



PERSPEKTIVMÄTNING:

MUSIK SVERIGE

2024

Perspetivo

Innehåll

Metod	1
Huvudinsikter	2
Demografi	4
Om musikbranschen	6
Om inkludering	14
Sammanfattning	21
Rekommendationer	22

Metod

Om undersökningen

Perspetivo genomförde på uppdrag av Musiksverige en kvantitativ undersökning i form av ett anonymt frågeformulär. Undersökningen var öppen för alla aktörer inom den svenska musikbranschen och spreds digitalt via Musiksveriges egna, samt dess intresseorganisationers* kanaler.

Detta är den andra undersökningen i ett pågående arbete för att förbättra villkoren inom musikbranschen. Syftet är att bredda perspektiven och aktivt främja inkludering. Syftet med undersökningen är att belysa vilka perspektiv som inkluderas och vilka som riskerar att exkluderas, samt att undersöka hur upplevelsen varierar beroende på ens roll inom musikalivet.

Metod

- Undersökningen genomfördes under tre veckor i november 2024 och uppnådde 95 % konfidensnivå med en felmarginal på 2 %.
- Totalt påbörjade 1552 personer undersökningen med en genomförandegrad på 85%. Totalt 1317 genomförde hela undersökningen.
- Undersökningen har varit tillgänglig på svenska och engelska.

Perspetivo genomförde undersökningen och ansvarade för analysen. Musiksverige beställde undersökningen, specificerade kravbilden och hanterade distributionen av undersökningen.

*STIM, SAMI och Ifpi.

Ordlista

- Respondenter: De som svarat i undersökningen. Således inte alla arbetande eller engagerade inom den svenska musikbranschen, utan endast de som valt att delta.
- PoC (Person of Color): PoC är ett begrepp som används för att beskriva personer som inte identifierar sig som vita. Syftet med att mäta detta är att kunna identifiera om upplevelsen av inkludering eventuellt skiljer sig mellan personer som identifierar sig som PoC och som inte gör det.
- Utländsk bakgrund: Personer som är utrikes födda eller är inrikes födda med två utrikes födda föräldrar.
- Könsidentitet: Det kön du identifierar dig som, vilket nödvändigtvis inte behöver stämma överens med det kön du blev tilldelad vid födseln.
- NPF: Neuropsykiatriska funktionsnedsättningar. Ex. Adhd, Autismspektrum m.m.

HUVUD- INSIKTER



Huvudinsikter

1

Demografiska skillnader i representation och roller

Det finns en överrepresentation av män och personer med svensk bakgrund. Samtidigt ser vi en underrepresentation av yngre personer mellan 18-30 år. Män är oftare i ledande roller som VD eller chef, medan kvinnor i högre utsträckning uppger att de är medarbetare.

2

Inträde i musikbranschen och nätverkets betydelse

Kontakter är den vanligaste vägen in i musikbranschen, särskilt för unga 18–25 år. Kvinnor, personer med utländsk bakgrund och PoC tenderar att ha kommit in i branschen genom en rekryteringsprocess snarare än via nätverk.

3

Ekonomisk osäkerhet och försörjning i branschen

Unga, ensamboende och de som arbetar utanför storstäder har svårast att försörja sig på sitt arbete, trots viljan att göra det. Ekonomisk osäkerhet uppges som en av de vanligaste orsakerna till att man övervägt att lämna musikbranschen.

4

Behov av stöd

Bara 4,3% av personer med funktionsnedsättning* känner till vilka stödvägar som finns tillgängliga för dem i relation till deras funktionsnedsättning. Personer med funktionsnedsättning och personer som är PoC, som dessutom är frilansare eller egenföretagare, upplever minst stöd för att hantera sina utmaningar.

*Respondenter som har något slags långvarigt hälsotillstånd, funktionsnedsättning eller NPF (NPF = Exempelvis Adhd, Autism, Asperger syndrom)

Huvudinsikter

5

Diskriminering och exkludering

Kvinnor, PoC och personer med funktionsnedsättningar rapporterar högre nivåer av diskriminering och exkludering. Kvinnor upplever också hinder relaterade till familjebildning och brist på karriärmöjligheter.

6

Upplevelse av inkludering i branschen

Män, samboende och personer med svensk bakgrund upplever musikbranschen som mest inkluderande. Samma målgrupp uttrycker däremot en negativ attityd gentemot arbete med mångfald, inkludering och rättvisa.

7

Inkluderande ledarskap - självskattning och upplevelse

Kvinnor samt yngre i chefspositioner skattar sig själva högre på att de tar hänsyn till mångfald i beslut och rekrytering. Män och personer med svensk bakgrund upplever att deras chefer i högre grad tar hänsyn till mångfald, vilket är en uppfattning som kvinnor och personer med utländsk bakgrund inte delar.

8

Geografiska skillnader

Respondenter utanför storstäder är oftare aktiva på hobbynivå eller deltid och har svårare att försörja sig på sitt arbete i musikbranschen. De rapporterar även en brist på nätverk utanför storstäderna som en utmaning för karriären.

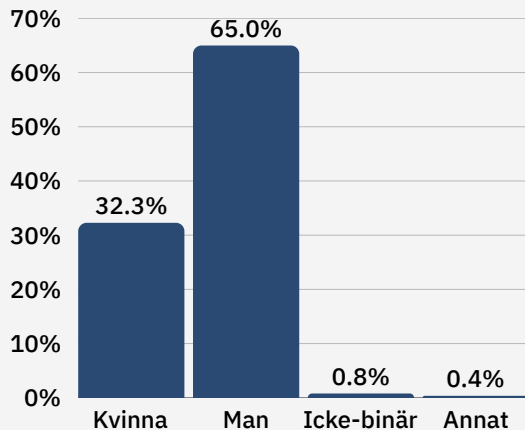
DEMO- GRAFI



Demografi

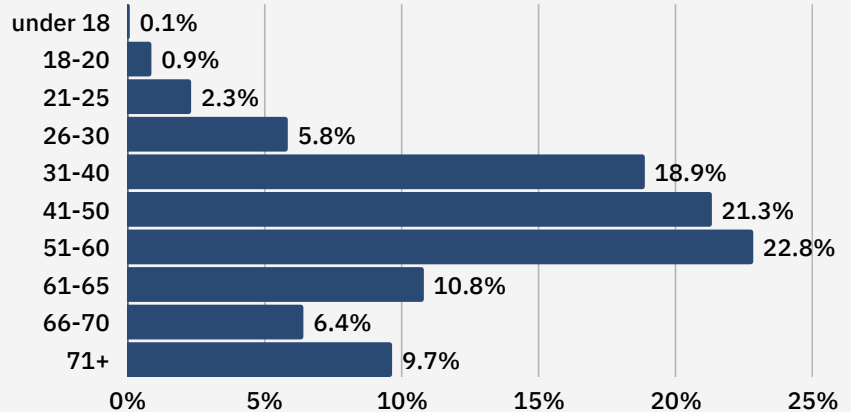
Procentuell fördelning kön:

Antal svar: 1388 personer



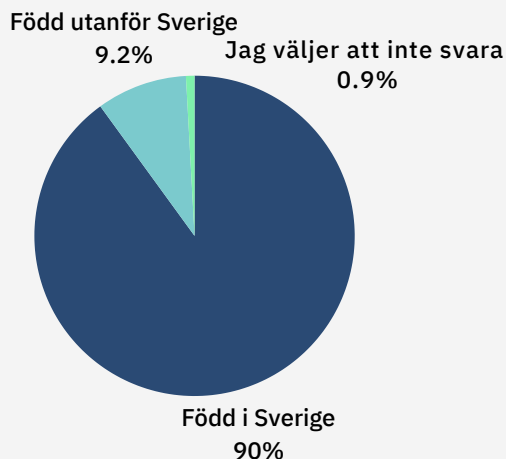
Procentuell fördelning ålder:

Antal svar: 1388 personer



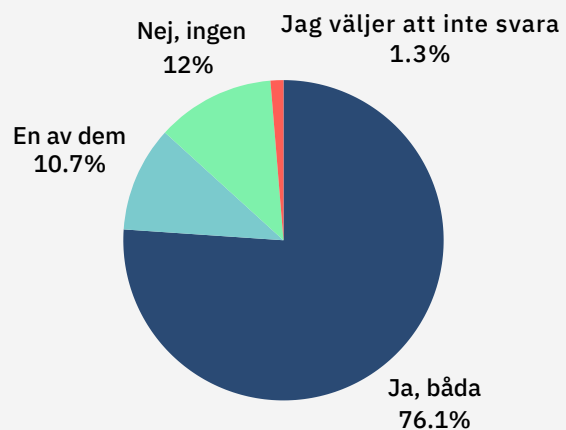
Procentuell fördelning födelseland:

Antal svar: 1388 personer



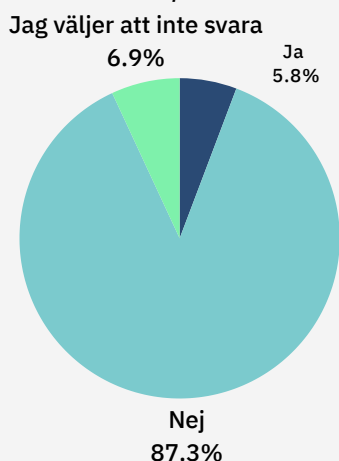
Är dina föräldrar födda i Sverige?

Antal svar: 1388 personer



Är du PoC* (Person of Color?)

Antal svar: 1388 personer



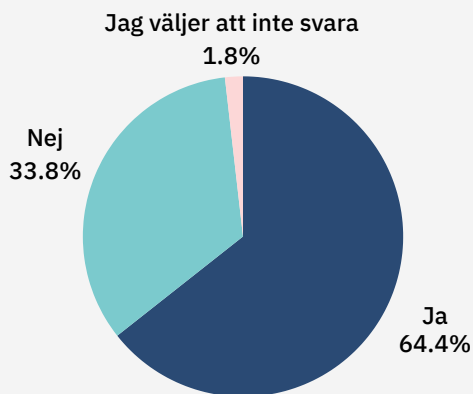
Undersökningens demografi visar en tydlig överrepresentation av män och personer med svensk bakgrund, samtidigt som yngre personer mellan 18 och 30 år är underrepresenterade. Detta i jämförelse med Sveriges totala demografi.

*PoC är ett begrepp som används för att beskriva personer som inte identifierar sig som vita.

Demografi

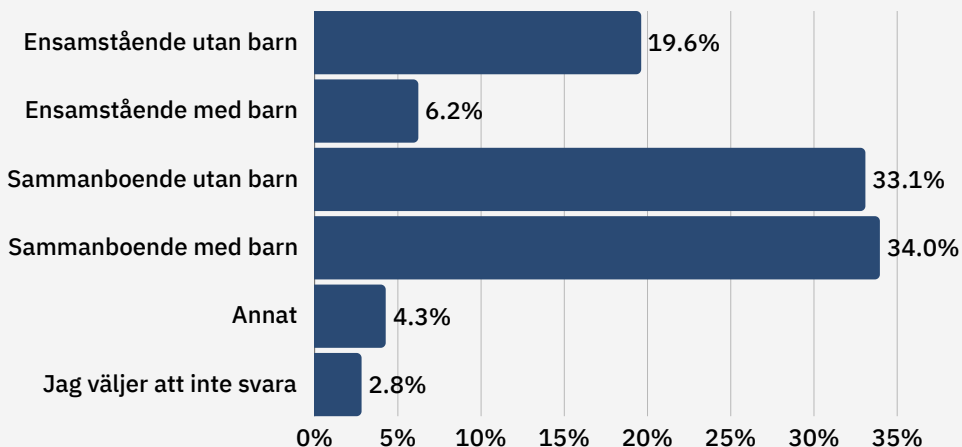
Har du barn?

Antal svar: 1381 personer



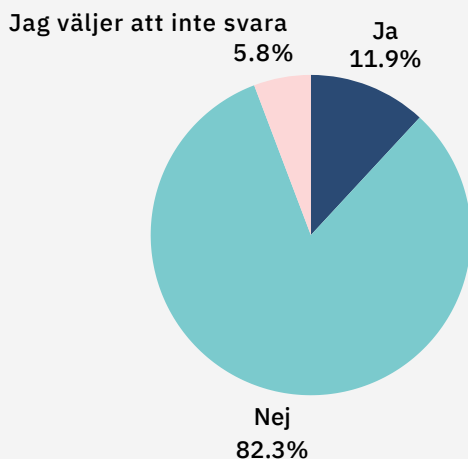
Hur bor du?

Antal svar: 1381 personer



Har du ett långvarigt hälsotillstånd, funktionsnedsättning eller NPF?

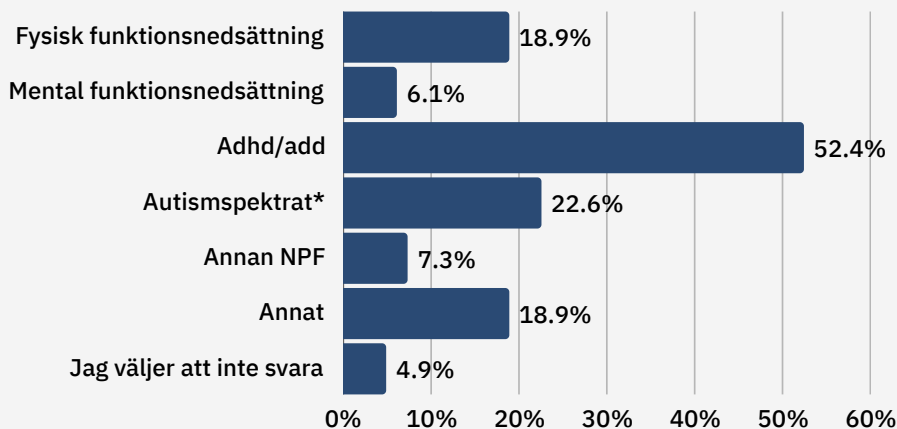
Antal svar: 1388 personer



Om du har ett långvarigt hälsotillstånd, funktionsnedsättning eller NPF - vilken/vilka?

(Flervalsfråga och logikfråga: Respondenter med någon funktionsnedsättning)

Antal svar: 164 personer



*Inklusive Aspergers syndrom.

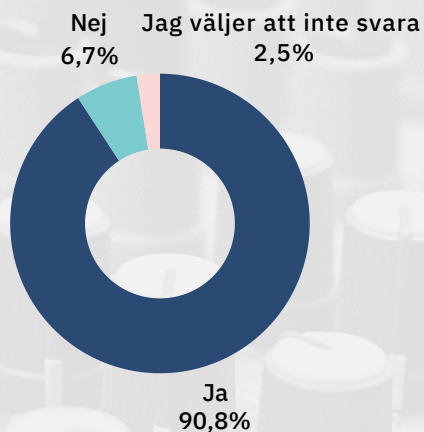
OM MUSIK- BRANSCHEN



Om musikbranschen

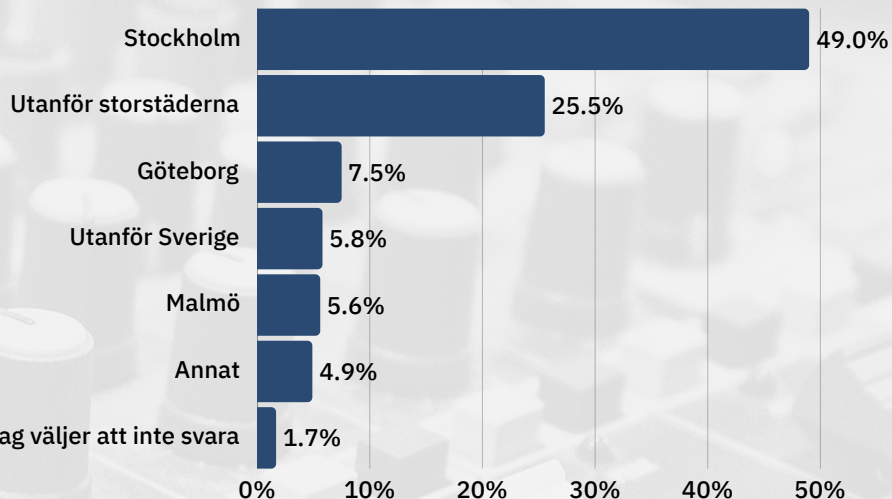
Har du varit verksam inom musikbranschen de senaste 12 månaderna?

Antal svar: 1551 personer



Du verkar inom:

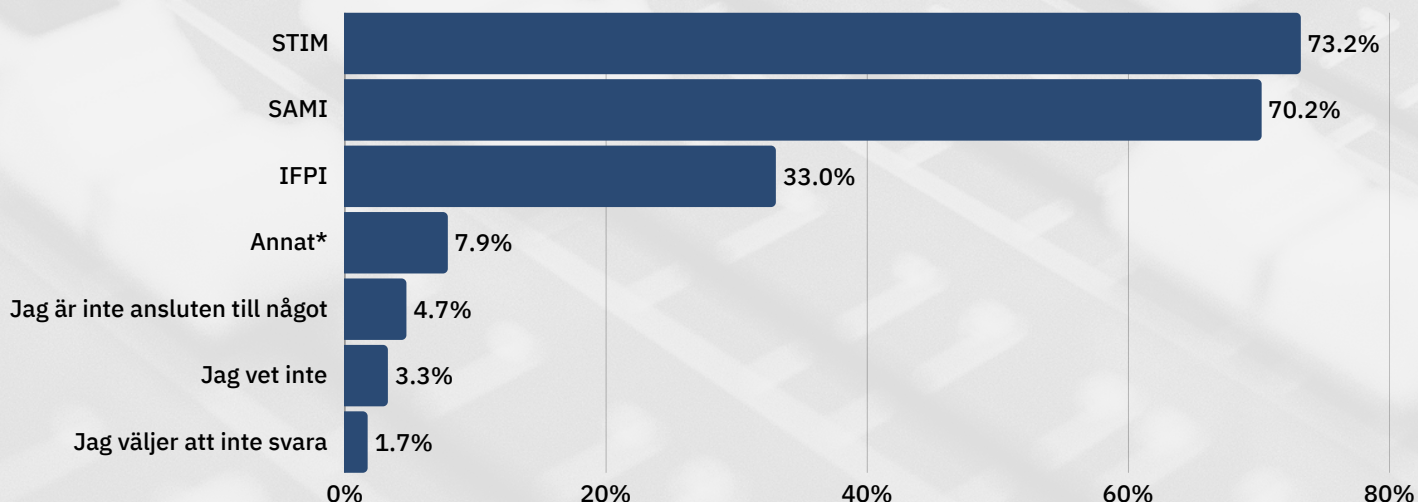
Antal svar: 1551 personer



Jag eller mitt bolag är ansluten till (Flervalsfråga):

*Detta innefattar dig själv som musikskapare, ditt eget bolag eller det bolag du är anställd hos.

Antal svar: 1549 personer



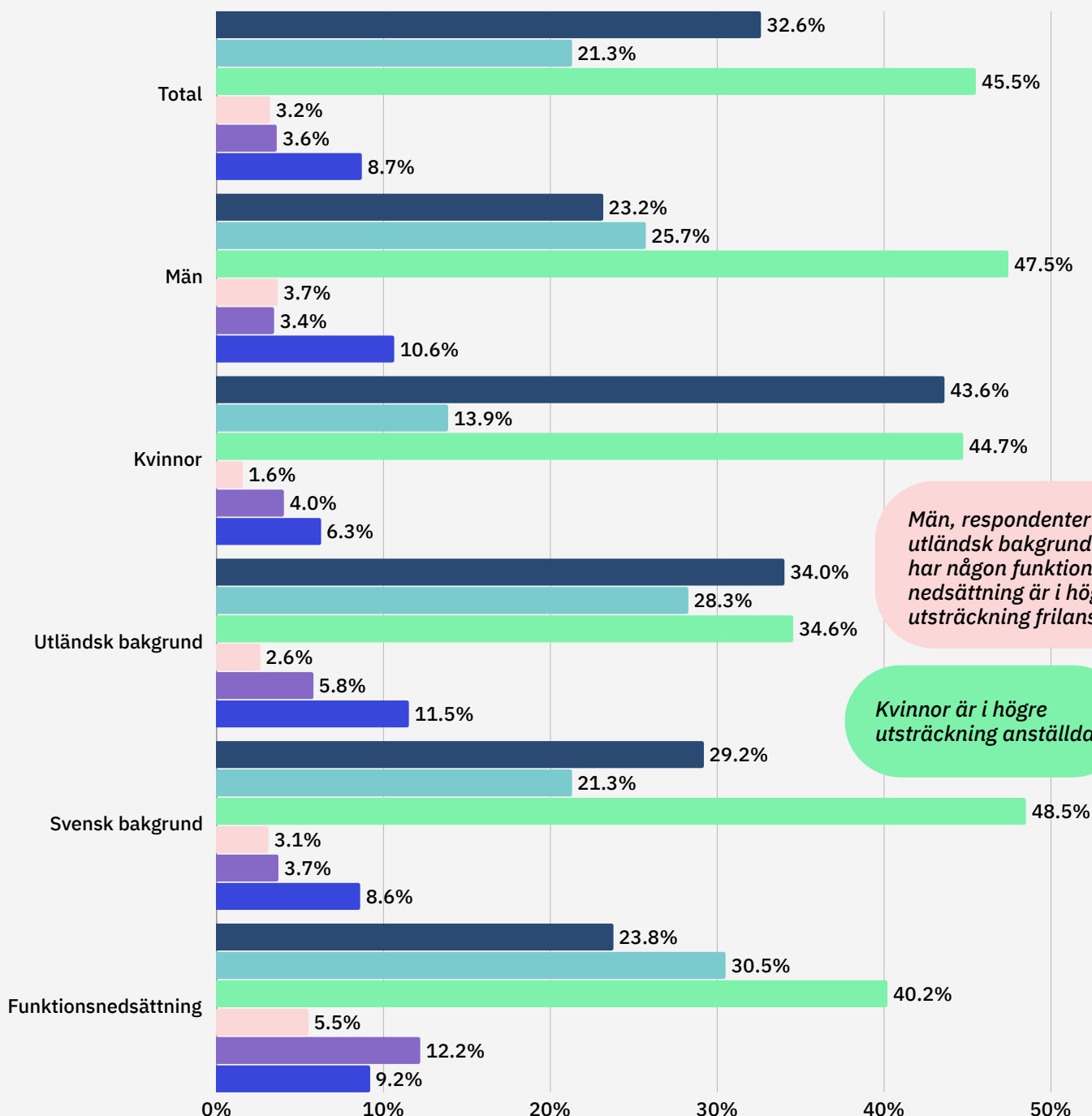
*Annat innefattar bland annat: SKAP, SOM, Musikerförbundet, FST, Symf, Tono, Musikförläggarna, Musikcentrum, Sony, MMF, GEMA och SSER.

Om musikbranschen

Är du (Flervalsfråga):

Antal svar: 1551 personer

● Anställd
 ● Frilansare
 ● Egen företagare utan fast anställda
 ● Egen företagare med fast anställda
 ● Studerande
 ● Annat



Män, respondenter med utländsk bakgrund och de som har någon funktionsnedsättning är i högre utsträckning frilansare.

Kvinnor är i högre utsträckning anställda.

(Alternativen "Praktikant" och "Jag väljer att inte svara" är inte visualiserade pga. för få respondenter.)

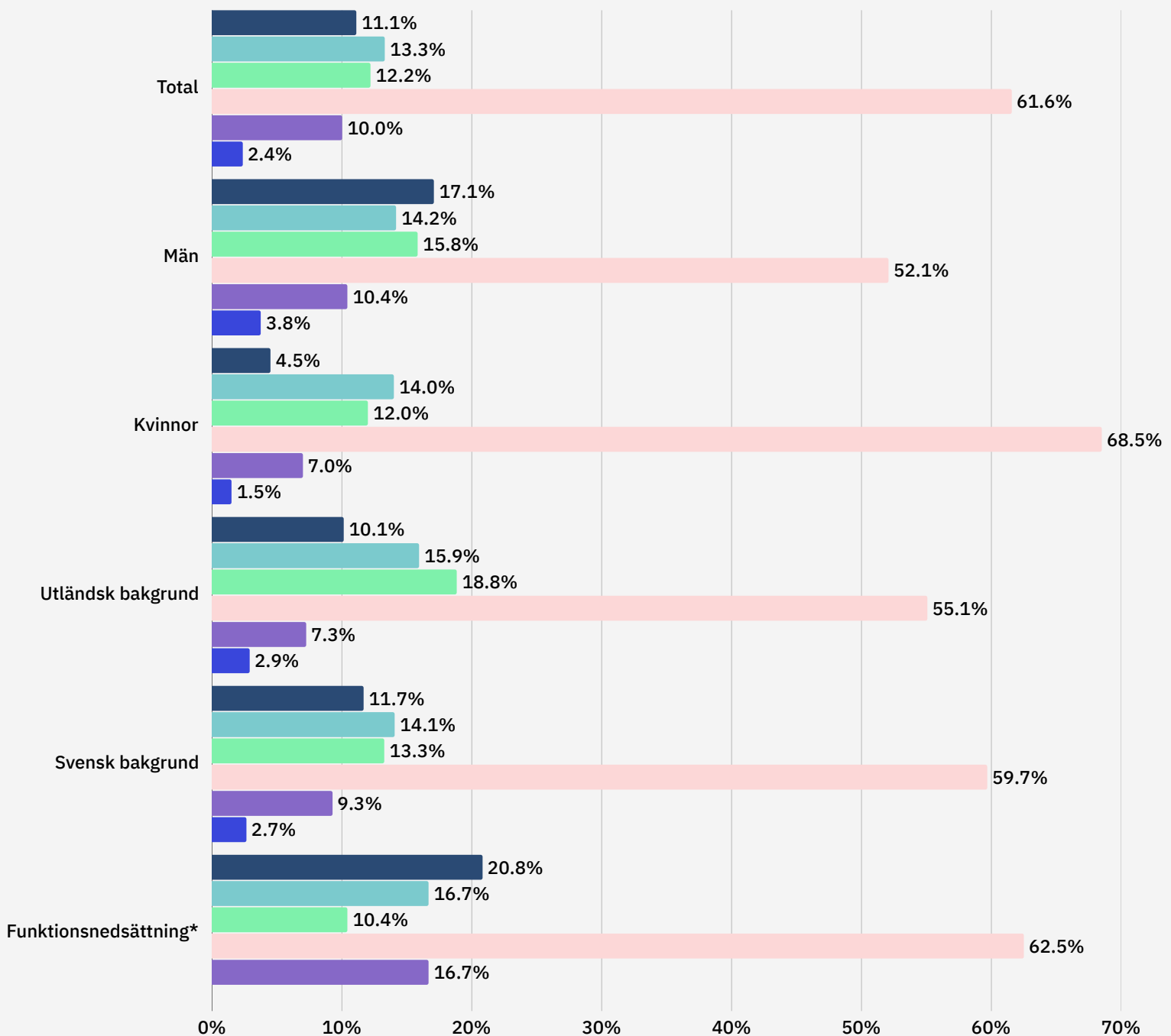
Om musikbranschen

Är du (Logikfråga: Anställd eller egen företagare med fast anställda):

Antal svar: 549 personer

Män är i högre utsträckning "Vd" och "Chef utan personalansvar" i jämförelse med kvinnor som är "Medarbetare".

● Vd
 ● Chef med personal men inte vd
 ● Chef utan personalansvar
 ● Medarbetare
 ● Annat
 ● Jag väljer att inte svara



*Observera att gruppen funktionsnedsättning innefattar ett litet antal respondenter.

Om musikbranschen

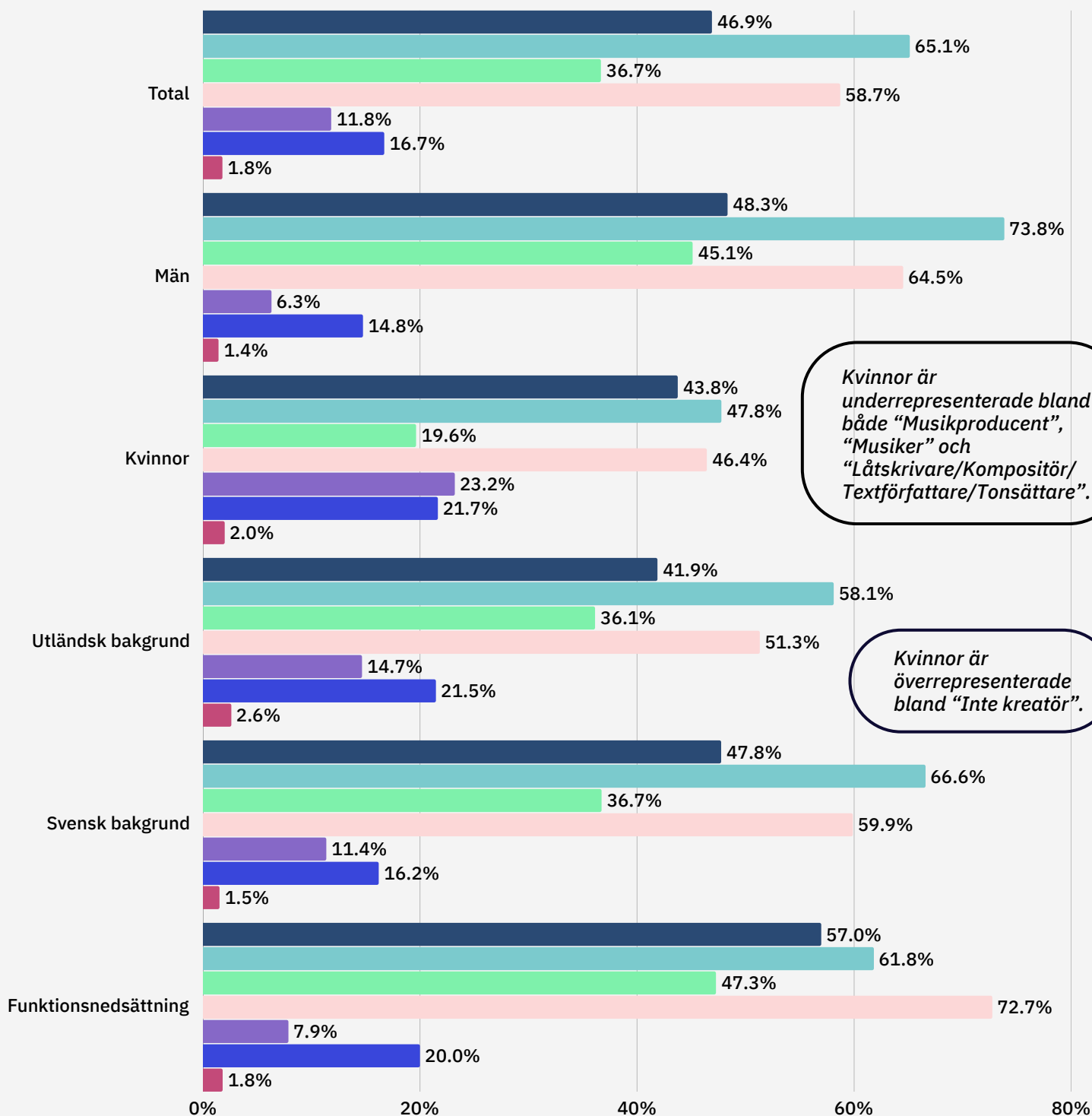
Är du (Flervalsfråga):

Antal svar: 1551 personer

Artist Musiker Musikproducent

Låtskrivare/ Kompositör/ Textförfattare/ Tonsättare Inte kreatör Annat*

Jag väljer att inte svara



*Annat innefattar bland annat: Skivbolag, marketing/PR, ljud- och ljus tekniker, arrangör, bokare, körsångare och jurist/legal.

Om musikbranschen

Hur är du verksam inom musikbranschen?

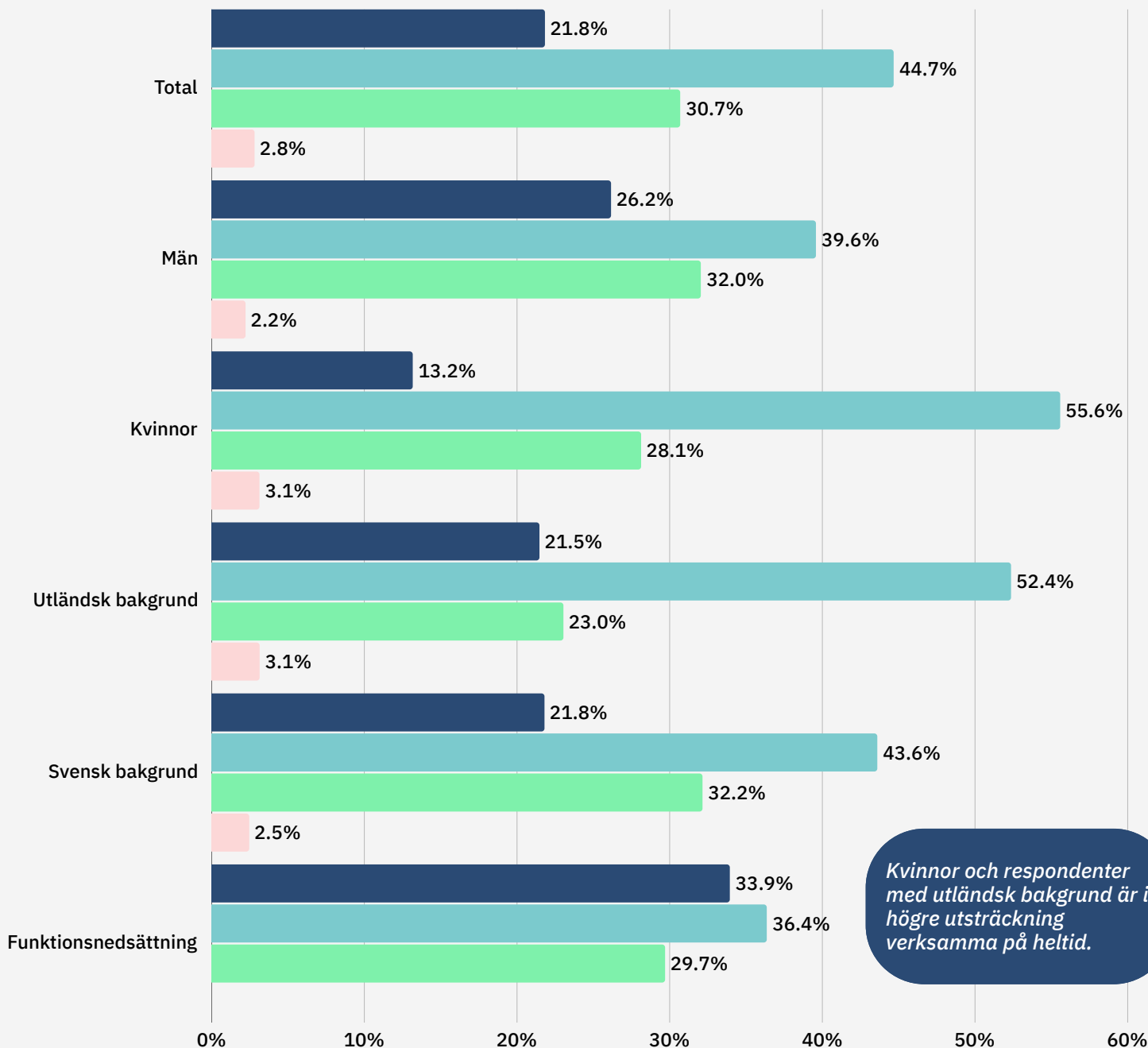
Antal svar: 1388 personer

● Hobby-nivå

● Yrkesverksam på heltid

● Yrkesverksam på deltid

● Jag väljer att inte svara



Kvinnor och respondenter med utländsk bakgrund är i högre utsträckning verksamma på heltid.

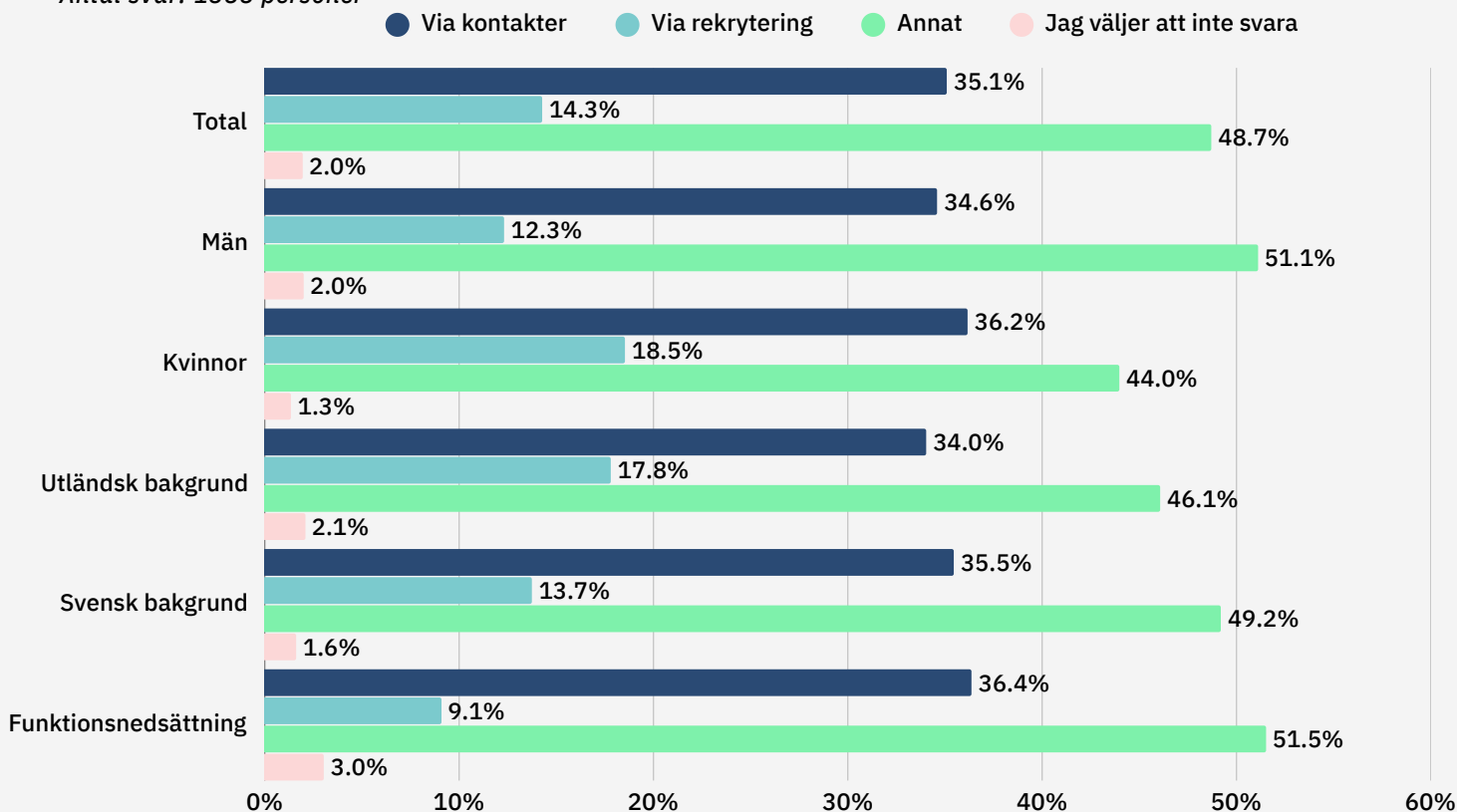
Respondenter som är 61-71 år eller äldre är mer aktiva på hobby-nivå. Detta kan gå i linje med att de också är pensionärer.

Respondenter som är verksamma utanför storstäderna är mer aktiva på hobby-nivå och deltid.

Om musikbranschen

Hur kom du in i musikbranschen?

Antal svar: 1388 personer



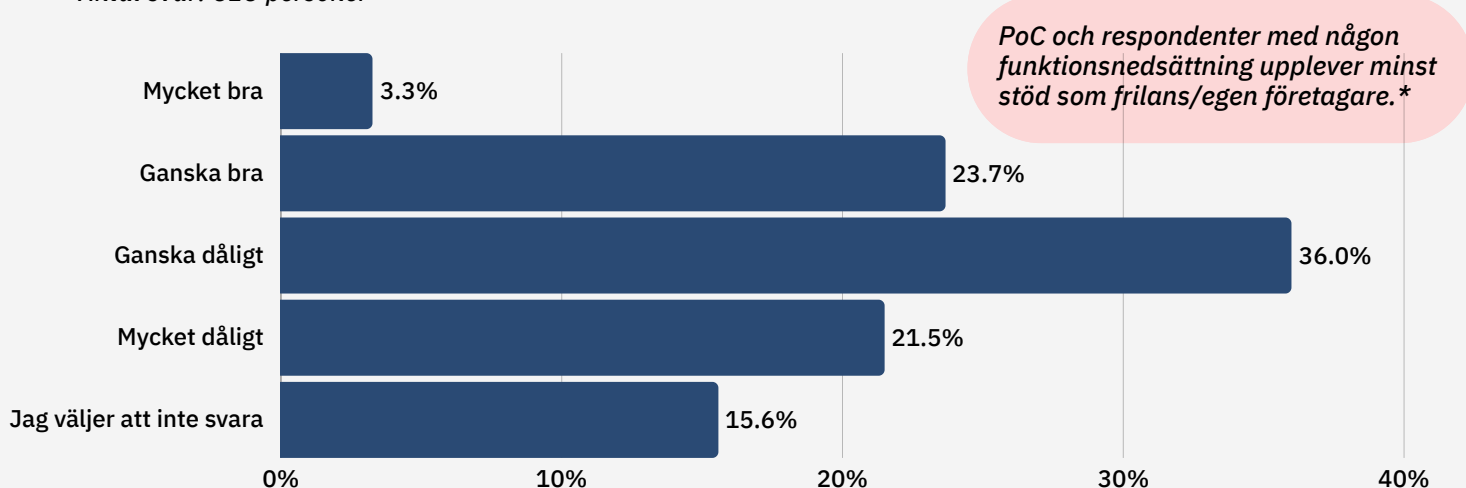
35% av alla respondenter har kommit in i musikbranschen via kontakter.

Kvinnor (18.5%), respondenter med utländsk bakgrund (17.8%) och respondenter som identifierar sig som PoC (18.6%) har i högst utsträckning genomgått en rekrytering.

Respondenter som är under 18 - 25 år gamla har i högre utsträckning kommit in i branschen via kontakter (47.6%).

Hur väl anser du att musikbranschen stödjer dig som frilans eller egen företagare i form av resurser och nätverksmöjligheter? (Logikfråga: Frilans och egenföretagare utan fast anställda)

Antal svar: 828 personer



*Observera att gruppen PoC och funktionsnedsättning innefattar ett litet antal respondenter.

Om musikbranschen

Kan du försörja dig på ditt arbete i musikbranschen?

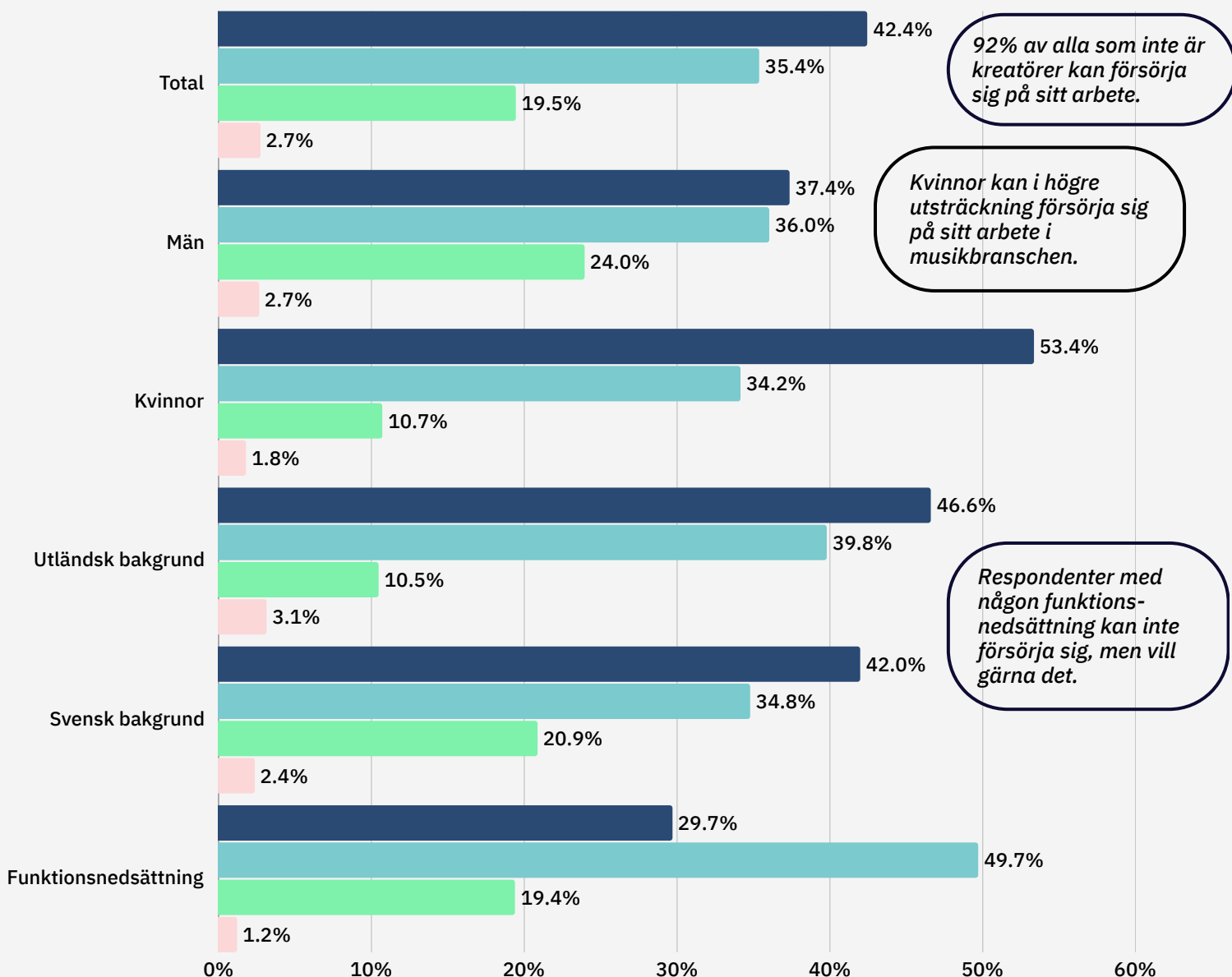
Antal svar: 1388 personer

Ja

Nej, men jag vill gärna det

Nej, och jag är nöjd med det

Jag väljer att inte svara



Ensamboende med/utan barn har svårare att försörja sig på sitt arbete i musikbranschen, trots att de gärna vill. Detta i jämförelse med samboende med/utan barn (40% vs 33%).

Respondenter som är 18 - 25 år kan inte försörja sig på sitt arbete i musikbranschen men vill gärna det (54.8%).

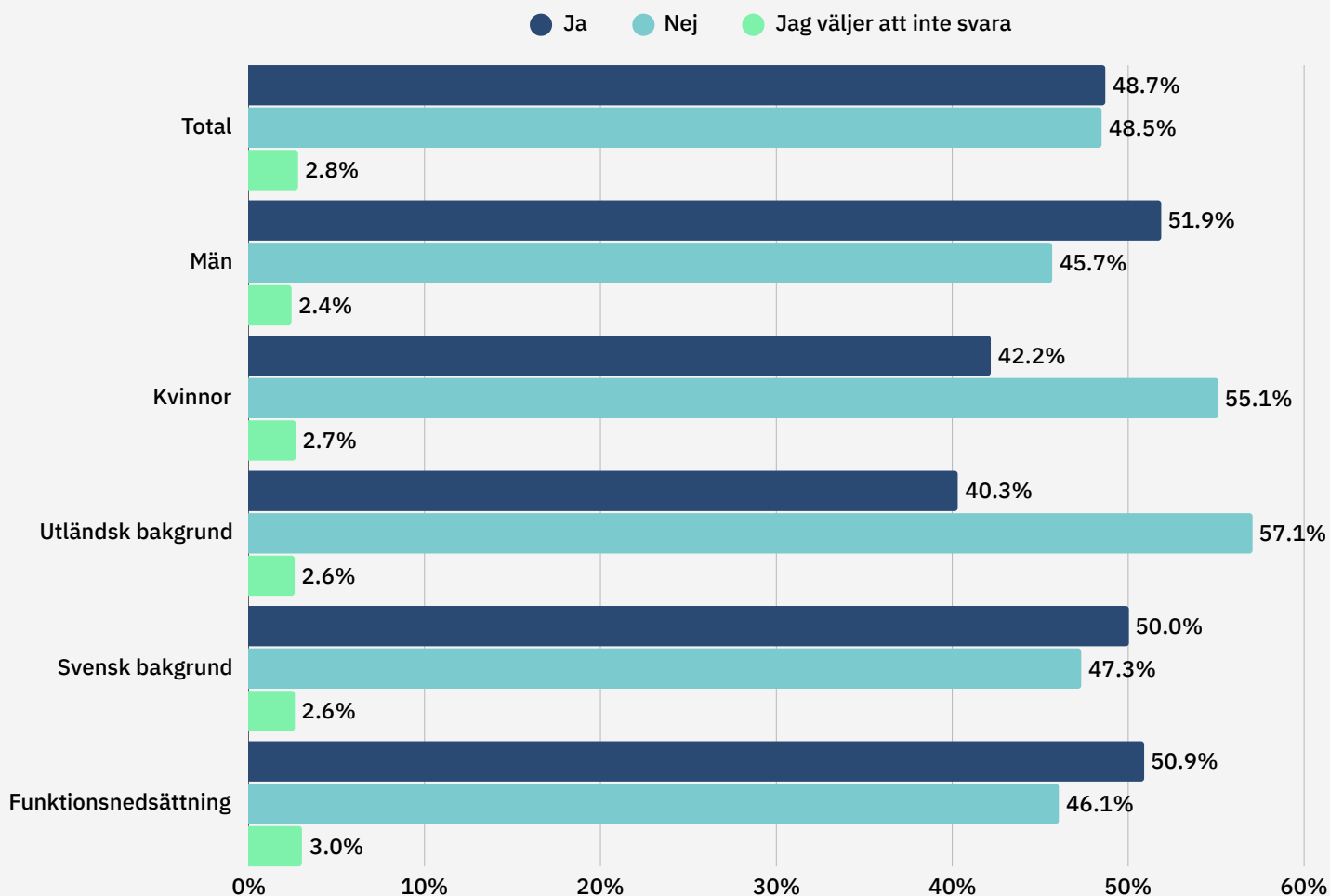
Respondenter som är 61-71 år eller äldre kan inte försörja sig på sitt arbete i musikbranschen men är nöjda med det (37.7%). Detta kan gå i linje med att de också är pensionärer.

Respondenter utanför storstäderna har svårare att försörja sig på sitt arbete i musikbranschen, även om de gärna skulle vilja (44.7 %).

Om musikbranschen

Har du ett annat arbete utöver ditt arbete i musikbranschen?

Antal svar: 1388 personer



48.7% av alla respondenter har ett annat arbete utöver det i musikbranschen.

Respondenter som är 41 - 60 år är den åldersgrupp som i högst utsträckning har ett annat arbete.

Kvinnor och respondenter med utländsk bakgrund har i lägre utsträckning ett annat arbete.

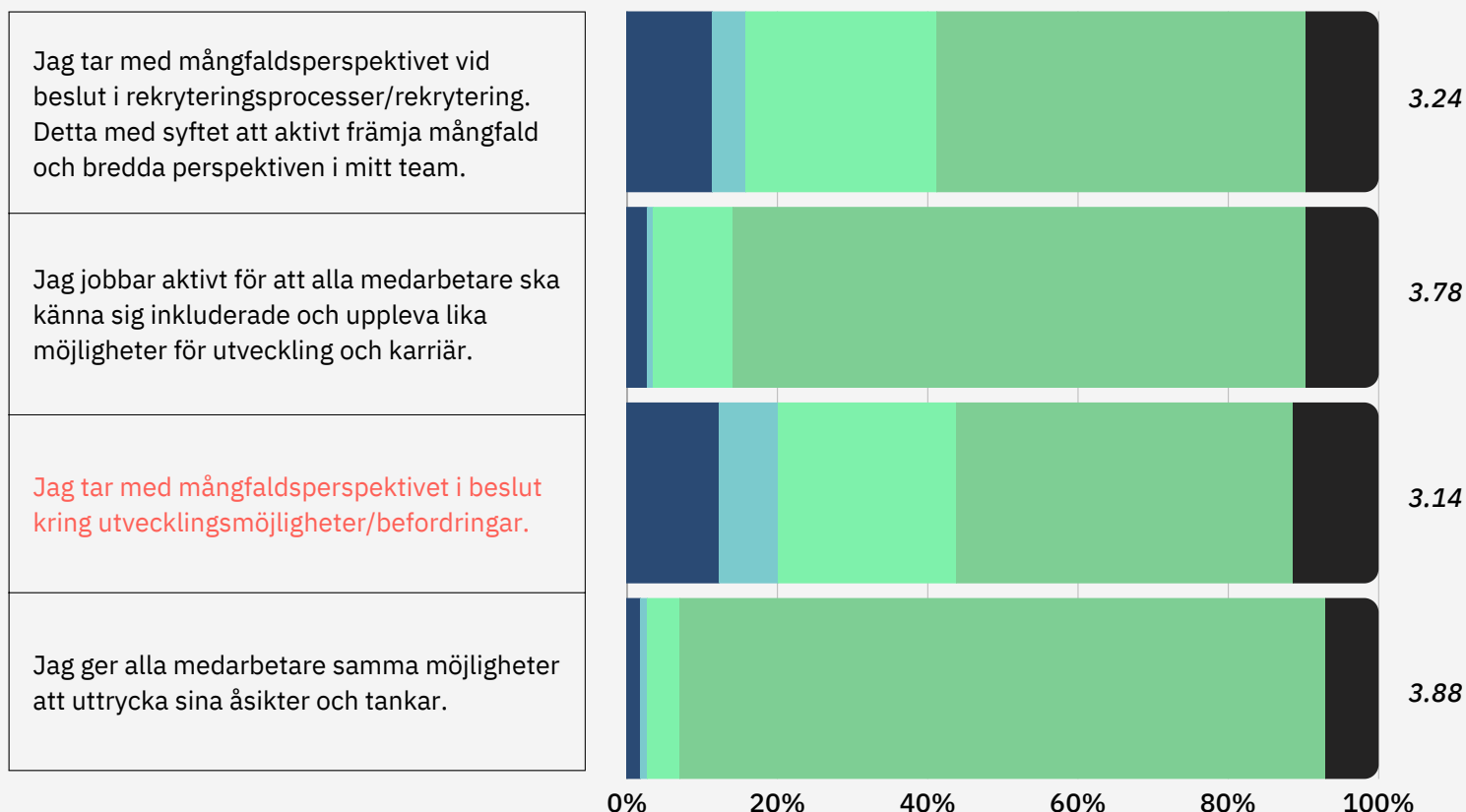
OM INKLU- DERING



Om inkludering

Hur stämmer nedanstående in på dig? (Logikfråga: Vd och chefer med personalansvar)
(På en skala 1-4)

Antal svar: 114 personer



Påståendet "Jag tar med mångfaldsperspektivet i beslut kring utvecklingsmöjligheter/befordringar." har fått lägst snitt totalt 3.14.

Kvinnor skattar sig själva högre än män på samtliga punkter. Kvinnors snitt är 3.74 totalt medan mäns snitt är 3.42 totalt.

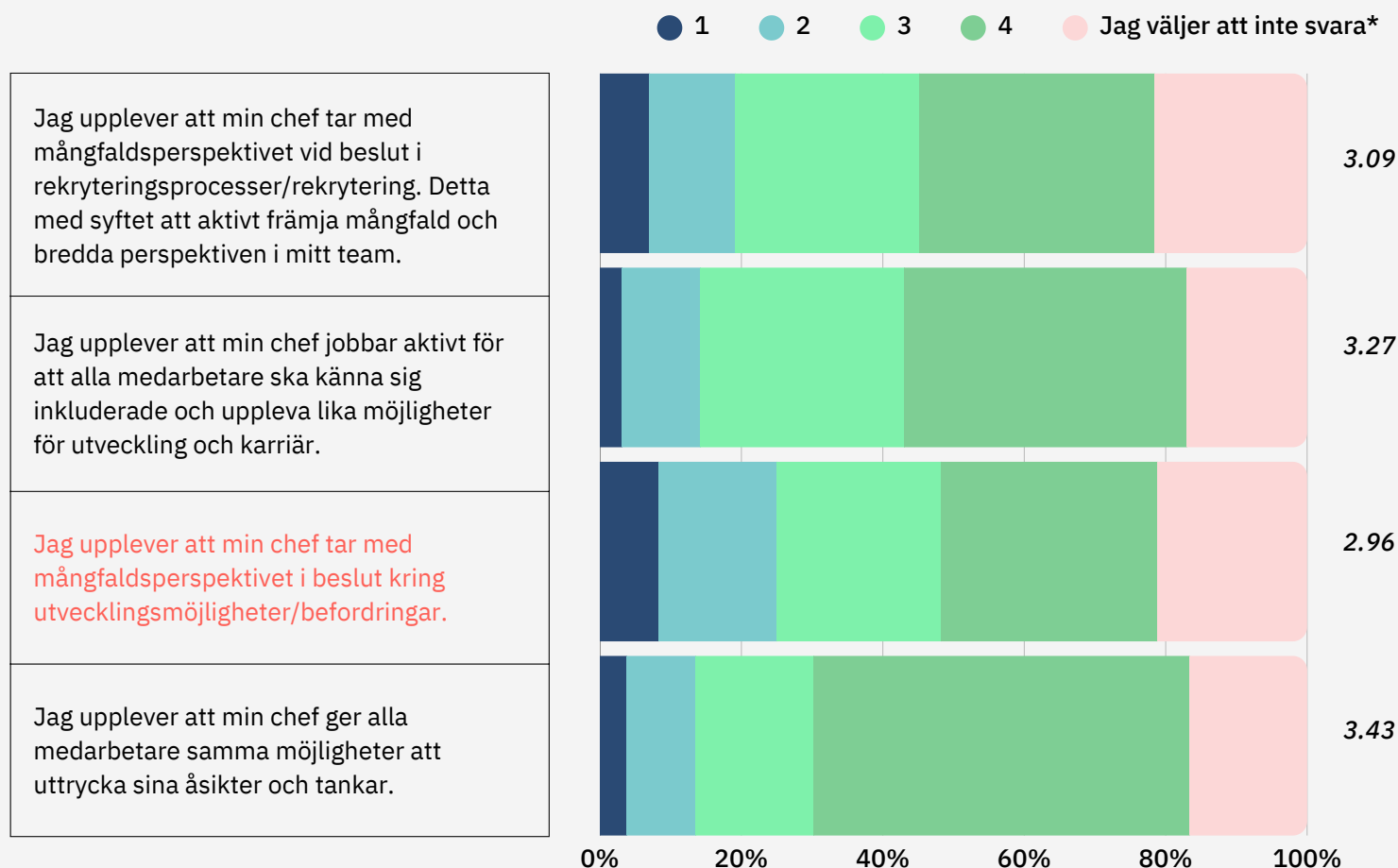
Respondenter i åldern 18-40 skattar sig själva generellt högre än äldre respondenter i åldern 41-71+.

Om inkludering

Hur stämmer nedanstående in på dig? (Logikfråga: Anställda medarbetare)

(På en skala 1-4)

Antal svar: 288 personer



Påståendet "Jag upplever att min chef tar med mångfaldsperspektivet i beslut kring utvecklingsmöjligheter/befordringar." har fått lägst snitt totalt 2.96.

Män och respondenter med svensk bakgrund har de högsta snitten. Mäns snitt är totalt 3.25 och snittet för de med svensk bakgrund är 3.24.

Kvinnor, respondenter med någon funktionsnedsättning och de med utländsk bakgrund har de lägsta snitten. 3.13, 2.94 och 3.0.

*Observera att en stor andel respondenter har valt svarsalternativet "Jag väljer att inte svara" (16-22%). Detta brukar indikera en otrygghet i att uttrycka sina åsikter på arbetsplatsen.

Inkludering



Män upplever i högst grad att musikbranschen är inkluderande, följt av respondenter som lever i samboförhållanden (med eller utan barn) och personer med svensk bakgrund.

Anser du att musikbranschen är en inkluderande bransch - överlag?
(På en skala 1-10)

Antal svar: 1245 personer

MÅL-GRUPP	Total	Män	Kvinnor	Svensk bakgrund	Utländsk bakgrund	Sam-boende	Ensam-boende	Funktions-nedsättning	PoC
MEDEL-VÄRDE	5.60	5.87	5.06	5.65	5.23	5.70	5.27	4.76	4.76

Anser du att musikbranschen är en inkluderande bransch - för dig?
(På en skala 1-10)

Antal svar: 1262 personer

MÅL-GRUPP	Total	Män	Kvinnor	Utländsk bakgrund	Svensk bakgrund	Sam-boende	Ensam-boende	Funktions-nedsättning	PoC
MEDEL-VÄRDE	6.00	6.18	5.68	5.67	6.04	6.08	5.80	5.12	5.34

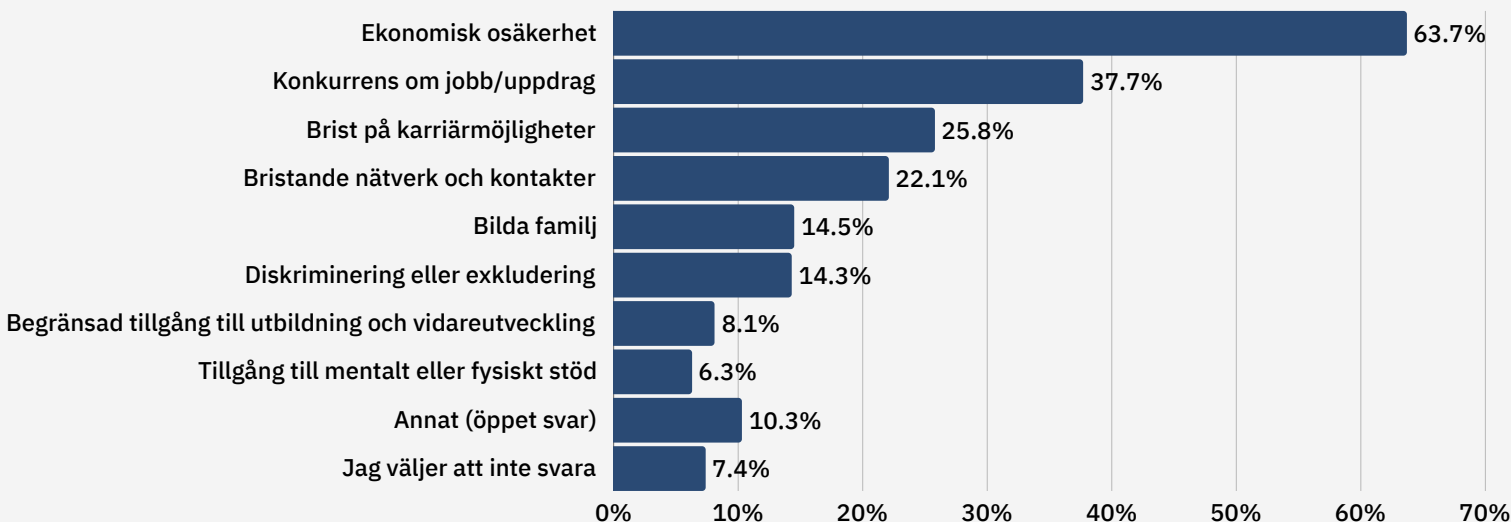
Samtliga målgrupper anser att musikbranschen är mer inkluderande för en själv som individ, än generellt mot andra (överlag).

Om inkludering

Vilka av följande områden upplever du som de största utmaningarna i din karriär inom musikindustrin?

(Välj upp till tre)

Antal svar: 1340 personer



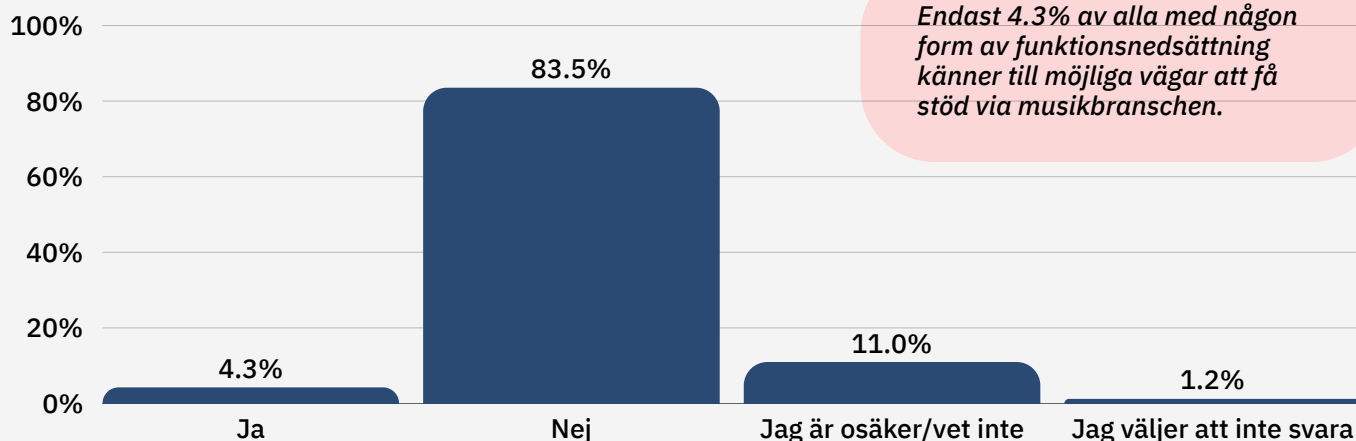
*Annat innefattar bland annat hinder inom: ekonomi och byråkrati, begränsade nätverk och utbildningar, work life balance, exkludering av vissa musikgenrer, diskriminering, negativ attityd mot mångfald, inkludering och rättvisa, åldersdiskriminering och exkludering av mindre städer/landsbygd.

Ensamboende med/utan barn upplever högre ekonomisk osäkerhet (66.4%).	Kvinnor upplever svårigheter i samband med att bilda familj (18.9%).	Respondenter med funktionsnedsättning upplever både ekonomisk osäkerhet (74.7%), brist på nätverk (30.4%) och diskriminering eller exkludering (22.8%).	Respondenter med utländsk bakgrund upplever diskriminering eller exkludering (22.7%).	Respondenter som är verksamma utanför storstäderna upplever mer brist på nätverk och kontakter (32.3%).
---	--	---	---	---

Känner du till möjliga vägar till att få stöd för ditt hälsotillstånd via musikbranschen?

(Logikfråga: Respondenter med någon funktionsnedsättning)

Antal svar: 164 personer



Om inkludering

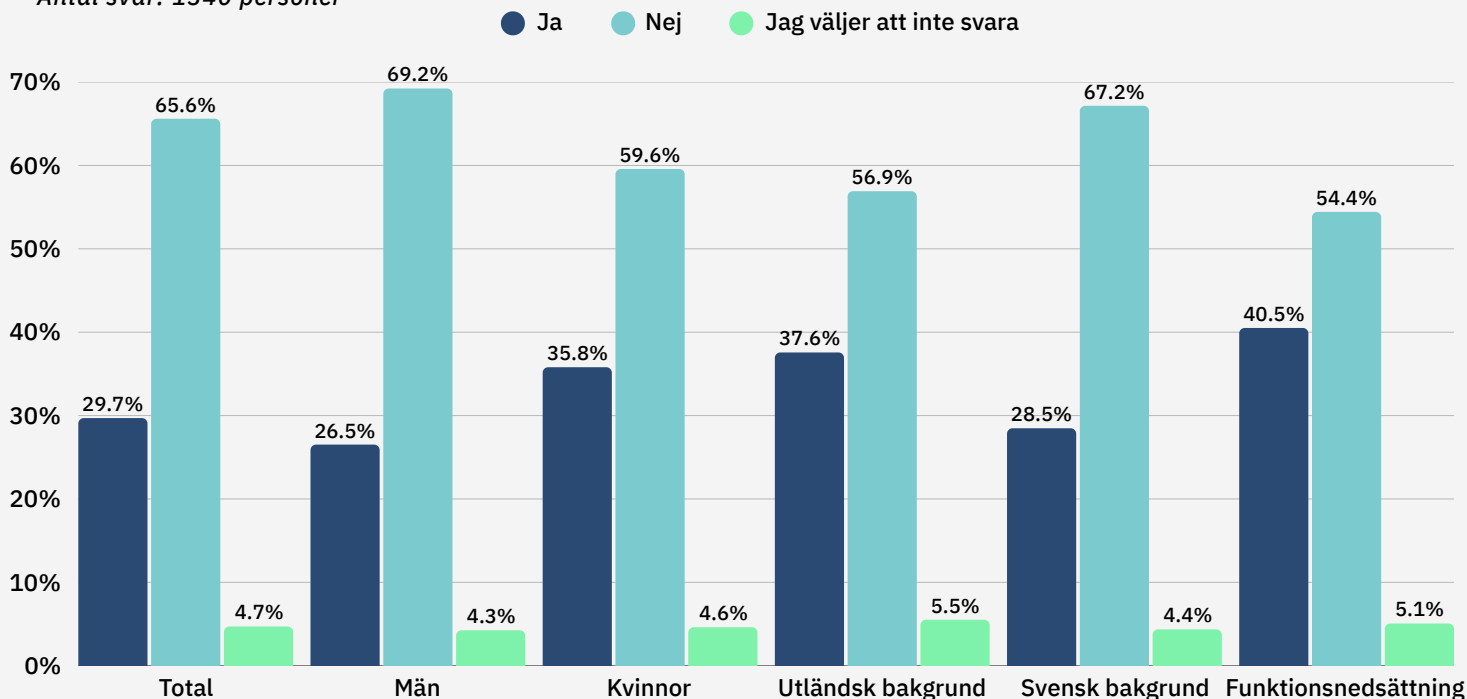
29.7% av alla respondenter har övervägt att lämna branschen de senaste 12 månaderna.

PoC har i högre utsträckning svarat "Ja" (45.5%).

Har du de senaste 12 månaderna åtminstone en gång seriöst funderat på att lämna branschen*?

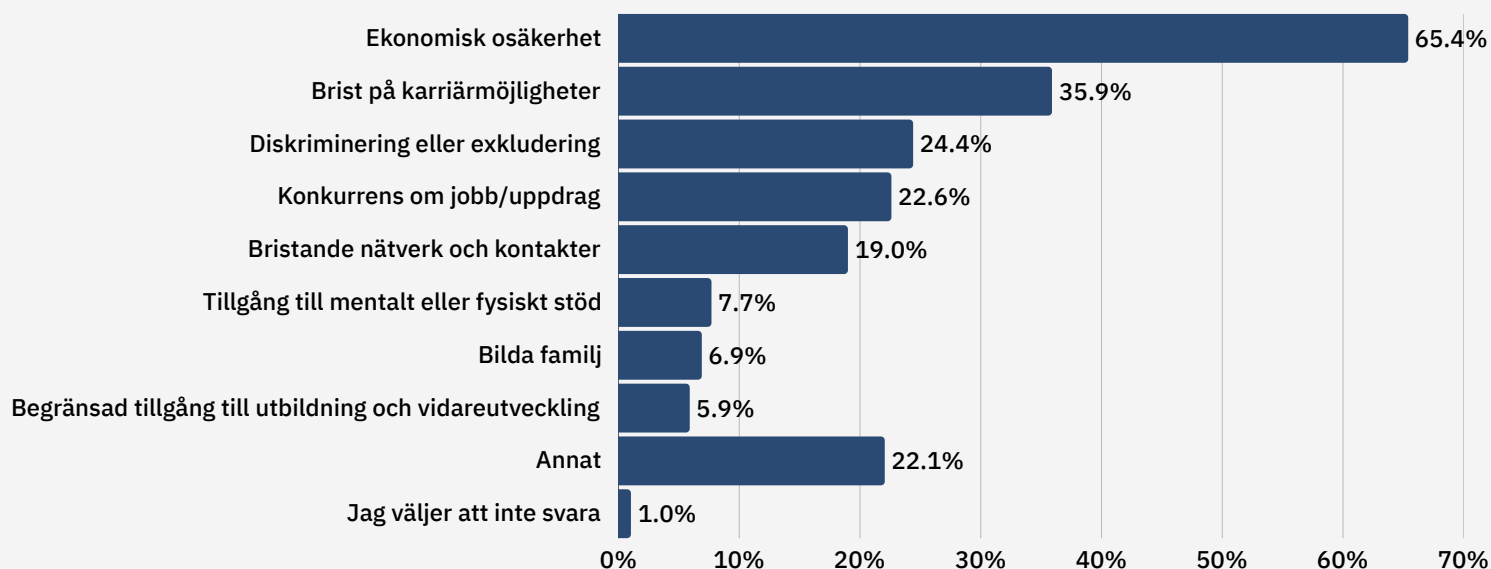
*Pga. att du inte känt dig inkluderad eller rättvist behandlad (ekonomiskt, kulturellt eller annat)

Antal svar: 1340 personer



Varför har du funderat på att lämna branschen? (Logikfråga: Respondenter som funderat på att lämna)

Antal svar: 390 personer



PoC har i högre utsträckning upplevt diskriminering eller exkludering (31.4%).

Kvinnor har i högre utsträckning upplevt diskriminering eller exkludering (30.5%), brist på karriärmöjligheter (38.3%) och svårigheter i samband med familjebildning (9.7%).

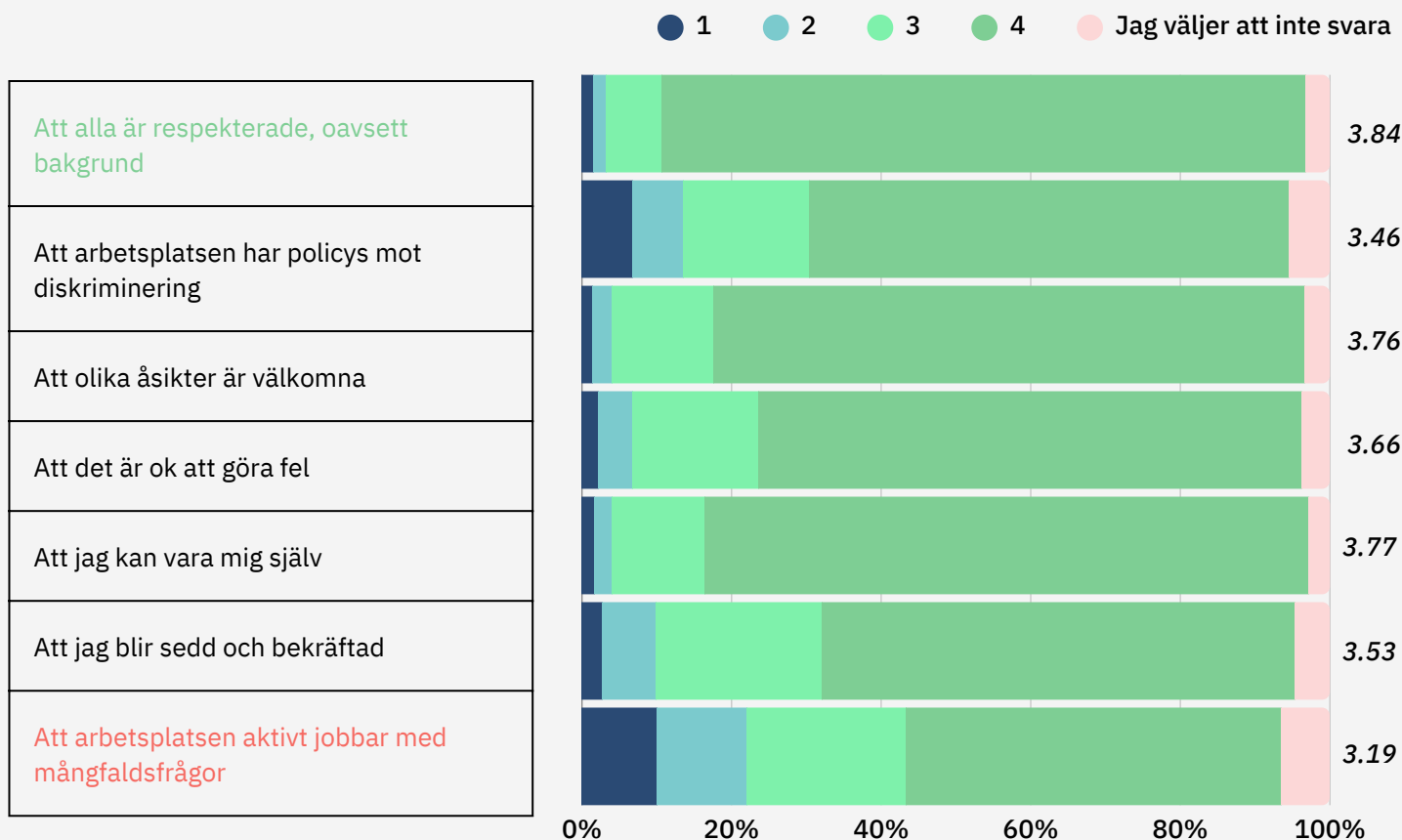
Respondenter med någon funktionsnedsättning har upplevt diskriminering eller exkludering (38.1%) och ekonomisk osäkerhet (71.4%).

Om inkludering

De flesta anser att det är viktigt att alla, oavsett bakgrund ska vara respekterade.

Hur viktigt tycker du att nedan faktorer är för att kunna kalla det för en “inkluderande arbetsmiljö”?

Antal svar: 1316 personer



Påståendet “Att arbetsplatsen aktivt jobbar med mångfaldsfrågor.” har fått lägst snitt totalt 3.19. Män har i snitt svarat 3.0 medan kvinnor 3.58.



Om inkludering

Män och respondenter med svensk bakgrund och respondenter i de yngsta (18-25) och äldsta (71+) ålderskategorierna är överrepresenterade bland "Negativ attityd mot mångfald, inkludering och rättvisa".

Har du förslag på hur den svenska musikbranschen skulle kunna förbättras gällande mångfald och inkludering?

Antal svar: 433 personer

Stärkt fokus på mångfald och inkludering (32.2%)	Många respondenter uttrycker en frustration över att det pågående inkluderingsarbetet upplevs som "mycket prat och lite handling", där konkreta åtgärder saknas. För att skapa en mer inkluderande miljö föreslås en tydligare satsning på ökad representation, särskilt inom ledande och beslutsfattande roller.
Ökad tillgång till nätverk och utbildning (28%)	Respondenter beskriver att musikbranschen i hög grad präglas av tillgång till kontakter och en kultur av så kallad "svågerpolitik". För att främja öppenhet och inkludering föreslås åtgärder som att offentliggöra rekryteringsprocesser samt tillgängliggöra nätverksträffar, fortbildningstillfällen och writing camps – med särskilt fokus på att inkludera independent artister och musiker.
Negativ attityd mot mångfald, inkludering och rättvisa (19.6%)	En återkommande synpunkt är att inkluderingsarbetet anses ha gått för långt, med en betoning på att kompetens bör ges högre prioritet än mångfald i rekrytering och beslutsfattande processer.
Exkludering av vissa musikgenrer (12%)	Många respondenter riktar kritik mot musik- och mediebranschen för att enbart fokusera på vissa genrer, ofta de som är mest populära och kommersiellt gångbara. Det föreslås att branschen bör bredda sitt fokus och ge utrymme för ett större genremässigt spektrum, vilket kan främja en mer inkluderande musikscen.
Förenklad byråkrati och ekonomi (9.7%)	Låga ersättningar, osäkra anställningsformer och krångliga byråkratiska processer upplevs som betydande hinder inom branschen. För att förbättra arbetsvillkoren föreslås högre arvoden samt en ökad tillgång till stöd genom fler fackförbund och liknande organisationer.
Minskad åldersdiskriminering (9.4%)	Flera respondenter belyser att åldersdiskriminering mot äldre är ett återkommande problem inom branschen. Respondenterna efterfrågar en mer inkluderande kultur där erfarenhet och kompetens värderas oavsett ålder.
Exkludering av mindre städer och landsbygd (5.8%)	Respondenter påpekar att nätverksträffar och branschevent ofta är koncentrerade till Stockholm, vilket exkluderar aktörer från mindre städer och landsbygd. För att motverka detta föreslås bättre geografisk spridning av event, fler träffar i andra delar av Sverige, samt förbättrad framförhållning för att underlätta planering och deltagande.

Kvinnor och respondenter med utländsk bakgrund är överrepresenterade bland "Stärkt fokus på mångfald och inkludering".

SAMMAN- FATTNING



Sammanfattning

Jämförelse med undersökningen från 2023

Utmaningarna kvarstår - och desto mer en vilja att till förändring

När vi jämför resultaten från de två undersökningarna framträder en bild som till stor del bekräftar de utmaningar vi redan identifierat inom den svenska musikbranschen. Ekonomisk otrygghet, behovet av nätverk och kontakter samt möjligheter för underrepresenterade grupper fortsätter vara centrala områden som behöver adresseras.

Många respondenter upplever fortfarande att inkluderingen inom branschen har förbättringspotential. Genomsnittliga skattningar av branschens inkludering är oförändrade, och vissa grupper, såsom kvinnor och personer med funktionsnedsättningar, fortsätter att rapportera lägre nivåer av inkludering än andra. Trots detta noterar vi ett ökat engagemang i att diskutera och föreslå konkreta åtgärder. Exempelvis lyfter många fram behovet av att skapa transparenta rekryteringsprocesser och tillgängliga nätverksträffar för att inkludera fler perspektiv och ge en rättvis chans åt exempelvis independent artister och aktörer som är verksamma utanför storstäderna.

Trots att många utmaningar kvarstår, visar resultaten en ökad vilja till förändring. Däremot fortfarande mest bland de som själva är drabbade av ojämlikheterna inom branschen. Även utan stora skiftningar i siffrorna har undersökningen gett en djupare förståelse för problemen och tydligare förslag på lösningar. Dessa insikter ger en stabil grund för att driva förändring och skapa en mer inkluderande och rättvis musikbransch.

Respondenterna efterfrågar mer transparenta rekryteringsprocesser och mer tillgängliga nätverksträffar. Särskilt för att ge utrymme för fler perspektiv bland ledande positioner och för att ge independent artister en rättvis chans.

REKOMMEN- DATIONER



Rekommendationer

1

Från ord till handling

För att skapa förändring måste musikbranschens inkluderingsarbete omsättas i konkreta åtgärder. Mätbara mål med tydliga tidsramar är en viktig del i att driva arbetet framåt. Utbildningar för chefer och ledare om mångfald och inkluderande ledarskap bör implementeras med fokus på praktiska insatser och lösningar. För att bygga trovärdighet och engagemang bland branschens aktörer är det avgörande att regelbundet redovisa vilka initiativ som har genomförts och vilka resultat de lett till. Detta skapar en kultur av transparens och ansvarstagande.

Exempel:

- Mentorskapsprogram: Erbjud mentorskap och ledarskapsutbildningar för underrepresenterade grupper för att stärka deras möjligheter att avancera till ledande positioner.
- Utveckla och implementera program för ökad representation bland ledare: Syfta till att öka representationen av kvinnor och personer med utländsk bakgrund i ledande roller inom musikbranschen.
- Skapa en kultur av transparens och ansvarstagande: Regelbundet redovisa vilka initiativ som har genomförts, resultaten av dessa, och identifiera nya förbättringsområden.

2

Tillgängliggör statistik och effekt

Statistik är ett kraftfullt verktyg för att förstå utmaningar, mäta framsteg och skapa en mer faktabaserad diskussion kring inkludering. För att maximera dess effekt behöver den göras både tillgänglig och användbar. Vi rekommenderar att systematiskt och kontinuerligt samla och dela där statistik och data om inkludering, representation och karriärmöjligheter inom musikbranschen. Detta skulle inte bara underlätta för branschens aktörer att följa utvecklingen, utan också bidra till ökad insikt genom att konkret visa på resultat och områden där åtgärder haft positiv effekt. Det ger möjlighet att lyfta fram framgångsrika initiativ och identifiera nya förbättringsområden. Genom att presentera konkreta fakta och exempel skapas också en mer realistisk bild av branschens utmaningar och framgångar, vilket kan bidra till att motverka de negativa attityder som framkommit i undersökningen.

Exempel:

- Systematiskt samla och dela statistik: Möjliggör för branschens aktörer att följa utvecklingen och förstå vilka initiativ som har haft effekt.
- Utveckla digitala plattformar för delning av data och statistik inom branschen: Tillgängliggör konkreta resultat och fakta för att skapa ökad insikt och realistisk förståelse av branschens utmaningar.
- Lyfta fram framgångsrika initiativ: Synliggör och analysera positiva exempel för att inspirera fler aktörer och förstärka faktabaserad diskussion kring inkludering.

3

Anställningsformer och rekrytering

Musikbranschen behöver reformera sina anställningsformer och rekryteringsprocesser för att skapa mer trygghet och jämlikhet. Transparens är nyckeln – standardiserade och rättvisa rekryteringsprocesser säkerställer att alla kandidater bedöms på lika villkor, oavsett bakgrund eller nätverk. För att bryta beroendet av personliga kontakter och förändra branschens rykte som en "kontaktbransch" är det avgörande att skapa strukturer som värderar kompetens och erfarenhet framför relationer. Detta är en förutsättning för att inkludera fler perspektiv och skapa en mer representativ bransch. En mer stabil och rättvis arbetsmarknad inom musikbranschen kommer också att göra det lättare för olika talanger att etablera sig och bidra till branschens utveckling.

Exempel:

- Implementera standardiserade och offentliga rekryteringsprocesser: Säkerställ att alla kandidater bedöms på lika villkor och har samma möjligheter till att söka tillgängliga jobb. Detta för att minska beroendet av personliga kontakter.
- Inkludera utanför storstäderna: Etablera regionala nätverk och resurser för att stödja aktörer i mindre städer och på landsbygden. Erbjud digitala plattformar och verktyg som möjliggör distansarbete och samarbete över geografiska gränser.
- Utveckla stödprogram för frilansare och egenföretagare: Fokusera på att minska ekonomisk osäkerhet och ge resurser för att stärka deras arbetsvillkor.

Aktuellt team från Perspetivo



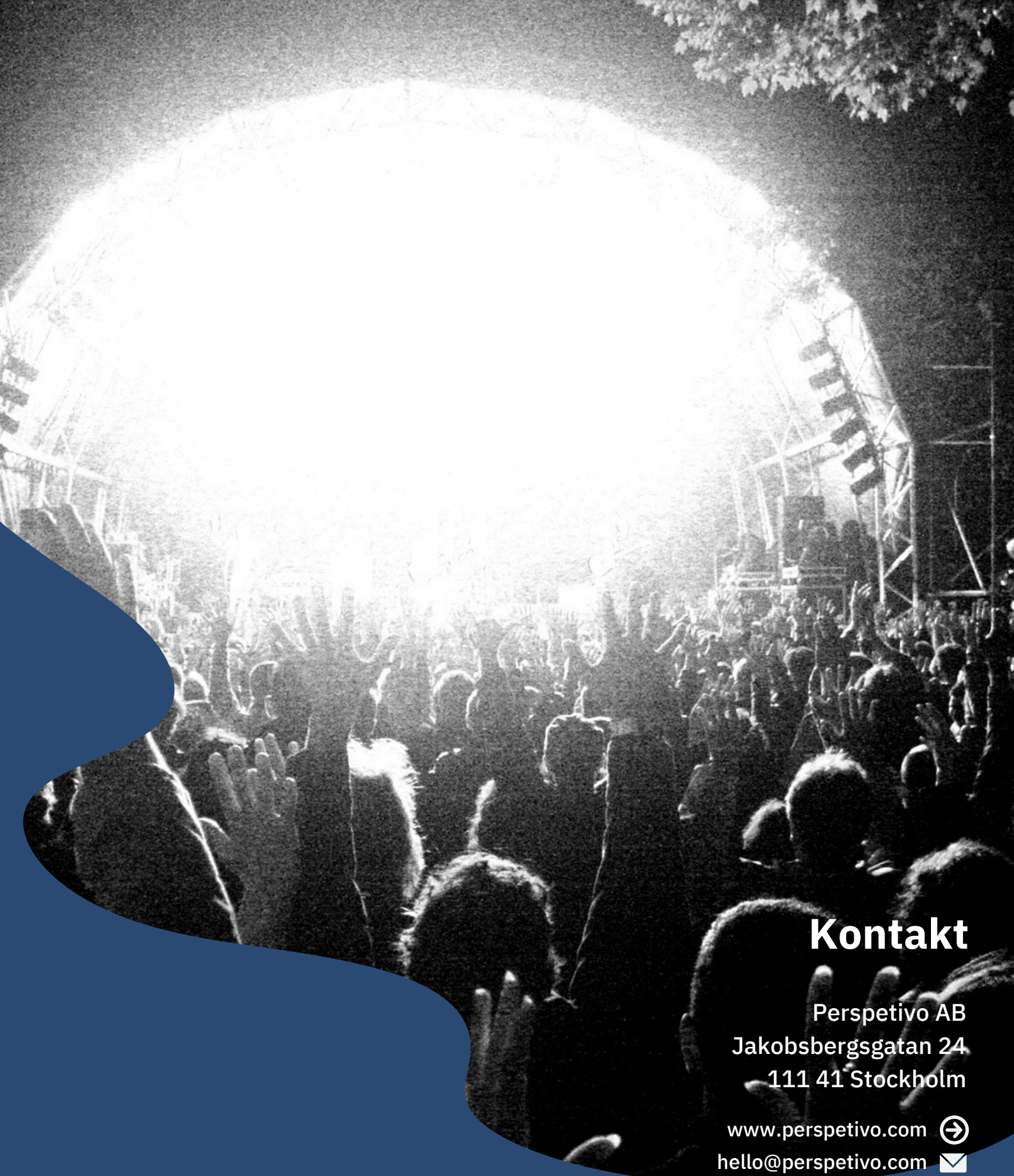
Suzan Hourieh Lindberg
VD/Statistiker
Ansvarig utgivare



Olivia Hansson
Rapportförfattare och
projektansvarig



Ameer Abdulal
BI-analytiker/data-analys



Kontakt

Perspetivo AB
Jakobsbergsgatan 24
111 41 Stockholm

www.perspetivo.com 

hello@perspetivo.com 

Perspetivo 

@Perspetivo 

Perspetivo

PERSPETIVO AB
PERSPEKTIVMÄTNING:
MUSIKSVERIGE