



østlandsforskning
Eastern Norway Research Institute

ØF-rapport 11/2014

Easier Said Than Done

Kartlegging og evaluering av virkemidler for film- og musikknæringen i Trøndelag

av

Atle Hauge og Ola Håmpland

Rapport

Østlandsforskning er et forskningsinstitutt som ble etablert i 1984. Instituttet har siden 2011 vært organisert som et aksjeselskap med Hedmark fylkeskommune, Oppland fylkeskommune, Høgskolen i Lillehammer, Sparebanken Hedmark og Stiftelsen Østlandsforskning som eiere. Østlandsforskning er lokalisert på Lillehammer, men har også et kontor på Hamar.

Instituttet driver anvendt, tverrfaglig forskning og utvikling. Østlandsforskning er orientert mot en bred og sammensatt gruppe brukere. Den faglige virksomheten er konsentrert om to områder:

- Næringsliv og regional utvikling
- Velferd, organisasjon og kommunalforskning

Østlandsforskning viktigste oppdragsgivere er departementer, fylkeskommuner, kommuner, statlige etater, råd og utvalg, Norges forskningsråd, næringslivet og bransjeorganisasjoner.

ØF-rapport 11/2014

Easier Said Than Done

Kartlegging og evaluering av virkemidler for film- og musikknæringen i Trøndelag

av

Atle Hauge og Ola Håmpland



østlandsforskning
EASTERN NORWAY RESEARCH INSTITUTE

Tittel: Easier Said Than Done - Kartlegging og evaluering av virkemidler for film- og musikknæringen i Trøndelag

Forfatter: Atle Hauge og Ola Håmplant

ØF-rapport nr.: 11/2014

ISBN nr.: 978-82-7356-738-3

ISSN nr.: 0809-1617

Prosjektnummer: 1228

Prosjektnavn: Virkemidler film & musikk Trøndelag

Oppdragsgiver: Sør-Trøndelag fylkeskommune

Prosjektleder: Atle Hauge

Referat: Dette er en analyse av virkemiddelapparatet, og hvordan det fungerer opp mot musikk og filmbransjen i Nord- og Sør-Trøndelag. I rapporten har vi brukt økonomiske nøkkeltall for å kunne vurdere utvikling i disse to bransjene.

Bildet denne rapporten tegner er ganske tydelig. Musikkbransjen i Trøndelag er relativ stor, men sliter med økonomien og ser ut til å være inne i en stagnasjonsperiode. Film på den annen side er mindre, men er inne i en positiv utvikling. Tilbakemeldingene vi har fått gjennom de kvalitative intervjuene er omtrent like klare. Virkemiddelapparatet for film er ryddig, oversiktlig og velfungerende. Fra musikkbransjen har vi hørt om et virkemiddelapparat som i større grad er fragmentert, vanskeligere å forholde seg til og i mindre grad er proaktivt opp mot bransjen.

Emneord: Filmbransje, musikkbransje, kulturnæringer, virkemiddelapparatet

Dato: Desember 2014

Antall sider: 74

Pris: Kr 130,-

Utgiver: Østlandsforskning
Postboks 223
2601 Lillehammer

Telefon 61 26 57 00
Telefaks 61 25 41 65
epost: post@ostforsk.no
<http://www.ostforsk.no>

Publikasjonen er vernet etter åndsverkloven. Eksemplarfremstilling utover til privatbruk, er bare tillatt når det er hjemlet i lov eller avtalt med Kopinor (www.kopinor.no). Utnyttelse i strid med lov eller avtale kan medføre erstatnings- og straffeansvar.


FORORD

Tittelen på rapporten er hentet fra en låt av Stargate. Dette er et musikkproduksjons- og låtskriverselskap med solide røtter i Trondheim og Trøndelag. De har blant annet hatt suksess som låtskrivere for Beyonce, Rihanna, S Club 7, Wiz Khalifa bare for å nevne noen. 'Easier said than done' var en låt Stargate lanserte som eget band, men som ikke fikk samme suksessen som noen av de andre låtene de har vært med å jobbe fram. Tittelen kan også være illustrerende for hvordan det er å jobbe i virkemiddelapparatet med mål om å hjelpe kulturnæringer.

Vi er glade for å ha jobbet med å kartlegge og vurdere virkemidler rettet mot film- og musikkbransjen i Trøndelag. Det har vært et spennende prosjekt, som har gitt oss ytterligere innsikt i hvordan det er å jobbe med kulturnæringer generelt og film og musikk spesielt. Kulturnæring er et satsingsområde for mange kommuner, regioner og fylker og vi mener at forskningsbasert kunnskap kan gi innspill til hvilke grep bransjen selv og virkemiddelapparatet må ta for å få best mulige resultater av en slik strategi.

Vi vil takke alle som har stilt opp som informanter, og tatt seg tid i en ellers travel hverdag til å besvare våre henvendelser. Spesielt vil vi trekke fram Mari Grut hos oppdragsgiver, Sør-Trøndelag fylkeskommune, for å ha vært meget hjelpsom og serviceinnstilt til alle våre anmodninger.

Hamar, desember 2014


Merethe Lerfald
forskningsleder


Atle Hauge
prosjektleder

INNHold

Sammendrag	7
1 Innledning	13
1.1 Avgrensning.....	14
2 Utviklingstrekk i film- og musikkbransjen	15
2.1 Film.....	15
2.2 Musikk	17
3 Økonomi og struktur i trøndersk musikk- og filmbransje	19
3.1 Musikk	19
3.2 Film.....	30
3.3 Konklusjon – musikk og film	37
4 Virkemidler	39
4.1 Tidligere forskning på kulturnæringer og virkemidler	40
4.2 Virkemidler nasjonalt for film	41
4.3 Virkemidler regionalt for film.....	43
4.4 Virkemidler nasjonalt for musikk.....	45
4.5 Virkemidler regionalt for musikknæring	48
5 Analyse og vurdering av virkemiddelapparatet	51
5.1 Film.....	51
5.2 Andre ordninger rettet mot film	54
5.3 Diskusjon	55
5.4 Musikk	56
5.5 Viktige funn på tvers av bransjer og fylkesgrenser	61
6 Konklusjon og anbefalinger	65
7 Referanseliste	69
8 Vedlegg	71
8.1 Vedlegg 1: Intervjuguide.....	71
8.2 Vedlegg 2: Informanter	73

Figurer

Figur 1: Verdikjede og aktører i norsk musikkbransje (kilde: Norsk kulturråd)	18
Figur 2: MUSIKK: Antall sysselsatte (sum alle syv NACE-kategorier).....	21
Figur 3: MUSIKK: Antall selskaper: Antall år i drift (sum alle syv NACE-kategorier, 1998-2012).....	23
Figur 4: MUSIKK: Antall ansatte: Antall selskaper (sum alle syv NACE-kategorier, 2012)	24
Figur 5: MUSIKK: Gjennomsnittlige driftsinntekter (beløp i hele 1000).....	25
Figur 6: MUSIKK: Sum egenkapital og gjeld, gjennomsnitt (beløp i hele 1000)	25
Figur 7: MUSIKK: Totalkapitalrentabilitet	26
Figur 8: MUSIKK: Gjennomsnittlig verdiskaping (beløp i hele 1000)	26

Figur 9: MUSIKK: «TONO-indeks»: Gjennomsnittlige TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde (sum 1999 - 2013)	28
Figur 10: MUSIKK: «TONO-indeks»: Gjennomsnittlige TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde	29
Figur 11: MUSIKK: «TONO-indeks»: Gjennomsnittlige TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde (2)	29
Figur 12: MUSIKK: «TONO-indeks»: Gjennomsnittlige TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde (3)	30
Figur 13: FILM: Antall sysselsatte (sum alle fire NACE-kategorier)	32
Figur 14: FILM: Antall selskaper: Antall år i drift (sum alle fire NACE-kategorier)	33
Figur 15: FILM: Antall ansatte: Antall selskaper (sum alle fire NACE-kategorier)	34
Figur 16: FILM: Gjennomsnittlige driftsinntekter (beløp i hele 1000)	35
Figur 17: FILM: Sum egenkapital og gjeld, gjennomsnitt (beløp i hele 1000).....	35
Figur 18: FILM: Totalkapitalrentabilitet.....	36
Figur 19: FILM: Gjennomsnittlig verdiskaping (beløp i hele 1000).....	36
Figur 20 Verdikjede / pengestrømmer (etter Nielsen 2009).....	42

Tabeller

Tabell 1: Profesjonelle utøvende musikere og sangere (kilde: Mfo)	17
Tabell 2: Bransjekategori «Musikk» (<i>Utviklingen i kultur næringsene i Trøndelag</i>)	19
Tabell 3: Bransjekategori «Musikk» (endret definisjon)	20
Tabell 4: MUSIKK: Antall selskaper pr. 01.09.14	21
Tabell 5: MUSIKK: Antall selskaper i prosent av landet totalt	22
Tabell 6: MUSIKK: Antall selskaper i prosent av folkemengde	22
Tabell 7: Bransjekategori «Film» (<i>Utviklingen i kultur næringsene i Trøndelag</i>)	31
Tabell 8: Bransjekategori «Film» (endret definisjon).....	31
Tabell 9: FILM: Antall selskaper pr. 01.09.14.....	31
Tabell 10: FILM: Antall selskaper i prosent av landet totalt	32
Tabell 11: FILM: Antall selskaper i prosent av folkemengde	32
Tabell 12: Fritt Ord – bevilgninger til trøndersk film 2009 - 2013	43
Tabell 13: Eksempler på tilskuddsordninger for musikk.....	47

SAMMENDRAG

Selv om kulturnæringer har fått mye oppmerksomhet både fra akademia og myndigheter, er kunnskapsgrunnlaget om denne gruppen fremdeles er noe begrenset sammenlignet med andre næringer. Kulturnæringene i Trøndelag er godt forankret i regionale planverk, og det er flere ulike virkemidler som er rettet mot å hjelpe og støtte disse næringene. Dette gjelder både finansielle virkemidler, og andre støttende tiltak som for eksempel er rettet mot kompetanseheving, nettverksbygging og infrastruktur.

Det antas ofte at kulturelle uttrykk finansiert av offentlig sektor (nasjonalt, regionalt og/eller lokalt) er en viktig forutsetning og har betydning for utviklingen i og av kulturnæringene, men kunnskapen om hvordan dette samspillet fungerer og hvilken effekt det har er begrenset. Deler av kulturnæringene skiller seg fra annet næringsliv ved at en forholdsvis stor andel av virksomhetene mottar og er avhengig av offentlig støtte til drift. En viktig grunn er at støtten (subsidieringen) skal fungere som markedskorrektiv. Politikken kan også begrunnes med at markedskreftene gir et smalere tilbud enn innbyggernes preferanseforskjeller tilsier og at kulturgoder er ujevnt fordelt i det geografiske rom. Noen eksempler på slik støtte er pressestøtten til aviser, produksjonsstøtte til filmindustrien og støtte til museer og teatre for å opprettholde et kulturtilbud i hele landet. I denne analysen har vi forsøkt å holde et tydelig fokus på den økonomiske og mer kommersielle delen av bransjene film og musikk i Trøndelag. Som det heter i strategiplanen for kulturnæringer i Sør-Trøndelag fylkeskommune «målsetningen er flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter innenfor kulturnæring i Trøndelag».

Det globale markedet for film og underholdning ekspanderer. Et anslag viser at 60 prosent av europeisk film er finansiert av offentlige bidrag (Nielsen, 2009). Den offentlige støtten i Europa ble initiert av kulturelle og nasjonale årsaker for å stimulere identitet, språk og kunstnerisk kvalitet. I den nylig utgitte rapporten om norsk filmbransje, «Åpen Framtid» (Ryssevik m.fl. 2014) slår man fast at norsk filmbransje har hatt en positiv utvikling fra årtusenskiftet. Det er tilført midler til bransjen og kompetansen i forvaltningsapparat har økt. De fleste er enige om at dette har gitt både et kunstnerisk og økonomisk løft til filmbransjen.

Det er en sterk geografisk konsentrasjon av produksjonstilskuddene til kinofilm og TV-drama med henholdsvis 98 og 100 prosent til produksjonsselskap med selskapsadresse i Oslo og Akershus. Trøndelag har 1prosent av de ansatte i produksjonsbransjen (spillefilm, dokumentar, TV-produksjon), mens de får 3 prosent av NFIs tildelinger. Trøndelag ligger

på topp når det gjelder tildelingsprosent for søknader om produksjonstilskudd. De regionale filmfondenes hovedmål er å styrke filmmiljøene i regionene og styrke bransjen, vise locations, historier og filmtalent fra ulike deler av landet. Statlig finansiering av disse fondene har vært en prøveordning, men signaler fra Kulturminister Widvey tyder på at dette kan bli permanent.

Verdikjeden i det næringsbaserte musikkfeltet blir ofte fremstilt i fire ledd - skapende, utøvende, produserende og distribuerende – og det siste leddet deles igjen gjerne inn i tre deler; konsertvirksomhet, salg og avspilling og rettighetsforvaltning. Det er stor variasjon i samtlige ledd, fra profesjonelle aktører med betydelige inntekter til amatører, og totalt sett omfatter musikkfeltet et stort antall mennesker. Den kommersielle musikkindustrien har de siste 15 årene vært i en godt dokumentert og mye omtalt endringsfase. Dette har medført strukturelle endringer i verdikjeden. I løpet av en tiårsperiode har markedet for innspilt musikk blitt halvert, mens andre pengestrømmer har økt i størrelse, f.eks. har vederlagsinntektene fra musikkverk som TONO forvalter blitt mer enn fordoblet i samme tidsrom. Endringene i musikkøkonomiens forskjellige pengestrømmer har nødvendigvis også medført endringer i bransjens struktur, sammensetning og forskjellige forretningsmodeller.

I denne delen tar vi for oss den økonomiske utviklingen for film- og musikknæringene i Trøndelag, målt ved hjelp av nøkkeltall som sysselsetting, omsetning, overskudd etc. I den grad det er mulig har vi forsøkt å holde oss til en enkel, men likevel betydelig oversikt over økonomien og bruke de samme indikatorene for begge bransjene. Slik at resultatene i størst mulig grad blir sammenlignbare.

Den trønderske musikkbransjen må karakteriseres som relativt stor i regional målestokk, målt i antall selskaper og sysselsatte. Utbetalinger fra Tono til Trøndelag har økt i de seneste årene. TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde for Trøndelag sammen med det nasjonale snittet både med og uten Oslo. Grafen viser tydelig at Sør-Trøndelag har hatt en markant fremgang og har siden 2007 faktisk også ligget over det nasjonale gjennomsnittet med Oslo inkludert. Like fullt må den generelle verdiskapingen må sies å være lav og på kort sikt er det spesielt bekymringsverdig at musikknæringen i Trøndelag som helhet ser ut til å slite med dårlig lønnsomhet og har totalt sett tapt penger hvert eneste år i perioden 2010-2012. Det er altså ikke antall sysselsatte, eller tilfanget av slike, som ser ut til å være begrensningen. Det bør derfor eventuelt være kompetansen, finansieringen og det markedsmessige nedslagsfeltet man bør søke å utvide for å oppnå målsetningen om «flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter innenfor kulturnæring i Trøndelag» og virkemiddelapparatet bør således innrettes på en måte som stimulerer utvikling på disse områdene. Den enkle økonomiske analysen presentert over antyder at musikkbransjen i Midt-Norge er inne i en negativ utvikling og i de senere år har gått med tap. Dette kan tolkes som bekymringsfullt mht. fremtidig utvikling og det anbefales at forholdet undersøkes mer inngående og grundig.

Når det gjelder filmnæringen ser situasjonen ut til å være ganske annerledes og målsetningen referert til over må allerede i stor grad kunne sies å være oppnådd, så ambisjonen bør være å videreføre og forsterke den utviklingen som har funnet sted i perioden siden 2006. Basert på at selskapenes gjennomsnittlige totalkapital er relativt lav i nasjonal målestokk, og også har holdt seg stabil, kan en generell konsolidering i kombinasjon med tilførsel av kapital være et mulig tiltak for å styrke og utvikle næringen videre. I lys av at næringen samlet sett har levert en meget bra avkastning de senere år, så bør det heller ikke være urealistisk å kunne tiltrekke investeringer fra privat sektor.

Virkemiddelapparatet er en felles betegnelse på de offentlige institusjoner, organisasjoner, programmer og støttetiltak som skal bidra til å utvikle og bringe frem ideer til et marked. Staten har ansvar for en stor del av virkemiddelbruken i Norge, men har også delegert deler av ansvaret til fylkeskommunene, kommunene og til ulike statlige etater og institusjoner som Norsk Kulturråd. Samarbeidet mellom Norsk kulturråd og Innovasjon Norge om utvikling av kulturnæringene vil også kunne bidra til dette. I dette prosjektet har vi skilt mellom tre ulike typer virkemidler.

- Finansielle virkemidler
- Nettverk
- Kompetansehevende tiltak

Finansiering og pengestrømmer i norsk filmindustri i stor grad er avhengig av offentlige midler og at Norsk Filminstitutt (NFI) står i en særstilling som finansieringskilde. Like fullt er andre finansieringskanaler viktig for å realisere prosjekter, som for eksempel regionale filmfond. Det regionale virkemiddelapparatet for film i Trøndelag er relativt oversiktlig og ryddig. Flere aktører har gått sammen og spisset innsatsen mot noen tiltak, som i det vesentligste utøves av to regionalt eide aksjeselskaper med utfyllende roller. Midtnorsk filmsenter, Filminvest Midt-Norge (tidl. Midtnorsk Filmfond) samt et delvis Interreg-finansiert prosjekt, Midt-Norsk Filmkommisjon, med fokus mot å selge regionen som innspillings- og produksjonssted.

For musikkbransjen er det et omfattende og variert utvalg av tilskuddsordninger; samtlige ledd, inkludert samtlige aktørkategorier, men veldig få av disse må kunne sies å ha næringsutvikling som formål. Formålene er i all hovedsak å yte direkte finansieringsstøtte til konkrete kunst- og kulturprosjekter. Music Norway er et unntak som i noen grad kan sies å ha et næringsperspektiv hvor begreper som verdiskaping, eksport og forretningsplan benyttes i merkantil betydning. I denne sammenhengen bør også Innovasjon Norges nysatsing for økt verdiskaping og profesjonalisering i kulturnæringen nevnes, som ble startet i 2013 som en konsekvens av regjeringens nye handlingsplan for kultur og næring, og hvor såkalte «kompetansebyggende tiltak» står sentralt. Det har vist seg å være utfordrende å kartlegge det næringsorienterte virkemiddelapparatet for musikk på bakgrunn av informasjon fra bransjeaktører i regionen, da disse selv ikke ser ut til å ha veldig god oversikt over hvilke ordninger som eksisterer. Innen det som kan karakteriseres

som det profesjonelle, kommersielle musikkfeltet er artister og managere ofte av den oppfatning at det er få støtteordninger å søke på for dem, og trekker ofte frem festivalarrangører som en spesielt favorisert gruppe. Interessen for å orientere seg i retning av Innovasjon Norge og andre «høy-terskel»-ordninger kan i beste fall sies å være avmålt; det er liten tro på at slike anstrengelser vil kunne bære frukter.

Filmbransjen i Trøndelag ser ut til å være inne i en meget positiv utvikling. Like fullt er det et lite, og sårbart miljø. Bransjen er bygget opp som en frilanskultur og «alle» har enkeltmannsforetak. Det er med andre ord et lite miljø. For å få en mer robust bransje trengs det mer volum. Det har vært en tydelig strategi på å bruke regionale tilskuddsmidler smart for å få volumet opp. I følge informantene står det ikke på talenter og gode bedrifter. Gjennomslaget i NFI er også tegn på dette. Det kan være en bekymring at det er for tette bånd og nettverk mellom de som har vært i bransjen en stund. Det kan være vanskelig for nykommere å komme inn. Dette blir gjerne kalt «lock-in». I en bransje der erfaring, praksis og tidligere prosjekter er det viktigste konkurransefortrinnet, er det viktig for unge og ambisiøse å komme med på gode og spennende prosjekter. Dette forandrer ikke helhetsinntrykket om at den regionale filmbransjen i Midt-Norge er inne i en god utvikling når det kommer til økt sysselsetting i lønnsomme bedrifter.

I likhet med det nasjonale virkemiddelapparatet, bærer også de regionale aktivitetene i liten grad preg av å være organisert med formål og hensikt om å oppnå et mål om «flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter innenfor kulturnæring i Trøndelag». De aller fleste midlene benyttes til direkte eller indirekte finansiell støtte rettet mot konkrete kunst- og kulturprosjekter og må anses snarere å være ment som kompensasjon for manglende kommersielt potensial. Det mest påfallende og positive trekket ved trøndersk musikkbransje er både nivået og utviklingen i TONO-utbetalinger til opphavsrettspersoner i Sør-Trøndelag.

Bildet denne rapporten tegner er ganske tydelig. Musikkbransjen i Trøndelag er relativ stor, men sliter med økonomien og ser ut til å være inne i en stagnasjonsperiode. Film på den annen side er mindre både i antall sysselsatte og selskaper, men er inne i en positiv utvikling. Noen av de økonomiske nøkkeltallene for den regionale filmbransjen er oppsiktsvekkende gode. Tilbakemeldingene vi har fått gjennom de kvalitative intervjuene er omtrent like klare. Virkemiddelapparatet for film er ryddig, oversiktlig og velfungerende. Næringsaktørene er fornøyde, og mener de støtter oppunder den regionale filmbransjen på en framifrå måte. Fra musikkbransjen har vi hørt om et virkemiddelapparat som i større grad er fragmentert, vanskeligere å forholde seg til og i mindre grad er proaktivt opp mot bransjen.

Man bør like fullt være forsiktig med å dra helt bastante slutninger da de større, strukturelle forholdene er veldig ulike for disse to bransjene. I Norge har film vært inne i en god periode med økte rammer fra staten. Dette har medført både en økonomisk og kunstnerisk oppsving for norsk filmbransje. Det kan synes som Trønderskfilmbransje har

blitt med på denne oppturen. Musikk på den annen side er inne i en meget turbulent periode. Markedets preferanser er i radikal endring. Salget av musikk, som tradisjonelt har vært den store inntektskilden går bratt nedover. Bransjeaktørene, både utøvere og andre i næringen, må se seg om etter andre inntektskilder og forretningsmodeller.

Det er derfor forhold utenfor Trøndelag som er med på å bestemme hvordan hverdagen for musikk- og filmbransjen ser ut regionalt. Likefullt mener vi at hvordan virkemiddelapparatet er organisert i film kan stå som et forbilde.

1 INNLEDNING

Kulturnæringer og kulturbasert næringsutvikling er relativt nye satsingsområder for både lokale, regionale og nasjonale myndigheter. Dette kan gi store utfordringer da det ofte er knyttet store forventninger til satsningene. Disse forventningene kan det være vanskelig å oppfylle. Kulturfeltet og næringsfeltet preges dessuten av ulike logikker og prosesser. Olsen og Kramvig (2009) uttrykker for eksempel bekymring for at organiseringen av ulike støtte- og innovasjonsordninger nettopp ikke fanger opp det særegne ved kreative kulturelle prosesser og de mangfoldige nettverk og relasjoner slike inngår i. Selv om kulturnæringer har fått mye oppmerksomhet både fra akademia og myndigheter, er kunnskapsgrunnlaget om denne gruppen fremdeles er noe begrenset sammenlignet med andre næringer. Kulturnæringene i Trøndelag er godt forankret i regionale planverk, og det er flere ulike virkemidler som er rettet mot å hjelpe og støtte disse næringene. Dette gjelder både finansielle virkemidler, og andre støttende tiltak som for eksempel er rettet mot kompetanseheving, nettverksbygging og infrastruktur.

En utfordring når det gjelder kulturnæringene er at de består av en svært heterogen gruppe virksomheter som fremstiller svært forskjellige kulturelle uttrykk. I et næringsperspektiv vil de kulturelle uttrykkene kunne betegnes som kulturelle produkter (en samlebetegnelse for varer og tjenester) der selve innholdet og måten innholdet kommuniseres på er grunnlaget for produktets kulturelle og økonomiske verdi. Verdikjedene varierer i kompleksitet, noe som har sammenheng med de enkelte kulturelle uttrykkenes egenart. Film og musikk har mange likhetstrekk som næringer, men er fortsatt to veldig ulike bransjer. Det er derfor viktig at man ser både på hva de kan lære av hverandre, hva kan virkemiddelapparatet lære, og hva er det man trenger spisskompetanse på om man vil understøtte disse to bransjene.

Det antas ofte at kulturelle uttrykk finansiert av offentlig sektor (nasjonalt, regionalt og/eller lokalt) er en viktig forutsetning og har betydning for utviklingen i og av kulturnæringene, men kunnskapen om hvordan dette samspillet fungerer og hvilken effekt det har er begrenset. Utredningen om virkemidlene for kulturnæringene konkluderer blant annet med at det ikke eksisterer en tiltakskjede mellom virkemiddelaktørene (Norsk kulturråd og Innovasjon Norge)(Hansen m fl 2010). Den nye kulturnæringsstrategien i Norsk kulturråd og Innovasjon Norge skal bidra til økt profesjonalisering, innovasjon og kommersialisering.

Deler av kulturnæringene skiller seg fra annet næringsliv ved at en forholdsvis stor andel av virksomhetene mottar og er avhengig av offentlig støtte til drift. En viktig grunn er at

støtten (subsidieringen) skal fungere som markedskorrektiv. Politikken kan også begrunnes med at markedskreftene gir et smalere tilbud enn innbyggernes preferanseforskjeller tilsier og at kulturgoder er ujevnt fordelt i det geografiske rom. Noen eksempler på slik støtte er pressestøtten til aviser, produksjonsstøtte til filmindustrien og støtte til museer og teatre for å opprettholde et kulturtilbud i hele landet. Norsk næringspolitikk og virkemiddelbruk har tradisjonelt etterstrebet næringsnøytralitet, noe som innebærer at virkemidlene bare i begrenset grad styres i en retning som gir enkelte næringsgrupper fortrinn. Næringsnøytral utforming av virkemidler og tiltak kan også medføre at spesifikke egenskaper og behov innen ulike næringsgrupper ikke fanges opp. Det kan således tenkes at virkemidler som har som mål å stimulere utviklingen av kulturnæringene, av denne grunn ikke fanger opp spesifikke egenskaper ved kreative kulturelle prosesser og de mangfoldige nettverk og relasjoner kulturnæringsforetak inngår i.

1.1 Avgrensning

I denne analysen har vi forsøkt å holde et tydelig fokus på den økonomiske og mer kommersielle delen av bransjene film og musikk i Trøndelag. Som det heter i strategiplanen for kulturnæringer i Sør-Trøndelag fylkeskommune «målsetningen er flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter innenfor kulturnæring i Trøndelag».

Det går på ingen måte et absolutt skille mellom kunst og næring i kulturnæringene. Tvert i mot, dette er en av de definerende kvalitetene ved disse næringene. Det er ulike innslag og fokus på kunstnerisk og kommersiell aktivitet. Når for eksempel bortimot all film produsert i Norge er avhengig av offentlig støtte, hvor går da grensene for kommersiell og mer kunstnerisk produksjon? Med dette i bakhodet, har vi like fullt forsøkt å holde oss til oppdraget, der det blant annet stod «...vurdering av behovet for næringsaktørene innenfor film- og musikkbransjen i regionen». Vi vil med andre ord fokusere mot film og musikk som næringer, og bruker i stor grad økonomiske data i vår vurdering. Dette er på ingen måte ment å være en nedvurdering av hvor viktig det kunstneriske er i disse bransjene, men det faller utenfor vår studie.

2 UTVIKLINGSTREKK I FILM- OG MUSIKKBRANSJEN

I denne delen ser vi på hvordan film og musikkbransjen ser ut, både på globalt, nasjonalt og regionalt hold. Hva er det som kjennetegner utviklingstrekkene, hvor skiller film og musikk seg og hva er felles?

2.1 Film

Det globale markedet for film og underholdning ekspanderer. Filmbransjen omfatter et bredt spekter av aktiviteter og yrker, fra spesialiserte mot film og TV til yrker med bredere arbeidsområder. De fleste filmer som blir produsert i Norge og Europa for øvrig, er finansiert ved hjelp av en blanding av offentlige og private penger. Kulturutredningen (Kulturdepartementet 2013) omtaler dette som «blandingsøkonomi» og peker på filmfeltet, sammen med litteratur og det frie musikkfeltet, som de områdene som har fått best uttelling som følge av kulturløftet¹.

Et anslag viser at 60 prosent av europeisk film er finansiert av offentlige bidrag (Nielsén, 2009). Den offentlige støtten i Europa ble initiert av kulturelle og nasjonale årsaker for å stimulere identitet, språk og kunstnerisk kvalitet. Det er åpenbart at uten offentlig støtte ville det vært langt færre norske og europeiske filmer, og forskjellene mot amerikanske konkurrenter ville være enda større.

I den nylig utgitte rapporten om norsk filmbransje, «Åpen Framtid» (Ryssevik m.fl. 2014) slår man fast at norsk filmbransje har hatt en positiv utvikling fra årtusenskiftet. Det er tilført midler til bransjen og kompetansen i forvaltningsapparat har økt. De fleste er enige om at dette har gitt både et kunstnerisk og økonomisk løft til filmbransjen. Man kaller dette en nordisk modell, hvor offentlige virkemidler er viktige og man forsøker å prioritere både kunstnerisk kvalitet og markedsappell. Det er med andre ord en modell som innbefatter elementer av kultur- og næringsstøtte i ett og samme tilskuddssystem.

Denne politikken er forankret i en erkjennelse av at det norske markedet er for lite til å understøtte en nasjonal filmproduksjon og at en betydelig offentlig medfinansiering derfor er nødvendig. Man har ambisiøse mål når det gjelder norsk films kunstneriske kvalitet og

¹ Dette er navnet Stoltenberg-regjeringene ga sin satsing på kultur, som blant annet medførte en betydelig økning i kulturdepartementets budsjetter.

kommersielle suksess. Filmpolitikken vil ha mangfold, høy kunstnerisk kvalitet og en spredning både når det gjelder publikum og hvor filmene produseres. For å ivareta disse til dels motstridende målene har man etablert en ordning der sakkyndige skal vurdere kvalitet, kunstnerisk dristighet samt en markedsordning som skal prioritere de store publikumsvinnerne. Norsk filminstitutt (NFI) er den største finansøren, og konsulentene her er satt til å gjøre disse samlede vurderingene. Det er videre en formalisert arbeidsdeling mellom et nasjonalt filminstitutt og regionale filminstitusjoner, men der regionenes rolle og andel av budsjetttrammene er begrenset.

Regional filmpolitikk – nasjonale føringer

Den regionale filmsatsingen i Norge var sterkt inspirert av utviklingen i Sverige, hvor regionale ressursentre og produksjonssentre ble opprettet i løpet av 1990-tallet. Disse får tilførsel av statlige filmmidler via Norsk filminstitutt², men hovedtyngden av den offentlige støtten kommer fra de regionale eierne. Den norske filmpolitikken har et eksplisitt mål om at produksjonen skal bygge på sterke filmmiljø i alle deler av landet.

Det finnes ingen formelle forskrifter og mandater for at NFI skal ta distriktpolitiske hensyn. NFI skal behandle søknader fra alle deler av landet likt. Det er en sterk geografisk konsentrasjon av produksjonstilskuddene til kinofilm og TV-drama med henholdsvis 98 og 100 prosent til produksjonsselskap med selskapsadresse i Oslo og Akershus. Fordelingen er mindre konsentrert når det gjelder kortfilm og dokumentar, hvor henholdsvis 74 og 52 prosent av produksjonstilskuddene gikk til selskap fra disse to fylkene. I følge Ryssevik m. fl. (2014) har Trøndelag 1prosent av de ansatte i produksjonsbransjen (spillefilm, dokumentar, TV-produksjon), mens de får 3 prosent av NFIs tildelinger. Trøndelag ligger på topp når det gjelder tildelingsprosent for søknader om produksjonstilskudd (Ryssevik m. fl. 2014).

De regionale filmfondenes hovedmål er å styrke filmmiljøene i regionene og styrke bransjen, vise locations, historier og filmtalent fra ulike deler av landet. Det finnes fem regionale filmfond med statlig finansiering i Norge. Dette er Film 3 (Lillehammer), Fuzz (Bergen), Filminvest Midt-Norge AS (Trondheim), Filmkraft Rogaland (Stavanger) og FilmCamp (Målselv). Statlig finansiering av disse fondene har vært en prøveordning. Kulturminister Widvey uttaler i en artikkel i Dagsavisen 18.11.14 at hun ønsker at dette skal bli permanent³. Vilkåret er at de statlige midlene som bevilges til fondene matches med minst like mye støtte fra regionene. Det viser seg at de regionale filmfondene har tilført 2,66 kroner til norsk film for hver krone de har mottatt fra staten de siste årene. Det regionale bidraget har økt fra 2011 til 2013. Kulturdepartementet bruker 11,2 millioner kroner på filmfondene i 2014, mot 10,8 millioner året før (Ryssevik m fl. 2014b). Om

² NFI er forvaltningsorgan for staten på filmområdet og rådgiver i filmpolitiske spørsmål. Forskrifter og mandat ligger til grunn for NFI sitt arbeid. http://www.nfi.no/omnfi/om_nfi?headeritem=true

³ <http://www.dagsavisen.no/kultur/filmkronesuksess-i-vest-1.299753>

geografisk spredning av filmnæring er viktig for nasjonale myndigheter, bør man satse på de regionale filmfondene argumenterer Ryssevik (m. fl. 2014b). I samme artikkelen understrekes det at filmfondet er en viktig årsaksforklaring til den positive utviklingen man har sett i Trøndersk filmbransje (se kapittel 3).

2.2 Musikk

Musikkfeltet utgjør en betydelig del av norsk kulturliv og har forgreninger i flere offentlige og private sektorer, fra lokale frivillighetsorganisasjoner og kommunale ordninger, til en omfattende utdanningssektor og kommersiell musikkindustri med internasjonal tilknytning. Verdikjeden i det næringsbaserte musikkfeltet blir ofte fremstilt i fire ledd - skapende, utøvende, produserende og distribuerende – og det siste leddet deles igjen gjerne inn i tre deler; konsertvirksomhet, salg og avspilling og rettighetsforvaltning (se figur 1)⁴. Det er stor variasjon i samtlige ledd, fra profesjonelle aktører med betydelige inntekter til amatører, og totalt sett omfatter musikkfeltet et stort antall mennesker. For eksempel er det bare i Musikernes fellesorganisasjon (Mfo) anslagsvis 6000 utøvende musikere og sangere som kan defineres som profesjonelle.

Tabell 1: Profesjonelle utøvende musikere og sangere

Profesjonelle utøvende musikere og sangere (kilde: Mfo ⁵)	
Orkester	480
Opera og ballett	145
Militære korps	150
Kirkemusikere	800
Andre arbeidsgivere	400
«Frilansere» og egen næring	4 000
Total	5 975

Kilde: Mfo

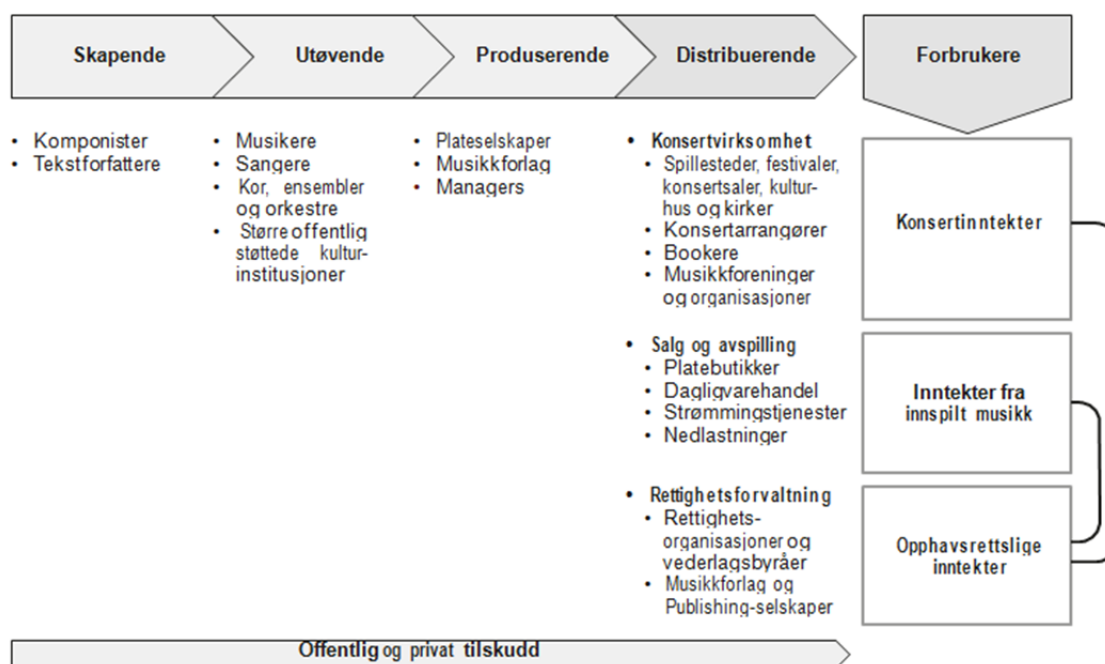
Den kommersielle musikkindustrien har de siste 15 årene vært i en godt dokumentert og mye omtalt endringsfase. Denne utviklingen har i første rekke vært teknologidrevet og knyttet til nye digitale avspillingsmedia og nettbaserte distribusjonsformer. I grove trekk har dette medført visse strukturelle endringer i verdikjeden, slik som utradering av det som tidligere var et omfattende distribusjons- og detaljistledd for fysiske formater, men det har primært vært visse økonomiske aspekter som har vært gjenstand for mye oppmerksomhet. I løpet av en tiårsperiode har markedet for innspilt musikk blitt halvert, mens andre pengestrømmer har økt i størrelse, f.eks. har vederlagsinntektene fra musikkverk som TONO forvalter blitt mer enn fordoblet i samme tidsrom. I tillegg har også nye inntektskilder oppstått og deler av platebransjen opplever nå økonomiske vekst som følge av stigende inntekter fra såkalte strømmetjenester⁶.

⁴ http://kulturradet.no/vis-publikasjon/-/asset_publisher/N4dG/content/publikasjon-musikk-i-tall-2012

⁵ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dokument/proposisjonar-og-meldingar/stortingsmeldingar/20042005/stmeld-nr-22-2004-2005-7.html?id=407213>

⁶ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kmd/dok/nouer/2013/nou-2013-2/7/1.html?id=711052>

Figur 1: Verdikjede og aktører i norsk musikkbransje (



Kilde: Norsk kulturråd

De såkalte multinasjonale major-plateselskapene i Norge – Universal, Sony og Warner – later nå til å ha kommet frem til en ny forretningsmodell som de er tilfreds med. Det samme ikke er tilfelle for andre aktører innen samme område, slik som f.eks. utøvende musikere og mindre plateselskaper. Det er et poeng at inntekter fra innspilt musikk aldri har vært en spesielt viktig kilde for flertallet av utøvende musikere i Norge. Hvordan forskjellige aktører skal forholde seg til den nye virkeligheten er uansett en relevant betraktning, kanskje spesielt mht. diversitet og mangfold i sektoren i fremtiden.

Endringene i musikkøkonomiens forskjellige pengestrømmer har nødvendigvis også medført endringer i bransjens struktur, sammensetning og forskjellige forretningsmodeller. Eksempelvis var det for mindre enn 20 år siden å anse som upassende for samme selskap å eie både master- og forlagsrettighetene til en artists. I tillegg har det å være både manager og booking-agent for en og samme artist vært karakterisert som en uakseptabel interessekonflikt og i USA har dette forholdet også vært lovregulert. I dagens norske musikkbransje opererer mange foretak og personer på tvers av ulike kategorier i figur 1, som for eksempel plateselskap og musikkforlag. Det offentlige virkemiddelapparatet bør nødvendigvis derfor også søke å tilpasse seg de endrede forutsetningene på best mulig måte.

3 ØKONOMI OG STRUKTUR I TRØNDESK MUSIKK- OG FILMBRANSJE

I denne delen tar vi for oss den økonomiske utviklingen for film- og musikknæringene i Trøndelag, målt ved hjelp av nøkkeltall som sysselsetting, omsetning, overskudd etc.

I den grad det er mulig har vi forsøkt å holde oss til en enkel, men likevel betydelig oversikt over økonomien og bruke de samme indikatorene for begge bransjene. Slik at resultatene i størst mulig grad blir sammenlignbare. Denne bakgrunnsanalysen anses for å være helt nødvendig i denne sammenhengen, da det gir lite mening å vurdere virkemidler som er ment å skulle være næringsfremmende uten å sammenholde dette med den faktiske økonomiske utviklingen i bransjene.

3.1 Musikk

Avgrensning

Avgrensningen av hva som her defineres som *musikknæring* tar utgangspunkt i to arbeidsnotater fra Trøndelag FoU kalt *Utviklingen i kulturnæringene i Trøndelag*⁷, som igjen baserer seg på MENONs anvendelse av NACE-koder, kategoriseringer og analyse i 2011.⁸ Med grunnlag i dette defineres musikknæringen å omfatte virksomheter innenfor følgende NACE-koder:

Tabell 2: Bransjekategori «Musikk»

Bransjekategori «Musikk» (<i>Utviklingen i kulturnæringene i Trøndelag</i>)
32.200 Produksjon av musikkinstrumenter
46.433 Engroshandel med plater, musikk- og videokassetter og CD- og DVD-plater
47.594 Butikkhandel med musikkinstrumenter og noter
47.630 Butikkhandel med innspillinger av musikk og video
74.903 Impresariovirksomhet
47.914 Postordre-/Internetthandel med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter (<i>Utviklingen i kulturnæringene i Trøndelag</i>)

I vår avgrensning har vi valgt å utelate fire av disse kodene over fra utvalget: 32.200, 47.594, 47.630 og 47.914, da de ikke anses for å være en reell del av den musikknæringen

⁷ <http://www.tfou.no/lastned.asp?filnavn=arbeidsnotat201312.pdf> og <http://www.tfou.no/lastned.asp?filnavn=Notat201320.pdf>

⁸ <http://menon.no/upload/2011/09/23/statistikkforkulturneringen2.pdf>

støtteapparatet retter seg mot. I tillegg er de tre siste av disse på regionalt og nasjonalt nivå dominert av selskaper med en betydelig omsetning som er særdeles utypisk for den delen av bransjen som har relevans for denne kartleggingen; f.eks. henholdsvis Music Retail Norway AS (167 mill.), Platekompaniet AS (511 mill.) og Elkjøp Norge AS (5 mrd.). Det er dog sannsynlig at det er relevante foretak registrert under disse NACE-kodene, men i en generell økonomisk oversikt vil eventuelle gjennomsnittsberegninger og liknende gi et veldig misvisende inntrykk av forholdene, da f.eks Elkjøp alene har en omsetning som er ti ganger større enn hele den norske platebransjen.

Til gjengjeld har vi valgt å legge til hele fem nye NACE-koder, hvorav tre av disse tidligere har vært plassert under en kategori kalt «Kunstnerisk virksomhet». Dette har vi gjort etter en faglig vurdering, og disse er etter vår mening er viktige og relevante for den næringsbaserte delen av trøndersk musikkbransje.

Tabell 3: Bransjekategori «Musikk»

Bransjekategori «Musikk» (endret definisjon)
18.200 - Reproduksjon av innspilte opptak
59.200 - Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak
90.011 - Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk
90.020 - Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet
90.032 - Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk (endret definisjon)

Oversikten under viser de tre største selskapene i hver kategori målt i driftsinntekter, noe som er ment å gi et enkelt men informativt overblikk over avgrensningens sammensetning og struktur.

18.200 - Reproduksjon av innspilte opptak (kun ett AS)

Selskap	Org.nr.	Sted	Driftsinntekter (1000 kr)
NIDELVEN GRAMMOFON AS	948 883 333	Flatåsen	1 764

59.200 - Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak

DSIGN MUSIC AS	988 006 688	Trondheim	2 420
RÅNES LYDPRODUKSJONER AS	972 416 665	Namsos	1 724
DRIVA MUSIKKPRODUKSJON AS	962 290 329	Oppdal	1 112

90.011 - Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk

DOKKHUSET SCENE AS	989 762 516	Trondheim	7 301
STEINKJERFESTIVALEN AS	982 091 454	Steinkjer	6 460
BRAZZ BROS AS	963 976 887	Trondheim	3 174

90.020 - Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet

ROCK CITY NAMSSOS AS	988 776 890	Namsos	16 580
EVENTO NORGE AS	992 941 693	Stjørdal	14 048
PSTEREO AS	891 287 062	Trondheim	12 775

90.032 - Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk (kun 4 AS)

MARTE HALLEM AS	998 236 002	Verdal	884
HELGEMO MUSIKK AS	993 404 969	Gjølme	341
OLEVI AS	911 746 905	Inderøy	95

46.433 Engroshandel med plater, musikk- og videokassetter og CD- og DVD-plater (2)

TASS AGENTURER AS	876 303 132	Tiller	8 178
ROGI AGENTURER AS	971 590 327	Trondheim	5 915

74.903 Impresariovirksomhet

INTRO MUSIC AS	992 414 537	Tiller	8 050
LIVE GRUPPEN AS	984 176 007	Tiller	6 904
VS MANAGEMENT AS	998 606 179	Trondheim	6 544

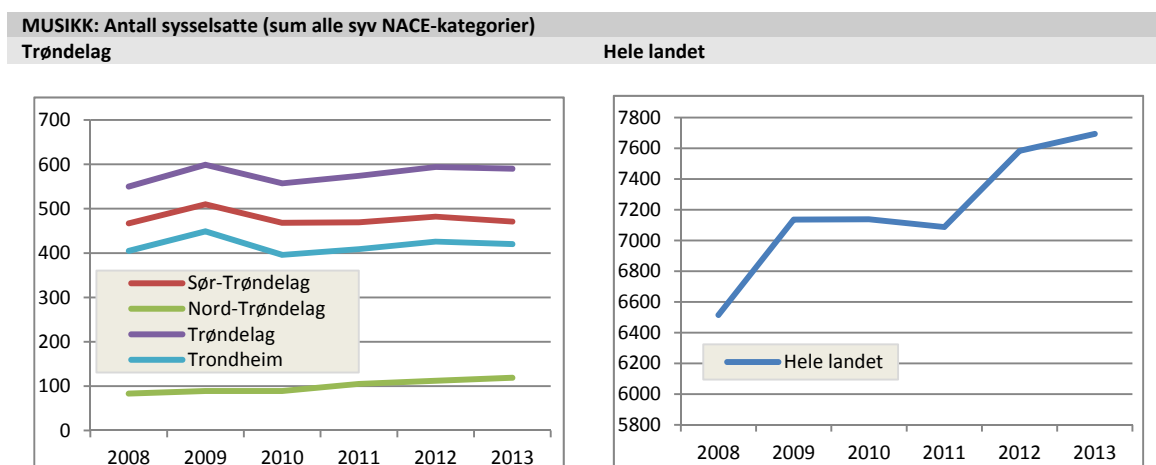
Tabell 4, Tabell 5 og Tabell 6 oppsummerer videre hvordan antall organisasjoner og selskapsformer fordeler seg på disse NACE-kodene, både på nasjonalt nivå og for Midt-Norge (Sør- og Nord-Trøndelag). Utvalget domineres av kategorien «Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk» og majoriteten har såkalt «enkeltpersonforetak» som organisasjonsform, hvor det er en fysisk person står ansvarlig for næringsvirksomheten.

Tabell 4: MUSIKK: Antall selskaper pr. 01.09.14

MUSIKK: Antall selskaper pr. 01.09.14				
NACE	Norge (alle)	Norge (AS)	Midt-Norge (alle)	Midt-Norge (AS)
90.011 - Utøvende kunstnere og	20 557	281	1 957	28
90.032 - Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen	1 995	50	192	4
46.433 - Engroshandel med plater, musikk- og	141	49	6	3
59.200 - Produksjon og utgivelse av musikk- og	1 786	269	128	20
74.903 - Impresariovirksomhet	1 362	286	122	26
90.020 - Tjenester tilknyttet	5 083	505	470	42
18.200 - Reproduksjon av innspilte opptak	158	20	11	1
Totalt	31 082	1 460	2 886	124

Antall sysselsatte innenfor musikkbransjen i Trøndelag har i perioden 2008-2013 økt fra 550 til 590 personer, en vekst på litt over 7 prosent.⁹ For hele landet sett under ett har samtidig veksten i sysselsetting vært over 18 prosent.

Figur 2: MUSIKK: Antall sysselsatte (sum alle syv NACE-kategorier)



I kulturnæringene er det mange frilansere og mange som har sin hovedinntekt i andre næringer. For disse vil det ofte være hensiktsmessig å etablere et enkeltpersonforetak. De

⁹ I Nord-Trøndelag har dog den prosentvise veksten vært betydelig: 43,4 prosent (fra 83 til 119).

har ikke regnskapsplikt som et aksjeselskap, de kan være inaktive i lengre perioder uten at det får konsekvenser for selskapets formelle eksistens, og de kan føre inntekter og utgifter knyttet til virksomheten gjennom det registrerte foretaket. Når, eller hvis, virksomheten blir større, er det få som vil ta den personlige risiko det er å videreføre selskapet som et enkeltpersonforetak. De etablerer et AS. Tidligere studier bekrefter denne praksisen (se blant annet Hauge m. fl. 2013).

Tidligere kartlegginger har vist at en rekke enkeltpersonforetak i kunst- og kultursektoren har liten eller ingen aktivitet, og i mange tilfeller er det en sideaktivitet for innehaveren (Dahle m.fl., 2013).

Tabell 5: MUSIKK: Antall selskaper i prosent av landet totalt

MUSIKK: Antall selskaper i prosent av landet totalt		
NACE	Midt-Norge (alle) %	Midt-Norge (AS) %
90.011 - Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk	9,5 %	10,0 %
90.032 - Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk	9,6 %	8,0 %
46.433 - Engroshandel med plater, musikk- og videokassetter og CD- og DVD-plater	4,3 %	6,1 %
59.200 - Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak	7,2 %	7,4 %
74.903 - Impresariovirksomhet	9,0 %	9,1 %
90.020 - Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet	9,2 %	8,3 %
18.200 - Reproduksjon av innspilte opptak	7,0 %	5,0 %
Totalt	9,3 %	8,5 %

Dersom man måler antall selskaper i prosent av folkemengde, noe som vil gi det et meningsfullt sammenlikningsgrunnlag på regionsnivå, så viser statistikken at Trøndelagsfylkene befinner ganske nøyaktig på landsgjennomsnittet. Det er kjent at spesielt Oslo har en forholdsvis høy konsentrasjon av de fleste typer foretak i musikkbransjen, så det er rimelig å anta at Midt-Norge ligger godt over landsgjennomsnittet dersom det sentrale østlandsområdet utelates. Konklusjonen må derfor være at Nord- og Sør-Trøndelag i snitt har flere selskaper innen musikknæringen enn det som er vanlig på regionalt nivå i Norge.

Tabell 6: MUSIKK: Antall selskaper i prosent av folkemengde

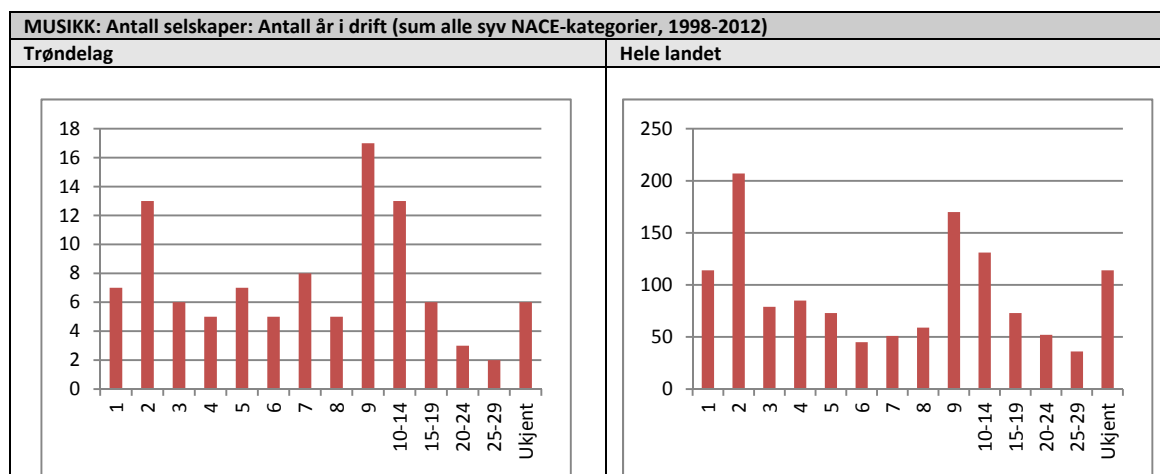
MUSIKK: Antall selskaper i prosent av folkemengde				
NACE	Norge (alle)	Norge (AS)	Midt-Norge (alle)	Midt-Norge (AS)
90.011 - Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk	0,407 %	0,006 %	0,448 %	0,006 %
90.032 - Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk	0,039 %	0,001 %	0,044 %	0,001 %
46.433 - Engroshandel med plater, musikk- og videokassetter og CD- og DVD-plater	0,003 %	0,001 %	0,001 %	0,001 %
59.200 - Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak	0,035 %	0,005 %	0,029 %	0,005 %
74.903 - Impresariovirksomhet	0,027 %	0,006 %	0,028 %	0,006 %
90.020 - Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet	0,101 %	0,010 %	0,108 %	0,010 %
18.200 - Reproduksjon av innspilte opptak	0,003 %	0,000 %	0,003 %	0,000 %
Totalt	0,615 %	0,029 %	0,660 %	0,028 %

Utvikling, bærekraft og verdiskaping

Det er knyttet en rekke utfordringer til det å få en oversikt over den økonomiske situasjonen i musikknæringen. I kulturnæringene er mange foretak ikke pålagt å levere regnskap, fordi de er enkeltpersonforetak. For disse foretakene er regnskapstall ikke tilgjengelig. Av 2 886 identifiserte organisasjoner i Trøndelag er det kun 124 som er registrert som aksjeselskaper (AS), og av relevante organisasjonsformer er det kun for AS og NUF¹⁰ at f.eks. årsregnskaper finnes i Brønnøysundregisteret. En annen begrensning er at slike tall kun er tilgjengelig for aktive selskaper, så det er vanskelig å skape seg et nøyaktig bilde av hvordan utviklingen har vært over lengre tid. Det er uansett gjort et forsøk på lage en oversikt over økonomiske nøkkeltall for næringen og denne analysen inkluderer totalt 103 foretak, hvor samtlige som et minimum er registrert med godkjente regnskaper for 2012. Figur 3 viser dette utvalget fordelt på hvor mange år det er siden bedriften ble etablert. Oversikten må sies å dokumentere at overlevelsessevnen i næringen er tilfredsstillende. Det er for øvrig påfallende mange selskaper i utvalget som ble stiftet i 2005 og som fremdeles er i drift (17 stk).

Det er et viktig poeng at oversiktene under kun redegjør for aksjeselskaper som er registrert som aktive i Brønnøysundregisteret, så dette utvalget består derfor av bedrifter som har overlevd; fem av selskapene så langt i mer enn 20 år. Antallet organisasjoner som har blitt avvirket i perioden 1998-2012 er ikke kjent. Vi kjenner kun selskapenes stiftelsesår og noen av disse går lenger tilbake enn 1998.

Figur 3: MUSIKK: Antall selskaper: Antall år i drift



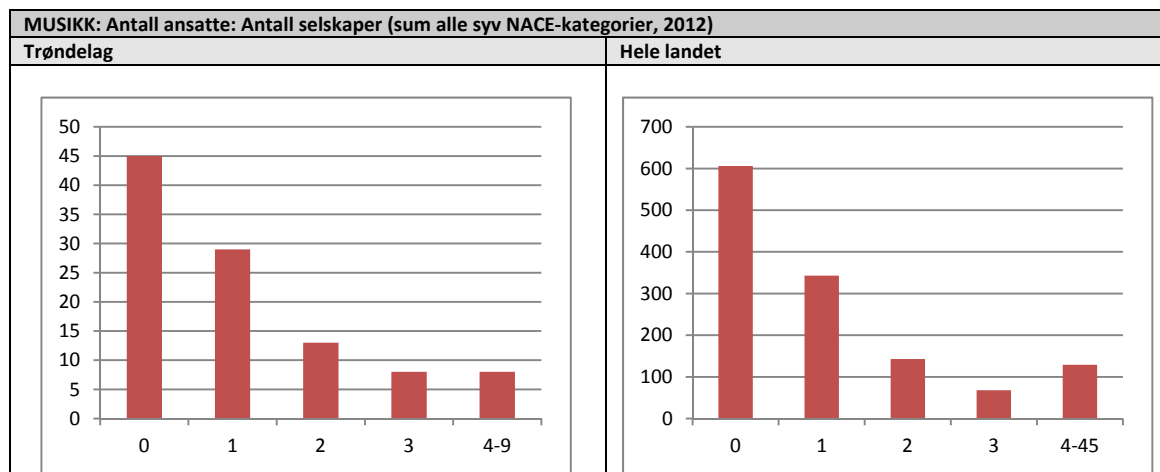
(sum alle syv NACE-kategorier, 1998-2012)

Figur 4 viser en liknende oversikt fordelt etter størrelse målt i hvor mange ansatte bedriftene har. Ikke overraskende er konsentrasjonen av veldig små foretak høy; 45 av de 103 inkluderte aksjeselskapene er oppført i Brønnøysundregisteret med 0 ansatte. Det

¹⁰ Norsk filial av utenlandsk foretak

finnes åpenbart få arbeidsgivere av størrelse i musikknæringen i Trøndelag, samtlige organisasjoner er registrert med mindre enn 10 ansatte.

Figur 4: MUSIKK: Antall ansatte: Antall selskaper

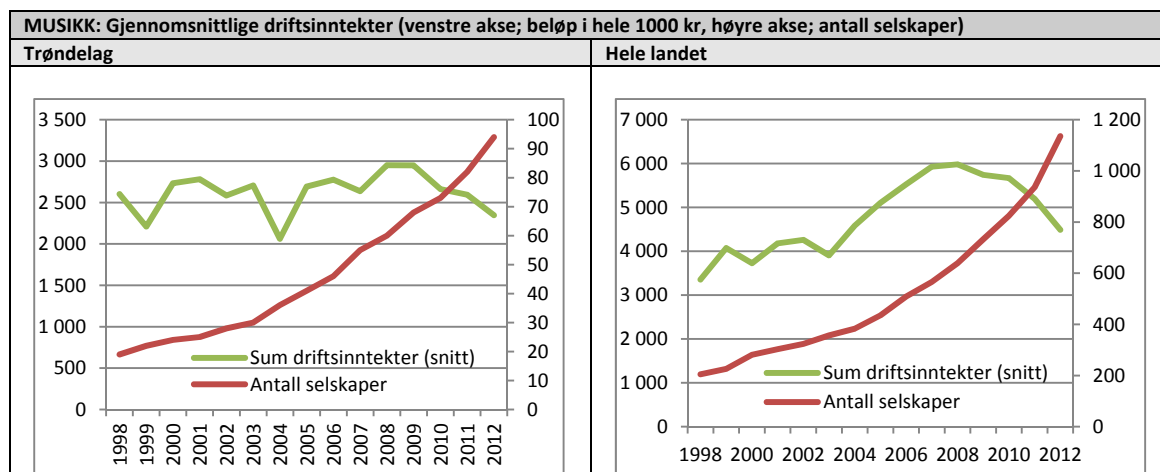


(sum alle syv NACE-kategorier, 2012)

Økonomiske nøkkeltall for musikknæringen (1998-2012)

Vi presenterer her en enkel analyse basert på kun fire nøkkeltall som antas å være best egnet til å oppsummere den økonomiske situasjonen. Det er viktig å presisere at denne fremstillingen kun er ment som en indikasjon og tallene som benyttes er ikke inflasjonsjustert. Den røde linjen i samtlige grafer vist under illustrerer antall selskaper (årsregnskap) som til ett hvert år er med i oppstillingen og dette tallet synker naturligvis ettersom man beveger seg bakover i tid. For året 1998 er det kun 19 bedrifter med i utvalget. Figur 5 viser utviklingen i den samlede næringens gjennomsnittlige driftsinntekter og for hele perioden befinner denne seg i et relativt stabilt sjikt mellom to og tre millioner kroner. Til sammenlikning var medianverdien for driftsinntekter i 2012 for Trøndelag 755' og 742' for landet sett under ett. De høyeste registrerte beløpene var samtidig hhv. 15 092' (RAI RAI ENTERTAINMENT AS) og 226 095' (UNIVERSAL MUSIC AS).

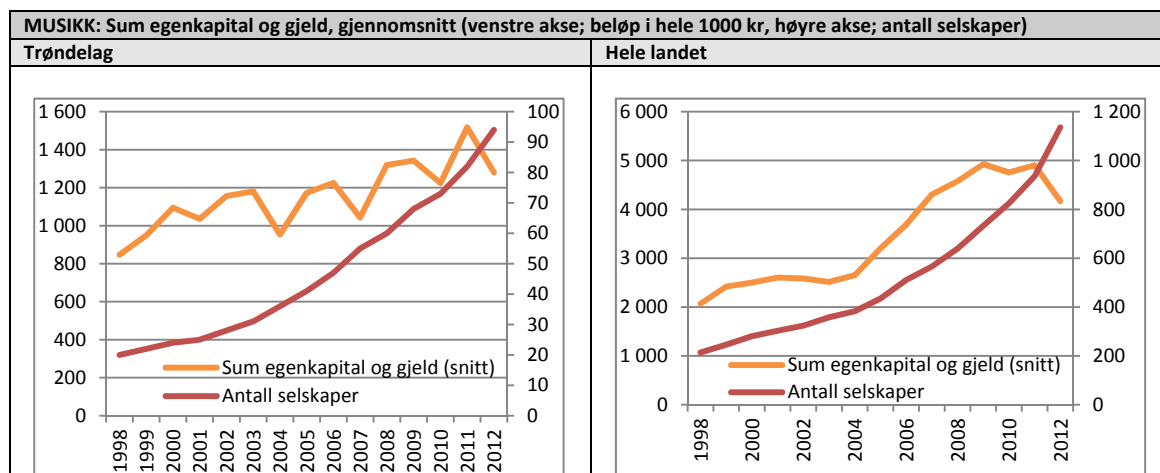
Figur 5: MUSIKK: Gjennomsnittlige driftsinntekter



(beløp i hele 1000)

Når det gjelder selskapenes egenkapital og gjeld så har denne derimot økt ganske betydelig i samme periode, den gjennomsnittlige balansen har nesten doblet seg, fra 847' i 1998 til 1 517' i «toppåret» 2011 (Figur 6). Dette innebærer at investeringer i musikknæring generelt sett har økt i perioden, noe som igjen vil medføre at bedriftenes fortjeneste også må øke dersom det samme avkastningsnivået skal opprettholdes. Beklageligvis ser det ikke ut til at bransjen som helhet har klart å oppnå dette.

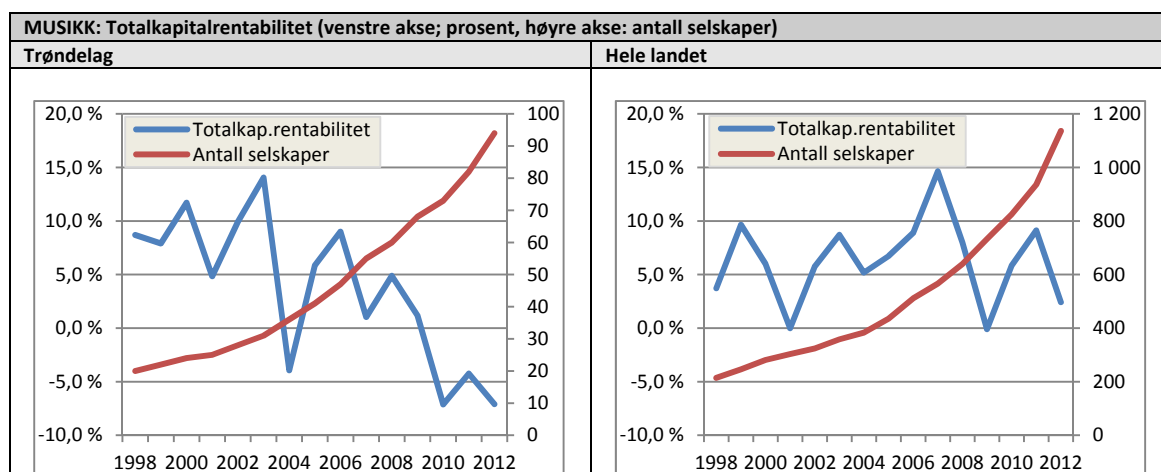
Figur 6: MUSIKK: Sum egenkapital og gjeld, gjennomsnitt



(beløp i hele 1000)

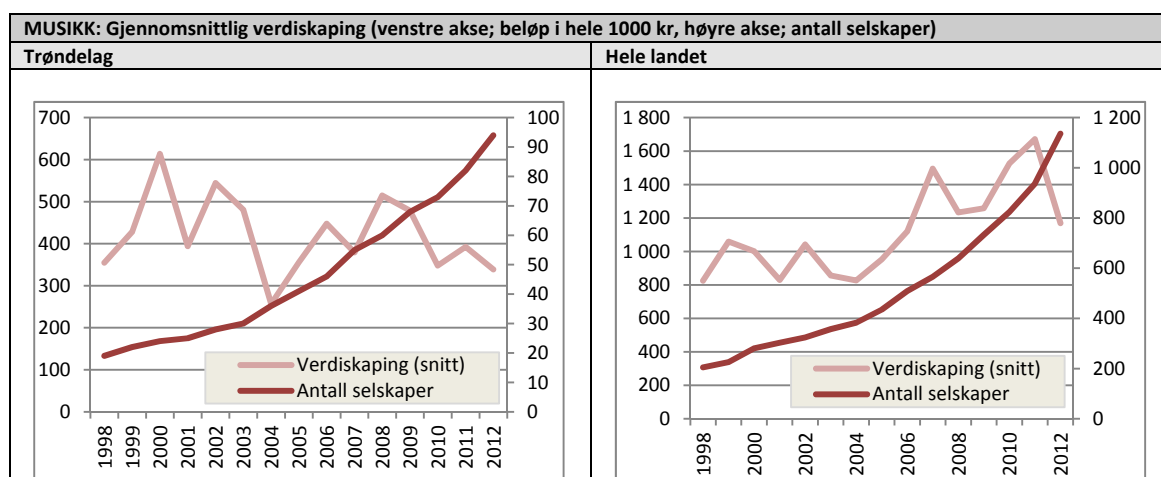
Figur 7 viser den såkalte total kapitalrentabiliteten for utvalget sett under ett, her operasjonalisert som næringens totale netto årsresultat i prosent av samlet egenkapital og gjeld. Grafen viser en tydelig negativ trend. Siden 2010 har avkastningen for næringen sett under ett faktisk vært negativ. For denne perioden består det empiriske underlaget av 73 bedrifter eller mer pr. år, så det er stor sannsynlighet for at dette er et ganske realistisk bilde av den generelle tilstanden i regionens musikkbransje.

Figur 7: MUSIKK: Totalkapitalrentabilitet



En liknende utvikling kommer derfor også til uttrykk dersom man ser på den gjennomsnittlige verdiskapingen for bedriftene, her definert som summen av lønnskostnader og årsresultat. I 2012 var gjennomsnittlige lønnskostnader i musikknæringen i Trøndelag 430' kroner. Da selskapene i utvalget i snitt har 1,17 personer ansatt, skulle det igjen tilsvare en gjennomsnittlig lønnskostnad per ansatt på ca. 368'. Det tilsvarende tallet for hele landet sett under ett er ca. 655', men sammenligningsgrunnlaget her er nok ikke helt relevant, da Oslo i stor grad påvirker landsgjennomsnittet. Her må det understrekes at dette kan være misvisende, da det er store variasjoner i omsetning. Noen få vil kunne trekke dette snittet uforholdmessig mye opp eller ned.

Figur 8: MUSIKK: Gjennomsnittlig verdiskaping



(beløp i hele 1000)

Det er åpenbart at man må være varsom med å trekke slutninger basert slike enkle framstillinger, men dette er uansett det beste mulige grunnlaget som finnes i form av offentlig tilgjengelige tall. Bransjen kan sies å vise tegn til stabilitet i form av at selskapene er forholdsvis jevnt fordelt etter alder og at det er en en betydelig andel av dem som har

eksistert i ti år eller lenger. De relativt jevne nivået i gjennomsnittlige driftsinntekter vitner også om en næring som er godt etablert og den tydelige økningen i gjeld og egenkapital kan tolkes dithen at det i Trøndelag de siste 15 årene har blitt satset stadig mer på musikk, og at musikkbransjen som helhet har vært gjenstand for en viss «oppkapitalisering».

Dog er det lite som tyder på at musikkbransjen i Trøndelag er en spesielt lukrativ næring økonomisk sett. Den generelle verdiskapingen må sies å være lav og det er lite som tyder på at slik virksomhet kan bidra til et lønnsnivå for ansatte som tilsvarer noe i nærheten av en gjennomsnittlig norsk årslønn (SSB: 470 900 for 2012¹¹). På kort sikt er det spesielt bekymringsverdig at musikknæringen i Trøndelag som helhet ser ut til å slite med dårlig lønnsomhet og har totalt sett tapt penger hvert eneste år i perioden 2010-2012. Tallgrunnlag av tilfredsstillende omfang for 2013 var ikke tilgjengelige da denne analysen ble gjennomført.

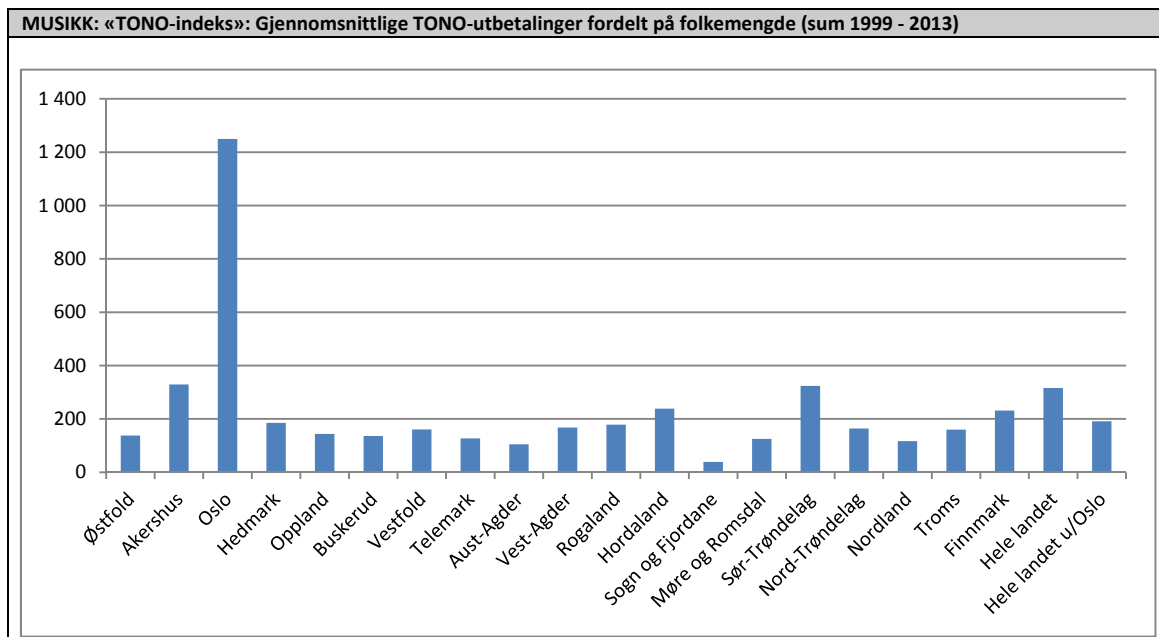
«TONO-indeksen»

Såkalte «TONO-penger» genereres fra rettigheter i musikkverk og knytter seg til de alle fleste former for næringsutøvelse i musikkbransjen.¹² Det antas derfor at en slik enkel «parameter» også vil gjenspeile det generelle aktivitetsnivået i næringen fordi mer og mer av inntektene i bransjen kommer fra spilt musikk (både live og innspilt) og mindre og mindre fra solgte formater. Figur 9 viser gjennomsnittlige TONO-utbetalinger til rettighetshavere i musikkverk for perioden 1999-2013, fylkesvis fordelt på folkemengde. Dette har vi gjort for å korrigere for det faktum at de mest folkerike områdene har mest aktivitet. Vi mener dette på en bedre måte avspeiler den relative styrken i de regionale bransjene. Legg merke til at Sør-Trøndelag ser ut til å hevde seg relativt bra dersom man ser bort fra Oslo. Her drar åpenbart Trondheim opp snittet.

¹¹ <http://www.ssb.no/a/aarbok/tab/tab-227.html>

¹² <http://www.tono.no/>

Figur 9: MUSIKK: «TONO-indeks»: Gjennomsnittlige TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde

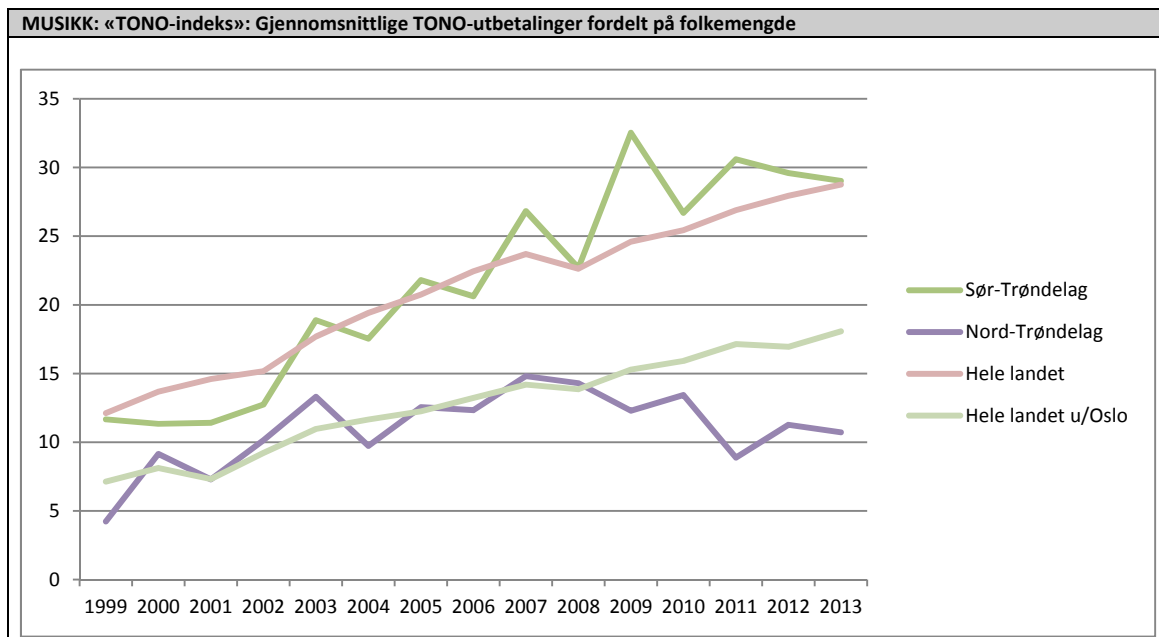


(sum 1999 - 2013)

Som figuren tydelig viser, så er tallene for Oslo av en helt annen størrelsesorden enn for landets øvrige fylker. På regional nivå gir det derfor lite mening å basere seg på et nasjonalt gjennomsnitt, det vil være mer interessant å forholde seg til et snitt hvor tallene for Oslo holdes utenfor.

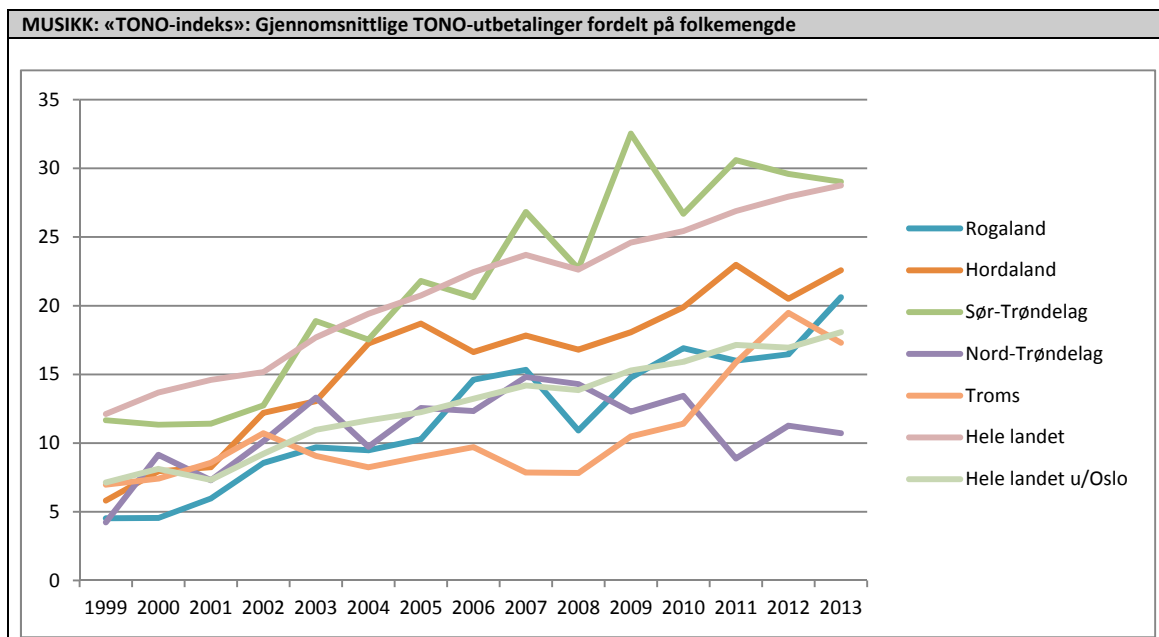
Figur 10 viser utvikling i TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde for Trøndelag sammen med det nasjonale snittet både med og uten Oslo. Grafen viser tydelig at Sør-Trøndelag har hatt en markant fremgang og har siden 2007 faktisk også ligget over det nasjonale gjennomsnittet med Oslo inkludert. Det ville vært interessant å se spesielt på Trondheim, men Tono-tallene finnes dessverre kun på fylkesnivå.

Figur 10: MUSIKK: «TONO-indeks»: Gjennomsnittlige TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde



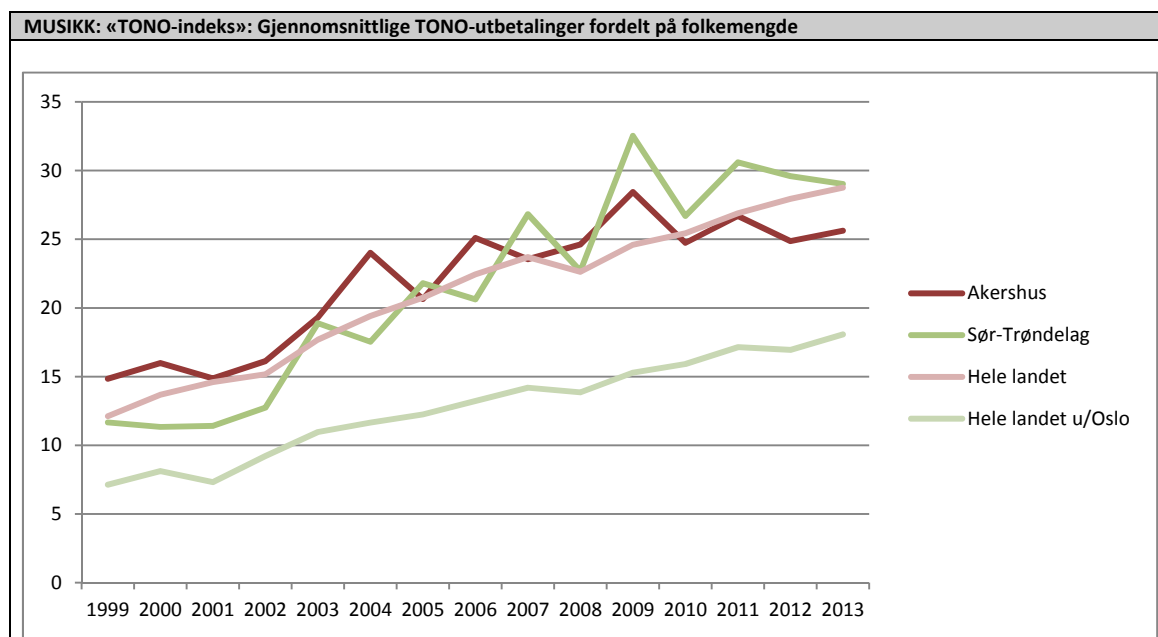
I figur 11 og 12 har vi sammenlignet gjennomsnittlige TONO-utbetalinger i Sør-Trøndelag med andre fylker. Som Figur 11 og Figur 12 viser, ligger Sør-Trøndelag markant og konsekvent over både Rogaland og Hordaland, og blant andre fylker unntatt Oslo er det kun Akershus som kan sies å ligge i samme sjikt, men sistnevnte har i perioden hatt en svakere utvikling og har de siste fem årene ligget noe under.

Figur 11: MUSIKK: «TONO-indeks»: Gjennomsnittlige TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde (2)



Konklusjonen må derfor være at sør-trønderske rettighetshavere som gruppe er i en særstilling i nasjonal sammenheng, et fenomen som fortjener en viss oppmerksomhet. Som diskutert andre steder i dette dokumentet, så har verdien av totalmarkedet for innspilt musikk i samme periode halvert seg, mens TONOs omsetning har hatt en ca. omvendt utvikling, så Sør-Trøndelag har åpenbart kommet spesielt godt ut av denne omveltningen.

Figur 12: MUSIKK: «TONO-indeks»: Gjennomsnittlige TONO-utbetalinger fordelt på folkemengde (3)



3.2 Film

Avgrensning

Avgrensningen av hva som her defineres som *filmnæring* tar utgangspunkt i to arbeidsnotater fra Trøndelag FoU kalt *Utviklingen i kulturnæringene i Trøndelag*¹³, som igjen baserer seg på MENONs anvendelse av NACE-koder fra 2011.¹⁴ Notatene benytter en litt mer omfattende kategori kalt «Film, foto og spill» som inkluderer følgende åtte NACE-koder:

¹³ <http://www.tfou.no/lastned.asp?filnavn=arbeidsnotat201312.pdf> og <http://www.tfou.no/lastned.asp?filnavn=Notat201320.pdf>

¹⁴ <http://menon.no/upload/2011/09/23/statistikkforkulturneringen2.pdf>

Tabell 7: Bransjekategori «Film»

Bransjekategori «Film» (Utviklingen i kulturnæringene i Trøndelag)
18.200 Reproduksjon av innspilte opptak
58.210 Utgivelse av programvare for dataspill
59.110 Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
59.120 Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
59.130 Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer
59.140 Filmframvisning
59.200 Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak
74.200 Fotografvirksomhet

(Utviklingen i kulturnæringene i Trøndelag)

Vi har i vår avgrensning valgt å utelate fire av disse kodene fra utvalget, da disse ikke anses å tilhøre den delen av filmbransjen som har relevans for støtteordningene som vurderes i denne rapporten.

Tabell 8: Bransjekategori «Film»

Bransjekategori «Film» (endret definisjon)
59.110 Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
59.120 Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
59.130 Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer
58.210 Utgivelse av programvare for dataspill

(endret definisjon)

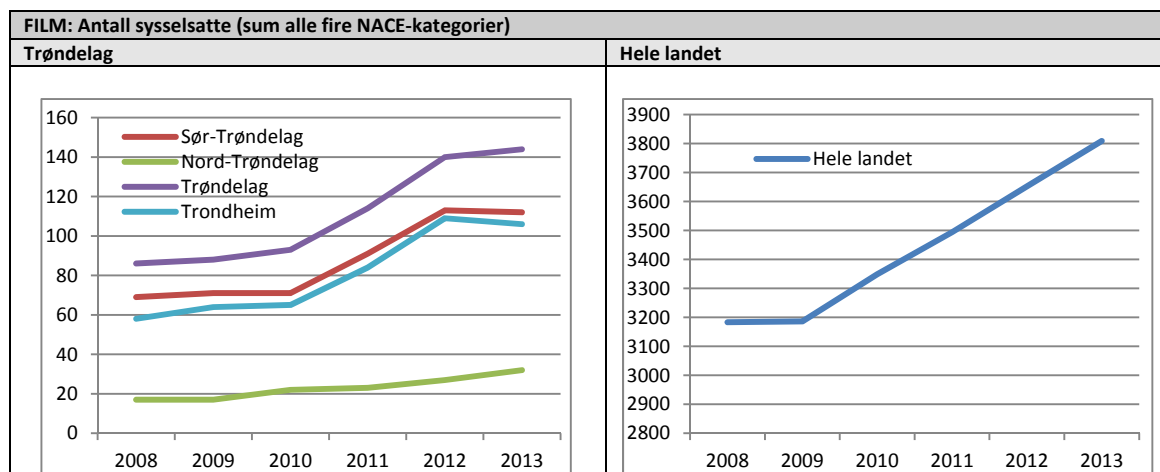
Tabell 9, Tabell 10 og Tabell 11 oppsummerer hvordan antall organisasjoner og selskapsformer fordeler seg på disse kategoriene, både på nasjonalt nivå og for Midt-Norge. Utvalget domineres totalt av selskaper i kategorien «Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer» og majoriteten har «Enkeltpersonforetak» som organisasjonsform, hvor det er en fysisk person står ansvarlig for en næringsvirksomheten.

FILM: Antall selskaper pr. 01.09.14				
NACE	Norge (alle)	Norge (AS)	Midt-Norge (alle)	Midt-Norge (AS)
59.110 Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer	5 049	922	337	53
59.120 Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer	589	51	27	2
59.130 Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer	76	34	3	1
58.210 Utgivelse av programvare for dataspill	69	21	7	4
Totalt	5 783	1 028	374	60

Tabell 9: FILM: Antall selskaper pr. 01.09.14

Antall sysselsatte i Trøndelag har i perioden 2008-2013 økt fra 86 til 144 personer, en vekst på 67,4 prosent. For hele landet sett under ett har samtidig veksten i sysselsetting vært 19,7 prosent, tilsvarende som for musikkbransjen. Det ser med andre ord ut til at filmnæringen i Trøndelag i senere år har vært gjenstand for en betydelig og utypisk prosentvis vekst. Det må understrekes at det er snakk om små tall, og relativt små endringer kan gi relativt store prosentvise utslag.

Figur 13: FILM: Antall sysselsatte



(sum alle fire NACE-kategorier)

Tabell 10: FILM: Antall selskaper i prosent av landet totalt

FILM: Antall selskaper i prosent av landet totalt		
NACE	Midt-Norge (alle) %	Midt-Norge (AS) %
59.110 Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer	6,7 %	5,7 %
59.120 Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer	4,6 %	3,9 %
59.130 Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer	3,9 %	2,9 %
58.210 Utgivelse av programvare for dataspill	10,1 %	19,0 %
Totalt	6,5 %	5,8 %

Tabell 11: FILM: Antall selskaper i prosent av folkemengde

FILM: Antall selskaper i prosent av folkemengde				
NACE	Norge (alle)	Norge (AS)	Midt-Norge (alle)	Midt-Norge (AS)
59.110 Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer	0,100 %	0,018 %	0,077 %	0,000 %
59.120 Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og	0,012 %	0,001 %	0,006 %	0,000 %
59.130 Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer	0,002 %	0,001 %	0,001 %	0,000 %
58.210 Utgivelse av programvare for dataspill	0,001 %	0,000 %	0,002 %	0,000 %
Totalt	0,114 %	0,020 %	0,086 %	0,000 %

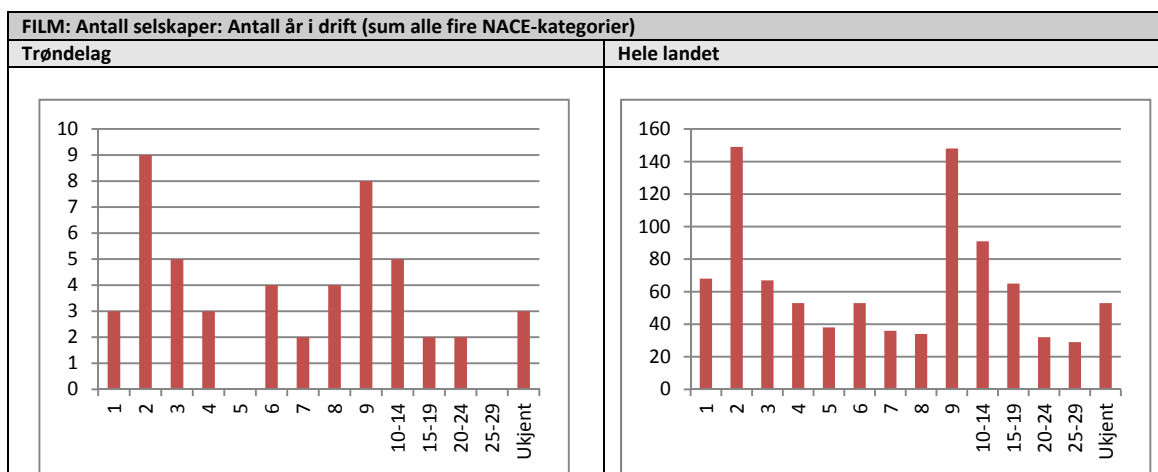
Dersom man måler antall selskaper i prosent av folkemengde, noe som vil gi det et meningsfullt sammenlikningsgrunnlag på regionsnivå, så viser statistikken at Midt-Norge befinner et stykke under landsgjennomsnittet. Det er kjent at spesielt Oslo har en forholdsvis ekstremt høy konsentrasjon av de fleste typer foretak innen filmbransjen, så det er rimelig å anta at Midt-Norge ligger på landsgjennomsnittet dersom det sentrale østlandsområdet utelates. Det er derfor rimelig å anta at Nord- og Sør-Trøndelag i snitt har et antall selskaper i denne avgrensningen som tilsvarer det som er vanlig på regionalt nivå i Norge. Det kan for øvrig være verdt å merke seg at 19 prosent av alle aksjeselskaper registrert i «Utgivelse av programvare for dataspill» befinner seg i Midt-Norge (4 av totalt 21). Det er spesielt to bedrifter som ikke er med i analysen under, men burde vært det: Klipp og Lim Media AS og Able Magic AS, av den grunn at de er registrert under h.h.v. «73.110 Reklamebyråer» og «71.129 Annen teknisk konsulentvirksomhet». Disse to selskapene har blitt trukket frem av en av nøkkelinformantene, men det vil bli litt feil å

inkludere dem da det er rimelig og anta at det også «mangler» relevante selskaper i andre fylker.

Utvikling, bærekraft og verdiskaping

På samme måte som for musikk er det er knyttet en rekke utfordringer til det å få en oversikt over den økonomiske situasjonen i filmnæringen. Av de 374 identifiserte organisasjonene er det kun 60 som er registrert som aksjeselskaper (AS), og det er dessverre kun for sistnevnte gruppe at f.eks. årsregnskaper finnes i Brønnøysundregisteret. En annen begrensning er at slike tall kun er tilgjengelig for aktive selskaper, så det er vanskelig å skape seg et nøyaktig bilde av hvordan utviklingen har vært over lengre tid. Det er uansett gjort et forsøk på lage en oversikt over økonomiske nøkkeltall for næringen og denne analysen inkluderer totalt kun 50 foretak. Figur 14 viser dette utvalget fordelt på hvor mange år det er siden bedriftene ble etablert. Det er vanskelig å trekke spesielle slutninger basert på denne oversikten, men til å være et såpass lite antall så må distribusjonen kunne sies å være relativt jevn.

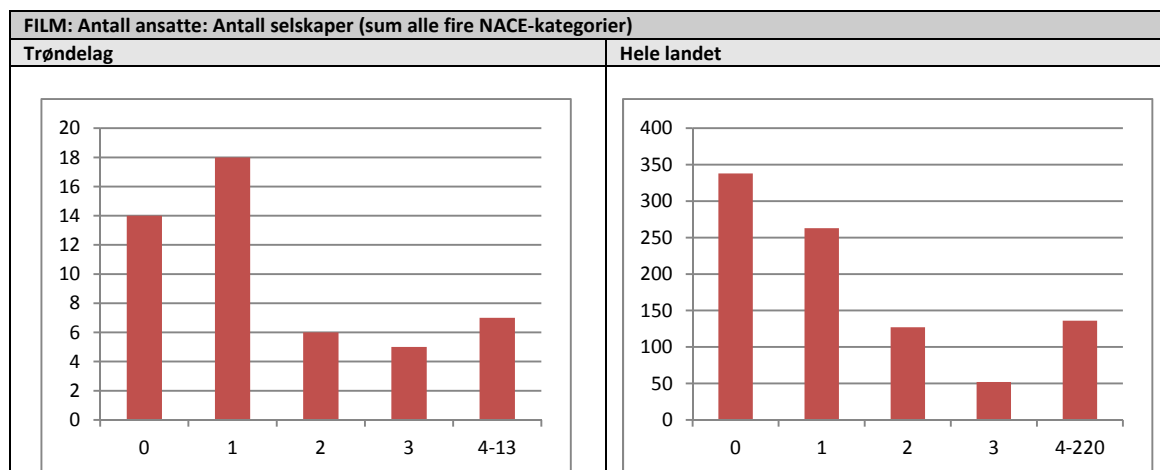
Figur 14: FILM: Antall selskaper: Antall år i drift



(sum alle fire NACE-kategorier)

Figur 15 viser en liknende oversikt fordelt etter størrelse målt i hvor mange ansatte bedriftene har. Ikke overraskende er konsentrasjonen av veldig små foretak høy; 18 av de 50 inkluderte bedriftene er oppført i Brønnøysundregisteret med kun 1 ansatt. De finnes åpenbart få arbeidsgivere av størrelse i filmnæringen i Trøndelag, samtlige organisasjoner er registrert med mindre enn 14 ansatte.

Figur 15: FILM: Antall ansatte: Antall selskaper



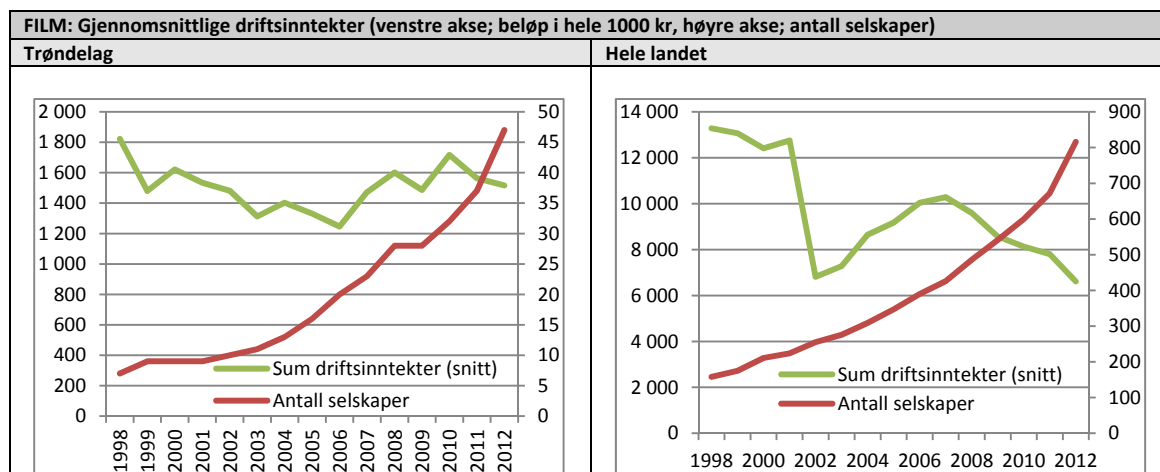
(sum alle fire NACE-kategorier)

Utvikling i økonomiske nøkkeltall (1998-2012)

Vi presenterer her en enkel analyse basert på kun fire nøkkeltall som antas å være best egnet til å oppsummere den økonomiske situasjonen. Det er viktig å presisere at denne fremstillingen kun er ment som en indikasjon og tallene som benyttes er ikke inflasjonsjustert. Den røde linjen i samtlige grafer vist under illustrerer antall selskaper som for hvert år er med i oppstillingen og dette tallet synker naturligvis ettersom man beveger seg bakover i tid. For året 1998 er det kun 7 bedrifter med i utvalget. Figur 16 viser utviklingen i den samlede næringens gjennomsnittlige driftsinntekter og for hele perioden befinner denne seg i et relativt stabilt sjikt mellom 1,2 og 1,8 millioner kroner. Til sammenlikning var medianverdien for driftsinntekter i 2012 for Trøndelag 715' og 645' for landet sett under ett. De høyeste registrerte beløpene var samtidig hhv. 15 170' (HEADSPIN PRODUCTIONS AS) og 362 642' (SF NORGE AS).

For hele perioden sett under ett er den gjennomsnittlige omsetningen 1 506'. Med andre ord, den typiske bedriften i musikknæringen i Midt-Norge kan sies å ha driftsinntekter på ca. en og en halv million kroner. For kvaliteten til denne økonomiske analysen som helhet tolkes «stabiliteten» i denne figuren som et positivt tegn på at omfanget til det empiriske grunnlaget er tilfredsstillende, men venstre side av grafen bør til ikke tillegges særlig betydning. Igjen må i ta høyde for at deler av populasjonen, enkeltmannsforetak, ikke er med, og at dette er snakk om gjennomsnittverdier.

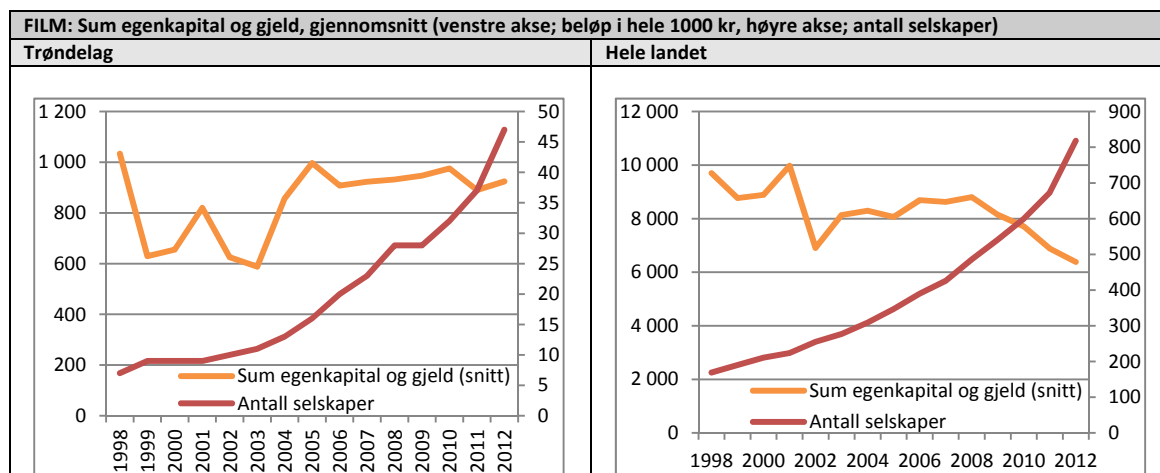
Figur 16: FILM: Gjennomsnittlige driftsinntekter



(beløp i hele 1000)

Når det gjelder selskapenes egenkapital og gjeld så har denne holdt seg ganske stabil siden 2005 (Figur 17). Det antas at «uregelmessighetene» i perioden før dette kan skyldes at tallgrunnlaget er for tynt, så denne delen bør ikke tillegges mye vekt. Det virker derfor rimelig å konkludere at gjennomsnittlige investeringer i filmnæring generelt sett har holdt et stabilt nivå i perioden, men dette må også ses i sammenheng med at det har vært vekst i både antall sysselsatte og antall bedrifter.

Figur 17: FILM: Sum egenkapital og gjeld, gjennomsnitt

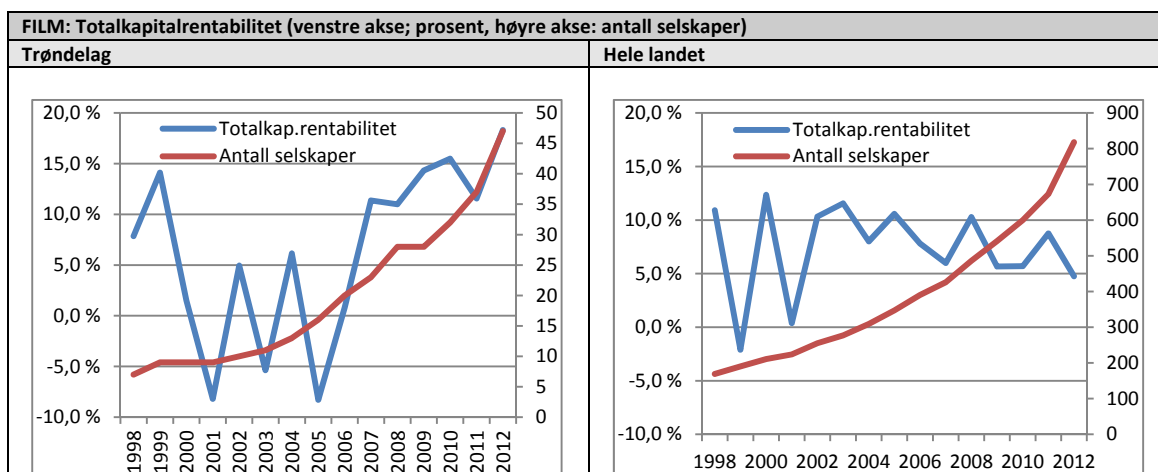


(beløp i hele 1000)

Figur 18 kan sies å være mer interessant i denne sammenhengen og viser den såkalte totalkapitalrentabiliteten for utvalget sett under ett, her operasjonalisert som næringens totale årsresultat i prosent av samlet egenkapital og gjeld. Grafen viser en betydelig positiv trend og siden 2006 har avkastningen for næringen sett under ett steget fra 0,8 prosent til 18,3 prosent i 2012, noe som ikke kan tolkes som annet enn en formidabel utvikling. For øvrig bør det nevnes at en rentabilitet på slike nivåer vil måtte anses som meget tilfredsstillende innen de aller fleste næringer og det er tvilsomt at grafen ville vært mer stabil dersom tallgrunnlaget var mer omfattende for perioden frem til 2005. Det kan være

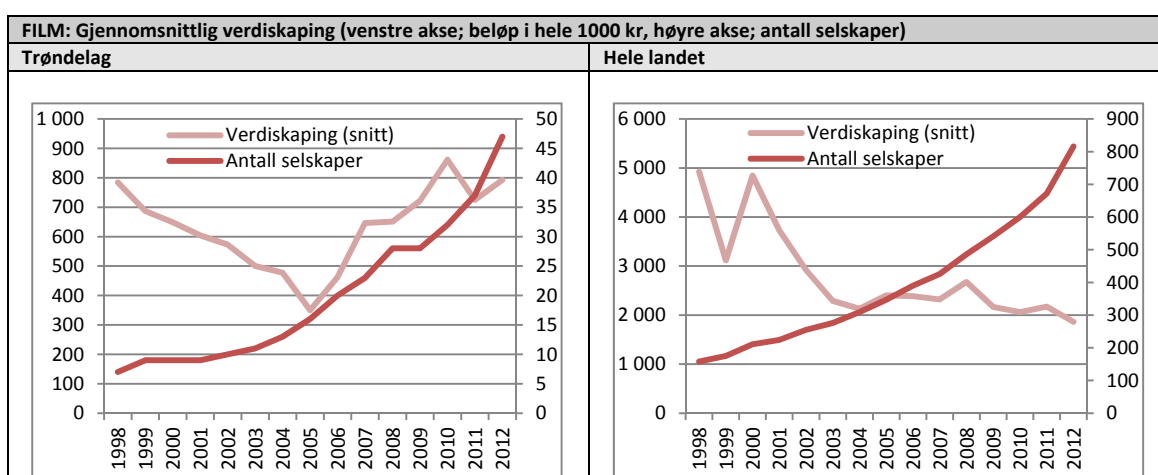
verdt å nevne at regnskapene som ligger til grunn for 1998-2005 tilhører selskaper som har overlevd frem til i dag, og det er derfor rimelig å anta at disse var blant de mest lønnsomme foretakene som var i drift i perioden. F.o.m. 2006 består det empiriske underlaget av 28 bedrifter eller mer pr. år (47 i 2012), så det er relativt stor sannsynlighet for at dette er et ganske realistisk bilde av den generelle tilstanden i regionens filmbransje.

Figur 18: FILM: Totalkapitalrentabilitet



En liknende utvikling kommer derfor også til uttrykk dersom man ser på den gjennomsnittlige verdiskapingen for bedriftene, her definert som summen av lønnskostnader og netto årsresultat (Figur 19). I 2012 var gjennomsnittlige lønnskostnader pr. selskap i filmnæringen 624' kroner. Da selskapene i utvalget i snitt har 1,7 personer ansatt, skulle det igjen tilsvare en gjennomsnittlig lønnskostnad per ansatt på 367'. Det er verdt å legge merke til at det tilsvarende tallet for musikknæringen er 368'.

Figur 19: FILM: Gjennomsnittlig verdiskaping (



(beløp i hele 1000)

I enda større grad enn i tilfellet for musikknæringen, er det åpenbart at man må være varsom med å trekke slutninger basert på slike enkle framstillinger, men det påpekes samtidig at dette er utelukkende det beste mulige grunnlaget som finnes i form av offentlig

tilgjengelige tall. Bransjen kan sies å vise tegn til stabilitet i form av at selskapene er forholdsvis jevnt fordelt etter alder og at 20 prosent av dem som har eksistert i ti år eller lenger. De relativt jevne nivået i gjennomsnittlige driftsinntekter vitner også om en næring som er etablert. Dessuten er det rimelig å anta at inntektene fra de større (regnskapspliktige) selskapene vil komme de mindre selskapene i den regionale bransjen til gode. Dette fordi de mindre er leverandører til de større.

Det viktigste poenget er dog at denne analysen viser tydelig en meget påfallende og oppsiktsvekkende trend: Selv om snittinntektene har holdt seg stabile så har med stor sannsynlighet lønnsomheten og verdiskapingen økt betydelig. En enkel og nærliggende forklaring på dette er at selskapene har blitt mer kompetente i sin forretningsutøvelse. For å konkludere; filmbransjen som helhet vokser, og det er en sunn vekst i og med at lønnsomhet og verdiskaping vokser enda raskere.

3.3 Konklusjon – musikk og film

Den trønderske musikkbransjen må karakteriseres som relativt stor i regional målestokk, målt i antall selskaper og sysselsatte. Det er altså ikke antall sysselsatte, eller tilfanget av slike, som ser ut til å være begrensningen. Det bør derfor eventuelt være kompetansen, finansieringen og det markedsmessige nedslagsfeltet man bør søke å utvide for å oppnå målsetningen om «flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter innenfor kulturnæring i Trøndelag» og virkemiddelapparatet bør således innrettes på en måte som stimulerer utvikling på disse områdene. Den enkle økonomiske analysen presentert over antyder at musikkbransjen i Midt-Norge er inne i en negativ utvikling og i de senere år har gått med tap. Dette kan tolkes som bekymringsfullt mht. fremtidig utvikling og det anbefales at forholdet undersøkes mer inngående og grundig.

Når det gjelder filmnæringen ser situasjonen ut til å være ganske annerledes og målsetningen referert til over må allerede i stor grad kunne sies å være oppnådd, så ambisjonen bør være å videreføre og forsterke den utviklingen som har funnet sted i perioden siden 2006. Basert på at selskapenes gjennomsnittlige totalkapital er relativt lav i nasjonal målestokk, og også har holdt seg stabil, kan en generell konsolidering i kombinasjon med tilførsel av kapital være et mulig tiltak for å styrke og utvikle næringen videre. I lys av at næringen samlet sett har levert en meget bra avkastning de senere år, så bør det heller ikke være urealistisk å kunne tiltrekke investeringer fra privat sektor.

4 VIRKEMIDLER

Virkemiddelapparatet er en felles betegnelse på de offentlige institusjoner, organisasjoner, programmer og støttetiltak som skal bidra til å utvikle og bringe frem ideer til et marked. Det finnes spesialiserte virkemidler for flere næringer. Staten har ansvar for en stor del av virkemiddelbruken i Norge, men har også delegert deler av ansvaret til fylkeskommunene, kommunene og til ulike statlige etater og institusjoner som Norsk Kulturråd. Samarbeidet mellom Norsk kulturråd og Innovasjon Norge om utvikling av kulturnæringene vil også kunne bidra til dette.

I dette prosjektet har vi skilt mellom tre ulike typer virkemidler.

1. Finansielle virkemidler; dette kan være tilskudd som etablererstøtte, støtte i forbindelse med reiser eller andre kompetansehevende eller markedsføringsmessige aktiviteter. Det kan være i form av rene tilskudd eller gunstige lån.
2. Nettverk; foretak ser ut til å nyte godt av å være i nærheten av både kunder og konkurrenter, derfor er tiltak som introduserer bedrifter for ulike typer nettverk være gunstige.
3. Kompetansehevende tiltak; det er gjentatt så mange ganger at det nesten har blitt en klisje, men vi lever i dag i kunnskapssamfunnet. Det å opprettholde og videreutvikle sin kompetanse blir derfor stadig viktigere for foretaks konkurransekraft.

Noen av virkemidlene er mer generelle i sin innretning, de gjelder enten for alle bransjer eller alle bransjer under kulturnæringsparaplyen. Mens andre er øremerket film eller musikk. Samtidig finner man virkemidler på ulike geografisk nivåer, kommunalt, regionalt (fylke) eller nasjonalt. Skjematisk kan en kategorisering av virkemidler se ut som tabellen under.

Typologi virkemidler – felles film og musikk				
Nivå		Finansielle	Kompetanse	Bedriftsnettverk
	Kommunalt			
	Regional			
	Nasjonalt			
Typologi virkemidler – film				
Nivå		Finansielle	Kompetanse	Bedriftsnettverk
	Kommunalt			
	Regional			
	Nasjonalt			
Typologi virkemidler – musikk				
Nivå		Finansielle	Kompetanse	Bedriftsnettverk
	Kommunalt			
	Regional			
	Nasjonalt			

Det er gjennomført flere undersøkelser som dokumenterer hva aktører i kulturnæringer i særlig grad mener de mangler av kunnskap og hvilke måter man foretrekker å tilegne seg denne kunnskapen på (se bl.a. Hansen m.fl. 2010; Hauge m.fl. 2013). Det er også relativt stor grad av samstemmighet mellom resultatene. Mangel på ressurser og kunnskap til markedsføring, salg og administrasjon («nedstrøms/merkantile aktiviteter») fremtrer som de største utfordringene. I tillegg er kapasitetsproblemer relevant for mange av de små bedrifter (mikrobedrifter – definert som fem eller mindre årsverk) innenfor kulturnæringene. Flere forskere har også pekt på at det antageligvis er en «mismatch» mellom virkemiddelapparatets innretning og kulturnæringenes behov. I tillegg til heterogeniteten som preger næringen, kan nok begrepsapparat/«vokabular» som ikke er tilpasset behovet (eller rett og slett mangler) bidra til denne mismatchen («holdningsutfordringen») (Hansen m.fl. 2010; Hauge m.fl. 2013).

4.1 Tidligere forskning på kulturnæringer og virkemidler

Flere forskere har pekt på at det kan være visse spenninger mellom virkemiddelapparatets innretning og kulturnæringens behov. En utfordring som stadig kommer opp igjen er at aktører fra kulturfeltet ikke behersker det bestemte begrepsapparat som kreves for å nå igjennom i deler av virkemiddelapparatet (se blant annet Hauge m.fl. 2013). Også i vår undersøkelse kommer dette opp. Bugge og Isaksen (2007) gjorde for noen år siden en kartlegging av satsinger innenfor kultur og næring i ti norske fylkeskommuner. De hevder at "satsingene i både fylkeskommunene og i Innovasjon Norge mot kulturbasert næringsutvikling preges av støtte til mange små og spredte prosjekter, både geografisk og i forhold til type næringsaktivitet" (s. 20). Et problem med er at satsingene trolig er for mange, for små, for spredte, og for lite kontinuerlige og systematiske til at satsingene på kulturbasert næringsutvikling kan få noen stor effekt i fylkene eller i landsdelene det gjelder. Det er lite som tyder på at satsingen på kulturnæringer har blitt mer samordnet og

klarere strategisk (Hansen m. fl. 2010) Kulturnæringsprosjekter befinner seg ofte i en gråsonen mellom ulike samfunns- og politikkområder, har ikke ofte støttesystemet noen spesielle virkemidler øremerket denne typen prosjekter. De behandles derfor på lik linje med andre næringer. Problemet ses i denne tilnærmingen som å være det særegne med kulturnæringer i motsetning til annen næringsutvikling.

Olsen og Kramvig (2009) uttrykker bekymring for at organiseringen av ulike støtte- og innovasjonsordninger ikke fanger opp det særegne ved kreative kulturelle prosesser og de mangfoldige nettverk og relasjoner slike inngår i. Virkemiddelapparatet har forholdt seg relativt instrumentelt til om søkere kan leve opp til kravet om økonomisk lønnsomhet eller ikke, mens mange kulturentreprenører blir sagt å trenge annen type støtte for å få utviklet en lønnsom virksomhet enn andre typer entreprenører (Bugge og Isaksen, 2007).¹⁵

Bugge og Isaksen (2007) er kritiske til at verken fylkeskommunene eller Innovasjon Norge opererer særlig annerledes overfor kulturbaserte næringer enn overfor annet næringsliv og sier at virkemiddelapparatet generelt tilbyr både økonomiske tilskudd, kompetanseutvikling og nettverk, men i "utgangspunktet har de ikke støttemidler som er spesifikke for kulturbasert næringsutvikling" (s. 27). Dette henger også sammen med en strukturell utfordring. KRD sier at diskusjoner om kulturnæringsutvikling må ta høyde for at det er uklarheter knyttet til å definere bredden i næringene, mer konkret at "verden utenfor" mangler et passende begrepsapparat som gjør den i stand til å forstå hvordan man må jobbe med og for å skape utvikling i disse næringene (Bjørseth, 2009).

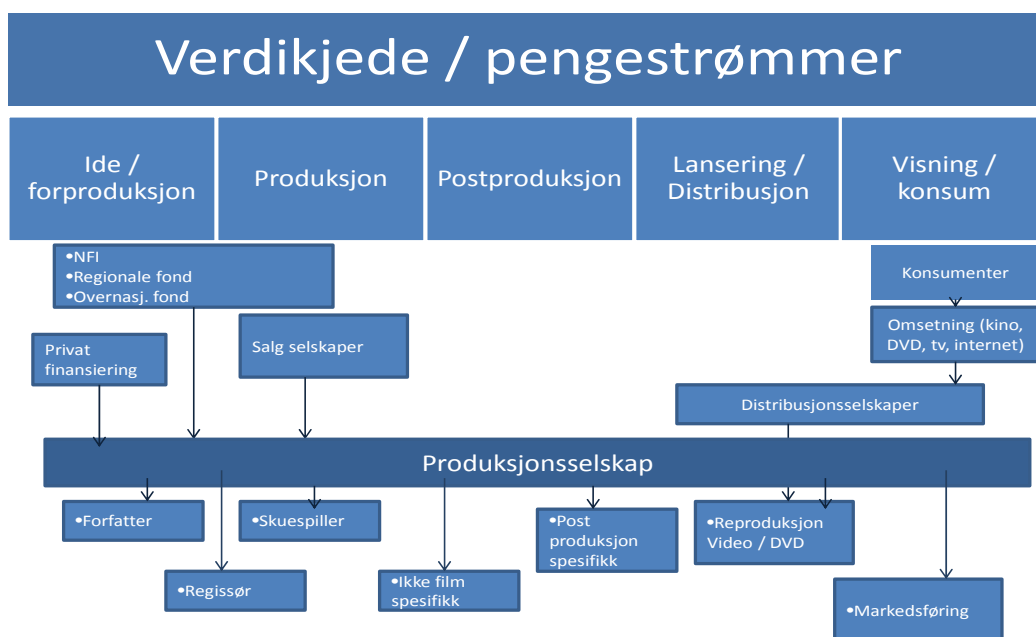
Film og musikk er to svært ulike bransjer når det kommer til organisering, forretningsmodeller og tilgjengelige virkemidler. Vi vil derfor gå litt nærmere inn på hver av bransjene.

4.2 Virkemidler nasjonalt for film

Finansiering av norsk filmproduksjon er i mange tilfeller komplekst. Det er mange aktører involvert både på finansierings- og utgiftssiden. Investering og finansiering for å realisere en filmproduksjon kommer fra flere ulike kilder. Disse ulike finansieringskildene og utgiftene er forsøkt illustrert i figuren under, der produksjonsselskapene har en helt sentral rolle i utvikling og realisering av den ferdige filmen. Pilene som går inn til produksjonsselskapet illustrerer inntekter, mens pilene ut representerer kostnader.

¹⁵ Noen relevante ordninger knyttet til utvikling av kulturnæringene er Cultiva fondet i Kristiansand, Ipark i Stavanger, Papirbredden Innovasjon/Union Scene i Drammen, Introfondet Tromsø (nå avvirket) samt kultur- og næringshager som Tinved Kulturhage i Verdal eller Hermetikken Næringshage i Vadsø.

Figur 20 Verdikjede / pengestrømmer



Kilde: etter Nielsen 2009

Et filmprosjekt kan ha ulike finansieringsmodeller (www.nfi.no):

1. Tilskudd etter markedsvurdering til produksjon av kinofilm; (såkalt 50/50 film). NFI finansierer halvparten av kostnadene, og produsentene må reise resten av kapitalen selv. Blir gitt etter en helhetlig vurdering av filmen, men der spesielt publikumspotensialet blir vektlagt.
2. Tilskudd etter kunstnerisk vurdering til produksjon av kinofilm (konsulentfilm). Blir også gitt etter en helhetlig vurdering, men det kunstneriske og kreative blir mer vektlagt. Kan dekke opp til 75prosent av kostnadene.
3. Private investeringer; her blir all produksjonskapital reist av produksjonsselskapet. Disse filmene kan imidlertid også søke om etterhåndstilskudd fra NFI.

Oppsummert kan man si at finansiering og pengestrømmer i norsk filmindustri i stor grad er avhengig av offentlige midler og at NFI står i en særstilling som finansieringskilde. Like fullt er andre finansieringskanaler viktig for å realisere prosjekter, som for eksempel regionale filmfond. Det er en håndfull produksjonsselskaper står for det vesentligste av filmproduksjon, men det finnes tallrike, mindre selskaper bak disse som også spiller en viktig rolle for det totale bildet som utgjør norsk filmindustri.

For filmskaperne i Trøndelag har Fritt Ord og Kulturrådet, og da spesielt Fond for lyd og bilde, vært med på å finansiere prosjekter.

Tabell 12: Fritt Ord – bevilgninger til trøndersk film 2009 - 2013

2010	Tildelingssum
Faction Film, Produksjon av dokumentarfilmen "Helsefabrikken", regi: Håvard Bustnes	150 000
Femmina internasjonale filmfestival, Femmina internasjonale filmfestival 2010	100 000
Trondheim Dokumentarfestival, Trondheim Dokumentarfestival 2010	50 000
Høylandet Film & TV produksjon, Produksjon av dokumentarfilmen "Bastesen – en heimføring i	175 000
Totalt	475 000
2011	
Trondheim Dokumentarfestival ved PK-Trøndelag, Trondheim Dokumentarfestival	75 000
Totalt	75 000
2012	
Faction Film, Produksjon av dokumentarfilmen "The Money Movie"; regi: Håvard Bustnes	200 000
Totalt	200 000
2013	
Kristin Nordsæther, Utvikling av dokumentarfilmprosjektet "Ole + Kristin = Sant", om å leve sammen med en blind, Murre film, Trondheim	50 000
Faction Film, Produksjon av dramadokumentaren "Glamour for Goebbels"; regi: Håvard Bustnes	150 000
Totalt	200 000
Totalt 2009-2013	950 000

Fritt Ord deler ut midler på bakgrunn av utbytte de får på sitt eget finansieringsfond. Dette har variert fra 97,2 mill i 2010, 77,3 mill i 2011, og 84,6 i 2012 (se Tabell 12). Andelen som har gått til Trøndelag varierer fra år til år og er ikke stor, men viktig for den regionale filmbransjen.

4.3 Virkemidler regionalt for film

Det regionale virkemiddelapparatet for film i Trøndelag er relativt oversiktlig og ryddig. Flere aktører har gått sammen og spisset innsatsen mot noen tiltak, som i det vesentligste utøves av to regionalt eide aksjeselskaper med utfyllende roller. Midtnorsk filmsenter, Filminvest Midt-Norge (tidl. Midtnorsk Filmfond) samt et delvis Interreg-finansiert prosjekt, Midt-Norsk Filmkommisjon, med fokus mot å selge regionen som innspillings- og produksjonssted.

Midtnorsk filmsenter AS

Filmsentret ble etablert i 2005 som et aksjeselskap eid av Nord-Trøndelag og Sør-Trøndelag fylkeskommuner og Trondheim kommune. Etableringen er kulturpolitisk forankret og skal bidra til faglig og kunstnerisk utvikling av den regionale filmbransjen.

Filmsentret forvalter direkte virkemidler til utvikling og produksjon av film, med et fokus på kort-, dokumentar- og animasjonsfilm. Dessuten forvalter de midler til kompetanseutviklende tiltak, som kurs, rådgiving samt utvikling av faglige nettverk.

Dessuten har virksomheten kulturpolitiske målsettinger for film, og at bransjen som helhet stimuleres til kunstnerisk og faglig utvikling.

I 2006 ble Filmfondet etablert som et aksjeselskap eid av Nord-Trøndelag og Sør-Trøndelag fylkeskommuner og Trondheim kommune. Etableringen er både kultur- og næringspolitisk begrunnet. Det har som Filmsenteret finansielle virkemidler, gjennom at de støtter utvikling og tilbyr finansieringsordninger for produksjon av film, fjernsynsserier, dataspill: Dessuten har de kompetanseutviklende tiltak, samt rådgivning med mål å bidra til utviklingen av faglige nettverk.

I en evaluering fra 2007 konkluderte PricewaterhouseCoopers med at Midtnorsk filmsenter i stor grad hadde oppfylt de målsetningene som ble stilt og som er nedfelt i vedtektene. På noen områder hadde senteret kommet lenger enn målsetningen. Det var for tidlig å ta en fullverdig gjennomgang av Midtnorsk filmfond. I evalueringen ble det anbefalt et tydeligere skille mellom filmfondet og filmsenteret.

Filminvest Midt-Norge AS

I 2013 skiftet Midtnorsk Filmfond AS navn til Filminvest Midt-Norge AS. Begrunnelsen var å gjøre skillet mellom filmsenter og filmfond tydeligere for brukere og publikum.

Filminvest bevilget i 2013 til sammen 7,76 millioner til 12 ulike prosjekter; 4 spillefilmer, 3 kinodokumentarer, 3 TV-produksjoner og ett dataspillprosjekt. Året før var bevilgningen betydelig lavere med til sammen 1,473 millioner, men man støttet flere prosjekter (15 stk). Dette kan forklares med at det ble gitt mer i utviklingsstøtte enn produksjon.

Filminvest Midt-Norge er det regionale filmfondet som klarer å utløse mest regionale midler med 4,12 kroner per statlige krone. Det regionale filmfondet blir trukket fram som en viktig grunn til filmbransjens vekst i Midt-Norge (Ryssevik m.fl. 2014b). Om geografisk spredning av filmnæring er viktig for nasjonale myndigheter, bør man satse på de regionale filmfondene¹⁶.

Midtnorsk filmkommisjon

Filmkommisjonen jobber med å få filmer til å bli produsert i regionen. Dette var fram til sommeren 2014 et delvis Interreg-finansiert prosjekt - Mid Nordic Film Region. De samarbeidet om å markedsføre Trøndelag, Jämtland og Västernorrland som innspillingssteder for film. Man markedsfører både lokasjonen og filmkompetansen i regionen. Det er etter det vi har forstått, usikkert om dette prosjektet videre føres.

Det er flere og flere land, stater og regioner som tilbyr ulike typer incentivordninger for film. Dette betyr at produsentene får dekket en viss andel av produksjonskostnadene av myndighetene hvor filmen spilles inn. Incentivene kan ta ulike former som skattelett,

¹⁶ <http://www.dagsavisen.no/kultur/filmkronesuksess-i-vest/>

direkte støtte, tilbakebetaling av direkte kostnader, gratis lokasjon m.m. Norge er et av de få landene i Europa som ikke har en slike insentivordninger. Intensivordninger er med på å hindre utflagging av film- og tv-produksjoner, og for å tiltrekke utenlandske produksjoner. Offentlige myndigheter ser at filmproduksjon kan være lønnsomt næringsmessig gjennom økt sysselsetting og kjøp av varer og tjenester. Det kan også være av mer indirekte art, som for eksempel økt turisme. I Norge er det nylig utarbeidet en utredning som anbefaler innføring av en incentivordning også her til lands (Oslo Economics 2014). Det er rimelig å anta at en slik type ordning vil være mest gunstige for de regionale filmmiljøene.

Filmfabrikken

Tindved Kulturhage er en av få næringshager med et eksplisitt fokus på kulturnæringer. De er en del av SIVA-systemet. SIVA er statens virkemiddel for tilretteleggende eierskap og utvikling av bedrifter og nærings- og kunnskapsmiljøer i hele landet. Selskapet har et «særlig ansvar for å fremme vekstkraften i distriktene». SIVA har bl.a. bidratt til etablering av næringshager hvor kulturbedrifter inngår, i tillegg til Tindved kan blant annet Sunnmøre Kulturnæringshage nevnes. En næringshage samlokaliserer mindre bedrifter for å fremme vekstkraft, samarbeid og faglig utvikling. Tindved jobber med kulturnæringer og kreative næringer. Arbeidet skal bidra til etablering av nye bedrifter og nye arbeidsplasser, samt økt lønnsomhet og gi grunnlag for vekst i etablerte bedrifter. Tindved ligger i Verdal i Nord-Trøndelag, og i nabokommunen Levanger ligger Filmfabrikken. Dette er en samlokalisering av bedrifter innen foto, film- og TV produksjon. I Filmfabrikken er det lokalisert både foretak spesialisert på produksjon, post-produksjon samt produsentselskaper.

I følge informanter var kommunen sammen med TMM produksjon AS (et lokalt forankret produksjonsselskap for TV og dokumentarfilm) helt avgjørende for etableringen av Filmfabrikken. Både kommunen og næringslivet har gått inn gjennom investeringer og langsiktige forpliktelser, og det er tydelig at dette er utløsende for å få etablert denne samlokaliseringen.

4.4 Virkemidler nasjonalt for musikk

Det offentlige er den mest betydelige aktøren i musikkfeltet i Norge og er involvert på utallige nivåer og i samtlige ledd, også i det næringsbaserte området. Fra kommunale kulturskoler, musikkordninger og som eier/utleier av kulturlokaler primært rettet mot skapende og utøvende ledd i verdikjeden, til direkte og indirekte finansiering av kommersielle prosjekter via diverse tilskuddsordninger. Slike offentlige tilskudd- og støtteordninger er utvilsomt en viktig finansieringskilde for både amatørsegmentet og den profesjonelle delen av musikkbransjen. Det finnes et stort og variert mangfold av slik finansieringsstøtte rettet mot samtlige ledd i verdikjeden, i tillegg har de fleste kommuner og fylkeskommuner egne tilskuddsordninger for kulturfeltet. Eksempelvis har Trondheim

kommune Kulturfondet, Kulturstipend, Strakstiltak kunst og kultur, Tilskudd til festivaler, Tilskudd til kunst- og kulturtiltak, for å nevne noen. Tilsvarende ordninger finnes også på fylkeskommunalt nivå, slik som Sør-Trøndelag fylkeskommunes Tilskudd til kulturaktivitet. Av andre offentlige engasjement på dette nivået er det verdt å nevne nyere tiltak i form av såkalte ressursentra som Namsos Rock City og Festival- og arrangementskontoret til Trondheim kommune. Rock City fikk i utgangspunktet et nasjonalt mandat og var som sådan ikke direkte en del av det regionale virkemiddelapparatet i Trøndelag. Rock City tok etter hvert også en mer regional rolle, der også lokale musikere/band kunne få rådgiving, kursing etc. I statsbudsjettet for 2014 ble overføringene til Rock City kuttet, slik at styret ikke mener det er grunnlag for videre drift. Det meste tyder på at Rock City blir lagt ned i løpet av 2015.

I denne analysen er fokuset på musikknæringen, altså den delen av musikkbransjen som i størst grad har et fokus mot det kommersielle. Med dette mener vi at profitt er en uttalt målsetning. Det er deler av musikkbransjen som i større grad har fokus mot det kunstneriske, der man har innfunnet seg med at det kommersielle gjennomslaget vil være begrenset. Dette er gjerne en del av musikken som i større grad er avhengig av offentlig støtte. Vi vil understreke at det ikke er noen klare grenseganger her – noen av de mest kommersielle bandene og utøverne mottar eller har mottatt offentlig støtte, mens flere utøvere innen hva som i utgangspunktet er smale sjangere lever av salg til et betalende publikum. Like fullt forsøker vi å avgrense oss til den delen av bransjen der det næringsmessige aspektet er tydeligst, eller som det heter i Strategiplan for Kulturnæringer for Trøndelag 2009 – 2016: «flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter» (Sør-Trøndelag fylkeskommune m.fl. 2009).

Musikkfeltet i Norge er et meget variert og sammensatt, men et usedvanlig komplekst sett av pengestrømmer og koblinger mellom forskjellige ledd og aktører i hele verdikjeden¹⁷. Dette byr utvilsomt på store utfordringer for det offentlige virkemiddelapparatet og det er dessuten problematisk å håndtere grenseoppgangen mellom musikk som næring med kommersielle hensikter og andre former for musikalsk kunst- og kulturformidling.

¹⁷ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kmd/dok/nouer/2013/nou-2013-2/7/1.html?id=711052>

Tabell 13: Eksempler på tilskuddsordninger for musikk

Tilbyder	Hva
Music Norway	Reisetilskudd, promotilskudd, eksportprogram, INTRO komponist, relokaliseringprogram etc.
Fond for lyd og bilde	Fonogramutgivelser, musikk – turné/ arrangør/ komposisjon, tekst - tekst til musikk, markedsføring av fonogrammer/ musikkvideo.
Fond for utøvende kunstnere (FFUK)	Innspilling av fonogram, prosjektstøtte, reisestøtte, kurs-/seminarvirksomhet og stipend for videreutdanning.
Norsk kulturråd: Musikerordningen	Turnévirksomhet og konsertproduksjon.
Norsk kulturråd: Publiseringstøtte	Musikkinnspillinger.
Norsk kulturråd: Musikkensembler	Musikkproduksjoner.
Komponistenes vederlagsfond	Skapende tonekunst, uansett genre
Det norske komponistfond	Finansiering av bestillingsverk og prosjektverk
Tekstforfatterfondet	Fordypningsstipend, arbeidsstipend, utstyrsstipend og reisestipend.
UD reisestøtte	Reise- og oppholdskostnader i forbindelse med profesjonelle norske musikeres offentlige konserter i utlandet.
Musikkutstyrsordningen (MUO)	Tilskudd til utstyr for spillesteder, klubber, arrangører, øvingsfelleskap, samt til utvikling av øve- og fremføringslokaler for rytmisk musikk.

På nasjonalt nivå befinner det seg et omfattende og variert utvalg av tilskuddsordninger; samtlige ledd, inkludert samtlige aktørkategorier, har tilbud som etter vår vurdering i noen grad er tilpasset relevant behov (se Tabell 13). Anslagsvis finnes det ca. tusen støtteordninger som i en eller annen form er rettet mot musikkfeltet.¹⁸ Veldig få av disse må kunne sies å ha næringsutvikling som formål. Formålene er i all hovedsak å yte direkte finansieringsstøtte til konkrete kunst- og kulturprosjekter. Ofte er slike tilskudd en forutsetning for at aktivitetene kan gjennomføres og/eller til reduksjon av et forventet underskudd. Av samtlige ordninger listet i er det kun Music Norway som i noen grad kan sies å ha et næringsperspektiv hvor begreper som verdiskaping, eksport og forretningsplan benyttes i merkantil betydning. I denne sammenhengen bør også Innovasjon Norges nysatsing for økt verdiskaping og profesjonalisering i kulturnæringen nevnes, som ble startet i 2013 som en konsekvens av regjeringens nye handlingsplan for kultur og næring, og hvor såkalte «kompetansebyggende tiltak» står sentralt. Innovasjon Norge skal samarbeide med Norsk Kulturråd i utviklingen av dette virkemiddelet. Det bør også nevnes at Rock City over flere år jobbet med å få på plass en helhetlig infrastruktur som har til hensikt å skulle systematisk produsere kompetanse for næringsutøvelse innen musikkfeltet. Organisasjonen selv anser seg for å være 90 prosent ferdig med dette arbeidet (personlig intervju, oktober 2014). På grunn av kutt i overføringene via statsbudsjettet tyder det meste på at Rock City vil bli avvirket i løpet av 2015.

¹⁸ Jf. <http://www.kulturcash.no/>

4.5 Virkemidler regionalt for musikknæring

Det har vist seg å være utfordrende å kartlegge det næringsorienterte virkemiddelapparatet for musikk på bakgrunn av informasjon fra bransjeaktører i regionen, da disse selv ikke ser ut til å ha veldig god oversikt over hvilke ordninger som eksisterer. På såkalt grasrotnivå er det generelt dårlig kunnskap om det regionale virkemiddelapparatet og dets støtteordninger. Innen det som kan karakteriseres som det profesjonelle, kommersielle musikkfeltet er artister og managere ofte av den oppfatning at det er få støtteordninger å søke på for dem, og trekker ofte frem festivalarrangører som en spesielt favorisert gruppe. Interessen for å orientere seg i retning av Innovasjon Norge og andre «høy-terskel»-ordninger kan i beste fall sies å være avmålt; det er liten tro på at slike anstrengelser vil kunne bære frukter.

MINK

Midtnorsk kompetansenettverk for rytmisk musikk (MINK) er et samarbeid i form av en avtale mellom fem organisasjoner med tilknytning til regionen: Rock City Namsos, Stiftinga Hilmar Alexandersen, Tempo, Midtnorsk jazzsenter og Molde International Jazz Festival. Nettverket ble dannet på bakgrunn av *Stortingsmelding 21 (2007 – 2008) Samspill*¹⁹ og dokumentets formulerte mål kan ikke sies å ha et utpreget næringsperspektiv; det er i første rekke aspekter som *tilbud, tilgang og kvalitet* som vektlegges. Næringsperspektivet kan heller ikke sies å stå sentralt i formålene det redegjøres for på MINKs egne hjemmesider²⁰, hvor fokuset i hovedsak er på *utvikling og kompetanseheving*. Dette står ikke nødvendigvis i et motsetningsforhold til næringsutvikling, men det stilles spørsmål ved om det er riktig å anse MINK som en del av virkemiddelapparatet som er direkte relevant for typiske næringsaktører innen musikkbransjen. Dog er det to av partnerne i nettverket som kan sies å ha en slik funksjon; Rock City, som formelt sett har et nasjonalt mandat, og Tempo.

I en evaluering av ordningen med regionale kompetansenettverk for musikk anbefales det at denne avvikles i sin nåværende form (Forss m. fl. 2012). Denne evalueringen har hatt betydning for fylkeskommunenes vilje til medfinansiering. I evalueringen har finansiert en rekke nye tiltak som har kommet deler av de rytmiske musikkmiljøene, uklarhet omkring begrepet "kompetanse" og utfordringer med hensyn til organisering og medfinansiering fra fylker og kommuner. Evalueringen har ført til at nye retningslinjer for regionale kompetansenettverk/-sentre for musikk ble vedtatt Kulturrådets arbeidsutvalg i møte 20.05.2014. Der er fokuset på at de kompetansehevende tiltakene skal rette seg mot profesjonell produksjon og formidling vektlagt. Det understrekes blant annet at disse virkemidlene er til for aktører utenfor utdanningsinstitusjonene, og ikke er ment for

¹⁹ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/regpubl/stmeld/2007-2008/stmeld-nr-21-2007-2008-.html?id=509182>

²⁰ <http://minkmusikk.no/>

musikkfaglig eller kunstnerisk kompetanseheving. Kompetansesentrene skal selv definere kompetanse og kompetansebehov og tiltak og disse må settes i sammenheng med allerede eksisterende regionale tilbud. Videre heter det man bør stimulere det frie musikkfeltet som næring gjennom økt entreprenørskap og profesjonalitet. Det er også et krav om at regionen skal bidra med minimum 40 % av finansieringen.

Tempo/Trondheim Calling

Foreningen Tempo ble opprinnelig stiftet i 2005 og har bl.a. hatt som uttalt formål å «skape et naturlig samlingssted for musikknæringsaktører» og har senere også hatt som ambisjon å «bli et kompetansesenter for rytmisk musikk i hele regionen». Det økonomiske omfanget må kunne sies å være relativt beskjedent og organisasjonen hadde i 2013 kun 699 470 i driftsinntekter, hvorav 250 000 var støtte fra Trondheim kommune. Tempo har åpenbart ikke ressurser til å yte finansiell støtte til næringsaktører, men fremstår som en del av virkemiddelapparatet innen kompetanse og bedriftsnettverk, via «lavterskel» rådgivnings- og seminarvirksomhet, i tillegg til prosjekter som Trondheim Calling og Eksportskolen. Tempo retter seg hovedsakelig mot den delen av musikkbransjen som kan sies å ha et kommersielt potensial, og et godt eksempel er arrangementet Song:Expo, hvor det åpenbart ikke legges skjul på hva suksesskriteriene er: «Campen ble en suksess med over 50 låter skrevet, hvorpå 24 % har blitt solgt i ettertid.»²¹

Generelle virkemidler

Jf. *Handlingsplan for kulturnæringer i Trøndelag 2014-2016*²² og *Strategiplan for kulturnæringer i Trøndelag 2009-2016*²³, så er det også en rekke mer generelle ordninger som er tiltenkt en rolle i virkemiddelapparatet for musikknæringen, som f.eks. Innovasjon Norge, næringshagene, Fylkeskommunene, Trondheim kommune og t.o.m. VRI Trøndelag («Motivere bedrifter, bransjenettverk og klynger innen kulturnæringer i Trøndelag til å aktivt bruke virkemidler innen FoU (VRI, Skattefunn, etc.)»). Mentor-programmet og andre gründertilbud hos Innovasjon Norge kan åpenbart ha relevans også for aktører innen musikknæringen og det er f.eks. artister som har deltatt på ungdomstilbudet Alkymisten og senere «avansert» til etablererstipend. I motsetning til f.eks. MINK, så har Innovasjon Norge næringspotensial som en forutsetning for sine virkemidler, og muligheter for et internasjonalt marked er også foretrukket.

²¹ <http://tmpo.no/wp-content/uploads/%C3%85rsrapport2013+regnskap-pdf.pdf>

²² http://www.ntfk.no/bibliotek/saker/2013/FR/vedlegg%20oktober/Vedlegg%201%20Handlingsplan%20for%20kultur%20n%C3%A6ringer%20i%20Tr%C3%B8ndelag%202014%20-%202016%20docx%20336222_1_0.pdf

²³ <http://www.ntfk.no/bibliotek/saker/2013/FR/vedlegg%20oktober/Vedlegg%202%20Handlingsplan%20kultur%20n%C3%A6ringer%20Strategiplan.pdf>

Sammendrag

Utvalget av virkemidler rettet mot musikkbransjen i Trøndelag som kan sies å være spesielt utformet med et formål om å utvikle flere «lønnsomme bedrifter» fremstår som begrenset, men det ingen tungtveiende grunner til at ikke de overordnede ordningene og tjenestene skulle være formålstjenlige også for næringsaktører innen musikkfeltet. Det er få tegn til systematisk samarbeid og koblinger mellom de eksisterende delene av virkemiddelapparatet. Selv om det finnes eksempler på samarbeid på tvers av virkemiddelapparatet på det regionale nivået mellom kommuner, fylkeskommuner og Innovasjon Norge, er dette etter vår mening underutviklet. Det ligger et stort potensial i samordning og samarbeid. Dette gjelder også opp mot nasjonale institusjoner som Kulturrådet og Music Norway.

5 ANALYSE OG VURDERING AV VIRKEMIDDELAPPARATET

I dette kapitlet vil vi redegjøre for hva vi har kommet fram til gjennom intervjuer med nøkkelinformanter. Dette dreier seg om i alt 21 intervjuer, med 10 representanter fra virkemiddelapparatet og 11 fra bransjene. Ut i fra dette datagrunnlaget er det enkelte områder som skiller seg ut.

På samme måte som bransjene er ulike er virkemidlene ulike. I musikk er det en fragmentering, der det er mange små aktører med mange små prosjekter. Det ser ut til å være en dreining av innretningen av virkemidler mot festivalfeltet. Dette speiler det nasjonale og globale musikkmarkedet der mer og mer av inntektene kommer fra live-spillinger, på bekostning av innspilt musikk.

5.1 Film

Som kapitlet på økonomi og regnskap tidligere har vist er filmbransjen i Trøndelag inne i en god periode. Det er en vekst i antall bedrifter, og gjennom intervjuene fikk vi en klar indikasjon på at flere talenter søker seg mot regionen fordi man ser at film er en mulig karriere.

Det er faglige utfordringer med å analysere filmindustrien. Dette er en bransje preget av prosjektorganisering, med alt hva dette betyr av temporære organisasjoner og ansettelser. Dessuten er denne bransjen som de fleste andre, inne i en rivende utvikling drevet av digitalisering og internettbasert teknologi. Dette åpner opp nye muligheter, blant annet ved å senke produksjonskostnader for enklere produksjoner, men kan også gi økte kostnader ved at de teknologiske løsningene for større produksjoner blir stadig mer avanserte.

I denne analysen ser vi på film og musikk. Film er på mange måter mer oversiktlig enn musikk. Det er færre prosjekter, færre aktører og færre kilder for virkemidler. Dessuten innehar produsentene en helt sentral rolle når et filmprosjekt realiseres fra ide til ferdig produkt. Produsenten har det overordnede ansvar for hvordan prosjektet planlegges, finansieres, produseres og distribueres. Produsenten koordinerer hele prosessen og vil som regel ha ansvar for finansiering og økonomisk styring, samt ansettelse av hovedaktører som regissør og skuespillere. I Norge er Den norske filmskolen som er en avdeling på Høgskolen i Lillehammer den eneste som tilbyr offisiell utdanning av produsenter.

Denne nøkkelrollen som produsenter har i filmproduksjon har man tatt til følge i hvordan man har rigget virkemiddelapparatet i Midt-Norge. Filmsenteret (FS) og Film-Invest er de viktigste finansieringskildene regionalt, og tilbakemeldingene fra bransjen er i det store og hele entydig positive. Som en informant mente: «Virkemiddelapparatet fungerer bra slik det – selv om det selvsagt hadde vært bra med mer penger, slik at de kunne støtte flere prosjekter».

Filmsenteret / FilmInvest

De aller fleste informantene vi snakket med, både de som jobbet i virkemiddelapparatet og i bransjen trakk fram den jobben som har blitt gjort og gjøres i Filmsenteret og FilmInvest. Flere av informantene beskrev dette som et skifte i den Trønderske filmbransjen, og en av informantene beskrev dette som starten på den profesjonelle filmbransjen i regionen. Dette sammenfaller med hva vi fant i kapittelet om økonomi og struktur. Sysselsetting, omsetting og verdiskaping har hatt en betydelig vekst siden ca 2006, som sammenfaller med oppstarten av to førnevnte organisasjoner.

De fleste filmer som blir produsert i Norge og Europa for øvrig, er finansiert ved hjelp av en blanding av offentlige og private penger. Kulturutredningen (Kulturdepartementet 2013) omtaler dette som "blandingsøkonomi" og peker på filmfeltet, sammen med litteratur og det frie musikkfeltet, som de områdene som har fått best uttelling som følge av kulturløftet.

I det følgende vil vi gå inn på de grep og strategier som vi mener er spesielt heldig.

Strategi og fokus på produsentledet: Filmsenteret og Filminvest har vært strategiske i sitt arbeid. Det ser ut til at de bevisst har satset på de mest profesjonelle. Blant annet ble det etablert klare krav til søkerne. Man ville se på hva pengene fra det regionale filmfondet ble brukt til. Dette luket ut noen mer useriøse aktører, og gjorde søknadsbunken adskillig tynnere. Samtidig gikk man proaktivt inn i prosjekter, og kom med råd og hjelp i ulike faser i prosjektene. Filmsenteret har jobbet mye med produsenter i en erkjennelse av at disse er nøklene for å få en mer profesjonell filmbransjen. Det er de som bemanner prosjektert, som alle filminnspillinger egentlig er. De setter med andre ord premissene.

Produksjon av filmer skjer stort sett av selskaper med svært få faste ansatte, men som engasjerer (hyrer inn) fagfolk i kortere eller lengre perioder mens filmen blir ferdigstilt. Finansieringen er ofte den mest tidkrevende fasen, når finansieringen er på plass, skjer ofte selve innspillingen og post-produksjonen relativt raskt. Nøkkelrollen når det gjelder finansiering er som regel produsenten.

Samtidig er krav om realistiske budsjetter et viktig premiss. Dette gjør at man kan hyre inn frilansere, som filmbransjen både er avhengig og dominert av. Den nasjonale filmbransjen lokalisert i Oslo er basert på frilansere, og dette har det vært en tradisjon for lenge. Dette

var en relativt fremmed måte å organisere produksjoner i regionen, som en informant sa «i Trondheim gjorde alle alt selv». Kompetanse fantes, men man var nødvendigvis ikke kjent for hverandre. Dette har endret seg. Gjennom realistiske budsjetter der det er rom for å hyre inn fagfolk har man utviklet spesialister. Dette er nødvendig om bransjen skal profesjonaliseres.

Flere av informantene trakk også fram at stemningen og selvfølelsen i den regionale delen av bransjen har endret seg til det bedre. En sa: «Vi følte at vi vi var veldig langt unna Oslo, der de proffe jobbet og pengene var». Prosessen mot en mer profesjonell bransje betyr mye for selvtilliten.

Kvalitetssikring av søknader og prosjekter: Norsk filmpolitikk har vært inne i en positiv utvikling i de siste årene med økte økonomiske rammer. Markedet for norsk film har hatt en betydelig vekst de siste tiårene; i 2013 hadde norske filmer en markedsandel på kino på 23 prosent, noe som tilsvarer nesten en dobling siden 2005 (Ryssevik m .fl. 2014). Samtidig er ikke filmbransjen spesielt robust og filmproduksjon skjer i all hovedsak gjennom offentlige tilskuddsordninger. Trøndersk filmbransje ser ut til å være gode på å kombinere regional finansiering med nasjonal midler. Blant annet hadde søknader fra Midt-Norge høyest godkjenningssrate av alle regionene i Norge, selv om den totale delen av potten var relativt beskjeden (Ryssevik m. fl. 2014). På samme tid har den regionale bransjen i Trøndelag vært flinkest i landet på å bruke nasjonale midler til å utløse regional medfinansiering. For hver statlige krone man fikk, har man klart å utløse 4,12 regionale kroner.

Dette gir klare indikasjoner på at bransjen har blitt bedre til å utvikle prosjekter og at dette avspeiles i søknader til nasjonale og regionale myndigheter. Dette ble også bekreftet i intervjuer, der denne delen av finansieringsprosessen ble vektlagt både hos bransjen og virkemiddelaktørene. Arbeidet med å utarbeide søknader er en god kvalitetssikring, der de mindre profesjonelle og de som ikke har tilstrekkelig kompetanse blir luket ut.

Den regionale finansiering er i mange tilfeller den første som faller på plass. I det møysommelige arbeidet finansiering av filmproduksjoner ofte er, blir det å «få hull på byllen» sentralt. En finansieringskilde trekker ofte flere med seg. I og med den profesjonaliseringen man har satset på i utvikling av prosjekter og søknadsskriving, er også den lokale finansieringen en god indikasjon på om man vil få tilslag hos andre finansierer. Organisering av den lokale søkeprosessen bidrar til at en i større grad når gjennom i nasjonale finansieringsordninger. Flere av bransjeinformantene understreket at lokale tilslag åpnet dørene hos nasjonale finansierer og da i fremste rekke NFI.

Arbeidsdeling: Det ser ut til å være en god arbeidsdeling i virkemiddelapparatet for film. Man er samkjørte og har klart avgrensede roller. I tillegg besitter men den nødvendige kompetansen.

Som en av informantene uttalte: «Målet er kunsten, men en forutsetning er solide bedrifter». Det jobbes mer med næringsutvikling og tilleggende problemstillinger, enn med de mer rene kunstneriske spørsmålene. Det understrekes at de to delene henger sammen, og at det er viktig å få med hele næringen.

Bransjeutviklende tiltak: Det er også satset på bransjeutviklende tiltak, som kurs og nettverking. Her har målgruppen vært hele filmbransjen og ikke avgrenset til produsentleddet. I følge tilbakemeldinger fra informanter er dette positivt med konkrete resultater. Det har vært et fokus på det kommersielle, på det som fungerer. I bransjen virker det som man har fått gjennomslag for ideen om at dette er viktige premisser for en profesjonell utvikling av bransjen.

Virkemiddelapparatet ser ut til å være godt kjent med aktørene i bransjen. Dette er delvis gjort gjennom en kartlegging av bransjen og daglig samhandling. Filmsenteret og Filminvest har opptrådt proaktivt ved at har inviterte aktørene inn for presentasjon av seg selv. Dette har blitt veldig positivt mottatt. Aktørene ble kjent med hverandre og begynte å benytte hverandres tjenester. Det har skjedd en endring der man nå kan få nesten alle tjenester internt i den regionale filmbransjen.

Filmsenteret har initiert og fasilitert arbeidet med et forum for postproduksjon. Dette har betydd mye for etableringen av forumet, selv om det økonomiske bidraget var lite. Dette er et tiltak som er med på å styrke hele bransjen. Det er mulig å gjøre større deler av produksjonen regionalt, og er et steg mot en profesjonalisering av bransjen.

Informantene kunne melde om et godt samarbeidsklima i bransjen. Selv om man i utgangspunktet konkurrerer om begrensede midler og oppdrag, samarbeider man når produksjonen er i gang. Det at man deler på kunnskap, kontakter og oppdrag er en forutsetning for at dette skal fungere. Filmsenteret har vært viktige for å skape denne samarbeidsholdningen. Man arrangerer bransjesamlinger, som tidligere hadde form som faglige kurs. Nå er behovet endret og det er mer fokus på nettverk. Som en informant uttalte: «Når Filmsenteret inviterer møter folk opp». Det ser ut til at Filmsenteret har brukt denne posisjonen til riste folk sammen.

5.2 Andre ordninger rettet mot film

Filmsenteret og Filminvest er kjernen i det regionale virkemiddelapparatet, men det er andre aktører som i større eller mindre grad støtter film som næringsaktivitet. Vi vil trekke fram noen.

Innovasjon Norge. Sammen med Norsk kulturråd har Innovasjon Norge startet en satsing som skal bidra til økt profesjonalisering, innovasjon og kommersialisering av

kulturnæringene, noe som antagelig forutsetter økt kunnskap om karakteristika ved og interaksjonen mellom aktører i både kulturfeltet og kulturnæringene. Det er flere eksempler på at Innovasjon Norge i trøndelagsfylkene har støttet filmprosjekter, men da er det ofte med tilleggsmotiver utover selve filmprosjektet. Det er ofte en reiselivssatsing som ligger under, der et film eller TV prosjekt fra regionen antas å gi verdifull markedsføring og eksponering av stedet som turistdestinasjon. Det er like fullt flere eksempler der Innovasjon Norge har bidratt til bedrifter i filmbransjen. Det viktigste tiltaket er kanskje "Alkymisten" et kursopplegg for etablerere. Dette er et gründerkurs som retter seg mot unge etablerere – 18 – 35år. Der jobber man med sin egen forretningsidé, og får blant annet oppfølging av mentorer. Dette er ikke bransjespesifikt, men er av flere trukket fram som meget nyttig for nystartede bedrifter i både film- og musikkbransjen. Dette er det bare Nord-Trøndelag som tilbyr.

Filmfabrikken: I Nord-Trøndelag er nok det viktigste virkemiddelet spisset mot filmbransjen Filmfabrikken. Dette er som nevnt tidligere i rapporten et underbruk av Tindved kulturhage. Det er en bygningsmasse der flere selskaper i film- og tv-bransjen er samlokalisert. Filmfabrikken har blitt drevet fram i stor grad ved hjelp av lokale initiativ og energi. Produksjonsselskapet TMM er lokalisert der, og var en pådriver for å få det etablert. Levanger kommune var sentral i etableringen av Filmfabrikken, og Høyskolen i Nord-Trøndelag har hatt en aktiv rolle. Filmfabrikken ble av en av informantene beskrevet som en regional motor, og et bra lavterskeltilbud for unge som vil inn i bransjen.

Virkemidler for Regional Innovasjon (VRI): Målsetningen til VRI Trøndelag er at de skal bidra til forskningsbasert innovasjon og verdiskaping i trøndersk næringsliv. VRI Trøndelag har hva de kaller opplevelsesnæringer som et satsingsområde. Under denne betegnelsen faller både film og musikk. Tradisjonelt har det vært lite forskning i disse bedriftene, men mye utvikling. Dette kan endres med målrettet innsats over lang tid ifølge vår informant. VRI representerer de «laveste trinnene» i trappa opp mot FoU. De har vært inne i flere prosjekter, men disse har gjerne et fokus på teknologi. VRI Trøndelag har også jobbet en del mot Filmfabrikken, både selve Fabrikken og enkeltbedrifter lokalisert der. De har blant annet støttet et prosjekt i regi av TMM Produksjon på digitalisering og visuelle effekter. I og med at opplevelsesnæringer er et satsingsområde er VRI å anse som en del av virkemiddelapparatet, og spesielt for teknologiintensive prosjekter er de relevante.

5.3 Diskusjon

Filmbransjen i Trøndelag ser ut til å være inne i en meget positiv utvikling. Like fullt er det et lite, og sårbart miljø. Bransjen er bygget opp som en frilanskultur og «alle» har enkeltmannsforetak. Filmsenteret mottar anslagsvis søknader fra 40 selskaper hvert år. Det er omtrent halvparten av prosjektene som mottar midler, og det igjen omtrent 10 selskaper som utgjør kjernen. Det er med andre ord et lite miljø. For å få en mer robust bransje trengs

det mer volum. Det har vært en tydelig strategi på å bruke regionale tilskuddsmidler smart for å få volumet opp. I følge informantene står det ikke på talenter og gode bedrifter. Gjennomslaget i NFI er også tegn på dette.

På bakgrunn av intervjuene kan det se ut til at det i teorien er mulig å gjøre en produksjon med kun lokale aktører. I praksis skjer dette nok ikke ennå. Det er fortsatt for få spesialister, selv om det er mange som er gode på litt. Det er litt for lite spissing. Et problem som en av de som har lengst fartstid i bransjen trakk fram var at de som relativt ferske, ville ha betalt som de med lengre erfaring. Å hyre uerfarne folk medfører en risiko, i og med at man ikke kan være helt sikker på kvaliteten på arbeidet deres. Denne risikoen ville man unngå ved enten å bruke mer erfarne, gjerne utenfra regionen. Eller så ville man ha igjen for å ta denne risikoen ved å bruke mindre penger, m.a.o. kjøpe tjenestene billigere. En av de erfarne mente at det profesjonelle miljøet fortsatt er for lite i Midt-Norge: "Om vi vil gjøre noe med dette må vi i bransjen selv ta et tak, spesielt de som er på vei oppover".

Dette siste sitatet henter mot et slags generasjonsskille. Det kan være en bekymring at det er for tette bånd og nettverk mellom de som har vært i bransjen en stund. Det kan være vanskelig for nykommere å komme inn. Dette blir gjerne kalt «lock-in». I en bransje der erfaring, praksis og tidligere prosjekter er det viktigste konkurransefortrinnet, er det viktig for unge og ambisiøse å komme med på gode og spennende prosjekter.

Dette forandrer ikke helhetsinntrykket om at den regionale filmbransjen i Midt-Norge er inne i en god utvikling når det kommer til økt sysselsetting i lønnsomme bedrifter.

5.4 Musikk

Motsetningsforholdet kultur/næring

Det er åpenbart et motsetningsforhold mellom kultur og næring innen flere områder av det som vanligvis defineres som musikkbransjen i Trøndelag. F.eks. er sentrale personer i jazzmiljøet av den oppfatning at jazz aldri kan bli «næring» og at en slik tilnærming derfor ikke er formålstjenlig for deres felt. Andre deler av bransjen som også sorterer under betegnelsen «rytmisk musikk» står i sterk kontrast til dette. F.eks. har Rai Rai Entertainment AS (dette er booking- og managementselskap for artistene D.D.E. og Bjarne Brøndbo²⁴) siden 1998 hatt driftsinntekter på nesten 173 millioner og veldig lite av denne omsetningen antas å stamme fra offentlige støttemidler.

²⁴ www.rairai.no

Når det gjelder det ikke-kommersielle feltet, så må virkemiddelapparatet kunne sies å være velfungerende del av en integrert «verdikjede» som stadig fostrer frem det som må antas å være kvalitativt gode utøvere. I Trondheim er det anslagsvis 130 «profesjonelle» jazzmusikere med høgskoleutdanning med en typisk inntekt på NOK 200 000 i året. Jazzmarkedet er på ca. 100 mill. årlig, hvor offentlige tilskudd utgjør ca. 85-90 prosent, og det liten grunn til å tro at dette kan utvides i særlig grad på annen måte enn ved at det offentlige øker de direkte bevilgningene (personlig intervju, oktober 2014). Denne rapporten søker primært å vurdere behovet til «næringsaktørene» innenfor musikkbransjen i regionen, dvs. potensielt lønnsomme bedrifter. Det fremstår derfor som lite fruktbart også med denne tilnærmingen å vurdere «kulturbaserte» aktører som hovedsakelig baserer driften på offentlig finansiering.

I likhet med det nasjonale virkemiddelapparatet, bærer også de regionale aktivitetene i liten grad preg av å være organisert med formål og hensikt om å oppnå et mål om «flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter innenfor kulturnæring i Trøndelag». De aller fleste midlene benyttes til direkte eller indirekte finansiell støtte rettet mot konkrete kunst- og kulturprosjekter og må anses snarere å være ment som kompensasjon for manglende kommersielt potensial.

Virkemidlenes virkning på musikknæringen

Det er vanskelig å finne tydelige spor etter eventuelle effekter av offentlige virkemidler i den trønderske musikkøkonomien på overordnet nivå. I perioden 2008-2013 har antall sysselsatte innen avgrensningen økt fra 550 til 590, en vekst på litt over 7prosent.²⁵ For hele landet sett under ett har veksten i sysselsetting vært over 18prosent. Den gjennomsnittlige totalkapitalen (egenkapital + gjeld) til bedriftene i bransjen har også økt, men det er vanskelig å si noe om hvor disse pengene stammer fra. En tilsvarende trend finnes også på nasjonalt nivå, så hele bransjen ser ut til å ha vært gjenstand for en generell «oppkapitalisering». Tilgjengelige regnskapstall tyder på at lønnsomheten i musikkbransjen i Trøndelag sannsynligvis har svekket seg og i de senere år gått over til å bli negativ. Den situasjonen finner man derimot ikke igjen på landsbasis, der har rentabiliteten vært relativt stabil og positiv i samme periode. Med andre ord, musikknæringen i Trøndelag kan se ut til å være i en negativ utvikling økonomisk sett. Det er vanskelig å si noe om årsakssammenheng, men virkemiddelapparatet kan uansett ikke sies å ha fungert fremragende. Således må det derfor konkluderes med at det uttalte målet om «flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter innenfor kulturnæring i Trøndelag» i liten grad er oppnådd så langt innen musikkfeltet.

Det mest påfallende og positive trekket ved trøndersk musikkbransje er både nivået og utviklingen i TONO-utbetalinger til opphavsrettpersoner i Sør-Trøndelag. En «Stargate-

²⁵ I Nord-Trøndelag har dog den prosentvise veksten vært betydelig: 43,4 prosent (fra 83 til 119).

effekt» kan her synes å være en nærliggende forklaring. Stargate er et musikkproduksjons- og låtskriverselskap med opprinnelse og solide røtter i Trondheim og Trøndelag, selv om de har flagget ut og bor og virker i New York. De har blant annet hatt suksess som låtskrivere for Beyonce, Rihanna, S Club 7, Wiz Khalifa bare for å nevne noen, og er kanskje norsk musikkbransjes største kommersielle suksess. Med «Stargateeffekt» mener vi at de var av de første som gjorde karriere og suksess med sin type forretningskonsept, og har virket som inspirasjon og forbilder. Unge talenter har sett at det er mulig å gjøre en karriere i denne nisjen av musikkbransjen. I kjølvannet av Stargate har man sett bedrifter som låtskriver- og produksjonsselskapene Dsign Music og Deep Frost Studios innen samme nisje. Tilgjengelig empiri gir ikke grunnlag for å si konkret om denne type årsakssammenhenger, men det fremstår ikke som usannsynlig at disse bedriftene samt en aktivitet som Song:Expo kan ha en direkte påvirkning på utviklingen av denne delen av musikknæringen i Sør-Trøndelag.

Festivalnæringen

Markedet for musikkfestivaler i Norge utgjør en betydelig økonomi og har også vært gjenstand for oppmerksomhet fra både politikere og forskningsmiljøer. Den generelle konklusjonen er at det kommersielle potensialet er stort og at det økonomisk sett står relativt bra til i denne næringen på nasjonalt nivå.²⁶ Man finner også støtte for slike påstander i Trøndelag og f.eks. hadde organisasjonen Pstereo AS i 2013 en omsetning på NOK 12 775 000 og har gått med overskudd hvert eneste år siden 2009. Det er lite som tyder på at man bør prioritere å videreutvikle virkemiddelapparatet som retter seg mot denne delen av musikknæringen.

Kompetanse og kunnskap

I rapporten *To mål – to midler. Økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringene*²⁷ som kom i 2010 gjøres det en vurdering av støtteordninger i Norsk kulturråd og Innovasjon Norge mht. til «kultur som næring». Dokumentet diskuterer de forskjellige virkemidlenes egnethet i sammenheng med en rekke utfordringer som opplevdes som mest presserende, bl.a. det som omtales som *Kompetanseutfordringen*: «Én av de største utfordringene for mange kunstnere og kulturentreprenører er mangel på kommersiell og administrativ kompetanse (økonomistyring, budsjettering, ledelse og markedsføring etc.)».

Vår analyse støtter i stor grad opp under dette perspektivet: Næringsaktørene i bransjen mener selv de besitter tilstrekkelig kompetanse og kunnskap, men bransjens samlede resultater støtter ikke helt opp under denne påstanden. Typiske musikkbransjeaktører kan meget sannsynlig ha god nytte av kompetanseheving på generell næringsutøvelse, samt

²⁶ <http://forskning.no/kulturpolitikk-musikk-ledelse-og-organisasjon-penger-okonomi/2014/05/festivalokonomien-mer-fest-enn>

²⁷ http://www.regjeringen.no/en/dep/kud/dok/rapporter_planer/rapporter/2010/To-mal--to-midler--okt-kunnskap-om-virkemidlene-for-kulturnaringene.html?id=604615

andre «ferdigheter» som f.eks. finansiering via eksterne midler fra nasjonale støtteordninger og privat kapital.

Virkemiddelapparatets funksjon

På grunnlag av våre intervjuer mener vi at musikkbransjen generelt har litt dårlig kunnskap om det regionale virkemiddelapparatet og dets støtteordninger. Det fremstår også som en utbredt oppfatning at det offentlige bør opptre mer proaktiv og oppsøkende, og at ordningene i større grad bør utformes på mottagerens premisser. En slik organisering vil sannsynligvis kunne skape gode resultater, men det nødvendige ressursbehovet gjør dette til et lite realistisk forslag.

Innen det som kan karakteriseres som det profesjonelle, kommersielle musikkfeltet er artister og managere generelt av den oppfatning at det er få støtteordninger å søke på for dem, og trekker ofte frem festivalarrangører som en spesielt favorisert gruppe. Interessen for å orientere seg i retning av Innovasjon Norge og andre «høyterskel»-ordninger kan i beste fall sies å være avmålt; det er liten tro på at slike anstrengelser vil kunne bære frukter. Mange mindre aktører har relativt sett betydelige utgifter til reisevirksomhet, noe som anses som en spesielt viktig aktivitet for å utvikle virksomhet, og MINKs bransjestipend (reise-/studiestipend) blir ofte nevnt som eksempel på et spesielt formålstjenlig virkemiddel («gull verdt»). Slike stipendbeløp er oppad begrenset til NOK 10 000, så dette fremstår som et økonomisk effektivt virkemiddel.

Det er også bred oppslutning om at arrangementet Trondheim Calling virker stimulerende på næringsutvikling og også at offentlig finansiering har vært en forutsetning for at dette har vært mulig å utvikle. Det antas at ambisjonene for 3M (Midtnorsk Musikk Messe) har vært tilsvarende, men det er åpenbart flere suksesskriterier involvert enn offentlig tilskudd, og det er lite som tyder på at dette arrangementet så langt har hatt særlig betydning som virkemiddel for utvikling av musikknæring i Trøndelag.

TEMPO

Tempo trekkes av mange frem som et positivt virkemiddel og det er særlig kompetansehevingsaktiviteter i form av kurs og seminarer som ofte nevnes som spesielt nyttig og verdifullt, i tillegg til mer overordnede kvaliteter som generell rådgiving og lavterskel-tilgang til bransjenettverk. Organisasjonen har hatt relativt begrensede ressurser til rådighet siden stiftelsen i 2004 og denne aktivitetsformen antas å ha vesentlig større potensial som virkemiddel.

MINK

Midtnorsk kompetansenettverk for rytmisk musikk (MINK) er et nettverk med målsetning om å arbeide med utvikling av kompetanse rundt støttefunksjoner og entreprenørskap i det rytmiske musikkfeltet (se også kap. 4.5).

I følge nettsidene (minkmusic.no) skal MINK arbeide både med de som allerede er profesjonelle de som har potensial til å bli det.

Det finnes ulike områder MINK kan støtte:

- Utviklingsstipend for arrangør og scene: målet er å heve kompetanse, innovasjon og få en økt konsertaktivitet. Det er arrangører og scener med en jevnlig aktivitet (minimum fire årlige eventer) som blir prioritert, og ikke et enkeltstående arrangement /konserter. Man må være registrert som en organisasjon for å kunne søke.
- Reise-/studiestipend: som et ledd i en strategi for å styrke kompetansen i bransjen gir man reisestipender for å søke inspirasjon og ny kunnskap gjennom deltagelse i fagkonferanser, kurs og knytte faglige nettverk.
- Prosjekttilskudd: Mer generell av karakter for «å støtte opp under gode prosjekter og tiltak i regionen som stimulerer musikknæringen».

Gjennom intervjuene har det kommet fram at det er en viss misnøye i bransjen mot MINK. Det er ikke en ordning som er initiert av den lokale bransjen selv, men er i større grad kommet «ovenfra». Blant annet har organisasjonen Tempo tidligere i år valgt å tre ut av MINK-nettverket og det er åpenbart at det ikke er full oppslutning om dette tiltaket på tvers av musikkfeltet i Trøndelag. Vi vil avstå fra å kommentere denne situasjonen i nærmere detalj, det får eventuelt være en oppgave for en egen utredning, men det virker rimelig å konkludere at MINK så langt ikke har vært en ubetinget suksess, noe nettverket må sies å selv erkjenne på sine egne hjemmesider: «Det har vist seg vanskelig å få målgruppene til å møte opp på tvers av fylkesgrensene...».²⁸

I tråd med motsetningsforholdet kultur/næring diskutert flere steder i dette dokumentet, så stilles det et generelt spørsmål ved hvor formålstjenlig det er med et kompetansenettverk basert på et nedslagsfelt definert som «rytmisk musikk»; både behov og forutsetninger for å utvikle bærekraftig virksomhet er av vesensforskjell blant profesjonelle aktører innen en slik avgrensning (f.eks. jazzmusikere og kommersielle låtskrivere).

Rock City Namsos

Rock City har vært i medias søkelys fra før oppstarten, med stor sett oppslag med negative fortegn. Rock City Namsos står nå i fare for å bli nedlagt i og med at det er planlagt at de

²⁸ <http://minkmusikk.no/3m-2014-arrangeres-i-hvert-fylke>

fases ut av statsbudsjettet. Rock City Namsos må sies å ha et relativt sammensatt mandat som t.o.m. inneholder oppgaver som «formidling av rockens historie», men er i hovedsak ment å være et nasjonal ressurscenter for profesjonell musikk. Dog er også lokal og regional forankring et uttalt hovedmål i organisasjonens strategiplan for 2011-2015²⁹, et aspekt som forsterkes ved at den også er partner i MINK. Rock City har til hensikt å være et «redskap for videreutvikling og profesjonalisering av bransjen» og har også næringsutvikling som konkret tjeneste som tilbys.

Med dette som bakgrunn, fare for nedleggelse, kort virkningstid, et stort sprik i virkeområde (både nasjonalt og regionalt) velger vi ikke å gå i dybden på Rock City.

5.5 Viktige funn på tvers av bransjer og fylkesgrenser

Ett Midt-Norge eller to Trøndelagsfylker?

Noen av virkemidlene går på tvers av de fylkeskommunale grensene og dekker begge trøndelagsfylkene, mens andre er innrettet mot kommune eller hvert enkelt av fylkene. Kan man snakke om en trønderisk eller midtnorsk film og/eller musikkbransje?

Det ser ut til å være lite konkret samarbeid på tvers av fylkeskommunal grenser i filmbransjen. Det er Trondheim som er magneten, og det er mange talenter som flytter dit fra Nord-Trøndelag. Det kan derfor diskuteres om Trondheim fungerer som en motor for den regionale filmbransjen, eller som det er en magnet som trekker talenter fra distriktene. Med tanke på at det er flere eksempler på talentfulle og erfarne bransjefolk som har flyttet tilbake til Trondheim og regionen i de senere årene, samt at flere av informantene påpekte at det var bra for den regionale bransjen med et miljø med en viss kritisk masse, kan det synes som den første beskrivelsen er mest dekkende.

Spenninger i virkemiddelapparatet

Det er en arbeidsfordeling i virkemiddelapparatet, men det er også helt klare spenninger og gnisninger å spore her også. I og med at Innovasjon Norge i stor grad sitter på bedriftsrettede virkemidler – dvs penger – får de mye oppmerksomhet. De blir også gjenstand for kritiske blikk.

I intervjuene ble det hevdet at kulturnæringene, som film er en del av, får for lite fokus og oppmerksomhet i forhold til potensialet. En av informantene mente at Innovasjon Norge behandlet disse bransjene stemoderlig. Han sa: "Innovasjon Norge burde vært tydeligere og satsingen burde vært mer spisset". Innovasjon Norge skiller ikke på bransje når det

²⁹ http://issuu.com/rockcitynorge/docs/2011_08_rc-strategiplan-ny/7?e=0

gjelder gode gründere – alle kan få finansielle virkemidler. Det har blitt brukt ganske mye midler på bransjen, ikke verre for kulturnæringer å få tilskudd enn andre.

Dialogen mellom Innovasjon Norge og søker kan være utfordrende. Som en uttrykte det: «det er mange som har vage ideer og overdrevne forventninger». Innovasjon Norge setter klare forretningsmessige krav til søkeren. Man må ha klart for seg hva som skal produseres, hvordan dette skal skje, hva er markedet, konkurrentanalyse etc. Søkeren må ha en forretningsmodell. Det ble hevdet fra en av informantene at inngangsterskelen er ikke for høy, men at noen nødvendigvis må få nei. Som vedkommende sa: «Ikke feil med systemet fordi noen får nei». Det må være et kundegrunnlag for et produkt, og man må kunne beskrive hvordan man har tenkt å få betalt. Ellers er ikke Innovasjon Norge riktig adresse.

Fra bransjehold kom det innspill på at Innovasjon Norge ikke skjønnte godt nok deres hverdag. En hverdag i en prosjektøkonomi der usikkerheten er en del av bransjen; der det viktigste konkurransefortrinnet er ideer og kreativitet som er vanskelig å belåne; der teknologisk utvikling sannsynligvis skjer raskere enn noen annen del av økonomien etc.

Det kan synes om en gjensidig kompetanseheving kunne være en god ide. Der Innovasjon Norge, og andre deler av virkemiddelapparatet, fikk mer kunnskap om hvordan det er å drive forretning i filmbransjen (og andre deler av kulturnæringene). For enkelte i bransjen, spesielt de som er nystartet, er kunnskap om forretningsdrift helt essensielt.

Kultur vs Næring

Ideen om at kreativitet og innovasjoner er nøkkelen for konkurransekraft i dagens økonomi er bredt akseptert (se f.eks. Porter, 1990; Florida, 2002). Dette har fått en slik oppmerksomhet og anerkjennelse at man nesten kan få det inntrykket at det er et mål i seg selv. Likefullt må kreativitet og nyskapende løsninger bli formet til kommersielle produkter og strategier for at foretak skal overleve (Pratt, 2008). Kulturnæringer er av mange trukket fram som spydspissen i den kreative økonomien, men også foretak i denne næringen må ha sunn forretningsmessig drift som basis for sin aktivitet (Hauge, 2012). Det viser seg at for mange aktører i kulturnæringene er den kreative delen spisskompetansen, mens kompetanse på det å drive forretning kan være noe det skorter på. Kulturnæringene er alle som en i et tøft marked, preget av tildels global konkurransesituasjon. For å lykkes behøver de derfor å balansere den kreative delen med en solid forretningsdrift.

Det er en diskusjon som stadig kommer opp; hva er kultur og hva er næring? Det er viktig å slå fast at det ikke dreier seg om en verdikjede. Kulturnæringer er variert og det er også store variasjoner i filmbransjen. Ulike deler av bransjen beveger seg i vidt forskjellige verdikjeder. Flere av informantene var frustrerte over begrepsforvirringen og lei av det som synes som en endeløs diskusjon. Som en uttalte: «Det hadde vært en fordel om man kunne bli enig om definisjon engang for alle». Det brukes mye tid på å diskutere hva som

er med og ikke. Flere informanter trakk fram kurs og kompetansehevende tiltak som for eksempel alkymisten, som viktige for forståelsen av hvordan det er å drive butikk. Som en sa: «Der lærer man å gjøre det man må for gjøre det man vil.

Egne ordninger for kulturnæringer, eller kan dette håndteres ved hjelp av eksisterende virkemidler og ordninger

På bakgrunn av våre data kan vi ikke konkludere med hvorvidt kulturnæringer generelt bør særbehandles. Noen mener at skreddersøm må til fordi det er umodent. Spesielt gjaldt dette film, for musikk er mer modent. Det er lite robuste bedrifter, så man trenger spesielle virkemidler. Andre mente at bedrifter i film- og musikkbransjen er som hvilken som helst (liten) bedrift som har kompetansen innenfor Intellectual Property Rights (IPR), eller på norsk: immaterielle rettigheter. Som en av informantene sa: "Mangler ikke på vilje til å bistå".

Som nevnt tidligere er det flere eksempler på at Innovasjon Norge i trøndelagsfylkene har støttet filmprosjekter, men da er det ofte med tilleggsmotiver utover selve filmprosjektet. Vedtakene forankres gjerne i reiselivssatsing og TV/film prosjekt fra regionen antas å ha et markedsføringspotensial og gi eksponering av stedet som turistdestinasjon.

Mange av virkemidlene kommer med distriktpolitiske føringer. De er i større grad fokusert mot distriktpolitikk enn ikke innovasjons- og næringspolitikk. Trondheim ligger utenfor det distriktpolitiske virkemiddelområde. En av informantene mente derfor at innretningen på virkemidlene ikke var det største problemet, men geografien. Det å kunne støtte virksomheter ille ha hatt en større næringsmessig effekt.

Alle våre informanter var stort sett samstemmige i at kompetanse og kompetanseheving var veldig viktig. Men én påpekte at tradisjonelt handler virkemidler om å sende etablerere på kurs. Mikrobedrifter har ikke tid til å holde på med denne typen kompetanseoppbygging. Mange er på spranget til å gjøre virksomheten til på næring på heltid. Andre mente at virkemiddelapparatet bør satse på å levere kompetanse. Dette er enda viktigere enn penger.

6 KONKLUSJON OG ANBEFALINGER

Bildet denne rapporten tegner er ganske tydelig. Musikkbransjen i Trøndelag er relativ stor, men sliter med økonomien og ser ut til å være inne i en stagnasjonsperiode. Film på den annen side er mindre både i antall sysselsatte og selskaper, men er inne i en positiv utvikling. Noen av de økonomiske nøkkeltallene for den regionale filmbransjen er oppsiktsvekkende gode. Tilbakemeldingene vi har fått gjennom de kvalitative intervjuene er omtrent like klare. Virkemiddelapparatet for film er ryddig, oversiktlig og velfungerende. Næringsaktørene er fornøyde, og mener de støtter oppunder den regionale filmbransjen på en framifrå måte. Fra musikkbransjen har vi hørt om et virkemiddelapparat som i større grad er fragmentert, vanskeligere å forholde seg til og i mindre grad er proaktivt opp mot bransjen.

Man bør like fullt være forsiktig med å dra helt bastante slutninger da de større, strukturelle forholdene er veldig ulike for disse to bransjene. I Norge har film vært inne i en god periode med økte rammer fra staten. Dette har medført både en økonomisk og kunstnerisk oppsving for norsk filmbransje. Det kan synes som Trønderskfilmbransje har blitt med på denne oppturen. Musikk på den annen side er inne i en meget turbulent periode. Markedets preferanser er i radikal endring. Salget av musikk, som tradisjonelt har vært den store inntektskilden går bratt nedover. Bransjeaktørene, både utøvere og andre i næringen, må se seg om etter andre inntektskilder og forretningsmodeller.

Det er derfor forhold utenfor Trøndelag som er med på å bestemme hvordan hverdagen for musikk- og filmbransjen ser ut regionalt. Likefullt mener vi at hvordan virkemiddelapparatet er organisert i film kan stå som et forbilde. Der er det i stor grad satset på nøkkelaktører i produksjonen av film – produsentleddet. Disse er helt sentrale i hvordan en film blir finansiert, produsert og distribuert. Ved at man har satset så tydelig på dette leddet, har produsentene i sin tur greid å dra med seg bransjen opp på et mer profesjonelt nivå. Så selv om det er store forskjeller på hvordan musikk og film er som bransje, mener vi at man bør ta lærdom av hvordan man har gjort det i film.

Etter vår mening er det det å satse på en nøkkelaktør i verdikjeden, et vellykket grep for å utvikle hele verdikjeden. For filmbransjen er det tydelig at dette ligger på produsentleddet. I musikk derimot er det ingen funksjon eller aktør som innehar den samme posisjonen. Plateselskapene er sentrale, men de er neppe den rette aktøren for dette. Til det er de for få, for globaliserte og for lite opptatt av det regionale nivået. Vi er også skeptiske til å bruke selve utøverne eller artistene som nøkkelaktører for en regional

musikkbransje. Til det er de økonomiske og sysselsettingsmessige ringvirkningene for begrenset med tanke på inkludering og utvikling av hele bransjen. Vi har sett et oppsving av festivaler, og det er ingen tvil om at festivalene i større og større grad genererer både omsetning og aktivitet. Problemet med å støtte festivaler er at mye av midlene forsvinner ut av regionen i form av honorarer o.l., og at det koster mye å bygge opp en infrastruktur som ikke kommer størstedelen av bransjen til gode. Det vi da står igjen med er mellommennene – managementet. Selv om ikke disse heller har en helt lik rolle som produsenter i film, er det etter vår mening det som ligner mest. Vi mener derfor at en spissing inn mot en profesjonalisering av management kan være en fruktbar måte å bruke offentlige virkemidler om man vil styrke økonomien i den regionale musikkbransjen som helhet.

På bakgrunn av dette og den helhetlige vurdering som ligger til grunn for denne analysen vil vi komme med noen forslag til konkrete tiltak for musikkbransjen.

Kompetansesenter

En overordnet oppgave bør være å utvikle en struktur som fremmer større samhandling i virkemiddelapparatet. En viktig del av en slik funksjon vil være å utdanne bedre næringsutøvere og på den måten heve bransjeaktørens merkantile grunnkompetanse og sette dem bedre i stand til å f.eks. utvikle gode prosjektsøknader. Dette er ferdigheter som alle typer bedrifter uansett trenger, uavhengig av hvilken næringsgruppering de måtte tilhøre. Det er mye som tyder på at Midtnorsk Filmsenter langt på vei har lyktes med å fylle en slik rolle og kan på den måten tjene som et forbilde for liknende tiltak i andre deler av kulturnæringen. Basert på den nåværende strukturen, fremstår Tempo som et mulig utgangspunkt for et regionalt kompetansesenter for musikknæringen, men en videreutvikling fordrer nødvendigvis en betydelig økning i finansieringen.

Bransjekonferanse

Det er mye som tyder på at Trondheim Calling konferanse har en rekke attraktive funksjoner. I tillegg til direkte kompetansehevende aktiviteter som seminarer o.l., gir den regionale næringsaktører anledning til å møte nasjonal og internasjonal bransje, noe som igjen medfører at den også tjener som et «utstillingsvindu» for musikknæringen. Det fremstår som en naturlig oppgave for det offentlige å bidra til å finansiere denne delen av Trondheim Calling-arrangementet som en del av virkemiddelapparatet.

Reisestøtte

Direkte finansiell støtte til reiseaktivitet fremstår som et kostnadseffektivt virkemiddel. En videreutvikling av slike ordninger kan være en tydeligere resultatorientering, f.eks. i form av at påfølgende tilskudd forutsetter at søkeren kan vise til oppnådde resultater fra tidligere reisevirksomhet.

Når det gjelder konkrete råd til filmbransjen, har vi kun ett: Fortsett på den måten dere til nå har arbeidet. Både kvantitative data som lønnsomhet, omsetting, sysselsetting peker på at den Midtnorske filmbransjen er inne i en god utvikling. Våre kvalitative data, samlet inn gjennom intervjuer, peker tydelig mot at virkemiddelapparatet gjennom Filmsenteret og Filminvest kan ta sin del av æren for denne utviklingen. Samtidig vil vi også peke på at filmbransjen er i rivende utvikling, og at man må følge denne og hele tiden vurdere hva som er riktige strategier og tiltak. Den eneste måten dette kan gjøres på er ved hjelp av en solid kompetanse på filmbransjen.

Når det gjelder virkemidler som tradisjonelt går inn mot enkeltbedrifter, i første rekke Innovasjon Norge, ser det ut til at det på nasjonalt er noe på gang. Man søker å dekke gapet mellom kunst og kultur og delene kultursektoren som har et typisk kommersielt potensiale. Det ser ut til at den etterlyste «tiltakskjeden» mellom Kulturrådet og Innovasjon Norge blir arbeidet med. Dette vil naturlig nok gi føringer ut til de regionale kontorene. Det er like fullt ikke helt klart at kulturnæringer som film og musikk trenger spesialbehandling og skreddersydde tiltak og strategier. Hva som synes klart derimot er at saksbehandlere trenger spesialkompetanse. Dette for best å kunne utnytte de mulighetene og strukturene som allerede finnes der.

Det synes også som Alkymisten er et meget godt tiltak, som til nå kun har vært et tilbud i Nord-Trøndelag. Vi mener at det ville vært en god ide om unge etablerere også i Sør-Trøndelag kunne få dette tilbudet.

Helt avslutningsvis vil vi understreke at våre analyser og anbefalinger er fundamentert i målsetningen om å utarbeide «et bedre kunnskapsgrunnlag for å bidra til flere sysselsatte i lønnsomme bedrifter innenfor kulturnæringer i Trøndelag» som det heter i oppdraget. Vi har derfor hele veien hatt et fokus på de aktivitetene og aktørene som har potensiale for kommersiell suksess. Dette betyr på ingen måte at vi gjør en kvalitetsbedømming i den kunstneriske og kulturelle kvaliteten. Tvert i mot, et bredt kulturfelt med flere ulike uttrykk vil sannsynligvis også være gunstig for de mer kommersielle aktørene.

7 REFERANSELISTE

Bjørseth, P. (2009). Innlegg fra KR D. Presentert på dialogseminaret "Kulturnærings satsing mot framtida," 2009. Vadsø.

Bugge, M.M., & Isaksen, A. (2007) Kultur – Retur. Fylkeskommunenes satsinger på kulturbasert næringsutvikling, Rapport 4/2007. NIFU-STEP, Oslo og Grimstad.

Dahle, M., Ryssevik, J., Høgestøl, A., og Musgrave, S. (2013). Kultur, Kroner, Kreativitet - Kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning i Bergen og Hordaland, Ideas2evidence-rapport 3/2013

Espeli en, A og A-B. Gran (2011) Kulturnærings betydning for norsk økonomi, Status og utvikling 2000-2009, MENON-PUBLIKASJON NR. 9/2011

Forss, K., Kaya, Z., Kruse, S. E., & Larsen, H. M. (2012) Adante Kunnskap och lärande för musikbranschen. En evaluering av Norsk kulturråds stöd till regionala nätverk för kompetensutveckling inom rytmisk musik, Kulturrådet

Florida, R. (2002). The rise of the creative class : and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York, Basic Books.

Hansen, T., B., De Paoli, D., Brastad, B. og Furre, H. (2010) To mål – to midler. Økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringene. Oxford Research og Handelshøyskolen BI.

Hauge, A. (2012). Creative industry: Lacklustre business - Swedish fashion firms' combination of business and aesthetics as a competitive strategy, Creative Industries Journal, 5 (2), (s. 105 – 118)

Hauge, A., S. E. Hagen, B. Ericsson, P. K. Alnes, M. Aure, T. Kvidal, V. Nygård & D. Power (2013) Evaluering av Intro - fond for kulturnæringen i Tromsø, ØF-rapport 06/2013

Kulturdepartementet (2013) Kulturutredningen 2014, NOU 2013: 4

Nielsén, T. (2009), "Allt räknas – om rabatter och erbjudanden till filmproduktion i Europa", QNB

Olsen, E.F. og Kramvig (2009). Kultur som næring – møter som sammenstøter? I Magma 0909 s.22-29, <http://www.magma.no/kultur-som-naering-moeter-som-sammenstoeter>, sist oppsøkt 19.12.2014

Oslo Economics (2014) Utredning av insentivordninger for film- og TV-produksjon, Utarbeidet for Kulturdepartementet, OE-rapport 2014-5

Porter, M. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*, New York, The Free Press.

Pratt, A. C. (2008) *Creative cities: the cultural industries and the creative class*. Geografiska annaler: Series B - Human geography, 90 (2). pp. 107-117.

Ryssevik, J., Dahle, M., Høgestøl, A., & Myhrvold-Hanssen, T. (2014) Åpen framtid - en utredning om økonomien og pengestrømmene i filmbransjen, Ideas2evidence rapport 7/2014

Ryssevik, J., Dahle, M., Høgestøl, A., & Myhrvold-Hanssen, T. (2014b) Oppdatering av nøkkeltall for de Regionale Filmfondene

Sør-Trøndelag Fylkeskommune, Nord-Trøndelag Fylkeskommune, Innovasjon Norge Nord-Trøndelag, Innovasjon Norge Sør-Trøndelag, Trondheim kommune (2009) Strategiplan for Kulturnæringer for Trøndelag 2009 – 2016

8 VEDLEGG

8.1 Vedlegg 1: Intervjuguide

Intervjuguide Trøndelag film og musikk

Bakgrunn

1. Hvem representerer (organisasjon) og hva er din rolle?
2. Hva slags kontakt har du hatt med virkemiddelapparatet de seneste årene?
 - Finansiell støtte
 - Rådgiving
 - Annet

Kulturnæringene

3. Hvordan vil du beskrive film/musikk næringen i regionen?
4. Hvordan er utviklingen i film/musikk næringen?
5. Er det noe som tilsier at film/musikk næringen må jobbes med på et spesielt vis, sammenliknet m. andre deler av næringslivet? Regionspesifikke ting?
6. Etter din mening, hadde vedkommende (søker) bra/den rette kompetansen til å videreutvikle foretaket?
7. Hvordan fungerer virkemiddelapparatet generelt overfor film/musikk
 - Hva mener du fungerer bra?
 - Hva fungerer mindre bra? Hvorfor?
8. Hva er/burde være virkemiddelapparatet rolle når det gjelder å utvikle film/musikk?
 - Proaktiv virksomhet?

9. Har kontakten (tilsagnet) virkemiddelapparatet hatt en utløsende effekt? Ført til verdiskaping? Nye arbeidsplasser? Nye virksomheter?

Andre intervjuer

10. Kjenner du til resultater fra konkrete prosjekt som har fått støtte fra virkemiddelapparatet?
11. Hvem bør vi snakke med?

8.2 Vedlegg 2: Informanter

Navn	Stilling	Organisasjon
Anders Teigen	Daglig leder	Giljotin AS
Birgitte Dillan	Rådgiver	Nord-Trøndelag fylkeskommune
Bjørn Willadsen	Daglig leder	Midtnorsk Jazzsenter (Stiftelsen)
Christian Falch	Daglig leder	Gammaglimt Videoproduksjon AS
Eivind Berre	Faglig ansvarlig	Rock City Namsos AS
Eldbjørg Raknes	Musiker	
Håvard Bustnes	Daglig leder	Faction Film AS
Håvard Sørli	Førstelektor	Høgskolen i Nord-Trøndelag
Ivar Skjerve	Ass. Direktør	Innovasjon Norge, Nord-Trøndelag
Janne Bøklepp	Rådgiver	Innovasjon Norge, Sør-Trøndelag
Jennifer Yvonne Gunn	Gründer og manager	
Leiv Aspén	Prosjektleder	Song:Expo
Mari Grut	Seniorrådgiver	Sør-Trøndelag fylkeskommune
Morten Wolden	Kommunaldirektør	Trondheim kommune
Roald Lysø	Rådgiver	VRI Trøndelag/Trøndelag Forskning og Utvikling
Sigrid M. Jansen	Daglig leder	Rørosregionene Næringshage
Solvor Amdal	Daglig leder	Midtnorsk Filmsenter AS
Stig Bech	Daglig leder	Filminvest Midt-Norge AS
Svenn Frøseth	Prosjektleder	Tindved Kulturhage AS
Thomas Ryjord	Styreformann	Polar Artist AS

Easier Said Than Done

Kartlegging og evaluering av virkemidler for film- og musikknæringen i Trøndelag

Dette er en analyse av virkemiddelapparatet, og hvordan det fungerer opp mot musikk og filmbransjen i Nord- og Sør-Trøndelag. I rapporten har vi brukt økonomiske nøkkeltall for å kunne vurdere utvikling i disse to bransjene.

Bildet denne rapporten tegner er ganske tydelig. Musikkbransjen i Trøndelag er relativ stor, men sliter med økonomien og ser ut til å være inne i en stagnasjonsperiode. Film på den annen side er mindre, men er inne i en positiv utvikling. Tilbakemeldingene vi har fått gjennom de kvalitative intervjuene er omtrent like klare. Virkemiddelapparatet for film er ryddig, oversiktlig og velfungerende. Fra musikkbransjen har vi hørt om et virkemiddelapparat som i større grad er fragmentert, vanskeligere å forholde seg til og i mindre grad er proaktivt opp mot bransjen.

ØF-rapport 11/2014

ISBN nr: 978-82-7356-738-3