

Förstudie

# Sång och röst för entreprenörskap

2016-07-19 - 2017-02-28

Mellanslaget med stöd av Länsstyrelsen, Blekinge.

Camilla Bengtsson och Astrid Selling har arbetet med förstudien på uppdrag av föreningen Mellanslaget. Föreningens syfte är att främja kreativitet och idéutveckling inom t ex samhälle, kultur, turism, digitala medier och affärsutveckling.



Camilla Bengtsson  
Utveckling och projektledning  
inom samhälle och kultur.

t 0705 712 533  
m [camilla@camillabengtsson.se](mailto:camilla@camillabengtsson.se)  
w [www.camillabengtsson.se](http://www.camillabengtsson.se)

## Innehållsförteckning

1. Sammanfattning	3
2. Bakgrund	4
3. Gjort	
3.1 Samtal och intervjuer med entreprenörer, offentliga organisationer, ideella verksamheter och personer, möjliga finansiärer m.fl.	4
3.2 Workshops	4
3.3 Studiebesök	5
4. Resultat	
4.1 Resultatmål	6
4.2 Delmål	9
4.3 Indikatorer	11
5. Framtid/strategi	12



## 1. Sammanfattning

Syftet med förstudien *Sång och röst för entreprenörskap* har varit att hitta sätt att främja entreprenörskap och ta tillvara på tillväxtmöjligheter inom sång- och röstområdet. Utifrån studiebesök, workshopar samt en mängd möten med olika slags aktörer har vi kommit fram till några slutsatser.

Fler evenemang och aktörer behövs som drar nytta av småskaligheten, har en egen nisch och sticker ut och som ges möjligheter att arbeta långsiktigt. Detta gör det möjligt att locka nationell och internationell publik, engagera och bredda lokal publik samt bidra till att göra det attraktivt att bo och verka i Blekinge.

Sätt att göra detta på kan t ex vara att utveckla konsertformer där publik är medskapare i högre grad, ge fler olika målgrupper möjlighet att aktivt delta, ökad samverkan mellan proffs och amatörer, kultur och annat näringsliv samt mellan lokala aktörer och professionella utanför regionen.

För att möjliggöra denna utveckling behövs ett sammanhang där sång- och röstaktörer kan utöva, utveckla och utvidga verksamheten för att kunna arbeta innovativt och testa nya produkter, tjänster, evenemang eller kommunikation etc. mot marknad eller samarbetspartners. Offentliga organisationer och institutioner, företag, föreningar, privatpersoner m.fl. behöver också kunna nå sång- och röstaktörer för att skapa samverkan, köpa tjänster, rekrytera etc.

För att åstadkomma detta krävs möjligheter till

- långsiktig samverkan med andra sång- och kulturaktörer samt med andra områden
- kontinuerligt lärande, fortbildning och tillgång till kunskap
- stöd av olika slag
- synliggörande av området, dess aktörer, aktiviteter och goda exempel
- politisk förankring

Förstudiens slutsats är att ett sammanhang som kan arbeta med ovanstående utmaningar, behöver organiseras. För att kunna skapa ett sammanhang med bred uppslutning, behövs både tunga strategier och konkreta aktiviteter.

Flera publika pilotaktiviteter och -evenemang är uppstartade och ett strategiskt ungdomsprojekt är redan igång. Dessutom är ansökningar för ett par större regionala strategiska och organisatoriska projekt, inlämnade. Inom dessa projekt och verksamheter kan grunden för ett långsiktigt sammanhang läggas.

Utöver detta krävs ytterligare insatser för att inventera, kartlägga och engagera målgrupper och undersöka deras behov, synliggöra aktiviteter, goda exempel, forskning etc, skapa och utveckla varumärke samt etablera nätverk av privata, offentliga och ideella aktörer etc.



## 2. Bakgrund

Projektets mål är att hitta sätt att främja entreprenörskap och ta tillvara på tillväxtpotentialer inom sång- och röstområdet. För att uppnå det ska projektet utveckla projektidéer, undersöka finansieringsformer, kartlägga områden för affärsutvecklingsmöjligheter samt undersöka samverkansmöjligheter och plattformar byggda med offentliga, kommersiella och ideella aktörer. Arbetssätt är workshops, möten, samtal samt studiebesök.

Sång och röst har med sin inkluderande form stor potential, låga trösklar och är tillgängligt för många. Genom att sätta området i ny kontext i dagens samhällsutveckling ges möjligheter att skapa värden och fylla en betydelse för människor i deras dagliga liv. Sång och röst handlar också om individens identitet, möjligheter att uttrycka sig och synliggörande.

Ur samhällsperspektiv används sång och röst också som metod för arbete med utmaningar inom folkhälsa, livskvalitet, mångfald, hållbarhet, tillgänglighet, inkludering, regional attraktivitet, internationell samverkan m.m. vilket skapar utveckling och ekonomisk, social och kulturell tillväxt.

## 3. Gjort

### 3.1 Samtal och intervjuer med entreprenörer, offentliga organisationer, ideella verksamheter och personer, möjliga finansiärer m.fl.

Vi har genomfört en mängd möten med företagare, frilansare, offentliga och ideella aktörer inom sång- och röstområdet, företag och offentliga aktörer inom besöksnäringen, regionala och kommunala institutioner och organisationer inom musik, film, integration, lärande, företagande, landsbygdsutveckling etc, finansierande organisationer m.fl. för att undersöka behov och intressen inom området sång och röst, med syfte att öka entreprenörskap samt undersöka finansieringsmöjligheter. Antalet delaktiga män och kvinnor fördelar sig jämnt.

### 3.2 Workshops

Vi har genomfört två workshops tillsammans med projektgruppen, som består av olika offentliga aktörer.

Workshop 1, 21 september 2016, där syftet var att upptäcka gemensamma behov eller problem inom sång- och röstområdet samt lägga grunden till ett plattformar byggda.



Program: Presentation av varje organisations övergripande styrkor och varje persons kompetenser, workshop runt identifierade behov och problem inom sång- och röstområdet, samt workshop runt samverkansmöjligheter och plattformbygge. Utöver projektledningen deltog fyra män och sex kvinnor.

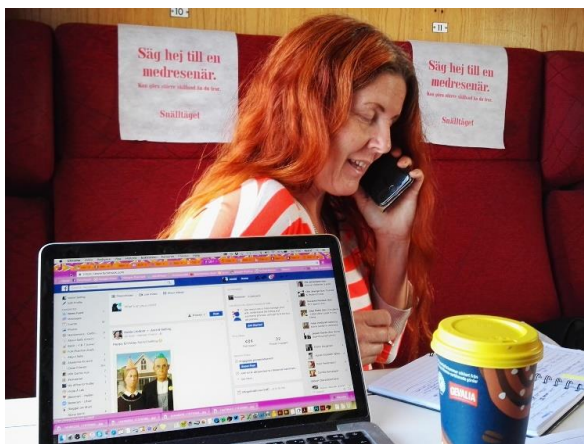
Workshop 2, 27 januari 2017, där syftet var att gå vidare med plattformstankarna och konkretisera dem. Program: Presentation av förslag till en nod för sång och röst samt exempel på behov och målgrupper. Diskussion om en nods syften och värden, utmaningar, potential, samverkan samt möjlig finansiering. Utöver projektledningen deltog fyra kvinnor.

### 3.3 Studiebesök

#### Stockholm 27-28 september 2016

*Elin Colmo och Maria af Klintberg, Teater Slava*

Teater Slava är en ideell förening med 20 medlemmar och 6 anställda. De har en blandning av kommersiell och ideell verksamhet med aktiviteter inom området sång, röst och rörelse, baserad på deras unika tradition av fysisk scenkonst. Omsättningen är ca 2 miljoner per år och består av en blandning av verksamhetsbidrag från kommunen och försäljning av turnéer, kurser, öppna föreställningar, events m.m. Teater Slava arbetar med tre olika målgrupper: lokal publik och deltagare, landets kommuner samt internationell scenkonstpublik.



*Karin Wenström, Hela Sverige ska leva*  
Hela Sverige ska leva är en serviceorganisation för de lokala länsbygderåden. De driver också nationella projekt, är med och anordnar europeisk landsbygdsriksdag m.m. De finansieras genom grundmedel från näringsdepartementet och projektmedel.

#### Österlen 18 januari 2017

*Anna-Carin Ugglå och Sylvia Carlsdotter, Kulturskolan i Simrishamn*

Kulturskolan samarbetar med flera offentliga, privata och ideella aktörer runt gemensamma evenemang och ibland även lokaler. Kommunen är huvudsaklig finansiär och utöver det driver de många projekt t ex inom kvalitetsutveckling. Anna-Karin är också sångpedagog och körledare och engagerad i Österlens kulturliv.



*Anders Hansson, Lions club Simrishamn*

Lions har samarbetsavtal med Malmö opera och gör turnéproduktioner. Publik består mest av lokalbefolkning då de inte har någon verksamhet på sommaren. De stöts av kommunala kulturmedel och vinst går till välgörande ändamål, bl a till musikskolan. Verksamheten är ideell och drivs av pensionärer.

*Elisabeth Wikenhed, Simrishamns kommun*

Simrishamns kommun var en av sex skånska kommuner som var med när Region Skåne satsade på kulturella och kreativa näringar 2012. Kultur-/fritidskontor och näringslivskontor var engagerade och det fanns en referensgrupp med kulturentreprenörer. Bl a ordnade man middagar där tre KKN-företagare och tre traditionella företagare medverkade. Få konkreta resultat sågs men man tror att det ökade samverkan mellan företagen på sikt. Man anordnade också workshops, föreläsningar och afterwork.

Numera anordnar man olika aktiviteter för KKN, t ex kulturfika varje tisdag då kultursekreteraren gör café till sin arbetsplats där vem som helst kan möta henne. I höstas gjorde man en fritidsvaneundersökning som visade att det största behovet är en mötesplats för olika slags aktiviteter. Man har också nytt mål om att stödja kulturföretagare inskrivet i sin kulturplan. Alla förvaltningar har en företagslots, även kulturförvaltningen. De ska börja med "en väg in". Ingen formaliserad samverkan mellan kultur- och näringslivsförvaltningarna finns.

*Anna Kesar, Nova Academy*

Nova Academy är ett musikteaterprogram med riksintag på gymnasienivå. De tar in många gästlärare som de sedan ofta samarbetar med i produktioner. De samarbetar med någon privat aktör runt konserter. Deras stora utmaningar är arbetet med elevers självkänsla, lust, intresse och motivation.

## 4. Resultat

### 4.1 Resultatmål

#### **Hitta sätt att främja entreprenörskap och ta tillvara på tillväxtpotentialer inom området sång och röst.**

Vi har under förstudien haft en mängd möten med olika slags aktörer, workshopar med projektgruppen samt ett antal studiebesök. Vi har utifrån detta analyserat insamlat material, lyft fram exempel och idéer samt identifierat utmaningar/områden inom sång- och röstområdet.

#### **Utbud**

Det finns i regionen ett stort utbud av scenkonst, performance, konserter etc. där sången är central. Men det finns också konkurrens om publiken av kringresande nationella artister. Det regionala utbudet är till stor del uppbyggt på ideella insatser, vilket innebär svårigheter



att arbeta långsiktigt med utveckling och strategier. Det kan också innebära att det är svårt att behålla kompetens, utövare och expertis såväl inom branschen som i regionen. Området är även till största delen traditionellt uppbyggt med klara skiljelinjer mellan utövare och publik.

Fler evenemang och aktörer behövs som har en egen nisch och sticker ut och som ges möjligheter att arbeta långsiktigt. Detta gör det möjligt att locka nationell och internationell publik samt engagera och bredda lokal publik. Sätt att skapa nisch kan vara att bygga på lokal genuinitet, utveckla konsertformer där publik är medskapare i högre grad samt ge fler olika målgrupper möjlighet att aktivt delta. För att åstadkomma detta krävs fler aktörer, nya idéer, mod och resurser. Möjligheterna till eget utövande och delaktighet har även stor betydelse för hur attraktivt det är att bo och verka i Blekinge.

Ökad samverkan mellan proffs och amatörer är en annan väg att gå. Aktörer som redan arbetar på detta sätt är t ex Pinamackorna, Sandelius kultur och nöje och Teater Kontur. Kulturentreprenörer måste i alla situationer vara aktiva, sälja in sina idéer och göra pilotprojekt för att testa marknaden för innovationer och för att det ska vara möjligt krävs såväl monetära som personella resurser.



Blekinge betraktas som en periferi och det finns inga eller små möjligheter att dra nytta av ett storstadsområdes rika folkmängd, uppmärksamhet eller möjligheter till samverkan. Det bor ca 160.000 invånare i Blekinge. Det är för litet för att kunna bygga sin publik på enbart invånare. Aktörer behöver jobba både brett i närområdet i t ex nätverk och intressegrupper, och med nischade, specialintresserade nationella och internationella målgrupper och kundsegment för att bygga sin publik. Och därefter behövs ett kontinuerligt arbete för att behålla den och skapa långsiktighet. Detta ställer höga krav på aktörernas egen drivkraft, ork och nätverk.

Blekinge har på många sätt en unik miljö med sin närhet, småskalighet och tillgänglighet till skärgård, skog och stad och vår placering mitt i Östersjön, med gräns och trafik till länder i Europa, Litauen, Polen och med Kastrup inom ett par timmars räckhåll. Med rätt stöd kan dessa förutsättningar innebära stora möjligheter till affärsutveckling för enskilda



eller sammanslutningar av sång- och röstaktörer.

Vid vårt besök på Österlen såg vi flera exempel på hur man drar nytta av småskaligheten. Istället för att se den som ett hinder blir den en möjlighet att ”på en liten plats göra något oproportionerligt stort”. Sweden Rock Festival det största exemplet i Blekinge på att det går.



Ytterligare delar som kan bidra till breddat utbud och publikutveckling är en ökad samverkan mellan kultur och annat näringsliv och samverkan mellan lokala aktörer och professionella utanför regionen.

Det finns i regionen också ett visst utbud av verksamhet där sång används som metod för att åstadkomma effekter inom t ex integration, hälsa, personalvård etc. Här pågår projekt och verksamheter t ex inom Landstinget, kommuner, folkhögskolor, företag etc. men ytterligare initiativ och utvecklingsmöjligheter finns.



## Sammanhang

Vi ser att sång- och röstaktörer saknar ett sammanhang för att kunna utöva, utveckla och utvidga verksamheten samt för att kunna arbeta innovativt med och testa nya produkter, tjänster, evenemang eller kommunikation etc. mot marknad eller samarbetspartners. Entreprenörskap inom sång- och röstområdet finns på en mängd olika nivåer; från amatör till proffs och från ideell till yrkesverksam. Det finns också behov hos offentliga organisationer och institutioner, företag, föreningar, privatpersoner etc. att nå sång- och röstaktörer för att skapa samverkan, köpa tjänster, rekrytera etc.

Förutsättningar:

- Möjligheter att möta och etablera långsiktig samverkan med andra sång- och kulturaktörer, men också med andra områden, tex besöksnäring, landsbygd etc. lokalt, regionalt, nationellt och internationellt.
- Kontinuerligt lärande, fortbildning och utveckling samt tillgång till kunskap t ex forskning, expertis, sätt att mäta resultat, behov i samhället etc.
- Stöd i form av tillgång till andras nätverk, projektledning, producentskap och organisering, finansiering samt hjälp att tala om för andra vilken nytta man gör m.m.
- Synliggörande av området, dess aktörer, aktiviteter och goda exempel och sätta det i nya kontexter. Både inom branschen och mot allmänheten.
- Politisk förankring genom entreprenöriellt perspektiv i regionala och kommunala kultur-, näringslivs- och utvecklingsplaner.

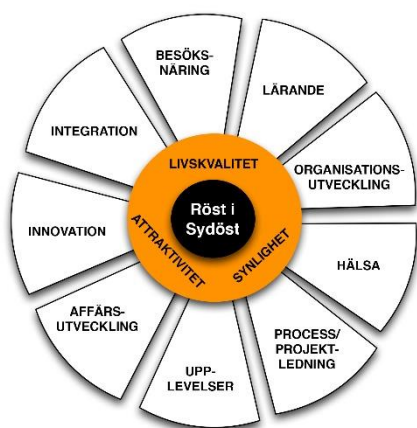
## Nod

Det finns ingen sammanhållen regional organisation som idag har uppdraget eller möjligheten att arbeta med ett sammanhang inom sång- och röstområdet som beskrivs ovan. Institutionen Musik i Blekinge, som styrs av kulturplan och kulturpolitiska mål, arbetar med vissa delar och är en tydlig samarbetspart.



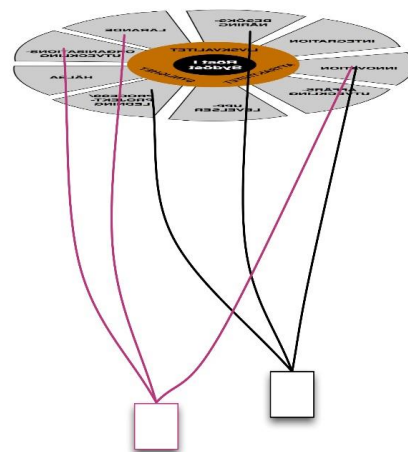


Det finns nationella samarbets- och branschorganisationer inom fler olika kulturområden som förstudien tangerar och det kan vara aktuellt att undersöka samverkan och möjligheter att ”kroka i” sådan verksamhet. Vi behöver också kika på andra nationella och internationella kopplingar som t ex Sveriges Körförbund och projektet Körkraft som drivs av Kulturfyren. Den nybildade ideella föreningen Röstforum Sydost kan vara en grund för fortbildning etc. men kan inte ta ansvar för hela ambitionen.



Förstudiens slutsats är att ett sammanhang som kan arbeta med ovanstående utmaningar, behöver organiseras. Vi har valt att kalla det en nod. *Nod: punkt där linjer skär varandra eller förgrenar sig.* Organisatoriskt ser vi att det behövs en bred uppslutning där olika slags aktörer är delaktiga; kommersiella, ideella, privata och offentliga. Olika slags aktörer behöver ges möjlighet att delta på olika sätt, t ex via medlems- eller serviceavgifter eller arbetsinsatser. Även offentlig finansiering krävs för styrka och förankring.

Det finns en ambition om att en nod inte är knuten till en fysisk plats. Men vi har fått indikationer på att det finns behov av fysiska platser för att mötas, jorda och förankra etc. Här behöver alternativ på sikt undersökas. Mycket förankrings- och synlighetsarbete kvarstår i att jobba med ovan nämnda utmaningar och områden. Inom de olika projekt som är planerade kan grunden läggas.



## 4.2 Delmål

### Utveckla projektidéer med affärsmodelltänk

Tillsammans med Länsbygderådet har en projektidé för utveckling och genomförande av affärsutvecklingsprocesser inom sång- och röstområdet i samverkan med andra områden, utvecklats och tillsammans med Musik i Blekinge har en projektidé inom att utveckla en infrastruktur för och med sångaktörer utvecklats.

Projektidéer runt kartläggning av branschen, behovsanalys, samverkan och synlighet diskuteras med Region Blekinge och Länsstyrelsen. Här behöver vi också diskutera samverkan med en eller flera kommuner. Alla idéer har långsiktighets- och hållbarhetsperspektiv inbyggda och alla idéer är delar av en framtida nodbildning. Arbeta med konkreta projektidéer inom olika delområden pågår kontinuerligt.



## Undersöka finansieringsformer

Tillsammans med Länsbygderådet har vi lämnat in en projektansökan till Sydostleader rörande affärsutvecklingsprocesser inom sång- och röstområdet i samverkan med andra områden.

Vi kommer inom kort att tillsammans med Musik i Blekinge ansöka hos Kulturrådet om medel till att utveckla aktiviteter för och med aktiva sångare. Diskussionen med andra regionala parter angående andra delar som kan vara aktuella för offentlig finansiering, fortgår efter projektets avslutande.

Finansiering från aktörer inom sång- och röstområdet, besöksnäringen samt regionala och kommunala institutioner och organisationer inom musik, film, integration, lärande, företagande, landsbygdsutveckling etc. kommer att sökas i enskilda delprojekt. I workshoppar med projektgruppen gavs flera tips på finansieringsvägar att undersöka. I en framtida nodbildning ser vi att det behövs finansiering från flera olika håll. Dels från olika intressenter och dels i form av offentliga utvecklingsmedel.

## Kartlägga specifika områden för affärsutvecklingsmöjligheter

Aktörer vi har pratat med ser vissa affärsmöjligheter inom röstvård, körverksamhet, individuell sångverksamhet, upplevelser m.m. men har inte haft möjlighet att undersöka och testa dem ännu. Här kan nya sammanhang och ny samverkan behövas för att iscensätta och utveckla innovativa affärsmöjligheter.

Flera olika områden finns där vi ser affärsutvecklingsmöjligheter och där vi fått indikationer på att finns kundunderlag:

- Lärande: aktiviteter i samverkan med högskolor, folkhögskolor, studieförbund etc, kunskaper i att prata för publik, föreläsa och stå på scen, fortbildning amatörer och professionella inom sång, röstutveckling för pedagoger m.m.
- Organisationsutveckling i företag och andra organisationer, där sång och röst används som metod för individ-, grupp- och organisationsutveckling.
- Hälsa: sångsammanhang för personalvård, rehabilitering personer med fysisk eller psykisk ohälsa, långt från arbetsmarknaden eller äldre för självkänsla, självförtroende, kommunikation etc.
- Integration: sång som metod för språkutveckling, samhällskunskap, hälsa m.m.
- Upplevelser: aktiviteter inom livsstil, avkoppling, livskvalitet, nöje etc. tillsammans



med besöksnäringen m.fl, sång- och röstkådespelare i dataspel etc, producentskap, projektledning i evenemang, landsbygdsattraktivitet m.m.

- Produkter inom sångområdet är hittills ett relativt utforskat område men utvecklingsmöjligheter finns.

Alla ovanstående områden kan appliceras på såväl reella som digitala sammanhang.

### **Undersöka samverkansmöjligheter och plattformsbysge med offentliga, kommersiella och ideella aktörer.**

Första workshopen genomfördes i början av projektet och i projektgruppen hade vi deltagare som kom från olika slags organisationer där erfarenhet och kunskap inom sång- och röstområdet varierade stort. Deltagare utgick till stor del från sin egen verksamhet och såg sig som stödjande aktörer. Det gjorde att diskussioner stannade på en abstrakt och bred nivå och det var svårt att etablera ett innovativt tänk kring delaktighet i gemensam plattform och samverkan runt gemensamma behov.

Flera behov och problem lyftes dock upp och det gavs spridda tips om vad vi borde göra och hur vi borde tänka. Några direkta lösningar eller nya perspektiv kom inte fram men workshopen gav ändå möjlighet att förankra förstudien och lyfta upp området i deltagares medvetenhet.

Andra workshopen genomfördes i slutet av projektet och antalet deltagare var lägre än i den första. Även i denna grupp varierade erfarenhet och kunskap inom sång- och röstområdet och en helt ny deltagare medverkade. Målet med workshopen var att presentera förslag till en plattformsmodell: *Noden Röst i Sydöst* och diskutera den organisatoriska strukturen vad gäller möjliga parter och finansiering.

Även denna gång såg sig deltagare framförallt som stödjande aktörer och inte som aktiva parter i en plattform. Det gjorde att de planerade diskussionerna runt utmaningar, potential, syften, målgrupper etc. mer fick karaktären av frågestund med oss som projektledning. Flera tips på olika organisationsmodeller, struktur och finansiering för inspiration gavs dock, t ex Svenskt Näringsliv, Svensk Handel, Svenska Stadskärnor och Åmål i centrum. Regionala exempel fanns också t ex Hälsonätverket och LIGHTer-nod. Samverkan med andra områden, projekt eller verksamheter inom deltagarkultur bör också undersökas, t ex Centrum för samtidskonst.

## **4.3 Indikatorer**

### **Mål**

- Deltagande företag 6 st, 6 män och 6 kvinnor.
- Deltagande individer mål: 24 st, 12 män och 12 kvinnor.
- Nya samarbeten/nätverk mål: 1



## Uppfyllda indikatorer

Intervjuer har skett med 10 företag, 10 kvinnor och 4 män.

Projektgrupp har bestått av 11 deltagare, 7 kvinnor och 4 män. Utöver dessa har 20 individer från ideella sektorn, 17 kvinnor och 3 män, samt 34 individer från offentliga organisationer, finansörer, studieförbund, kyrkor, folkhögskolor etc. medverkat, 17 män och 17 kvinnor. Totalt 65 st.

Projektgruppen utgör ett första steg i ett nätverksbildande.

## 5. Framtid/strategi

För att komma vidare med identifierade utmaningar och behov kvarstår mycket arbete. Vi har fått många ingångar från projektgruppen, intervjuade aktörer och i studiebesök. Grundläggande är det viktigt att jobba parallellt med tunga strategier och konkreta aktiviteter:

- **Digital och/eller reell mötesplats där målgrupperna redan finns.** För att inventera, kartlägga och engagera målgrupper och undersöka deras behov och vilja att delta samt synliggöra aktiviteter, goda exempel, forskning etc. Hur locka olika grupper till samma plattform?
- **Skapa och utveckla varumärke.** Vad inkluderas i det? Vilka kopplingar till andra verksamheter finns? Hur sker kommunikationen?
- **Skapa nätverk av privata, offentliga och ideella aktörer etc.** Här krävs förankringsprocess. Vem kan hjälpa oss? Går det överhuvudtaget att samlas runt en minsta gemensamma nämnare? Vad krävs för aktiviteter?
- **Större regionala strategiska och organisatoriska projekt** för etablerande av kritisk massa samt förankring hos parter och politiker. Här kan ett bra stöd- eller strategidokument vara till nytta. Påbörjat genom två tunga projektansökningar samt det redan uppstartade ACSS-unga sångare.
- **Olika kommunalt förankrade publika pilotaktiviteter och -evenemang** för



publikutveckling, medskapande, synlighet och påverkan m.m. Följande aktiviteter är redan påbörjade, t ex integrationskör, hårdrockkör, ACSS-evenemang, Landstingets kulturprogram, Litorinakören etc.

