

MUSIK

Miljöer & Mötesplatser

KLART FÖR NYTT MUSIKCENTER



NYHETS BREV 7 FEBR 2002

KULTUR- OCH MEDIAPROJEKTET, BUSINESS REGION GÖTEBORG AB ANSV. UTG: BRITTMO BERNHARDSSON, 031-61 24 20 PRODUKTION: ALBA@ALBA.NU

Rock bland kostymer och dräkter

Vilken ekonomisk potential finns inom kultur- och mediesektorn i Göteborgsregionen? För att undersöka detta och föreslå eventuella stödåtgärder bedriver Business Region Göteborg AB sedan hösten 1998 projektet Kultur- och medieproduktion, med Brittmo Bernhardsson som projektledare. Arbetsformerna har gått ut på att skapa öppna nätverk. En delrapport om kulturanalys ledde inom Business Region Göteborg till slutsatsen att arbetet ska fokuseras till musik, miljöer och mötesplatser.

Musik har fått en växande betydelse inom exportindustrin och svensk musikproduktion intar nu en tredjeplats med en exportvolym på 4 miljarder kronor och med en årlig tillväxt på 10%. Trots att en stor del av verksamheten i Sverige kontrolleras av utländska intressen, är bedömningen att det finns en stor potential inom vår region.

En fördel med musikindustrin är att den är mångfasetterad. Den engagerar kompositörer, arrangörer, artister, sångare, managers, jurister, ekonomer, producenter, reklamkare, tekniker, lärare, journalister, webbredaktörer, skivbolag, licensbolag, produktionsbolag och många fler.

Musik har en bred kontaktyta mot andra grenar inom näringslivet: film, tv, radio, videoproduktion, dataspel, mässor, konferenser, design, evenemang och mode, trender och livsstilar.

Business Region Göteborg har satt upp tre högt ställda mål med satsningen på musik:

1. Sysselsättningen inom kultur- och mediesektorn skall öka

2. Göteborgsregionen skall vara en god plattform för kultur- och medieindustriell utveckling

3. Göteborgsregionen skall vara ett ledande centrum för kultur- och medieproduktion i Norden



Skapandet av musikaliska mötesplatser

Satsningen har långsiktig karaktär med tre olika slag av fokus. En gren är orgelprojektet, som håller på att växa ut till ett internationellt forsknings- och experimentellt centrum för klaviaturmusik under renässansen. På Lindholmen växer den andra grenen, ett centrum för film, fram med starka kopplingar till nya digitala medier och därmed med framtida musik. Chalmers, universitetet och IT-högskolan blir naturliga länkar i den verksamheten. Verksamheten på Lindholmen väntas leda till flera avknopningsföretag. En tredje gren blir det centrum för modern musik i det nedlagda etnografiska museet i Gårda intill Svenska Mässan, som nu beslutats om (mer om det på annan plats).

• ORGEL OCH KLAVERCENTER

Med beräknad start 2004 planeras för ett orgel- och klavercenter i Dicksonska palatset i Göteborg. Centret är den logiska följden av forskningssamarbetet mellan bland andra Chalmers och Musikhögsko-

lan och musikvetenskapliga institutionen, kring bygget av den barockorgel som numer finns i Örgryte nya kyrka. Tanken är att skapa en mötesplats för alla forskare och andra som har intresse för tidig musik, autentiskt ljud och äldre instrument.

En förening kallad Orgelkonstens vänner har nyligen startats och i skrivande stund omfattar den ca 80 personer.

• MULTIMEDIACENTER PÅ LINDHOLMEN

Lindholmen Science Park planerar ett modernt multimediacentrum med fokus på framför allt digital bild, film- och tv och har därmed starka kopplingar till ny musik. Där kommer utbildning att samsas med produktion och förhoppningsvis blir det en mötesplats för tonsättare, kompositörer, bildskapare och tekniker med intresse för de nya medierna. Inflyttningen i området kommer att ske successivt med start runt årsskiftet 2003/04.

• "MUSIC BUSINESS CENTER"

För att stärka och utveckla musiken som näringsgren skall ett hus för musikproduktion, med inriktning på nutida musik och unga musiker, inrättas i det som tidigare var etnografiska museet. Det finns ett utarbetat grundkoncept för vad huset skall innehålla men det är ännu inte helt klart hur det kommer att se ut. Tanken är att huset skall inhysa lokaler för musikrelaterade företag och eventuellt en scen. Huset skall förvaltas av en ideell förening där hyresgästerna ingår och under en övergångsperiod skall Business Region Göteborg bistå med projektledning. Inflyttning kan påbörjas inom kort, takten bestäms framförallt av i vad mån lokaler behövs anpassas efter de blivande hyresgästerna.

Tio tankar för framtiden

De tio förslag som följer nedan har vaskats fram under alla de diskussioner som förts med företrädare för musikutövare och musikbranschen under projektets gång. De kan sammantagna, om de genomförs, betyda en kraftig stärkning av göteborgsregionens ställning som musikregion. Varje enskild punkt är i sig viktig och de är naturligtvis inte helt avhängiga varandra.



1 SCENER, SPELSTÄLLEN, REPETITIONSLOKALER

Trots att det finns ett stort antal scener och repetitionslokaler i Göteborg är de flesta överens om att de inte räcker till.

Fler scener och spelställen behövs. Framförallt har man framhållit behovet av en mellanstor scen för unga musiker, rock- och popmusik, gästspel och mångkulturella artister. Scenen skulle vända sig i första hand till en publik över 18 år. Ett femtiotal replokaler kommer att tillskapas, av kommun och studieförbund, ute i bostadsområdena.

2 ARRANGEMANG OCH MUSIKMANIFESTATIONER

Fler musikaliska arrangemang, små såväl som stora, skulle naturligtvis bidra till en positiv utveckling av musiklivet. Musikframträdanden bör förekomma i så många sammanhang och så ofta som möjligt.

Arrangerandet av stora återkommande musikmanifestationer av samma typ som den av Kultur Göteborg arrangerade dans- och teaterfestivalen. Tradjazz-festivalen, GAS-festivalen och Popstadsarrangemangen är goda exempel som manar till efterföljd.

3 MÖTESPLATSER FÖR KOMPETENS- OCH BRANSCHUTVECKLING

Mötesplatser för idé- och kunskapsutbyte och branschöverläggningar är mycket viktiga. Det behövs tillgång till rådgivning i juridik, ekonomi, marknadsföring, arrangörskap, kontraktsskrivning osv.

Det behövs också en plats med tillgång till teknik som kan prövas och stå till förfogande för dem som inte privat har möjlighet att skaffa dyra apparater.

Det finns ett stort behov av kortkurser och workshops i affärsutveckling och ekonomi med klar anknytning till musik- och kulturbranschen.

4 MARKNADSFÖRING

Göteborgsregionen har stora resurser som musikregion. Med hjälp av marknadsföring kan vi göra fler aktörer synliga och delaktiga i detta.

5 NÄTVERK OCH SAMARBETEN

Nätverkande runt samarbeten, kunskaps- och informationsspridning och samnyttjande av resurser är väsentligt. En samordnande kraft, som en musikkonsulent/projektsamordnare skulle ha en viktig uppgift att fylla.

KULTUR- OCH MEDIAPROJEKTET



AKTIVITETER OCH EFFEKTER I KORTHET 1998-2001

Möten - Nätverk

Människor har träffats från olika miljöer och verksamheter, i nätverk, i saamråds-grupper och på konferenser. Nya nätverk har bildats. Projektledaren har ingått i ett tiotal saamrådsgrupper.

Ekonomi

Ekonomiska resurser har genererats till olika projekt. Medlen har fördelats exempelvis till orgelprojektet, designprojekt, teater, nya utbildningar, finsk-svenska kulturarrangemang i samband med Finnkampen, musikevenemang, konferenser och utredningar.

Teknikbrotstiftelsen har anslagit medel och varit samarbetspartner; främst kring konferensverksamhet, utbildningen Musik och Management samt en förstudie om etablering av mötesplats för branschutveckling av musikföretag.

Stiftelsen framtidens kultur har bistått med finansiering av bl a dokumentationer av konferenser samt en förstudie om service och rådgivning till små kulturföretag. Influenser till förstudien har hämtas från Manchester och organisationen CIDS, Creative Industry Development Service. Förstudien bedrivs av Kulturverkstan och beräknas vara klar i februari 2002.

Konferenser, workshop

18 konferenser med teman bl a design, arkitektur, film-tv, musik, kultur - ekonomi, kulturföretagande har genomförts med ca 1.800 deltagare. Flera konferenser har haft nordisk inriktning.

Blåvita veckor

I samband med Finnkampen (1999 och 2001) har två Blåvita veckor genomförts. Ett nytt samverksprojekt med Helsingfors - Göteborg, mellan idrott, kultur och näringsliv har etablerats.

Ett sextiotal finsk - svenska arrangemang i ord, bild och ton har genomförts av hundratal medverkande. Ullevi fick under finnkampsdagarna "designade" blåvita övergångsställen. Fyra nya pokaler "Drottningens pokal" och "Presidentens pokal" har framställts av unga designers från HDK.

6 TEKNISK INFRASTRUKTUR

Förutsättningar för en teknisk infrastruktur bör skapas.

En musikportal för regionen på nätet skulle kunna ge förutsättningar för att binda samman musikbranschens aktörer och dessutom kunna fungera för kontaktförmedling, idéspredning och inspiration.

7 NATIONELL OCH INTERNATIONELL SAMVERKAN

Vi behöver hitta formerna för kontinuerlig samverkan Göteborg-Malmö-Köpenhamn-Oslo och på sikt även med Nordsjöområdet; England och Skottland.

Intressant vore att initiera ett europeiskt samarbete, eventuellt som EU-projekt, med musik som bas. Workshops, turnéer, studiebesök osv.

Ett vänortssystem, gärna i samarbete mellan näringsliv, universitet och högskolor skulle kunna bli mycket givande.

8 STÖD TILL BEFINTLIG VERKSAMHET

I regionen finns många med stor erfarenhet och kunskap på musikområdet. Dessa personer är resurser som måste tas tillvara. De har kunskap och engagemang, väl utvecklade nätverk och stora möjligheter att vidareutveckla verksamhet som redan finns.

Den struktur som finns bör stärkas och stödjas. Det bör utredas om befintliga offentliga stödformer kan och behöver förändras för att ytterligare stimulera arrangörskap, företagande, kompetensutveckling och internationellt arbete.



9 INKUBATOR

En inkubator som kan hjälpa till att etablera artist/musikbransch-relaterade arbeten och utveckla affärsidéer behövs. Tillsammans med Handelshögskolan och Chalmers Innovation kan en plan utarbetas för hur en inkubator för kultur och media skulle kunna byggas upp och fungera.

10 INVESTERINGSFOND

En investerings- och utvecklingsfond bör inrättas för att underlätta utvecklandet av nya idéer och affärskoncept och för att stimulera det internationella arbetet.

Film

Den västsvenska filmkommissionen har permanentats och är nu en avdelning inom Västsvenska turistrådet. En fast tjänst har befästs. Filmen Noll Tolerans spelades in i Göteborg. Projektet deltog, som underlättande och förmedlande länk till olika organisationer och myndigheter.

Nytt företag

Götafilm och MTV har bildat ett nytt företag, Göteborgsdramat, en direkt effekt av ett rundabords-samtal med företrädare för filmbranschen, som anordnades hösten 1999. Företaget skall under en 3 års period producera 5 långfilmer och 5 tv-produktioner. Efter en veckas konferens om film och berättarkonst inlämnades 435 manus. Den första filmen är under inspelning.

Sysselsättningseffekt: Göteborgsdramat beräknas generera 40 nya arbetstillfällen.

Ekonomisk effekt: Göteborgsdramat beräknas omsätta 60 miljoner.

Internationella kontakter

Internationella kontakter för erfarenhetsutbyte har etablerats med representanter från Helsingfors, Åbo, Köpenhamn, Leeds, Manchester, London, Newcastle, Smarano, Turin. Vid Expo 2000 medverkade kultur- medieprojektet med musik, film och mat från Västsverige. Orgelprojektet presenterades i seminarieform.

Effekter:

- Kontakterna med Finland har genererat två blåvita veckor som innehöll många kulturarrangemang.
 - Kontakterna med England har genererat ömsesidiga studiebesök för idéutbyte och konferensmedverkan. Två konst- och designutställningar har visats i Göteborg i oktober 2001. Representanter från Newcastle stad har ingått samarbetsavtal med Kultur Göteborg.
 - Representanter från IBM från London och Los Angeles deltog på konferensen Musik och Digital distribution hösten 2000. Kontakter med orgelentusiaster i Italien har banat vägen för en turné för Göteborgs barockensemble i Trento och Milano hösten 2001.
- Kontakterna med Köpenhamn resulterade i att en nordisk konferens "Du nya sköna värld" förlades till Göteborg i maj 2000.

Vision på väg att förverkligas

Etnografiska museet flyttar till Världskulturmuseet och ger därmed plats för det planerade musikhuset. Förhoppningsvis kommer många aktörer att hitta vägen upp för dessa trappor.



Den övergripande tanken med att skapa ett Music Business Center är att öka sysselsättningen och få kultur- och medieföretag att växa. Med en fysisk mötesplats blir projektet konkret, påtagligt och synligt. Det skulle förhoppningsvis få ett stort symbolvärde och bli ett praktiskt exempel som kan inspirera andra till efterföljd. Att etablera ett kluster för musikbranschen i en speciell fastighet är bara ett steg mot förverkligandet av de visioner som presenteras i de tio punkter som nämns på annan plats i nyhetsbrevet, men huset och verksamheterna såväl i som kring det kommer med största säkerhet att ge mängder av intressanta spin off-effekter.

Detta är de visioner som ligger till grund för ett Music Business Center.

HUSET SKALL VARA:

- En öppen arena för konserter, events, konferenser och workshops.
- Ett affärsutvecklingshus för producenter, teknikföretag, skivbolag, musikförlag och andra mindre aktörer inom musikbranschen och andra närsliggande verksamheter.
- En kunskapsarena för kompetensutveckling, nya utbildningar och forskning.
- En mötesplats för service, rådgivning, nätverk och internationella kontakter.
- En inkubator för kreativitet och gränsöverskridande samarbeten vilka ger möjlighet att utveckla ny teknik, nya idéer och affärskoncept, nya företag och artistrelaterade arbeten.
- Ett upplevelsehus som upptäcker världsartister och skapar ny musik.
- En innovativ och inspirerande samarbetsmodell och ett ledande utvecklingscenter i Norden.
- Ett kluster för och med musik.

Nya utbildningar

Två nya utbildningar har etablerats, Musik och Management samt Kulturverkstan.

Sysselsättningseffekt: Våren 2001 slutade 33 elever på Kulturverkstan sin utbildning i IT, Kultur och Projektledning. Flertalet av dem är nu verksamma inom kulturområdet, genom anställningar, egna projekt eller på andra vis.

Utredningar - kartläggningar

Två större inventeringar har utförts:

- Göteborgsregionens kultur- och medieföretag (ca 3.500) samt dess sysselsättning.
- Inventering och utredning av musikbranschen och dess förutsättningar för tillväxt och utveckling.

Sysselsättningsökning

Antalet verksamma inom kulturmediesektorn har ökat från 8.450 personer 1993 till 11.000 personer 1998. Målet är att 11.500 skall vara sysselsatta inom sektorn år 2003.

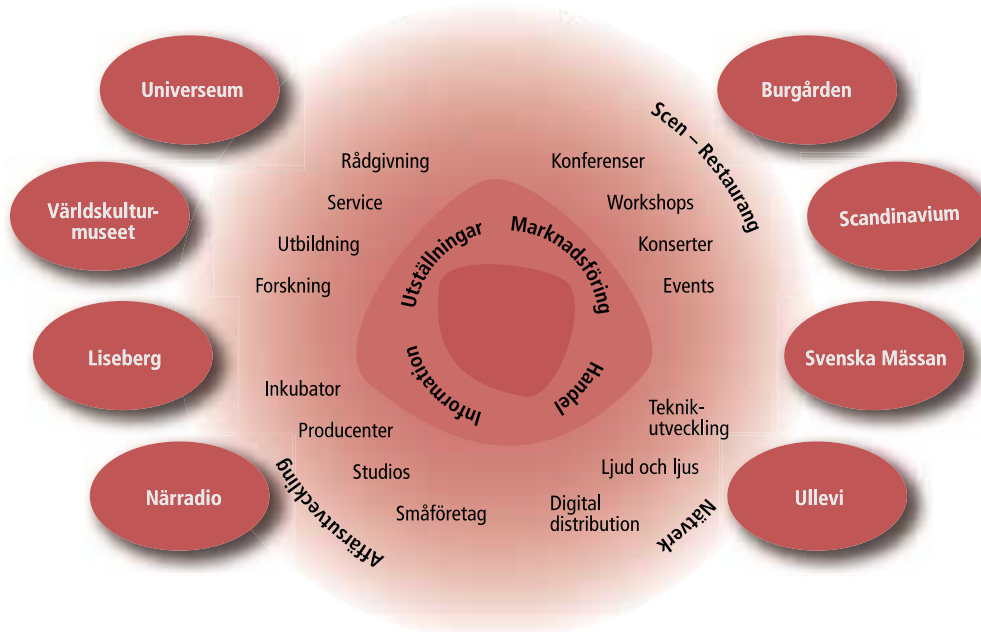
Rapporter

Två rapporter har lämnats. En delrapport i september 2000 samt rapporten Musik Miljöer Mötesplatser september 2001.

Process

Projektet har startat en process, varit pådrivande och verkat genom andra. Projektet har hittills främst haft en kommunicerande, stödjande, analyserande och nätverksbyggande roll. Vitaliserande tankar och engagemang har väckts för framtiden och orgelprojektet har fått en stödjande vänförening.

Idéskiss för musikcentret



Så här är huset tänkt att fungera. Det kan byggas upp etappvis i sektioner, men optimalt bör det innehålla alla dessa delar och även samverka utåt med de redan existerande verksamheter som tagits med i denna idéskiss.

Illustration: Carina Schultz /Agadem



**BUSINESS REGION
GÖTEBORG**

Vill du veta mer om projektet?
Kontakta Brittmo Bernhardsson
telefon: 031-31 24 02

e-post: brittmo.bernhardsson@brg.goteborg.se