



UNIVERSITETET I AGDER

Musikkbransjen i Kristiansand

En kvalitativ undersøkelse av musikkbransjen i Kristiansand i relasjon til Regionplan
Agder 2030

Amalie Andrea Ås Berge og Andreas Pedersen Engeset

Veileder

Tor Dybo

Universitetet i Agder, 2023

Fakultet for Kunstfag

Forord

Denne undersøkelsen er gjennomført som et avsluttende ledd ved mastergraden i Music Business and Management ved Universitetet i Agder. De siste månedene har vi tilbrakt betydelig med tid på Bølgen Bærekraftsenter, hvor vi har vært så heldige å få kontorplass. Her har vi fordypet oss i mye lokal musikkhistorie og annen litteratur som har vært relevant for oppgaven. Fra vi begynte på masterstudiet har musikkbransjen i Kristiansand vært et felles interesseområde. Vi er glad for at vi fant hverandre, og ble enige om et tema som begge er veldig engasjert i. Fremtiden til oss begge ligger forhåpentligvis i musikkbransjen i Kristiansand, så det ble derfor naturlig å gjennomføre undersøkelsen innenfor dette feltet. I arbeidet med oppgaven har vi hatt glede av å møte inspirerende mennesker med en enorm lidenskap for kulturlivet i Kristiansand. Vi er spent på å ta del i dette miljøet, og håper vi begge kan være med på å bidra til utviklingen av musikkbransjen! Etter å ha fullført en omfattende skriveprosess og fem år med høyere utdanning, er det både vemodig, men med glede vi går videre inn i arbeidslivet. Vi ønsker å uttrykke takknemlighet til alle som har støttet oss gjennom arbeidet. Aller først vil vi takke vår veileder, professor Tor Dybo for et godt samarbeid med konstruktive tilbakemeldinger. Vi retter også en stor takk til alle informanter som har bidratt til denne oppgaven. Takket være deres villige og åpne deling av informasjon, har vi fått utvidet vår innsikt i dette spennende feltet. Takk til familiene våre og de tålmodige samboerne våre Camilla og Dag. Takk til Jorun Engeset og Camilla for korrekturlesing. Og igjen, tusen takk til Bølgen Bærekraftsenter ved Solveig Nilsen som har lånt oss kontorplass i et inspirerende og inkluderende kontorfellesskap! Viktigst av alt, så takker vi hverandre for et utrolig godt samarbeid, som har bestått av glede, latter og litt diskusjon.

Amalie Andrea Ås Berge
Kristiansand
04.05.2023

Andreas Pedersen Engeset
Kristiansand
04.05.2023

Sammendrag

Regionplan Agder 2030 er et overordnet strategisk styringsdokument som skal gjelde for utvikling av hele Agder-regionen. Regionplanen inkluderer fem hovedsatsingsområder, hvor et området omhandler kultur. Denne oppgaven fokuserer på hovedsatsingsområdet kultur, og nærmere bestemt målet: “Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den høyeste i landet utenfor Oslo”. For å nå dette målet, må det sysselsettes betydelig flere innenfor kunst- og kulturyrker enn det er i dag. Denne oppgaven ser på hvordan musikkbransjen i Kristiansand kan utvikles og profesjonaliseres for å bidra til å nå tetthetsmålet. Musikkbransjen i Kristiansand er i dag en fragmentert bransje, og den mangler flere sentrale bransjeledd som er nødvendig for å ha hele økosystemet som en velfungerende musikkbransje trenger. Dette er en kvalitativ undersøkelse. Vi har intervjuet åtte sentrale kulturarbeidere som har god kjennskap til musikkbransjen og/eller tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030. Gjennom funn i det empiriske grunnlaget, ser vi at musikkbransjen i Kristiansand trenger å opprette velfungerende bransjeledd for å kunne sysselsette flere kunst- og kulturarbeidere. I tillegg er mangel på møteplasser og mangel på samarbeid utfordringer som musikkbransjen må få plass for å kunne bidra til å nå tetthetsmålet.

Nøkkeltema: musikk, entreprenørskap, regionplan agder 2030, bærekraft, kristiansand

Innholdsfortegnelse

Forord	1
Sammendrag	2
Innholdsfortegnelse	3
1. Innledning	5
1.1 Oppgavens problemstilling	6
1.2 Forventninger og hypoteser	7
1.3 Avgrensing	8
1.5 Oppgavens oppbygning	9
2. Teoretisk grunnlag	11
2.1 Musikkbransjen	11
2.1.1 Artister og musikere	12
2.1.2 Innspilt musikk	13
2.1.3 Musikkforlag	15
2.1.4 Fremført musikk	17
2.1.5 Management	18
2.2 Psykisk helse i en artistsentrert musikkbransje	19
2.3 Profesjonalisering av musikkbransjen	20
2.4 Et kort historisk blikk på musikkbransjen i Kristiansand	21
2.5 Nøkkeltall for musikkbransjen i Kristiansand	23
2.6 Regionplan Agder 2030	27
3. Metode	29
3.1 Metodevalg	30
3.2 Litteraturstudie	31
3.2.1 Tidligere forskning	31
3.3 Semistrukturert dybdeintervju	32
3.4 Intervjuguiden	33
3.5 Valg av informanter	34
3.5.1 Introduksjon av informantene	36
3.6 Habilitet	38
3.7 Etske vurderinger	38
3.8 Intervjuprosess, dataanalyse og behandling	39
4. Presentasjon av data	41
4.1 Musikkbransjen i Kristiansand	42
4.2 Utvikling og profesjonalisering	45
4.3 Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030	51
5. Analyse	55

5.1 Musikkbransjen i Kristiansand	57
5.2 Utvikling og profesjonalisering	62
5.2.1 Mangel på samarbeid og møteplasser	62
5.2.2 Kultur er næring	63
5.2.3 Profesjonalisering av musikkbransjen	66
5.2.4 Hjerneflukt	69
5.2.5 Konsekvenser av å operere alene	70
5.2.6 Digitalisering = nye muligheter	71
5.3 Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030	73
6. Avslutning	77
Litteraturliste	79
Vedlegg:	84
Vedlegg nr. 1 Samtykkeskjema	84

Figurliste:

Figur 1 Managerens rolle	side 18
Figur 2 Norsk kulturindeks: Kunstnere	side 25
Figur 3 Norsk kulturindeks: Sysselsatte i kultur	side 25
Figur 4 Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030	side 28
Figur 5 Intervjuguide	side 33-34

1. Innledning

Agder fylkeskommune vedtok i 2019 Regionplan Agder 2030. Planen fungerer som et overordnet strategisk dokument som gir retningslinjer for utviklingen av hele Agder-regionen frem mot 2030. Regionplanen består av fem hovedsatsingsområder: 1. Attraktive og livskraftige byer, tettsteder og distrikter, 2. Verdiskaping og bærekraft, 3. Utdanning og kompetanse, 4. Transport og kommunikasjon og 5. Kultur. Denne masteroppgaven fokuserer på det femte hovedsatsningsområdet: Kultur. Innenfor kultur er det satt syv mål fram mot 2030. Denne oppgaven fokuserer på kulturmålet som lyder: “Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den høyeste i landet utenfor Oslo” (Regionplan Agder 2030, s.28). Videre i oppgaven brukes begrepet “tetthetsmålet” når vi refererer til dette målet. Denne masteroppgaven inneholder en kvalitativ analyse av musikkbransjen i Kristiansand sett i lys av tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030. Musikkbransjen er en del av kulturbransjen og er dermed viktig for å oppnå dette målet. Musikkbransjen er en mangfoldig bransje som er stadig i endring. Den består av artister og musikere, ulike aktører og bransjeledd som til sammen utgjør musikkbransjen. Hovedmålet til musikkbransjen er å skape og tjene penger på musikk. De siste tiårene har den teknologiske fremgangen påvirket bransjen radikalt, og digitaliseringen har forandret det fysiske markedet og introdusert en ny tilnærming til hvordan musikk anvendes. Bransjeleddene er de som jobber sammen med artister og musikere. De har ulike funksjoner og arbeidsoppgaver, og hjelper artister med alt som er rundt musikken. Digitaliseringen har gjort det mulig for artister å gjøre mye arbeid selv, som den tradisjonelle musikkbransjen tidligere har utført. I dag kan man produsere, distribuere, markedsføre og booke alt selv. Likevel ser man at en artistsentrert økonomi har noen ulemper. Det kan være ensomt, og hverdagen til artister kan bli preget av mer administrative oppgaver, istedenfor å lage og produsere musikk. Når artister har nådd et visst momentum, flytter de til byer som har en etablert musikkbransje, der alle bransjeleddene er på plass. Hvordan kan musikkbransjen bidra til at artister og musikere har lyst til å bli boende i Kristiansand? Hvordan kan musikkbransjen i Kristiansand bli så attraktiv at artister og musikere får lyst til å flytte hit for å jobbe? Denne oppgaven utforsker hvordan musikkbransjen i Kristiansand kan utvikles og profesjonaliseres for å bidra til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030. Empirien fra intervjuene er det bærende element i denne oppgaven.

1.1 Oppgavens problemstilling

Musikkbransjen i Kristiansand er ikke et veldig omfattende emne, men den er likevel mangfoldig nok til å generere flere relevante spørsmål og problemstillinger. Oppgavens problemstilling er som følger:

Hvordan kan musikkbransjen i Kristiansand utvikles og profesjonaliseres for å bidra til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030?

De tre påfølgende avsnittene presenterer hovedtemaene i problemstillingen. Vi ønsker å gi leseren et kort innblikk i de tre hovedtemaene: *musikkbransjen i Kristiansand, utvikling og profesjonalisering* og *tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030*.

Musikkbransjen i Kristiansand:

Musikkbransjen i Kristiansand er aktørene som jobber med musikk i Kristiansand. Aktørene kan være alt fra musikere, til de som markedsfører musikken, til de som arrangerer konserter. Musikkbransjen i Kristiansand har i lang tid vært preget av sterke aktører innenfor fremført musikk. Helt siden Quartfestivalen hadde sin første festival i 1992 på Odderøya har Kristiansand hatt en sterk festivalsommer med mye aktivitet. Men musikkbransjen i Kristiansand har ikke tradisjon for å ha andre bransjeledd som management, plateselskaper, booking og forlag, som utgjør en stor del av musikkbransjen i andre byer i Norge. Kristiansands musikkbransje er preget av noen få store aktører. Dette ser vi eksempelvis i at fem aktører sto for 59% av omsetningen i 2021. De tre med størst omsetning er Palmesus AS, Dirty Old Town AS og utstyrsleverandør LX Design (Musikkontoret Sørf, 2022). Bransjen preges også av at det er mange små aktører som jobber med lav omsetning og har jobb ved siden av.

Utvikling og profesjonalisering:

Det er naturlig å tenke at det skapes flere kulturarbeidsplasser gjennom utvikling av musikkbransjen. Profesjonalisering handler blant annet om å øke kompetanse og å utvikle aktører fra å jobbe med dugnad til å lønne ansatte. Vi ser på hva profesjonalisering av musikkbransjen i Kristiansand kan bety og vi undersøker hva som skal til for å utvikle og

profesjonalisere musikkbransjen i Kristiansand. Videre stiller vi spørsmål ved om det er naturlig å definere kultur som næring. Vi diskuterer om en definisjonsendring kan være en positiv utvikling for kulturbransjen, som musikkbransjen er en del av. Musikkbransjen er en bransje som er i store omveltninger forbundet med digitalisering, og nye teknologier gir nye muligheter. Er dette noe som er ønsket av musikkbransjen? Betyr digitalisering og de nye mulighetene bare gull og grønne skoger for artistene og resten av musikkbransjen?

Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030:

Tetthetsmålet er en sentral del av problemstillingen i denne oppgaven. Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030 lyder slik: “Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den høyeste i landet utenfor Oslo”. Tilknyttet dette målet, har Agder fylkeskommune presentert seks tiltak for å nå målet. Denne oppgaven fokuserer på hvordan musikkbransjen i Kristiansand kan være med på å bidra til å nå dette målet. Hvordan kan musikkbransjen sysselsette flere kulturarbeidere? Hvordan kan musikkbransjen bidra til å tiltrekke seg både bransjefolk, musikere og artister? Her vil vi se på hvordan musikkbransjen kan bidra til å nå tetthetsmålet, og finne ut av hvordan de ulike aktørene i bransjen bruker tetthetsmålet i sitt arbeid.

1.2 Forventninger og hypoteser

Før vi begynte arbeidet med oppgaven, hadde vi noen forventninger til hva vi kunne finne. Vi hadde en oppfatning rundt hvordan musikkbransjen i Kristiansand fungerer. Vi hadde allerede tanker rundt hvilke aktører som opererer i byen, men også hva som tilsynelatende manglet. Vi visste at Kristiansand hadde store aktører innenfor fremført musikk som drev med festivaler, og at vi hadde minst en helårsarrangør. Utover dette, var vi i tvil om hvilke andre bransjeledd som opererte i byen. Gjennom studiet Music Business and Management har vi tilegnet oss kunnskap om hvilke aktører som kreves for å ha en fungerende og bærekraftig musikknæring. Vi har identifisert at flere av disse aktørene er fraværende i Kristiansand. Gjennom intervjuer av personer som jobber både i musikkbransjen og andre kulturinstitusjoner, forventer vi at denne fraværelsen kommer til å bli poengtert som en utfordring musikkbransjen i Kristiansand har. Vi hadde også en forventning om at flere av informantene ville være kritiske til målet i Regionplan Agder 2030 “Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den

høyeste i landet utenfor Oslo”, ettersom det kun er syv år til dette målet skal oppnås.

Hypotesene våre før arbeidet startet var som følger:

1. Musikkbransjen i Kristiansand er fragmentert og har store mangler i bransjeledd,
2. Mangel på bransjeledd fører til fraflytting av dyktige musikere som har behov for samarbeidspartnere.
3. På grunn av manglende bransjeledd, bidrar ikke musikkbransjen optimalt til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030.
4. En av årsakene til at Kristiansand og Agder ligger lavt i tildelingene fra nasjonale tilskuddsordninger er fordi det er få profesjonelle aktører som jobber i musikkbransjen i Kristiansand.
5. Informantene ville si at tetthetsmålet var urealistisk.

1.3 Avgrensning

Problemstillingen krever at en avgrensning er nødvendig. Det vil være nødvendig med en avgrensning både i området og omfanget for å oppfylle de akademiske kravene til forskerprosjektet og de viktige aspektene ved den valgte kvalitative forskningsmetoden. Geografisk sett vil oppgaven kun fokusere på musikkbransjen i Kristiansand by, selv om oppgaven i stor grad tar for seg Regionplan Agder 2030, som er et strategisk styringsdokument for hele Agders utvikling. Kristiansand er regionens største by og bør dermed være i førerretten når det gjelder utviklingen av regionen og gjennomføringen av regionplanen. Vi ser at det kan være problematisk at vi sammenligner mål som gjelder for hele Agder med tiltak som gjelder i Kristiansand, men mener det fremdeles er relevant å gå i dybden på hva som kan gjøres i Kristiansand og håper det kan være til inspirasjon og interesse for andre som ønsker å se på bransjen i Agder som helhet.

Regionplan Agder 2030 inneholder fem hovedsatsningsområder. I denne oppgaven fokuserer vi spesifikt på ett mål innenfor området kultur, nemlig målet “Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den høyeste i landet utenfor Oslo”. I oppgaven omtales dette målet som *tetthetsmålet*.

I oppgaven benytter vi begrepet *musikkbransje* for å referere til de forskjellige delene av industrien som til sammen utgjør musikkbransjen. Dette inkluderer ulike aktører som management, booking, arrangører, plateselskap og forlag. I denne oppgaven har vi ikke intervjuet informanter fra de store festivalene eller fokusert på de store festivalene i Kristiansand da vi har inntrykk av at arrangørfeltet er det sterkeste feltet. De har vist at det er mulig å gjennomføre sommerfestivaler i Kristiansand med en økonomisk bærekraft. Vi ønsker å finne ut av hvordan vi kan få flere bærekraftige bransjeledd i Kristiansand og har fokusert på å snakke med de som jobber for å få til dette i Kristiansand. I fremtiden er det interessant å se på hva det er å lære fra festivaler i Kristiansand og hva de gjør riktig for å skape bærekraftig kulturnæring. Det er tradisjon for å skille musikkbransjen mellom det klassiske og det rytmiske feltet. Vi har hatt fokus på det rytmiske feltet og intervjuet informanter som har arbeidet hovedsakelig med rytmisk felt.

I oppgaven bruker vi ordet bærekraft. Vi bruker ikke ordet i en miljømessig forstand, men som et begrep som forklarer økonomisk og strukturell stabilitet. For eksempel, “Kristiansand mangler bærekraftige bransjeledd”. Med dette menes da bransjeledd som ikke har en forretning som kan overleve over lengre tid.

1.5 Oppgavens oppbygning

Før en forskningsprosess kan starte er det viktig å etablere et solid teoretisk fundament som danner et stabilt utgangspunkt. Deretter vil studiens metode bli beskrevet, etterfulgt av kategorisering og analyse av forskningsfunnene. Til slutt vil konklusjoner bli trukket basert på oppgavens funn. Videre følger en presentasjon av oppgavens inndeling av kapitler og hva de inneholder:

Kapittel 1: Innledende kapittel. I det første kapittelet presenteres innledning, forventninger og hypoteser og avgrensninger i oppgaven.

Kapittel 2: Teoretisk grunnlag. I dette kapitlet skal vi konkretisere og presentere det teoretiske rammeverket for oppgaven.

Kapittel 3: Metode. I dette kapitlet begrunner vi valg av forskningsmetode. Her redegjør vi for valg vi har gjort i løpet av undersøkelsen og relatert til arbeidet med oppgaven. Vi diskuterer også utfordringer vi har møtt og hvordan vi har valgt å løse dem.

Kapittel 4: Presentasjon av data. I dette kapitlet presenterer vi resultatene fra den kvalitative undersøkelsen.

Kapittel 5: Analyse. I dette kapitlet analyserer og drøfter vi resultater fra kapittel 4 og belyser dette i henhold til det teoretiske grunnlaget presentert i kapittel 2.

Kapittel 6: Avslutning. I dette kapitlet konkluderer vi og kommer med avsluttende kommentarer og forslag til videre forskning.

2. Teoretisk grunnlag

Dette kapitlet fokuserer på det teoretiske grunnlaget for oppgaven. Enhver problemstilling krever et solid teoretisk fundament for å øke troverdigheten til forskningen og muliggjøre datainnsamling, samt gi en faglig vurdering av denne. Den anvendte teorien bygger på de tre sentrale temaene i problemstillingen: musikkbransjen i Kristiansand, utvikling og profesjonalitet og tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030. Oppgaven knytter teorien opp mot disse temaene. I dette kapitlet forklares de begrepene og bransjestrukturene som er sentrale for oppgaven, og som utgjør grunnlaget for problemstillingen. Teoriene som blir presentert er grunnlaget for analysen i kapittel 5: Analyse. Det første vi gjør rede for er musikkbransjen som helhet. I de følgende delkapitlene presenteres sektorene som inngår i musikkbransjen, sektorens funksjon og hvordan musikkbransjens aktører arbeider i strukturen av bransjeledd. Videre følger et delkapittel som konkret omhandler musikkbransjen i Kristiansand. Avslutningsvis redegjør vi for tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030.

2.1 Musikkbransjen

En industri anses tradisjonelt å være en spesifikk del av økonomien som er opptatt av fabrikkproduksjon av varer rettet mot massekonsum. Siden begynnelsen av den industrielle revolusjonen, har konseptet rundt “industri” utvidet seg utover den tradisjonelle definisjonen. Nå brukes ordet industri vanligvis til å referere til produksjon, markedsføring og distribusjon av de fleste varer, inkludert tjenester og immaterielle varer (Wikstrøm, 2020 s. 50). Det er ingen tvil om at musikk er en av de kreative næringene som utgjør kjernen i den kulturelle industrien (Hesmondhalgh, 2019 s.15). Det er pågående diskusjoner rundt definisjonen av musikkindustrien som handler om bruken av entallsformen “musikkindustrien” kontra flertallsformen “musikkindustriene”. Diskusjonen handler om at bruken av entallsformen reduserer kompleksiteten og mangfoldet i feltet, og begrenser analysen av endringene som har skjedd i musikkindustrien (Nordgård, 2016, s. 14). I doktoravhandlingen til Nordgård, argumenterer han for at det er viktig å anerkjenne den heterogene naturen til musikkindustrien (Nordgård, 2016, s. 14). Det er naturligvis utfordringer knyttet til å definere musikkindustrien på en måte som tar hensyn til dens mangfold, samtidig som man fastsetter

noen avgrensninger. Det har vært mange forsøk på å finne ut av hvilke aktører og sektorer som bør regnes som en del av musikkindustrien. Ifølge Wikstrøm (2020), er det relativt stor enighet rundt hvilke sektorer som regnes som musikkindustriens kjerne. Wikstrøm definerer musikkindustrien slik: “The music industry consists of those organizations concerned with developing musical content and personalities which can be communicated across multiple media” (Wikstrøm, 2020 s. 52).

Innenfor musikkbransjen kan vi identifisere tre tett sammenknyttede sektorer: (1) innspilt musikk, (2) musikkforlag og (3) fremført musikk (Tschmuck, 2021 s. 2). Ettersom det er musikere og artister som skaper kjerneproduktet i musikkbransjen, presenterer vi dette feltet først. Videre følger en presentasjon av de nevnte sektorene, samt hovedaktørene som inngår i disse.

2.1.1 Artister og musikere

Ifølge Dalchow (2019) har musikkbransjen to grunnleggende kreative funksjoner: opphaveren og utøveren. Disse to funksjonene jobber for å skape produkter, verk, utøvere, innspillinger og scenefremføringer (Dalchow, 2019, s. 19). Artister og musikere spiller en viktig rolle i musikkbransjen ved å utføre disse to funksjonene. De er grunnlaget for produksjon av musikk og skapere av kunstverket som er grunnlaget for hele musikkbransjen. Musikkskapere kan defineres som artister, band, musikere, utøvere og låtskrivere i enhver sjanger (Rutters 2016, s. 11). Musikkskapere bruker sin kreativitet, musikalitet og tekniske ferdigheter for å skape unik musikk. De skriver tekster, komponerer musikk og utøver instrumentale arrangementer med ønske om å gi lytterne en emosjonell opplevelse. Musikernes rolle som skapere gir dem mulighet til å uttrykke sine kunstneriske ideer. Musikere og artister er også utøvere som fremfører musikk for et publikum, og fremføring gir en unik opplevelse som ikke kan gjenskapes gjennom innspilt musikk. Deres evne til å formidle følelser og energi til publikum gjennom fremførelsen gjør musikere og artister til sentrale aktører i musikkbransjen. De bygger et publikum og skaper fellesskap og lojalitet til sine følgere. Musikere og artister fungerer også som merkevarer for seg selv og plateselskapene. De representerer en bestemt musikkstil, estetikk og identitet som appellerer

til et publikum, og denne unike egenskapen kan utnyttes økonomisk gjennom salg, markedsføring og promotering av musikken. Deres tilstedeværelse på sosiale medier, musikkvideoer, konserter og intervjuer er avgjørende for å skape denne unike relasjonen til et publikum. Musikere og artister har en betydelig innflytelse på musikkbransjen og samfunnet som helhet. Deres kreative valg, musikalske retninger og eksperimentering bidrar til å forme musikkens utvikling og trender. På den måten fører innovasjon og originalitet fra musikere og artister til fornyelse og nyskaping innen musikken og samfunnet. Det er naturlig å tenke at musikkbransjen ikke ville vært den samme uten musiker og artister. Deres bidrag er uvurderlig og fortsetter å berike verden utallige ganger. Musikkskapere har historisk sett hatt et komplekst forhold til musikkindustrien, både givende og skuffende. Selv om det er vanlig å drive med musikkskaping utenfor etablerte strukturer i musikkbransjen, argumenterer Rutter (2016) for at etiske hensyn blir spesielt viktige når musikkskaperne begynner å generere økonomisk gevinst fra sin musikk. Det er vanlig for musikere å supplere sin inntekt gjennom andre yrker, hvor musikkutøvelsen ofte blir betraktet som en deltidsaktivitet med ambisjon om å oppnå profesjonell status. En relativt liten andel musikere oppnår faktisk denne profesjonelle statusen og får en livslang karriere innenfor musikk. Profesjonelle musikkskapere står overfor en rekke utfordringer som blant annet endrede musikktrender, mangel på nye musikalske ideer, inspirasjon eller motivasjon, samt mangel på økonomisk støtte (Rutter, 2016. s.11). Musikkbransjen består av flere forskjellige profesjonelle næringsaktører som jobber med utviklingen og utnyttelsen av produktene som blir skapt (Dalchow, 2019, s. 19). Vi skal nå gå gjennom de ulike sektorene med næringsaktører som er tilknyttet artistene og musikernes produkter og vi skal se på aktørene som jobber med utviklingen og utnyttelsen av produktene som blir skapt av musikkskapere - den første er sektoren for innspilt musikk.

2.1.2 Innspilt musikk

Det er utvilsomt den tradisjonelle musikkbransjens sektor for innspilt musikk som har blitt mest påvirket av digital og teknologisk utvikling (Wikstrøm, 2020, s. 57). For å oppnå en grundig forståelse av den betydelige utviklingen som har funnet sted innenfor denne sektoren de siste tiårene, er det viktig å gi en beskrivelse av strukturene som preget den tradisjonelle

innspilte musikkbransjen. Før 1900-tallet var det bare gjennom salg av noter at musikkopphavsrettigheter kunne bli direkte utnyttet kommersielt, og de første noteutgivelsene ble ofte finansiert av lokale kirkesamfunn. Mot slutten av 1800-tallet vokste det gradvis frem en egen industri av forlag og distributører som spesialiserte seg på noter. Etter hvert utviklet denne industrien seg til det vi i dag kjenner som “musikkbransjen” (NOU 2013:2). Etter oppfinnelsen av fonografen i 1877 var den opprinnelig ment som et verktøy for å spille inn og lytte til lydopptak til privat bruk. I løpet av 1900-tallet tok fonografen gradvis over og ble en viktig kanal for spredning av innspilt musikk, i tillegg til den gradvise utbyggingen av radionettverket (NOU 2013:2). Det dannet seg raskt en ny industri rundt den innspilte musikken, og ved slutten av århundret var sektoren dominert av seks store selskaper: EMI, CBS, PolyGram, MBG, WEA og MCA. I 1987 kjøpte Sony opp CBS, endret navn til Sony Music og i 2004 slo selskapet seg sammen med BMG. Polygram og MCA fusjonerte i 1998 og dannet Universal Music Group, som kjøpte opp EMI i 2011. Etter disse oppkjøpene og fusjonene ble de seks selskapene redusert til tre når det gjaldt markedsandeler, både nasjonalt og internasjonalt. De mange fusjoneringene og oppkjøpene som har pågått, viser at denne sektoren i hovedsak består av tre store plateselskaper med enorme kataloger av rettigheter. I løpet av 1950- og 60-tallet hadde musikkbransjen hovedfokus på singler og individuelle hits. Radio var den viktigste kanalen for markedsføring av singlene. Mot slutten av 1960-tallet og gjennom 1970-tallet skiftet fokuset mer mot albumformatet og strategier for langsiktig artistutvikling (NOU 2013:2).

Plateselskapene har ifølge Dalchow (2019) flere viktige funksjoner som består av A&R, produktansvar, markedsføring, promotering, eksport, økonomi og regnskap og distribusjon. Plateselskapenes hovedfunksjon er å selge musikk og å utnytte masterrettighetene og de mekaniske rettighetene som er tilknyttet musikkatalogen de eier. Videre følger en kort beskrivelse av noen av de viktigste funksjonene til et plateselskap. A&R er forkortelse for artist & repertoar. Dette er en person som er ansvarlig for å identifisere nye artister, inngå platekontrakt med dem, koordinere og lede utviklingen av musikalske prosjekter og følge artisten gjennom hele prosessen frem til utgivelsen (Dalchow, 2019 s. 48). Promotering innebærer at plateselskapet har kontakt med medier og prøver blant annet å få sanger spilt på radio, booke intervjuer eller få generell mediedekning av en artist. I tillegg har plateselskapet

ansvar for at artisten får betalt og har ansvar for royaltyavregninger. Videre distribuerer plateselskapene produktene sine, både gjennom fysisk og digital distribusjon (Dalchow, 2019 s. 53).

2.1.3 Musikkforlag

Et musikkforlag, ofte referert til som "publishing", fungerer på samme måte for en låtskriver som et plateselskap gjør for sine artister. Forlaget inngår avtaler med låtskrivere og distribuerer deres komposisjoner, noter og tekster gjennom sine kanaler. I tillegg har forlaget ansvar for all administrasjon knyttet til utnyttelsen av komposisjonene, som for eksempel å gjennomgå og vurdere avregninger fra TONO (Dalchow, 2019 s. 233). I Norge er det TONO som er forvaltningsorgan for opphavere og rettighetshavere. TONO har avtaler med blant annet TV, radio, konsertarrangører, restauranter og utesteder og samler inn betaling fra dem for bruk av åndsverk i det offentlige rom. Betalingen som kreves inn, blir så fordelt ut til komponist, tekstforfatter og musikkforlag (Dalchow, 2019 s. 215-216). Produktet til musikkforlag er rettighetene til åndsverkene som blir skapt. Musikkforlags hovedinntektskilde er lisensavgifter de krever inn fra brukere av åndsverkene (Tschmuck, 2021, s. 72). Den internasjonale konvensjonen som muliggjør denne utnyttelsen av åndsverk er Bern-konvensjonen (Bern-konvensjonen, 1971). Norge er unionsmedlem i Bern-konvensjonen og lovverket er i praksis implementert i norsk lov ved åndsverkloven (Åndsverkloven, 2018). Loven gir opphaveren enerett til å tilgjengeliggjøre verket for allmennheten, for eksempel ved utgivelse av en innspilling av verket. Denne eneretten varer i Norge helt til 70 år etter opphavers død for så å bli fritt for andre å bruke. Det er denne eneretten musikkforlaget administrerer og utnytter på vegne av opphaverne.

Ifølge interesseorganisasjonen for norske musikkforlag, Musikkforleggerne, kan komponister, tekstforfattere, produsenter og låtskrivere engasjere et musikkforlag med oppgave å øke inntekter, beskytte og ivareta rettighetene, administrere utbetaling samt være kreativ og psykisk støttespiller. Musikkforlag stimulerer til økt bruk av musikken, og dermed øker opphaverens inntekt. Dette utføres ved å lisensiere rettighetene til deres åndsverk til bruk ved innspilt musikk, fremført musikk, musikk i videoproduksjoner eller notert musikk.

De tre hovedtypene lisenser musikkforlagene administrerer, er fremføringslisens, synkroniseringslisens og mekanisk lisens (Musikkforleggerne.no, 2023). Et aktivt forlag fungerer også som en kreativ partner for låtskriveren og samarbeider for å fremme karrieren deres og forbedre arbeidsforholdene rundt låtskriving (Dalchow, 2018, s. 233). Ifølge Dalchow (2018) kan dette inkludere å tilrettelegge for studioinnspillinger og å bygge nettverk med andre låtskrivere og produsenter. For å kunne representere en låtskriver må forlaget ha en forvaltningsavtale med TONO eller en annen organisasjon som TONO har internasjonal avtale med. Når en artist spiller inn en komposisjon, vil inntektene som genereres av denne innspillingen, skape inntekter for både opphaveren og forlaget. Inntektene kommer ved offentlig fremføring, strømming, nedlasting eller kopieres og selges og fordeles mellom forlaget og låtskriveren i henhold til forlagsavtalen (Dalchow, 2019 s. 233-234). Låtskrivere må ikke ha et forlag for å kunne utnytte de økonomiske mulighetene i komposisjonene sine, men i mange tilfeller kan det være en god hjelp. Dersom låtskriveren også er artist og allerede er signert til et plateselskap, vil kanalen for å spre musikken allerede være på plass gjennom egne utgivelser av musikken. Imidlertid kan et samarbeid med et forlag være til stor hjelp for låtskrivere som ønsker å få andre artister til å spille inn komposisjonene deres eller som sitter på overskuddsmateriell som kan bli gitt ut av andre artister. Samarbeid med et forlag kan gi låtskrivere flere fordeler. For det første kan musikken deres få økt mulighet for spredning og tilgjengelighet av komposisjonene. Ifølge Dalchow (2019) bør et forlag bidra med kunnskap, erfaring og tid i forbindelse med oppfølging av potensielle brukere av komposisjonene. For det andre kan et forlag ta seg av administreringen av verkene, inkludert utnyttelse, markedsføring, oppfølging og kontroll, som kan være tidkrevende og kreve spesifikk kunnskap (Dalchow, 2019 s. 234-235). Det er også mulig for låtskrivere å opprette sitt eget forlag og inngå administrasjonsavtaler med et større forlag som tar seg av det tidkrevende grunnarbeidet. Men ifølge Dalchow (2019) er det bare et fåtall av låtskrivere uten forlag som har tid, interesse eller kunnskap til å ta seg av administreringen av verkene sine. Det er verdt å merke seg at mange låtskrivere ikke er representert av noe forlag. I de fleste tilfellene blir det lite gjort i forbindelse med administrering av verkene, som utnyttelse, markedsføring, oppfølging og kontroll. Dette kan skyldes mangel på tid, interesse eller kunnskap. Derfor kan samarbeid med et forlag være en viktig faktor for å sikre en effektiv og lønnsom utnyttelse av komposisjonene (Dalchow, 2019 s. 234-235).

2.1.4 Fremført musikk

Sektoren innenfor innspilt musikk har historisk vært større enn sektoren for fremført musikk med tanke på inntekter. I begynnelsen av det tjuetførste århundre ble sektoren for innspilt musikk redusert på grunn av uautorisert fildeling. Som et resultat har inntektene fra fremført musikk overgått innspilt musikk og har nå blitt den største sektoren innen musikkbransjen (Wikstrøm, 2020 s. 64). Sektoren for fremført musikk inneholder et komplekst og mangfoldig system. Det har mange karakteristika som gjør sektoren vanskelig å måle og analysere. Sektoren inneholder alt fra til musikkopptredener på gata, til privatfester, festivaler eller utesteder. Dette gjør at det er vanskelig å avgrense sektoren for fremført musikk og samle data. Sektoren for fremført musikk regnes som veldig topptung i den forstand at et lite antall store prosjekter, som store internasjonale turneer, utgjør en stor andel av den totale industrien. Størrelsen på denne sektoren varierer betydelig mellom ulike år avhengig av hvilke artister som velger å turnere det aktuelle året (Wikstrøm, 2020 s. 64).

Ifølge Wikstrøm (2020) består sektoren for fremført musikk av fire hovedaktører, der utøverne er den første og viktigste gruppen, etterfulgt av bookingagenter, arrangører og spillesteder. Bookingagenten jobber på vegne av utøveren og kontakter arrangør for å gjennomføre arrangementet. Bookingagenten får vanligvis en fast sum eller en prosentandel av honoraret til utøveren, og arrangøren får vanligvis hovedinntekten sin fra billettsalg. Utøveren blir vanligvis betalt av arrangøren, ofte gjennom et honorar, samt en prosentandel av billettinntekter. Arrangøren er den aktøren som vanligvis markedsfører arrangementet, selger billetter og leier konsertlokalet. Spillestedet er ofte de som ordner tjenester som parkering, sikkerhet og billettkontrollering. Spillestedet får vanligvis prosentandeler av billettsalget eller en fast avtalt sum for leie av lokalet av arrangør (Wikstrøm, 2020 s. 65).

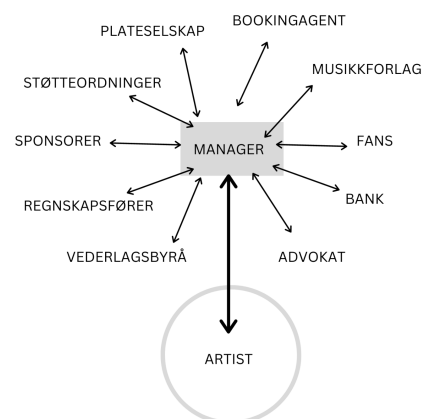
Ifølge Dalchow (2019) er konsertvirksomhet ekstra viktig for mange norske artisters karriere, da det er viktig både økonomisk, kunstnerisk og for markedsføring. Konsertvirksomhet kan føre til økt strømmetall, salg av merchandise og fysiske produkter. Høye strømmetall kan på samme måte føre til økt antall fans som ønsker å oppleve artisten på konsert. Dette fører til at artisten blir vurdert av publikum på opptredenen og opplevelsen som publikum får. Det er derfor viktig at artisten evner å formidle musikken sin like bra for et publikum som på

innspillingen. Inntekter fra vederlagsbyrået TONO og konserthonorarer kan for aktive konsertartister bli betydelige og være med å bidra til en bærekraftig artistkarriere (Dalchow, 2019, s. 261).

2.1.5 Management

Ifølge Dalchow (2019) har musikkmanageren spilt en viktig rolle i musikkbransjen i mange år, og rollen blir stadig mer relevant i den norske musikkbransjen. En musikkmanager samarbeider ofte med artister, men det finnes også managere som jobber med fokus på låtskrivere og produsenter. Likevel er det ikke nødvendig for alle artister å ha en manager. Det er opp til hver enkelt å bestemme seg for om det er ønskelig å inngå et samarbeid med en manager (Dalchow, 2019 s. 21). Noen artister er interessert i entreprenørskapsdelen av å være musiker, og andre er ikke interessert i det.

Managerens rolle kan være svært allsidig, men vil ofte innebære å ha kommunikasjon med alle aktørene som er samarbeidspartnere med artisten. Slik kan manageren i noen tilfeller være bindeledd i store grupper av interessehavere som kan inneholde, plateselskap, bookingagent, musikkforlag, bank, advokat, vederlagsbyrå, regnskapsfører, sponsorer, støtteordninger, og fans (Dalchow, 2019 s. 22).



Figur 1: Managerens rolle (Dalchow, 2019 s.23)

Som figuren viser, er det tydelig at dette er en kompleks organisasjonsstruktur. Hvis artisten selv skal være bindeleddet inn i alle disse interessehaverne, vil det være naturlig å måtte beregne en stor del administrerende arbeid som potensielt ville vært i veien for musikerens kreative prosess. Ifølge Dalchow (2019) har mangelen på et større miljø for profesjonelle managere i Norge vært en av faktorene som har bidratt til at artister tradisjonelt sett har hatt begrenset kunnskap om managerens arbeidsområde og dermed ikke har sett behovet for å

ansette en (Dalchow, 2019 s. 21). Artister som befinner seg i etableringsfasen kan ha flaks og bli oppdaget av en manager som ønsker å investere tid og penger i artisten før signert platekontrakt. I slike tilfeller kan en manager betrakte artisten som en investering og dekke de kontinuerlige kostnadene som er forbundet med innspilling, markedsføring og øvingslokaler for å kunne presentere artisten for plateselskaper og bookingagenter. Da er det blitt vanlig at manageren står som deleier av innspillingen sammen med artisten. Ifølge Dalchow (2019) er det alltid anbefalt at samarbeidet mellom artist og manager gjøres gjennom en skriftlig avtale, en managementkontrakt. Dette er en avtale som bør sikre trygghet mellom partene. Hovedhensikten for at artister inngår et samarbeid med en manager pleier å være å få bedre tid til å være artist, mens manageren tar seg av forretningene (Dalchow, 2019 s. 24).

2.2 Psykisk helse i en artistsentrert musikkbransje

Ifølge Nordgård (2022) har digitaliseringen i musikkbransjen resultert i endringer i pengestrømmer, verdikjeder, roller og funksjoner. Nye digitale plattformer og verktøy har stor påvirkning på hvordan musikk skapes, formidles og lyttes til. Dette har videre ført til endringer i hvordan aktører forholder seg til hverandre. I henhold til Nordgård (2022) indikerer digitaliseringen en økning i fleksibilitet blant artister og musikere og en redusert avhengighet av tradisjonelle bransjeledd. Artister fungerer i økende grad som mellomledet som aktivt engasjerer profesjonelle aktører for å utføre ulike oppgaver. Sentrale temaer innenfor denne diskursen er knyttet til en mer artistsentrert musikkøkonomi (Nordgård, 2022, s. 202). Slike arbeidsmodeller blir omtalt som “Do It Yourself” (DIY) og er ofte forbundet med å kutte bort tradisjonelle bransjeledd fra verdikjeden (Tschmuck, 2021 s. 207). Tschmuck (2021) påpeker at med digitaliseringen som har skjedd i musikkbransjen, har artister blitt sentrale aktører i styring av sin egen karriere. Som et resultat av dette er det nødvendig for artistene å ha ekspertise innen musikkbransjen og evne til å navigere i sin egen artistkarriere. Det å være manager for sin egen artistkarriere krever ikke bare forståelse av musikkbransjen og dens funksjoner, men også betydelig tidsinvestering (Tschmuck, 2021, s. 210).

Det finnes noen ulemper ved å jobbe med musikk, og mye tyder på at disse ulempene øker når man jobber alene som artist. I 2020 ble boken *Can Music Make You Sick? Measuring the Price of Musical Ambition* (Gross & Musgrave, 2020) skrevet av Sally Anne Gross og George Musgrave. I denne boken retter forskerne oppmerksomheten mot de helsemessige konsekvensene knyttet til å arbeide innen musikkfeltet, med spesielt fokus på den mentale helsen. Forskerne ser tendenser til at artister som jobber alene har større sjanse til å lide av depresjon og angst, enn de som jobber i band eller grupper. Det var større andel som led av angst og depresjon hos solo-artister, DJer og låtskrivere sammenlignet med band-medlemmer, management, forleggere og konsertarbeidere (Gross & Musgrave, 2020 s. 35-36). Ifølge Nordgård (2022) er den offentlige diskursen rundt nye digitale muligheter vedrørende artistens rolle og funksjon i musikkbransjen ofte presentert som noe positivt. Han påpeker at det også kan være nødvendig å diskutere vanskelighetene med å operere alene i en stadig mer kompleks musikkbransje (Nordgård, 2022, s. 200). Bokkapittelet *Nesten alene* bygger Nordgård (2022) på en serie dybdeintervjuer gjort i årene 2019 og 2020 med ti profesjonelle norske artister og managere. Han analyserer hvordan de digitale endringene påvirker profesjonelle artister og managere i Norge. Hovedpoenget hans er å beskrive hvordan norske artister og managere opplever arbeidsforhold og økonomiske rammer, og å se dette på bakgrunn av teorier knyttet til digitalisering og en mer artistsentrert økonomi, hvor artisten har ansvaret for egen karriere. Nordgård påstår at det er en utfordring at analyser på bransjenivå og markedsnivå i liten grad fanger opp hvordan endring påvirker personer. Endring kan føre til vanskeligheter med å opprettholde karriere og i verste fall føre til at man slutter. (Nordgård, 2022, s. 200)

2.3 Profesjonalisering av musikkbransjen

Kleppe (2022) poengterer at det er avgjørende å oppnå profesjonalisme for å lykkes i dagens stadig mer globaliserte og konkurranseutsatte markedet innenfor musikkindustrien (Kleppe, 2022 s. 147). Selv om “profesjonalisering” er et honnørord som brukes i de fleste kulturpolitiske dokumenter, er det ofte tvetydig og sjeldent tydelig forklart. I visse sammenhenger blir det brukt for å beskrive kvaliteten på arbeidet som utføres og betyrdet at profesjonalitet tilsvarer høy kvalitet. Profesjonalisering viser i så fall til tiltak som

tar sikte på å heve kvaliteten på det arbeidet som utføres. I andre sammenhenger blir begrepet brukt som en motsetning til frivillighet eller amatør-aktiviteter, og refererer dermed til betalt arbeid (Kleppe, 2022, s. 151). Begrepet amatør har for mange en rekke negative assosiasjoner, og det brukes derfor ofte ulike synonymmer i situasjoner der positive sider ved amatørskap ønskes fremhevet. Et mye brukt begrep er frivillighet - et begrep som i all hovedsak presenteres i positive ordlag (Kleppe, 2022, s. 154).

Videre forklarer Kleppe (2022) at når man diskuterer musikere og kunstnerisk aktivitet, er profesjonalitet også et viktig begrep. Det avgjør hvem som blir anerkjent og tildelt tilskudd, og det skiller mellom de som er anerkjente og de som er mindre anerkjente. Det er derfor viktig å profesjonalisere både musikerne selv og alle som arbeider med formidling av musikk. Et tiltak for å oppnå dette er etablering av kompetansesentre og kulturpolitiske ordninger for å fremme profesjonalisering i musikkfeltet og musikkbransjen (Kleppe, 2022, s. 148). I politiske sammenhenger der kultur er en del av ansvarsområdet, kan man se eksempler på ulike synspunkter på verdien av amatørskap og deltakerkultur, og hvordan disse forholdene relateres til profesjonalisme og det profesjonelle (Kleppe, 2022, s. 149). Ifølge Røyseng (2022) skjer ikke profesjonalisering kun gjennom utdanning når det kommer til utøvelsen av musikk, men også i andre deler av bransjen. Dette inkluderer alle ledd i musikkbransjen, fra musikkproduksjon og arrangement til lyd- og lysdesign, samt management, booking og promotering. Utdanningstilbudene for alle disse fagområdene er nå tilgjengelige i universitets- og høyskolesektoren, og dette anses ofte som en positiv utvikling både for musikkbransjen og for publikum (Røyseng, 2022, s. 13).

2.4 Et kort historisk blikk på musikkbransjen i Kristiansand

Etter den første plateinnspillingen på Grand Hotel i Kristiania i 1904 har Norge utviklet en velfungerende musikkbransje. I de senere årene har interessen for norsk musikk eksplodert både nasjonalt og internasjonalt, takket være en ny generasjon av artister, bransjeaktører, lyttere og teknologisk utvikling. I tillegg har bredden og kvaliteten på norsk musikk økt, og den er nå høyt verdsatt (Dalchow, 2019 s. 10). Videre følger et historisk tilbakeblikk på musikkbransjen i Kristiansand.

Kristiansand har gjennomgått betydelige endringer de siste tjue årene, spesielt innen musikk og kultur. Tidligere hadde byen et rykte for å være kjedelig og provinsiell, men nå framstår den som en mye mer livlig by med tydelige urbane trekk. Ifølge Jensen (2010) er det som tidligere ble betraktet som subkultur, nå ansett som et viktig kulturelt uttrykk i byens moderniseringsprosess (Jensen, 2010, s. 11). Musikkbransjen i Kristiansand i perioden 1957-1992 var kjennetegnet ved at musikerne stort sett stod alene med lite eller ingen hjelp fra andre. Disse forholdene har endret seg dramatisk når det gjelder rockemiljøet. Det som en gang var et undergrunnsfenomen, har i dag blitt allemannseie. Ifølge Jensen (2018), kan man hevde at musikkformer som faller inn under “rockebegrepet”, nå representerer den etablerte kulturen (Jensen, 2018 s. 9). Det som tidligere var knyttet til motkultur og i stor grad begrenset til undergrunnsmiljøet, er nå blitt en konsumvare. I Norge skjedde denne holdningsendringen omtrent samtidig med utgivelsen av Dum Dum Boys-albumet “Splitter Pine” i 1989. I Kristiansand ble denne holdningsendringen tydelig da byens forretningsfolk så potensialet for inntjening knyttet til næringsrettede kulturarrangementer. Økonomisk støtte, enten i form av offentlige eller private stipender, fond eller andre tilskudd, har først og fremst gjort det enklere å drive med kulturell næringsvirksomhet (Jensen, 2018 s. 9-10).

Først i 1986 ble unge musikere i Kristiansand gitt muligheten til å få undervisning på sitt ønskede instrument av kvalifiserte musikklærere ved den kommunale musikkskolen. Ifølge Jensen (2018) har disse musikerne bidratt til å forme byens kulturelle identitet, og deres virksomhet er en viktig del av lokalhistorien. Jensen (2018) forklarer at selv om stiftelser, foreninger og institusjoner som Cultiva, Sørf og Kilden er viktige, er det likevel utøverne som, uavhengig av institusjonenes tilstedeværelse, leverer selve essensen (Jensen, 2018 s.10). Jensen (2018) mener likevel at:

“Dersom man setter søkelyset på Kristiansand og spør et tilfeldig utvalg av byens befolkning om deres forhold til lokale artister, er det svært få som kan/vil påberope seg nevneverdig grad av verken kunnskap om eller interesse for emnet. I den grad individer uten noen direkte tilknytning til selve miljøet i det hele tatt kan navngi en lokal utøver, er det enten snakk om Erik Faber, Alejandro Fuentes eller Thom Hell.

Alle de tre herremennene hadde sin storhetstid for omtrent et tiår siden.” (Jensen, 2018, s. 667).

Året 1992 markerer på mange måter begynnelsen på en helt ny epoke for Kristiansand. En spesiell begivenhet som bør fremheves i denne sammenhengen er Quartfestivalen. Da festivalen ble arrangert for første gang i 1991, gikk den under navnet Quadradurmusivalen. Meningene om festivalen er mange- den har blitt både elsket og hatet, hyllet og kritisert. Jensen (2010) mener at festivalen uansett har spilt en rolle i å gi Kristiansand en helt annen status i resten av landet som kulturby enn den tidligere hadde hatt (Jensen, 2010, s. 328). Quartfestivalen har utvilsomt hatt en innvirkning på det lokale næringslivet. Festivalen skapte en plattform for samarbeid mellom kultur og næringsliv og fungerte som et uttrykk for et progressivt musikkmiljø (Skancke-Knutsen, 2016, s.2). Etter Quartfestivalen har det blitt langt mer vanlig med store konsertarrangementer i Kristiansand. Steder som Ravnedalen, Odderøya Amfi, Sør Arena og Bystranda har vært vertskap for en rekke større konserter med lokale, nasjonale og internasjonale artister. Byens sentrum har også blitt mer pulserende i denne sammenhengen (Jensen, 2010, s. 328).

2.5 Nøkkeltall for musikkbransjen i Kristiansand

Når vi senere i oppgaven skal diskutere musikkbransjen i Kristiansand, er det essensielt å presentere noen nøkkeltall for bransjen. Vi skal nå se på to ulike undersøkelser. Den første fokuserer på den økonomiske tilstanden til musikkbransjen i Kristiansand, og den andre fokuserer på hvordan Kristiansand kommune ligger an på kulturfeltet i forhold til andre norske kommuner.

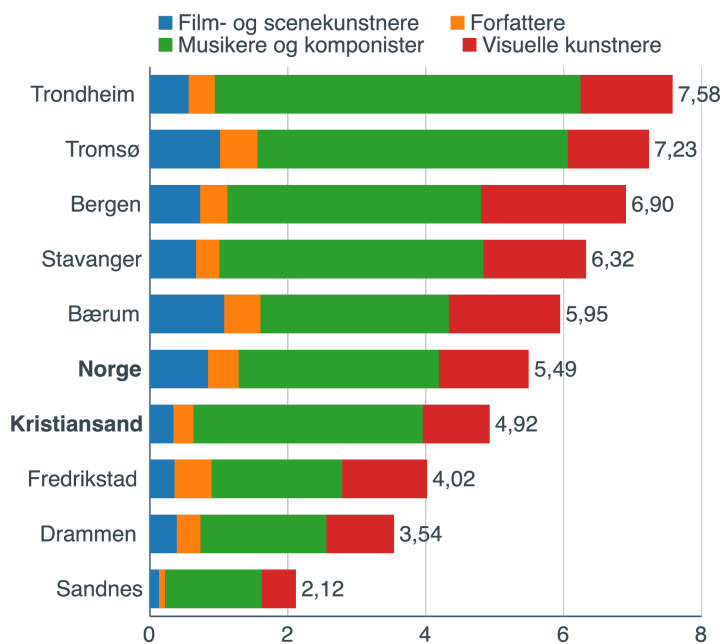
Musikkontoret Sørf har utført undersøkelsen “Nøkkeltall i musikkbransjen i Kristiansand”, og Oxford Research har laget undersøkelsen (Musikkontoret Sørf: Oxford Research, 2022). Dette er en rapport som Musikkontoret Sørf har utført på vegne av musikkfeltet i Kristiansand. Vi har fått eksklusiv tilgang til rapporten av SØRF, og rapporten er ikke offentlig. Nøkkeltallene i denne rapporten danner et bilde av hvordan musikkbransjen i

Kristiansand ser ut i dag, og rapporten presenterer tall fra perioden 2017-2021. Noen av de viktigste nøkkeltallene som beskriver musikkbransjen i Kristiansand er:

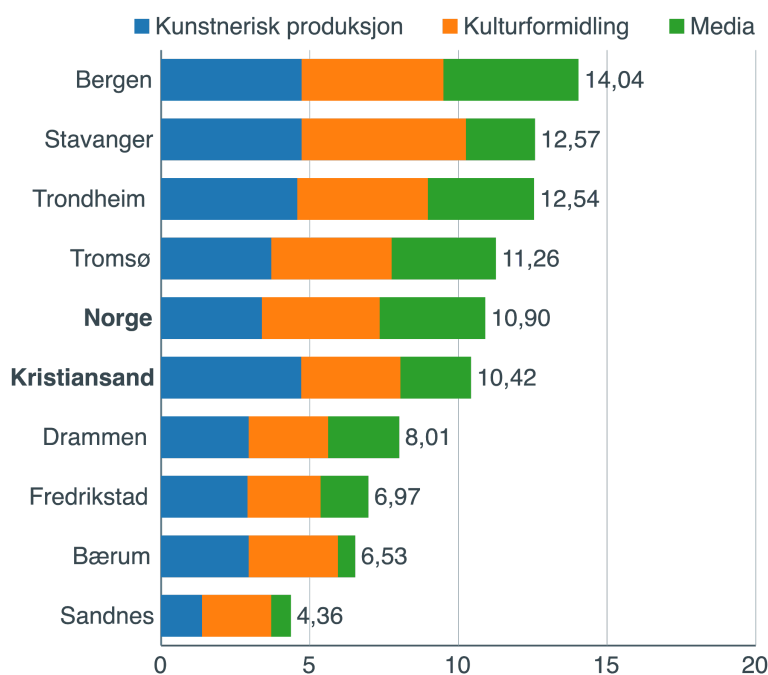
- Musikkbransjen i Kristiansand sørget for en samlet verdiskaping på 24,1 millioner NOK i 2021. Verdiskapingen er målt som ordinært resultat før skatt + lønnskostnader.
- Fem aktører står for 59% av omsetningen. Musikkbransjen i Kristiansand er preget av noen få store aktører.
- 91 % av aktørene i Kristiansands musikkbransje er enkeltpersonforetak (ENK), hvor de resterende 9 % er aksjeselskap (AS).
- Musikkbransjen i Kristiansand omsatte for nesten 103 millioner NOK i 2021
- Det var 577 sysselsatte i næringskoden "Kunstnerisk virksomhet og underholdningsvirksomhet" i 2021.

Telemarksforskning har presentert tall fra Norsk kulturindeks som sier noe om statusen for kulturlivet i Kristiansand. Dette blir sammenlignet med andre kommuner og gjennomsnittet for hele landet. Når kulturnivået i kommunene sammenlignes, tar de utgangspunkt i tall per innbygger (Kulturindeks, 2021). Noen relevante funn fra Norsk kulturindeks er:

- Kristiansand kommunes samlede netto driftsutgifter per innbygger til kultur i 2021 var 2277 kroner. Av denne summen gikk 550 kroner til kunstformidling, 321 kroner til kommunale kulturbygg og 283 kroner til musikk- og kulturskoler.
- I Kristiansand er tilfredsheten blant innbyggere til kulturaktiviteter over landsgjennomsnittet (Kulturindeks.no).



Figur 2: Norsk kulturindeks. Kunstnere. (Telemarksforskning- (<https://kulturindeks.no/rapport/4204/3/1>)) Denne figuren viser antall kunstnere per 1000 innbyggere i utvalgte kommuner og landsgjennomsnittet. Som vi ser har Trondheim en kunstnertetthet på 7,58, mens Kristiansand har en kunstnertetthet på 4,92 per 1000 innbyggere.



Figur 3: Norsk kulturindeks. Sysselsatte i kultur. (Telemarksforskning - <https://kulturindeks.no/rapport/4204/3/2>). Denne figuren viser antall sysselsatte innen kulturyrker per 1000 innbyggere i utvalgte kommuner, samt landsgjennomsnittet. Vi ser at Trondheim har 12,54 sysselsatte i kulturyrker per 1000 innbygger, sammenlignet med Kristiansand på 10,42.

Telemarksforskning antar at det finnes ulike faktorer som kan ha en innvirkning på kulturen i de forskjellige kommunene. Først og fremst antar de at det er flere demografiske variabler som spiller en rolle. De påpeker at slike faktorer kan inkludere kommunens størrelse, befolkningens utdanningsnivå, aldersfordeling og graden av sentralisering i kommunen (kulturindeks.no). Videre antar de også at kunstneritetthet påvirkes av kommunens prioriteringer som en form for innsatsfaktor. For eksempel kan det være mulig at kunstnere er mer tiltrukket av kommuner som gir økonomisk støtte til kunstneriske aktiviteter, for eksempel gjennom offentlige midler som brukes til kunstformidling (kulturindeks.no).

Ringvirkningsanalyser av kulturfeltet har ofte vært omdiskutert på grunn av metodiske utfordringer og mulige politiske og økonomiske interesser knyttet til slike studier. Det er vanskelig å få nøyaktige svar gjennom denne type analyser, og flere har kritisert bruken av ringvirkningsstudier som en måte å rettferdiggjøre økt offentlig satsing på kulturfeltet. Metodiske feil kan også føre til at kulturens økonomiske betydning overdrives. Denne type studier av kulturfeltet har fått kritikk for å være for enkle og unøyaktige, spesielt når det gjelder å dokumentere bivirkninger av kulturaktiviteten. Professor Anne-Britt Gran og forsker Knut Vareide hevder begge at slike ringvirkningsanalyser er et “blindspor for kultursektoren” og at kultursektoren heller bør fokusere på å øke kulturens egenverdi (Dahle, 2013 s. 8). Vi bruker Telemarksforskningens kulturindeks for å kunne bruke noen konkrete tall videre i diskusjonen.

2.6 Regionplan Agder 2030

Regionplan Agder 2030 fungerer som et overordnet strategisk dokument som gir retningslinjer for utviklingen av hele Agder-regionen. Regionplanen ble vedtatt i 2019 og tar opp de sentrale utfordringene og mulighetene i regionen, inkludert et ønsket fremtidsbilde for 2030 og hva som skal til for å oppnå konkrete mål. Planen utgjør grunnlaget for politikktutforming i Agder-regionen og gir retningslinjer for prioriteringer, samordning og bruk av virkemidler av ulike offentlige aktører. Planen er utarbeidet ved hjelp av smart spesialiseringsmetodikk og identifiserer relevante områder for internasjonalt samarbeid (Agder fylkeskommune, 2019). Smart spesialiseringsmetodikk er en metode som flere norske

fylkeskommuner bruker som et verktøy for næringsutvikling. Metoden har til hensikt å fremme innovasjon og omstilling (Regjeringen, 2018). Hovedmålet til Regionplan Agder 2030 er å utvikle Agder-regionen til å bli en miljømessig, sosialt og økonomisk bærekraftig region innen 2030. Regionplan Agder 2030 har fem hovedtemaer som skal være satsingsområder frem mot 2030: attraktive og livskraftige byer, tettsteder og distrikter, verdiskaping og bærekraft, utdanning og kompetanse, transport og kommunikasjon og kultur (Regionplan Agder 2030, s. 5). Ifølge Regionplan Agder 2030 har offentlige og private aktører i Agder-regionen oppnådd ambisiøse mål gjennom et godt samarbeid over mange år, blant annet gjennom dokumentene “Felles mål for Sørlandet 2003-2010” og Regionplan Agder 2020. Videre konstaterer Regionplan Agder 2030 at for å nå et felles mål i fremtiden, er det avgjørende å opprettholde og styrke det gode samarbeidet gjennom et regionalt partnerskap. Samarbeidet bør være kunnskapsbasert, basert på et felles utfordringsbilde og koble kompetanse fra erfaring, forskning og medvirkning (Regionplan Agder 2030, s. 5).

Denne masteroppgaven fokuserer på kultur som er et av hovedsatsingsområder i Regionplan Agder 2030. Ifølge regionplanen er et ønsket fremtidsbilde at Agder-regionen har etablert seg som en nyskapende og mangfoldig kulturregion med en kunnskapsbasert kulturpolitikk som har oppnådd internasjonal anerkjennelse. Videre skal tilgangen til fleksible produksjons- og øvingslokaler, samt opplæring i entreprenørskap, gjøre Agder-regionen spesielt attraktiv for kunstnere, kulturarbeidere og kreative næringer. Miljøet rundt universitetet, kulturinstitusjoner og kompetansesentre skal gjøre det attraktivt for nyutdannede innen praktiske og estetiske fag å bli boende i Agder (Regionplan Agder 2030, s. 27).

Hovedsatsingsområdet kultur inneholder syv mål. I denne oppgaven fokuserer vi kun på et av kulturmålene. Det er kulturmålet nr. 2 som lyder: “Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den høyeste i landet utenfor Oslo”. Bildet nedenfor viser hvordan målet er presentert i Regionplan Agder 2030, og punktene under er tiltak som skal gjennomføres for å nå målet.

Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den høyeste i landet utenfor Oslo.

Legge til rette for at offentlige bygg og lokaler brukes aktivt for å tilby kunstnere og kulturarbeidere verksteder, atelierer, studioer, residensordninger o.l til rimelig husleie.

Utvikle, styrke og samordne tilskudds- og stipendordninger for kunstnere og kulturarbeidere.

Etablere flere undervisningstilbud i entreprenørskap for kunstnere og kulturarbeidere.

Stimulere utvikling av digitale kreative næringer og ulike former for digital kultur.

Legge til rette for økt bruk av kunstnere og kulturarbeidere i offentlige prosjekter og prosesser.

Videreutvikle store regionale kulturinstitusjoner med nasjonal betydning.

Figur 4: Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030 (Regionplan Agder 2030 s. 28)

3. Metode

Nå som gjennomgangen av teorikapittelet er gjennomført, ønsker vi å trekke fokus tilbake til problemstillingen og de tre hovedtemaene vi undersøker. Dette er viktig for å følge begrunnelsen for valg av metode. Oppgavens problemstilling er: *Hvordan kan musikkbransjen i Kristiansand utvikles og profesjonaliseres for å bidra til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030?* De tre hovedtemaene som er gjeldende for problemstillingen er: musikkbransjen i Kristiansand, utvikling og profesjonalisering og tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030.

Forskningsfeltet for musikkbransjen tilhører forskning innenfor de kulturelle industriene og involverer ulike akademiske disipliner som kulturstudier, medier, økonomi, ledelse, statsvitenskap og sosiologi. Forskningsfeltet innenfor musikk er relativt nytt innen akademien, og det er begrenset forskning på utviklingen og utfordringene i musikkbransjen så langt. To eksperter som har bidratt til å sette fokus på dette feltet på en mer akademisk måte, er Patrik Wikström og David Hesmondhalgh. Wikströms bok, *The Music Industry: Music in the Cloud* fra 2009, var en av de første og fortsatt relevante akademiske bidragsyterne som beskrev endringene som musikkbransjen gjennomgikk i det nye digitale årtusenet. Boken hans forsøkte å forutse hvordan bransjen sannsynligvis ville utvikle seg i fremtiden (Wikström, 2009). Hesmondhalghs bok, *The Cultural Industries* fra 2002, er en annen viktig bok og betraktes som en klassiker innenfor feltet. Den analyserer transformasjonen som kulturnæringene går igjennom ved å bruke en helhetlig tilnærming som tar hensyn til de kulturelle, politiske og økonomiske kontekstene (Hesmondhalgh, 2002). Det har vært en økning i antall studier, artikler, statistikker og avhandlinger om temaet musikkbransjen de siste årene. Utdanningsinstitusjoner over hele verden tilbyr nå utdanningsprogrammer innen musikk- og kulturledelse både på høyere og lavere nivå. Dette kan tyde på økende interesse for feltet, samt et behov for å utdanne fagfolk som kan arbeide i en sektor i rask utvikling. Dette bekrefter etterspørselen etter ytterligere forskning på området.

Det er viktig å merke seg begrensningene ved studien da resultatene ikke kan generaliseres til alle musikkbransjer uavhengig av geografisk område. Vi mener likevel den vil bidra til den

akademiske diskursen om hvordan musikkbransje kan bli bærekraftig næring, og da spesifikt i Kristiansand. Studien gir også en grundig forståelse av hvilke aktører som er nødvendig for å oppnå en bærekraftig musikkbransje i Kristiansand.

3.1 Metodevalg

I vitenskapen skiller man vanligvis mellom to forskningsmetoder - kvantitativ og kvalitativ metode. En enkel måte å skille mellom de to metodene på, er å si at kvantitativ forskning er basert på tall-data, mens kvalitativ forskning er basert på tekstdata (Tjora 2012, s. 22). Ifølge Denscombe (2007) er det ingen metode som anbefales som den foretrukne under alle omstendigheter. Han argumenterer for at valg av metode avhenger av å identifisere den som fungerer best for det aktuelle forskningsprosjektet. Denscombe (2007) forklarer videre at forskere burde vurdere tre nøkkelfaktorer ved valg av metode; egnethet, gjennomførbarhet og etikk. Forskere må altså vurdere; er metodevalget egnet til å svare på problemstillingen, er det mulig å gjennomføre og er det etisk forsvarlig? For å velge en metode som passer, er det viktig å ha en tydelig plan på hva man ønsker å undersøke (Denscombe, 2007, s. 4).

Dette forskningsprosjektet baserer seg i hovedsak på en kvalitativ forskningsmetode med semistrukturert dybdeintervju. Valget om å bruke semistrukturert dybdeintervju som metode for å samle inn data, baseres på en vurdering av egnethet. Intervjuer av nøkkelpersoner som enten er i musikkbransjen eller informanter som har kjennskap til musikkbransjen gir tilgang til informasjon som ikke er tilgjengelig på andre måter. Dette kan omfatte kunnskap og opplysninger som ikke er skrevet ned eller formalisert, men likevel kan være relevant for hvordan musikkbransjen opererer og hvordan aktørene i musikkbransjen forholder seg til hverandre.

For dette forskningsprosjektet blir det benyttet to metoder: semistrukturert dybdeintervju og litteraturstudie. Det er viktig å bruke en metode som passer til oppgavens mål, som er å innhente informasjon i dybden fra nøkkelpersoner med ekspertkompetanse på forskningsfeltet. Vi mener kvantitativ metode er uegnet for forskningsprosjektet, da det innebærer å generalisere funn basert på resultater fra mange personer. Vårt valg av metode er

dermed kvalitativ metode. Etter presentasjonen av litteraturstudien fokuserer vi på prosessen og evalueringen av metoden for semistrukturert dybdeintervju.

3.2 Litteraturstudie

Litteraturstudien er en essensiell del av dette forskningsprosjektet. Prosessen med å gjennomføre en litteraturstudie bruker vi for å få bedre oversikt over forskningsfeltet og for å få en bredere kunnskap om temaet og hvem som har forsket på liknende felt. Arbeidet med litteraturstudien startet tidlig da vi begynte på masterstudiet. Vi lagde notater og oppsummeringer fra pensumlisten i forbindelse med eksamener og oppgaver. Dette ble grunnlaget for den dypere litteraturstudien vi gjennomførte ved oppstart av masteroppgaven. Vi brukte den digitale forskningsdatabasen Oria som et verktøy for å finne relevant litteratur til oppgaven. Vi brukte også forskningsdatabasene Google Scholar og JSTOR for å finne andre teorier og synspunkter samt for å få en bedre forståelse av forskningen som er gjennomført. Det er viktig at vi er kritisk til litteraturen vi har funnet og hvordan litteraturen kan relateres til vår forskning. Ved å gjennomgå tidligere forskning har vi også undersøkt de kildene som blir brukt av andre forskere.

3.2.1 Tidligere forskning

Dette forskningsprosjektet er dannet på grunnlaget vi har tilegnet oss gjennom masteren i Music Business and Management. Vi var innoom flere temaer som mulige forskningsområder i prosessen med å velge tema og problemstilling for oppgaven. Da vi bestemte oss for musikkbransjen i Kristiansand, ble det viktig for oss å fokusere på noen verk og teorier som vi bygget videre på. Vi brukte spesielt *The Music Industry: Music in the Cloud* av Patrik Wikström og *Hjelp jeg er i popbransjen* av Jørn Dalchow som hovedbøker. Vi har også brukt Hesmondhalgh (2019), Tschmuck (2021), Nordgård (2022) og Kleppe (2022) som kilder.

Tidligere forskning som mer spesifikt omhandler Kristiansand er Nordgård og Brekkes masteroppgave “Hva hindrer Kristiansands kulturliv?” fra 2005. Dette er en kvalitativ case-studie som inkluderer intervjuer av sentrale kulturpersoner med god kjennskap til Kristiansands kulturliv (Brekke, 2005). Dette er et eksempel på lokal forskning som er gjort

på Kristiansands kulturliv. En annen forskning det er verdt å nevne, er Kirsti Mathiesen Hjemdahls “Opplevelsesindustri på Sørlandet- en rapport!” fra 2004. Forskningen omhandler opplevelsesindustri, kultur og entreprenørskap på Sørlandet (Hjemdahl, 2004).

3.3 Semistrukturert dybdeintervju

Nå som litteraturstudien og tidligere forskning er gjennomgått, skal vi se nærmere på hovedmetoden oppgaven baserer seg på - semistrukturerte dybdeintervjuer. Ifølge Denscombe (2007) innebærer semistrukturerte dybdeintervjuer at intervjueren har en liste over spørsmål og temaer som skal stilles under intervjuet. Denne tilnærmingen gir intervjueren fleksibilitet til å endre rekkefølgen på temaene som skal diskuteres, og viktigst av alt, til å la informantene utvikle ideer og snakke mer generelt om forskningstemaene. Svarene fra informantene er åpne, og det legges mer vekt på å få dem til å utdype interessante poenger (Denscombe, 2007 s. 175). De semistrukturerte dybdeintervjuene er hensiktsmessig for å innhente data som omhandler emner i dybden og detalj. I tillegg får forskeren, ifølge Denscombe (2007), verdifull innsikt basert på mengden av informasjon som samles inn og kunnskapen til informantene (Denscombe, 2007 s. 192). Dette er noe vi ønsker å dra nytte av for å belyse problemstillingen vår. Vi får mulighet til å gå i dybden på sentrale temaer som er viktige for å få nok data til å besvare problemstillingen. I tillegg gir denne type intervjuform mulighet for å stille oppfølgingsspørsmål når informantene har gode poeng eller resonnementer vi ønsker å følge opp eller høre mer om. Direkte kontakt ved intervju gir mulighet til å kontrollere data for nøyaktighet og relevans etter hvert som de samles inn. Denscombe (2007) bemerker at det å gjennomføre semistrukturerte intervjuer tar lengre tid. Selve intervjuet og bearbeidelsen av data blir mer tidkrevende enn om man hadde valgt et strukturert og rigid spørreskjema, siden svarene ikke er standardiserte, men heller i åpent format (Denscombe, 2007 s. 193). Dette er noe vi opplevde, og hele prosessen fra å avtale intervju til gjennomføring, transkribering og analyse er svært tidkrevende, spesielt når det gjelder å håndtere så mange informanter.

Da vi bestemte oss for å gjennomføre intervjuer og startet intervjuprosessen, fulgte vi metoden slik den er beskrevet av Kvale (2007) i boken *Doing Interviews*. Der beskrives

intervjuprosessen som syv nødvendige steg (Kvale, 2007 s. 51). Kvaless (2007) syv steg har vi oversatt slik:

1. Tematisering
2. Design av studien
3. Intervjuet
4. Transkribering
5. Analyse av materialet
6. Vurdering
7. Rapportering av funn

Denne prosessen blir gjennomgått videre i metodekapittelet.

3.4 Intervjuguiden

En guide for semistrukturerte intervjuer inneholder emner som må dekkes og forslag til spørsmål (Kvale, 1996, s. 129). Vi utviklet vår egen intervjuguide designet for å få empiri på de tre hovedtemaene basert på problemstillingen. I tillegg til intervjuguiden inneholdt intervjuene også individuelle og spontane spørsmål for å tillate at poenger kunne utfolde seg. Intervjuguiden inneholdt ti spørsmål som var inndelt i fire kategorier basert på funnene i det teoretiske rammeverket. Vi fokuserte på å stille åpne spørsmål, spesielt om hvordan eller hvorfor de oppfattet noe, eller hva de mente om et bestemt tema.

INTERVJUGUIDE

1. Introduksjonsspørsmål

1.1 Hva er ditt navn og stilling?

2. Musikkbransje Kristiansand

2.1 Hva er din generelle oppfatning av musikkbransjen i Kristiansand?

2.2 Hvilke aktører trenger man for å oppnå en bærekraftig musikkbransje i Kristiansand?

2.3 Hvilke konkrete tiltak tror du kan bidra til å tiltrekke seg og beholde musikere og kulturarbeidere i Kristiansand?

2.4 Hvem har ansvaret for å lage en bærekraftig musikkbransje i Kristiansand?

3. Regionplan Agder 2030

3.1 Hva er ditt forhold til Regionplan Agder 2030?

3.2 Er tetthetsmålet et realistisk mål?

3.3 Hva tror du er de viktigste tiltakene for å nå tetthetsmålet?

3.3 Hvordan kan musikkbransjen bidra til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030?

4. Avslutning

4.1 Innenfor tema vi har snakket om i dag: er det noe du ønsker å legge til som vi ikke har snakket om?

Figur 5: Intervjuguide

3.5 Valg av informanter

Ifølge Denscombe (2007) har forskere en tendens til å velge informanter bevisst siden de har et spesielt bidrag å gi til forskningen, fordi de har en unik innsikt eller på grunn av posisjonen de har (Denscombe, 2007 s. 181). Valg av informanter til denne masteroppgaven er nøye vurdert. Vi har valgt å fokusere på musikkbransjen i Kristiansand, og det var derfor essensielt at informantene enten jobber eller på annen måte har tilknytning og kjennskap til

musikkbransjen i Kristiansand. Vi tok også hensyn til tid og logistikk ved valg av informanter fordi vi gjennomførte fysiske dybdeintervjuer. Derfor var det viktig at informantene befant seg i samme geografiske område som oss for enklere tilgjengelighet. Valg av informanter ble gjort på to måter. Flere av informantene hadde vi kjennskap til før, og vi visste at de var kompetente innenfor områdene vi undersøker. Vi kontaktet dem direkte og avtalte intervju. Andre informanter fant vi frem til gjennom tidligere undersøkelser om temaet. Vi tok da kontakt med dem for å invitere dem til å være informanter.

Underveis i intervjuprosessen, etter at tre intervjuer var gjennomført, bemerket vi oss at alle vi hadde intervjuet og de vi skulle intervjuer, var offentlige ansatte eller hadde sterk tilknytning til det offentlige. Vi antok at det var mulighet for at noen av svarene vi kom til å få fra disse informantene, kunne være preget av institusjonen de jobber for. Ettersom oppgaven legger stor vekt på Regionplan Agder 2030 og hvordan offentlige instanser tilrettelegger og forstår musikkbransjen i Kristiansand, var det viktig å få deres stemme fram. Siden oppgaven også handler om musikkbransjen i seg selv, var det også essensielt å få intervjuet informanter fra det frie felt, det vil si at informantene har inntekten sin fra private bedrifter eller egne virksomheter. Derfor begynte vi å se etter aktuelle kandidater innenfor det frie felt i musikkbransjen i Kristiansand, som passet ett eller begge kriteriene vi brukte for å finne passende informanter.

I denne oppgaven intervjuer vi åtte personer. Følgende kriterier ble brukt for å finne passende informanter:

1. Informantene må være, eller ha vært engasjert, ha god kjennskap til eller ha jobbet i musikkbransjen i Kristiansand,
og/eller
2. Informantene må ha god kjennskap til kulturmålene i Regionplan Agder 2030.

Videre følger en kort presentasjon av enten arbeidssted, organisasjon eller erfaring til informantene.

3.5.1 Introduksjon av informantene

Vi startet arbeidet med et ønske om å ha fem intervjuer. Vi så etter hvert behov for å utvide antallet til syv-åtte og endte opp med å gjennomføre åtte intervjuer. Vi har to informanter fra det frie felt, to fra fylkes- og kommuneadministrasjon, to ansatte ved UiA og to informanter fra ideelle organisasjoner.

Anette Bylund

Anette Bylund er daglig leder på Kulturhuset Kick. Kulturhuset Kick har både restaurant og bar, Kombinat, og Kick Scene. Hun jobber nå med å bygge opp organisasjonen som et kulturhus som skal være et hus for hele regionen. Bylund har lang fartstid i musikkbransjen. Hun har blant annet jobbet som booker for SiA, vært daglig leder i AKKS Kristiansand og startet musikkfestivalen Måkeskrik.

Anne Tone Hageland

Anne Tone Hageland er avdelingsleder for kultur, idrett og frivillighet i Agder fylkeskommune. Hageland er tidligere kultursjef i Vest-Agder fylkeskommune, tidligere kultursjef i Åseral og har vært lærer i kulturskolen. Hun besitter mye kunnskap om musikk, kultur og Regionplan Agder 2030.

Daniel Nordgård

Daniel Nordgård er førsteamanuensis i digitalisering, musikk og musikkindustri og underviser i Music Business ved masterprogrammet Music Management ved Universitetet i Agder. Han forsker på internasjonal musikkbransje og endringer i kjølvannet av digitaliseringsprosessen. Nordgård har vært festivalsjef for Quartfestivalen samt diverse prosjekt og initiativ rundt Sørveiv og festivalbransjen. Utover sitt akademiske arbeid, sitter Nordgård i en rekke utvalg og styrer, både nasjonalt og internasjonalt (UiA, 2019).

Kirsti Mathiesen Hjemdahl

Kirsti Mathiesen Hjemdahl er daglig leder i Cultiva, en organisasjon som jobber for å sikre arbeidsplasser og gode levekår i Kristiansand gjennom å støtte kunst-, kultur-, og kunnskapsprosjekter. Cultiva ble etablert av Kristiansand kommune i 2000. Stiftelsen har en

forvaltningskapital på omtrent 2,2 milliarder kroner per februar 2020 og har til nå investert rundt 360 millioner kroner i ulike prosjekter i Kristiansand (Cultiva.no, 2023).

Jarle Kvanvig

Jarle Kvanvig er daglig leder i Musikkontoret Sørf. Musikkontoret Sørf er et senter for ekspertise på Sørlandet som arbeider for å forbedre, styrke og øke synligheten av musikkbransjen i regionen gjennom profesjonaliseringstiltak. Musikkontoret Sørf har fire visjoner de jobber for. De jobber for å skaffe flere møteplasser og bygge mellomledd i regionen, det vil si management, label, booking, arrangører og så videre. Videre jobber de med “de neste”, altså å skape en kulturby som den neste generasjonen ønsker å bruke. Til slutt jobber de med byutvikling, med mål om å skape en by som alle ønsker å bo i.

Jan Bang

Jan Bang er en profilert norsk musiker, produsent, komponist og professor med internasjonalt nedslagsfelt. Bang underviser i elektronisk musikk ved Institutt for rytmisk musikk ved Universitetet i Agder, i tillegg til å være kunstnerisk leder for Punkt festivalen. 1. januar ble Bang leder for CreateMe, som er COE, Center of Excellent Education (UiA, 2020).

Jan Kenneth Transeth

Jan Kenneth Transeth er daglig leder i Dirty Old Town AS, en helårsarrangør i Kristiansand stiftet i 2010. Transeth har jobbet i nesten 20 år i musikkbransjen, og har jobbet innenfor mange ulike bransjeledd, blant annet innenfor plateselskap, management og artistutvikling.

Jørgen Skauge

Jørgen Skauge jobber i kulturavdelingen i Kristiansand kommune og er fagrådgiver for kulturdirektøren. Skauge har blant annet ansvar for tilskuddsordninger til det frie feltet. Han har også ansvar for festivaler, kulturnæringen og utleie av lokaler til kunstnere på Odderøya.

3.6 Habilitet

Som forfattere av denne masteroppgaven, er det viktig å presisere at vi begge har praktisk erfaring innenfor dette fagfeltet, i tillegg til at vi har personlig kjennskap til flere av informantene. Berge har jobbet som arrangementsansvarlig for UKA på Blindern, og Engeset er leder for den nye studentforeningen Kristiansand Studentsamfunn. Som en del av det frivillige arbeidet der har Engeset vært med på møter med Hjemdahl, en av informantene i oppgaven. Cultiva er eier av Kraftverk, bygget som Bare studenthus får tilholdssted i. Samtidig har vi felles prosjekter som opererer innenfor kultursektoren i Kristiansand. I mars 2022 laget vi en egen arrangørbedrift sammen med en tredje masterstudent. Bedriften heter Den Feteste Festen AS og har fokus på å lage unike arrangementer for unge i Kristiansandsområdet. Gjennom denne bedriften har vi tilegnet oss erfaringer som har gitt oss kunnskap og innsikt i bransjen, og da spesielt arrangørfeltet. Gjennom denne bedriften har vi knyttet profesjonelle og personlige kontakter fra denne bransjen. Vi har blant annet fått hjelp og tips angående bedriften vår av Sørf ved Kvanvig, som er en av informantene våre. Vår kunnskap og engasjement innenfor det overordnede temaet i oppgaven, samt en hyggelig og kollegial atmosfære, medvirket til lettere tilgang til viktig informasjon. På samme tid er det mulighet for at vi tar med oss noen forutinntatte holdninger inn i arbeidet. Vi har gjort en aktiv innsats for å skille våre egne meninger fra forskerfunnene. Dette har vi gjort ved å ha fokus på empirien fra intervjuene. Å ha god kunnskap og være tett på tema kan være en risiko da det kan føre til at noen elementer blir undervurdert, fordi de anses å være implisitte. For å motvirke dette har vi latt informantenes stemmer og utsagn komme tydelig frem i oppgaven, og intervju spørsmålene er nøye gjennomtenkt.

3.7 Ethiske vurderinger

Det forventes at samfunnsforskere tilnærmer seg sitt arbeid på en etisk måte. Dette bygger på antakelsen om at forskere ikke har en privilegert posisjon i samfunnet som legitimerer at de forfølger sine egne interesser på bekostning av det de studerer uansett hvor verdifulle funnene kan være (Denscombe, 2007, s. 329). Gjennom hele forskningsprosessen må man ta etiske beslutninger inkludert i intervju prosessen hvor moralske implikasjoner som konfidensialitet

og anonymitet må vurderes. Selv om dataene i oppgaven vår ikke inneholdt verken konfidensiell eller personlig karakter, valgte alle informantene å avstå fra anonymiteten. Før gjennomførelsen av intervjuene, fikk alle informantene informasjon om bakgrunn og formålet med forskningsprosjektet, hva deltakelsen innebærer, hva som ville skje med informasjonen om dem og at deltakelsen var frivillig. De leste og signerte et samtykkeskjema. De ble også påminnet om at de kunne trekke seg fra prosjektet når som helst uten grunn og uten noen negative konsekvenser for dem. Samtykkeskjema ligger vedlagt i slutten av denne oppgaven. Samtykkeskjemaet er sendt inn og godkjent av SIKT.

3.8 Intervjuprosess, dataanalyse og behandling

Intervjuene ble gjennomført fysisk på arbeidsplassen til informantene. Det ble satt av 45-60 minutter per intervju, men noen av intervjuene oversteg denne varigheten. Forfatterne av denne oppgaven tok opp alle intervjuene med en godkjent diktafon som ble lånt av Universitetet i Agder, og deretter transkriberte forfatterne alle opptakene selv. Dersom forskerne ønsker å finne den underliggende strukturen til en samtale eller den implisitte betydningen av en diskusjon, vil det være nødvendig å transkribere lydopptakene relativt detaljert, og muligens til og med i sin helhet (Denscombe, 2007 s. 275). Vi valgte å transkribere alle lydopptakene i sin helhet for å få et korrekt bilde av samtalen. Denscombe forklarer at det er flere utfordringer ved transkribering, blant annet at lydopptaket kan være vanskelig å tyde (Denscombe, 2007 s. 275). Dette er en utfordring vi hadde da vi skulle transkribere. Ved et par anledninger var det støy som gjorde at det ble vanskelig å tyde hva som ble sagt. Likevel klarte vi å tolke på en rimelig måte hva som faktisk ble sagt, uten at dette gikk utover det faktiske innholdet i samtalen.

Ifølge Tjora, er det ikke mulig å oppnå en objektiv oversettelse ved transkribering (Tjora, 2012, s.144). Et intervju har en muntlig språkform, og når transkriberingen var gjennomført, måtte språket bearbeides for å passe bedre til skriftlig form. Setninger ble omstrukturert slik at de fikk en mer skriftlig stil, og visse ord som “mmm” og “ehh” ble fjernet. I tillegg til banneord og overdreven bruk av bindeord som “så”, “jo”, “ikke sant” og “da” har også blitt

fjernet. Likevel ble betydningen og innholdet i setningene beholdt. Her er et eksempel på en setning før og etter bearbeidingen.

Før bearbeiding:

“Mmm, jeg tenker at det er fint å sette det målet... ehh... så jobber man seg inn der ifra så lenge det at man har flinke folk til å tenke rundt... og planlegge og hvor de kan altså... og at det er et politisk initiativ så er det bra”

Etter bearbeiding:

“Jeg tenker at det er fint å sette det målet. Så jobber man seg inn derfra. Så lenge man har flinke folk til å tenke rundt det og planlegge og at det er et politisk initiativ, så er det bra.”

Gjennom bearbeidingen kommer respondentenes poeng bedre fram, og det gagnar både masteroppgaven og informanten. Etter bearbeiding, med bedre formulerte setninger, virker både masteroppgaven og informanten mer seriøs. Når det gjelder etiske hensyn, kan vår tolkning og omskriving potensielt påvirke informantenes opprinnelige mening i uttalelsen. Målet er likevel å opprettholde nøytraliteten i bearbeidelsen, slik at innholdet ikke forandres. Forskerne blir dermed involvert i teksten som er transkribert ved å endre uttalelsen. Dette innebærer en økt grad av tolkning. Det er viktig å påpeke denne prosessen. Nøytralitet er avgjørende ved slike endringer. Likevel skjer det en tolkningsprosess for å forstå hva informantene mente med de endringene som ble gjort. Det er derfor viktig å få godkjenning fra hver enkelt informant når sitater brukes. På den måten kan informantene bekrefte at uttalelsen gjenspeiler deres mening, eller de kan ønske å gi ytterligere forklaringer på hva de mente.

4. Presentasjon av data

I denne studien har det teoretiske rammeverket og det empiriske grunnlaget fungert som grunnlaget for datainnsamlingen. De kvalitative intervjuene som ble gjennomført var semi-strukturert og samtalebasert, som tidligere beskrevet i metodekapittelet. Dette har påvirket prosessen med analysen av intervjuene ved at det har vært vanskelig å strukturere og sammenligne svarene fra de forskjellige informantene. Likevel har det blitt benyttet en intervjuguide med holdepunkter som bidrar til å holde fokus på de samme temaene gjennom intervjuene, slik at det er mulig å sammenligne og presentere flere svar på samme spørsmål. Holdepunktene er de tre grunnleggende temaene vi nevnte i innledende kapittel: musikkbransjen i Kristiansand, utvikling og profesjonalisering og tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030.

Presentasjonen av datainnsamlingen er organisert i tråd med de samme tre grunnleggende temaene, og med en sammenhengende fremstilling av musikkbransjen i Kristiansand som en fellesnevner. På grunn av flere overlappende temaer og spørsmål som berører ulike områder, har det vært utfordrende å kategorisere data inn under en enkelt kategori. For å løse dette, har dataene blitt plassert innenfor det området som anses som mest relevant, og tolket i lys av dette for å opprettholde en konsistent fremstilling av materialet.

Målet med intervjuene som ble gjort i forbindelse med denne masteroppgaven var å få forståelse for hvordan musikkbransjen i Kristiansand kan utvikles og profesjonaliseres for å bidra til å oppnå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030. Gjennom intervjuene fikk vi høre lokale aktører, kulturarbeidere, og kulturadministratorer fortelle om deres syn på temaet. Informantene er både fra offentlig og privat sektor, og alle er aktive i musikkmiljøet i Kristiansand. Vi intervjuet åtte informanter; Anette Bylund, Anne Tone Hageland, Daniel Nordgård, Jan Bang, Jan Kenneth Transeth, Jarle Kvanvig, Kirsti Mathiesen Hjemdahl, og Jørgen Skauge. Informantene gav oss en stor mengde empirisk data. Det er mange tanker og ideer som kommer frem gjennom intervjuprosessen, både relevant og irrelevant til temaet. I følgende kapittel har vi tatt vare på de tankene og ideene som utpreget seg, både ved informasjon som er gjennomgående blant informantene og tematikk med ulike synspunkter.

4.1 Musikkbransjen i Kristiansand

I spørsmålet om hvordan informantenes generelle oppfatning av musikkbransjen i Kristiansand er, responderer flere at det er en lite velfungerende bransje, som mangler flere bransjeledd.

“Bransjeleddet er i beste fall fragmentert, i verste fall ikke til stede. Det er noen få aktører som beveger seg. Ikke nødvendigvis arrangører - der er vi veldig gode, men bransjeleddet er jo ikke-eksisterende og det er det som gjør at alle disse gode musikerne som studerer hvert år også flytter hjem igjen, eller vekk eller til større byer”. (Jarle Kvanvig, Sørf, personlig intervju, 2023).

“Jeg synes det er store mangler innenfor booking, og management, plateselskap og egentlig helårsarrangører.” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

“Jeg mener at bransjen her nesten ikke eksisterer. Den er nesten borte. Og det lille som er av musikkbransjen i Kristiansand er knyttet til live og det har det vært nesten hele tiden.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Vi mangler definitivt et oppegående management med satsningsvilje - noen som plukker opp nye talenter og er med på å bygge dem opp, som i et management - eller bookingbyrå. Noen som løfter talentene opp og fram på riktige arenaer. Gjør de til stjerner i egen by. Alle karrierer begynner et sted. Du kan kalle det et slags utvidet management. Det tror jeg hadde gitt musikkbyen Kristiansand et solid løft.” (Jan Kenneth Transeth, Dirty Old Town, personlig intervju, 2023).

Hageland og Bylund er optimistisk når de snakker om musikkbransjen i Kristiansand. De trekker fram at byen har mange dyktige aktører innen fremført musikk og at det er en god sjangerbredde.

“Min oppfatning er at det er veldig mange dyktige aktører og at det skjer ganske mye og variert her, og at det er et marked for det. Det er en del scener, det kommer noen nye

festivaler og så ser jeg på søknadene til tilskuddsordningene våre at det stadig popper opp nye tiltak. Jeg tenker at bredden i sjangre er nokså godt ivaretatt. Det virker som at det er et ganske aktivt og variert tilbud. Jeg tenker at UIA bidrar veldig bra til musikklivet her. Spesielt kanskje på rytmisk. Det er veldig mange dyktige folk og mange dyktige studenter.” (Anne Tone Hageland, Agder fylkeskommune, personlig intervju, 2023).

“Den satsingen Dirty Old Town gjør med miljø og Ravnedalen live - det aktivitetsnivået de holder og nettverket de har, er jo en kjempe styrke for byen. Vi har Punkt som setter oss på verdenskartet og vi har store kommersielle festivaler som Palmesus og Sommerbris. Det er jo ikke til å stikke under en stol at det Palmesus har gjort for byen er jo enormt. De viser at det er liv laga og mulig å gjøre business av å gjøre festivaler i byen.” (Anette Bylund, Kulturhuset Kick, personlig intervju, 2023).

Et tema vi var opptatt av under intervjuet, var hvilke styrker Kristiansand har for å bli en bærekraftig musikkbransje. Dette ville vi undersøke for å identifisere muligheter som aktører kan ta tak i. Et sentralt tema som flere informanter tar opp, er Kristiansands nære beliggenhet til Europa.

“En av de største styrkene er at vi ligger veldig sentralt i forhold til Europa. Vi er veldig tett på kontinentet, bare en båttur unna.” (Jan Kenneth Transeth, Dirty Old Town i personlig intervju, 2023).

“Kristiansand ligger geografisk utrolig bra til fordi vi er to timer fra Danmark og tre og en halv time fra Oslo. Så med tanke på kontinentet så er det ingen byer i Norge som har bedre infrastruktur for å dra til kontinentet enn oss.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

Kvanvig påpeker at selv om vi har en utmerket beliggenhet så er det ikke bevist at man klarer å gjennomføre eksporten ut til Europa.

Så det handler jo om at vi ikke klarer å eksportere, vi klarer ikke å få ut musikken som blir skapt her. Hvis man klarer å få ut musikken som blir skapt, så klarer man også å ha et større inntektsgrunnlag. Så noe av den største utfordringen ligger i bransjeleddet og eksporten.” (Jarle Kvanvig i Sørf, personlig intervju, 2023).

Alle informantene trekker frem Musikkutdanningen på UiA som en stor styrke for musikkbransjen i Kristiansand.

“Musikkstudiet på UiA, der har vi egentlig en fordel overfor andre, for det er ikke så mange byer som har den utdannelsen der. Der kunne vi fått opp en god kobling mellom utøvere og de som ønsker å ta en bransjeposisjon.” (Jørgen Skauge i personlig intervju, 2023).

“Uten at jeg skal skryte opp studiet vårt, så tror jeg at det at det er flere som kommer med den type utdanning og er med på å spytte inn ting her i byen, er viktig.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Kvanvig poengterer at Universitetet i Agder og studiene ved Institutt for Rytmask Musikk er en fordel Kristiansand har overfor andre regionshovedsteder.

“I Norge er det 7 regionale musikkontorer som oss. Og når vi samles to ganger så er de andre veldig misunnelige på Kristiansand fordi vi har en så stor influks av gode musikere hvert år på UiA. Ta for eksempel Stavanger som ikke har tilsvarende linjer, men er en større by. Det er mye vanskeligere for det er ikke det samme tilskuddet av nye musikere hvert år. Det er sikkert like mange som spiller musikk der, men det er flere av høyere kvalitet på de som utdannes her i Kristiansand.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

Odderøya blir trukket frem som en stor styrke for byen. Det er særlig billige øvingslokaler og produksjonslokaler som blir fremhevet som en fordel for å tiltrekke seg kunstnere.

“Oddeøya er viktig, og bør tilrettelegge for at flere kan bruke det. Det er en unik mulighet i Norge, kanskje i verden. At det er en hel øy tilrettelagt for kultur, kunst og musikk. (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

“Jeg har jo spurt en del kunstnere om hvorfor de kom tilbake og flere har sagt at det er tilgangen på produksjonslokaler på Oddeøya og et billig sted å bo som har vært avgjørende.” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

Regionplan Agder 2030 blir trukket fram som en styrke fordi det blir brukt som et verktøy for å få ting til.

“Vi har begynt et arbeid med å si at “skal vi innfri Agder Regionplan 2030 så må vi ha flere øvingsrom og vi må ha mulighet for at flere kunstnere skal flytte hit og skape mer kunst”. Uten regionplanen hadde vi hatt mindre krutt i kanonen, og nå er det helt tydelig hva regionen ønsker.” (Jarle Kvanvig, Sørf, personlig intervju, 2023).

4.2 Utvikling og profesjonalisering

Informantenes mening om betydningen av bransjeledd og hvorvidt det er viktig er forskjellig. De fleste informantene savner bransjeledd i Kristiansand og ønsker aktører som ønsker å jobbe med disse arbeidsoppgavene til byen. Det er oftest nevnt bookingselskaper og management. Nordgård mener det i tillegg til dette er viktig med bransjeledd som bygger katalog og som sitter på rettigheter. Slik vil det ved fraflytting fra regionen fremdeles være et selskap med eierskap i rettigheter som tjener penger til regionen. Nordgård nevner særlig plateselskap eller forlag som mulig rettighetshavere.

“Publishing eller plateselskap er viktig. Noe som bygger på katalog, det tror jeg er utrolig viktig. Hvis man har bygget opp et talent som er stort, og stort nok til å gå videre, så ligger det likevel noe igjen. En rettighet til noe man har vært med på å bygge som gjør at den videre suksessen faller tilbake på regionen på ett eller annet vis, i form av en royalty.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Nordgård mener management er viktig, men de er i en sårbar posisjon. Manageren skal bygge opp artistene, men artistene kan si opp avtalen mens manageren sitter igjen med lite eller ingen fortjeneste på arbeidet med å bygge opp artisten.

“Management er kjempeviktig. Det er knall viktig. Men det blir fort sårbart. For det er ikke regulert på noen vis. Plutselig så kan artister bare slutte. Da sitter egentlig management igjen med ingenting. Bortsett fra kanskje erfaring, nettverk og forhåpentligvis noen penger.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Vi mangler definitivt et oppegående management med satsningsvilje - noen som plukker opp nye talenter og er med på å bygge dem opp, som i et management - eller bookingbyrå. Noen som løfter talentene opp og fram på riktige arenaer. Gjør de til stjerner i egen by. Alle karrierer begynner et sted. Du kan kalle det et slags utvidet management. Det tror jeg hadde gitt musikkbyen Kristiansand et solid løft.” (Jan Kenneth Transeth, personlig intervju, 2023).

Musikkbransjen har tidligere vært gjennom en prosess med digitalisering og nye forretningsmodeller. Tilgang til ny teknologi fører ofte til nye måter å konsumere musikk. Hjemdahl mener det er grobunn for nye forretningsmodeller som kan oppstå i Kristiansand fordi motstanden mot digitalisering og nye forretningsmodeller er lav her. Det kan føre til at nye digitale forretningsmodeller oppstår her fremfor i Oslo.

“Vi mener faktisk at det er en fordel å ligge utenfor et sentra. Jeg tror ikke denne transformasjonen innen kunst og kulturfeltet kommer i Oslo, og det har jeg sagt veldig lenge nå. For det er alt for mange eksisterende forretningsmodeller som har for stor verdi i Oslo.” (Kirsti Mathiesen Hjemdahl, personlig intervju, 2023).

Gjennom intervjuene har informantene i ulik grad snakket om digitaliseringen og hva dette fører til for musikkbransjen. Nordgård mener det er helt naturlig for kulturbedrifter å ha en

digital strategi. Både Nordgård og Kvanvig mener digitaliseringen fører til at fysisk lokasjon ikke har like mye å si som før.

“Hvis man skal starte, eller driver en kulturbedrift i dag, og ikke har en strategi på det digitale, da har man ikke gjort jobben sin.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Med alt det som blir digitalt, så bør det være mindre viktig enn å sitte på Grünerløkka. Det aller meste skjer digitalt, så det er ikke så viktig som kanskje mange tror - at man er nødt til å være akkurat der.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Det er ingenting i veien for det i dagens samfunn å satse på andre kontinenter enn Kristiansand eller Norge. For det at verden er så mye mindre og alt foregår digitalt. Så du trenger ikke å bo i Colombia for å bli stor i Colombia. Du kan bo på Flekkerøya” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

“Kataloger er sykt viktig og egentlig enda viktigere nå enn før. Det er jo derfor hipgnosis og alle de kjøper opp katalog for den store gullmedalje fordi det er forventet en vekst i verdi på katalog fordi digitalisering fører til nye formater og nye bruksområder som ikke har vært før og det betyr nye inntekter. Så hvis du sitter på verdifull katalog er jo det vekst.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

En stor del av informantene snakket om tilskuddsordninger og tilgang på midler for aktører i musikkbransjen. Bylund og Nordgård nevner tilgang på næringsmidler som en potensiell positiv utvikling for musikkbransjen.

“Det må være mulig for aktører i musikkbransjen å søke næringsmidler for å kunne skape bærekraftige selskaper som kan sysselsette og som kan betale kunstnere for å utøve kunsten sin. Det må være lettere tilgang på næringsmidler for den skapende delen av feltet. Hvis det frie feltet ikke stimuleres så stopper rekrutteringen og aktiviteten opp. Vi kan ikke bare drive å snakke om kulturmidler. For det er alltid bare småpenger i den store sammenhengen.” (Anette Bylund, personlig intervju, 2023).

“Men det som er veldig viktig, igjen, mye av kultur satsingen må byttes over til næringspolitikk. Det tror jeg er knallviktig. At kommune og fylkeskommune i større grad ser på deler av kultursatsingen som næringsutvikling og ikke som kulturaktiviteter. Det er en annen pengesekk, og en annen del av forventninger og hvordan man interagerer med dem. Det tror jeg sektoren hadde kjempegodt av. En annen måte å jobbe på, og tenke på.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Noen av informantene har teorier om at tilskuddene som gis i Kristiansand blir brukt feil.

“Kanskje vi må begynne å evaluere ting, å se på disse tallene som kommer. Det kan være en måte, få litt mer data. Finne ut om vi har gjort en god satsning med rytmisk satsing, hvordan skal denne treffe. Eller har vi driti oss ut ved å ikke gi nok penger til bransjeleddet?” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

“Det er litt interessant at vi ikke har kommet lengre, når vi har hatt en satsing på 1 million til rytmisk satsing på over 14 år. Og de midlene har jo ingen av de andre kunstsjangrene. Og vi har et akademia på musikk og vi har mange kompetansesentre. Likevel så er vi såpass lavt nede på stigen. Det er relativt interessant å få noen svar på. Bruker vi pengene riktig?” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

“Det er egentlig ikke så mye systematikk bak fordelinger av tilskudd, sett i forhold til om det ivaretar hele bredden i næringskjeden. Det er mer søknadstilfanget som bestemmer. Vi blir et sted som folk søker om midler, og de som søker er jo folk som vil ha midler til det de holder på med. Når det gjelder søknadsordninger for kreative næringer, der kunne vi gjerne hatt flere søknader. Jeg vet ikke om det er fordi det er en såpass ny ordning, for det er ikke mer søknader enn det må være.” (Anne Tone Hageland, personlig intervju, 2023).

Transeth mener kollegiale treff i musikkbransjen i Kristiansand, som møteplasser hvor det er åpent for å jobbe tettere på tvers av aktører, vil være et stort løft for musikkbransjen. Kvanvig påpeker også at det trengs flere møteplasser og rom for å skape mer kunst.

“Jeg opplever først og fremst at det ikke finnes noen musikkbransje per definisjon i Kristiansand. Når jeg tenker på musikkbransjen, så tenker jeg gjerne at man har jevnlige samlinger eller at man har kollegiale treff. Jeg opplever at vi ikke har noe konkret som binder oss som driver med musikk i Kristiansand sammen. Det har vært et savn for min del at vi ikke jobber tettere.” (Jan Kenneth Transeth, Dirty Old Town, personlig intervju, 2023).

“Vi trenger flere møteplasser, vi trenger rom for å skape mer kunst, øvingslokaler, produksjonslokaler og så videre.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

Flere av informantene påpeker kjennetegn ved musikkbransjen i Kristiansand som kan tyde på at det er en lite profesjonalisert bransje.

“91% av all musikkrelatert bransje i Kristiansand er ENK og det sier mye om hvor profesjonell bransjen er. Det kan tyde på at det er venstrehåndsarbeid, eller i tillegg til en annen jobb.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

“Det sier både noe om profesjonaliteten i bransjen, men det sier også noe om noen kjennetegn ved bransjen. For veldig mange av de som jobber innen kulturfeltet, så er ikke de entreprenører fordi at de har en grand visjon om et selskap og at de skal tjene penger. De er entreprenører “out of necessity” ut av nødvendighet fordi de kanskje ikke har fått signert og de må gjøre det selv. En god del av gründerånden er tvunget entreprenørskap eller midlertidig entreprenørskap. Jeg tror det er veldig mange som ender opp med å tenke “Ja, jeg må ha et enkeltpersonforetak fordi jeg må fakturere for de tingene jeg gjør”. Så søker man, ønsker, håper og jobber for at et management, plateselskap eller bookingselskap skal ta deg av det senere. Det er sånn midlertidighet i det.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Flere av informantene mener at Kristiansands musikkbransje er preget av mye dugnadsarbeid.

“Jeg synes jo at veldig mye av musikkbransjen i denne byen, er drevet utrolig mye av dugnad og idealisme.” (Anette Bylund, personlig intervju, 2023).

“Det er en stor mangel på arbeid i dagens musikkbransje i Kristiansand. Hvis du vil være frivillig, så kan du jobbe gratis fra juni til august. Men hvis en har en utdanning og for eksempel tatt Music Business på UiA og er klar for å jobbe i bransjen, så er ikke Kristiansand, per i dag, plassen å bo.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

Et annet sentralt tema i intervjuene var spørsmålet om hvem som har ansvaret for å bygge en bærekraftig musikkbransje i Kristiansand. Da var det flere informanter som understreket at det er et felles ansvar mellom enkeltindivider, bransjen, politikere, kommune og Agder fylkeskommune.

“Hver og en aktør som melder seg på og opplever seg selv som en del av musikkbransjen i Kristiansand, må ta sin del av det ansvaret. Hvis det i større grad legges tilrette gjennom Musikkontoret Sørf, kommunens kulturavdeling, fylkes kulturavdeling og ellers fra alle som jobber innen feltet, tenker jeg det kan skje gode ting. Jeg har sagt det mange ganger tidligere, men hvis vi i større grad samarbeider slik det gjøres i byer det er naturlig å sammenligne seg med, kommer vi et godt steg videre.” (Jan Kenneth Transeth, Dirty Old Town, personlig intervju, 2023).

“Politikerne kan bare tilrettelegge, så det er jo enkeltpersoner som må ville det. Og hvis noen vil det, så får man det til. Kanskje ikke over natta, men mulighetsrommet er der, og er såpass stort at om noen vil få det til, så får man det til. Ansvaret ligger hos enkeltpersonene, altså oss.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

“Vi har et felles ansvar. Det er litt det med kultur; innbyggerne lever videre selv om vi ikke har et bærekraftig kulturliv, det vil alltid være et tilbud. For våres del så er det viktig. Vi har tatt et ønske om å prøve å løfte det opp og at det skal være et solid tilbud med flere kvaliteter og bredt. Så ikke et klart svart altså, jeg må tenke litt på det. Fellesskapet er egentlig det jeg mener.” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

4.3 Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030

Regionplan Agder 2030 er et politisk styringsdokument som omhandler flere satsingsområder. Som nevnt tidligere i oppgaven er vi kun opptatt av kapittelet om kultur, og nærmere bestemt målet “Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den høyeste i landet utenfor Oslo”. Vi ønsket å spørre informantene om deres forhold og kjennskap til Regionplan Agder 2030 og få en oppfatning av hvordan musikkbransjen i Kristiansand kan bidra til å nå dette målet.

Alle informantene er enige i at tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030 er hårete og ambisiøst. De fleste mener at det er bra å jobbe mot høye mål, mens en informant mener det er provoserende at målene ikke i større grad blir forankret i musikkbransjen. Vi spurte “Er tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030 et realistisk mål?”

“Nei, ikke nødvendigvis. Sannsynligvis ikke. Men, jeg elsker at de gjør det likevel. For hvis ikke en setter ambisjonene så høyt, så jobber man jo i alle fall ikke for det. Og jeg tror jo litt på den kraften i å sette høye ambisjoner. Jeg synes det er mye vanskeligere å jobbe under lave ambisjoner enn høye. Det er så mye lettere å jobbe etter en ambisjon som er der oppe, enn en ambisjon som du nesten bare kan hoppe, så klarer du det. Da får du jo ikke til noe.” (Kirsti Mathiesen Hjemdahl fra Cultiva, personlig intervju, 2023).

“Den er ikke nøktern, om den er realistisk, det håper jeg, men jeg tror ikke det. Og det føles på mange måter som et politisk papir som ser fint ut og som er i overkant ambisiøst å innfri.” (Jarle Kvanvig i Sørf, personlig intervju, 2023).

“Nei. Men det er noe med det å ha noen mål å strekke seg etter. På sikt må vi gjøre veldig mye for å komme dit. Vi ligger ganske langt nede. Snittet i Norge ligger over 5 og vi er på 3,2 så det er ganske langt opp dit. Men det er noe med å prøve at alle kommunene drar et sted da, at vi ønsker at kunstnere skal flytte ned hit, og at det faktisk er mulig.” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

“Det vet jeg faktisk ikke. Nå gjelder målsetningen for alle kunstarter til sammen, men vi skal jobbe hardt for det. Oslo har jo sin magiske tiltrekningskraft. Det hadde vært veldig fint hvis vi klarte det, men det går ikke av seg selv. Det er helt klart at man må gjøre noe ekstra der.” (Anne Tone Hageland, Agder fylkeskommune, personlig intervju, 2023).

“Jeg tenker at det er fint å sette det målet. Så jobber man seg inn derfra. Så lenge det at man har flinke folk til å tenke rundt det og planlegge og at det er et politisk initiativ, så er det bra. Men det nytter jo ikke at dette kun er organisert i fylkeskommunen og kommunen. Det må være forankret i miljøer.” (Jan Bang, personlig intervju, 2023).

“Ja. Hvis fylkeskommunen mener det de sier, med at de ønsker høyest kunstnertetthet nest etter Oslo, så tror jeg jo det. For dette er jo de som må se på og tilgjengeliggjøre og frigi midler.” (Anette Bylund, personlig intervju, 2023).

Jan Kenneth Transeth fra Dirty Old Town synes det er bra med høye ambisjoner, men mener at det mangler en forankring i bransjen.

“Om jeg skal si noe kort om det så høres det ut som et luftslott. Jeg har ingen tro på byråkrater som sitter på fast offentlig lønn og skal bygge den mest attraktive regionen for kunstnere de neste 7 årene. Don't believe the hype. Det er alltid bra med høye ambisjoner. Men hvem er det som skal gjennomføre dette? Jeg savner en forankring i bransjen.” (Jan Kenneth Transeth, Dirty Old Town, personlig intervju, 2023).

I denne delen av intervjuet var det viktig å kartlegge hvordan informantene og deres organisasjoner/institusjoner bruker Regionplan Agder 2030 i sitt arbeid, og da spesifikt tetthetsmålet.

“Det er jo perfekt for oss, for det er jo noe vi kan bruke i de sammenhengene som vi har med offentlige ansatte, politikere og fylkeskommune osv. når vi har ønsker. Bare den setningen om at Agder skal ha den største tettheten av kunstnere utenfor Oslo, tilsier at det

må skje noen endringer for det har vi ikke per i dag. Så det er veldig fint å kunne bruke det for oss i det politiske arbeidet.” (Jarle Kvanvig i Sørf, personlig intervju, 2023).

“Vi refererer veldig mye til den og vi refererer til den i kulturstrategi og for å binde fylke, som vi av og til mener gir for lite penger til Kristiansand. Det gjør vel alle storbyer, at de mener at fylket gir for lite penger til den største byen i regionen. Typisk storkommune/fylke debatt. Og hvis Agder skal ha muligheten til å nå det målet der, så er det Kristiansand som må lede an.” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

“Vi synes det er kult og viktig at kultur har et eget felt og er en egen spesifikk satsing. Vi har det jo som hele vårt mandat vi. Vi er avhengig av et omland som vi kan spille på lag med. Når fylkeskommunen har en hel satsning på kultur, så har de jo løftet det. Det er jo viktig, for da blir det jo en super samarbeidspartner for oss.” (Kirsti Mathiesen Hjemdahl fra Cultiva, personlig intervju, 2023).

En annen sentral del av intervjuet var å spørre informantene om deres syn på hvordan musikkbransjen i Kristiansand kan bidra til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030 og hva som må til for at denne bransjen kan bidra med å øke tettheten av kunstnere.

“Det kan godt være at vi mer systematisk skulle gå gjennom og analysere bransjen. Se på hvilke ledd har vi og hvilke ledd har vi ikke for å lykkes. Det tror jeg faktisk hadde vært lurt. Ikke bare etterspørre mer penger eller mer stipender, men at vi er mer systematiske på selve fordelingen og på typen ordninger også.” (Anne Tone Hageland, Agder fylkeskommune, personlig intervju, 2023).

“Vi trenger møteplasser og en bransje som i mye større grad jobber kollektivt og jobber for å bygge lag og spille hverandre gode.” (Jan Kenneth Transeth, Dirty Old Town, personlig intervju, 2023).

“Jeg tror at det å være en aktør som ligger i fronten og bygger opp en kunnskap om hvordan man skal manøvrere i det nye landskapet, vil kunne være konkurranseposisjon for

Kristiansand. Hvis vi skulle gjøre det helt likt som alle andre, så vil jeg kanskje kunne si at det ville vært lettere å overleve som kunstner i Oslo. Men det må jo skje noe her som gjør at en får oppmerksomhet, som gjør at det virkelig skal endre seg.” (Kirsti Mathiesen Hjemdahl fra Cultiva, personlig intervju, 2023).

“Det må jo puttes penger på bordet og det må ansettes flinke folk til å være med å styre den retningen. Det er jo ikke så mange år igjen til 2030. Så i de resterende årene så må noen gjøre en kjempeinnsats med å få inn flinke folk, holde på flinke folk. Stake ut en kurs og finne ut hvordan man skal gjøre det.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Når vi spør om hvordan man kan tiltrekke seg og holde på musikere, artister, bransjeaktører og kulturarbeidere, er alle informantene enige i at vi må gjøre det billig å jobbe herfra. Nordgård påpeker også at tilgang på kapital og nettverk er viktig og at det er lite av det i Kristiansand.

“Det må være lukrativt, noe som gjør at det er mer lukrativt å sitte her enn andre steder. Og da er jo tilgang på kapital kjempeviktig. Tilgang på nettverk. Akkurat nå, så er jo alt det ikke her da.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Det er å fasilitere og kunne gi jobb. Å kunne legge til rette for at du kan ha øvingslokaler som du kan bruke uten å skulle betale fletta, og at du kan gjøre businessen fra et lite sted.” (Jan Bang, personlig intervju, 2023)

“Vi hadde nettopp en samling med det klassiske feltet, for det er jo blitt mindre og mindre i forhold til det rytmiske når det gjelder frilansere. Det som kom opp i møtet som var viktig var det å ha arenaer, øvingslokaler og jobber. Det var i grunnen de tre tingene.” (Anne Tone Hageland, personlig intervju, 2023).

5. Analyse

I kapittel 5: analyse skal vi drøfte funn fra den empiriske gjennomgangen og knytte dem sammen med litteratur redegjort for i teorikapittelet. Analysen tar sikte på å besvare problemstillingen: *“Hvordan kan musikkbransjen i Kristiansand utvikles for å bidra til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030?”*. Denscombe (2007) poengterer at hensikten med å analysere noe er for å få en bedre forståelse. Gjennom en detaljert undersøkelse av personen eller tema som studeres er enten målet å beskrive elementer, forklare hvordan det fungerer eller å tolke hva det betyr (Denscombe, 2007 s. 235). Det var mange ideer som kom frem i løpet av intervjuene, og vi skal først presentere noen av hovedfunnene vi har gjort. Vi skal deretter drøfte de enkelte forskningstemaene hver for seg, før vi avslutningsvis skal drøfte hovedfunnene av oppgavens problemstilling. Forskningstemaene er musikkbransjen i Kristiansand, utvikling og profesjonalisering og tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030.

Vi ønsker å sette søkelys på de følgende hovedfunnene fordi tankene enten ble formulert av flere informanter eller fordi de spesielt utpreget som viktige og interessante for oppgavens problemstilling. Det vil si at noen av tankene som kom frem i løpet av intervjuene er ikke tatt med, ettersom de ikke var relevante for oppgavens problemstilling. Før vi presenterer analysen av våre funn, vil vi gi en kort oversikt over hovedpunktene fra den empiriske gjennomgangen.

1. Musikkbransjen i Kristiansand mangler sentrale bransjeledd. Flere av informantene trekker frem at musikkbransjen i Kristiansand er en fragmentert bransje uten sentrale bransjeledd som bookingselskap, management, plateselskap og musikkforlag. Likevel, går det igjen at Kristiansand er gode på bransjeledd som opererer i sektoren fremført musikk, i hovedsak festivalarrangører.

2. Kultur bør regnes som næring. Flere av informantene nevner at det er dumt at kultur ikke blir sett på som næring. Næringsbudsjettet har helt andre rammer og vilkår enn det kulturbudsjettet har. Flere informanter problematiserer skillet mellom kultur og næring og mener dette er en stor utfordring for kulturbransjen, og også musikkbransjen. Disse

informantene påpeker at næringsmidler må bli mer tilgjengelig for kulturbedrifter og at dette vil styrke musikkbransjen. Det er et ønske om at kommune og fylkeskommune skal kategorisere kultur som næringspolitikk.

3. Kristiansand bør se til Europa og verden. Kristiansand er i en geografisk unik posisjon. Vi er en relativt kort båttur unna Danmark, og resten av kontinentet. Kristiansand er en liten storby med liten publikumsmasse. Det blir derfor nevnt av flere informanter at musikkbransjen burde utnytte sin gode geografiske posisjon til Europa, både med tanke på eksport av artister, men også samarbeid mellom aktører.

4. Det er et felles ansvar å løfte musikkbransjen i Kristiansand. En fellesnevner som alle informantene understreket, var at det er fellesskapets ansvar å løfte opp musikkbransjen i Kristiansand. Alle som regner seg som en del av musikkbransjen, har ansvar for å profesjonalisere og gjøre bransjen bærekraftig. Ettersom det er Agder fylkeskommune som har initiert Regionplan Agder 2030, er det likevel enighet om at det er fylkeskommunen som har ansvar for å følge opp tiltakene som de har nedfelt for å oppnå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030.

5. Musikkbransjen i Kristiansand er preget av lite samarbeid og få møteplasser. Dette er en fellesnevner som går igjen blant flere av informantene. Det er for få møteplasser og for lite samarbeid mellom aktørene. Det er et ønske blant flere av informantene at musikkbransjen må samle seg i mye større grad for å få til et "felles løft". Det kan virke som at mangel på samarbeid er et av de største hindrene for å bygge en bærekraftig musikkbransje i Kristiansand.

6. Det utdannes mange dyktige musikere i Kristiansand. Dette blir ofte trukket frem som en stor fordel for byen. Kristiansand har et solid utdanningstilbud for både utøvende musikere og artister, men også business-studier for andre deler av bransjen.

7. Det er stor fraflytting blant musikkstudenter etter endt utdanning. Dette fører til hjerneflukt, og det kan virke som at det er en forutinntatt handling blant studentene at man

flytter bort etter utdannelsen. Flere av informantene forteller om stor fraflytting blant musikere og peker på lite jobber og lite samarbeidspartnere som utløsende faktorer for dette. Bransjeledd blir sett på som et hjelpemiddel for å beholde musikere her etter utdannelsen. Det finnes satsinger på utvikling av utøvende talenter i Kristiansand - som rytmisk satsing og Cultiva Ekspress. Likevel ser man tendens til at noen av de som får til å skape en bærekraftig karriere, flytter ut av Kristiansand for å komme seg videre til neste nivå. Da er det nettverk, kompetanse og kapital som er tiltrekkende for musikerne.

8. Dårlig økonomi. Det er mye som tyder på at mange av musikerne og bransjeleddene jobber deltid. Det at mange må ha en jobb ved siden av, kan føre til mangel på fokus, og at det ikke er bærekraftig i lengden. Flere av informantene mener at man trenger noen som klarer å stå i dårlig økonomi over lengre tid for å lage et fullskala, økonomisk bærekraftig, bransjeledd. Et mulig tiltak som kan hjelpe dem som ønsker å starte en nyetablering, vil være at kommunen støtter opp med økonomiske midler.

9. Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030 er et urealistisk mål, men det er bra med et høyt ambisjonsnivå. De aller fleste informantene mener at det er bra med høye målsetninger og at det er viktig at det satses på kultur i Regionplan Agder 2030. Aktører i musikkbransjen bruker tetthetsmålet aktivt i sitt arbeid for å få gjennomslag for sine saker. Ved å sikte høyt kan man komme lengre, men informantene fra det frie felt mener tetthetsmålet må forankres i bransjen og at fylkeskommunen må tilrettelegge for at målet kan nås.

5.1 Musikkbransjen i Kristiansand

I teorikapittelet presenterte vi hvordan Wikstrøm (2020) og Dalchow (2019) beskriver de ulike bransjeleddene som inngår i musikkbransjen og arbeidsoppgavene som utføres av aktørene i dem. Vi presenterte også Tschmuck (2021) sine beskrivelser av hvordan bransjeleddene jobber for å oppnå økonomisk utnyttelse av musikken som lages. En musikkbransje består av ulike bransjeledd som management, arrangører, bookingselskap, forlag og plateselskap. De aller fleste av informantene mener at Kristiansand ikke har en musikkbransje hvor alle disse aktørene er til stede. Blant annet mener Kvanvig at bransjen er

i beste fall fragmentert og i verste fall ikke til stede. Videre forteller Kvanvig at for å kunne bo og jobbe i Kristiansand som musiker og for å kunne lykkes med å leve av musikken, så er man ofte avhengig av å eksportere musikken og få den spilt i flere deler av Norge eller Europa. Da er man ofte avhengig av et bookingselskap eller et management, men disse bransjeleddene eksisterer ikke i Kristiansand. Både Kvanvig og Skauge forteller at Kristiansand i hovedsak er god på bransjeledd som konsert- og festivalarrangører. De neste avsnittene handler om to konkrete eksempler på bransjeledd som mangler i Kristiansand og hvilke konsekvenser det kan ha for artister med base i Kristiansand.

Det er plateselskapet som hjelper artisten med å distribuere, markedsføre og selge musikk på digitale tjenester. I dagens digitale samfunn er dette mulig å få til på egen hånd på en annen måte enn tidligere, da artistene kan distribuere musikken selv på internett via distributører, ofte kalt aggregatorer. Det å kun legge musikken ut på strømmetjenestene vil i de fleste tilfeller ikke gi resultater. I en global musikkbransje er det kun en liten andel av artistene som klarer å leve av musikken sin. Det lastes opp en enorm mengde musikk hver dag på Spotify. I 2022 var dette tallet på 93.000 sanger hver dag og i 2023 ligger det per nå an til å være et gjennomsnitt på 120.000 nye sanger på Spotify (Stassen, 2023). Det trengs mye mer enn bare bra musikk for å få musikken hørt, når det er så stor konkurranse i markedet. God markedsføring er naturlig nok viktigere enn noensinne. Når artister fra Kristiansand skal konkurrere i det samme markedet, vil det være en ulempe at det ikke er kompetanse på for eksempel hvordan man kan markedsføre musikk. For å bli dyktig, er det nødvendig med mye trening. Hvis alle artistene skal få litt trening i å markedsføre sin musikk, så er det ikke nok trening for å bli skikkelig god. Et plateselskap eller markedsføringsbyrå er det tradisjonelle bransjeleddet som utfører markedsføringen av musikken på strømmetjenestene.

Bookingselskapets funksjon er å organisere artisters konsertvirksomhet, samt å markedsføre artister og turneer til publikum. Bookingselskapene har kompetanse, nettverk og kapital til rådighet når de investerer i å bygge opp artister som er flinke til å fremføre musikk. Det er også mulig for artister å selv ta kontakt med konsertlokaler både i Norge og internasjonalt for å få spillejobber. Som artist vil du da måtte investere egne penger og bruke store deler av tiden på å søke tilskudd, snakke med promotører og administrere logistikken rundt

konsertvirksomheten. Dette vil medføre mindre tilgjengelig tid til å være artist, til å lage musikk og til å bli en god musiker. Det kan også være psykisk utmattende å være alene om eller å ha arbeidsoppgaver du ikke nødvendigvis er god på eller trives med. Det kan medføre at artister ikke orker å stå i det og slutter med musikk. Det vil være naturlig å påpeke at dette ikke er en bærekraftig artistkarriere, verken økonomisk eller psykisk. Hvis musikkbransjen i Kristiansand var rustet til å ta vare på talentene, ville det vært mulig å bygge dem opp og skape gode bærekraftige artistkarrierer fra Kristiansand. Skauge forteller at manglende bransjeledd fører til at det er vanskelig å beholde musikere som har studert på UiA i Kristiansand.

“Jeg er nok kanskje litt mer kritisk enn andre, jeg synes kanskje at bransjen har vært for umoden for lenge. Blant annet så synes jeg vi har en del mangler på at vi ikke greier å holde en del av de musikerne som kommer ut fra UiA, at når de har fått et visst momentum så har de pleid å dra videre. Vi har ikke en haug, det er stygt å si det, vellykkede musikere som har en karriere her. (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

Nordgård påpeker at oppbyggingen av bransjeledd i Kristiansand har vært forsøkt i flere år og at det har vært mange ønsker om å få dette til.

“Det har vært mye ønsker, det har vært mye forsøk på å bygge opp bransjeledd.”
(Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Flere av informantene nevner plateselskapet Karmakosmetix Records, som var med på å bygge opp Honningbarna, når de forteller om forsøkene på å skape bransjeledd i Kristiansand. Honningbarna hadde kontrakt med Karmakosmetix da de vant sin første Spellemannpris og endte opp med å flytte ut av regionen da de skulle satse videre på karrieren. Nordgård har selv brukt deler av karrieren på å forsøke å bygge opp en bærekraftig artistkarriere med base i Kristiansand med bandet NUD. Nordgård forteller oss historier om et band med stor aktivitet og med potensial for en bærekraftig artistkarriere. De opplevde at det var lite interesse fra Oslo og bestemte seg for å fokusere på Europa og Tyskland spesielt. Der fant de et plateselskap som var investeringsvillige og naturlig nok fokuserte de da på

utlandet som marked fremfor Norge. De startet sitt eget plateselskap og hadde lisensavtaler på musikken sin i Frankrike og Nord-Amerika. Nordgård forteller at det var mange av de andre bandene i Kristiansand som hadde sine egne plateselskap, men som ikke hadde distribusjonsavtaler eller lisensavtaler med andre plateselskap. Nordgård påpeker at Sanden Media var det eneste selskapet som hadde et volum av utgivelser. Da Nordgård og bandet jobbet med entreprenørskap med bandet sitt ble det brukt oppsparte midler for å starte to AS, ett for band og ett for plateselskap. Etter hvert skjønnte de at uansett om de hadde en grei omsetning og investerte i selskapene, så var det et stort steg til å nå det neste nivået på karrieren. Det krevde mye mer kapital, tid og et helt annet apparat enn det de hadde, og til slutt gikk luften ut av ballongen. Nordgård mener at det aller viktigste som må på plass for å komme videre til en bærekraftig karriere, er kapital. Det kreves kapital, kompetanse og nettverk. Du må kjenne bransjen og du må ha kontakt med folk (Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Det å ha nøkkelpersoner i Norge og utlandet, som du kan be om tjenester og som faktisk lytter til det man skal selge, er superviktig.” (Nordgård, personlig intervju, 2023).

Slik som Nordgård sier er kapital, kompetanse og nettverk viktig for å ha en musikkbransje som kan bygge opp artister til de er store nok til å ha en bærekraftig økonomi. Det var ikke på plass da Nordgårds band var i oppstartsfasen og er ifølge informantene ikke på plass i dag heller. Hva som er grunnene til at det er vanskelig å få grobunn for bransjeledd i Kristiansand, er sannsynligvis sammensatt av flere faktorer. I vårt empiriske grunnlag kommer noen av disse faktorene frem. Nordgård forklarer hvorfor miljøet han og bandet hans var en del av, døde ut.

“Jeg tror det må en kritisk masse til. Og det betyr at noen er nødt til å stå i det lenge nok til at det blir mange nok. Du må ha noen aktører som er villig til å bite tenna sammen og ha det vanskelig lenge nok til at det kommer flere til og det blir et miljø - à la Bergen eller Tromsø. Mitt inntrykk er at de som har hatt kapasitet til å gjøre det, har enten begynt å jobbe med andre ting, de har fått andre jobber eller så har de rett og slett ikke orket. Det har blitt for ensomt og for tungt.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Det tyder på at det er vanskelig å bygge opp bransjeledd i et ikke-eksisterende miljø. Det må være nok aktivitet og nok arbeid og økonomi for flere kompetente fagpersoner som har nok lidenskap til å kunne stå alene i arbeidet helt til flere kobler seg på. Et av mange tiltak for å gjøre det lukrativt å starte dette arbeidet, kan være å tilrettelegge for musikk- og kulturentreprenører i etableringsfasen. De forsøkene og ønskene om å starte opp, som har dødd ut, kan tyde på at det mangler tilrettelegging for å starte opp bransjeledd i Kristiansand. Eksempler på tilrettelegging kan være alt fra møteplasser, støtteordninger, kursing, samarbeidsprosjekter og utdanning. Det kan tyde på at det er vanskelig å bygge opp profesjonelle miljøer som genererer nok penger til å ha ansatte i jobb. Det krever at ildsjelene må stå i en utrygg økonomisk situasjon over potensielt lang tid.

Det er enkelt å trekke koblinger mellom den fragmenterte musikkbransjen i Kristiansand og den store fraflyttingen av musikere og kulturarbeidere som informantene trekker frem. De artistene som ønsker å samarbeide med det de ser på som nødvendige samarbeidspartnere for å oppnå sine drømmer, har ikke den muligheten i Kristiansand. I vårt empiriske materiale er det tydelig at det ikke er et utpreget management, bookingselskap, plateselskap eller forlag som har kapasitet til å bygge opp de artistene som ønsker å bo i Kristiansand. Da blir de som ønsker samarbeidspartnere nødt til å se ut av byen for å opprette disse samarbeidene. Hageland påpeker at det mangler et initiativ for å få musikkbransjen i Kristiansand etablert.

“Det er ett eller annet som mangler her for å få musikkbransjen etablert. Det betyr at det ikke er nok incitament for å få det til.” (Anne Tone Hageland, Agder fylkeskommune, personlig intervju, 2023).

Kvanvig påpeker at økonomi kan være en utfordring for de som jobber i musikkbransjen i Kristiansand.

“Det er mange som balanserer på en knivsegg i forbindelse med økonomi.” (Jarle Kvanvig i Sørf, personlig intervju, 2023).

Likevel ser man eksempler på musikere og aktører som klarer å leve av musikkarrieren. Kvanvig nevner Leprous som et eksempel. Leprous er et progressivt rockeband med publikum hovedsakelig utenfor Norge. Bandet har en Kristiansandsbasert bassist som reiser på turnéer i Europa og tjener penger på å spille konserter. Den økonomiske verdiskapingen ender for bassisten opp i Kristiansand kommune selv om de spiller konsertene i utlandet. Dette er et eksempel på hvordan musikere som er bosatt i Kristiansand kan oppnå karriere ved å jobbe eksportrettet. Faktum er at det ikke eksisterer for eksempel bookingselskaper, forlag og plateselskap som jobber med dette. Hvis flere aktører eksporterer norske åndsverk mot det europeiske markedet, kan det resultere i gode økonomiske muligheter.

5.2 Utvikling og profesjonalisering

I dette kapittelet skal vi diskutere de ulike måtene musikkbransjen i Kristiansand kan utvikle seg og oppnå profesjonalisering. Dette baserer vi på empiri fra informantene og teori fra det internasjonale forskningsmiljøet vi har laget en oversikt over i teorigrunnet. Vi ønsker å diskutere hva som kan gjøres lokalt i Kristiansand for å skape mer aktivitet og flere bærekraftige aktører. Våre funn viser til flere ulike utviklingsområder for den lokale bransjen og dårlig utnyttelse av ressursene, potensialet og fordelene vi har her. Det er interessant for oss å forsøke å komme fram til svar på hvorfor det ikke er aktører som fyller markedet.

5.2.1 Mangel på samarbeid og møteplasser

Musikkbransjen i Kristiansand er beskrevet av informantene på forskjellige måter. Likevel er noe som går igjen hos de fleste informantene at det er mangel på samarbeid mellom de ulike aktørene i musikkbransjen i Kristiansand.

“Samarbeid i dybden og i bredden, det savner jeg. Jeg er ganske sikker på at ting hadde sett annerledes ut hvis vi hadde klart å samle oss i mye større grad.” (Jan Kenneth Transeth, personlig intervju, 2023).

Transeth forteller at konservatoriet i Trondheim på jazzlinja har et tydelig og utstrakt samarbeid med musikkbransjen der. Han innrømmer at han blir sjalu når han ser hvordan musikkbransjen i Trondheim har organisert seg. Transeth forklarer at Trondheim har klart å løfte frem mange fremadstormende artister og etablert dem nasjonalt og internasjonalt. Dette har de klart fordi de har samlet seg og samarbeidet. Han ser samme tendenser i Stavanger, Bergen og Tromsø, og sier at det er veldig tydelig å se hva som skjer når feltet samler seg. Denne type felles løft savner Transeth i Kristiansand. Nordgård mener at Kristiansand trenger en holdningsendring og at Kristiansand må ta noe av den Bergenske stoltheten.

Gjennom intervjuene er det kommet frem eksempler på hvordan aktører i Kristiansands musikkbransje tidligere har samlet seg. Bang gir et eksempel på hva som kan skje når samarbeid oppstår. Han forteller at på midten av 80-tallet, oppsto det et miljø som ble kalt for T23, oppkalt etter Tordenskjolds gate 23. Her var det et studio, og det vrimlet av musikere og band. Der lagde de musikk, arrangerte lokale konserter og ga ut plater. Bang forklarer at dette miljøet liknet på andre miljøer fra den tiden, som for eksempel i Tromsø. Etter hvert startet flere fra dette miljøet Quartfestivalen og flere fra T23-miljøet er aktive i musikkbransjen i dag. Dette er gode eksempler på hva som kan skje av at musikkbransjen og musikkmiljøer samler seg.

Et eksempel på et felles løft som pågår nå, er Cultivas bygg i sentrum av Kristiansand, Kraftverk. På Kraftverk blir det en ansamling av bransjeledd, kompetansesentre, aktører, musikere, kunstnere, stiftelser, studenthus og Cultiva. Det blir spennende å se hvordan denne møteplassen utvikler Kristiansand og hvordan musikkbransjen tar del i dette.

5.2.2 Kultur er næring

I Norge er store deler av kultur- og musikkbransjen subsidiert gjennom tilskuddsordninger. Det finnes nasjonale, regionale og lokale satsningsområder som er satt opp for å fremme kunst og kulturproduksjon. I 2017 etablerte Kulturrådet et nytt kontor i Trondheim med det nasjonale oppdraget å fremme kunst og kultur som en næring. Målet er å generere økt inntekt fra kunstnerisk virksomhet og skape bedre økonomisk bærekraft for kunstnere og

kulturbedrifter. Etter at regjeringen i 2016 kunngjorde sin satsing på den kulturelle og kreative næringen, har det oppstått debatt rundt denne tematikken. Ifølge Kulturrådet blir den politiske satsingen på den kulturelle og kreative næringen sett som en anerkjennelse av kunst og kultur som en næring (Danielsen, 2021). Det er ikke noe tvil om at næringsbudsjettet i de fleste kommuner er større enn kulturbudsjettet, og det er ingen unntak i Kristiansand. To av informantene problematiserer det at kultur ikke går under næringsbudsjettet. Nordgård sier:

«Kommuneadministrasjonen og veldig mange andre insisterer på at det er kultur og derfor skal det inn i kulturbudsjettet, i stedet for å kategorisere det som næring. Så det tror jeg er en stor utfordring.» (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Jeg tror at det må være lettere tilgang på næringsmidler. Vi kan ikke bare drive og snakke om kulturmidler. For det er alltid bare småpenger i den store sammenhengen.” (Anette Bylund, personlig intervju, 2023).

Næringsbudsjettet har helt andre rammer og vilkår enn det kultur har. Nordgård mener at en endring her er noe kultursektoren vil ha stor nytte av. Han forklarer:

“Men det som er veldig viktig, igjen, mye av kultur satsingen må byttes over til næringspolitikk. Det tror jeg er knall viktig. At kommune og fylkeskommune i større grad ser på deler av kultursatsingen som næringsutvikling og ikke som kulturaktiviteter. Det er en annen pengesekk, og en annen del av forventninger og hvordan man interagerer med dem. Det tror jeg sektoren hadde kjempegodt av. En annen måte å jobbe på, og tenke på.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Nordgårds perspektiv støttes av utredningen til Kommunal- og distriktsdepartementet i NOU:2013 2, *Hinder for digital verdiskaping*, hvor betydningen av å differensiere mellom de delene av musikkbransjen som omfattes av næringspolitikk og de som omfattes av kulturpolitikk blir påpekt. Ifølge denne utredningen er dette spesielt relevant innenfor eksportspørsmål, hvor det er avgjørende å klargjøre forskjellen mellom satsinger på kulturutveksling og satsinger på eksport med næringsfokus og kommersiell utnyttelse av

kulturelt innhold. Utredningen konkluderer med at det er nødvendig å tydeliggjøre forskjellene mellom virkemidler innenfor næringspolitikk og kulturpolitikk. Dette skyldes spesielt behovet for å støtte små-og mellomstore aktører som er spesielt sårbare i perioden frem til bærekraftige forretningsmodeller er etablert. Utvalget mener det er hensiktsmessig å innføre tiltak for å avhjelpe situasjonen for små plateselskaper frem til nye forretningsmodeller blir bedre kjent og situasjonen tillater økonomisk lønnsomhet og vekst (NOU:2013 2 s.86). Skauge fra Kristiansand kommune forklarer at det er vanskelig å få oppstartsmidler.

“Det er lite midler til kulturarbeidere og hvis du søker om oppstart til management eller annet, så får du avslag i ordningene våre. Midlene vi har er rettet til produksjon, så vi har ikke en kulturnæringsmulighet der. Det tror jeg heller ikke Cultiva Express har. Vi kunne ha vært to forskjellige som kunne vært med på å gi oppstartsmidler. Men man har jo de vanlige virkemiddelapparatene som Innovasjon Norge og Eva senteret, men der er det heller ikke lett å få.” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

Ifølge Kulturrådet, skal satsingen på kulturell og kreativ næring ikke skje gjennom en kommersialisering av kunsten, men ved å styrke apparatet mellom kunstnere og publikum (Danielsen, 2021). Ved å overføre dette til musikkbransjen, vil det si å bygge opp de ulike bransjeleddene rundt musikere og artister, nemlig managere, arrangører, booking og forlag.

Funn fra det empiriske grunnlaget og utredningen fra NOU:2013 2 tyder på at det kan være gunstig for musikere, artister, musikkbransjen og Kristiansand som kulturby, at den kommersielle delen av sektoren blir betegnet som næring. Med flere samarbeidspartnere vil Kristiansands musikere og artister stille sterkere inn mot de nasjonale tilskuddsordningene. For å få nasjonale tilskudd er det ofte nødvendig at prosjektene er troverdige, at det er gjennomførbart og har store positive ringvirkninger. Dette er det svært få som klarer å overbevise om fra Kristiansand i dag. Musikere og artister fra Kristiansand har dermed konkurranseulempet inn mot de nasjonale tilskuddene. Tilskuddsordningene er laget blant annet for å hjelpe musikere å skape en bærekraftig karriere. I de nasjonale tilskuddsordningene er Agder underrepresentert fordi det kommer få gode søknader herfra.

Kristiansandere blir oppfordret til å søke og det er forskjellige kriterier som teller inn når pengene fra tilskuddsordningene blir tildelt. Men noen av de kriteriene som naturligvis går igjen er hvorvidt søker har vist gjennomføringsevne og om prosjektet er realistisk. Når søkere fra Kristiansand da konkurrerer mot søkere som samarbeider med management, bookingselskap og plateselskap, som ikke er tilgjengelig i Kristiansand, er det ikke vanskelig å komme frem til at søkere fra Kristiansand kommer dårlig ut på disse kriteriene.

5.2.3 Profesjonalisering av musikkbransjen

Som nevnt i teorikapittelet er det avgjørende å oppnå profesjonalisme for å lykkes i dagens stadig mer globaliserte og konkurranseutsatte marked. Dette gjelder også i musikkbransjen. I noen sammenhenger blir begrepet “profesjonalisering” brukt for å beskrive arbeid av høy kvalitet. I andre sammenhenger refererer begrepet til betalt arbeid (Kleppe, 2022 s. 147). Flere av informantene problematiserer at det er stor bruk av frivillighet og ikke-betalt arbeid i musikkbransjen i Kristiansand.

“Jeg synes jo at veldig mye av musikkbransjen i denne byen, er drevet utrolig mye av dugnad og idealisme.” (Anette Bylund, personlig intervju, 2023).

“Det er en stor mangel på arbeid i dagens musikkbransje i Kristiansand. Hvis du vil være frivillig, så kan du jobbe gratis fra juni til august. Men hvis en har utdannet seg og tatt Music Business på UiA og er klar for å jobbe i bransjen, så er ikke Kristiansand, per i dag, plassen å bo.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

Det kan virke som mye av arbeidet som utføres i musikkbransjen i Kristiansand er drevet av frivillighet og dugnad, eller at man har deltidsjobb i tillegg for å ha nok inntekt. Det er likevel vanskelig å si noe om dette er et karakteristisk trekk som er spesifikt for Kristiansand, eller om dette er noe som også går igjen i eller er vanlig i musikkbransjer i andre norske byer.

For å fremme profesjonalisering i musikkfeltet og musikkbransjen, bør det etableres kompetansesentre og kulturpolitiske ordninger (Kleppe, 2022 s. 149). I Kristiansand har vi

mange kompetansesentre som er spesialister innenfor sine respektive kunstfelt. Blant annet skal musikkontoret Sørf jobbe med å profesjonalisere, styrke og synliggjøre hele musikkbransjen på Sørlandet. Scenekunst Sør har som formål å styrke og utvikle det frie, profesjonelle scenekunstfeltet i Agder. Sørnorsk filmsenter er et selskap som har som mål å fremme faglig og kunstnerisk utvikling av filmproduksjon på Sørlandet. AKKS Kristiansand er en idealistisk musikkorganisasjon som har som formål å fremme mangfold og likestilling innenfor musikkbransjen. Deres hovedfokus er å rekruttere og opplære unge musikere og arrangører i deres utvikling. Vi har altså flere kompetansesentre og organisasjoner som skal støtte rundt de ulike kunstfeltene med kompetanse og utvikling. Da vi snakket med Skauge fra Kristiansand om tetthetsmålet fra Regionplan Agder 2030, snakker han om kompetansesentrenes rolle.

“Vi har snakket mye med kompetansesentrene om hvordan vi skal nå de målene. Og da må vi rett og slett utfordre de som får midler og hvordan de jobber. Vi har også i løpet av noen år utfordret ideen om hvorfor det er så mange kompetansesentre. Kunne det ikke vært ett for hele kunstbransjen?” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

Antall kompetansesentre viser et fokus og satsningvilje på kunst og kultur, og opprettelse av kompetansesentre er en del av prosessen for å profesjonalisere musikkbransjen. Som Skauge forteller, er det en mulig utvikling at flere eller alle kompetansesentrene slås sammen til et stort kompetansesenter som skal hjelpe kunst og kultursektoren som helhet. En slik nyvinning ville vært interessant å gjøre flere studier på. Ville det ført til en samling av hele kunst og kulturfeltet? Hvilke ringvirkninger ville oppstått? Ville det ført til økt tverrfaglig og regionale satsinger som igjen kan skape større verdier både kulturelt og økonomisk for Kristiansand og de andre byene i Agder?

Som nevnt i teorikapittelet fører utdanning til profesjonalisering i alle delene av musikkbransjen. Dette inkluderer alle leddene i bransjen, fra musikkproduksjon, lyd-og lysdesign, management til booking og promotering (Røyseng, 2022, s. 13). Ved Universitetet i Agder tilbys høyere utdanning innenfor mange ulike kunstfelt, både innenfor utøvende og teoretiske rytmiske fag. Ansgar tilbyr høyere utdanning innenfor blant annet

musikkproduksjon og lyd, lys og scene. I tillegg har Kristiansand flere kulturskoler som for eksempel Samsen og Knuden, som begge har tilbud innen de fleste kreative fag for barn og unge. Nordgård, som er førsteamanuensis ved UiA på Institutt for rytmisk musikk og underviser på masterstudiet Music Business and Management sier:

“Uten at jeg skal skryte opp studiet vårt, så tror jeg det er viktig at det er flere som kommer med den type utdanning og er med på å spytte inn ting her i byen.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Knuden var den første kulturskolen som tok inn laptop som instrument. Da har man plutselig en vugge til grav, at du kan følge løpet til Knuden, og så komme deg over til UiA. Jeg er usikker på om andre byer har tatt til seg dette enda, men da er Kristiansand først ute.” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

Kristiansand har altså et godt utdanningstilbud for både unge og studenter som ønsker å utdanne seg innenfor det kunstneriske feltet. Utdanningstilbudet som UiA og Ansgar tilbyr, anses av informantene som en positiv utvikling for profesjonalisering av musikkbransjen. Utdanningen bidrar med å heve den lokale kompetansen innenfor musikkbransjen, og den bidrar til profesjonalisering av denne bransjen i Kristiansand. Likevel kan det virke som at mye av denne kompetansen forsvinner da det er mangel på arbeid for nyutdannede innenfor musikkbransjen. Bransjen må ta inn over seg at Kristiansand konkurrerer med byer som Oslo, Bergen, Stavanger og Trondheim når det kommer til å trekke musikere til byen. Hvordan klare å beholde musikere her når det ikke er noen samarbeidspartnere etter at utdanningen er over? Det bør være en ambisjon om at Kristiansand skal ha en økonomisk bærekraftig bransje som har kapital, kompetanse og nettverk til å investere i talentene som utdannes her. Konseptet med fraflytting av nyutdannede talenter beskrives ofte som hjerneflukt og diskuteres i neste kapittel.

5.2.4 Hjerneflukt

Flere av informantene forteller at det er en stor fordel for musikkbransjen i Kristiansand at det utdannes mange dyktige musikere. Som vi så i forrige punkt, har Kristiansand et solid utdanningstilbud for både utøvende musikere og artister, men også business-studier for andre deler av bransjen. Likevel forteller flere av informantene at det er stor fraflytting blant artister, musikere og kulturarbeidere, og de peker på få jobber og få samarbeidspartnere som utløsende faktorer for dette. Hvordan kan musikkbransjen bidra til at artister og musikere har lyst til å bli boende i Kristiansand?

Skauge forteller at musikkbransjen i Kristiansand har en del mangler på at den ikke greier å holde på en del av de musikerne som er ferdigutdannet fra UiA, og at når de har fått et visst momentum, så pleier de å dra videre. Flere av informantene påpeker at det viktigste man kan gjøre for å både unngå at nyutdannede artister flytter vekk og for å klare å tiltrekke seg artister, er å få på plass bransjeleddene. Det er naturlig å tenke at en konsekvens av dette vil være at Kristiansand får både en høyere kunstneritetthet og flere sysselsatte innenfor kultur.

Det er mange av musikerne som utdannes ved Universitet som oppnår velfungerende karrierer som musikere, men de ender opp med å utøve fra andre byer enn Kristiansand.

“Når vi reiser rundt i Norge og går på bransjefestivaler, så er det ganske mange Kristiansandere, kanskje ikke som står i front, men som spiller i de bandene, eller de har gått på rytmisk tidligere. Store artister i Norge også har band som består av medlemmer som har vært på rytmisk. Det sier kanskje noe om nivået på utdannelsen, samtidig som at vi gjerne skulle hatt de her, at de ikke flytter vekk.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

Dette kan tyde på at vi har en stor fordel med nye tilskudd av talenter hvert år, samtidig som vi muligens ikke tar nytte av dette best mulig. Igjen ser vi korrelasjonen mellom manglende bransjeledd og fraflytting av artister og musikere.

Det teoretiske bakteppet viser at det kan oppstå flere negative konsekvenser ved å jobbe som musiker alene. Det er naturlig å tenke at de artistene som ønsker å fokusere kun på musikken,

vil streve med å finne ønskede samarbeidspartnere i Kristiansand. Nordgård forteller oss i intervjuet at han har stor tro på at mange artister som i dag jobber alene, ønsker å finne bransjeledd å samarbeide med. Det er derfor naturlig å anta at dette også er en av hovedgrunnene til at artister flytter til andre byer i Norge hvor det er flere av disse bransjeleddene. I neste punkt diskuterer vi hva konsekvensene er for en artist som jobber alene.

5.2.5 Konsekvenser av å operere alene

Det teoretiske bakteppet viser at jobben for å bygge opp en bærekraftig langsiktig karriere innenfor musikk er krevende og ofte preget av usikkerhet. Musikkbransjen er kompleks og hvordan er det å manøvrere seg alene da? Tradisjonelt har denne karriereveien vært basert på samarbeid med ulike aktører som plateselskap, bookingselskap, management og forlag. I dagens digitale samfunn er det mulig å unngå disse aktørene og gjøre jobben selv. Dette vil ikke nødvendigvis si at arbeidsmengden blir mindre, men at artisten gjør større deler av det administrative arbeidet selv. Noen artister fungerer godt i roller som egen manager eller klarer å markedsføre musikken sin selv. Det vil også være artister som ikke ønsker å bruke tiden sin på administrativt arbeid, men heller produsere, skape og fremføre musikk. Når musikere i tillegg ofte er nødt til å ha en deltidsjobb ved siden av for å kunne ha nok til å betale husleie og mat, er det selvsagt lite tid til å skape. Dette kan medføre at musikere som ellers kunne skapt en karriere innen musikk ender opp med en dyr hobby og dårlig selvtillit.

Artister som er egne managere eller gjør sin egen booking kan også være eksempler på tvungent entreprenørskap. Tall fra Musikkontoret Sørf viser at i perioden 2017-2021 var 91 % av aktørene i Kristiansands musikkbransje enkeltpersonforetak, hvor de resterende 9 % var aksjeselskap (Musikkontoret Sørf: Oxford Research). Nordgård mener at hvordan musikere og kulturarbeidere er sysselsatt sier noe om et kjennetegn ved bransjen.

"Det sier noe om noen kjennetegn ved bransjen. For veldig mange av de som jobber innen kulturfeltet, så er ikke de entreprenører fordi at de har en grand visjon om et selskap og at de skal tjene penger. De er entreprenører av nødvendighet fordi de kanskje ikke har fått

signert og de må gjøre det selv. En god del av gründerånden er tvunget entreprenørskap eller midlertidig entreprenørskap. Jeg tror det er veldig mange som ender opp med å tenke “Ja, jeg må ha et ENK fordi jeg må fakturere for de tingene jeg gjør”. Så søker man, ønsker, håper og jobber for at et management, plateselskap eller bookingselskap skal ta seg av det senere. Det er sånn midlertidighet i det.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

I Kristiansand er det få lokale aktører som jobber sammen med musikere og artister for å løfte dem opp og frem. Historisk sett har det ikke vært lokale aktører i Kristiansand som har vært i stand til å tilby like god artistutvikling som aktører i Oslo, Trondheim og Bergen. Som vi har poengtert tidligere, er det vanskelig å etablere bransjeledd i Kristiansand. Nordgård forteller om at vi er nødt til å nå kritisk masse før slike bransjeledd kan vare.

“Jeg tror det må en kritisk masse til. Og det betyr at noen er nødt til å stå i det lenge nok til at det blir mange nok. Du må ha noen aktører som er villig til å bite tenna sammen og ha det vanskelig lenge nok til at det kommer flere sånn at det blir et miljø. Mitt inntrykk er at de som har hatt kapasitet til å gjøre det, har enten begynt å jobbe med andre ting, de har fått andre jobber eller så har de ikke orket rett og slett. Det har blitt for ensomt og for tungt.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Hvis man gjør ting alene, så får man ikke det til å bli bærekraftig. Så går du på en personlig smell eller på en bransje-smell eller på en selskaps-smell. Hvis ikke en klarer å hekte seg på en større verdikjede så tror jeg det er utrolig vanskelig. Så er det jo mye “passion” i musikk. En gir og gir og gir, kanskje mye lengre enn det man skulle ha gjort.” (Kirsti Mathiesen Hjemdahl, personlig intervju, 2023).

5.2.6 Digitalisering = nye muligheter

Digitalisering fører til nye forretningsmodeller og man har muligheter for å jobbe globalt uansett hvor i verden man sitter. Det vil si at det er muligheter for å bygge bransjeledd som ser ut av byen og som jobber med artister fra byen ut i verden. Dette byr på nye muligheter

som aktører i Kristiansand kan forsøke å dra nytte av. Informantene forteller at det i dagens samfunn er mulig å jobbe ut i verdens markeder fra Kristiansand.

“Med alt det som blir digitalt, så bør det være mindre viktig nå enn før å sitte på Grünerløkka. Det aller meste skjer digitalt, så det er ikke så viktig som kanskje mange tror - at man er nødt til å være akkurat der.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

“Det er ingenting i veien for det i dagens samfunn å satse på andre kontinenter enn Kristiansand eller Norge. For det at verden er så mye mindre og alt foregår digitalt. Så du trenger ikke å bo i Colombia for å bli stor i Colombia. Du kan bo på Flekkerøya” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

Tilgangen til hele verden gjennom digitale tjenester gjør at musikere og artister i Kristiansand kan nå ut mye lengre enn før. Informantene påpeker at i en digitalisert verden er det ikke noe i veien for at bransjeleddene også har base i Kristiansand og at lokale aktører med kompetanse og ekspertise på å bygge opp artister hadde vært en enorm ressurs for Kristiansand som by. I april 2023 lanserte Gunnar Greve i VG at selskapet hans solgte rettigheter fra katalogen til Alan Walker for over 420 millioner kroner (Talseth, 2023). Verdien til denne katalogen ligger i potensiell fremtidig utnyttelse av rettighetene til bruken av verkene. Nordgård forteller oss i intervjuet at katalog alltid har vært veldig viktig og at det er enda viktigere nå enn før. Digitalisering fører til nye formater og nye bruksområder som ikke har eksistert før. Dette tilsier nye inntekter. De nye mulighetene som kommer med ny teknologi har gjort at store oppkjøps- og investorselskaper, som Hipgnosis, kjøper opp kataloger for den store gullmedalje fordi det er forventet en vekst i verdi på katalog. Når kjøperen av Alan Walkers katalog betaler 420 millioner kroner for å eie de rettighetene, er det naturlig å tenke at det er for å sitte på verdier. Nordgård mener også at Cultiva burde investert i katalog.

“Cultiva burde investert i katalog. De forvalter jo masse penger. De kunne kjøpt opp katalog, enten det er film eller musikk, og å plassere pengene sine i det og ha kanskje større avkastning enn å sitte på det i fond.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Den enorme utviklingen som foregår på den digitale transformasjonen av bransjen, betyr at det er nødvendig for musikkaktører å ha en strategi på det digitale. Nordgård påpeker viktigheten med at kulturbedrifter i dag har en digital strategi.

“Hvis man skal starte, eller driver en kulturbedrift i dag, og ikke har en strategi på det digitale, da har man ikke gjort jobben sin. Så det må jo være en del av det på ett eller annet vis.” (Daniel Nordgård, personlig intervju, 2023).

Dette understreker Hjemdahl også. Hun snakker om at den digitale transformasjonen kommer til å skje enten om vi vil det eller ikke, og at det er essensielt å være med på utviklingen. Nordgård mener det er viktig å bygge opp aktører som eier rettigheter på katalog. Dette vil i musikkbransjen være forlag - også kalt publishing, eller plateselskap. Det vil sørge for at de som investerer tid og penger i å bygge opp talenter, kan få betalt for arbeidet gjennom rettighetene i åndsverkene som produseres selv om talentet blir stort nok til å gå videre til større aktører. Det er av samme grunn at management er i en sårbar posisjon da det ikke er tradisjon for å gi manager rettigheter på katalog, men betales ofte med en prosentandel fra utbetaling til artist. I managers tilfelle vil en artist ha mulighet til å si opp avtalen med manageren og gå videre til å jobbe med andre uten at investert tid og penger nødvendigvis betaler for seg. Dette er fordi det i starten av artistkarrieren naturlig nok er større kostnader enn inntekter. Behovet for kapital til å gjennomføre innspilling, utgivelser og markedsføring er stort og mesteparten av inntektene kommer etter dette arbeidet er gjort.

5.3 Tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030

Det politiske styringsdokumentet, Regionplan Agder 2030, omhandler flere satsingsområder, men som nevnt tidligere i oppgaven, er vi kun opptatt av kapittelet om kultur. Nærmere bestemt målet “Tettheten av kunstnere og kulturarbeidere er den høyeste i landet utenfor Oslo”, som vi omtaler som “tetthetsmålet”. Våre forventninger før vi startet med å intervju informantene, var at dette var et urealistisk mål. Selv om de fleste informantene var enige i dette, overrasket det oss likevel at informantene syntes det var et godt mål å ha. For å fremme

profesjonalisering i musikkbransjen trengs det kulturpolitiske ordninger (Kleppe, 2022 s. 149), slik som Regionplan Agder 2030 er et eksempel på. Hoveddiskusjonen i dette punktet handler om hvordan musikkbransjen i Kristiansand kan bidra til å nå tetthetsmålet.

For å oppnå tetthetsmålet, må det skapes nye kulturarbeidsplasser. I Kristiansand i 2021 var det 533 kunstnere og 1173 som var sysselsatte innen kulturyrker i Kristiansand (Telemarksforskning, kulturindeks.no). Hageland påpeker at en systematisk gjennomgang av musikkbransjen ville vært positiv.

“Det kan godt være at vi mer systematisk skulle gå gjennom og analysere bransjen. Se på hvilke ledd har vi og hvilke ledd har vi ikke for å lykkes. Det tror jeg faktisk hadde vært lurt. Ikke bare etterspørre mer penger eller mer stipender, men at vi er mer systematiske på selve fordelingen og på typen ordninger også.” (Anne Tone Hageland, Agder fylkeskommune, personlig intervju, 2023).

De aller fleste informantene mener at det både er enkeltpersoner og fellesskapet som er ansvarlig for å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030. Flere informanter påpeker samtidig at det er politikere, fylket og kommunene i Agder som er ansvarlig for å tilrettelegge slik at tetthetsmålet kan nås. Det er naturlig å tenke at et aspekt ved denne tilretteleggingen, vil være å forsøke å forankre tetthetsmålet blant aktørene i musikkbransjen. Flere av informantene savner en slik forankring. Transeth forteller at han ikke har tro på byråkrater som skal bygge den mest attraktive regionen for kunstnere de neste syv årene, og han lurte på hvem som skal gjennomføre det. Han etterspør en forankring i musikkbransjen, og tror at hvis man ikke klarer å forankre tetthetsmålet i bransjen, vil man ikke klare å bygge opp musikkbransjen på en god og organisk måte.

Det er interessant at de fleste informantene mener at det er stor mangel på samarbeid og møteplasser i musikkbransjen i Kristiansand, og at det er nettopp fellesskapet som skal være bidraget fra musikkbransjen inn mot å nå tetthetsmålet. Altså, mangel på samarbeid og felleskap er et stort hinder for å bygge en bærekraftig musikkbransje, samtidig som aktørene må samarbeide for å nå tetthetsmålet. Hvordan skal musikkbransjen da kunne bidra til å nå

tetthetsmålet når de i dag har utfordringer med å samarbeide? De tverrfaglige tiltakene vi ser på Kraftverk, Kulturdirektørens Bransjetreff, EIK (Entreprenørskap i Kunst) og musikkbransjetreffet Sørveiv, er positive tendenser til møteplasser for musikkbransjen og som med stor sannsynlighet kan være med å bidra til økt samarbeid mellom aktørene i musikkbransjen. Møteplasser blir nevnt av flere informanter som et essensielt aspekt som må på plass for å få til flere og sterkere samarbeid mellom aktørene. Transeth mener at Kristiansand er en for liten by til å bare bygge noe rundt musikk, og at man må tenke tverrfaglig og trekke andre aktører inn. Også Skauge fra Kristiansand kommune, mener møteplasser er veien å gå for å styrke samarbeidet. Skauge forteller:

“I Kristiansand er vi mange nok til å være uoversiktlig, så det må skapes møteplasser. Det har vi prøvd på med bransjetreffene. Kunstnerne selv har etterspurt dette “Hvor skal vi møtes?” Jeg tror det er veldig mange som ikke vet om hverandre, og det kan man gjøre noe med.” (Jørgen Skauge, personlig intervju, 2023).

Vi har diskutert hvordan musikkbransjen kan være med å bidra til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030. Men hvordan kan dette målet bidra til å lage en bærekraftig musikkbransje med de bransjeleddene som musikkbransjen trenger? Syv av åtte informanter er enige om at tetthetsmålet er et urealistisk mål. Likevel er det flere av informantene som syntes det var et veldig bra mål å ha, og de bruker det aktivt i sitt arbeid. Kvanvig forklarer at de har et forslag om å gjøre den gamle videregående skolen ved Søgne Gamle Prestegård til produksjonsrom og kunsthote. Kvanvig forteller:

“Vi har begynt et arbeid med å si: “Skal vi innfri Regionplan Agder 2030, så må vi ha flere øvingsrom, vi må ha mulighet for at flere kunstnere skal flytte hit for å skape mer kunst”. Uten regionplanen hadde vi hatt mindre krutt i kanonen. Men nå er det helt tydelig hva regionen ønsker. (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

Kvanvig er usikker på om hvor realistisk det er å få gjennomslag for deres planer, men mener at tetthetsmålet gjør at arbeidet deres med å få gjennomslag blir lettere. Han reflekterer rundt om det er en gavepakke gitt av Agder fylkeskommune.

“Uten endring, eller uten at det skjer noe, så er det bare tomme ord. Jeg bruker tetthetsmålet hele tiden, fordi det er så mye verdi i den setningen.” (Jarle Kvanvig, personlig intervju, 2023).

6. Avslutning

I denne masteroppgaven har vi grundig undersøkt og analysert mulighetene for bransjeutvikling innenfor musikkbransjen i Kristiansand, sett i lys av å kunne bidra til å oppnå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030. Resultatene av forskningen viser at det er betydelig potensial for bransjevekst, som både har kulturelle og økonomiske ringvirkninger. Ved å etablere og styrke bransjeledd som arbeider med bærekraftig utvikling av musikere og artistkarrierer, kan Kristiansands musikkbransje bidra til regionens kultureksport og samtidig øke tettheten av kunst- og kulturarbeidere.

Våre empiriske funn indikerer at det er etterspørsel etter bransjeledd i Kristiansand, og at det er nødvendig å bygge disse leddene opp for å skape en profesjonell bransje i regionen. Samarbeid, møteplasser og regionalt samarbeid er avgjørende for å skape et gunstig arbeidsmiljø for kreative næringer. Ved å forankre tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030 i musikkbransjen og implementere de nødvendige tiltakene, kan det bli enklere å etablere og opprettholde en bærekraftig musikkbransje i Kristiansand.

Et annet viktig funn fra forskningen, er at deler av kultursektoren bør betraktes som næring. Små- og mellomstore kulturaktører er spesielt sårbare i oppstartsfasen, og det bør vurderes å øke støtten til entreprenørskap i kultursektoren for å redusere denne sårbarheten og etablere bærekraftige forretningsmodeller for musikere, artister og bransjeledd.

Vi har også sett at digitaliseringen har ført til fremvekst av nye forretningsmodeller i musikkbransjen. Dette åpner opp for nye muligheter og det er viktig å følge med på utviklingen og tilpasse seg de endrede markedetsvilkårene for å sikre bærekraftig bransjevekst. For å stimulere til etablering og lønnsomhet i musikk- og kultursektoren, kan det være hensiktsmessig å implementere tiltak som spesielt tilrettelegger for entreprenørene i oppstartsfasen. I tillegg til økonomiske utfordringer, har vi også identifisert at psykisk helse blant artister som arbeider uten samarbeidspartnere kan være bekymringsfullt. Det ensomme og krevende arbeidsmiljøet kan være belastende, og det er behov for å tilrettelegge for

samarbeidspartnere og å skape nettverk av aktører som støtter artistene i deres utvikling, men også velvære og trivsel.

Svaret på problemstillingen “*Hvordan kan musikkbransjen i Kristiansand utvikles og profesjonaliseres for å bidra til å nå tetthetsmålet i Regionplan Agder 2030?*” er at musikkbransjen i Kristiansand er nødt til å skape møteplasser, øke samarbeidet lokalt, tverrfaglig og regionalt, samt bygge opp bransjeledd.

Helt til slutt ønsker vi å si at som kulturentreprenørspirer har det vært motiverende å få innblikk i tankene og ideene til noen av de fremste fra musikkbransjen i Kristiansand. Vi har fått inspirasjon til å bli med på laget og så frø - i form av gode og inkluderende bransjeledd - som kan hjelpe de kreative kreftene og talentene i Kristiansand til å nå nye høyder.

Litteraturliste

Bøker

Denscombe, M. (2007). *The good research guide : for small-scale social research projects* (3.utg). Open University Press.

Dalchow, J. (2019). *Hjelp, jeg er i popbransjen!* (3. utg.). Daworks books.

Hesmondhalgh, D. (2019). *The Cultural Industries*. (4. utg). SAGE Publications

Jensen, S. (2018). *Full pakke og stinn brakke*. Whale Watcher.

Jensen, s. (2010). *Full rulle og bånn gnu. Kristiansands rockehistorie*. Portal forlag AS

Jensen, s. (2010). *Full rulle og bånn gnu. Kristiansands rockehistorie*. Portal forlag AS

Kleppe, B & Berge, O. (2022). *Profesjonalitetens pris- om ambivalens og profesjonalisering blant konsertarrangører*. I S. Røyseng, S., Stavrum, H., Vinge. (red). *Musikerne, bransjen og samfunnet*. (s. 147- 170). Cappelen Damm Akademisk

Nordgård, D. (2022). *Nesten alene: Artisten, økonomien og bransjen*. I S. Røyseng, S.,

Stavrum, H., Vinge, J. (red). *Musikerne, bransjen og samfunnet*. (s. 199-221). Cappelen Damm Akademisk

Rutter, P. (2016). *The Music Industry Handbook*. (2.utg.). Routledge

Skanche-Knutsen, A. (2016). *Quart : frihetens øyeblikk*. Falck forlag.

Tjora, A. H. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (2. utg.). Gyldendal akademisk.

Tschmuck, P. (2021). *The Economics of Music. Second edition.* (2.utg). Agenda Publishing.

Wikström, P. (2020). *The music industry : music in the cloud* (3.utg.). Polity Press.

Artikler

Danielsen, K. (2021, 15. november). *Kultur er også næring*. Kulturrådet.

<https://www.kulturradet.no/om-kulturradet/vis-artikkel/-/kultur-er-ogsaa-naering>

NOU 2013:2. (2013). *Hindre for digital verdiskaping*. Kommunal- og distriktsdepartementet.

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2013-2/id711002/?ch=7>

Regjeringen. (2018, 20. september). *Hva er smart spesialisering*. Regjeringen.

<https://www.regjeringen.no/no/sub/smart-spesialisering/hva-er-smart-spesialisering/id2603934/>

Stassen, M. (2023). *THERE ARE NOW 120,000 NEW TRACKS HITTING MUSIC STREAMING SERVICES EACH DAY*. Musicbusinessworldwide.com

<https://www.musicbusinessworldwide.com/there-are-now-120000-new-tracks-hitting-music-streaming-services-each-day/?fbclid=IwAR0umzgeDexuJ1KTUbbS3xdInU2JUBRXilQRkYO0iLOWtixc8xxnlsCdImQ>

Rapporter

Dahle, M. Ryssevick, J. Høgestøl, A. Musgrave, S. (2013) *Kultur; kroner, kreativitet*. Rapport 3. Ideas2evidence

Hjemdahl, K. (2004). *Opplevelsesindustri på Sørlandet- en rapport!*.

<http://www.kulturviter.no/opplevelsesindustri.pdf>

Musikkontoret Sørf. (2022). *Nøkkeltall i musikkbransjen i Kristiansand*. Oxford Research.

Telemarksforskning. *Norsk kulturindeks. Lokalt kulturliv i norske kommuner*. Kulturindeks.

<https://kulturindeks.no/rapport/4204/1/1>. Hentet 1. mai 2023

Nettsider

Agder fylkeskommune. *Hva er Regionplan Agder 2030? Attraktiv, samskapende og bærekraftig*. Agderfk. <https://agderfk.no/vare-tjenester/regionplan-agder-2030/> Hentet 2. februar 2023

Cultiva. *Om Cultiva*. Cultiva. <https://www.cultiva.no/om-cultiva/>. Hentet 18. april 2023

Musikkforleggerne. *Musikkforlagets rolle. Hva gjør et musikkforlag?* Musikkforleggerne <https://musikkforleggerne.no/om-oss/vart-arbeid/musikkforlagets-rolle> Hentet 15. mars 2023

SØRF. *SØRF. Om Sørf*. Musikkontoret. <https://www.musikkontoret.no/sorf/om-sorf> Hentet 20. mars 2023

Talseth, T. (2023, 8. april). Gunnar Greve: Har solgt Alan Walker-rettigheter for flere hundre millioner. *VG*.

<https://www.vg.no/rampelys/musikk/i/dwjL01/gunnar-greve-har-solgt-alan-walker-rettigheter-for-flere-hundre-millioner>

Tono. *Opphavsrett*. Tono. <https://www.tono.no/om-tono/opphavsrett/> Hentet 15. mars 2023

UiA. (2020, 17. mars). *Jan Bang*. UiA., <https://www.uia.no/kk/profil/janba>

UiA. (2019, 17. desember). *Daniel Nordgård*. UiA. <https://www.uia.no/kk/profil/danieln>

Lovverk

Bern-konvensjonen til vern av litterære og kunstneriske verk. Revidert. (1971). (24-07-1971 nr. 1 Multilateral). Lovdata.

<https://lovdata.no/dokument/TRAKTAT/traktat/1971-07-24-1?fbclid=IwAR1CrxLxinQhUGG0vbIRjc4sTU6kOU9WqfkK4cRMJse1mPK9JuLRWImvhag>

Åndsverkloven. (2018). *Lov om opphavsrett til åndsverk mv.* (LOV-2018-06-15-40). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-15-40>

Masteroppgave

Brekke, N. og Nordgård, D. (2005). *Hva hindrer Kristiansands kulturliv?* [Masteroppgave].

Høgskolen i Agder

Doktoravhandling

Nordgård, D. (2017). *Determining factors on digital change in the music industries : a qualitative analysis of the Kristiansand Roundtable Conferences*. [Doktorgradsavhandling]. University of Agder, Faculty of Fine Arts.

Vedlegg:

Vedlegg nr. 1 Samtykkeskjema

Vil du delta i forskningsprosjektet

”Hvordan kan musikkbransjen i Kristiansand profesjonaliseres og utvikles for å bidra til å nå kulturmålene i Regionplan Agder 2030?”

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å få en bedre forståelse av hva som kreves for å bygge musikkbransjen i Agder. Oppgaven vil identifisere styrker og svakheter i dagens musikkbransje i Kristiansand, og foreslå konkrete tiltak som kan bidra til å bygge opp og styrke bransjen slik at kulturmålene i Regionplan Agder 2030 kan oppnås. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Regionplan Agder 2030 skal fungere som en strategisk styringsplan for utviklingen av hele Agder-regionen. Formålet med planen er å beskrive de mest vesentlige utfordringene og mulighetene for regionen, og å presentere et ønsket fremtidsbilde for Agder i 2030. Planen definerer også konkrete mål og tiltak som må iverksettes for å realisere dette fremtidsbildet (Agderfk.no, Regionplan Agder 2030). Regionplan Agder 2030 har fem temaer som er hovedsatsningsområder fram mot 2030. Denne masteroppgaven fokuserer spesifikt på området kultur.

Denne oppgaven fokuserer på musikkbransjen i Kristiansand, og ønsker å se hvordan denne kreative næringen kan profesjonaliseres og utvikles for bidra til å nå kulturmålene i Regionplan Agder 2030. Problemstillingen skal besvares på, ved å stille følgende forskningsspørsmål:

- (1) Hvordan ser den nåværende verdikjeden ut i musikkbransjen i Kristiansand?
- (2) På hvilken måte kan Kristiansand oppnåvekst, profesjonalisering og bærekraft i musikkbransjen?
- (3) Hvordan vil konkrete tiltak kunne bidra til å oppnå kulturmålene i Regionplan Agder 2030 ?

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Fakultet for Kunstfag ved Universitetet i Agder er ansvarlig for prosjektet, ved masterstudentene Amalie Ås Berge og Andreas Pedersen Engeset fra Music Business and Management.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du blir valgt til å delta i denne masteroppgaven, fordi du har en relevant arbeidsstilling og kunnskap som kan bidra med å belyse problemstillingen.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at du deltar på et fysisk intervju. Det vil ca. ta 45-60 minutter. Intervjuet inkluderer spørsmål om disse temaene: musikkbransjen i Kristiansand og Regionplan Agder 2030. Det vil bli tatt opp lyd av intervjuet ved hjelp av en godkjent lydopptaker. Svarene dine transkriberes, og lydopptaket slettes etter transkriberingen er fullført.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket muntlig eller skriftlig uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Det er kun forfatterne (2 studenter) av masteroppgaven som har tilgang til lydopptakene.
 - Navnet og kontaktopplysningene dine vil bli erstattet med en kode som lagres på en egen liste adskilt fra øvrige data.

- Det er Amalie Ås Berge og Andreas Pedersen Engeset som samler inn, bearbeider lagrer og transkriberer data.

- Vi vil bruke ditt navn og stillingstittel i oppgaven.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet vil etter planen avsluttes 20.05.23. Når oppgaven er sensurert, vil datamaterialet med dine personopplysninger slettes.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Universitetet i Agder har Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med: Universitetet i Agder ved

- Amalie Ås Berge. E-post: aaberge@uia.no. Tlf. 46899964
- Andreas Pedersen Engeset. E-post: andreaspen@uia.no. Tlf. 922 20 309
- Veileder: Tor Dybo. E-post: tor.dybo@uia.no eller tlf. 900 50 945.
- Vårt personvernombud: Trond Hauso. E-post: personvernombud@uia.no

Hvis du har spørsmål knyttet til vurderingen som er gjort av personverntjenestene fra Sikt, kan du ta kontakt via:

- Epost: personverntjenester@sikt.no eller telefon: 73 98 40 40. Med vennlig hilsen,

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet "Hvordan kan musikkbransjen i Kristiansand profesjonaliseres og utvikles for å bidra til å nå kulturmålene i Regionplan Agder 2030?" og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- at opplysninger om meg publiseres slik at jeg kan gjenkjennes ved navn og arbeidsstilling

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)