

# MUSIC NORWAY

Til medlemmene av Stortingets familie- og kulturkomité

Fra Music Norway  
v/direktør Kathrine S. Finnskog

Dato 18. juni 2021

## Brev til om gjenåpning og videre satsning på musikkemarkedet

Gjennom et normalår vil det være mange faste holdepunkter for å føre en dialog mellom Music Norway og medlemmene i Stortingets familie- og kulturkomité. Vi deler gjerne våre eksportsuksesser, beskriver potensialet og behovene i musikklivet med dere. Pandemien det siste året har ikke gitt oss samme mulighet for dialog, verken hjemme eller internasjonalt. Men ambisjonene lever og nå vil vi rigge oss for en gjenåpning som kan ta norsk musikkliv raskt ut til publikum igjen. Fordi vi trenger verden som arbeidsmarked, som bidrar til økte kunster inntekter og muligheter for å reinvestere i å skape ny kunst og kultur.

Den pågående pandemien preger fortsatt musikkmarkedet globalt, og vil gjøre det i lang tid fremover. Dette fordrer at både musikkbransjen og vi som virkemiddelaktør fortsetter å tilpasse oss en uforutsigbar markedsituasjon. Selv om mye av bransjen preges av stillstand, avlysninger og tøffe prioriteringer ser vi lyspunkter og at norske aktører klarer å tilpasse seg det globale markedets nye mekanismer.

Den siste tiden har vi sett at Aurora har fått revitalisert låten «Runaway», som opprinnelig ble sluppet i 2015, gjennom målrettet bruk av plattformen TikTok. Arbeidet har gjort at sangen har ligget blant de mest spilte på Spotify globalt, og gått helt til topps på hitlistene i India. Lise Davidsen, Wardruna og girl in red har dette året styrket sin posisjon og fått nye fans over hele verden ved hjelp av digitale plattformer.

Vi har også sett at det voksende musikkteknologi-miljøet begynner å få uttelling ved Snapchat sitt oppkjøp av det norske selskapet Voisey til et tre-sifret millionbeløp.

Fellesnevneren vi ser får disse suksessene er at de enten har hatt suksess på digitale flater, eller er en digital plattform i seg selv. Dette har gjort at vi har tatt grep i våre tilskuddsordninger, og åpner nå opp for at du kan **få tilskudd til innholdsproduksjon til digitale flater.**

Ordningen «Kickstart 21» tester flere nye behov ifb gjenåpning. Men musikk- og kulturlivet åpnes for sakte og i utakt, og vi forventer at en revitalisering aktivitet som var igangsatt vil ta tid. **Derfor må man i gjenåpningsfasen sørge for å intensivere internasjonal virksomhet.** Det blir stor konkurranse om arenaene, mange arrangører har gått konkurs og beslutningstakerne vil ofte være nye. Vi har gjennom vårt internasjonale nettverk sett at mange enten har byttet jobb, eller falt helt ut av bransjen i løpet av pandemien.

**Dette fordrer at vi sikrer tilstrekkelige midler til at bransjen kan bedrive møtevirksomhet i sine kjernemarkeder** for å bygge nettverk der det har falt bort, eller for å utvikle det eksisterende. Slik som vi har hørt at «det er summen av tiltak som gjelder» så gjelder også dette det totale internasjonale nettverket til norsk musikkbransje. Det vil komme hele bransjen til gode at aktører bygger nettverk, da vi ser at dette blir delt lokalt.

# MUSIC NORWAY

## **Det fordrer også at vi gir eksportaktørene et ekstra skyv gjennom forsterket reisestøtte.**

Utenlandsatsning er dyrt. Og mange av de turnerende artistene har spist av reservene gjennom pandemien. Vi vet at ca 60% av bransjens inntekter er konsertinntekter, og mye av disse har forsvunnet, selv med kompensasjonsordninger. Dessuten er det verdt å påpeke at internasjonale konserter ikke var omfattet av ordningene.

Da vi gjennomførte en innspillsrunde med 100 norske eksportaktører i høst var et gjennomgående tema kompetansebehovet til bransjen. Samtidig ser vi at bransjen selv, gjennom et initiativ fra organisasjonene NOPA, Musikkforleggerne, FONO og GramArt tatt til orde for at **Music Norway burde gis et større ansvar for hjemmemarkedet, og at kompetansen og metoden i organisasjonen kommer flere lokalt til gode.**

Vi ser dette i sammenheng med et initiativ fra byrådet i Bergen og BRAK, musikkontoret i Bergen, som ønsker større tilstedeværelse fra Music Norway ved å etablere et permanent kontor i byen. Vi vil den nærmeste tiden se nærmere på innretningen på dette i dialog med de lokale aktørene.

## **Oppsummering**

Kort oppsummert betyr det at vi mener det er viktig å ta med seg at mange av eksportaktørene ikke har fått uttelling i kompensasjons- og støtteordningene, og at dette må tas hensyn til i gjenåpningen i form av større tilskudd til søkere med internasjonal virksomhet. Verdensmarkedet har endret seg, og nye aktører har kommet på banen, derfor må vi styrke de ordninger som bygger internasjonale nettverk og stimulerer til internasjonale samarbeid. Vi må samtidig benytte oss av det digitale mulighetsrommet som har oppstått gjennom å bygge kompetanse og tilrettelegge for gode digitale produksjoner som en del av gjenoppbyggingsplanen.

## **Gjenåpningsfasen bør intensivere internasjonal virksomhet ved å:**

- styrke ordninger som gir tilskudd til produksjon av AV-innhold til digitale plattformer
- stimulere til internasjonal nettverksbygging gjennom etablerte ordninger for dette formålet
- styrke reisestøtten for internasjonale konserter og turneer
- vurdere en mandatutvidelse av Music Norway til å omfatte hjemmemarkedet
- vurdere en Music Norway avdeling i Bergen

## **Veien videre**

I starten av neste stortingsperiode vil det komme en rekke saker som har stor betydning for norsk eksportrettet musikkbransje, herunder kunstmeldingen, ny stortingsmelding om immaterielle rettigheter og en internasjonal strategi for kulturpolitikken. Dette er saker vi trenger et godt samarbeid om for å sikre norsk musikkbransje bærekraftige rammevilkår for fremtiden.

Vi ser frem til god dialog i fortsettelsen.

Med vennlig hilsen

Kathrine Synnes Finnskog, direktør i Music Norway.  
(sign