



HÖGSKOLAN
DALARNA

Att bygga ett regionalt musikkluster

En följeforskningsbaserad fallstudie av projektet

**BoomTown - En innovativ miljö för när-
ingslivsutveckling inom musikbranschen**

Delrapport

Nr: 2010:6

Högskolan Dalarna arbetsrapport nr 2010:6
ISBN 978-91-85941-26
ISSN 1653-9362
© Författarna

Att bygga ett regionalt musikkluster

En följeforskningsbaserad fallstudie av projektet

**BoomTown - En innovativ miljö för näringslivsut-
veckling inom musikbranschen**

Delrapport

Mats Lundgren & Ina von Schantz Lundgren

Förord

Den här delrapporten är resultatet av ett pågående s.k. följeforskningsuppdrag (se t.ex. NUTEK, 2008; Ahnberg, m.fl., 2009). Uppdraget går ut på att följa hur projektet *Boom Town – en innovativ miljö för näringslivsutveckling inom musikbranschen* genomförs och utvecklas. Rapporten handlar om hur detta arbete förlöper. Projektet startade 2008 och kommer att pågå t.o.m. utgången av 2010, men som det framstår i nuläget kan en förlängning en bit in under 2011 bli aktuellt. Det är självfallet i det här läget inte möjligt att fullt ut summera och dra slutsatser avseende vad projektet slutligen kommer att resultera i, däremot att peka på några utvecklingstendenser.

Den del av rapporten som mera specifikt beskriver Boom Town Music Education (BTME), den del som kanske mest av allt utåt förknippas med projektet, d.v.s. den verksamhet där rockband utbildas, bygger på en rapport av Per-Inge Ljungdahl. Per-Inge är till vardags musiklärare på Hagagymnasiet i Borlänge och skrev under 2009 ett examensarbete om BTME inom SÅL-projektet (Särskild lärareutbildning) som jag var handledare för. Vi vill samtidigt passa på att tacka Per-Inge för hans bidrag till denna rapport.

Mats Lundgren har varit den som svarat för datainsamlingen, medan vi båda med förenade krafter har hjälpts åt att forma rapporten och dess innehåll. Innan rapporten slutligen skrev klar har några av de involverade aktörerna fått ge sina kommentarer till dess innehåll som ledde fram till att några förtydligande kunde göras. Tack!

Avslutningsvis vill vi tacka alla Er som så generöst och välvilligt låtit mig ta del av Era synpunkter och erfarenheter och som gjort det möjligt att studera den verksamhet som bedrivits inom projektet Boom Town - En innovativ miljö för näringslivsutveckling inom musikbranschen.

Falun i september 2010

Mats Lundgren
Fil. dr. Sociologi och lektor i Pedagogik

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Förord 3

**PROJEKTET BOOM TOWN – EN INNOVATIV MILJÖ FÖR NÄRINGS-
LIVS-UTVECKLING INOM MUSIKBRANSCHEN 5**

Projektets syfte 7

Rapportens syfte 8

METOD 9

Följeforskning – möjligheter och problem 9

Fallstudien som undersökningsdesign 10

Datansamling 11

Rollen som följeforskare och etiska överväganden 12

NÅGRA UTGÅNGSPUNKTER FÖR TOLKNING 14

Musik – en bransch i omvandling 14

Utbildning av rockmusiker som kommersiell innovation 18

Kluster som fenomen för att stärka konkurrenskraft och regional tillväxt 20

Att skapa ett kluster – strategier och klustermotorer som verktyg 25

**PROJEKTET BOOMTOWN – EN MOTOR I ETT FRAMGÅNGSRIKT REGI-
ONALT MUSIKKLUSTER? 28**

Boom Town Music Education 28

Utbildningsprogrammet: Kreativ ljusdesign för scen och event 33

Utbildning av ljudtekniker 34

BandBooster – En företagsinkubator för musiker 34

Trigger – en konferens som vänder sig till musikbranschens företrädare 36

DISKUSSION OCH NÅGRA PRELIMINÄRA SLUTSATSER 39

Några sammanfattande reflektioner och preliminära slutsatser 42

Referenser 46

PROJEKTET BOOM TOWN – EN INNOVATIV MILJÖ FÖR NÄRINGSUTVECKLING INOM MUSIKBRANSCHEN

Bakgrunden till projektet BoomTown kan bl.a. sökas i det faktum att Sverige i början av 2000-talet etablerade sig som ett av världens mest framgångsrika länder inom musikbranschen (Sandgren, 2000). Något som fungerat som en inspirationskälla för musiker och musikproducenter att producera kommersiell musik. Konkurrensen är dock hård och ställer stora krav.

För att svensk musikindustri ska fortsätta vara konkurrenskraftig krävs nya initiativ. Den idéskapande processen är viktig för branschens utveckling och behöver ständigt stimuleras. Innovationsbehovet samt ett ökat utbud av produkter och tjänster är stort – minst lika viktigt är ett effektivt stöd till entreprenörer som har viljan och förmågan att omsätta idéer till produkter. (http://www.boomtown.nu/boomtown/default/page_20/)

I projektbeskrivningen till projektet Boom Town beskrivs också några av de viktigaste orsakerna till de förändringar som musikbranschen för närvarande genomgår och som i sig skapar nya möjligheter. Det verkar t.ex. inte råda någon tvekan om att tillkomsten av Internet och den snabba utvecklingen av informations- och kommunikationstekniken har skapat helt nya förutsättningar för musikbranschen. Detta har även fått en djupgående påverkan på de olika aktörernas roller.

De gamla formerna för mångfaldigande och distribution av musik i form av fysiska "bärare" som t ex CD-skivor ersätts allt mer med ny kommunikations- och informationsteknologi. MP3-spelare och mobiltelefoner är exempel på nya kanaler. Internet utgör en allt viktigare distributionskanal. I och med detta behöver nya affärsmodeller utvecklas samtidigt som grunden för företaget förändras.

Paradigmskiftet innebär ett utmärkt tillfälle för musikinäringen i Dalarna och BoomTown att bygga upp en stark nationell och internationell position. (Projektbeskrivningen)

De stora skivbolagen, de s.k. majorbolagen¹, var tidigare viktiga "riskkapitalister" när de valde att satsa på en viss artist eller grupp. Den osäkerhet som t.ex. nedladdning av musik genom fildelning har skapat har gjort att skivbolagen nu ger sig in i ett senare skede i produktionsprocessen.

¹ De största multinationella skivbolagen Sony-BMG, EMI, Universal och Warner (www.bbs.hik.se/forskning/arvidsson/SOMrapport2004.pdf).

Musikbranschen är under stark förändring. Snabbt förändrade konsumtionsmönster och distributionssätt skapar nya förutsättningar för marknadens aktörer. Förändringarna påverkar allt från upphovsrätter, affärsmodeller till marknadsföring. En starkt pådrivande kraft i sammanhanget är den tekniska utvecklingen. Tekniken för även med sig att musikområdet i allt högre grad integreras med övriga medieområden. (Projektbeskrivningen)

Att upplevelseindustri växer och får allt större betydelse antas kunna skapa nya möjligheter² för ett entreprenörskap som kan stärka utvecklingen i en region som av tradition dominerats av stora industriföretag. Även om det finns ett stort antal mindre företag saknas en djupare tradition av att starta företag i nya branscher (Projektbeskrivningen). Detta är mönster som måste brytas upp för att det ska vara möjligt att skapa någonting nytt.

Det måste finnas plats och utrymme för kreatörer, entreprenörer, idealister, kapitalister m.fl. på samma tummelplats. Det är i mötet mellan människor där olika tankar och idéer bryts mot varandra som utvecklingen får fart och kraft. (Projektbeskrivningen)

Projektet *BoomTown – en innovativ miljö för näringslivsutveckling inom musikbranschen* är en fortsättning på två tidigare projekt, *BoomTown* som bedrevs från sommaren 2004 till vintern 2007 och *BoomTown - Entreprenörskap inom musiknäringen* som genomfördes mer eller mindre parallellt med start 2006 och pågick till hösten 2007. Dessa båda projekt hade föregåtts av en förstudie (Boom Town 2004-07-06)³. I denna drogs riktlinjer upp för vad som skulle komma att utvecklas till konceptet Boom Town. I rapporten konstaterades bl.a. att: ”Denna förstudie bygger på flera års försök att stärka Borlänges musikliv, något som av olika anledningar tidigare misslyckats” (Boom Town 2004-07-06, sid. 7). I förstudien noterades även att det i Dalarna finns idag cirka 1000 aktiva band inom elektrifierad ensemblermusik och att många av dessa ligger långt framme i sin genre.

Det inledande projektet med namnet *BoomTown* hade som sitt övergripande syfte att bidra till Dalarnas tillväxt och attraktionskraft genom att knyta an till den tradition som finns inom populärmusiken i regionen (Boom Town, Slutrapport, 2007). På detta följde projektet *BoomTown - Entreprenörskap inom musiknäringen* vars syfte var att bidra till ökad tillväxt och attraktionskraft i regionen samt att stimulera företagsutveckling och entreprenörskap i musikbranschen. Ett annat syfte var att

² I december 1999 kom t.ex. KK-stiftelsen med en rapport om upplevelseindustrins framtida möjligheter med titeln: Blandade upplevelser - En förstudie om svensk upplevelseindustris möjligheter (Almquist, Engström, & Olausson, 1999).

³ Förstudien inleddes redan på hösten 2001.

komplettera den infrastruktur som hade byggts upp inom ramen för de projekt som föregått det nuvarande projektet. Målgrupper för dessa projekt var företag i musikbranschen, entreprenörer, intresseorganisationer och musikrelaterade organisationer. Under tiden som dessa projekt genomfördes anskaffades grundläggande teknisk infrastruktur i form av ljusanläggning för uppselningslokal, ljuslabb, komplettering av inspelningsstudio samt datorutrustning för musikändamål. Denna uppbyggnad av infrastruktur som skett lade en grund för Boom Towns fortsatta utveckling (BoomTown, Slutrapport, 2007). I slutrapporten konstaterades att det återstod några kompletterande delar och att fokus nu kunde riktas mot mjukare parametrar som att skapa en innovativ miljö.

Projektets syfte

Dalarna beskrivs som en region med en stark musiktradition, men att det inte har funnits någon organiserad satsning på att ta tillvara ”de förmågor och krafter som finns i regionen, åtminstone inte i syfte att bygga upp en musikindustri” (Projektbeskrivningen). Detta relaterades till att upplevelseindustrin växer i betydelse, något som skapar möjligheter för att utveckla entreprenörskap. BoomTown beskrevs från dessa utgångspunkter som att projektet skulle kunna förena befintliga krafter och utveckla en blomstrande och spännande industrigren. En långsiktig vision formulerades:

Inom en 10-årsperiod har Borlänge och Dalarna genom BoomTown utvecklats till ett av landets och Europas ledande kreativa centra inom populärmusikens område. (Projektbeskrivningen)

Det övergripande syftet med projektet *BoomTown – en innovativ miljö för näringslivsutveckling inom musikbranschen* formulerades från dessa utgångspunkter som att det skulle kunna fungera som ett verktyg för ökad tillväxt och attraktionskraft i regionen. Målgrupperna var desamma som i tidigare projekt, d.v.s. företag i musikbranschen, entreprenörer, intresseorganisationer och musikrelaterade organisationer. Däremot tillkom indirekt nya målgrupper inom besöksnäringen, regionala aktörer, utbildningsanordnare och ungdomar. I projektbeskrivningen sammanfattades detta som att: ”Målet är att bygga en plattform för klusterbildning och stimulera företagsutveckling i musikbranschen så att en innovativ utvecklingsmiljö skapas och näringslivsutvecklingen stimuleras.” Tillvägagångssättet beskrivs enligt följande:

Inom ramen för detta projekt genomförs ett antal aktiviteter/studier som syftar till vidareutveckling av en plattform för en utvecklad klusterbildning inom musiken i länet. Arbetet tar sin utgångspunkt i de samtal som förts mellan olika intressegrupper inom musiken. Ett nätverk finns

idag etablerat och detta kommer att involveras i den fortsatta processen men även byggas ut och utgöra en viktig del i ett framtida kluster.

I projektbeskrivningen framhålls också att behovet av innovationer och utveckling inom musikbranschen är stort, liksom att ett ökat utbud av produkter och tjänster är nödvändigt för att kunna klara denna omställning. Projektet BoomTown skulle bedriva verksamhet inom flera olika områden, bl.a.:

- näringslivsutveckling genom anpassning av traditionella inkubatorfunktioner till musikbranschen,
- klusterutveckling,
- stöd till regionens näringsliv samt utredningar,
- komplettering och vidareutveckling av nödvändig infrastruktur, initiering av kompetensutvecklingsinsatser på högskolenivå,
- etablering av organisation för kommersialisering av studio och uppspelningsresurser samt
- insatser för marknadsföring nationellt och internationellt (Projektbeskrivningen)

För att leda projektet tillsattes en styrgrupp bestående av representanter från näringslivet och offentliga organ under ledning av Borlänge kommun. Det operativa arbetet leds av en projektledare och med ett varierande antal medarbetare som medverkade under projektets gång. Ekonomiredovisningen hanterades av Borlänge kommuns ekonomifunktion.

Rapportens syfte

Syftet med denna delrapport är att beskriva och analysera hur man inom projektet BoomTown arbetat med att bygga ett musikkluster, eller mera precist att vara en plattform för detta, och vad detta resulterat i. Den övergripande frågeställningen är:

- *Hur den verksamhet som bedrivs inom projektet BoomTown har medverkat till att ett regionalt musikkluster håller på att skapas och hur långt detta arbete kommit samt vilka erfarenheter detta har gett upphov till så här långt?*

I det här fallet tas utgångspunkten i vad de mest initierade, d.v.s. de som utgör projektets kärna, dess ledning och medarbetare, har att berätta om den verksamhet som bedrivs. Anledningen till detta urval är att projektet består av många olika delar, mer eller mindre svårfångade, och som är mer eller mindre löst kopplade till varandra. Detta belyser samtidigt problemet med vad är det för beståndsdelar som behövs för att det ska vara möjligt att säga att det existerar ett regionalt musikkluster?

METOD

Följeforskningsuppdraget av projektet Boom Town genomförs i form av en kvalitativ fallstudie. Mot den bakgrunden ges inledningsvis en kort översikt av följeforskning som företeelse, med dess både möjligheter och begränsningar, liksom av fallstudien som undersökningsdesign. Följeforskning (se t.ex. NUTEK, 2008; Ahnberg, m.fl., 2009) innehåller inte bara en undersökande del, i denna ligger också en del som handlar om kontinuerlig återrapportering till uppdragsgivaren. Därför behandlas även de problem som detta innehåller, t.ex. i form av hur återkopplingen av resultat och erfarenheter till uppdragsgivaren kan ske, liksom forskarens integritet o.s.v. Efter detta följer en genomgång av fallstudien som metod, hur data har samlats in och behandlats samt etiska övervägande av hur denna information har kunnat hanteras.

Följeforskning – möjligheter och problem

Gathering data, building concepts and developing theory are the result of a research *attitude*, a desire to clarify what is going on and communicate that clarification to other researchers. It is my argument that some of the best opportunities for such inquiry actually arise in situations where the setting is created of someone who wants help, not by the researcher deciding what to study. (Schein, 2006:185)

Följeforskning är en ansats som skiljer sig från traditionell samhällsvetenskaplig forskning vars huvudsakliga syfte är att bygga upp ny kunskap. Syftet för följeforskning sägas vara trefaldigt (NUTEK, 2008):

1. att löpande ge återkoppling som ökar möjligheten för ett utvecklingsprojekt att nå uppsatta mål
2. att bidra till ett systematiskt lärande och kunskapsuppbyggnad om hur ett utvecklingsarbete kan bedrivas effektivare
3. att återföra resultat och erfarenheter som kan bidra till ”bättre” lösningar i praktiken i form av kunskapsspridning

Utvecklingsprojekt som till stor del finansieras av offentliga medel har som sitt primära syfte att utveckla nya idéer och innovationer som kan ge erfarenheter som kan spridas för att användas av andra. För det enskilda projektet ligger fokus däremot på att utveckla den egna verksamheten, vilket gör att de involverade kanske uppfattar att de resurser som satsas på följeforskningen hade gjort bättre nytta i projektets löpande verksamhet. Här står således två olika intressen mot varandra. Det kan därför finnas anledning att något beröra rollen som följeforskare och vad denne förhoppningsvis kan bidra med (se t.ex. även Ahnberg m.fl., 2009).

Följeforskningen skiljer sig från traditionell forskning och utvärdering genom att medan forskaren och utvärderaren befinner sig på distans låter sig följeforskaren involveras i verksamheten. Denna typ av forskning uppvisar därmed drag som återfinns inom det som brukar benämnas aktionsforskning (se t.ex. Reason & Bradbury, (eds.), 2006).⁴ Följeforskaren utvecklar således en relation till personer som leder, eller på andra sätt finns med i ett utvecklingsprojekt. Genom den nära relationen skapas unika möjligheter att bidra i ett kontinuerligt utvecklingsarbete. Detta ställer samtidigt stora krav på följeforskarens integritet, med en risk för att denne inte förmår att distansera sig från verksamheten och inte kan, eller inte vågar, komma med kritiska iakttagelser. Rollen riskerar därmed att bli konfliktfylld och detta ställer följaktligen höga krav på följeforskarens förmåga att balansera sin roll (NUTEK, 2008). För att hantera denna problematik är det nödvändigt att forskningen relateras till en teoretisk ram mot vilken resultatet kan tolkas och värderas. Följeforskaren måste därför hela tiden ha en förmåga att balansera mellan att låta sig involveras och även ta projektledningens perspektiv och att samtidigt distanseras sig och ta rollen som ”utomstående” för att tolka och värdera resultatet i relation till en teoretisk tolkningsram.

Traditionell forskning och utvärdering spelar normalt liten roll för att utveckla vad som sker i ett projekt. En av orsakerna till detta är den komplexa vardag som ett projekt befinner sig i när olika typer av problem uppstår. Detta för att problem ofta uppstår mer eller mindre plötsligt, eller att utvecklingen sker i en sådan riktning att det måste tillgripas omedelbara förändringar av innehållet (Stacey, 1993, 1996a & b; von Schantz Lundgren, 2008). Forskning och utvärdering är till sin natur långsamma processer och när den slutliga rapporten väl är klar är det redan för sent att åtgärda de problem som uppstått i ett utvecklingsprojekt. Ett viktigt syfte för följeforskningen är därför att bidra till att förbättra projektets handlingsstrategier och att bidra med kunskap som stödjer strategiska val under projekttiden (NUTEK, 2008). Följeforskningen kan därmed både bli en katalysator för förändring, samtidigt som den bidrar till en långsiktig kunskapsuppbyggnad om hur utvecklingsprocesser sker.

Fallstudien som undersökningsdesign

En studie av ett specifikt fall, d.v.s. en fallstudie (se t.ex. Merriam, 1994; Yin, 2003), kan samtidigt betraktas som en ”medvetandegörandeprocess” för de involverade aktörerna som ger möjligheter till reflektion och tolkningar av vad som

⁴ Aktionsforskningen innehåller en rad olika ”skolor” som: AR (Action Research), PAR (Participatory Action Research), PR (Participatory Research), PRE (Practice Research Engagement), and AS (Action Science). Det skulle för långt att i detta sammanhang beröra detta närmare.

skett i projektets verksamhet. Exempelvis tenderar likheter i människors bakgrund att ge likartade tolkningar på samma sätt som olikheter ger olika tolkningar.

Genom att de delar ett visst sätt att se på omvärlden, en viss symbolisk kompetens, blir de delaktiga i en tolkningsgemenskap. De talar så att säga samma språk, gör likartade tolkningar av en viss företeelse. (Jansson, 2002:31)

Hur en verksamhet uppfattas beror därför i hög grad på hur de involverade personerna talar om verksamheten.

Eftersom de fenomen man studerar härstammar ur människans vilja att förstå varandra och göra sig förstådda, måste forskaren försöka sätta sig in i deras tolkningar. Han eller hon måste söka förståelse för hur aktörerna själva uppfattar sin omvärld. Men det kan inte göras från någon neutral, eller objektiv position, utan handlar om en fortlöpande växelverkan mellan forskarens iakttagelser och tidigare kunskaper och erfarenheter. /.../ Varje vetenskaplig slutsats bör i stället ses som en utsaga baserad på ett slags andra ordningens tolkning – det vill säga tolkningar av det redan tolkade. (Jansson, 2002:12)

En fallstudie kan från dessa utgångspunkter spela en roll för att skapa ett gemensamt medvetande om svårfångade processer. Om den bild fallstudien ger är igenkännbar kan den anammas och utgöra en del av en gemensam syn på verksamheten, är den inte det kan den efter övervägande antingen anammas, förkastas eller bli utgångspunkt för att formulera en ny bild. Därmed har resultatet av studien kommit att bidra till att en kunskapsgenererande process initierats som sedan kan ligga till grund för att utveckla en handlingsstrategi för att fortsätta och vidareutveckla den framtida verksamheten.

Datainsamling

Datainsamlingen genomförs kontinuerligt under den period som projektet pågick. Insamlingen av data skedde genom s.k. triangulering⁵, d.v.s. att flera olika datainsamlingsmetoder användes parallellt (se t.ex. Cohen & Manion, 1994), nämligen analys av tillgänglig dokumentation, observation i form av närvaro vid möten etc., samt intervjuer med nyckelpersoner inom projektet.

⁵ “/.../, triangulation can be a useful technique where a researcher is engaged in case study, a particular example of ‘complex phenomena’.” (Cohen & Manion, 1994:241).

Dokument

Den dokumentation som funnits tillgänglig i form av t.ex. projektbeskrivning, styrgruppsprotokoll och BoomTowns (http://www.boomtown.nu/default/frontpage_1) hemsida på internet har använts för att samla in ”basdata” om projektet och dess verksamhet och den har här använts för att beskriva projektets struktur och verksamhetens innehåll.

Observationer

Från hösten 2008 har jag kontinuerligt deltagit i styrgruppens möten vid ett drygt 10-tal tillfällen och kunde på så sätt fungera som observatör och göra löpande minnesanteckningar över de samtal som fördes i styrgruppen. Detta gjorde det samtidigt möjligt att följa de olika processer som föregick i projektet, om än på viss distans. Till detta kan även läggas att jag hade möjlighet att delta i de Triggerkonferenser som anordnades i samband med Peace & Love-festivalen 2009 och 2010. Denna konkreta närvaro har bidragit till att underlätta att beskriva och tolka projektets verksamhet och vad den har resulterat i så här långt.

Intervjuer

Under den tid som följeforskningen pågick genomfördes drygt ett 10-tal intervjuer med de mest involverade aktörerna i projektet. Det skedde vid flera tillfällen under projektets genomförande. Intervjuerna spelades i flertalet fall in och skrevs ut i tillämpliga delar. På motsvarande sätt som för observationerna har denna information använts för att beskriva och tolka projektets verksamheter och vad dessa har resulterat i.

Examensarbete

Under den tid som jag följde projektet kom jag att handleda ett examensarbete (Ljungdahl, 2009) inom ramen för projektet SÅL (Särskild lärarutbildning) där verksamheten inom BoomTown MusicEducation (BTME) studerades. Syftet var att undersöka hur de involverade, d.v.s. projektledning, lärare och studenter upplevde utbildningen. Undersökningens fokus låg i huvudsak utanför den här rapportens syfte, d.v.s. att undersöka möjligheterna att bygga upp ett regionalt musikkluster. Likväl visade det sig att en del av innehållet även vara användbart i det här fallet och en del av rapporten har således i bearbetad form och i tillämpliga avseenden fungerat som underlag för att beskriva BoomTown MusicEducation.

Rollen som följeforskare och etiska överväganden

I rollen som följeforskare är det viktigt att bygga upp goda relationer med projektledningen och dess aktörer för att det ska vara möjligt att få tillgång till den information som behövs för att kunna förstå vad det är som sker i projektet (Ahnberg, m.fl., 2009). Samtidigt ger detta upphov till en balansgång mellan att både komma

nära och att ha distans (se t.ex. Repstad, 2007) till verksamheten för att följeforskaren ska kunna bevara sin integritet. I det här fallet komplicerades framför allt under en period i början av projektet situationen, vilket jag inte förutsåg när jag tog på mig uppgiften att följa projektet BoomTown som följeforskare, genom att det fanns en mer eller mindre uttalad konflikt mellan en del aktörer inom BoomTown och aktörer inom Högskolan Dalarna. Jag har min anställning där, även om jag på intet sätt var inblandad i denna konflikt eller hade några personliga bindningar till någon av dessa aktörer som det gällde. Jag har så långt möjligt försökt att förhålla mig neutral och undvikit att ta ställning för någon av parterna. Min uppfattning är att ledningen för BoomTown hela tiden litade på mig i det avseendet och att det inte hindrade mig från att få ta del av information som även rörde denna konflikt. Däremot kan det ha påverkat mina möjligheter att ge feedback till projektledningen i denna del av följeforskarrollen. Däremot försökte jag vid några tillfällen att ge mera generell information om hur jag uppfattar hur en högskola bedriver sin verksamhet. I den här rapporten berörs denna och andra konflikter bara översiktligt, inte minst för att dessa företeelser om än existerat ändå inte dominerat verksamheten och dels att det varit svårt att fånga in hur dessa. Detta skulle i så fall ha behövt en studie i sig.

Under den period som jag följde projektet som följeforskare var de personer som var närvarande vid de möten som jag deltog i, eller de personer som intervjuades, medvetna om i vilket syfte jag var där och att den information som jag fick ta del av skulle komma att användas i den rapport som skulle komma. Med tanke på hur följeforskning normalt genomförs kan det uppstå etiska problem som behöver hanteras, som t.ex. det som redovisats ovan. Huvudintrycket är att de personer som på olika sätt försett mig med information var professionella yrkesutövare och vana att uttrycka sina uppfattningar och åsikter och därmed inte befann sig i underläge så att de riskerade att lämnas ut på ett otillbörligt sätt.

NÅGRA UTGÅNGSPUNKTER FÖR TOLKNING

För att sätta in projektet BoomTown i ett sammanhang beskrivs inledningsvis, om än kortfattat och översiktligt, några utvecklingstendenser inom musikbranschen och om utbildning av rockband kan ses som en kommersiell innovation som kan spela en roll när ett lokalt/regionalt musikkuster ska etableras. Eftersom branschkluster är den tankefigur som används i BoomTowns projektbeskrivning beskrivs därefter några grundläggande tankar om kluster som fenomen.

Musik – en bransch i omvandling

Projektledaren för BoomTown berättar att när han i början av 2000-talet gjorde en förstudie till det som skulle komma att bli BoomTown fanns det tendenser som pekade mot att förutsättningarna inom musikbranschen höll på att förändras.

Jag hade en känsla av att det här med fildelning, som hade sin begynnelse vid millennieskiftet, att livemusiken kommer att komma tillbaka. Den kommer att bli stark och när jag pekade på det blev jag starkt ifrågasatt hos de flesta eftersom skivbranschen var så stark innan den började tappa mark. Jag pekade på att vi behöver resurser och kompetensutveckling inom ljus- och ljudteknik, vi behöver det inom musik, event-/producentutbildning o.s.v. (Projektledare, BoomTown)

En följd av fildelningen på Internet har varit att musikproducenter fått det allt svårare att kunna ta betalt för sin musik och därför även börjat söka andra vägar. Ett av flera sätt har varit att erbjuda livemusik via festivaler och konserter, eller via en snabbt växande digitalt strömmande (digital-streaming) musik (t.ex. Spotify) via internet eller mobiltelefoner. Musikfestivalerna har därmed kommit att spela en allt större roll för musikbranschen.

Festival-Sverige växer explosionsartat. 11 av landets 13 största festivaler höjde sina besökssiffror förra året. Trots uppgången tror många på fortsatt tillväxt. (Falu-kuriren, 2010-05-08)

Det finns numera således ett stort utbud av festivaler som erbjuder världsartister. Flera festivaler har ett besöksantal runt 30 000 eller mer. I andra fall tänker arrangörerna tvärtom, de vänder sig till smala målgrupper och med band som inte nödvändigtvis toppar försäljningslistorna. En annan orsak till att musikfestivalerna växer, både i antal och i storlek, är att festivalerna antas utgöra ett alternativ till den musik som erbjuds genom elektronisk distribution som medför att människor kan träffas ”på riktigt” och lyssna på musik tillsammans. Arrangörerna är fortfarande optimistiska och tror på en fortsatt tillväxt. Det finns dock även orostecken för framtiden, några av de största musikfestivalarrangörerna gick t.ex. 2009 minus

på sina arrangemang och förr eller senare ökar inte publiktillströmningen längre (Falu-kuriren, 2010-05-08). Den festival som kanske växt snabbast är Peace & Love i Borlänge. Eldsjälen för detta arrangemang ger sin syn på orsaken till detta: ”Sedan tror jag att det är av betydelse att den ligger mitt i en stad. Det tilltalar mognare besökare som jag själv, som vill bo bekvämt på hotell” (DN, 2010-06-22).

Den snabba tillkomsten av nya festivaler har skärpt konkurrensen om besökarna och resulterat i betydande problem för flera av arrangörerna. Så meddelade t.ex. Hultfredsfestivalen strax innan den 24:e upplagan skulle genomföras 2010 att arrangemanget ställs in och att den förening som drivit arrangemanget försätts i konkurs. Festivalen hade utvecklat den lilla orten i Småland till ett nav i Musik-Sverige, inte bara under de dagar festivalen gick av stapeln, utan även i form av nöjescentret Metropol och den utbildningsverksamhet som byggts upp i kommunen (DN, 2010-07-01).

Det känns sorgligt för hela samhället Hultsfred. Många är chockade och undrar vad som kommer att ske. Företagare är oroliga för hur det ska gå med deras verksamheter /.../. (DN, 2010-07-01)

Under de senaste åren har Hultsfreds kommun stöttat festivalen. Den beräknas ha genererat 60 miljoner årligen och varit en inspirationskälla för kulturlivet och föreningslivet. Detta följdes i sin tur av att arrangörerna av Arvikafestivalen i juli 2010 ställde in sina betalningar för att de inte kunde ersätta en del av sina leverantörer. Huruvida det blir någon festival år 2011 är i dagsläget osäkert (DN, 2010-07-21).

De orsaker som nämns till svårigheten att få festivalerna att bli ekonomiskt lönsamma är finanskrisen, en svag krona och framför allt en skenande utveckling av artisternas gager. ”När artisterna slutade tjäna pengar på skivor så ökade priserna för konsertbokningar” (DN, 2010-07-01). Konkurrensen från europeiska festivaler, där det också skett en explosionsartad utveckling, har också spelat in. En faktor som sannolikt också i hög grad påverkar kostnaderna för att engagera kända artister. Ett annat hot mot de lokala arrangörerna av festivaler, som förfogar över begränsade ekonomiska resurser, är att en av världens största konsertarrangörer Live Nation har etablerat verksamhet i Sverige och utgör en stark konkurrent mot de lokalt arrangerade festivalerna (DN, 2010-07-01).

En annan del av utvecklingen är att den digitala distributionen via s.k. digital streaming ökade med nästan 250 procent under perioden januari – juni 2010.

Förra året visade försäljningen för första gången sedan år 2002 en positiv försäljningsstillväxt och att uppgången fortsätter även i år är positivt för vår bransch. Fler bra lagliga musiktjänster, Ipred-lagen och ett bra utbud av musik är några av anledningarna till ökningen”, säger Lisa Cronstedt, Informationsansvarig på IFPI Svenska Gruppen/GLF. (http://www.ifpi.se/?page_id=817)

Under det första halvåret 2010 ökade den totala musikförsäljningen i Sverige med 1,7 procent. Det var ett trendbrott efter en lång tid av nedgång. Sverige är dock i nuläget ett av få länder i världen med ett positivt musikförsäljningsresultat. Den digitala försäljningen utgör nu cirka 30 procent av den totala musikförsäljningen, vilket var en uppgång med drygt 100 procent första halvåret 2010, var av cirka 10 procent av den digitala försäljningen kommer från mobila tjänster och 90 procent från internetjänster (<http://www.ifpi.se/wp/wp-content/uploads/100709-GLF-forsaljningsstatistik-halvaret-20104.pdf>). Långsiktigt finns det dock skäl att anta att det är den digitala försäljningen av musik som kommer dominera, men vara starkt beroende av vilka tekniska lösningar som kommer att kunna utvecklas för att förhindra fildelning, utöver vad lagstiftning förmår att påverka i det sammanhanget.

Musikbranschen hade tidigare, innan fildelningen via Internet fick sin omfattande utbredning, en stabil och tydlig struktur genom majorbolagens dominerande ställning. De kunde fånga upp talanger, producera, marknadsföra, men även genom sin ekonomiska styrka ta hela ansvaret för de långsiktiga strategierna. I dag är deras ställning inte lika dominerande och därmed är musikbranschen långt mindre stabil och välorganiserad, med många aktörer som konkurrerar med varandra.

Det är en bransch som är misstänksam mot varandra /.../ och det krävs någonting, någon yttre händelse ibland för att förstå att man måste samarbeta. Det skulle jag väl vilja säga att den nya tekniken är det yttre fenomenet /.../. Fortfarande är det vissa som inte riktigt förstått att de måste ta konsekvenser utav vad som händer och det här är en stor brist i den här branschen. (Projektmedarbetare, BoomTown)

Skivbolagens roll har med framväxten av den digitala tekniken förändrats radikalt där dessa nu kommer in i ett betydligt senare skede i processen, eller inte alls. De stora majorbolagen spelar fortfarande en betydelsefull roll, med det finns nu även andra vägar att ta sig fram på. Den digitaliserade tekniken har gjort behovet av specialiserad utrustning mindre unik, d.v.s. tekniken finns nu tillgänglig för många fler till en lägre kostnad, för att det ska vara möjligt att producera musik. Informationstekniken ger även ökade möjligheter att musiken kan spridas digitalt, vilket samtidigt ytterligare ökar konkurrensen på musikmarknaden. Problemet flyttas

därmed till hur den musik som produceras kan marknadsföras på ett sätt som gör att den inte bara försvinner i mängden av all nyproducerad musik. Det verkar rimligt att agenter och managers kommer att spela en central roll för att den musik som produceras kan marknadsföras på ett framgångsrikt sätt.

När artister nu i allt högre grad tvingas eller får chansen att ta ett större ansvar för den egna karriären har de svårt att se sig både som artist och företagare.

Man ser sig inte som företagare, de flesta ser sig som utövare och de som inte gör det de är anställda av ett majorbolag och då förstår att de är en helhet av någonting annat, men fortfarande ganska bakbundna. Man har inte den riktiga innovationstanken, utan hittills har man trott att det är artisterna som står för det innovativa, alltså att man skapar ny musik, eller en ny genre och man mixar olika genrer. Min tolkning är att man ser sin egen bransch att man inte kan jämföra sig med övrigt företagande eller övrigt näringsliv, utan att man tror att man sitter någonstans bredvid. /.../ Det är en stor målsättning med mitt arbete att de artister och de som finns på skolan att de måste förstå att de måste börja från ett annat håll för att lyckas. (Projektmedarbetare, BoomTown)

En annan aspekt är att när artisterna även får andra uppgifter att sköta måste de ta ansvar för saker som de många gånger inte har den nödvändiga professionella kompetensen att klara, t.ex. även om det är möjligt att producera musik på egen hand är det inte säkert att denna håller den höga kvalitet som efterfrågas.

Det är ett faktum att 85-90 procent av alla egenhändigt gjorda produktioner, som skickas bl.a. till USA, skickas tillbaka till Sverige därför att det är ett för dåligt tekniskt arbete utfört därför att man tror att man kan göra det här själv. (Projektmedarbetare, BoomTown)

Utan att en ny och stabil struktur byggs upp och relevanta spelregler utvecklas kommer musikbranschen att få svårt att utvecklas.

Styrs inte det här upp från branschen själv, att man ombildar och omstrukturerar sina bolag, till bl.a. tjänstebolag eller öppnar upp för de som vill göra det här mer själv och ger sin professionella hjälp, givetvis mot betalning, så kommer vi kanske att se ytterligare en svårighet och det är att det blir svårt att få fram nya artister. (Projektmedarbetare, BoomTown)

Ett, bland många, sätt är att skapa utbildningsmöjligheter för artistgrupper där sådana utbildningsmöjligheter i det närmaste saknats.

Utbildning av rockmusiker som kommersiell innovation

Rockmusik i dess olika former har många intresserade lyssnare.⁶ Dess utövare är i många fall självlärda och utbildningsinstitutioner inom denna genre har i det närmaste saknats. Då en sådan utbildning är central i BoomTown diskuteras i det följande avsnittet hur en sådan utbildning kan genomföras, dess pedagogiska utmaningar och om utbildningen kan ses som en innovation och som en viktig komponent i ett regionalt kluster för kommersiell musik.

Populärmusiken finns ständigt närvarande genom en mängd olika medier. Individer blir tidigt medvetna om musikens betydelse för att identifiera sig med andra och den omvärld de lever i (Gullberg, 2002). För den enskilda musikern handlar det till stor del om att identifiera sig med den egna gruppen, känna tillhörighet och uppleva saker tillsammans (Gullberg, 2006). Musikalisk socialisation sker i ett unikt sammanhang, både i form av informellt och formellt lärande. Individens formas samtidigt utifrån den miljö, utbildningssystem och kultur den tillhör och på det inflytande som medierna har på den musikaliska socialisationen.

Learning grows in playing together with friends and by interaction and communication with others /.../ pedagogical and social tasks and the physical environment are all factors that influence youngster's possibilities to learn from each other in school. (Gullberg, 2006:1623)

De processer som styr den musikaliska utvecklingen för rockmusiker sker framför allt genom informellt lärande (Gullberg, 2002).

För t.ex. garage- eller källarbandet sker inläring ofta utifrån det spontana, lekfulla och oplanerade, men i samverkan med andra, i motsats till den formella institutionella inläringen som mer utgår från traditionell undervisning ett mästare/lärling förhållande. (Ljungdahl, 2009:19)

Den i Sverige vanligast förekommande vägen in till den högre musikutbildningen går från musikskolan till musikhögskolan.⁷ Urvalet sker utifrån spelskicklighet och bortser därmed från andra musikaliska egenskaper som personligt och konstnärligt uttryck etc. Rockmusiker får således mycket svårt att bli godkända i dessa

⁶ Detta avsnitt bygger på Ljungdahl, 2009.

⁷ Konservatorietraditionen härstammar från läroverkens instrumentalundervisning, men har egentligen mycket långt tillbaka gående rötter. Det är en traditionell mästare – lärling undervisning där den bildade skall överföra sin bildning till nästa "generation" (Lindeborg, 2000). Rostwall & West (2001) beskriver på liknande sätt två historiska huvudtraditioner, *borgerlig* tradition (konservatorietraditionen) och *folklig* tradition (samspelstraditionen). Olsson (1993) använder benämningen *det kreativa idealet* (samspelstraditionen) och *traderingsidealet* (konservatorietraditionen) för att förklara samma fenomen (Karlsson & Ödlund, 2007:7).

sammanhang. De får istället söka andra vägar för att uppnå musikalisk status och bli accepterade.

Att spela och uttrycka sig genom rockmusik är i huvudsak relaterat och inriktat mot ett Gehörsinriktat lärande och bygger mycket på ömsesidigt lärande, peer learning, och samtidigt skapande, co-creating. Improvisation är vanlig inom Gehörsbaserat musikskapande där alla deltagande musiker samspelar utifrån en till viss del bestämd formel. Mycket av den rockmusik som idag finns har sitt ursprung i detta och påverkar det Gehörsbaserade lärandet. Det informella lärandet styrs utifrån ett Gehörsbaserat perspektiv av andra inlärningsformer än de som förekommer inom institutionerna. Inom rockmusiken är texten, personligheten och uttrycket minst lika betydelsefulla beståndsdelar och rytmen och melodin är bara en del av helheten. Olika stilar, genrer och attityder är betydelsefullare komponenter än att förstå själva musikens uppbyggnad och formler. Gehörstraditionen bygger på att musiken en gång skapats utan att tecknas ner. Musiken sprids och bevaras i minnet genom trädning, d.v.s. ett muntligt överlämnande, vanligt förekommande även inom folkmusiken (Lillestam, 1995). Möjligheterna för att bemöta och tillgodose detta inom den formella utbildningen är problematiskt. Läroplaner påverkar förhållandet till de inofficiella spelregler som rockmusicerande studenter finner som viktiga aspekter som t.ex. attityd, värderingar och livsstil, vilka riskerar att hamna i motsatsförhållande till vedertagna värdena inom institutionerna. Ett annat problem är att anpassa improvisation och gehörsspel till de högre musikutbildningarnas notläsning, bl.a. beroende på faktorer som bedömningssvårigheter (Gullberg, 2002). Givet den rådande situationen framstår det som en möjlighet att på sikt skapa nya kommersiella musikföretag genom att utbilda rockmusiker på det sätt som nu sker inom BoomTown MusicEducation.

Kluster som fenomen för att stärka konkurrenskraft och regional tillväxt

En regions samlade kompetens⁸ är ett viktigt medel för dess konkurrenskraft (Boye, 2000). Till skillnad från ett enskilt företags kompetens bidrar en regions samlade kompetens till att skapa en plattform för att kollektivt nyttja dessa och dra fördel av de synergieffekter som då uppstår. Innovationsklimat och kompetensförsörjning har kommit att bli ledorden för det vi idag kallar kluster. En vanligt förekommande definition av ett kluster är att det är ett system av aktörer, avgränsat till ett specifikt kompetensområde eller produkt, vilka tillsammans har förmåga att skapa ett mervärde som är större än vad var och en av aktörerna kan klara på egen hand. Ett kluster är emellertid något annat än en bransch i traditionell mening (Tson Söderström (red.), 2002). Ett kluster kan istället sägas vara ett system av aktörer som tillsammans skapar mervärde ur de synergieffekter som uppstår, d.v.s. ett system där ett plus ett blir tre (Larsson, 2002). ”Synergieffekterna verkar i riktning mot att likartad verksamhet samlokaliseras; spridningskrafterna i riktning mot att olika verksamhet lokaliseras till skilda ställen” (Tson Söderström (red.), 2002:84). En mera avgränsat perspektiv som inriktas mot utveckling av idéer som ska kommersialiseras benämns detta som innovationssystem (se t.ex. Högselius, 2005). Ett innovationssystem skulle således kunna utgöra en del av ett kluster. En annan modell för att förstå vad som gör en region framgångsrik inriktas mot att det krävs långtgående samverkan mellan företag, offentlig sektor och högre utbildning och forskning, s.k. triple helix (se t.ex. Etzkowitz & Leydesdorff, 1997 och 2000; Leydesdorff, 2001; Martins Rodriguez & Viedma Martí, 2006). Ett sådant angreppssätt är bredare genom att det involverar flera typer av aktörer och skulle således kunna innehålla både ett eller flera kluster och innovationssystem.

I det här fallet fokuseras klustret som tankemodell för att bättre förstå vad som gör en bransch i en region framgångsrik och i vad mån detta ger ledtrådar för hur dessa kunskaper kan användas för att understödja att ett sådant branschkluster kan uppstå. Boye (1999) säger att framväxten av ett kluster kan ha olika utgångspunkter. Den kan vara marknadsdriven, d.v.s. utvecklingen utgår främst ifrån det utbud och den efterfrågan som finns i en region. Ett problem i det fallet är att en marknadsdrivna processen förutsätter en perfekt marknad för att fungera optimalt, något som endast hypotetiskt är möjligt. Inte minst kräver det en tillräckligt stor

⁸ ”Kompetens kan betraktas som en individuell resurs där människans möjligheter att få kontroll över väntade och oväntade förändringar betonas. En individ eller en organisations samlade kompetens kommer till uttryck i förmågan att möta de krav som ställs. Kompetens kan också betraktas på en kollektiv nivå relaterat till organisationens produktivitet och effektivitet. Kompetens beskrivs då som humankapital och investering i humankapital, resurser som tillhör företaget och som skall vara lönsamma, d.v.s. den utgör organisationens samlade förmåga.” (Lundgren och von Schantz Lundgren 2007:63)

marknad, något som en region vanligen inte utgör. Framväxten kan också vara policydriven, d.v.s. försöken att utveckla ett kluster styrs av politiska initiativ genom att anpassa regler, ge ekonomiskt stöd för att främja investeringsmöjligheterna o.s.v. Utgångspunkten för att försöka att skapa ett kluster kan också vara konceptdriven, d.v.s. utgå från en eller flera abstrakta idéer som framhävs av dominerande sammanslutningarna i regionen i syfte att ge regionen en identitet som positionerar den internationellt och lockar till sig investeringar. Dessa olika utgångspunkter kan i de flesta fall antas finnas samtidigt och att de på olika sätt understödjer varandra.

Larsson (2002) beskriver att kluster kan ses ur tre, till viss del överlappande perspektiv. Kluster kan på ett övergripande plan ses som en förklaringsmodell som syftar till att klargöra varför en nation eller region är långsiktigt konkurrenskraftig inom vissa sektorer. Klustermodellen kan också användas för att beskriva och strukturera komplicerade produktionssystem. Ett tredje perspektivet utgår från att kluster kan användas som ett verktyg för att skapa regional utveckling, d.v.s. förstärka samspelet mellan och mellan företag och aktörer inom t.ex. en bransch. Ett klusters framgång beror inte enbart på närhetsfördelar, utan på samarbetsekonomier genom kombinationen av rivalitet och samarbete. Företag som verkar i samma bransch är ofta specialiserade till ett eller några få led i produktionen och genom att producera inom nischer och segment reduceras risken för frontalkonkurrens. Samarbetet mellan konkurrerande företagen kan t.ex. ta sig uttryck i att man ordnar gemensamma mässor, exportsatsningar, delar på en stor order eller tar samlade initiativ för att få tillgång till avancerad teknik (Berggren, 1998).

De täta lokala produktionsmiljöer – kluster – som härbärgerar dagen framtidsbranscher kännetecknas inte huvudsakligen av stordriftsfördelar utan framför allt av en förmåga till ständig specialisering och uppgradering av varor och tjänster och av ständigt ökad specialisering av humankapitalet. Med en viss tillspetsning kan man säga att det är produktionen som skapar produktionsfaktorerna. (Tson Söderström (red.), 2002:18).

Porter (1990) anlägger ett systemperspektiv på konkurrenskraft och innovationer som bygger på relationerna mellan olika aktörer i klustret, d.v.s. företag, kunder, branschorganisationer, utbildningsinstitut, offentliga aktörer osv. Porter (1998) gör från dessa utgångspunkter följande beskrivning av ett kluster:

A cluster is a geographically proximate group of interconnected companies and associated institutions in a particular field, linked by commonalities and complementarities. The geographic scope of a cluster can range from a single city or state to a country or even a network of neighbouring countries. Clusters can take varying forms depending on their depth and sophistication,

but most include end-product or service companies; suppliers of specialized inputs, components, machinery, and services; financial institutions; and firms in related industries. Clusters also often include firms in downstream industries (that is channels or customers); producers of complementary products; specialized infrastructure providers; government and other institutions providing specialized training, education, information, research and technical support (such as universities, think tanks, vocational training providers); and standards-setting agencies. Government agencies that significantly can be considered part of it. Finally, many clusters include trade associations and other collective private sector bodies that support cluster members. (Porter, 1998:199)

Enligt Porter (1990) byggs ett kluster upp runt sex centrala faktorer:

1. Kärnprodukter
2. Strategiska insatsvaror
3. Produktionsteknik
4. Stödande tjänster och näringar
5. Branscher relaterade till ett specifikt kluster
6. Kunder

Porter (1990) framhåller att ett kluster har till uppgift är att skapa konkurrens och att detta i sig skapar konkurrensfördelar för de företag som utsätts för denna konkurrens. Inhemsk rivalitet, där företag kämpar om den bästa personalen, teknologierna och att få prestige skapar dynamisk konkurrens som leder till förnyelse och utveckling hos företag. Kampen mellan företag bidrar till att pressen på att experimentera och söka differentiera sig från varandra ökar, vilket samtidigt stimulerar till innovationer och förnyelse. I ett kluster som innehåller sofistikerade leverantörer kan det bidra till att innovationer och uppgraderingar sker genom täta relationer mellan kund och leverantör. Om dessa dessutom är lokaliserade nära varandra kan de dra nytta av ett snabbt informationsflöde och gemensamt utvecklingsarbete. Kunder med höga krav kan känna av och förebåda tendenser på en internationell marknad. För företag vars lokala kunder ställer hårda och utmanande krav har även större chans att nå internationell konkurrenskraft.

För att ett framgångsrikt kluster ska kunna uppstå krävs att företagen som ingår i detta har tydliga mål som kan resultera i ett långsiktigt engagemang. En central dynamisk kraft i ett kluster utgörs av tillgång till personal med specialistkompetens. När personal med specialiserade kunskaper och färdigheter och teknologisk "know-how" kan använda detta för att bygga upp nya verksamheter minskar samtidigt betydelsen av infrastruktur och generella produktionsfaktorer.

Tidigare spelade naturgivna faktorer som klimat, råvaror och hamnar en viktig roll för lokaliseringen. Tillgången till specialiserad kompetens och kvalificerade marknader har därtill sannolikt varit avgörande för samlokaliseringen i vissa tjänstebranscher som finansiella tjänster i London och på Wall Street, mode i Paris, auktionshus i London och reklambyråer på Madison Avenue. (Tson Söderström (red.), 2002:18)

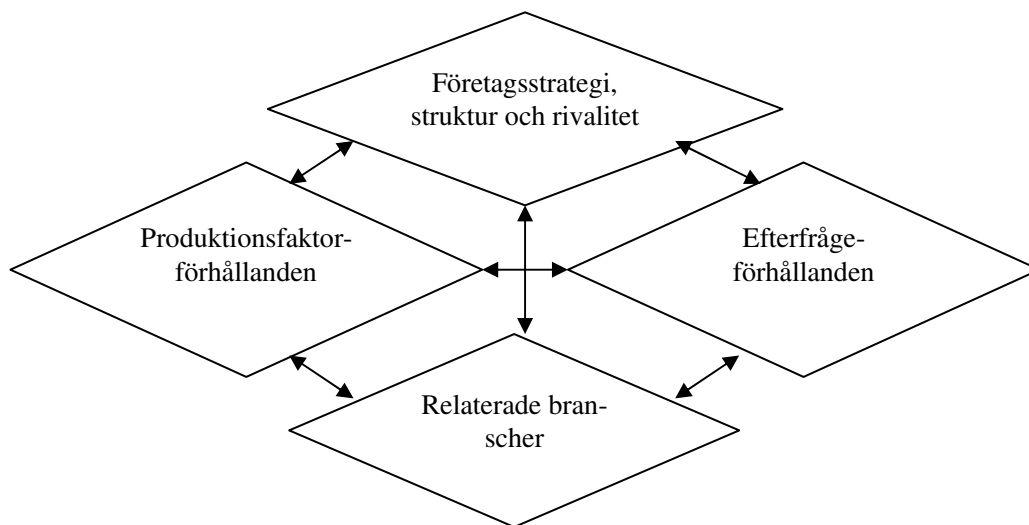
Samtidigt måste ett kluster för att bli framgångsrikt ha förmåga att dra till sig människor med idéer och kompetens, investeringar från multinationella företag, riskkapital och teknik. Porter (1990) anför emellertid att det inte är omgivningens resurstillskott som skapar de mest konkurrenskraftiga företagen. Istället kan t.ex. höga arbetskrafts- och energikostnader eller brist på råvaror bidra till innovationer som på längre sikt leder till förstärkt konkurrenskraft.

Om det finns fördelar med en samlokalisering vill det mycket till för att företag ska lämna klustert. Normalt sett är det bara större, yttre förändringar som kan bryta upp etablerade kluster /.../. (Tson Söderström (red.), 2002:81).

Ett branschkluster kan sannolikt inte heller innehålla bara en smal kategori av företag, t.ex. enbart producenter av musik. I stället måste klustret innehålla en bred uppsättning av företag med olika kompletterande verksamheter som tillsammans innehåller alla komponenter för att det ska vara möjligt att göra produktionen kommersiellt lönsam i alla led. När de också köper eller byter tjänster och varor skapas även en intern marknad som kan vara nog så betydelsefull för nyetablerade små företag som saknar ekonomiska resurser, men som har ett stort know-how. Samtidigt kommer företag med liknande företagsidéer att konkurrera, men också att lära av varandra och därigenom utveckla nya och bättre tjänster och varor.

Trots att de flesta varu- och tjänstemarknader nu globaliseras i snabb takt spelar, paradoxalt nog, lokala miljöer en allt viktigare roll för företagens innovationsförmåga. Tillgång till kompetens i det egna klustret, samt närhet till sofistikerade kunder, med vilka företag kan bygga nätverk för produktutveckling, driver på utvecklingen och förnyelsen hos de företag som har sin bas inom klustret. Det är typsikt för företag i ett kluster att både konkurrera intensivt och att samarbeta med varandra på samma gång. (Tson Söderström (red.), 2002:110).

Porter (1990) beskriver att den dynamik som uppstår i ett kluster kan ses som resultatet av fyra olika och samverkande drivkrafter. Det är först när samtliga faktorer existerar och förstärker varandra som det kan förväntas generera maximal dynamik.



Figur 1: "Diamantmodellen" – faktorer som gör ett regionalt kluster dynamiskt och utvecklingskraftigt (Porter, 1990, bearbetad av Hallencreutz, 2002.)

Dessa fyra drivkrafter kompletteras i sin tur av två ytterligare faktorer (Porter, 1990) nämligen den roll som de politiska systemen, internationellt, nationellt, regionalt och lokalt, spelar, t.ex. i form av infrastrukturella investeringar och lagstiftning etc. En andra faktor är slumpen ("chance"), som de flesta känner till, men som jag uppfattar det, man lätt bortser ifrån som något ovidkommande. Det kan t.ex. vara slumpmässigt gjorda uppfinningar, tekniska genombrott, eller externa ekonomiska faktorer som skapar nya förutsättningarna. "Som poängteras av Krugman (1991) är det i efterhand lätt att peka ut vilka faktorer som varit viktiga för att ett kluster skulle uppstå på ett specifikt ställe /.../ Var en idé eller uppfinning uppstår eller var en begåvning föds är mycket resultatet av slumpens skördar" (Tson Söderström (red.), 2002:113). Slumpen, det oförutsedda, kan i många fall i efterhand förklara ett visst händelseförlopp, men självfallet aldrig förutses.

Det första företagets lokalisering är ofta beroende av var grundaren är bosatt, och detta kan tillsammans med andra omständigheter avgöra var ett kluster uppstår. Avknoppningar och andra samlokaliseringar leder sedan till klustrets tillväxt. (Tson Söderström (red.), 2002:113).

Detta har under senare år kommit att lyftas fram inom komplexitetsteori (Stacey, 1993, 1996a & b; von Schantz Lundgren, 2008). Dessa båda faktorer ligger bortom vad aktörerna i en klusterbildning i de flesta fall har möjlighet att utöva någon påverkan på. Det är i stället omständigheter som aktörerna istället måste förhålla sig till och utveckla strategier för hur de ska agera utifrån att förutsättningarna

snabbt kan förändras. Ett exempel på detta är de förändringar som skett inom musikbranschen under senare år. Hallencreutz, Lundequist och Malmberg (2001) utgick i en studie av ett regionalt musikkuster från Porters (1990) antagande att ett kuster utgörs av en uppsättning av aktörer och med utgångspunkt från detta har de klassificerat aktörer verksamma inom fem typer av aktiviteter (Braunerhjelm & Helegesson, 2003: 29-30) som är nödvändiga för att ett kuster ska uppstå. Till detta dock kan läggas att fildelning vid denna tid när dessa faktorer identifierades bara var i sin linda och att det endast var ett fåtal som förutsåg vad liveframträdanden skulle komma att betyda. Detta måste således också vägas in i bedömningen.

1) Specialiserade tjänster

Artister, textförfattare, musiker, producenter, kompositörer etc.

2) Produktion

Musik, musikproduktion, musikframträdanden, copyrights etc.

3) Näraliggande verksamhet och stödjande institutioner

Utbildning, skivbolag, inspelningsstudior, tekniker, tryckerier, agenter, managers etc.

4) Utrustning, maskiner och tillhörande tjänster

Producenter och leverantörer av studioutrustning, instrument, videoregissörer etc.

5) Kunder

De slutliga konsumenterna av musiken.

Braunerhjelm & Helegesson, (2003) skriver att på regional nivå så händer det ofta att klustren har olika specialisering även när dessa återfinns inom samma typ av övergripande produktion.

Att skapa ett kuster – strategier och klustermotorer som verktyg

För att det ska kunna vara möjligt att ett kuster etableras är det också en fråga om vilka strategier de företag har som skulle kunna tänkas ingå i ett kuster. Nutek⁹ (2001) har i en del sammanhang presenterat ett synsätt på kuster som innebär att kuster skapats och kan skapas genom en medveten satsning. Sådana kuster beskrivs som att de har ett gemensamt drag i det att de är regionalt förankrade med en historia. I det sammanhanget identifieras ett antal faktorer som förefaller vara återkommande i lyckade klustersatsningar, nämligen faktorer som klustermotorer,

⁹ Den verksamhet som tidigare bedrevs inom Nutek, Verket för näringslivsutveckling, har i huvudsak sedan den 1 april 2009 övergått till myndigheten Tillväxtverket. (<http://www.tillvaxtverket.se/ovrigt/nutek.4.3c4088c81204cca906180008244.html>).

kompetensförsörjning, mötesplatser, arbetsdelning, varumärkesbyggande, kluster-
vision och klusterspecifika förutsättningar (Nutek, 2001). Larsson (2000) skriver
att det kan behövas att en aktör eller en mindre grupp av aktörer ges mandat att
motivera, koordinera och föra en dialog med de aktörer som är involverade i ett
kluster, eller i en klusteruppbyggnad, inte minst för att så att kunna skapa och
genomföra en gemensam strategi, en s.k. klustermotor. Eftersom ett kluster kan
ses som ett vertikalt informellt nätverk så uppstår frågan vem som i så fall ger det-
ta mandat. Den som ges ett sådant mandat, informellt eller formellt, behöver då ha
ett stort förtroendekapital för att kunna lyckas. En klustermotor skulle således
kunna definieras som personer (eller en organisation) som fungerar som en ”sam-
hällsentreprenör”, med ett ”socialt kapital” som innebär att de kan röra sig mellan
olika sektorer och intressen. Metaforen motor får snarast ses som att den represen-
terar en kraft, men att denna utgörs av aktörer, d.v.s. en enskild individ eller indi-
vider som representerar någon typ av organisation och som driver på utvecklingen.

Andra forskare, t.ex. Tson Söderström ((red.), 2002)¹⁰, framhåller att kluster i för-
sta hand skapas tack vare historiska tillfälligheter, d.v.s. att kluster därför inte låter
sig skapas på ett planerat sätt.

Kluster uppkommer spontant till följd av – ofta oväntade – förändringar i ef-
terfrågan eller teknik. Avgörande för framväxten av livskraftiga lokala klus-
ter är bl.a. lokala initiativ, lyhördhet inom universiteten och högskolorna för
lokala kompetenskrav och goda kommunikationer såväl mellan som inom
regioner. (Tson Söderström (red.), 2002:20).

Ett kluster förefaller från en sådan utgångspunkt i stället uppstå organiskt, d.v.s.
det etableras om de nödvändiga förutsättningarna existerar.

Vilka personer, företag och branscher som blir framgångsrika och eventuellt
ger upphov till ett kluster är alltså oftast en fråga om historiska tillfällighe-
ter. Men att ett kluster överhuvudtaget kan uppstå beror på grogrunden för
att starta, expandera och driva företag. Politiker kan bidra med att skapa en
väl fungerande ekonomi med goda möjligheter för att kluster ska bildas, men
försök att skapa kluster inom vissa branscher är enligt vår mening dömda att
misslyckas. (Tson Söderström (red.), 2002:114)

Ett annat sätt att försöka förklara och förstå vad som skapar ett framgångsrikt
kluster representeras av Putnam (1996) som visar att ett starkt sociokulturellt kapi-

¹⁰ Boken är skriven av SNS Ekonomiråd 2001 Professor Hans Tson Söderström (ordf.), docent
Pontus Barunerhjelm, ek. dr. Richard Fagerberg, professor Victor Norman och professor Örjan
Sörvell.

tal kan hjälpa till att förklara vad som ger upphov till framgångsrika kluster. Putnam fäster genom begreppet sociokulturellt kapital uppmärksamheten på graden av täta horisontella nätverk som utgörs av föreningar, kooperativ, självhjälpsorganisationer, företagssammanslutningar, idrottsklubbar och ett intensivt partiliv och dess betydelse för regional utveckling. Detta kan sammanfattas som medborgerligt engagemang. På så vis blir det svårare för en part som innehar en tillfällig styrkeposition att uppnå kortsiktiga fördelar på en annan parts bekostnad. Detta leder till ett förtroendefullt klimat, i betydelsen att andra aktörers agerande kan förutses. Vertikala nätverk, d.v.s. vad som kännetecknar företag och politiskt styrda organisationer, kan inte bära upp ett kluster. Detta måste i stället byggas upp som ett horisontellt nätverk där dess aktörer kan samarbeta för ömsesidig nytta. Putnam (1998) framhåller således mänskliga, inte bara materiella och ekonomiska, egenskaper och han lägger också stor vikt vid kulturella värden och historiska traditioner som förutsättningar för en framgångsrik klusterutveckling.

PROJEKTET BOOMTOWN – EN MOTOR I ETT FRAMGÅNGSRIKT REGIONALT MUSIKKLUSTER?

Målet är att bygga en plattform för klusterbildning och stimulera företagsutveckling i musikbranschen så att en innovativ utvecklingsmiljö skapas och näringslivsutvecklingen stimuleras. (Projektbeskrivningen)

Huvuduppgiften för projektet BoomTown kan tolkas som att vara en plattform och en motor i ett försöka skapa ett regionalt kluster inom musikbranschen. Hur ser förutsättningarna ut för att detta skulle kunna lyckas och i vilken utsträckning har det lyckats så här långt? Något som även väcker frågor är i vad mån ett projekt har möjlighet att ta ledningen, d.v.s. att fungera som en klustermotor, i en sådan process? I ett försök att besvara dessa frågor beskrivs i detta avsnitt projektet och dess verksamhet. Beskrivningen tar sin utgångspunkt i BoomTown Music Education som kan ses som det nav kring vilket övriga delar av projektets verksamhet kretsar, vilket samtidigt kan ge en uppfattning om dess styrkor och svagheter. Därefter behandlas utbildningen av ljus- och ljudtekniker samt den s.k. Band Boostern, d.v.s. en företagsinkubator för musiker och musikgrupper som i sin förlängning syftar till att göra dessa till professionella företagare. En ytterligare byggsten för att skapa ett regionalt musikkluster utgörs av konferensen Trigger, vilken är avsedd att bli ett årligt återkommande arrangemang med syfte att aktörer inom musikbranschen ska kunna träffas och avhandla aktuella frågor och problem, men även att stärka varumärket BoomTown. Avslutningsvis beskrivs det mera omfattande nätverk som mer eller mindre lösligt ingår i det musikkluster som håller på att byggas.

Boom Town Music Education

’Kommer alla musiker och band ifrån Borlänge?’, undrade en arrangör i Smögen!

Kaj Podgorski musikanter, visionär och idag projektledare för musikprojektet och nätverket BoomTown minner sig tillbaka och berättar hur idén föddes. Han var under åttiotalet på turné med ett coverband på västkusten och upptäckte på ett populärt spelställe kallat Magasinet att flera band från Borlänge nyligen varit där och spelat. Arrangören tog fram bokningspärmerna och sade: *”Vet ni om att ni är det elfte bandet ifrån Borlänge den här säsongen”* Förvånade och överraskade över det stora antalet ville de se vilka de andra banden var. Utav dem kände Kaj till fem, men sex band var helt okända för honom, fast de var från Borlängetrakten. Under den långa resan på väg hem i bussen undrade han hur det kom sig att så många grupper från en bruksort i Dalarna åker ända ner till Smögen för att spela? Var det för att det bara var

ett häftigt ställe att spela på eller var det för att det fanns så många duktiga och drivna musiker i Borlängetrakten? Svaret var enkelt, det måste fostras enormt mycket artister och musiker i området som jobbade i det tysta och bokade spelningar själva. Hur kommer det sig att arrangören vet om det, men inte jag som är från staden i fråga? Kaj insåg, det här var före mobiltelefon och datorernas tid, att banden inte hade någon kontakt med varandra, inget nätverk, de var rädda för att dela med sig utav sina arrangörskontakter. De jobbade istället i skymundan och upplevde en konkurrens som egentligen inte fanns, när de istället borde vara kollegor. Ur detta såddes fröet till idén om ett för musikanter lokalt nätverk. (Ljundahl, 2009:6)

Detta frö har sedan kommit att utvecklas till att flera utbildningar på högskolenivå har tillskapats.¹¹ Den bärande idén för utbildningsdelen av projektet Boom Town går under benämningen BoomTown Music Education. Utbildningen består av ett tvåårigt utbildningsprogram som startade med sin första elevkull hösten 2005 och bedrivs i samarbete mellan BoomTown och Musikhögskolan i Piteå vid Luleå Tekniska Universitet. Det första läsåret innehåller kurserna Musicerande I, med fokus på att skapa och spela musik individuellt och i grupp, och Musicerande II med fokus på skivinspelning, konserter och turnéer. Det andra året ligger tyngdpunkten på att medvetandegöra konstnärliga kreativa processer och en fördjupning av de kreativa processerna i samspelet med andra. Utbildningen syftar till att:

- att erbjuda en processororienterad universitetsutbildning för band och musiker i rockmusik, och närliggande genrer, på musikens villkor
 - att inom utbildningen lägga tonvikt på gruppmusicerandet, ta vara på samlärandet och gehörstraditionen
 - att välkomna musikalisk mångfald och låta de studerande i hög grad själva medverka till att forma sina studiemiljöer, sina kunskapsmål - samt medlen för att nå dessa
 - att stödja det musikaliska kunskapsbyggandet med kurser i låtskrivande, ljudteknik, entreprenörskap etc
 - att ge kognitiva verktyg för förståelsen av den egna verksamheten och uppmuntra kreativitet och självständighet i tanke och handling.
- (<http://www.boomtown.nu/614.php>)

En viktig del i utbildningen framhålls vara att medvetandegöra kursdeltagarna om olika former av musikaliskt lärande. Antagningskriterierna fokuserar mer på originalitet, personligt uttryck och "energi och driv" än på renodlade tekniska kunskaper och repertoarkännedom, även om de senare aspekterna inte ses som oväsentliga. Antagning sker efter uppspelning, med fokus på samspel och gruppen som in-

¹¹ Detta avsnitt bygger på Ljundahl, 2009.

strument. Utbildningskonceptet bygger på att respektive deltagare startar på sin egen musikaliska kunskapsnivå.

Allt flera anordnare av musikutbildningar vänder sig numera utåt som ett sätt att profilera och marknadsföra sig till en alltmer krävande kundgrupp bestående av unga hängivna musikkonstnärer, musiker, text/låtskrivare som önskar bli erkända och kunna leva på sin musik (Ljungdahl, 2009).

Utbildningarna skall helst erbjuda något mer än bara studier, som t.ex. en skapande och kreativ miljö, professionell handledning och inte minst bra utvecklingsmöjligheter. Konkurrensen om studenterna är hård och de ekonomiska ramarna för förutsättningarna att upprätthålla en hög utbildningsstandard blir alltmer viktig, samtidigt som kraven från studenterna ökar. (Ljungdahl, 2009:7)

BoomTown Music Education är, enligt projektledaren, unikt genom att det är världens första högskoleutbildning för gehörsmusiker, men även den enda utbildning där band kan antas. Kursdeltagarna behöver inte kunna spela efter noter eller förstå musikteoretiska begrepp för att antas. Antagningsförfarandet och kriterierna för att bli antagen skiljer sig i flera avseenden från de traditionella institutionernas antagningar. Förutom grundläggande behörighet för högskolestudier måste den sökande skicka ett personligt brev och en inspelning i form av en demo. Nästa moment i antagningsförfarandet är uppdelat i två olika moment. Det första består i att spela upp inför en jury i form av en audition. Det andra momentet sker genom en personlig intervju för att bedöma om den sökande uppfyller de sociala kriterier som krävs för utbildningen, bl.a. mognadsgrad och ansvarskänsla. I de fall där man vill söka som grupp till utbildningen sker antagningsförfarandet utifrån ett motsvarande tillvägagångssätt (Ljungdahl, 2009). ”Detta är enligt min uppfattning en unik företeelse som ansökningsförfarande inom musikhögskolan” (Ljungdahl, 2009:26).

Studenternas musikaliska bakgrund är i många fall ganska likartad. De flesta började tidigt med att spela musik och de har provat och spelat olika instrument i musikskolan.

Redan i tonåren ses tydliga likartade karaktärsdrag, med uppsättning av mål och ett sökande efter musikalisk identitet inom pop rock etc. Många började tidigt med att spela i olika musikgrupper och rockband och har därigenom skaffat sig en hel del erfarenhet redan. Det är det som jag kan se skiljer de studerande åt, att det finns relativt stor spridning bland studenternas musikaliska grupperfarenhet. Vissa av dem har t.ex. aldrig spelat ihop med några andra i ren bandform, utan mer då i skapade konstellationer inom skolan,

ofta i ett traditionellt syfte att framföra musik i grupp vid lucia, jul och skolavslutningar etc. Ett önskemål för flera var att nu få chansen att spela i band och utveckla sin roll i en grupp utifrån informella och självvalda former. (Ljungdahl, 2009:27)

Studenterna har tillgång till övningslokaler och inspelningsstudio med hög teknisk standard 24 timmar om dygnet. Det finns tillgång till fem studios med enklare inspelningsutrustning, vilka ofta utgör bandens repetitionslokaler. BoomTown förfogar även över ett par större samlings-salar och en större professionell modern inspelningsstudio. Planer finns även på att bygga en konsertsal. Pedagogiken utgår från ett sociokulturellt synsätt (Säljö, 2000) och bygger till stor del på informellt lärande. Studenterna formulerar sina egna mål och förväntas medverka och vara delaktiga i de läroprocesser som påverkar den egna utvecklingen och att lära sig att dokumentera sin egen utveckling, bl.a. i form av inspelningar, men även att dokumentera i dagboksform för att de ska öva sig att reflektera över och analysera sitt lärande.

Ljungdahl (2009) sammanfattar resultatet av BoomTown Music Education med att denna kan ses som en branschanpassad utbildning på högskolenivå.

Att det finns en möjlighet för medlemmar i ett och samma pop- och rock-band att gemensamt söka till en högre musikutbildning som på BTME ser jag som ett stort steg i utvecklingen av branschanpassade utbildningar utifrån ett högskoleperspektiv. (Ljungdahl, 2009:33)

Banden som deltar i BoomTown Music Education kan uppfattas som att de har goda möjligheter att själva skapa och utforma sin lärmiljö. Genom utbildningen ska studenterna förvärva verktyg för att utvecklas både relationellt och kontextuellt, d.v.s. samarbetsförmåga, självinsikt och självförtroende, vilket utgör viktiga sociala förmågor för en framtida musik- och artistkarriär. Gehörstraditionen värdesätts högt och ses som en naturlig del i den musikaliska utvecklingen ”and playing by the ear is here acknowledged and strongly supported” (Gullberg, 2006:16 22).

/.../ utbildningen skiljer sig ganska mycket från den traditionella och formella musikutbildningen där ofta ett mästare/lärling förhållande förekommer. Här är det i princip tvärtom lärlingen, d.v.s. studenten, som är den som ställer kraven och mästaren i detta fall läraren tillgodoser kraven istället. Det jag också ser tydligt och som gör utbildningen speciell är den gruppanpassade undervisningsmiljön, i form av egna utformade repetitionsrum även utrustade för inspelning. Här har banden skapat sin egen arbetsplats och det är här den största verksamheten sker och utgår ifrån. Här skapar man sin mu-

sik, övar och repeterar och dokumenterar sina egna alster. Vad som också är fördelaktigt och exklusivt är tillgången till ett samlat nätverk, kallat *musikportalen* för den lokala musikbranschen. Denna resurs på BT ger möjligheten för studenterna att under pågående studier både skapa kontakter men även att profilera sig och sitt band och utnyttja de kanaler som nätverket har. Detta är enligt projektledaren en sak som är oerhört viktig, att kunna skaffa sig värdefulla kontakter redan på ett tidigt stadium samt få insikt och kunskap om branschen som idag tyvärr många band saknar. Enligt studenterna nämner några det som en god hjälp till att få spelning och att bredare kunna nå ut till allmänheten etc. (Ljungdahl, 2009:23)

Utbildningen ger de studerande ett tillfälle att lära känna denna del av musikbranschen och dess villkor.

Vikten av att idag som band känna till musikbranschen och de spelregler som finns men som ofta inte synliggörs är utan tvivel en av de värdefullaste kunskaperna de kan få. BTME har med sin starka återkoppling till branschen här ett försprång gentemot många andra musikhögskolor. Detta anser jag vara en faktor som medverkar till att utbildningen är så attraktiv. (Ljungdahl, 2009:32)

BoomTown Music Education fungerar även som ett alternativ, utan att konkurrera med andra högre musikutbildningar.

Avgörande faktorer i sökandet till musikutbildningen BTME är dels den gehörsbaserade inriktningen och dels den bandfokusering som utbildningen erbjuder, båda två helt nya aspekter på länderiktningar inom musikinstitutionerna i motsats till det formaliserade lärandet inom högre musikutbildningar. Jag finner BTME som ett alternativ till de institutionella utbildningarna men att det trots detta inte medför något direkt konkurrensförhållande mellan dem. Det är helt enkelt en annan "kundgrupp" med andra krav på utbildningen som söker BTME enligt de intervjuade studenterna, med ett starkt behov av att uttrycka och skapa egen musik utifrån sin inre kreativa skaparkraft långt överskrider behovet av att vilja få högre formell musikundervisning. (Ljungdahl, 2009:33)

BoomTown Music Education kan ses som att den skapat en ny och alternativ utbildningsväg som fyller ett tomrum som funnits.

På BTME uppvärderar man istället kunskaperna som föreligger konstnärskapet och tydliggör yrkesaspekten och den framtida karriären genom att ge det högskolestatus, precis som man gör inom de flesta andra högre konstnärsutbildningarna som t.ex. Konstfack, Dramatiska Institutet och Kungliga musikhögskolan m.fl. Skillnaden är dock att dessa läses under längre tid och

med en högre poängnivå. Internationellt finns tecken som visar på en liknande utformning och utveckling, bl.a. i USA där Berklee College of Music i Boston, en väletablerad och erkänd institution inom den högre musikutbildningen gällande klassiskt, jazz, pop- och rockutbildningar, sedan länge förankrat både ett yrkes och ett konstnärligt perspektiv i sin utbildningsfilosofi. De införlivade t.ex. jazzmusiken redan på 40-talet i utbildningen och elgitarr redan på 60-talet och har idag en mängd program och kurser med inriktning mot en tänkt framtida karriär inom den kommersiella musikbranschen, där den konstnärliga kreativiteten mixas med ett professionellt musikbranschtänkande (www.berklee.edu/opi/2004/0217.html). (Ljungdahl, 2009:36)

Satsningen på BoomTown MusicEducation framstår så här långt som en lyckosam satsning som uppfyller de förväntningar som funnits. Utbildningen utgör därmed en av de komponenter som behövs för att ett musikkluster ska kunna uppstå genom att det finns möjlighet att producera, förpacka och sälja den musik som utgör klustrets kärnprodukt.

Utbildningsprogrammet: Kreativ ljusdesign för scen och event

För att producera musik krävs att en rad olika yrkeskategorier är involverade. En sådan viktig grupp är ljusdesigners. Utbildningsprogrammet Kreativ ljusdesign för scen och event syftar till att ge en bred och grundläggande utbildning för arbete med ljusproduktion inom musik- och eventbranschen. Kurserna omfattar 120 högskolepoäng och sker i samarbete mellan Högskolan Dalarna och BoomTown. En central utgångspunkt var att det också fanns ett uttalat behov från branschen av kompetensutveckling och av att nyutbilda personal. Utbildningen har därför utarbetats i nära samarbete med branschen för att tillmötesgå de kompetenskrav som finns på en blivande ljusdesigner. Utbildningen till ljusdesigner är knutet till företaget Starlight, ett av Skandinavians störta bolag inom detta område. Innehållet i utbildningen är både konstnärligt/tekniskt och praktiskt/teoretiskt med syftet att den gestaltande verksamheten ska gå hand i hand med det fackmässiga kunnandet och de ofta unika arbetsvillkor som följer av att arbeta med ljusdesign för livekonserter och event i nära kontakt med yrkesverksamma ljusdesigners och verkliga projekt (http://www.boomtownnu/boomtown/default/page_3). Den första, och så här långt enda kullen som utexaminerats, innehöll ett 15-tal studenter, varav 13 fick jobb direkt efter utbildningen. För närvarande genomgår drygt 20 studenter den andra omgången av ljusutbildningen.

Utbildning av ljudtekniker

Det sker en utveckling på teknikområdet som gör att man måste ha kompetensutveckling hela tiden. /.../ Kraven har ökat väldigt snabbt. (Styrgruppsmedlem)

Ett av skälen till att man från projektets sida har velat få igång en ljudutbildning är det ökade intresset för musikfestivaler och konserter, vilket samtidigt ställer krav på speciella insatser vad gäller ljud. ”Vi vill ha igång ljudutbildningen, speciellt med live-ljud utomhus, medan Falun [vår. anm.: Höskolan Dalarna] däremot har mycket radioljud och tv-ljud. Det är en viss skillnad på ljud och ljud” (Projektledare). Det har också under hela projektiden gjorts ansträngningar att etablera en utbildning för ljudtekniker för specialisering inom live-ljud. Denna har ännu inte kunnat förverkligas, trots att branschens företrädare säger att deras behov av denna typ av ljudtekniker fortfarande är stort. Från BoomTowns sida har man därför försökt att få till stånd en ljudteknikerutbildning inom den nya Yrkeshögskolan som i så fall skulle kunna starta höstterminen 2011.

Vi gjorde en ansökan i fjol som vi fick avslag på. Vi gör nu en ny ansökan och går den igenom så då kommer det att bli en sådan utbildning. Den görs ihop med branschen, så det blir arbetsplatsförlagd utbildning där företagen tar emot dessa elever i perioder under utbildningen. (Styrgruppsmedlem)

En ljudutbildning för live-ljud uppfattas från projektledningen som en av beståndsdelarna för en långsiktig uppbyggnad av ett regionalt musikkluster.

Band Booster – En företagsinkubator för musiker

Regionala band och artister som har siktat inställt på en mer professionell musikkarriär kan få hjälp av BoomTowns s.k. Band Booster. Denna består av ett ettårigt program med syftet att band ska kunna utvecklas och stärka sitt varumärke i nära samarbete med mentorer, arrangörer, marknadsförare och företagsutvecklare (http://www.boomtown.nu/boomtown/default/page_28/). ”Tanken är att vi ska försöka hitta flera musikexporter från länet som vi kan skicka ut i världen” (Projektmedarbetare). Verksamheten kan snarast liknas vid en företagsinkubator som har inriktning mot musikbranschen och de specifika krav som detta ställer. ”Vi följer en liten trappmodell som vi har gjort, med olika delmål under olika steg” (Projektmedarbetare). Verksamheten har så här långt pågått cirka ett och ett halvt år.

Band Boostern består av en kompetensutvecklingstrappa som de här banden ska passera och då handlar det om företagsamhet, att bli ett kommersiellt bolag med ambitionen att bli ett bolag på den globala marknaden. /.../ Att bli ett eget bolag, att driva sin egen marknadsföring och allt det där kräver mycket resurser och framför allt krävs det mycket entreprenörskap, finansiell styrka. Det här är en trappa som vi hjälper dem att passera i olika stadier. (Styrgruppsmedlem)

Band Boostern består av idag fem regionalt rekryterade band. De deltagande banden kan bl.a. få hjälp med avtalsskrivande, marknadsföring, bilda bolag, med hjälp av fristående experter.

Vi har valt ut några band från regionen som är lite olika genremässigt och lite olika ålder och spridning som vi vill hjälpa och supporta framåt på olika sätt. De kan ju ha olika mål med sitt band. Då har vi träffat dem kontinuerligt, ibland flera gånger i veckan och ibland någon gång i månaden för att följa hur går det för er och vad kan vi göra /.../ och försökt sätta in rätt hjälp så att de ska kunna gå framåt till det målet de har. De har träffat mentorer och de har varit med på workshops och de har ibland fått ekonomisk support och med att spela in och hjälp med producenter. (Projektmedarbetare)

En Band Booster fyller därmed en viktig funktion på en marknad där förutsättningarna har förändrats i grunden.

Idag när skivbolagen har backat tillbaka så väljer de bara att satsa på riktigt säkra kort och alla andra har inte den här möjligheten längre att nå fram och då måste du bli din egen. Du måste under en längre period driva din egen utveckling och där kan Band Boostern hjälpa till. (Styrgruppsmedlem)

BoomTowns Band Booster verkar så här långt också kunna visa på en del lyckade resultat.

De har gått ganska långt vissa band. De har fått väldigt många bra stora spelningar, kontakter med stora skivbolag. Två av banden har släppt skivor, ett band har varit i Japan på turné. Det händer saker och mycket är tack vare att vi har puschat dem framåt. (Projektmedarbetare)

Denna verksamhet har emellertid också ett bredare anslag än så genom den verksamhet som kallas för Supporten och som namnet anger så fungerar denna som att ge stöd och hjälp till regionalt baserade aktörer inom musikbranschen och som vänder sig dit av en eller annan anledning.

Det går ut på att vem som helst som håller på med musik i länet kan höra av sig hit och få någon form av hjälp. De kan behöva få information om hur man tjänar pengar på sin musik, eller hur man startar ett företag, eller hur man arrangerar en spelning, eller hur man som band ska kunna komma lite framåt. (Projektmedarbetare)

Många av de som tar kontakt med Supporten vill ha hjälp med att kunna bli en professionell aktör inom den kommersiella musikbranschen.

När de kommer till mig så gäller det att nysta upp vad det är för hjälp de behöver, eller om de är mogna för att ta ett riktigt professionellt steg och ta kontakt med de riktigt professionella beroende på vad de behöver hjälp med /.../. Det har t.ex. varit en fyra, fem stycken nu under våren som har hållit ett kontrakt i sin hand. (Projektmedarbetare)

Supporten ger inte bara stöd och hjälp i relation till konkreta problem, de försöker också medvetandegöra de som söker sig dit om vilka villkor som gäller inom den professionella och kommersiella musikindustrin.

Det är viktigt att få dem att förstå att det inte är någonting som bara är som andra människor som ska satsa sin tid och sina pengar, utan att det är ett affärsföretag precis som vilket annat företag som håller på att etablera sig och man måste lägga in mera insats än att spela och skriva låtar. De är en satsning och de flesta företag måste faktiskt satsa kapital. Det är också en stor del i att de ska förstå och många kommer faktiskt på, oj, oj, det är det här som krävs av oss också. Det kanske är några som bestämmer sig också för att inte för att inte gå hela vägen därför att de inte vill göra den insats som de måste göra. (Projektmedarbetare)

Supporten och Band Boostern utgör ytterligare ena av beståndsdelarna i det framväxande musikklustret.

Trigger – en konferens som vänder sig till musikbranschens företrädare

Trigger är en nystartad konferens som riktar sig mot musikbranschens företrädare och som genomfördes första gången 2009 i samband med och samverkan med Peace & Lovefestivalen. Syftet med den årligt återkommande konferensen är att fungera som mötesplats för entreprenörer, musiker, kulturarbetare, teknikutvecklare och kreatörer och att vara en kreativ plattform för branschen där branschen kan enas. Konferensen innehåller workshops, föreläsningar, paneldebatter och showcases (http://www.boomtown.nu/boomtown/default/page_20/).

Tanken från början var att om vi kan skapa en årlig musikkonferens /.../, en knutpunkt och då har man regionalt mycket lättare att få kontakter, för hit kommer folk från hela Sverige. De har chans att få vara med och lyssna på seminarier som man kanske aldrig skulle åka på annars /.../. Så det bidrar till kunskapsutvecklingen. (Styrgruppsmedlem)

Den första Triggerkonferensen samlade drygt 200 deltagare. Konferensen stöddes till del ekonomiskt av flera av branschorganisationerna. En av dagarna var en fortbildnings- och kompetensutvecklingsdag på temat: "Från demo till hitlista" med ett 60-tal konferensdeltagare. Under konferensen genomfördes också paneldebatter. Från den enkät som genomfördes framkom bl.a. deltagarna hade funnit nya bekantskaper och samarbetspartners, eller förstärkte gamla kontakter samt att nya idéer väcktes.

Den första varianten var en väldigt light variant, egentligen för att göra den och känna av. Det hade skrivits lite artiklar om varför Sverige inte kunde klara av att ha ett sådant här bransch-/event, en samlingspunkt. /.../ Det första året var egentligen bara att befästa begreppet och blanda upp branschen så mycket som möjligt. (Projektmedarbetare)

Påföljande år genomfördes konferensen för andra gång med ett något utökat antal deltagare. Konferensens huvudtema var vid detta tillfälle inriktat mot hur musiken kan marknadsföras inom en hårt konkurrensutsatt marknad och nya tekniska lösningar för att distribuera musik, men hade även kompletterats med ett tema som hade allmänheten som målgrupp, benämnt: Fast Forward.

Projektledaren för Trigger framhåller att det finns ett stort behov av en mötesplattform, men att det t.ex. finns svårigheter att kunna finansiera denna bl.a. för att många av dem som representerar musikbranschen förväntar sig att den ska vara gratis.

Vi har brottats med ett problem och det är dess finansiering. /.../ I den här branschen är man inte beredd att betala någonting för att gå på konferens. /.../ Om den här branschen ska utvecklas bra så måste man också att man måste vara beredd att finansiera sin egen kompetensutveckling, som sådana här konferenser är. Det har varit en svår resa att få dem att förstå. /.../ Ger vi det här några år till så kommer det här att bli jättebra. (Styrgruppsmedlem)

Däremot fungerar enligt projektledaren för Trigger samarbetet med Peace & Love mycket bra, men det innehåller inte bara stora fördelar, det finns även potentiella risker.

Det är både och, det är en stor fördel när man ska få deltagare så kan man säga att det här följer med på köpet. Det är bra så länge Peace & Love är bra och vi vet inte hur det kommer att vara nästa år, det är bästa före datum. Samtidigt som vi bygger in oss i ett slags beroende av Peace & Love så måste jag också öka strategierna för att vi ska kunna stå själva. Det arbetet måste ske parallellt. Det som händer är att vi dör i mediabusset därför att man skriver hellre om de stora artisterna och det som händer runt omkring än om affärsverksamheten. Inför Trigger 10 kändes det inte riktigt färdigt för att ta kontakt med affärstidningarna. /.../ Det skedde någonting under det här Trigger, att det blev ett avstamp och att det skiljer ut att entreprenörerna och innovatörerna är de som kommer att komma, efter ett tag kommer de andra också för att man kan inte ställa sig utanför. (Projektmedarbetare)

Konferensen Trigger utgör således en ytterligare beståndsdel i ett framväxande regionalt musikkuster.

DISKUSSION OCH NÅGRA PRELIMINÄRA SLUTSATSER

Tidigare forskning (Hallencrutz, Lundequist & Malmberg, 2001; Braunerhjelm & Helegesson, 2003) har visat att det krävs att en rad förutsättningar är uppfyllda om det ska vara möjligt att medvetet bygga upp (NUTEK, 2001), eller att ett regionalt musikkuster uppstår spontant (Tson Söderström (red.), 2002). I det här fallet tas Hallencrutz, Lundequist och Malmbergs (2001) och de fem faktorer/beståndsdelar som de identifierade, kompletterade med två av Porters (1990) faktorer, de politiska systemens och slumpens roll, som utgångspunkt för att diskutera och analysera resultatet samt att dra några preliminära slutsatser om hur vägen mot ett regionalt musikkuster kan se ut och hur långt projektet BoomTown nått fram till början av hösten 2010.

Specialiserade tjänster och produktion

Hallencrutz, Lundequist och Malmberg (2001) anger som en av förutsättningarna för att ett regionalt musikkuster ska uppstå är att det finns tillgång till artister, textförfattare, musiker, producenter och kompositörer. Det andra området som de lyfter fram är förekomsten av en regional musikproduktion, musikframträdanden och copyrights. En del av dessa förutsättningar sägas i projektplanen för BoomTown existera genom den starka lokala och regionala musiktradition som sedan lång tid är etablerad i regionen. Frågan är dock i vad mån dessa musiker, kompositörer o.s.v. är tillräckligt många, håller den kvalitet och har förmåga att uppnå den popularitet som en nationell och internationell publik efterfrågar. Risken är att många aktiviteter, i den hårda konkurrens som råder, kommer att få fortsätta att utöva sin musik på sin fritid, som en bisyssla. En viktig faktor är emellertid att det redan finns ett flertal band i regionen som etablerat sig nationellt och internationellt och t.ex. i flera fall fått förmånen att uppträda vid Peace & Love-festivalen. En avgörande fråga verkar således vara om det finns ett tillräckligt antal aktörer för att de kan utgöra en kritisk massa. Är den struktur som skapats via BoomTown MusicEducation tillräcklig för att långsiktigt försörja ett regionalt musikkuster och dess behov av artister, textförfattare, musiker, producenter och kompositörer?

Näraliggande verksamhet och stödjande institutioner

För att ett musikkuster ska uppstå behövs även tillgång till olika typer av näraliggande tjänster och verksamheter som utbildning, skivbolag, inspelningsstudior, tekniker, tryckerier, agenter, managers etc. (Hallencrutz, Lundequist & Malmberg, 2001). För att motivera till musikalisk utveckling och för att bygga upp den kompetens som är nödvändig för att skapa ett regionalt musikkuster är att det finns tillgång till och närhet till utbildningsanordnare och utbildningsinstitutioner. Braunerhjelm och Helgesson (2003) pekar t.ex. på den betydelse som de kommunala musikskolorna har haft och fortfarande har för att skapa en stabil grund för den höga musikkompetens som finns i Sverige. Det finns goda skäl att anta att det-

ta även i det här fallet spelar en betydelsefull roll. Till detta kommer det initiativ som togs när BoomTown MusicEducation skapades. Utbildningen genomförs inom ramen för projektet BoomTown av Piteå musikhögskola (Luleå tekniska universitet). Genom tillkomsten av BoomTown MusicEducation utbildas musiker, textförfattare och kompositörer som på så sätt står bättre rustade för att komma in på en hårt konkurrensutsatt musikmarknad. De har även möjlighet att utveckla sin förmåga att kommersialisera sin musik genom den Band Booster och Support som etablerats inom BoomTown. BoomTown MusicEducation har samtidigt fått en ”plantskola” genom den ”rockskola” som nu startat på Brunnsviks folkhögskola. Genom den utbildning som sker av ljudtekniker i samverkan med Högskolan Dalarna utbildas en del av de tekniker som behövs för att få en fungerande verksamhet. Däremot saknas fortfarande en utbildning för ljudtekniker för ”live-ljud”¹², men verkar kunna komma igång från och med hösten 2011. Dessa utbildningar behöver dock emellertid pågå under en följd av år för att skapa den bredd och den elit som behövs för att utveckla konkurrenskraftiga musiker, kompositörer och textförfattare. De som utbildas inom BoomTown MusicEducation kan även få hjälp med att etablera musikföretag med stöd av den s.k. Band Boostern när de är klara med sin utbildning. Verksamheten vänder sig dock i första hand till redan existerande band som kommit en bit i sin utveckling och som är villiga att sikta mot en internationell marknad.

De inspelningsstudior som byggts upp inom BoomTown har skapat möjligheter att producera musik med hög teknisk kvalitet, samtidigt som dessa är flitigt nyttjade av de studerande som går på BoomTown Music Education. Exempelvis har banden inom BoomTown Music Education gett ut två CD:n med musik skapad av dem som deltar i utbildningen. Utrymmet för att spela in kommersiell musik är därmed begränsat och minskar samtidigt möjligheterna att få in intäkter till verksamheten. Det saknas fortfarande en lokal för uppspelning, både för att fungera som övningslokal i utbildningen och för att arrangera konserter som kan ge intäkter. En sådan behövs av flera skäl, t.ex. att banden och ljudteknikerna ska få möjlighet att öva och att visa upp sig, men även arrangera konserter för att skapa intäkter till verksamheten. I början av vintern 2009 hade t.ex. frågan om att skapa en konsertsal kommit så långt att de första skisserna på en byggnation kunde presenteras. I samband med detta kom frågan om hur bygget skulle kunna finansieras upp på dagordningen. Tidplanen beräknades vara att det skulle ta minst 20 månader från det att beslutet tas till att byggnationen skulle kunna starta. Kostnaden för detta skulle komma att belasta kommunens ekonomi, vilken i detta skede redan var hårt ansträngd och därmed väntar en sådan byggnation fortfarande på att förverkligas.

¹² En ljudutbildning för ”studieljud” finns för närvarande hos Högskolan Dalarna.

BoomTown har, under den tid som projektet pågått och i de två projekt som föregick detta, utvecklat en nätverksbaserad samverkan med flera externa partners. Flera av dessa spelar aktörer viktiga roller både nationellt och internationellt inom musikbranschen. Här kan nämnas nätverkstidningen Musikindustrin, organisationerna Sveriges artisters och musikers intresseorganisation (SAMI), Svenska Musikföreläggareföreningen (SMFF), Sveriges tonsättares internationella musikbyrå (STIM), International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) och Export Music Sweden. Även majorbolagen inom skivindustrin har visat intresse att skriva samarbetsavtal med BoomTown. Det farmstår emellertid som svårt att avgöra hur starka bindningar BoomTown har till dessa aktörer, kanske kan detta i stället mera ses som att ett kontaktnät än som ett nätverk i dess traditionella mening.

Det är nog ett 20-tal personer som jag har en speciell affärsrelation till, som har utökats till att bli en social relation och det är ju deras nätverk som jag ju också får tillgång till, men det måste man kvalificera sig för. Det är inte att man öppnar hur som helst därför att alla är rädda om sitt anseende. Att man inte släpper in någon som sedan missbrukar det här. (Projektmedarbetare)

Dessa kontaktnät är således i hög grad individuellt uppbyggda och därmed sårbara om nyckelpersoner försvinner från verksamheten.

En annan del av klusterarbetet är att utveckla samverkan med studieförbunden regionalt. BoomTown har under den tid som projektet pågått utvecklat ett allt mer nära samarbete med Peace & Love. Under 2008 tillkom en konkurrent i form av projektet Innovation Music Network (IMN) som var en likartad verksamhet som bedrivs under 2008 - 2011 med intressenter från Dalarna, Värmland i Sverige och från fylkena Aakershus och Hedmark i Norge. Projektet syftar till att stärka och utveckla musikindustrin i Inre Skandinavien, d.v.s. i en utvidgad region i förhållande till den som BoomTown verkar inom, genom samverkan mellan folkbildning, högskola och näringsliv. Ännu så länge verkar IMN enbart ha fungerat som en konkurrent och fortfarande verkar frågan vara öppen om så kommer att vara fallet även fortsättningsvis,

Utrustning, maskiner och tillhörande tjänster

Ytterligare beståndsdelar (Halléncreutz, Lundequist och Malmberg, 2001) i ett regionalt musikkuster är producenter och leverantörer av studiourrustning, instrument, videoregissörer etc. Genom att Peace & Love har startat ett skivbolag som finns i regionen har detta förbättrat möjligheterna att producera kommersiell musik samtidigt som det även finns en strävan att de studior som BoomTown förfogar över ska kunna användas i högre grad för sådan produktion. När det gäller till-

gång till instrument och studiourrustning är det kanske inte lika angeläget att dessa finns regionalt tillgängliga.

De politiska systemens roll

Porter (1990) lyfter fram den roll som det politiska systemet spelar, t.ex. i form av infrastrukturella investeringar och lagstiftning etc. I det här fallet har det politiska systemet, från EU via nationella och regionala organ som Tillväxtverket och Region Dalarna till en enskild kommun, spelat betydelsefulla roller för att skapa de nödvändiga förutsättningarna för uppbyggnaden av ett musikkluster. De lokala politikerna gick i ett tidigt skede in och engagerade sig i projektet Boom Town. Framför allt genom de ekonomiska åtaganden som kunde komplettera Region Dalarna och Tillväxtverkets stöd till projektet i form av infrastrukturella investeringar i lokaler och inspelningssteknik av hög kvalitet. De lokala politikerna i Borlänge kommun har även ställt lokaler till förfogande, samtidigt som det finns kritiska röster som menar att detta inte är någon kommunal uppgift. Utan detta stöd förefaller det högst osannolikt att BoomTown som fenomen hade kunnat uppstå.

När slumpen är framme

Slumpen, det oförutsedda, kan i många fall i efterhand förklara ett visst händelseförlopp, men självfallet aldrig eller bara delvis förutses. I det här fallet var det knappast någon, som när det första BoomTownprojektet initierades 2004, som t.ex. kunde förutse att Peace & Love skulle utvecklas till en av Sveriges ledande musikfestivaler och locka mer än 40 000 besökare under en veckas tid och de möjligheter detta har gett för att hjälpa till att skapa det musikkluster som BoomTown strävar efter att bli en plattform för. Det oförutsägbara har således spelat en viktig roll i den process för att etablera ett musikkluster som nu pågår, inte minst för att Peace & Love-festivalen har hjälpt till att öka uppmärksamheten mot regionen som en aktör inom musikbranschen.

Några sammanfattande reflektioner och preliminära slutsatser

Förändringar i musikbranschen skapar nya möjligheter

Framväxten av Boom Town som koncept kan ses som ett resultat av de förändringar som skett inom musikbranschen genom den snabba utvecklingen av den digitala informationshanteringen. Det har gjort det möjligt att producera, marknadsföra och distribuera musik på ett sätt som inte var möjligt innan dess. Tidigare var det bara stora produktionsbolag som var de som hade resurser för att göra detta och därmed kunde de också dominera marknaden nästan totalt. Den pågående utvecklingen har således förändrat förutsättningarna i grunden och samtidigt skapat möjligheter att bygga upp konkurrerande alternativ.

Skivbolagen är inte alls med så tidigt och fångar upp band utan det är nästan så att artisten måste komma till dem med en färdig ”fan base”, man måste kunna peka på att man har ett antal tusen fans. De är inte beredda att riska så tidigt som de gjorde förut, utan nu är det bara säkra kort. /.../ Deras roll för musikens utveckling är annorlunda idag. Det finns andra kanaler att nå ut. (Styrgruppsmedlem)

BoomTown som projekt har således byggt sina försök att medverka till att bygga ett regionalt musikkluster på faktorer som:

- En bransch i snabb förändring
- Ett län med en stark musiktradition
- Trovärdiga beskrivningar av en vision
- Erfarna entreprenörer
- Politiker som tror på en idé

Går det att skapa ett kluster?

Det finns, som redan framgått, två motsatta synsätt på hur ett regionalt kluster uppstår, dels att detta medvetet kan skapas (NUTEK, 2001) eller att detta växer fram och skapas spontant via de historiska förutsättningar som finns (Tson Söderström (red.), 2002). I det här fallet har utgångspunkten varit den att BoomTown skulle kunna skapa en plattform för att ett kluster skulle kunna uppstå, även om denna tanke inte finns så tydligt uttalad från början utan att den har gradvis formulerats allt tydligare i takt med att verksamheten successivt utvecklats.

BoomTown är idag inget fullt utvecklat kluster, däremot har BoomTown verkat som en klustermotor genom att ta initiativ, få igång aktiviteter o.s.v. /.../ Vad är ett kluster? För mig är ett kluster en samling aktörer som har gemensamma behov som man samverkar omkring och då måste man ha gått ihop på något sätt, i en förening eller i ett nätverk, sedan kan det bli en förening och sedan kan man ha ett bolag. (Styrgruppsmedlem)

Eldsjälar och engagemang

En annan förutsättning för att BoomTown har kunnat ta rollen som klustermotor har skett genom att det har funnits eldsjälar, inte minst i form av en projektledare, som brunnit för sin uppgift, men som även haft stöd av andra aktörer i projektets styrgrupp, både i strategiskt och ekonomiskt hänseende.

Vi börjar känna att vi har sett ljuset i tunneln och nu har uppförsbacken börjat att räta ut sig så nu börjar vi ligga lite på rull eftersom vi har varumärktbyggt BoomTown på ett konkret och konsekvent sätt. Vi är inne på tionde året och nu börjar det ge resultat. (Projektledare)

Finns alla beståndsdelar för att det ska finnas förutsättningar att skapa ett kluster?

Den utveckling som skett så här långt kan ses som att den har gått i riktning mot att ett musikkluster kan skapas, men finns alla de beståndsdelar som behövs? ”Om man tittar på de funktioner som behövs för att en musikbransch ska fungera så finns det en del här, men inte alla och en del som finns här kanske inte har rätt kvalitet” (Styrgruppsmedlem). Uppbyggnaden av ett regionalt musikkluster har nu således pågått under de tre projekt som tillsammans utgör varumärket BoomTown under snart 10 års tid. Trots detta återstår fortfarande mycket att göra.

Det saknas också strukturer i den här väldigt omogna branschen. Den har dominerats av skivbolagen och nu är den strukturen borta och det betyder att om vi nu ska bilda ett kluster så börjar vi egentligen från noll. Det saknas struktur. (Styrgruppsmedlem)

Rollen som klustermotor

En fluga gör ingen sommar, likväl som en aktör inte gör ett kluster. Flera aktörer måste således involveras i verksamheten, vilket sannolikt också är den viktigaste rollen för de aktörer som fungerar som en klustermotor.

Ska man gå mera mot ett kluster så måste man öppna upp sig också för andra aktörer och bjuda in dem. Jag tänker på andra kommuner, alltså den offentliga sidan, framför allt få in näringslivet att kunna påverka och styra. (Styrgruppsmedlem)

Ledningen för BoomTown hoppas emellertid att kunna förstärka sin roll som klustermotor i det fortsatta arbetet.

Vi för nu en diskussion med Region Dalarna om att lite mera på riktigt etablera ett kluster. /.../ Region Dalarna vill prioritera musiken nu och de behöver en aktör som kan vara motorn och verktyget och vi har fått frågan om vi vill vara det och då har vi sagt att det vill vi vara. (Styrgruppsmedlem)

Behovet av en fast struktur

Kanske kommer verksamheten att fortsätta som ett nytt projekt, men någon gång i framtiden behöver BoomTown få en mera fast och varaktig struktur, som en intresseförening eller som ett bolag som fungerar som ett nav i det nätverk som kan bygga upp ett kluster.

Sammantagna intryck

Det sammantagna intrycket är att de tre Boom-projekt som avlöst varandra har lagt en grund till något som skulle kunna utvecklas till ett regionalt musikkluster

inom populärmusik. Att i enlighet med de som förespråkar att ett kluster kan byggas upp genom ett tålmodigt och långsiktigt arbete (se t.ex. NUTEK, 2001) kräver att det är många olika komponenter som innefattas. En del av dessa låter sig inte tillskapas på ett enkelt sätt därför att de nödvändiga förutsättningarna för detta saknas. Detta är förmodligen det svåraste problemet som behöver lösas, men som å andra sidan ligger utanför möjligheternas ram att påverka.

Det behövs tur

Kanske är det som Porter (1990) uttrycker det nämligen att det också behövs tur, t.ex. att det av slumpen uppträder de aktörer som kan göra att bygget av klustret kan fortsätta och utvecklas. Det gör det mer eller mindre omöjligt att förutse vad som kommer att ske i framtiden och att det endast i efterhand kommer att gå att sammanfatta om alla förutsättningar fanns (se t.ex. Tson Söderström (red.), 2002). BoomTown har kommit en bit på väg och är villiga att försätta arbetet mot att förverkliga ett musikkluster inom populärmusikbranschen, hur det går återstår att se.

Referenser

- Ahnberg, E., Lundgren, M., Messing, J., von Schantz Lundgren, I. (2009) Reflektioner runt följeforskarrollen i utvecklingsprojekt. Paper presenterat vid konferensen HSS 2009 – Nordisk FoU-konferens om Högskolor och Samhälle i Samverkan 1 – 3 juni 2009.
- Almquist, K., Engström, M., Olausson, K. (1999) Blandade upplevelser - En förstudie om svensk upplevelseindustris möjligheter. Stockholm: KK-stiftelsen.
- Berggren, C. (1998) Från Italien till Gnosjö. Stockholm: Rådet för Arbetslivsforskning.
- Braunerhjelm, P., Helegesson, C. (2003) Modonnan och musikklustert – En studie av Stockholms musikkluster, sid 28 – 39 i Ekonomisk debatt (2003), årg. 31, nr 1.
- Boye, P. (2000) Competing with Concepts – The Conception of an Industrial Platform, in Berg, P.O., Linde-Laursen, A., Löfgren, O (red.) (2000) Invoking a Transnational Metropolis – The Making of the Øresund Region, Lund: Studentlitteratur.
- Cohen, L., Manion, L. (1994) Research methods in education. London: Routledge.
- Etzkowitz, H., Leydesdorff, L. (eds.) (1997) Universities in the Global Economy: A Triple Helix of University-Industry-Government Relations. London: Cassell Academic.
- Etzkowitz, H., Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from national systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 20: pages 109-123.
- Gullberg, A-K. (2002) Skolvägen eller garagevägen, studier av musikalisk socialisation. Luleå: Filosofiska fakulteten avdelningen för musikpedagogik musikhögskolan i Piteå – Luleå tekniska universitet.
- Gullberg, A-K. (2006) BoomTown MusicEducation – A co-creating way to learn music within formal music education. Presentation av BTME 9th International Conference on music Perception and cognition. Bologna August 22-26 2006.
- Hallencreutz, D., Lundequist, P., Malmberg, A (2001) Local embeddedness and international competiveness: the case of the Swedish music cluster. I Amin, A., Gaglio, S, Forzi, F (red.). *The insitutions of local development*. London: Ashgate.
- Hallencreutz, D. (2002) Populärmusik, kluster och industriell - Konkurrenskraft - En ekonomisk-geografisk studie av svensk musikindustri. Uppsala: Uppsala universitet.
- Högselius, P. (2005) *The Dynamics Of Innovation In Eastern Europe: Lessons From Estonia (New Horizons in the Economics of Innovation)*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Jansson, A. (2002) *Mediekultur och samhälle*. Lund: Studentlitteratur.

- Karlsson, J., Ödlund, R. (2007) traditioner i tiden – En studie av kommunala musikskolans verksamhetskultur. Luleå: Luleå tekniska universitet. Lärarutbildning (Examensarbete).
- Krugman, P. (1991) Geography and Trade. London: MIT Press.
- Larsson, S. (2002) Klistriga kluster eller globala glidare, Stockholm: Nutek; (B 2002:2)
- Larsson, S. (2001) Regionala vinnarkluster, Stockholm: Nutek..
- Leydesdorff, L. (2001) Knowledge-Based Innovation Systems and the Model of a Triple Helix of University-Industry-Government Relations. Paper presented at the Conference .New Economic Windows: New Paradigms for the New Millennium. Salerno, Italy, September 2001.
- Lilliestam, L. (1995) Gehörsmusik, blues, rock och muntlig trading. Göteborg: Akademiförlaget.
- Lindborg, R. (2000) Traditioner och institution, sid. 9 -27 i West, T. (red.). (2000) Musikundervisning – igår. Idag och imorgon. Stockholm: KMH Förlaget.
- Ljungdahl, P-I. (2009) Garagebanden tar steget in i högskolan! - En studie av en gehörsbaserad musikhögskoleutbildning med rockbandet i fokus. Falun: Högskolan Dalarna. (Examensarbete)
- Lundgren, M., von Schantz Lundgren, I. (2007) Gender School - Om ett partnerskapsarbete med jämställdhets- och diskriminerings- problematik inom arbetslivet - En utvärderande studie av ett Utvecklingspartnerskap (UP) inom Equal. Falun: Högskolan Dalarna. (Arbetsrapport)
- Martins Rodriguez, B., Viedma Martí, J. M. (2006) The region's intellectual capital benchmarking system: enabling economic growth through evaluation. Journal of Knowledge Management; Volume: 10 Issue:5; 2006 Research paper: pages 41 – 54.
- Merriam, S. B. (1994) Fallstudien som forskningsmetod. Lund: Studentlitteratur.
- Nutek (2001) Regionala vinnarkluster: en fråga om kompetensförsörjning, värdeskapande relationer och barriärbrytande visioner. Strategidokument, Klustergruppen.
- Nutek (2002) Att ge kluster kraft – en inspirationsskrift till klustermotorer. B 2002:5. Stockhol: NUTEK Förlag.
- Nutek (2008) Nyttan med följeforskning – En vägledning för utvärdering av strukturfonderna 2007 – 2013. Rapport: R 2008:16.
- Olsson, B. (1993) SÄMUS – en musikutbildning i kulturpolitikens tjänst? Göteborg: Göteborgs universitet, Musikhögskolan, avdelningen för musikvetenskap.
- Porter, M., E. (1990): The competitive advantage of nations. London: Macmillan.
- Porter, M.E. (1998) Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Busienss Review, Vol. 76, Issue 6, Nov/Dec.: 78- 90.

- Reason, P., Bradbury, H. (eds.) (2006) *Handbook of Action Research*. London: SAGE Publications.
- Repstad, P. (2007) *Närhet och distans. Kvalitativa metoder i samhällsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Rostwall, A-L., West, T. (2001) *Interaktion och kunskapsutveckling – en studie av frivillig musikundervisning*. Stockholm: KMH Förlaget.
- Sandgren, P. (2000) *Varför är svensk popmusik så populär utomlands?* (http://www.musik.uu.se/ssm/stmonline/vol_3/psandgren/)
- Schein, E. H. (2006) *Clinical Inquiry/Research*, pages 185 – 217 in Reason, P., Bradbury, H. (eds.) (2006) *Handbook of Action Research*. London: SAGE Publications.
- Stacey, R. (1993) *Ledarskap genom kaos och förändring*. Jönköping: Brain Books AB.
- Stacey, R. (1996a) *Strategic management and organizational dynamics*. London: Pitman.
- Stacey, R. (1996b) *Complexity and creativity in organizations*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Stacey, R., Griffin, D. (2006) *Complexity and the Experience of Managing in Public Sector Organizations*. New York: Routledge.
- Tson Söderström, Hans (red.). (2002) *Kluster.se.: Sverige i den nya ekonomiska geografin. Ekonomirådets rapport 2001*. Stockholm: SNS Förlag.
- von Schantz Lundgren, I. (2008) *Det är enklare i teorin... Om skolutveckling i praktiken. En fallstudie av ett skolutvecklingsprojekt i en gymnasieskola. Pedagogiska institutionen, Växjö universitet. Avhandling*.
- Yin, R. K. (2003) *Case Study Research. Design and Methods*. London: Sage Publications, Inc.

Internetkällor

- <http://www.boomtown.nu/614.php> (2008-12-20)
- http://www.boomtown.nu/default/frontpage_1 (2010-07-29)
- http://www.boomtown.nu/boomtown/default/page_3 (2010-03-30)
- http://www.boomtown.nu/boomtown/default/page_28/ (2010-03-30)
- http://www.boomtown.nu/boomtown/default/page_20/ (2010-03-30)
- http://www.boomtown.nu/boomtown/default/frontpage_1 (2009-09-30)
- www.berklee.edu/opi/2004/0217.html (2009-09-30)
- <http://www.bbs.hik.se/forskning/arvidsson/SOMrapport2004.pdf> (2009-06-13)
- http://www.ifpi.se/?page_id=817 (2010-07-29)
- <http://www.ifpi.se/wp/wp-content/uploads/100709-GLF-försäljningsstatistik-halvåret-20104.pdf> (2010-07-29)
- <http://www.tillvaxtverket.se/ovrigt/Nutek.4.3c4088c81204cca906180008244.html> (2010-10-09)

Tidningsartiklar

Falu-kuriren 2010-05-08. Festivaler hoppas på tillväxt.

Dagens Nyheter 2010-06-22. Läget hemligheten bakom festivalsuccén Peace & Love.

Dagens Nyheter 2010-07-01. Hultsfred sörjer sin festival och Festivalen som vägrade växa upp.

Dagens Nyheter 2010-07-21. Katastrofår för Arvikafestivalen.

Övriga källor

BoomTown 2004-07-06 (Utredning/förstudie)

BoomTown 2007 Slutrapport



**HÖGSKOLAN
DALARNA**

Högskolan Dalarna, 791 88 Falun. Telefon 023-778000. www.du.se