte. De har ansvarat för drift av projektet, ekonomi, kontakt med Interreg och samordning mellan olika parter. Projektledargruppen har bestått av projektledare och ansvarig vid Studieförbundet. Alla medverkande parter har därmed samverkat för att skriva rapporter, arrangera olika aktiviteter och rapportera till projektets styrgrupp. Vi har haft kontinuerlig kontakt med WP ansvariga och arrangerat gemensamma möten.

2. Kommunikation

Kommunikation internt och externt har skett löpande i projektet. Vår externa kommunikation på daglig basis har gällt olika event som arrangeras. För att möjliggöra denna kommunikation lanserade vi tidigt i projektet en webbsida och en Facebook-sida. Webbsidan utvecklades externt emedan uppdatering hanterades av projektet internt. Facebooksidan har drivits av projektet. Särskilda kommunikationsinsatser har genomförts för att lyfta särskilda delar av projektet som vi ansett kunnat ge större medialt intresse. Det har genererat i flertalet artiklar och radiointervjuer. Dessa insatser har genomförts tillsammans med respektive lärosätes kommunikationsavdelningar. En särskild kommunikationsinsats lades i slutet av projektet för att sprida forskningsresultat på ett intressant sätt. Detta skedde i samarbete med en extern aktör.

3. Forskning

Huvuddelen av vår resurs har lagts på forskning kring musikbranschen utifrån ett tvärvetenskapligt perspektiv. Gemensamt har vi på olika sätt bidragit till respektive delprojekt, men vissa delar har fått mer fokus än andra. Det har huvudsakligen berott på vilka områden som branschen har intresserat sig för och var vi har haft möjlighet att samla data. Delprojekt:

A&R (Artist and repertoire): Her er det gjennomført studier med utgangspunkt i materiale fra Billboard listene. Hovedtema har vært den ekstreme skjevfordeling av etterspørsel/inntekter for låter og artister, og dernest hvilke konsekvenser det har for A&R virksomhet/strategi. Arbeidet har så langt resultert i en publisert artikkel på nivå 2, og arbeidet har blitt lagt merke til av bransjen i USA, illustrert gjennom omtale i en Billboard-artikkel. Artikkelen er forøvrig nå den 6. mest leste i journalens historie. De gjennomførte studiene har hatt en

grunnforsknings karakter. Konkrete og spesielt anvendbare resultater for bransjen vil vi først kunne presentere i kommende prosjekt som vi har fått innvilget.

Verdiskaping i musikkbransjen i ett tjensteperspektiv: Här har flertalet studier genomförts där förändringar i lyssnarbeteenden och branschens förflyttning från varulogik till tjänstelogik varit de viktigaste resultaten. Det har genererat flertalet papers och ett antal publikationer. Fler publikationer är under review.

Nätverkskapital i kulturella ekosystem: Genom lokalt förankrad forskning har vi identifiera olika värden och potential i regionen men också identifierat hinder och problem för att nå ut. Vi har tagit ett lite annat grepp än bara nätverkskapital i nuvarande analyser. Här sätts också fokus på relationen ser ut mellan artist och bolag, vilka premisser branschen verkar under lokalt och vilken roll mediescenen spelar för lokal bransch. Det har genererat flertalet papers. Publikationer är i process.

Free labour. Värdeskapande gratisarbete inom musikindustrin: Här har flertalet studier gjorts på hur musikbranschen är beroende av gratisarbete. Det gäller både inom branschen tillika nyttjandet av fans. Det har skett både genom internetstudier, dokumentstudier och intervjuer. Det har genererat flertalet papers och ett antal publikationer. Fler publikationer är under review.

4. Utveckling av utbildning

Utveckling av utbildning har implementerats på respektive lärosäte men har till stora delar skett i samarbete. Vissa av dessa aktiviteter är särskilt knutna till ett lärosäte men kommer på sikt till gagn för hela regionen.

Musikproduksjon og låtskrivande: Vi har kontinuerligt gjennom projektet arbeidet med att få till stånd en utbildning inom musikproduksjon vid Karlstads universitet vilket nu har resulterat i musikproduksjonsprogrammet (120 HP). Vi har också utvecklat konseptet låtskrivarcamp for att låta utbildning og bransch mötas i skapandet av opphovsrettslig material.

A&R kurs/pilot inkubatorverksamhet: Gjennom prosjekttiden har vi utredet forutsetningene og forsøkt å etablere et emne ved HINN som kobler A&R 2 kurset med studentbedrift, internasjonalsisering og en inkubatorvirksomhet. På grunn av utfordringer knyttet til foreliggende studieplanopplegg og kompleksitet knyttet til koordinering og praktisk gjennomføring har det ikke vært mulig å etablere tilbudet fullt ut innenfor prosjektperioden. Resultatene av utredningen danner grunnlag for fortsatt arbeid og prosess frem mot en etablering og implementering av dette tilbudet.

Sociale medier: Vår forskning viser hur olika typer av medieplattformer blir allt mer centrala för musikbranschen att nå ut till sin publik. Det har lyfts in i de utbildningar som utvecklats och vi har haft återkommande föreläsningar som berört ämnet och gett individuell coaching i hur aktörer kan arbeta med medieplattformer.

Utreda Ma Music Management: Vi har utredet forutsetninger og muligheter for å etablere tilbud om en master i Music Management. Gjennom prosjektet er det i samarbeid med bransjen og universiteter i USA gjort analyser av fagkombinasjoner for å sikre et robust og godt mastertilbud ved HINN/Handelshøgskolen med flere faglige fordypninger for hele regionen. Ut fra en samlet vurdering av bransjens fremtidige kompetansebehov har vi identifisert to retninger knyttet til digitaliseringen som særskilt aktuelle; Business analytics/Big Data og Artist & Repertoar utvikling. Arbeidet frem mot etablering og implementering fortsetter i vårt neste prosjekt.

5. Internationalisering: Vi har bedrivit internationalisering på flera olika sätt. Dels inom akademien där vi utvidgat vårt nätverk med forskare verksamma inom våra respektive forskningsområde. Dels genom möten med flertalet internationella universitet där vi diskuterat olika typer av samarbeiden, både inom forskning og utbildning. Vi har också mött internationella musikkbranschaktörer som intresserar sig for vår forskning, våra studenter og våra lokale musikkaktörer. Till regionen har vi bjudit in internationella föreläsare med gemensamma interessene. Vi har skrivit avtal om studentutbyte med Middle Tennessee State University og knuttit en professor från QUT till forskningsmiljøen. Vi hade gärna sett fler formaliserte avtal med internationella institusjoner men det har vi inte hunnit med inom projektets rammer.

6. Kunskapsspridning: Genomgående har vi arbetat med kunskapsspridning genom olika former av event. Vi har engagerat bransch, utbildning och forskning i dessa aktiviteter. Delar av våra kommunikationsinsatser redovisade ovan har också varit med syfte att sprida kunskap. Särskilt den insats som genomfördes i slutet av projektet.

Ytterligare aktiviteter som tillkommit utifrån behov:

Satsning på jämställdhet: Vi identifierade under projekttiden ett behov av en särskild satsning på jämställdhet. Vi noterade svårigheter att fånga upp kvinnor i vårt nätverk och ville belysa detta specifikt. Vi anställde därför Roya Sarvestani på uppdragsbasis för att under 1 månad (beskrivet ovan under horisontella mål) arbeta med detta och avlägga en rapport med konkreta tips på hur man kan jobba för en mer jämställd musikbransch i regionen.

Kreativ forskningskommunikation: I slutskedet ville vi testa nya former för forskningskommunikation. Det var dels sprunget ur att vi inom gruppen har deltagare med vana att jobba med kommunikation och design på olika sätt, men också att vi ansåg att det sätt som våra interna kommunikationsavdelningar arbetar inte var rätt sätt för att kommunicera till en publik med vana att vara aktiva på sociala medieplattformar. Vi valde därför att arbeta med en journalist och att jobba med webben och instagram. Eftersom vi hade medel över till kommunikation såg vi också att var möjligt att genomföra ett sådant projekt.

SVENSK BUDGET: Uppdelat per aktivitet

Aktivitet	Tidsomfång	Andel av budget
1. Kommunikation	2015-09-01 - 2018-08-31	2%
2. Projektledning	2015-09-01 - 2018-08-31	7%
3. Forskning	2015-09-01 - 2018-08-31	47%
4. Utvecklingsarbete	2015-09-01 - 2018-08-31	15%
5. Internationalisering	2015-09-01 - 2018-08-31	10%
6. Kunskapsspridning	2015-09-01 - 2018-08-31	4%
Etablering/utveckling av branschnätverk	2015-09-01 - 2018-08-31	15%
		Planerad budget 965 000 Euro
		Upparbetad budget 878 773 Euro

Vid Karlstads universitet har vi inte upparbetat alla medel. Sammantaget för projekttiden som helhet ser vi att personalkostnaderna blev lite högre än beräknat. Det beror delvis på att vi bytte projektdeltagare där en högre kompetens kom in men huvudsakligen för att vi använt oss av egen personal istället för externa tjänster.

Då vi kunnat arbeta kostnadseffektivt med många aktiviteter, tillsammans med samarbetspartners och i egna lokaler, har inte det fulla ekonomiska stödet inom Externa Tjänster och Resor/Logi i Studiefremjandets budget behövt upparbetas för att nå projektets mål.

NORSK BUDSJETT: Inndelt per aktivitet

Aktivitet	Tidsomfang	Andel av budget
1. Kommunikation	2015-09-01 - 2018-08-31	2%
2. Prosjektledning	2015-09-01 - 2018-08-31	8%
3. Forskning	2015-09-01 - 2018-08-31	45%
4. Utvikling av utdanninger	2015-09-01 - 2018-08-31	15%
5. Internationalisering	2015-09-01 - 2018-08-31	10%
6. Kunnskapsspridning	2015-09-01 - 2018-08-31	5%
Etablering/utveckling av branschnätverk	2015-09-01 - 2018-08-31	15%
		Planlagt budsjett: NOK 4.846.154
		Opparbeidet budsjett NOK 3.927.084

Ved Høgkolen i Innlandet har vi ikke opparbeidet alle budsjetterte midler. Samlet for prosjektiden som helhet ser vi at det er posten eksterne tjenester hvor budsjetterte midler ikke er fullt anvendt. Dette har i all hovedsak sammenheng med aktiviteten studentbedrift, A&R 2 og internasjonalisering som ikke lot seg realisere innenfor prosjektperioden. Forøvrig har vi gjennomgående arbeidet kostnadseffektivt for å oppfylle oppsatte mål gjennom våre aktiviteter og har dermed ingen overskridelse i forhold til oppsatt budsjett.

FÖRSLAG OCH IDÉER

Vidare behov inom musikbranschen

Forskningen som bedrivits inom projektet visar tydligt avsaknaden av ett användarperspektiv inom musikbranschen. Att musik genererar ekonomi genom att den används kräver nya sätt att utveckla sina tjänster. Vi ser att branschen delvis anpassat sig till detta, att exempelvis utgå från användardata från digitala tjänster börjar bli allt vanligare, även om musikbranschen i stort fortfarande saknar kompetenser för dataanalyser. Dock saknas det kvalitativa studier som ger inblick i individens användning av musik i det nya medielandskapet. Och hur relaterar det till musikanvändning i stort? Det är ju trots allt så att musik inte bara konsumeras digitalt.

Det saknas också en inventering av hur musikbranschen i regionen ser ut idag och hur den verkar. Här krävs en större insyn i vad som gynnar eller eventuellt förhindrar utveckling. Det är först när vi kan identifiera brister och svagheter i systemet som vi också kan söka lösningar för dem. Vi ser också hur ovanstående kunskaper kan bidra till ökad innovationshöjd för regionens aktörer. Det krävs mer hands-on aktiviteter och samarbeten där forskning konkret kan bidra i utvecklingsprocesser. Vi ser därför att en verksamhet likt ett innovationslabb kan vara till stor nytta för regionen. Dessutom finns potential till vidare utveckling av utbildningar på masternivå tillika öka utbildningarnas internationella nätverk. Med dessa konkreta ingångar har vi formulerat en nya Interregansökan vilken vi också till vår glädje har fått.

Kreativ forskningskommunikation

Kommunikation är inte lätt. Det kräver mediestrategi, att kunna sätta sig in i komplexa studier och kunna omformulera dessa för den målgrupp som avses. Att arbeta mediestrategiskt kräver goda insikter i dagens medielandskap och vad som är bästa sätt att nå sin målgrupp. Med andra ord, här krävs specifika kompetenser och tid, vilket tyvärr allt för ofta ignoreras i kommunikationsarbete. Men att lägga extra resurser på de med särskilda kompetenser har i detta fall varit otroligt värdefullt och något vi rekommenderar. Dels har de vi arbetat med fått utveckla sina kompetenser i att arbeta med forskningskommunikation på ett annorlunda sätt. Dels har vi forskare på ett intressant och intensivt sätt fått arbeta med sin konkreta forskning i ett för dem annorlunda sammanhang. Men kanske viktigast av allt, vi har nått ut till en bred publik och skapat ett kommunikationsmaterial som är bestående.

REFERENSER

Edlom, J. (2017a) *"Building authentic music brands on the social web"* Communicating music scenes, Budapest, Ungern, may 19-20

Edlom, J. (2017b) *"Fluid communication strategies in music online brand building"*. Nordmedia, Tampere, Finland, August 17-19.

Fast, K., Ryan Bengtsson, L. & Ferrer Conill, R. (2017a) *"Geographies of free labor: Mobilizing consumers through immersive transmediascapes"* ICA, San Diego, USA. May 25-29

Fast, K., Ryan Bengtsson, L. & Ferrer Conill, R. (2017b) *"Geographies of free labour: Conceptualizing and analyzing the 'transmediascape'"*. Nordmedia, Tampere, Finland, August 17-19

Fast, K. & Jansson, J. (forthcoming spring 2019) *Transmedia Work: Privilege and precariousness in digital modernity*. Routledge.

Haampland O. (2017) *"Power of law and market shares: Cumulative Advantage and the Billboard Hot 100"*, Journal of New Music Research

Kowalkowski, C., Sörhammar, D., Tronvoll, B., and Sklyar, A. (2016) *"A Network Perspective on Servitization, 32nd Annual IMP Conference"*, Poznan University of Economics and Business, Poznan, Poland, August 30 – September 3

Skåлёn, P. (2016) *Tjänstelogik*, Studentlitteratur

Sk  len, P., Högström, C., & L fgren, M. (2017) *"The Transformation of the Swedish Music Field – Implications for Service Markets and Servitization"*, QUIS 15, Porto, Portugal June 12-15

Sk  len, P. (2018) *"Service Innovation in the Swedish Music Industry"*, Servsig conference, Paris, June 14-16.

Ryan Bengtsson, L., Fast, K., Edlom, J. & Cornill Ferrer, R. (2017) *"Share! Like! Create! How fan labor is cultivated and practiced in the contemporary music industry"*. AOIR, Tartu, Estland. October 19-21

Ryan Bengtsson L. (2016) *"Mapping networks – A case study of inner Scandinavia's music community"*, AAG, San Francisco, USA. Mars 29 – April 2

Ryan Bengtsson, L. & Fast, K. (2017) *"Transmedielandskapets geografi – F r dling av musikkonsumentens engagemang"* MIRAC 2017, Stockholm, Sverige, 22-23 november.

Toresson Runemark M. (2018) Seminarium *"Killing pop-music softly – exploring the experience of culture politics and support structures from inside the local music industry in Värmland"* mars 2018

Tronvoll (2016) *"Music listening experience"*, MIRAC nov 2016, Stockholm, Sweden, 16-17 november

Tronvoll B. & Mysen T. (2017) *"Emosjoner i kundedrevet samskaping av tjenester"*. Magma (4)

RAPPORTER

Rutgersson, T. (2016) Vi fortsätter spela pop [men håller på att d ], rapport utgiven av Livemusik Sverige <http://www.livemusiksverige.se/wp-content/uploads/2016/08/Musikrapport-Vi-forts%C3%A4tter-spela-pop.pdf>

IFPI (2013) IFPI Digital Music Report 2013. Engine of a digital world. Finnes   hente p : <https://www.ifpi.org/content/library/DMR2013.pdf>

Creative Europe 2018. Creative Europe is the European Commission's framework programme for support to the culture and audiovisual sectors. Finnes   hente p : <https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/>