



RAPPORT 14:02

Sysselsättning i musikbranschen

RAPPORT 14:02 – FEBRUARI 2014

Sysselsättning i musikbranschen

Joakim Sternö och Tobias Nielsén



Volante är ett kunskapsföretag som vill bidra till en klokare och roligare värld genom att utveckla och sprida kunskap.

Joakim Sternö är analytiker på Volante

Tobias Nielsén är kulturekonom och vd för Volante

I rapportarbetet har även Peter Nilsson, kulturekonom, bidragit med research och text.

ADRESS

Volante Research
Stora Nygatan 7
111 27 Stockholm

TELEFON

08-702 15 16

E-POST

info@volanteresearch.com

WEBB

www.volanteresearch.com
www.kulturekonomi.se

Innehåll

Inledning	4
Metod.....	4
Sysselsättning	7
Könsfördelning.....	9
Åldersfördelning.....	11
Geografiska skillnader	11
Appendix: branschkode	17

Inledning

På uppdrag av Musiksverige har Volante tidigare utvecklat en modell för att mäta musikbranschens storlek med fokus på omsättning inklusive export,¹ ett arbete som vi även fick i uppdrag att uppdatera 2013.² Den modell som utvecklades i dessa rapporter behandlade dock inte sysselsättningen för musikbranschen. Denna rapport syftar till att beskriva sysselsättningen i musikbranschen och är alltså en vidareutveckling av metoden.

Utöver att beskriva den totala sysselsättningen i musikbranschen ingår i uppdraget att analysera förhållandet mellan olika yrkesroller, könsfördelning, åldersstruktur och geografisk spridning på länsnivå.

Rapporten består av två huvudsakliga delar. Först ligger en inledning som beskriver bakgrunden till uppdraget och de metodval vi har gjort. Den andra delen består av en analys av de resultat som mätningen ger.

Metod

En viktig utgångspunkt vid utvecklingen mätmetoden var att den ska präglas av en hög reproducerbarhet. Med detta menas att det ska vara möjligt att upprepa mätningen vid ett senare tillfälle. Det centrala är därför inte att ge en hundra procentigt korrekt ögonblicksbild – utan snarare att kunna se förändringar över tid för att urskilja trender och utvecklingar inom branschen.

Det har inte varit möjligt att använda samma datakällor som används för att beskriva omsättning och export i Musiksveriges tidigare rapporter för Tillväxtverket, då dessa inte innehåller heltäckande uppgifter om sysselsättning.

En resurseffektiv metod som svarar mot kravet på reproducerbarhet är i stället att genomföra mätningen med hjälp av registerdata och att avgränsa musikbranschen enligt *Svensk näringsgrensindelning*, så kallade SNI-koder.

Mätningar av musikbranschen med hjälp av SNI-koder har gjorts tidigare³ – men vilka koder, och hur stor andel av dessa, som använts för att definiera musikbranschen har varierat. Valet av vilka koder som ingår i denna rapport har gjorts efter diskussioner mellan Volante och

¹ Tillväxtverket (2012), "Musikbranschen i siffror: statistik för 2010".

² Tillväxtverket (2013), "Musikbranschen i siffror: statistik för 2011".

³ Exempelvis Engström och Hallencreutz (2003) "Från A-dur till bokslut" och den rapport från Rock City för KK-stiftelsen som låg till grund för statistiken i Nielsén (2006) "FUNK – en tillväxtmodell för upplevelseindustrin".

Musiksverige. Registerdata för valda koder har därefter levererats av *Statistiska centralbyrån* (SCB). Statistiken från SCB:s sysselsättningsregister släpar dock efter något, vilket innebär att siffrorna i denna rapport gäller för år 2011.

Vidare har det inte varit möjligt att använda dessa koder i sin helhet då koderna inte enbart speglar yrken som hör till musikbranschen – till exempel inkluderar en del koder både musik och teater. För ett effektivt sätt att uppskatta hur stor andel inom koderna som är musikrelaterade har vi använt oss av databasen *Affärsdata* som bygger på bolagens årsredovisningar. Med hjälp av *Affärsdata* har vi inom varje SNI-kod sökt på relevanta sökord i företagens bolagsordning. Sökorden har i detta fall varit ”*musik*” och ”*konsert*”. Med utgångspunkt utifrån denna sökning har vi avgjort hur stor andel av det totala antalet företag inom en SNI-kod som är musikbranschrelaterade.

Med hjälp av andelarna har vi utifrån uppgifterna från SCB kunnat beräkna antalet sysselsatta inom musikbranschen uppdelat på kön och ålder, samt ta fram antal anställda respektive enmansföretagare.

När det gäller nedbrytningar av statistiken för könsfördelning och ålder vill vi poängtera att fördelningen gäller för hela delen av SNI-koderna. Det har inte varit möjligt att kvalitativt granska hur den del av koderna som utgör musikbranschen skiljer sig från den resterande delen inom samma SNI-koder.⁴

För att ytterligare fördjupa analysen av statistiken har musikbranschen i rapporten också delats in i tre kategorier; *musikskapare*, *musikindustri* och *handel*. Tidigare undersökningar har ofta använt sig av en mer linjär produktionskedja i form av *produktion–support–distribution*. Vår uppdelning har sin grund i flera orsaker. En är de senaste åren stora förändringar i musikbranschen, vilka bland annat förändrat distributionen och gjort det svårare att tala om en linjär process på samma sätt. Dessutom stämmer vår indelning bättre in i annan kulturekonomisk forskning.⁵ Namnen på kategorierna ska ses som etiketter snarare än som vattentäta skott mellan yrkeskategorier. Givetvis existerar ett samspel mellan kategorierna och aktörer inom kategorin *musikindustri* är delaktiga i skapandet av musik.

Vissa saker bör hållas i åtanke. Det första är att statistiken som levereras av SCB inte är helt tillförlitlig på länsnivå. På grund av sekretess så

⁴ Detta innebär att det kan förekomma en viss under- eller överskattning av hur köns- och åldersfördelningen ser ut i ”verkligheten” inom musikbranschen. Med detta sagt så ger detta ändå en indikation som är möjlig att följa över tid för att studera om det sker en förändring.

⁵ Särskilt den cirkelmodell som används inom kulturekonomin. Se till exempel David Throsbys *concentric circles model*.

utesluts anställda i en del mindre företag, något som gör att ett visst bortfall uppkommer. Totalsumman för hela landet bedömer vi dock som tillförlitlig. Det andra är att det i Affärsdata finns en inte helt oansenlig andel företag som antingen saknar en komplett bolagsordning eller som saknar bolagsordning helt och hållet. De som helt saknar bolagsordning har vi uteslutit vid beräkning av andel, men att vissa saknar en komplett bolagsordning kan medföra att vissa musikbranschrelaterade företag inte fångats in då relevanta sökord har försvunnit och därmed inte varit sökbara. Det finns dock andra faktorer som innebär att vi snarare räknat för högt i vissa lägen. På det hela taget bedömer vi att de variationer som finns befinner sig på marginalen och tar ut varandra. Framför allt är de rimliga till förmån för att upprätthålla en hög reproducerbarhet.

Avslutningsvis vill vi förtydliga att siffran i första hand inte bör användas för att jämföra musikbranschen med andra branscher – utan för att se förändringar inom musikbranschen över tid.

Sysselsättning

Antalet sysselsatta inom musikbranschen i åldern 16-64 år var 8 778 personer år 2011. Med sysselsatta menar vi både anställda och enmansföretagare.⁶ Nästan två tredjedelar, 63 procent, är anställda inom ett företag eller en organisation. Den sista tredjedelen, 37 procent, utgörs av enmansföretagare.⁷

En uppdelning utifrån yrkesroller och typ av organisationer har gjorts för att kunna jämföra mellan musikbranschens olika delar. Indelningen har skett enligt följande kategorier:

- *Musikskapare*. Artister, upphovsmän, musiker. (Exempel: Roxette Productions AB, Novemberregn AB.)
- *Musikindustri*. Skivbolag, musikförlag, artistbolag, ”royaltyinsamling”. (Exempel: Stim, Live Nation.)
- *Handel*. Skivbutik, grossist, distanshandel. (Exempel: Ginza AB.)

Fördelning av antal sysselsatta är ganska jämn mellan *musikskapare*, 46 procent, och *musikindustri*, 49 procent.⁸ Resterande 5 procent återfinns i kategorin *handel*. En slutsats vi kan dra av detta är att det går ungefär en person inom kategorin *musikindustri* på varje sysselsatt inom kategorin *musikskapare*. Sysselsättningen inom *handel* är förhållandevis liten, och eventuella variationer hos denna grupp har mycket begränsat inflytande över totalen.

På kategorinivå ser vi att inom gruppen *musikskapare* så är varannan person, 49 procent, enmansföretagare. Motsvarande siffra inom *musikindustri* är ca 30 procent. Inom *handel* är istället fler än nio av tio, 92 procent, anställda.

Det är viktigt att påpeka att det är stor skillnad på hur många som är sysselsatta i musikbranschen och som sysslar med musik, även i professionella roller. I definitionen som används i den här rapporten inkluderas till exempel inte personer inom media, utbildning, eller de

⁶ I statistiken för anställda avses inte årsverken, utan här återfinns såväl heltidstjänster som deltidsanställningar. Definitionen av en enmansföretagare är i statistiken ett aktivt företag, oavsett bolagsform, och som inte har några anställda.

⁷ Bland enmansföretagarna finns det ett flertal som kombinerar företagandet med en deltids- eller heltidsanställning, till exempel att frilansa som musiker vid sidan av en tjänst som musiklärare på kulturskolorna.

⁸ Fördelningen ska ses som ungefärlig eftersom indelningen av olika skäl inte kan betraktas som totalt tillförlitlig, bland annat är det förstas svårt att dra en distinkt gräns mellan ”musikskapare” och ”musikindustri”. Uttrycken ska dock främst ses som etiketter för olika branschfunktioner.

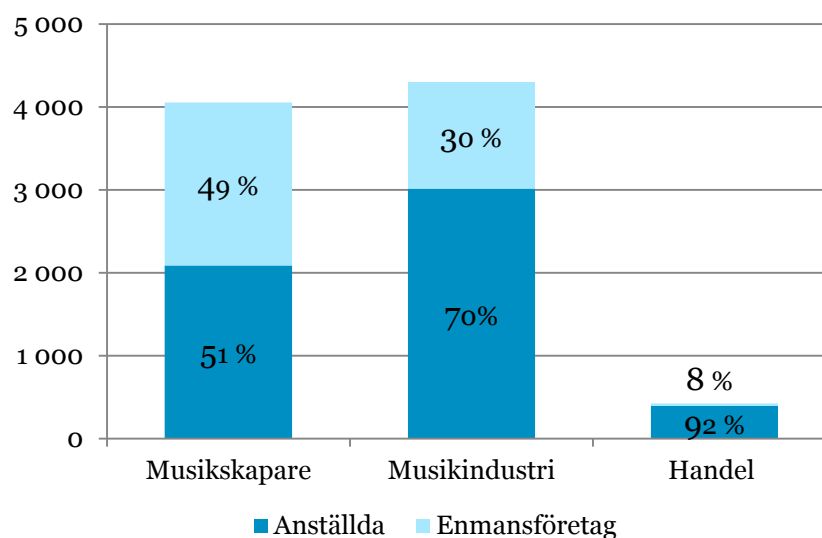
som arbetar med handel eller tillverkning av musikinstrument. Dessa personer är ändå viktiga för musikbranschen, men tillhör inte dess kärna som vi studerar i denna rapport.⁹

När det gäller musikinstrumentindustri så är 204 personer sysselsatta i Sverige och i handeln med musikinstrument är siffran 568 personer. Låt oss förtydliga att detta är personer som inte var inkluderade i siffran 8 778 sysselsatta.

Detsamma gäller musklärare. En uppskattning när det gäller utbildningssektorn är att antalet musklärare på kulturskolorna uppgår till 5 000 personer, eller ungefär 3 500 *heltider* om man slår ihop antal deltidstjänster.¹⁰ Dessa personer har ofta också en viktig funktion för den lokala amatörculturen som de inte sällan driver eller deltar i på ideell basis. Allt detta bidrar till ett musikklimat som på sikt är oerhört viktigt för framtida konstnärliga och kommersiella framgångar.

Innebär siffran som vi kommit fram till en ökning eller minskning? Då det är första gången en mätning utförs med exakt denna metod är det kan vi inte göra säkra jämförelser över tid. Det vi kan se är att denna siffra, 8 778 sysselsatta, ligger i linje med andra tidigare mätningar, även om dessa är genomförda för fem–tio år sedan.

Figur 1: Antal sysselsatta och andel anställda/enmansföretagare inom respektive branschdel, 2011.



⁹ En lämplig modell att illustrera detta kan vara en cirkelmodell där utbildning, musikinstrument och media ligger i cirklar utanför musikskapare, musikindustri och handel.

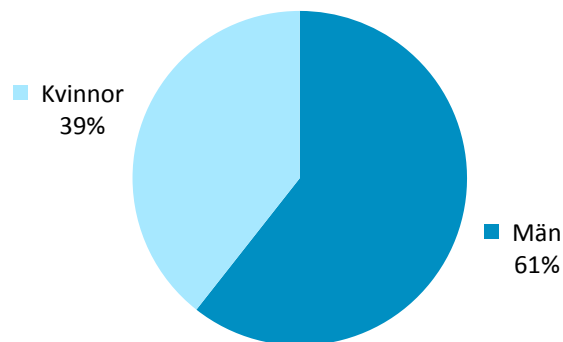
¹⁰ Uppskattningar från SMOK, Sveriges Musik- och Kulturskoleråd.

Könsfördelning

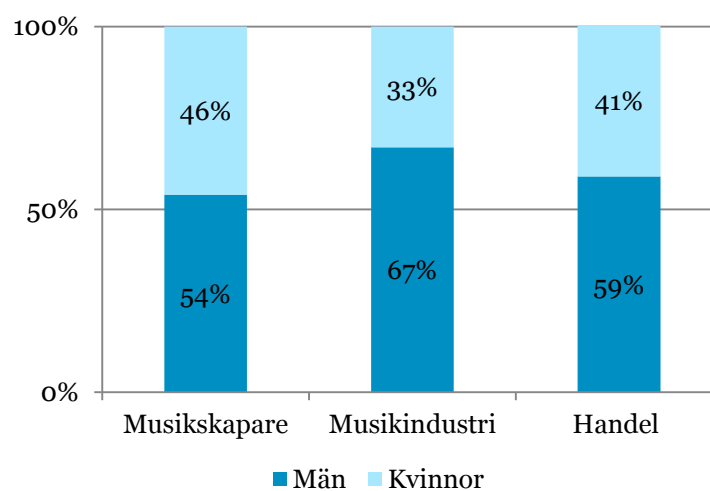
Sex av tio sysselsatta inom musikbranschen som helhet är män. I hela näringslivet är fördelningen 52 procent män och 48 procent kvinnor som är sysselsatta. Könsfördelningen i musikbranschen varierar dock beroende på vilken branschdel vi tittar på.

Inom kategorin *musikskapare* är fördelningen relativt jämn, 54 procent män mot 46 procent kvinnor. Inom kategorin *musikindustri* är däremot två tredjedelar, 67 procent, män.

Figur 2: Könsfördelning inom musikbranschen som helhet, 2011.



Figur 3: Könsfördelning inom branschdelarna, 2011.



Ser vi till personer som arbetar på beslutsfattande positioner är andelen män högre jämfört med musikbranschen totalt sett. Fördelningen på vd-nivå i musikbranschen är 82 procent män och 18 procent kvinnor. Denna bild ligger nära den för näringslivet som helhet, där 85 procent är män och 15 procent är kvinnor. Samma mönster följer även för styrelsepositioner där andelen män i musikbranschen är 66 procent och andelen kvinnor 34 procent. För näringslivet som helhet är motsvarande siffror 69 procent män och 31 procent kvinnor.

Tabell 1: Könsfördelningen på beslutsfattande positioner, jämförelse mellan musikbranschen och hela näringslivet, 2011.

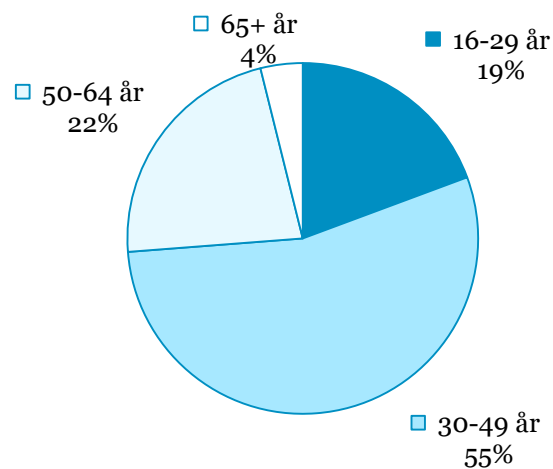
	Antal vd			Andel, procent	
	Män	Kvinnor	Totalt	Män	Kvinnor
Musikbranschen	178	40	218	82 %	18 %
Totalt	53 165	9 091	62 256	85 %	15 %

	Antal i styrelsen			Andel, procent	
	Män	Kvinnor	Totalt	Män	Kvinnor
Musikbranschen	1 507	783	2 289	66 %	34 %
Totalt	352 719	160 762	513 481	69 %	31 %

Åldersfördelning

Lite fler än hälften, 55 procent, av de sysselsatta i musikbranschen befinner sig i åldersspannet 30-49 år. Ungefär en femtedel vardera återfinns i kategorierna 16-29 år och 50-64 år. Den sista skärvan, 4 procent, av de sysselsatta är över 65 år. Åldersfördelningen inom de olika kategorierna musikskapare, musikindustri och handel är snarlika – men med en tendens till att de sysselsatta inom handeln är något yngre och musikskaparna något äldre.

Figur 4: Åldersfördelning inom musikbranschen som helhet, 2011.



Geografiska skillnader

De geografiska skillnaderna är stora. Tre fjärdedelar, 73 procent, av alla sysselsatta inom musikbranschen återfinns i de tre storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö. Bland dessa tre är Stockholms län den klara dominanten. Nästan hälften, 47 procent, av alla sysselsatta inom musikbranschen i Sverige finns i Stockholms län.

Beror detta enbart på att det faktiskt är fler som bor och arbetar i storstadsregionerna? Eftersom länen är så pass olika stora sett till befolkning och arbetsmarknad har vi även gjort en relativ jämförelse med övriga branscher. Genom att analysera ett så kallat LQ-värde (*location quotient*) för musikbranschens storlek i varje län kan vi se var i Sverige musikbranschen är koncentrerad. Ett LQ-värde över 1 innebär att musikbranschen är överrepresenterad i länet i förhållande till Sverige som helhet.

Resultatet pekar på att koncentrationen till Stockholms län inte enbart kan förklaras av att där finns flest invånare. I stället är det så att

musikbranschens *andel* av den totala sysselsättningen i huvudstadslandet är större än i alla andra län. Av de 21 länen i Sverige är det faktiskt endast Stockholms län som får ett LQ-värde över 1, hela 2,0.

Om vi istället bryter ut de olika yrkesrollerna blir bilden något mer nyanserad. Ser vi till *musikskapare* visar analysen av LQ-värdet att utöver Stockholm har även Skåne och Gotland en överrepresentation av verksamma. Värt att notera är att det är få musikskapare på Gotland totalt sett. Det vill säga att det behövs en väldigt liten förändring för att resultatet ska se annorlunda ut. Exempelvis om enstaka musikskapare flyttar till eller från Gotland så ger det utslag i resultatet. För verksamma inom *musikindustri* är det Västernorrlands län och Uppsala län som har en överrepresentation förutom Stockholm.¹¹

Detta resultat där storstäder dominerar ligger i linje med tidigare studier om musikbranschen och den kulturella och kreativa sektorn generellt, såväl i Sverige som i Europa.¹² En förklaring till detta är att dessa branscher tenderar att samlas i närheten av varandra. Eller med ekonomiska termer så agglomererar företagen och bildar kluster. Att mycket arbete inom musikbranschen drivs i projektform och att många frilansar är en bland flera förklaringar till varför det kan vara en fördel att vara nära varandra. Det innebär även att det är en fördel för frilansare att vara närmre de stora musikbolagen, som också ligger framför allt i Stockholm, för vilka frilansarna ofta fungerar som underleverantörer. Detta är givetvis ett symbiotiskt förhållande som går åt båda håll.

Vi tror att man kan lära sig något av vad som traditionellt utmärker en kreativ miljö. Det är bland annat viktigt att det finns andra som man kan lära sig av och som visar vad som är möjligt (förebilder). Likaså är det viktigt med andra som kan öppna dörrar (nätverk och kontakter) och att kapital (jobb, investeringar) finns.

Detta är faktorer som talar för storstadsregionernas fördel även framåt, och som medför utmaningar när det gäller musikklimatet i hela landet. Vi uppmanar till att denna fråga diskuteras vidare.

Att Stockholm framför allt dominerar innebär inte att övriga delar av landet saknar betydelse för musikbranschen. Det vore till exempel intressant att studera hur många av de som arbetar i huvudstadens musikindustri som kommer från andra delar av Sverige. Detsamma gäller

¹¹ Vi gissar på att resultaten för Västernorrlands län färgas av de scenkonstinstitutioner som finns där.

¹² Se exempelvis Engström och Hallencreutz (2003) "Från A-dur till bokslut", Power, D. (2011) "Priority sector report: Creative and cultural industries, European Cluster Observatory (via European Commission: Enterprise and Industry). och Volante (2013), "Kreativa krafter – Stockholm-Mälardalenregionen".

på artist- och upphovsmannasidan. Det finns förstås många exempel på "inflyttade", men också på personer som har vuxit upp i Stockholm.

Tabell 2: Sveriges 21 län sorterade efter antal sysselsatta i musikbranschen, 2011. LQ-värdet mäter sysselsättningen inom musikbranschen i förhållande till den totala sysselsättningen i länet. Ett LQ-värde över 1 indikerar en överrepresentation av anställda inom musikbranschen.

Län	Ranking musikbransch (antal sysselsatta)	Sysselsatta totalt, alla branscher	LQ
Stockholms län	1	1 045 762	2,0
Västra Götalands län	2	765 487	0,9
Skåne län	3	558 774	0,9
Uppsala län	4	164 513	0,9
Östergötlands län	5	197 628	0,6
Örebro län	6	130 709	0,7
Dalarnas län	7	129 509	0,7
Västernorrlands län	8	112 598	0,7
Västerbottens län	9	125 887	0,6
Hallands län	10	148 447	0,5
Värmlands län	11	123 919	0,6
Gävleborgs län	12	127 187	0,5
Västmanlands län	13	116 876	0,5
Södermanlands län	14	124 012	0,5
Norrbottnens län	15	119 131	0,5
Jönköpings län	16	166 808	0,3
Kalmar län	17	109 866	0,5
Kronobergs län	18	89 926	0,5
Jämtlands län	19	61 518	0,5
Blekinge län	20	68 863	0,4
Gotlands län	21	27 951	0,9

Tabell 3: Analys av kluster av musikskapare, 2011. Sorterat efter LQ-värde för yrkesrollen musikskapare.

Län	LQ Totalt	Musikskapare	LQ Musikskapare
Stockholms län	2,0	1 753	1,9
Skåne län	0,9	608	1,2
Gotlands län	0,9	28	1,1
Västra Götalands län	0,9	593	0,9
Jämtlands län	0,5	45	0,8
Kronobergs län	0,5	65	0,8
Norrbottnens län	0,5	79	0,7
Uppsala län	0,9	107	0,7
Västerbottens län	0,6	78	0,7
Kalmar län	0,5	66	0,7
Västmanlands län	0,5	69	0,7
Dalarnas län	0,7	70	0,6
Gävleborgs län	0,5	66	0,6
Örebro län	0,7	65	0,6
Östergötlands län	0,6	94	0,5
Hallands län	0,5	70	0,5
Södermanlands län	0,5	53	0,5
Värmlands län	0,6	50	0,5
Jönköpings län	0,3	43	0,3
Västernorrlands län	0,7	28	0,3
Blekinge län	0,4	17	0,3

Tabell 4: Analys av kluster av musikindustri, 2011. Sorterat efter LQ-värde för yrkesrollen musikindustri.

Län	LQ Totalt	Musikindustri	LQ Musikindustri
Stockholms län	2,0	2 117	2,1
Västernorrlands län	0,7	128	1,2
Uppsala län	0,9	167	1,1
Örebro län	0,7	107	0,9
Västra Götalands län	0,9	593	0,8
Värmlands län	0,6	94	0,8
Dalarnas län	0,7	97	0,8
Gotlands län	0,9	20	0,8
Östergötlands län	0,6	138	0,7
Skåne län	0,9	311	0,6
Västerbottens län	0,6	67	0,6
Södermanlands län	0,5	65	0,6
Hallands län	0,5	73	0,5
Blekinge län	0,4	31	0,5
Västmanlands län	0,5	52	0,5
Gävleborgs län	0,5	56	0,5
Jönköpings län	0,3	63	0,4
Kalmar län	0,5	32	0,3
Norrbottnens län	0,5	28	0,2
Kronobergs län	0,5	20	0,2
Jämtlands län	0,5	13	0,2

Tabell 5: Länets andel av musikbranschen jämfört med andel av befolkningen, 2011.

Län	Andel av musikbranschen	Andel av befolkningen
Blekinge län	0,6 %	1,6 %
Dalarnas län	1,9 %	2,9 %
Gotlands län	0,5 %	0,6 %
Gävleborgs län	1,4 %	2,9 %
Hallands län	1,7 %	3,2 %
Jämtlands län	0,7 %	1,3 %
Jönköpings län	1,2 %	3,5 %
Kalmar län	1,1 %	2,4 %
Kronobergs län	1,1 %	1,9 %
Norrbottnens län	1,2 %	2,6 %
Skåne län	11,1 %	13,2 %
Stockholms län	47,0 %	22,3 %
Södermanlands län	1,3 %	2,9 %
Uppsala län	3,3 %	3,6 %
Värmlands län	1,6 %	2,9 %
Västerbottens län	1,7 %	2,7 %
Västernorrlands län	1,8 %	2,5 %
Västmanlands län	1,3 %	2,7 %
Västra Götalands län	14,7 %	16,7 %
Örebro län	2,1 %	3,0 %
Östergötlands län	2,7 %	4,5 %

Appendix: branschkoder

Följande SNI-koder baseras sysselsättningsstatistiken på.

SNI 46433 - Partihandel med inspelade band och skivor för musik och bild

Verksamheter: Cd-skivor, grammofonskivor – partihandel
Exempel på företag: Universal Music AB, Musikservice Sweden AB, Dicientia AB, Warner Music
Andel: 42%

SNI 47630 - Specialiserad butikshandel med inspelade och oinspelade skivor för musik och bild

Verksamheter: Cd-skivor, grammofonskivor - detaljhandel
Exempel på företag: Bengans Skivbutik AB, Nostalgipalatset AB, Pet sounds AB
Andel: 26%

SNI 47913 - Postorderhandel och detaljhandel på Internet med böcker och andra mediavaror

Verksamheter: Cd-skivor, grammofonskivor – postorder
Exempel på företag: Ginza AB, CDON AB
Andel: 10%

SNI 58190 - Annan förlagsverksamhet

Verksamheter: Musikförlag
Exempel på företag: Export Music Sweden AB, Jimmy Fun AB
Andel: 21%

SNI 59200 - Ljudinspelning och fonogramutgivning

Verksamheter: Skivbolag, musikförlag, artistbolag, intäkter av royalty
Exempel på företag: STIM, Avicii Music AB, Universal Music Publishing AB, BMG Chrysalis AB
Andel: 100%

SNI 90010 - Artistisk verksamhet

Verksamheter: Enskilda musikbolag, kompositörer, upphovsmän, artister.
Exempel på företag: Musik i Syd AB, No Fun AB, Dimberg Management AB, GML Production AB (Laleh)
Andel: 40%

SNI 90020 - Stödtjänster till artistisk verksamhet

Verksamheter: Konsertproduktion, musikarrangörer, musikproducenter, ljudtekniker

Exempel på företag: Lugerinc. AB, Live Nation Sweden AB, Blixten & Co AB, Göteborgs Symfoniker AB, ICE AB, Martin Sandberg Production AB, Peace & Love AB, Axwell Music AB

Andel: 48%

SNI 90030 - Litterärt och konstnärligt skapande

Verksamheter: Kompositörer, tonsättare, låtskrivare, textförfattare

Exempel på företag: Roxette Productions AB, Tre Vänner AB, Novemberregn AB (Lars W)

Andel: 15%

SNI 90040 - Drift av teatrar, konserthus o.d.

Verksamheter: Konserthus, operahus

Exempel på företag: Malmö Opera och Musikteater AB, Helsingborgs Symfoniorkester och Konserthus AB.

Andel: 18%

VOLANTE
RESEARCH

