

## KAPITEL 6

# De ofrivilliga entreprenörerna

## Hur får tonsättare betalt?

Staffan Albinsson

**T**idigare generationer följde sina föräldrars råd att så fort som möjligt skaffa sig "riktiga" jobb. De yrken vi i dag kallar "kreativa" hörde knappast till dem. Möjligheten till fast anställning var ytterst liten och inkomsterna osäkra. Men tiderna har förändrats. Inkomsterna kan för många nu vara tillräckliga för att motivera ett yrkesval inom de kreativa näringarna. De kreativa yrkena uppfattas av många som intressanta, utvecklande och rent av roliga. Ett sådant kreativt yrke är tonsättarens.

Många av de berömda klassiska kompositörerna hade fäder som själva var professionella musiker, till exempel Vivaldi, Bach, Mozart, Beethoven, Brahms och Puccini, och som därför kunde fungera som positiva förebilder. Trots att deras och sönernas yrkesval var tveksamma i många andras ögon. Före Beethoven var i princip alla tonsättare anställda av kyrkan eller adeln. Efter Beethoven har de flesta tonsättare varit frilansare. Förändringen under 1800-talet brukar förklaras av att den romantiska kultureran ville fjärma musikskapandet från nyttofunktionerna hos kyrkan och adeln. Romantikens kulturideologer talade i stället om "l'art pour l'art" – konsten för konstens egen skull.

Det finns i dag inga fasta arbetstillfällen som kompositör. Man kan på sin höjd engageras som "composer-in-residence" under en period. Några kan få beställningar för specifika ändamål. Vanligast är dock att man skapar sin musik utan explicit "efterfrågan". För att fungera på en sådan marknad tvingas musikskaparen bli entreprenör.

Hur musikskapare kan livnära sig i framtiden tar sitt avstamp i vårt nu och i de senaste decenniernas utveckling. Vem får faktiskt betalt för sitt musikskapande i Sverige i dag? För vad får man betalt? Hur är inkomsterna fördelade mellan tonsättarna?

Det är vanligt att kompositörer identifierar sitt arbete i termer av samhällsnytta. I en attitydundersökning jag gjorde 2009 bland Föreningen Svenska Tonsättares (FST) medlemmar gavs bland annat följande formuleringar (Albinsson 2013a):

"Kompositörerna ger människorna inblick i andra värden än de materiella och kortsiktiga"

Utdrag ur boken »Sveriges entreprenöriella ekosystem – Företag, akademi, politik«  
Boken gavs ut av Esbri 2016, redaktörer är Maureen McKelvey och Olof Zaring  
För mer info: [www.esbri.se/ekosystemet](http://www.esbri.se/ekosystemet)

”Konstnärer är nödvändiga profeter i det nya samhället. I ett alltmer konsumistiskt och ekonomistiskt andligt klimat har tonsättaren en central uppgift: att skapa en öppning till en numinös verklighet – att erbjuda katarsis”

”När man söker sanningen i sitt eget skapande blir man extremt känslig för vad som betraktas som sant eller falskt i det omgivande samhället”

”Under ekonomiska kriser som den nuvarande behöver vi visioner, hopp och befrielse”

Generellt sett torde de flesta konstnärer betrakta sig som ofrivilliga entreprenörer. Men inte primärt för att dessa ”företag” ska växa utan för att de underlättar i den egna försörjningen. Men många av de personlighetsdrag som vi förknippar med entreprenörskap finns ju även hos konstnärerna: skaparlust, hängivenhet, fritt och självständigt tänkande etcetera. Kanske finns det en slags entreprenörpersonlighet som är gemensam. Entreprenör som en slags yrkesbestämning känns däremot säkert främmande för många konstnärer trots att de i många fall skapar sina verk och får sina inkomster inom ramen för sina enskilda firmor eller enmansbolag.

## Konstnärlig innovation och kulturellt entreprenörskap

Att förse en publik med ett nytt musikstycke, en ny bok eller ett nytt visuellt konstverk kräver kunskap, hantverksskicklighet och en grad av nyskapande fantasi. Oftast är det nya en förädling av, eller åtminstone en variant av, något existerande – en inkrementell innovation. En 12-taktsblues ska ju ha just 12 takter och en ackordföljd som är given. Men tempot, melodin och instrumentbesättning kan varieras i, som det verkar, det oändliga. Detsamma gäller de enkla visorna och poplåtarna i exempelvis AA,B-form, det vill säga vers och refräng. Det finns sådana format också i klassisk musik, som sonat och rondo. Även här kan den som gitter leta hitta grundelement som A, B, C, och kanske fler – de folkliga formerna utvecklade till konstnärnivå. Radikala innovationer är betydligt mera sällsynta. Två sådana undantag är genombrottet för den tempererade skalan vid slutet av barockmusikepoken och Arnold Schönbergs tolvtonsteknik från 1920-talet.

Ibland skapar musiken ett ekonomiskt mervärde och blir ”kommersiell musik”. Men mängder av musikskapande är inte särskilt ekonomiskt lönsamt. Det är då andra mekanismer som genererar skapandet. Blotta tanken på ekonomisk vinst kan vara ett incitament. Det kan även handla om tanken på erkännande och till och med berömmelse. Oftast handlar det om en grundläggande, inneboende nyfikenhet och lust.

I enlighet med Hans Landströms definitionsbeskrivning i kapitel 16 i den här boken (Landström 2016), är dessa innovationer riktade mot *objektet* – själva musiken. Landström definierar entreprenören som det nödvändiga *subjektet* i utvecklingsprocessen. Han beskriver en utveckling från att betrakta entreprenören enbart som företagare till att se henne som den som upp-täcker, utvärderar och exploaterar möjligheter. Fortfarande tycks det i Land-

ströms resonemang gälla "affärsmöjligheter". Numera talar vi dessutom om "socialt entreprenörskap". Då är tanken att entreprenören investerar sina knappa resurser och tar till vara, eller till och med utvecklar, innovationer för att maximera det sociala kapitalet, humankapitalet, det kulturella kapitalet eller något annat icke-monetärt kapital (Martin och Osberg 2007, Gedeon 2010). Beroende av vilken kultursyn musikskaparen omfattar kan hennes entreprenörskap betecknas som till exempel konstnärligt, humanistiskt, socialt, politiskt eller kommersiellt.

## Personen och verket

---

I andra branscher finns oftast ett företag och/eller ett varumärke mellan entreprenören och konsumenten. Till en början känner vi till varan och kanske företagets namn. Först så småningom kan entreprenören eventuellt bli bekant – rent av berömd – som person. Inom populärmusiken finns ett liknande fenomen. Där står utövaren ofta i centrum och låtskrivaren ansvarar "bara" för att förse honom/henne med ett råmaterial i artistkarriären (om utövaren och låtskrivaren inte är en och samma person, förstås). Allmänheten känner till artisten. Låtskrivaren är, åtminstone till en början, enbart känd inom musikbranschen.

För tonsättare av konstmusik gäller – liksom inom många andra konstnärliga uttrycksformer – att produkten och dess skapare är integrerade delar av ett och samma varumärke. Tonsättaren är sina verk. Vem eller vilka som framför en symfoni står inte i fokus, även om det självfallet kan vara en kommersiell och varumärkesbyggande fördel att "artisten" är Berliner Philharmoniker snarare än Simlångsdalens Orkesterförening.

Det är verken som genererar den egentliga tonsättarinkomsten. Men komponisten som entreprenör har flera andra inkomstmöjligheter som bygger på tonsättarvarumärket. Det finns närliggande yrkesroller, till vilka vanligtvis de med starkast varumärke anlitas: till exempel pedagog, föreläsare, författare och kritiker. En del komponister är dessutom utövare av sin egen och andras musik även om det inte är särskilt vanligt i den högt specialiserade konstmusikvärlden.

Den inkomst som verken genererar bygger på en blandning av kontraktbunden kompensation för själva arbetsprestationen och specifika upphovsrättsliga ersättningar. De ersättningar som i Figur 6.1 kallas "gage" är inte förknippade med en insats som tonsättare. De kan betalas ut för handledning vid repetitioner eller om tonsättaren själv är utövare.

Figur 6.1 Tonsättarens ekonomiska kompensation efter rättsliga principer

	Verket	Noten	Inspelningen	Framförandet
Avtalsrätt	beställningsarvode		(gage)	(gage)
Kopieringsrätt		försäljning	försäljning	
Framföranderätt			radio/tv, internet	konserter

Den teknologiska utvecklingen har inte bara inneburit fler och snabbare sätt att kopiera och distribuera musik – från noten till ljudfilen på internet. Bolter och Grusin (2000, s 30) beskriver hur den teknologiska utvecklingen strävar efter att tillfredsställa människans önskan om ”transparent omedelbarhet”. Vi vill att det vi upplever via mediet ska vara så likt ”verket” som möjligt. Högtalarnas återgivning av den digitala filen ligger avsevärt mycket närmare verkets verkliga inkarnation än noten, som för de flesta är obegriplig. För varje sådan ”remediefiering” uppstår även en möjlighet till inkomst för tonsättaren. Men för att det ska uppstå en ersättning måste upphovsrättslagen utvecklas till att även omfatta de nya medierna. Det är just vad som skett historiskt sett.

Även om orkesterns spelade version av en symfoni kan betraktas som en ”kopia”<sup>1</sup> kommer jag här att dela upp musikupphovsrätten i två huvuddelar som har betydelse för tonsättarentreprenörerna:

- kopieringsrätten – avseende verket i fysisk form, främst noten och CD:n
- framföranderätten – avseende verket i klingande form, antingen i konsert eller via radio, tv eller internet

## Inkomstslaget upphovsrättskompensation

Sätten att distribuera musik har utvecklats över tid i enlighet med den mekanism Joseph Schumpeter kallade ”skapande förstörelse” (se Schumpeter 1911 beträffande ”schöpferische Zerstörung” och Schumpeter 1942 beträffande samma fenomen med sin mera bekanta engelska lydelse: ”creative destruction”). Under 1800-talet ersatte litografin Gutenbergs tryckpress, när det gällde tryck av noter. Den analoga LP:n från 1950-talet ersattes nästan helt av den digitala CD:n från mitten på 1980-talet. Distributionen av de digitala filer som finns på CD har nu även fått internet som distributionskanal (både köp av filer för nedladdning och via streaming).

Men när det gäller det som distribueras, själva musiken, är situationen

<sup>1</sup> Vilket i anglo-amerikanska miljöer används som förklaring till, och försvar för, att begreppet copyright används för att täcka allt det vi kallar upphovsrätt. I många andra länder är benämningen författarrätt.

radikalt annorlunda. Både gamla och nya mästars musik har över tid distribuerats med olika teknologiska hjälpmedel, beroende på vad som funnits tillgängligt. Konstnärliga verk drabbas, till skillnad från patenterade produkter, inte nödvändigtvis av ”creative destruction” även om de flesta får svårt att tåla tidens tand. Några når status av mer eller mindre eviga klassiker. Sådana klassikerverk distribueras numera såväl som noter, via mekaniska hjälpmedel som grammfonen, via radio/tv, via internet och, förstås, genom levande konserter. Upphovsrättslagen har fått ny lydelse för varje ny sådan teknologi (Albinsson 2013b).

Musikindustrin har utan tvekan ställts inför svåra problem under det senaste dryga decenniet. Under en följd av år har den illegala, men ytterst bekväma, delningen av musikfiler på internet dragit undan lönsamheten för de traditionella skivbolagen. Nu verkar situationen ha stabiliserats genom de streamade internetjänsternas genombrott. Inspelningarna distribueras inte längre i fysisk form. ”The record industry” har blivit ”the recording industry”.

Framföranderättsparagraferna i upphovsrättslagstiftningen fanns i flera länder redan i början av 1800-talet. Men transaktionskostnaderna för att hålla koll på vad som framfördes var ansågs till en början inte kunna täckas av de avgifter som skulle kunna tas ut. Många förlag och musikskapare betraktade även den levande konserten som ett marknadsföringsverktyg för den tryckta noten.<sup>2</sup>

Skriftställaren och sångtextförfattaren Ernest Bourget utmanade år 1847 de musikcaféer i Paris som inte valde att självmant betala en dusör till kompositörer och textförfattare, genom att dra två av dem inför rätta. Efter tre omgångar domstolsförhandlingar fastställdes till slut ett domslut till Bourgets förmån. Han tillerkändes ett så pass stort skadestånd att han och ett par kolleger tyckte att det kunde vara värt att starta en gemensam byrå för licensiering av musik (Albinsson 2014). Det franska SACEM förblev ensamt på den internationella banan till åren runt första världskriget då systerorganisationer kom till i många andra länder (STIM i Sverige år 1923) (Albinsson 2012b).

Det är uppenbart att den senaste tidens förändringar av musikdistributionen inte bara kommer att ha kvantitativa följder i form av en renässans för upphovsrättsinkomster till musikbranschens producentled – inklusive upphovsmännen. Därtill kommer en oanad mängd, nya och gamla, musikstycken att bli tillgängliga på till exempel Spotify. Stycken som inte har funnits i handeln på många år, eller som inte har ansetts kommersiellt försvarbara för CD-distribution. I princip kan vem som helst ladda upp sin egenproducerade musik för streaming.

Chris Anderson (2006) är övertygad om att förändringen är ofrånkomlig och till nytta. Han tror att lyssnandet, och därigenom inkomsterna, kommer att förskjutas från de allra mest framgångsrika artisterna och låtskrivarna till

---

<sup>2</sup> Tvärt emot vad piratrörelsen av i dag brukar hävda, nämligen att mp3-filen gör reklam för liveframträdandet.

förmån för dem som hör till ”den långa svansen/ *the long tail*” av hittills okända utövare. Teknikutvecklingen kan i bästa fall betyda att fler låtskrivare får en större andel av inkomsterna. Vi som lyssnar utvecklas som personer i och med det större utbudet av kulturella inspirationsmöjligheter och förebilder.

Mycket har skrivits under det senaste decenniet om musikindustrins villkor och dess framtid. Utöver vad som refererats till direkt i detta kapitel finns böcker av bland annat Patrik Wikström (2009), Steve Gordon (2006) samt David Kusik och Gerd Leonhard (2005).

## Individen och kollektivet

Kopieringsrätten har en lång historia. Man kan med fog hävda att man även under antiken debatterade upphovsrätt, även om egentlig lagstiftning kom först efter införandet av Gutenbergs tryckpress (de la Durantay 2006). Ända fram till och med CD-skivans hegemoni hade kopieringsrätten stor betydelse, för både skivbolagen och musikskaparna. Deras intressen av att upprätthålla rätten gentemot pirater var gemensamma.

I dag överskuggar framföranderättens ersättningar i storlek helt de som kommer från kopieringsrätten. I vårt land är det Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå (STIM) som är förmedlaren av musiken mellan tonsättarna/låtskrivarna och konsumenterna. Musikproducenterna är kollektivt organiserade i STIM, som skriver avtal med ”brukarna” i form av konserter, festivaler, radio- och tv-kanaler, Spotify med flera. Till det kommer avtal med handel, krognäring, kommuner, landsting och andra som använder musik i sina offentliga utrymmen. STIM-ersättningssystemet kan, liksom moms, fungera i flera ”förädlingssteg”. Vid en offentlig konsert betalar publiken via arrangören en avgift till STIM. Om konserten sänds i radio betalar kanalen en avgift. Om radion står hos en damfrisör ska betala även hon en avgift för att kunden ska få lyssna.

## Skivförsäljning, radio/tv och streaming

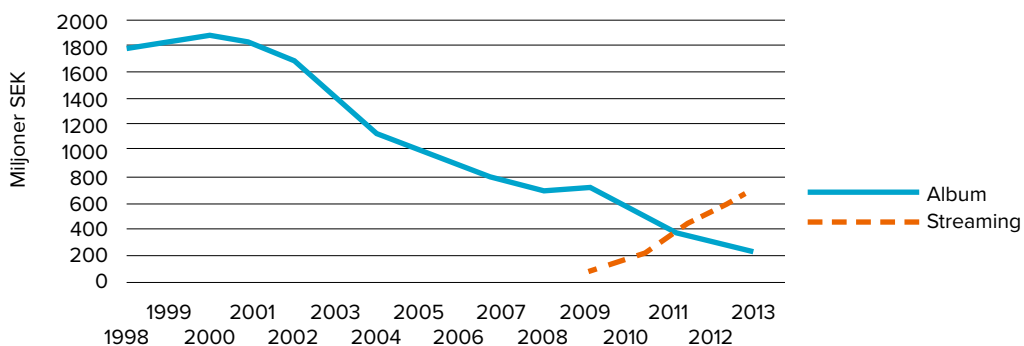
Sedan 1995 har STIM betalat ut de ersättningar som medlemmarna har varit berättigade till från skivförsäljning. Till en början steg utbetalningsbeloppen för att nå en kulmen år 2001. Efter internets genomslag i början av millenniet minskade skivförsäljningen radikalt och 2008 genererade den bara cirka hälften så mycket i upphovsersättningar till tonsättarna, närmare bestämt 83,4 miljoner kronor år 2008 mot 168,3 miljoner kronor år 2001 (Albinsson 2013c). Det mesta talar för att den minskade försäljningen berodde på den illegala fildelningen som snabbt blev populär och omfattande via tjänster som Pirate Bay. Internationella studier pekar i samma riktning för denna period: Liebowitz (2005, 2008, 2010), Rob och Waldfoegel (2004) samt Zentner (2005, 2006).

Internetdriven musiklyssning, streaming och nedladdning har ökat stadigt under det senaste decenniet. Till en början var upphovsrättsbeloppen mycket små. Men med början 2010 började de internetdrivna intäkterna öka

dramatiskt. Statistiken för 2011 visade en 70-procentig ökning av detta slags upphovsersättning mot året före (Portnoff och Nielsen 2012). 2012 svarade den strömmade musiken för 62 procent av inkomsterna från inspelad musik (skivor 32 procent) (Portnoff 2013). I det stora musiklandet Storbritannien låg motsvarande andel på cirka 10 procent (BBC 2014). Enligt STIM:s årsrapport för 2014 överstiger upphovsrättsersättningen från streamade tjänster numera avsevärt dem från försäljning av mekaniska bärare som CD:n.

Den kanske viktigaste effekten av Spotify är att tjänsten har öppnat en marknad för helt nya talanger. Under 2012 toppades Spotifys mest-spelade-lista för svenska singlar av artister som, åtminstone då, var okända för en bred svensk allmänhet. Gruppen Den svenska björnstammen låg etta under en period liksom Ansiktet med sin singel *Äckligt*. Motsvarande albumlista toppades under 2011 under en tid av den Göteborgsbaserade reggaeartisten Kapten Röd. Sannolikt var det de allra yngsta konsumenterna som först såg nyttan av Spotify (Albinsson 2014).

Figur 6.2 Försäljning av inspelad musik i Sverige 1998–2013



Källa: Statistik från Grammofonleverantörernas Förening. KPI-justerat med basår 2013

När det gäller den samlade svenska försäljningslistan av singlar, det vill säga både fysiska exemplar och internetdriven försäljning av enstaka musikstycken, liknar den numera nästan helt Spotifys singellista. Men för album är det annorlunda. Av de fem mest strömmade albumen på Spotify i Sverige finns betydligt färre på motsvarande svenska CD-försäljningslista. Artister som Gyllene Tider, Lasse Stefanz och Agnetha Fältskog lockar en mognare publik som inte bara halkat efter vad gäller den senaste teknologin utan kanske dessutom värdesätter känslan av att hålla i en CD-inlaga.

Sedan ett par år är värdet av streamingen större än värdet av albumförsäljningen (Figur 6.2). Skillnaden ökar stadigt. Det totala värdet av inspelad musik på CD-album och via streaming hade år 2013 sjunkit med 20 procent jämfört med tio år tidigare. Men den inspelade musiken har ytterligare inkomstkällor: transmitteringen i radio/tv och som motiv för privatkopieringsersättningen.

Under millenniets första decennium sjönk även upphovsrättsintäkterna från albumförsäljning. År 2000 utgjorde de 76 procent av de totala upphovsrättsintäkterna från STIM medan motsvarande tal för 2009 var 28 procent. Men det var inte bara den minskade CD-försäljningen som var orsaken till den mycket lägre andelen. Den stora skillnaden var att upphovsrättsersättningarna från radio/tv, konserter med mera ökade med 71 procent under samma tid. Det totala belopp som betalades ut i upphovsrättsersättningar från STIM ökade med 72 procent under denna tioårsperiod.

Uppenbarligen har tonsättare, låtskrivare och textförfattare klarat sig bra trots den teknologiska omvandlingen från fysiska bärare av musik till streaming. Problemen kring den illegala fildelningen tycks ha drabbat skivindustrin, snarare än upphovsrättsägarna. Under perioden var den årliga ökningen av upphovsrättsersättningar från STIM 6,4 procent (alla procenttal baseras på KPI-justerade tal och är hämtade från Albinsson 2013c). Vad som förlorades från skivorna tjänades i stället in från andra upphovsrättsområden. Bland annat drog rättsinnehavarna fördel av de nya inhemska kommersiella tv- (från 1990) och radiokanalerna (från 1993).

## Bakgrundsmusik

En av många avgiftsbetalare särskilt illa omtyckt licens är den för bakgrundsmusik. Tandläkare tycker nog inte att de gör något annat på jobbet i mottagningen än vad de gör hemma, det vill säga sätter på radions P4. Avgiften beror förstås på att även de betalande patienterna kan lyssna och att det förutsätts att tandläkaren använder musiken som en integrerad del i sin verksamhet. Licensen appliceras av STIM för musik i kommersiella och andra offentliga miljöer där människor samlas i små grupper eller stora skaror. Det kan gälla shoppinggallerior, vårdcentralens väntrum, restaurangen eller frisersalongen. Bara 0,7 procent av de inkasserade medlen under 2013 fördelades till upphovsrättsägarna efter specificerade underlag från licenstagarna över vilken musik som faktiskt spelats. Resten fördelades enligt "analogiunderlag" baserat på statistik från Sveriges Radio, kommersiell radio, tv-kanaler samt skivförsäljning och nedladdningar i Sverige. Sammanlagt 135 miljoner kronor (11,6 procent av STIM:s intäkter) betalades i licenser för bakgrundsmusik år 2013 (STIM 2013).

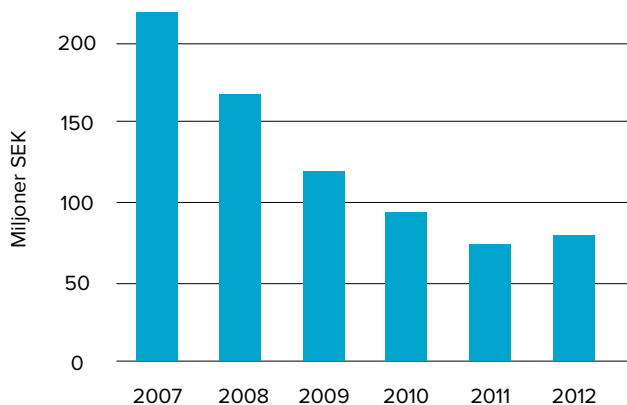
## Privatkopieringsersättning

Naturligtvis reagerade musikindustrin i vanlig ordning när bandspelaren och, framförallt, kassettspelaren hotade att göra så att intäktsströmmen sinade (Albinsson 2013b). Med början i dåvarande Västtyskland drevs krav på ersättning för det som bandades på tomkassetter. Redan 1965 fattade Bundestag en lag för detta ändamål (Gaita och Christie 2003, Reschke 2010). I början av 1970-talet fanns motsvarande lagstiftning i nästan alla västländer. Tomkassetten ersattes så småningom av CD-r/rw och DVD-r/rw. Olika musiklagrare



ingår nu i olika länders listor över vad som ska skyddas genom att konsumenten betalar en privatkopieringsavgift. I vårt land har det på senare tid fastställts i domstol att *alla* produkter som kan användas för kopiering för privat bruk ska omfattas av ersättningssystemet snarare än enbart de produkter som "huvudsakligen" används i sådant syfte (Copyswede mot Sony Mobiles, Lunds tingsrätt 8 april 2014). Redan tidigare fanns domslut på att externa hårddiskar och USB-minnen skulle vara belagda med avgift.

Figur 6.3 Privatkopieringsersättningens storlek 2000–2012

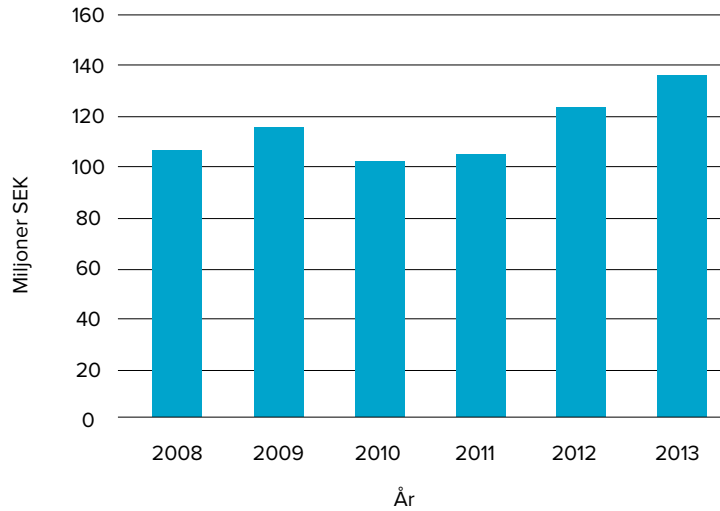


Källa: Statistik från Copyswede. KPI-justerat med basår 2013

År 2012 betalade Copyswede, som hanterar privatkopieringsersättningen, ut knappt 80 miljoner kronor till upphovsrättsinnehavare –hälften av vad som samlades in och fördelades fem år tidigare (Figur 6.3). Ur Copyswedens perspektiv är det naturligt att även de allra senaste formerna för digital lagring ska integreras i lagtillämpningen eftersom de fyller samma funktion som bandkassetterna en gång gjorde. Nästa steg blir kanske att kräva skydd mot lagring i molntjänster.

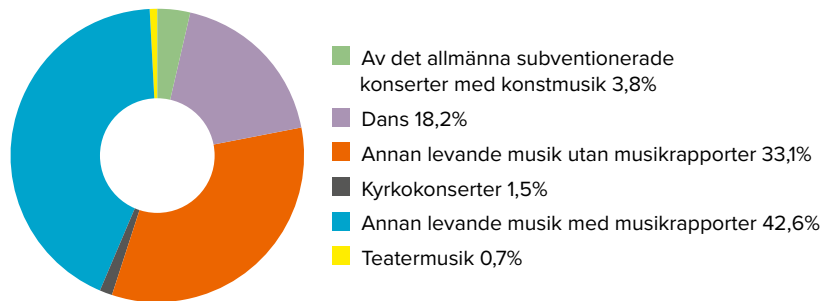
## Konserter

I takt med att mer och mer musik klingar från inspelningar i alla upptänkliga mediala kanaler har intäkterna från levande konserter minskat sin andel av STIM:s samlade intäkter. 2013 utgjorde de bara 6,2 procent av de totala intäkterna. Det var ändå en 11 procentig ökning gentemot året före (STIM 2013). Merparten av ökningen kom inom kategorin dans/diskotek. Figur 6.4 visar hur STIM:s intäkter från levande konserter har utvecklats under de senaste åren.

**Figur 6.4 STIM:s intäkter från levande konserter 2008–2013**

Källa: Statistik från STIM:s årsrapporter. KPI-justerat med basår 2013

År 2013 fördelades intäkterna över sex olika kategorier av levande framföranden enligt Figur 6.5.

**Figur 6.5 STIM:s intäkter från levande konserter år 2013**

Källa: Statistik från STIM:s årsrapport

## Tonsättarens intäkter

---

Att studera upphovsrättsägarna mikroekonomiskt är svårt. STIM betraktar sin utbetalningsstatistik som affärshemlighet. Att tillfråga alla 71 320 STIM-an slutna upphovspersoner om deras intäkter är ett jätteprojekt som ännu inte realiserats. Däremot har jag studerat en avgränsad grupp av upphovspersoner som intresserat mig särskilt och som gjorde en studie finansiellt<sup>3</sup> och praktiskt möjlig (Albinsson 2013a).

Den studerade gruppen är medlemmarna i Föreningen Svenska Tonsättare/FST. En viktig utgångspunkt i studien var att söka data, analysera och diskutera kring vilka incitament som gör att tonsättarna skapar ny konstmusik. Jag delade in dem i tre huvudkategorier: ekonomiska, erkännandemässiga respektive njutningsmässiga incitamentsfaktorer.

Antalet FST-medlemmar är cirka 300. Efter samtal med STIM och FST tillskrev jag dem med en anhållan om att med signerade avtal få mandat att studera såväl STIM:s utbetalningar och skatteverkets kontrolluppgifter från arbetsgivare. Knappt hälften av de tillskrivna valde att delta. Jag hänvisar till rapporten för detaljer kring hur studien konstruerades och genomfördes (Albinsson 2013a).

Varje studerad tonsättare fick en slumpmässig referensperson med samma kön och födelsedag. Valet av yrke har för de undersökta tonsättarna inneburit att de i genomsnitt tjänat 30 procent mindre än referenspersonerna. I likhet med Hans Abbing (2003) menar jag att denna skillnad, som på engelska brukar kallas *income penalty*, inkomstbestraffning, kan betraktas som det värde den välinformerade konstnären åsätter andra belöningar än de rent monetära. De kan till exempel vara status, erkänsla och den egna tillfredsställelsen.

Även om inkomsterna för tonsättarna i min studie var lägre än för referensgruppen, var de dock under 2011 50 procent högre än medelinkomsten för yrkesgrupper som textilarbetare, trädgårdsarbetare, hotellstädare och hovmästare i Sverige (SCB 2011a). Samtidigt var tonsättarnas medelinkomst bara 37 procent av medelinkomsten för aktiemäklare och 55 procent av medelinkomsten för läkare (SCB 2011b). Ginikoefficienten, måttet på inkomstspridning, bland FST-medlemmarna var 0,40 år 2009. För referensgruppen var ginikoefficienten 0,33. Eurostat redovisar en ginikoefficient för Sverige på 0,25. Tonsättarinkomsterna var således mer ojämnt fördelade än för alla löntagare. Winner-takes-all-fenomenet är ännu mer uppenbart när man bara tittar på ginikoefficienten för tonsättarnas upphovsrättsinkomster: 0,76 under 2011. Talet för alla STIM-medlemmar var ännu högre: 0,94 (Albinsson 2013c). År 2009 erhöll 56 av STIM:s medlemmar (0,2 procent av dem som fick något överhuvudtaget) 36 procent av alla upphovsrättspengarna. Den så kallade

---

<sup>3</sup> Studien finansierades av Ragnar Söderbergs stiftelse.

Matteuseffekten<sup>4</sup> är övertydlig. Den genomsnittliga inkomsten för alla som fick ersättning från STIM under 2009 var 13 780 kronor. För tonsättarna i min studie var medelersättningen 63 procent av detta belopp: 8 770 kronor. Medianinkomsten var avsevärt lägre, 2 685 kronor, vilket är ytterligare ett tecken på den verkligt sneda inkomstfördelningen bland svenska tonsättare.

## Tonsättarnas kön

Bland alla variabler som styr inkomsternas storlek är tonsättarens kön den absolut mest betydelsefulla. Andelen kvinnor bland tonsättarna var i min studie 14,2 procent medan kvinnornas andel av alla anställda i Sverige var 47 procent. Inom tonsättarbranschen är kvinnornas medelinkomster bara 58 procent av männens. För hela den svenska arbetskraften är kvinnornas medelinkomster 86 procent av männens (SCB 2011c). Enligt Medlingsinstitutet (2010, s 9) är skillnaden i lön 5,9 procent även när man tar hänsyn till kvinnornas yrkesval, utbildningsnivå, ålder och arbetstimmar. Det är uppenbarligen en bjärt kontrast mellan den genomsnittliga inkomsten för svenska kvinnor respektive män som verkar som kompositörer.

## Tonsättarens ålder

Liksom i de flesta andra yrken har personens ålder stor betydelse för inkomstens storlek. Med fler år i yrkeslivet ökar individens kompetens successivt. Egentligen är det ju inte åldern utan den ackumulerade erfarenheten som har betydelse för lönebildningen. Men i ekonomiska modeller använder man gärna ålder som den variabel som täcker in ökad formell och informell kompetens.

De flesta av oss når en inkomsttopp i 50-årsåldern. Därefter avtar de flestas inkomster. Kanske lönearbete inte längre är så attraktivt. Kanske är man mindre produktiv när man blir äldre. Det gör att kurvan för inkomst börjar dala. I min studie fann jag att referensgruppen (icke-kompositörerna) har en mycket starkare lönetillväxt än tonsättarna under den första fasen av sitt yrkesliv. Däremot minskar tonsättarnas inkomst mindre med åren jämfört med referensgruppen.

Den genomsnittlige tonsättarens inkomst når inte samma topp som många andras. Men å andra sidan minskar de knappast alls efter den tid då andra går i pension och tappar stora delar av sina inkomstkällor. Förmodligen tjänar tonsättarna på att deras yrke är intellektuellt och inte så fysiskt krävande. En bidragande orsak är även den allteftersom växande repertoar som tonsättaren skapar. Visserligen tappar även de flesta konstmusikaliska stycken sitt nyhetsvärde efter några år. Få blir "klassisk musik" i egentlig mening. Men

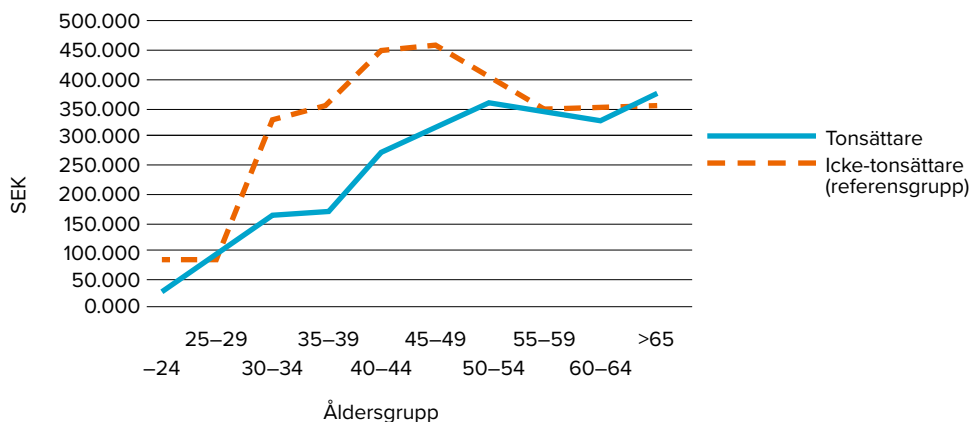
---

<sup>4</sup> Aposteln Matteus skriver i sitt evangelium 25:29: "Var och en som har, han skall få, och det i överflöd".

trots det förblir de en inkomstkälla i många år vad gäller upphovsrättsersättning. Vad en gruvarbetare, lärare eller tandläkare producerade för 20 år sedan har ingen egentligen inverkan på deras inkomst i dag. Men ett 20 år gammalt verk generar fortfarande upphovsrättsinkomst om det spelas i dag.

FST-medlemmarnas inkomsttopp är 10 procent lägre än referensgruppens, medan deras genomsnittsinkomst efter den traditionella pensionsåldern är ungefär densamma som referensgruppens (se Figur 6.6).

**Figur 6.6** Genomsnittsinkomst för svenska tonsättare jämförd med referensgruppen icke-tonsättare



Källa: Paneldata för 1990–2009 (KPI-justerat med basår 2009)

## Behovet av erkänsla och uppskattning

Många av oss uppfattar konstnärligt skapande som något värdefullt i sig. Därigenom skapas en marknad för konstnärliga produkter och det kommer att finnas de som skapar dem. Det ekonomiska utbytet för skaparen kan vara litet men det kompenseras av ett förhöjt socialt anseende som sannolikt även stärker självkänslan. Marilyn Monroe uttryckte sig rakt på sak i Gloria Steinems intervju i augustiutgåvan 1972 av Ms. Magazine: ”Jag är inte intresserad av pengar – jag vill bara vara underbar”.

För den som gillar konstmusik ligger kanske en del av dess sociala mervärde i det så kallade positionsvärde som man uppfattar kan finnas i att vara en i publiken. Detta meritvärde överförs till komponisten. Ett syfte med olika utmärkelser och priser är att de indikerar att komponistens produktion kännetecknas av verk med musikaliska kvalitetsvärden. Harold D Lasswell (1959, s 209–210) beskrev hur det måste finnas ett erkännandesystem som är skilt från skaparen för att en ny produkt eller en ny process ska kunna bli accep-

terad som kreativ. Bruno Frey (2010) hävdar att utmärkelser fungerar bättre som incitamentverktyg än reda pengar i de fall då kvaliteten i mottagarens prestation bara kan fastställas i oprecisa termer. Möjligheten av en framtida ex post-utmärkelse kan vara motiv nog för skapande. När det gäller att få framtida uppdrag är det säkert en klar fördel om tonsättaren kan inkludera sådana tecken på att vara en högt renommerad komponist i sin meritförteckning. Förmodligen har det även betydelse för andra typer inkomster.

## Ekonomiska incitament

Om det verkligen finns ett ekonomiskt incitament att skriva ny konstmusik borde det kunna mätas genom att studera om nya stycken verkligen genererar ökad inkomst. Tonsättaren investerar i sin musikportfölj och det borde primärt få upphovsrättsintäkter att öka. Jag fann i min tidigare nämnda studie (Albinsson 2013a) att man kan ana en viss sådan effekt. Musik komponerad några år tillbaka i tiden tycks kunna ha en positiv effekt på inkomsten.

Marginal effekten av nya verk på tonsättarnas *totala* inkomster är faktiskt avsevärt mera påtaglig än effekten på upphovsrättsinkomster separat. Det finns ett positivt samband mellan den totala inkomsten och kändisfaktorn, mätt i antalet webbtträffar för respektive komponists egennamn (=det personliga varumärket). I min studie gav en ökning med 15 procent i antalet sådana webbtträffar en ökning av variabeln total inkomst med 1 procent.

Framgångsrikt musikskapande kan ses som det som gör att en tonsättare blir anlitad för andra, ofta mer lukrativa uppdrag, än själva komponerandet. STIM-pengarna utgjorde i snitt 8,9 procent av de studerade tonsättarnas inkomster under perioden 2005–2009. Andra musikrelaterade yrken spelade en betydligt större roll för de flesta: musklärare (kommunal musikskola, grundskola, gymnasium, folkhögskolor och musikhögskolor) och utövande musiker (oftast som kyrkomusiker). Det finns också många som egentligen betraktar sig som professionella tonsättare men som tvingas livnära sig inom lokaltrafiken, äldreomsorgen eller telemarketing.

I stort sett alla tonsättare tvingas ägna sig åt en slags professionell riskhantering när det gäller sina inkomster. David Throsby (1994) fann att när relativintäkten ökade för icke-konstnärliga yrkesuppgifter, ägnade den kulturella mångsysslaren färre timmar på sådant arbete. Det tar ju då mindre tid för henne att få ihop den inkomst hon anser sig behöva för att få ägna sig åt det konstnärliga yrket, som hon uppfattar som sitt egentliga. Hans Abbing (2003) fann empiriska bevis som talar för att ett utökat offentligt ekonomiskt stöd ökar mängden konstnärer av olika slag utan att medelinkomsten höjs.

## Slutsatser

---

Det är få förunnat att kunna leva endast på den inkomst som det egentliga tonsättaryrket ger. Konstnärliga yrken har den karaktären. I det oftast rätt ofrivilliga entreprenörskapet blandar man intäkter från brödfödearbete med inkomster från konstnärskapet. I tonsättarfallet, liksom säkert i många andra fall inom den så kallade kreativa industrin, betyder tanken på framtida erkännande mer som incitamentskapare än den rent pekuniära förhoppningen. Det verkar gälla i synnerhet om man mäter de direkt verksrelaterade inkomsterna, framförallt upphovsrättsersättningar. Framgångsrika verk bidrar till att förbättra tonsättarens varumärke så att andra typer av musikrelaterade inkomster kan komma i framtiden.

Många känner sig dragna till konstnärlig verksamhet. Detta, i kombination med att tonsättar- och låtskrivaryrket är en typisk winner-takes-all-profession, gör att verkligt få utövare tjänar riktigt stora pengar medan de flesta andra får nöja sig med lite applåder. Men applåderna kan vara tillräckligt starka för att i sig bli ett incitament för fortsatt skapande. Det måste i synnerhet gälla för de relativt få kvinnor som ägnar sig åt komponerande, eftersom deras ekonomiska utbyte är så radikalt lägre jämfört med deras kolleger som är män.

En del attraheras i sitt yrkesval av verksamheter med påtagliga ekonomiska incitament, som i den finansiella världen och i etablerade storföretag. Men förmodligen spelar inte sådana ekonomiska incitament en lika stor roll för de egentliga entreprenörerna. De är nog mer lika konstnärerna. Man tackar i och för sig inte nej till ekonomiskt utbyte. Men tanken på en inkomst stor nog att över huvud taget leva på, i kombination med icke-monetära utbyten som ett gott rykte, ett stort mått av frihet och ett stimulerande arbete, kan vara tillräcklig för att en driftig individ ska satsa på entreprenörskap – eller kanske till och med på konstnärskap.

Ekonomer betraktar gärna entreprenörer utifrån de ekonomiska framgångar som de når, både för egen del och beträffande de lyckosamma företag de skapar. Framgång mäts i pengar, enligt ekonomer, och vi tror att folk i allmänhet gör detsamma. Som "samhälle" ser vi värdet av entreprenörskap mest i form av möjligheter till nya företag som genererar arbetstillfällen och ekonomiska förutsättningar för ökad välfärd. Det är utifrån ett sådant tänkande som belöningssystem och FoU-stöd utformas.

Jag menar att vi, rent allmänt, bör vara ytterst försiktiga med att förutsätta att de flesta av oss drivs av ekonomiska incitament i första hand. Många gör det över huvud taget inte. Det är andra incitament som driver oss till att skapa andra värden för oss själva och andra. Det lär oss de konstnärliga yrkena i hög grad. Men det gäller säkert även en stor mängd andra yrken – kanske de allra flesta. Det måste genomsyra våra utbildningar, våra stödssystem och våra belöningssystem.

## Referenser

---

Abbing, H: *Support for Artists*. I Towse, R (red):

*A Handbook of Cultural Economics*. Edward Elgar Publishing, 2003

Albinsson, S: *Early Music Copyrights: Did They Matter for Beethoven and Schumann?* *The International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, 43, s 265–302, 2012a

Albinsson, S: *The Advent of Performing Rights in Europe*. *Music & Politics*, 6, 2012b

Albinsson, S: *Sound Earnings – the Income Structure of Swedish Composers 1990–2009*. *Review of Economic Research on Copyright Issues*, 10, s 36–73, 2013a

Albinsson, S: *The Resilience of Music Copyrights*. *Culture Unbound*, 5, s 401–424, 2013b

Albinsson, S: *Swings and roundabouts – Swedish music copyrights 1980–2009*. *Journal of Cultural Economics*, 37, s 175–184, 2013c

Albinsson, S: *Spotify nation: Sweden shows why streaming is future of music*. *The Conversation*, 27 februari 2014, [theconversation.com/spotify-nation-sweden-shows-why-streaming-is-future-of-music-23560](http://theconversation.com/spotify-nation-sweden-shows-why-streaming-is-future-of-music-23560), nedladdad 2014-06-07

Albinsson, S: *A Costly Glass of Water*. *Svensk Tidskrift för Musikforskning*, 96(2), s 59–70, 2014

BBC: *Digital services boost sales of video and music sales*. [www.bbc.com/news/entertainment-arts-25559821](http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-25559821), nedladdad 2014-06-07

Bolter, J & Richard, G: *Remediation: Understanding New Media*. The MIT Press, 2000

de la Durantay, K: *Ruhm und Ehre. Der Schutz literarischer Urheberschaft im Rom der klassischen Antike*. *Forum Historiae Juris*, 2006

Frey, B: *Geld oder Anerkennung? Zur Ökonomik der Auszeichnungen*. *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 11, s 1–15, 2010



Gaita, K & Andrew F: *Principle or Compromise? Understanding the Original Thinking Behind Statutory Licence and Levy Schemes for Private Copying*. Intellectual Property Research Institute of Australia, Working Paper No. 04/04, 2003

Grammofonleverantörernas förening/IFPI: pressmeddelande 26 januari 2014, [www.ifpi.se/wp-content/uploads/GLF-försäljningsstatistik-GLF-helåret-2013.pdf](http://www.ifpi.se/wp-content/uploads/GLF-försäljningsstatistik-GLF-helåret-2013.pdf), nedladdad 2014-06-07

Gedeon, S: *What Is Entrepreneurship*. Entrepreneurial Practice Review, 1, 2010

Gordon, S: *The Future of the Music Business – How to Succeed with the New Digital Technologies*. Hal Leonard Books, 2006

Kusek, D & Leonhard, G: *The Future of Music – Manifesto for the Digital Music Revolution*. Berklee Press, 2005

Landström, H: *Innovation och entreprenörskap – Ett eller två forskningsfält?* I McKelvey, M & Zaring, O (red): *Sveriges entreprenöriella ekosystem – Företag, akademi, politik*. Esbri, 2016

Lasswell, H: *The Social Setting of Creativity*. I Anderson, H (red): *Creativity and Its Cultivation*. Harper & Row Publishers, 1959

Liebowitz, S: *Pitfalls in measuring the impact of file-sharing on the sound recording market*. CESifo Economic Studies, 51, s 435–473, 2005

Liebowitz, S: *Research note – Testing file sharing's impact on music album sales in cities*. Management Science, 54, s 852–859, 2008

Liebowitz, S: *The Oberholzer-Geel/Strumpf file-share instrument fails the laugh test*. Working paper, University of Texas at Dallas, 2010

Martin, R & Osberg, S: *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. Stanford Social Innovation Review, 2007

Portnoff, L & Nielsen, T: *Musikbranschen i siffror – statistik för 2011*. Tillväxtverket Rapport 0143 Rev A, 2012

Portnoff, L: *Musikbranschen i siffror – statistik för 2012*. Musiksverige och Tillväxtverket, 2013

Reschke, J: *Die verfassungs- und dreistufentestkonforme Auslegung der Schranken des Urheberrechts – zugleich eine Überprüfung von § 52b UrhG*. Vandenhoeck & Ruprecht Unipress, 2010

Rob, R & Waldfogel, J: *Piracy on the high C's: Music downloading, sales, displacement, and social welfare in a sample of college students*. Journal of Law and Economics, 49, s 29–62, 2004

SCB: [www.scb.se/Pages/TableAndChart\\_21752.aspx](http://www.scb.se/Pages/TableAndChart_21752.aspx), nedladdad 2014-06-07, 2011a

SCB: [www.scb.se/Pages/TableAndChart\\_60122.aspx](http://www.scb.se/Pages/TableAndChart_60122.aspx), nedladdad 2014-06-07, 2011b

SCB: [www.scb.se/Pages/PressRelease\\_319533.aspx](http://www.scb.se/Pages/PressRelease_319533.aspx), nedladdad 2014-06-07, 2011c

Schumpeter, J: *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Duncker & Humblot, ny upplaga 2006, 1911

Schumpeter, J: *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Routledge (Taylor & Francis), ny upplaga 2010, 1942

STIM: *Årsrapport 2013*. STIM, 2013

Throsby, D: *A Work-Preference Model of Artistic Behaviour*. I Peacock, A & Rizzo, I (red): *Cultural Economics and Cultural Policies*. Kluwer Academic, 1994

Zentner, A: *File sharing and international sales of IPRed music: An empirical analysis with a panel of countries*. Topics in Economic Analysis and Policy, 5, 2005

Wikström, P: *The Music Industry – Music in the Cloud*. Polity Press, 2009

Zentner, A: *Measuring the effect of music downloads on music purchases*. Journal of Law and Economics, 49, s 63–90, 2006