

Kortversion av rapport: **Musik i butik** **En studie av hur musik påverkar handelsanställdas arbetsmiljö**

Musik som spelas i butiker påverkar både anställda och kunder. Men branschen har stora utmaningar när det gäller att hantera musiken professionellt. Om man jobbar med varumärket, ordnar musikavtal och involverar de anställda kan man sannolikt förbättra både arbetsmiljön och öka försäljningen.

Rapporten *Musik i butik, En studie av hur musik påverkar handelsanställdas arbetsmiljö*, visar att medvetenheten bland företag om musikens betydelse i butiksmiljö är låg och att musik sällan används på ett genomtänkt sätt. Rapporten bygger delvis på en enkät, besvarad av drygt 2 000 anställda, med ingående frågor om hur de ställer sig till att det spelas musik i butiken, både under julen och resten av året.

Det finns ett starkt vetenskapligt stöd för att bakgrundsmusik kan öka försäljningen i jämförelse med att inte ha någon musik alls. Ändå visar rapporten att få detaljhandelsföretag verkar ha satsat på att involvera musiken i sitt varumärke och låtit de anställda varit delaktiga i detta.

45 procent gillar musiken

Resultatet visar att en stor grupp anställda, 45 procent, tycker att musiken som spelas på deras arbetsplatser är positiv för arbetsmiljön. En ganska stor grupp, 24 procent, tycker att musik är negativt. Resten är varken positivt eller negativt inställda.

Få av de anställda har fått information eller utbildning om musiken på sin arbetsplats. Men bland dem som har fått någon slags information eller utbildning är det fler som är positiva till musiken. Mest positiva, 62 procent, är de som har fått fortbildning om musikens roll för butikens varumärke.

Undersökningen visar också att i gruppen anställda som själva får välja musiken tycker 64 procent att den är positiv för arbetsmiljön.

Musikavtal är bra att ha

När butiken har musikavtal, med organisationerna Sami och Stim som har upphovsrätt för musik, har företaget tillgång till professionellt framställd musik och kan välja ur ett brett sortiment. Fler anställda i sådana butiker tycker att musiken är positiv för arbetsmiljön än anställda i butiker utan avtal. En orsak till detta kan vara att kvaliteten på musiken upplevs bättre och att det finns möjlighet till variation.



Företag som istället använder sig av friköpt musik har oftast tillgång till musikslingsor eller musik som inte varierar och som inte skulle kunna bli utgiven på ett professionellt bolag. Denna slags musik upplevs som betydligt sämre, vilket också illustreras av de många fria kommentarer som lämnats i undersökningen.

Anställda som tycker att musik är positiv för arbetsmiljön tycker i mycket hög grad att den även är positiv för kundrelationen. Hela 80 procent av dessa anställda anser att musiken är bra för kundrelationen och sannolikt även för försäljningen.

Julmusiken kan vara jobbig

Julmusiken har ett eget kapitel i rapporten. Upplevs den som särskilt jobbig för de anställda, värre än musiken under övriga året? Ja, en tredjedel tycker att julmusiken är särskilt jobbig, men majoriteten håller inte med om det. I kommentarer tas till och med motsatsen upp: när samma musik spelas om och om igen under resten av året kan julmusiken istället bli ett välkommet avbrott, som spelas under en kortare avgränsad period.

Sammanfattningsvis konstaterar rapporten att julmusiken tycks ha en viss negativ inverkan på arbetsmiljön, men att den är betydligt mindre än vad som förväntades.

Där musiken saknas, saknar man musiken

I en tredjedel av alla butiker spelas inte någon musik alls. Vanligast är detta i dagligvaruhandeln. De anställda som svarade att de jobbade i såna butiker vill gärna ha musik på arbetsplatserna. Hela 71 procent svarade att de skulle önska att det spelades musik i butiken där de jobbar.

Slutsatser

I rapporten dras slutsatsen att det finns mycket att göra för branschen när det gäller att hantera musiken professionellt, för att stärka varumärket, för att öka försäljningen och med att involvera företagets viktigaste tillgång, nämligen de anställda. Gruppen anställda som upplever att musiken är positiv för arbetsmiljön är större än gruppen som är negativ. Den skulle kunna bli ännu större om man drar lärdom av resultatet när det gäller musikavtal och positiv inställning till musik.

Men musik är ändå en viktig arbetsmiljöfråga som förtjänar uppmärksamhet på samma sätt som andra arbetsmiljöproblem. Förekomsten av musik och inställningen till den bör ingå i det systematiska arbetsmiljöarbetet alla företag enligt lag är skyldiga att göra.

Det borde gå att hitta former där ett bra utfört varumärkesarbete med delaktighet kan leda fram till en musikstrategi där anställda kan få vara med och bestämma över musiken som spelas. Detta skulle sannolikt leda till såväl en bättre arbetsmiljö som en mer motiverad personal, konstaterar rapportförfattaren.

