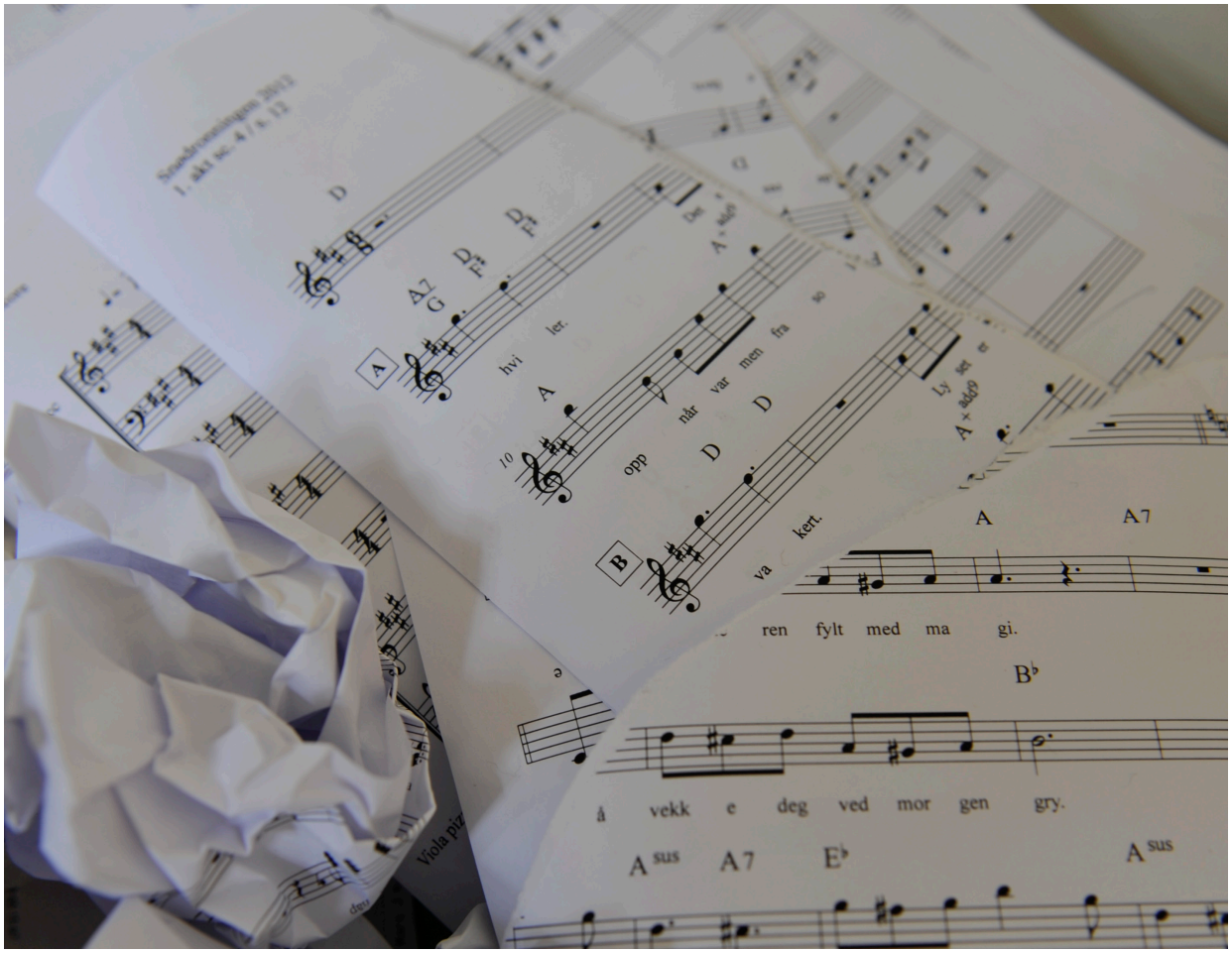
Kultur Kroner Kreativitet

Kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning i Bergen og Hordaland



Malin Dahle
Jostein Ryssevik
Asle Høgestøl
Simon Musgrave

rapport 3/2013 ideas2evidence

Business Region Bergen
BERGEN NÆRINGSRÅD
KULTUR VEST AS
BERGEN Bergen Reiselivslag
REGION BERGEN

JOSTEIN RYSSEVIK
MALIN DAHLE
ASLE HØGESTØL
SIMON MUSGRAVE

Kultur
Kroner
Kreativitet

Kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning i Bergen og Hordaland

Ideas2evidence-rapport 3/2013

Gjennomført på oppdrag fra Bergen Næringsråd, Business Region Bergen, Kultur Vest og Bergen Reiselivslag

© ideas2evidence 2013
Ideas2evidence
Villaveien 5
5007 Bergen
Tlf.: 918 171 97
e-post: post@ideas2evidence.com

Andre utgave
Bergen, februar 2013

ISBN: 978-82-93181-11-8 (trykt)
ISBN: 978-82-93181-12-5 (nett)

Oppdragsgivernes forord

Kunst og kultur er en viktig del av samfunnet og det utføres jevnlig en rekke analyser på feltet. Initiativtakerne til denne analysen har ønsket å kartlegge de økonomiske størrelser i sektoren, ringvirkninger for andre sektorer og sektorens betydning for regional samfunns- og næringsutvikling.

Vi er kjent med at det foregår en kontinuerlig diskusjon om økonomiske effektanalyser hører hjemme i kunst- og kultursektoren. Diskusjonen foregår både nasjonalt og internasjonalt med stort engasjement. Et hovedargument mot slike analyser er at sektorens legitimerende begrunnelser bør konsentrere seg om kulturens egenverdi.

De institusjoner som står bak denne analysen erkjenner selvsagt at kunst og kultur har en overordnet betydning og representerer verdier langs andre dimensjoner enn den økonomiske. I den politiske og offentlige debatt pågår det imidlertid en kontinuerlig kamp om oppmerksomhet. Kunst- og kultursektoren har en helt legitim interesse av å delta i denne kampen. Ringvirkningsanalyser kan være et supplerende virkemiddel i denne sammenheng. Som en viktig samfunnssektor er det naturlig at kunst- og kulturaktørene ønsker å synliggjøre også sitt økonomiske fotavtrykk. Foreliggende analyse er et innspill i denne del av sektorens regionale og lokale betydning.

Kultur Vest AS

Business Region Bergen

Bergen Næringsråd

Bergen Reiselivslag

Forord

Denne rapporten bygger på en studie av kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning for Bergen og Hordaland gjennomført av ideas2evidence på oppdrag fra Kultur Vest, Business Region Bergen, Bergen Næringsråd og Bergen Reiselivslag. Prosjektet er støttet av Hordaland fylkeskommune, Bergen kommune, Bergen Live og Visjon Vest.

Formålet med arbeidet har vært å beskrive kunst- og kultursektorens omfang og sammensetning, å tallfeste de økonomiske ringvirkningene av sektorens aktiviteter og å belyse de videre og mer langsiktige effektene av kulturlivet i regionen.

Studien bygger på et omfattende datamateriale hentet fra offentlige registre så vel som data samlet inn spesielt for dette arbeidet. Vi vil rette en takk til alle som har brukt av sin tid til å svare på spørreskjema og grave fram alle de opplysninger vi har hatt bruk for.

Rapporten er utarbeidet av Jostein Ryssevik, Malin Dahle og Asle Høgestøl ved ideas2evidence. Til de økonomiske ringvirkningsanalysene har vi hatt god hjelp fra vår engelske samarbeidspartner Simon Musgrave fra Musgrave Analytics.

Ideas2evidence

Bergen, Februar 2013

Innholdsfortegnelse

Kapittel 1: Bakgrunn og oppsummering 7

Kapittel 2: Kulturfylket Hordaland 15

Kapittel 3: Publikums forbruk 33

Kapittel 4: Økonomiske ringvirkninger av kunst og kultursektoren 53

Kapittel 5: Kultur og regional utvikling 63

Kapittel 6: Teoretisk grunnlag 83

Vedlegg 1: Data og beregninger 99

Vedlegg 2: Litteraturliste 105

Kapittel 1:

Bakgrunn og oppsummering

Denne rapporten bygger på en studie gjennomført av ideas2evidence på oppdrag fra Kultur Vest, Business Region Bergen, Bergen Næringsråd og Bergen Reiselivslag. Prosjektet er støttet av Hordaland fylkeskommune, Bergen kommune, Bergen Live og Visjon Vest. Studien har til hensikt å kartlegge kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning i Hordaland.

De fleste kan enes om at kunst og kultur har en betydning for oss som enkeltmennesker som ikke kan måles i kroner og øre. Vurderinger av kunstens estetiske egenverdi er imidlertid utenfor rammene av denne studien. Vi ønsker ikke å utfordre denne posisjonen, men vise at kunst og kultur også har en merverdi for samfunnet som går utover det rent estetiske. Kultursektoren er en økonomisk aktør som skaper arbeidsplasser, skatteinntekter og etterspørsel for andre aktører. Studien er et forsøk på å tallfeste denne merverdien. At kultur kan ha en videre samfunnsmessig verdi må også anerkjennes. Vi ser derfor også nærmere på sammenhengen mellom kultur og mindre målbare størrelser som regional utvikling, bolyst og stedsidentitet.

Til sammen finner vi at kultursektoren i Hordaland genererer økonomiske ringvirkninger på nær 2,4 milliarder kroner. Det tilsvarer 1,3 prosent av den samlede verdiskapingen i fylket (i følge SSBs fylkesfordelte nasjonalregnskap). Kultursektoren i Bergen står for mesteparten av ringvirkningene, beregnet til drøye 2 milliarder kroner. Sektorens skatteinntekter er beregnet til 1,07 milliarder i Hordaland. Til sammenligning mottok kunst- og kulturvirksomhetene i Hordaland 970 millioner kroner i offentlig støtte i 2011.

Bakgrunn

Idéen om at kultur har en verdi utover seg selv har fått sterkere fotfeste de senere årene. Ikke bare har man vært opptatt av å dokumentere sektorens økonomiske betydning, det har også vokst frem teorier som fremhever kulturens betydning for samfunnsutvikling lokalt og regionalt. Richard Floridas arbeider om den kreative klassen står i en særstilling i så måte. I kjølvannet har det kommet en rekke studier som har tatt sikte på å bekrefte – eller avkrefte – hypotesen om at kultur bidrar til regional utvikling gjennom økt bolyst, økt tilflytting og økt turisme. Også her i Norge har disse idéene blitt omfavnet, ikke minst på politisk hold. Både i Stortingsmelding nr. 22 (2004-2005) og Regionalt

utviklingsprogram for Hordaland 2012 vektlegges kultur og kulturbaserte næringer som en viktig drivkraft for lokal og regional utvikling.

Mens kulturens betydning for samfunnsutviklingen kan være vanskelig å måle, kan de økonomiske sidene ved kulturaktiviteter synes mer håndgripelige og lettere å tallfeste. Gjennom årene er det gjort mange forsøk på å estimere den økonomiske betydningen av kultur, ved bruk av såkalte ringvirkningsanalyser. Dette handler kort fortalt om å tallfeste kultursektorens virkninger for verdiskaping, næringsgrunnlag og sysselsetting. Tradisjonelt har slike analyser blitt mye brukt i studier av reiselivssektoren, for å kartlegge virkningene av en bestemt turistattraksjon, eller av økt turisme i et område generelt. Siden mange turistattraksjoner også kan sees som et kulturgode, har denne analysemodellen etter hvert blitt mye brukt også på kulturfeltet (Ringstad, 2005). Ideen er at kultursektoren, i likhet med reiselivssektoren, genererer inntekter ikke bare for seg selv, men for annen næringsvirksomhet ved å trekke publikum til et område. En ringvirkningsstudie tar blant annet sikte på å tallfeste disse publikumsskapte virkningene. Her hjemme har de fleste ringvirkningsstudiene på kulturfeltet vært knyttet til enkeltarrangement. Noen eksempler er Østlandsforsknings studie av kulturfestivaler på Lillehammer (2002) og Agderforsknings studie av festivaler i Arendal (2009). Vi har imidlertid ikke lyktes med å finne noen studier som måler ringvirkningene av kunst- og kultursektoren som helhet, slik vi gjør i denne studien.

Tradisjonelle ringvirkningsanalyser av kulturfeltet har ofte vært forbundet med en viss kontrovers. Det skyldes delvis de metodiske utfordringene ved å gjennomføre denne typen analyser, delvis at det kan være knyttet politiske og økonomiske interesser til en slik studie. Siden ringvirkningsstudier er komplekse og sjelden kan gi nøyaktige svar, har enkelte stilt seg kritisk til at denne typen studier ofte brukes for å rettferdiggjøre (økt) offentlig satsing på et felt. Metodiske fallgruver åpner for at det tas snarveier som gir mulighet til å overdrive kulturens økonomiske betydning. At slike forsøk har blitt avdekket, har ikke gjort kritikken mot feltet mindre.

Også her hjemme har denne typen studier av kulturfeltet blitt møtt med kritikk, delvis av ovennevnte grunner. Flere studier får kritikk for å være for «enkle», og resultatene dermed for unøyaktige. Professor i kulturforståelse og kulturpolitikk ved BI, Anne-Britt Gran, er blant dem som påpeker dette i en artikkel på nettstedet Ballade.no.[1]

Hun får støtte fra forsker Knut Vareide ved Telemarksforsking. Han hevdet i en kronikk på samme nettsted at ringvirkningsanalyser er et «blindspor for kultursektoren»[2]. I stedet for å bruke store midler på å dokumentere bivirkninger av kulturaktiviteten, bør sektoren konsentrere seg om hovedoppgaven: å øke kulturens egenverdi. Han peker på at ringvirkninger ikke er begrenset til kultursektoren, men at «omtrent all virksomhet har ringvirkninger». Han skriver videre at «for at ringvirkninger for et kulturarrangement skal brukes som et argument for økonomisk sponsing fra kommune eller øvrig næringsliv, må en vurdere ringvirkningene til arrangementet mot ringvirkningene til alle andre mulige tiltak». Vareide stiller spørsmål ved mangelen på kritisk forskning på kultur, og hevder at feltet selv bare ønsker forskning som støtter opp under antagelsen om kulturens positive bivirkninger, det være seg i form av økt økonomisk verdiskaping, økt stedsattraktivitet eller økt tilflytting. Vareide og Telemarksforsking tok derfor selv initiativet til en

[1] http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2012062612514647400778
[2] http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2012062509420362213321

studie om kulturens betydning for stedsattraktivitet. Her konkluderer de blant annet med at det ikke er grunnlag for å hevde at kultur øker bostedsattraktiviteten.

Vareide peker på viktige poenger, og en del av kritikken som er kommet mot bruk av ringvirkningsstudier for å rettferdiggjøre støtte til kulturaktiviteter, er i høyeste grad legitim. Det gjelder blant annet metodekritikken mange slike studier har møtt. Men at forskning er forbundet med metodiske utfordringer, kan ikke være et argument for mindre forskning. Snarere er det etter vårt syn et argument for *mer og bedre* forskning. Likeledes betyr ikke mangelen på nøyaktige svar at analyser på virkninger av kultur er unyttige. Det er naturlig at kultursektoren, i likhet med andre viktige samfunnsområder, ønsker å synliggjøre sitt eget «økonomiske avtrykk», som Daniel Nordgård formulerer det i en oppfølging til debatten etter Vareides kronikk på Ballade.no. Nordgård, som er stipendiat ved Institutt for musikk, Universitetet i Agder, etterlyser mer og ikke mindre forskning.

At kultursektoren har «skjulte motiver» og unndrar seg kritisk forskning er etter vår mening en urimelig kritikk. Næringsaktører konkurrerer hele tiden om myndighetenes oppmerksomhet, enten det er for å oppnå bedre rammebetingelser, økonomisk støtte eller andre offentlige goder. At kultursektoren deltar i denne konkurransen må sees som naturlig og legitimt.

Selv om kultur først og fremst bør vurderes ut fra sin egenverdi, er ikke det et argument for å avvise eventuelle andre positive «bieffekter» av kultur. Å hevde at kultur spiller andre roller enn den rent estetiske er dessuten ikke noe nytt, noe blant annet BI-professor Anne-Britt Gran også påpeker: «Kulturen har alltid spilt andre roller enn den rent estetiske - kulturens egenverdi - og i dag er noen av de rollene verdiskapning, steds- og byutvikling og identitetsskaping for store og små. At vi forskere har problemer med å måle eksakt kulturens merverdi, betyr jo ikke at den ikke finnes»[3].

Avgrensing av sektoren

Vi har i denne studien avgrenset kunst- og kultursektoren til å gjelde «all profesjonell utøvende og skapende kunstnerisk virksomhet for et publikum og de scener, arenaer og støttefunksjoner som er på plass for å tilrettelegge for, og fremme, denne virksomheten».

Kjernevirksomheten som denne definisjonen setter søkelyset på, er utøvende og skapende kunstnerisk eller kulturell virksomhet som primært er rettet mot et publikum. Dette inkluderer:

- alle former for teater, opera, dans, revy o.l. hvor direkte formidling til et publikum er den primære formidlingsformen
- alle former for musikk, hvor direkte formidling til et publikum er en blant flere formidlingskanaler
- alle former for bildende kunst, hvor produktet møter publikum via gallerier, utstillinger e.l.
- film, hvor kinovisning lever side om side med andre visningskanaler, bl.a. DVD, streaming og TV
- forfattervirksomhet, hvor produktet primært formidles via skriftlige medier og bare unntaksvis via en arena
- kulturarv

[3] http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art20120626125146474007 78

Kravet om publikumsretting avgrenser definisjonen mot skapende virksomhet som i hovedsak er rettet mot andre bedrifter og som har som mål å gjøre et annet produkt mer attraktivt. Dette gjelder blant annet design, arkitektur og reklamevirksomhet. Her er kjøperne av det kunstneriske uttrykket ikke publikum, men en kommersiell aktør som primært er opptatt av å selge en annen vare.

Kravet om at produktet som formidles skal ha et kunstnerisk eller kulturelt innhold, vil også trekke grenser innenfor hver av kunstformene som er nevnt ovenfor. Når det gjelder forfattervirksomhet vil for eksempel både nyhetsformidling og opplysningsvirksomhet holdes utenfor. Det er primært de skjønnlitterære sjangerne som er relevante. Tilsvarende vil vi innenfor film være opptatt av fiksjon, ikke dokumentar, opplysningsfilm eller reklamefilm. Dette kravet vil også ekskludere tradisjonelle og nyere medier, bl.a. aviser, TV og radio og nettbaserte medier. Selv om alle disse mediene også formidler kunst- og kultur, er det bare unntaksvis at dette er den primære oppgaven til disse virksomhetene.

I tillegg til kjernevirksomhetene inkluderer definisjonen også scener, arenaer og støttefunksjoner som er på plass for å tilrettelegge for, eller fremme, den skapende og utøvende kunstneriske virksomheten. Fordi verdikjedene er svært ulike mellom de forskjellige kunst- og kultursjangrene, har vi foretatt en grundig analyse av hver enkelt sjanger for å avgjøre hvilke tilhørende virksomheter som skal tas med. Vi har benyttet følgende hovedprinsipper:

- Virksomheter som driver opplæring og utdanning på kunst- og kulturfeltet er inkludert. Dette gjelder også kommunale kulturskoler.
- Alle arenaer og scener hvor primæroppgaven er å formidle kunst- og kultur er inkludert. Dette inkluderer alle teater- og konsertscener, samt galleriene, museene, bibliotekene og kinoen. Festivaler med et kunstnerisk eller kulturelt innhold er også inkludert i denne kategorien. Serveringssteder som mer unntaksvis formidler musikk eller andre kunstformer, er derimot ikke tatt med.
- Alle støttefunksjoner som er opprettet for å legge til rette for eller fremme kunstnerisk eller kulturell virksomhet, er inkludert. Dette gjelder blant annet arrangør-, agent-, management- og impresariovirksomhet. Det vil også gjelde virksomheter som leverer utstyr og spesialtjenester til selve arrangementene, f.eks. lyd-, lys- og sceneutstyr, rigging, turnéservice o.l.
- Alle virksomheter som er direkte involvert i produksjonen av det kunstneriske innholdet er inkludert. Dette vil for eksempel gjelde filmproduksjonsselskapene, plateselskapene og forlagene.
- Vi har ikke inkludert distribusjon og salg av kunstneriske- og kulturelle produkter som ikke konsumeres i sanntid. Det vil si at bokhandlere, kunstbutikker og plate- og videobutikker er ekskludert.

Definisjonen krever også at den kulturelle eller kunstneriske virksomheten skal være profesjonell. I dette ligger ikke en vurdering av kvaliteten på den kunstneriske produksjonen, men om aktøren lever av virksomheten eller ikke. Denne definisjonen har vært en utfordring i prosjektet, ettersom vi ikke har hatt anledning eller mulighet til å kontrollere alle foretak på kulturfeltet for å se hvorvidt det handler om en primærvirksomhet eller en bigeskjeft.

Vi har tatt utgangspunkt i de enkelte foretakenes selskapsform. Aksjeselskap og lignende må naturlig regnes som en profesjonell aktør. Derimot har vi ekskludert foretak som er registrert som forening, lag eller innretning. Slik har vi unngått å inkludere skolekorps, musikklag og andre kulturuttrykk som er drevet av ikke-profesjonelle. Det har imidlertid vært nødvendig å gjøre enkelte kvalitative vurderinger for å inkludere kulturaktører med et profesjonelt preg som er registrert med en slik selskapsform. Eksempler på dette er Nattjazz og Borealisfestivalen.

Prinsippet om profesjonalitet har vært særlig vanskelig å operasjonalisere for virksomheter organisert som enkeltpersonforetak. Dette fordi vi for disse virksomhetene har manglet informasjon om hvor stor inntekt virksomheten genererer (er den tilstrekkelig til å bli ansett som primærvirksomhet?). Vi har valgt å inkludere alle enkeltmannsforetak ut fra en forutsetning om at kanalisering av inntekter gjennom et foretak innebærer en viss grad av profesjonalitet.

Vår definisjon av kunst- og kultursektoren skiller seg fra andre avgrensninger av kulturfeltet, f.eks. begrepet kulturnæring slik det først ble definert av Østlandsforskning i rapporten «Kartlegging av kulturnæringer i Norge – økonomisk betydning, vekst- og utviklingspotensial» (Østlandsforskning 2004).[4] Denne definisjonen har dannet mal for mye av forskningen på dette området i Norge. Den innebærer imidlertid en videre avgrensing av kunst- og kultursektoren enn det vi opererer med i vår studie. Mens begrepet kulturnæring omfatter hele verdikjeden, fra produksjon og infrastruktur til distribusjon og salg av kulturelle produkter, er vår definisjon begrenset til produksjon og infrastruktur. I vedlegg 1 har vi beskrevet i mer detalj hvordan vi har gått fram for å avgrense sektoren.

Datakilder

Studien er hovedsakelig basert på tre datakilder:

1) En spørreundersøkelse blant 1 426 publikummere på til sammen 27 kulturarrangement. Arrangementene er strategisk valgt for å sikre en viss representativitet i utvalget. Vi har lagt vekt på å sikre sjangermessig og geografisk spredning, samt en noenlunde jevn fordeling mellom «rutinekulturen» og mer temporære kulturarrangementer, som festivaler.

2) Regnskapsdata fra Brønnøysundregisterets Enhetsregister via foretaksdatabasen RavnInfo, samt data fra SSB KOSTRA (kommune-stat-rapportering).

3) En spørreundersøkelse rettet mot samtlige virksomheter i kunst- og kultursektoren, slik vi har definert denne. Hensikten var først og fremst å hente inn supplerende regnskapsdata, men vi stilte også spørsmål om virksomhetens syn på forholdet mellom kunst- og kultursektoren og næringslivet. Undersøkelsen gikk ut til totalt 1 015 virksomheter, 333 regnskapspliktige og 682 ikke-regnskapspliktige. Vi fikk svar fra 284 virksomheter, tilsvarende 28 prosent.

I tillegg har vi gjennomført dybdeintervju med representanter for fem forskjellige bedrifter utenfor kunst- og kultursektoren. Hensikten var å belyse forholdet mellom kunst- og kultursektoren og næringslivet, herunder kulturens betydning for å tiltrekke og beholde arbeidskraft. For mer info om metodiske valg og gjennomføring, se vedlegg 1. Som et tillegg til det empiriske arbeidet, har vi gjort en litteraturstudie av ringvirkningsanalyser som forskningsfelt og metodisk verktøy.

[4] Kartleggingen ble senere gjentatt i 2008 av Østlandsforskning og i 2011 av Menon Business Economics

Oppbygging av rapporten

Rapporten er delt i seks kapitler. Vi starter med en beskrivelse av kunst- og kultursektoren i Hordaland i kapittel 2. Her ser vi nærmere på sektorens økonomiske grunnlag, finansiering, virksomhetenes organisering og geografiske spredning. Kapittel 3 er viet kulturpublikum, og vi gjør rede for publikums pengeforbruk i forbindelse med kulturarrangement. Analysen er basert på publikumsundersøkelser og vi presenterer tall både for enkeltarrangement og for kunst- og kultursektoren i Hordaland som helhet. I kapittel 4 presenterer vi de samlede ringvirkningene av kunst- og kultursektoren ved hjelp av en større analysemodell. Vi ser nærmere på ulike typer ringvirkninger, nærmere bestemt virkninger av lønn, utbytte, vare- og tjenestekjøp og publikums ekstraforbruk. Rapportens femte kapittel er mer kvalitativt orientert, og setter søkelyset på andre og mer langsiktige effekter av kunst- og kultursektorens virksomhet. Det gjelder i særlig grad kulturlivets tiltrekningskraft på turister, tilflyttere og kreativ arbeidskraft, og kulturlivets betydning for et steds omdømme. Vi ser også nærmere på forholdet mellom kunst- og kultursektoren og andre deler av samfunns- og næringslivet. Kan den den kreativiteten og skapergleden som preger en vital kunst- og kultursektor ha en positiv smitteeffekt?

Vi avslutter rapporten med en litteraturstudie om ringvirkningsanalyser som forskningsfelt og metodisk verktøy og ser nærmere på noen relevante norske og internasjonale studier av kultursektoren og dens omfang og betydning (kapittel 6).

Hovedfunn

- Kunst- og kultursektoren i Hordaland er den største utenfor Oslo-regionen. Til sammen sysselsetter den 4 000 personer.
- Sektoren hadde i 2011 en samlet omsetning på ca. 2,9 milliarder kroner og en økonomisk verdiskaping (definert som summen av driftsresultat og lønnsutgifter) på 1,1 milliarder kroner. Til sammenligning var verdiskapingen i oppdrettsnæringen i Hordaland 2,6 milliarder og i verftsindustrien 6 milliarder.
- Sektoren er økonomisk og geografisk svært sentralisert. Enkeltmannsforetakene, som utgjør 65 prosent av virksomhetene, står for bare 16 prosent av omsetningen, mens de ti største virksomhetene i fylket står for omtrent 40 prosent av omsetningen. Over 80 prosent av den samlede omsetningen genereres av virksomheter lokalisert i Bergen.
- Kultursektoren i Hordaland genererer *økonomiske ringvirkninger på nær 2,4 milliarder kroner. Det tilsvarer 1,3 prosent av den samlede verdiskapingen i fylket*. Verdiskapingen er her definert som bruttoproduktet for alle næringene i fylket og beregnet til 178 milliarder kroner i 2010 (i følge SSBs fylkesfordelte nasjonalregnskap). Kultursektoren i Bergen står for mesteparten av ringvirkningene, beregnet til drøye 2 milliarder kroner.
- I tillegg genererer sektoren i Hordaland *skatteinntekter for 1,07 milliarder kroner*. Både de økonomiske ringvirkningene og skatteinntektene som sektoren genererer, overstiger de økonomiske tilskuddene sektoren mottar fra det offentlige. I 2011 mottok kunst- og kulturvirksomhetene i Hordaland 970 millioner kroner i offentlig støtte. Beløpet omfatter også offentlige institusjoner som kulturskoler og bibliotek.
- De økonomiske ringvirkningene har tre hovedkilder: *publikums forbruk, kultursektorens vare- og tjenestekjøp* og *sektorens lønns- og utbytteutbetalinger*.

- Publikum legger igjen betydelige beløp hos andre virksomheter i forbindelse med kulturarrangement. Til sammen har publikum til kulturarrangement i Hordaland et ekstraforbruk på *592 millioner kroner* i løpet av et år. Dette er beløp som kommer i tillegg til billettutgiftene og arrangørenes egne inntekter fra mat og drikke. Kultursektoren i Bergen står for mesteparten av dette beløpet, 538 millioner kroner.
- En komplett ringvirkningsmodell kan bare ta hensyn til forbruket fra publikum som kommer til fylket på grunn av et kulturarrangement (her definert som kulturtilreisende). I Hordaland kan *198 millioner* kroner tilskrives kulturtilreisende. Dette beløpet danner ytterligere ringvirkninger på 135 millioner kroner.
- I Bergen blir beløpet som de tilreisende genererer høyere, 263 millioner kroner, fordi det også inkluderer forbruk fra publikum som kommer fra andre kommuner i Hordaland for å delta på et kulturarrangement i Bergen. Dette gir ytterligere ringvirkninger på 179 millioner kroner.
- Sektorens vare- og tjenestekjøp gir ringvirkninger på 863 milliarder kroner i Hordaland, mens ringvirkningene av lønn og utbytte er estimert til 370 milliarder kroner.

Kapittel 2:

Kulturfylket Hordaland

Enten det er Bruce Springsteen som spiller foran 20.000 publikummere på Koengen, Festspillene som formidler nyskapende teater eller Nattjazz som skaper gatefest i Bergen sentrum; eksemplene på hva som gjør Bergen til en av Norges viktigste kulturbyer er mange. Ser vi utover byens grenser finner vi et stort utvalg kulturaktiviteter også i andre deler av fylket: museum og kulturminner, kunstgalleri, historiske spel og et stort utvalg festivaler som gjør sommeren travel for festivalglade hordalendinger. Nye kulturhus i Os og Voss, kunstgalleri i Øystese og litteraturhus i Odda sikrer et godt kulturtilbud også i kommunene utenfor Bergen.

Kulturlivet i Hordaland er med andre ord preget av stort mangfold og favner både de store begivenhetene og det mer hverdagslige kulturtilbudet. Samlet arbeider 4 000 mennesker i kunst- og kultursektoren i fylket, fordelt på 1 348 foretak. Det gjør sektoren til landets største utenfor Osloregionen.

I dette kapitlet ser vi nærmere på sektorens organisering, økonomi og geografiske spredning. Som i landet ellers er kultursektoren i fylket kjennetegnet av et stort antall små aktører og et fåtall store og tunge aktører med en betydelig markedsposisjon. Sektorens har en total omsetning på 2,9 milliarder kroner og et driftsresultat på 166 millioner kroner. Verdiskapingen på ca. 1,1 milliarder kroner er i stor grad knyttet opp til lønnsutgifter. Bare 6,5 prosent av den økonomiske verdiskapingen består av positive driftsresultat. Det skyldes delvis den store andelen enkeltpersonforetak – som utgjør nesten 65 prosent av alle virksomhetene – og delvis at sektoren også omfatter et betydelig offentlig driftet kulturtilbud.

Kulturlivet i Hordaland er dessuten sterkt økonomisk konsentrert og geografisk sentralisert. Vi finner blant annet at de ti største selskapene i sektoren står for 40 prosent av den samlede omsetningen. Av disse ligger bare ett utenfor Bergen. Til sammen ligger 70 prosent av foretakene i Bergen. I mange av kommunene utenfor Bergen domineres kulturlivet av kommunale aktører som kulturskoler og folkebibliotek.

Fra folk og klassisk til rock

Hordaland er et fylke der folkemusikk alltid har stått sterkt. Ole Bull og Edvard Grieg var begge sterkt inspirert av norske folketoner. Også i nyere tid har fylket fostret flere kjente folkemusikere. Fylket har dessuten en lang klassisk musikktradisjon. Bergen Filharmoniske Orkester, som har status som nasjonalorkester, fører sin historie tilbake til 1765 og er med det Norges eldste klassiske orkester. Orkesteret har Grieghallen som sin faste base, men holder faste konserter også andre steder på Vestlandet og er dermed et orkester for hele landsdelen.

De siste tiårene har Hordaland, med Bergen i spissen, markert seg sterkt innenfor nyere musikkuttrykk. Tankene går særlig til den såkalte «Bergensbølgen» som inkluderer navn som Sondre Lerche, Kings of Convenience og Røyksopp. Med etableringen av Bergen Live og Koengen som konsertarena, har Bergen i tillegg vokst til å bli en reell konkurrent til Oslo som konserthovedstad. Store navn som Bruce Springsteen, Rolling Stones, Coldplay og Rihanna har alle gjestet byen i løpet av de siste årene.

Festivalfylket

Ved siden av veletablerte festivaler som Nattjazz, Vozzajazz og Skånevik bluesfestival, har det i fylket de siste årene vokst frem en rekke festivaler i ulike sjangre. Både i store og små kommuner satses det friskt og det er tydelig at ingen bygd er for liten til å ha sin egen festival. Periferifestivalen i Glesvær, Bygdalarm i Øystese og Balkanfest på Evanger er noen eksempler.

Poesifestivalen i Ulvik og Litteratursymposiet i Odda, som begge arrangeres om høsten, er eksempler på festivaler utenfor musikksjangeren. Mens poesifestivalen ble arrangert for syvende gang i år, kunne Litteratursymposiet feire et velfortjent tiårsjubileum i høst. Festivalen har vokst fra å være et lokalt arrangement til å bli en festival av nasjonal størrelse, med en publikumsrekord på 8000 deltakere i 2011. Til sammenligning trakk litteraturfestivalen på Lillehammer, Nordens største, 23 000 deltakere i 2012.

Høsten er også et høydepunkt for de filminteresserte. Bergen Internasjonale Filmfestival har blitt arrangert én uke hver oktober siden starten i år 2000. Målt i antall filmer er festivalen landets største – i 2011 ble det vist hele 176 filmer. Festivalen har i stor grad spesialisert seg på norske og utenlandske dokumentarfilmer, men viser også spillefilmer fra hele verden.

Scenekunst

Den viktigste institusjonen i scenekunstmiljøet i Hordaland, Den Nationale Scene, er Norges eldste teaterscene. Teateret har røtter tilbake til 1850, og ble i 1993 tildelt status som nasjonalt teater. I tillegg til det ordinære programmet er teateret også en viktig scene for Festspillene i Bergen, kjent for sine urfremførelser og nye produksjoner innen musikk, opera, teater og dans. Andre viktige arenaer for scenekunst i Bergen er Carte Blanche og Bergen Nasjonale Opera.

Hordaland har også et mangfoldig scenekunstmiljø utenfor de store institusjonene. Bergen Internasjonale Teater (BIT Teatergarasjen) presenterer internasjonal samtidsscenekunst, Bømlo Teater er kanskje mest kjent for sine årlige oppsetninger av Mostraspelet, mens regionteateret Hordaland teater driver turnévirksomhet i hele fylket.

Skrivekunst

Bergen Offentlige Bibliotek har tradisjonelt vært fylkets sentrale arena for litteraturformidling. Siden slutten av januar har litteraturinteresserte også et nytt tilbud i det nye Litteraturhuset i Bergen. Skrivekunstakademiet, som ble etablert i 1985, og festivalen for ny poesi, Audiatur, er også verdt å trekke fram som arenaer for skrivekunst.

Utenfor Bergen er Litteratursymposiet i Odda og poesifestivalen i Ulvik blant de viktigste litterære begivenhetene. Særlig Odda har satset sterkt på litteratur de siste årene, med eget Litteraturhus i tillegg til festival. Kommunen har også markert seg som en betydelig forfatterkommune. Et ikke ubetydelig antall forfattere med røtter i Odda har debutert på den litterære scenen de siste tiårene.

Videre i dette kapitlet beskriver vi Hordalands kunst- og kultursektor mer i detalj. Vi ser blant annet på virksomhetenes organisering og geografiske spredning, samt deres økonomiske grunnlag og finansiering. Analysene er basert på regnskapsdata fra 2011, hentet fra Brønnøysundregisterets Enhetsregister via foretaksdatabasen RavnInfo. Regnskapsdataene er supplert med utfyllende data fra en større spørreundersøkelse til de samme virksomhetene. Tall for offentlige biblioteker og kulturskolevirksomheter er basert på data fra SSBs KOSTRA-tall og budsjettdokumenter. Siden enkeltpersonforetak ikke er regnskapspliktige, har det vært nødvendig å gjøre noen estimeringer for disse foretakene. Se vedlegg 1 for mer informasjon.

Kunst- og kultursektorens økonomi

Et kjennetegn ved kunst- og kultursektoren i Hordaland er at den er svært *økonomisk konsentrert*, med et fåtall store og tunge aktører med en betydelig markedsposisjon, og en underskog av små aktører, hovedsakelig organisert som enkeltpersonforetak. Disse utgjør nesten 65 prosent av alle virksomhetene i sektoren. Bare 15 prosent er organisert som aksjeselskap (se tabell 2.1). Dette er for øvrig på linje med funn fra kulturlivsrapporten "Lidenskap og levevei" (ideas2evidence, 2007). Til sammenligning er rundt 50 prosent av foretakene i reiselivs- og opplevelsesnæringen i Hordaland registrert som enkeltpersonforetak, noe som igjen er høyt sammenlignet med andre næringer.

Selskapsform	Andel
Enkeltpersonforetak	64,44 %
Aksjeselskap	15,29 %
Stiftelse	6,90 %
Kommunalt underforetak	4,97 %
Norsk Utenlandsregistrert foretak	3,41 %

Tabell 2.1: Andel foretak fordelt på selskapsform

Enkeltpersonforetak er den enkleste selskapsformen å etablere, de har ingen rapporteringsplikt av økonomiske data (regnskapsplikt) og har vanligvis ikke formelt ansatte i foretakene. I motsetning til for eksempel aksjeselskap er det heller ingen krav om startkapital ved etablering, samtidig som de i lengre perioder kan være inaktive uten at dette får konsekvenser for foretakets formelle eksistens. Dette gjør enkeltpersonforetak til et attraktivt alternativ i sektorer hvor man ikke nødvendigvis forventer spesielt høye inntekter, eller hvor eier er avhengig av fleksibilitet i et svingende marked.

Tidligere kartlegginger har vist at en rekke enkeltpersonforetak i kunst- og kultursektoren har liten eller ingen aktivitet, og i mange tilfeller er en sideaktivitet for innehaveren (ideas2evidence, 2007,

2009). Mange av dem som registrerer enkeltpersonforetak er også ansatt i større foretak innenfor kultursektoren. En filmfotograf kan for eksempel være ansatt i et selskap som Mediacircus, som blant annet produserte årets Gullruten-sending, samtidig som hun har ett eller flere enkeltpersonforetak. Gjennom disse foretakene leier hun seg selv ut til produksjoner gjennomført av andre selskap.

En åpenbar forklaring på den store andelen enkeltpersonforetak i kunst- og kultursektoren er utbredelsen av frilansarbeid blant kunstnere og kulturarbeidere. For eksempel var nesten 75 prosent av medlemmene i Norsk Skuespillerforbund frilansere i 2009, opp fra 34 prosent i 1994[5]. Personer som jobber mye frilans vil gjerne registrere et enkeltpersonforetak for å kunne føre inntekten fra frilansarbeidet gjennom foretaket.

Tabell 2.2. viser økonomiske nøkkeltall for kunst- og kultursektoren i 2011.

Nøkkeltall	
Omsetning	2 896 158
Antall ansatte	4 001
Driftsresultat	166 646
Årsresultat	327 517
Lønnskostnad	1 038 279
Verdiskaping	1 115 668
Antall foretak	1 348

Tabell 2.2: Nøkkeltall for kunst- og kulturnæringen i Hordaland, 2011 (1000 kr).

Totalt omsatte sektoren for 2,9 milliarder kroner i 2011, og genererte et driftsresultat på 166 millioner kroner[6]. Inkluderer vi finansielle inntekter og utgifter, gir det et årsresultat på 327 millioner kroner. Kunst- og kultursektoren kjennetegnes med andre ord av relativt lav lønnsomhet. Til gjengjeld arbeider 4000 personer i fylket – et høyt tall for en sektor med et forholdsvis begrenset økonomisk omfang. Verdiskapingen – definert som *summen av driftsresultat og lønnsutgifter*[7] – er i stor grad knyttet til lønnsutgifter. Disse utgjør hele 93,5 prosent av den økonomiske verdiskapingen. Det skyldes delvis den store andelen enkeltpersonforetak og offentlige kulturforetak i sektoren. Mens sistnevnte ikke opererer med driftsresultat, har enkeltpersonforetak ofte relativt beskjedne driftsresultat.

Det økonomiske grunnlaget i sektoren er i hovedsak knyttet opp mot et fåtall store aktører. Nesten 30 prosent av de sysselsatte har sitt ansettelsesforhold hos én av de ti største arbeidsgiverne i sektoren. De samme ti selskapene står for 40 prosent av den samlede omsetningen, slik tabell 2.3 viser. Den klart største enkeltaktøren i fylket er TV 2 Gruppen AS. Dette omfatter ikke hele TV 2, men er et produksjonsselskap i TV 2-konsernet. Selskapet står også for storparten av årsresultatet (261 millioner kroner).

[5] http://www.skuespillerforbund.no/php/index.php?module=article&view=1073 [lastet ned 17.07.12]
[6] Et lavt driftsresultat påvirkes av at den offentlige kulturen (bibliotek, kulturskoler m.m.) ikke opererer med driftsresultat på samme måte som private foretak.
[7] Jakobsen 2007

Foretaksnavn	Selskapsform	Omsetning
TV 2 Gruppen AS	Aksjeselskap	234 551
Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS	Aksjeselskap	161 419
Den Nationale Scene	Aksjeselskap	129 840
Stiftelsen Harmonien	Stiftelse	124 453
Universitetsbiblioteket, UiB	Offentlig	116 887
Bergen Kino AS	Aksjeselskap	114 898
Kunstmuseene i Bergen	Stiftelse	88 972
Bergen Kulturskole	Offentlig	59 718
Revy og Teaterservice AS	Aksjeselskap	56 148
Stiftinga Hardanger og Voss Museum	Stiftelse	55 246
Totalt		**1 142 132**

Tabell 2.3: Ti største foretak i Hordaland målt i omsetning, 2011. (1000 kr)

Til sammenligning står enkeltpersonforetakene, som utgjør majoriteten av sektoren, for ca. 16 prosent av den samlede omsetningen i sektoren. I 2011 omsatte enkeltpersonforetakene for nesten 450 millioner kroner, jf. tabell 2.4. Til sammen har de 906 enkeltpersonforetakene i fylket et driftsresultat på nesten 91 millioner kroner – det vil si drøyt 100 000 kroner per foretak. I de fleste tilfeller er altså eierens økonomiske utbytte fra foretakene relativt beskjedent.[8]

Nøkkeltall	
Sum inntekter	449 868
Antall ansatte	1 512
Driftsresultat	90 866
Årsresultat	322
Lønnskostnad	93 389[9]
Verdiskaping	94 998
Antall foretak	906

Tabell 2.4: Nøkkeltall for enkeltpersonforetak o.l., 2011 (1000 kr)

Kunst- og kultursektorens geografi

I tillegg til å være økonomisk konsentrert om noen få, store aktører, er sektoren sterkt *geografisk sentralisert*, med Bergen som det dominerende kultursenteret. Over 70 prosent av foretakene i kunst- og kultursektoren i Hordaland er lokalisert her (jf. tabell 2.5).

[8] I et enkeltpersonforetak er driftsresultatene avgjørende for inntekten til eieren. Et positivt driftsresultat betyr at eieren sitter igjen med penger. Et negativt driftsresultat betyr at foretaket taper penger. Ettersom det i denne typen selskap ikke skilles mellom foretakets økonomi og eierens økonomi, må eventuelle underskudd dekkes fra eierens egen lomme.
[9] Dette inkluderer driftsresultatet, som altså er lønnen til eier, og lønnsmidlene som eier betaler ut til eventuelle ansatte.

Kommune	Andel	Kommune	Andel	Kommune	Andel
Askøy	3,27 %	Granvin	0,37 %	Radøy	0,45 %
Austevoll	0,37 %	Jondal	0,22 %	Samnanger	0,52 %
Austrheim	0,30 %	Kvam	0,89 %	Stord	2,08 %
Bergen	70,16 %	Kvinnherad	1,26 %	Sund	0,67 %
Bømlo	1,56 %	Lindås	1,78 %	Sveio	0,52 %
Eidfjord	0,37 %	Masfjorden	0,37 %	Tysnes	0,37 %
Etne	0,67 %	Meland	0,97 %	Ullensvang	0,59 %
Fedje	0,22 %	Modalen	0,30 %	Ulvik	0,52 %
Fitjar	0,37 %	Odda	0,74 %	Vaksdal	0,52 %
Fjell	2,60 %	Os	2,23 %	Voss	2,67 %
Fusa	0,52 %	Osterøy	0,89 %	Øygarden	0,67 %

Tabell 2.5: Andel foretak fordelt på kommuner

Selv sett i forhold til befolkningsstørrelse, hvor Bergen har litt over 50 prosent av fylkets innbyggere, er dette en klar overrepresentasjon. Av de ti største virksomhetene i sektoren regnet i omsetning, er ni lokalisert i Bergen. Unntaket er Stiftinga Hardanger og Voss Museum, som har sitt hovedkontor i Ullensvang (jf. tabell 2.3).

Selv om Bergen er den sentrale kommunen i fylket også innenfor andre næringer, er dominansen enda tydeligere innenfor kunst- og kultursektoren. Til sammenligning er 40 prosent av foretakene i olje- og energiklyngen lokalisert i Bergen, mens andelen bergensbaserte foretak i den marine klyngen er så lav som 21 prosent.[10]

Kulturvirksomhetene i Bergen står i tillegg for 84 prosent av den samlede omsetningen i sektoren, altså mer enn hva andelen foretak skulle tilsi. Tabell 2.6 viser den økonomiske strukturen innenfor kunst- og kulturfeltet, fordelt på Bergen og Hordaland for øvrig.[11]

	Bergen	Resten av Hordaland	Andel Bergen
Omsetning	2 432 142	464 016	84 %
Antall ansatte	2 823	1 178	71 %
Driftsresultat	131 887	34 759	79 %
Årsresultat	307 566	19 951	94 %
Lønnskostnad	813 764	224 515	78 %
Verdiskaping	878 276	237 392	79 %
Antall foretak	946	402	70 %

Tabell 2.6: Nøkkeltall fordelt på Bergen og Hordaland, 2011 (1000 kr).

Hovedårsakene til denne skjevheten er at flertallet av aksjeselskapene i fylket er lokalisert i Bergen – totalt 79 prosent (se tabell 2.7). I tillegg er de fleste større kulturinstitusjonene som hel- eller delfinansieres av det offentlige, etablert i Bergen.

[10] For en definisjon av hvilke foretak som inngår i disse klyngene, se "nøkkeltall for prioriterte næringer i bergensregionen", utarbeidet av ideas2evidence for Business Region Bergen
[11] En tabell med alle kommunene i fylket er inkludert i appendikset

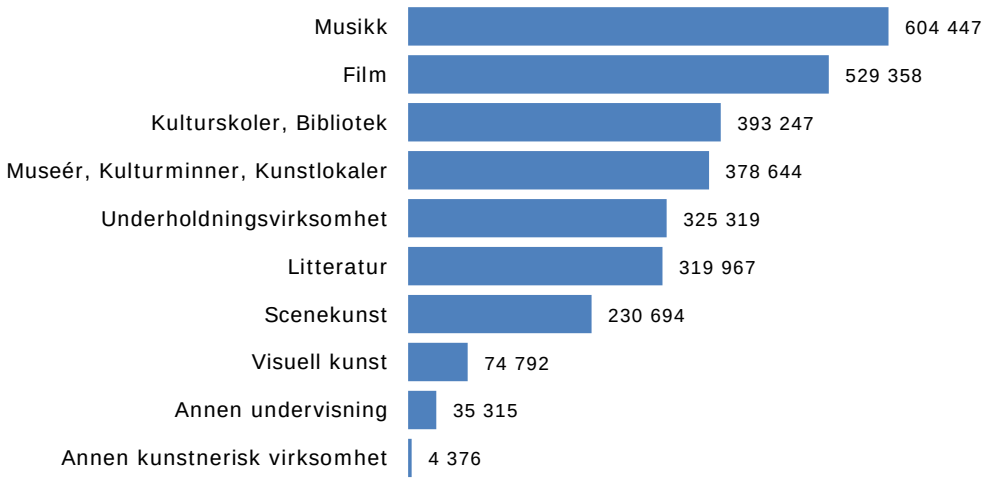
Selskapsform	Bergen	Resten av Hordaland
Enkeltpersonforetak	74,42 %	25,58 %
Aksjeselskap	79,13 %	20,87 %
Stiftelse	56,99 %	43,01 %
Kommunalt underforetak	5,97 %	94,03 %
Norsk utenlandskregistrert foretak	76,09 %	23,91 %

Tabell 2.7: Andel foretak fordelt på selskapsform, Bergen og Hordaland

En viktig forskjell mellom Bergen og resten av fylket, er at kommunene utenfor Bergen har en langt mindre næringslivsbasert kultursektor. Særlig i de mindre kommunene domineres kulturlivet av kommunale foretak som kulturskoler og folkebibliotek. Det viser også regnskapsdataene. Ser vi bort fra Bergen, var de kommunale driftsutgiftene til kulturskoler og folkebibliotek på ca. 160 millioner kroner i 2011, nesten like mye som omsetningen til de regnskapspliktige foretakene – 180 millioner kroner. Kulturskolene og folkebibliotekene hadde dessuten dobbelt så mange ansatte som de regnskapspliktige foretakene, 468 mot 223 personer. Dette viser den kommunalt drevne kulturens sterke posisjon i Hordaland, særlig i distriktskommunene.

Undergruppene i kunst- og kultursektoren

Figur 2.1 viser omsetningen i de forskjellige bransjene i kunst- og kultursektoren. Musikk og film skiller seg ut med en markant høyere omsetning enn de øvrige gruppene. Hordaland, og Bergen spesielt, har i lang tid vært kjent som et nasjonalt tyngdepunkt både innen musikklivet og filmbransjen, kun overgått av Oslo og det sentrale østlandsområdet. For musikklivets del gjelder dette både på institusjonssiden, med Festspillene og Bergen Filharmoniske orkester som de kanskje viktigste aktørene, og på den populærkulturelle fronten. Uttrykket "bergensbølgen" har dukket opp med jevne mellomrom de siste 20 årene, som en beskrivelse på den nasjonale påvirkningskraften til musikkmiljøet i byen, og i Bergen Live har fylket en av de største konsertarrangørene i landet.

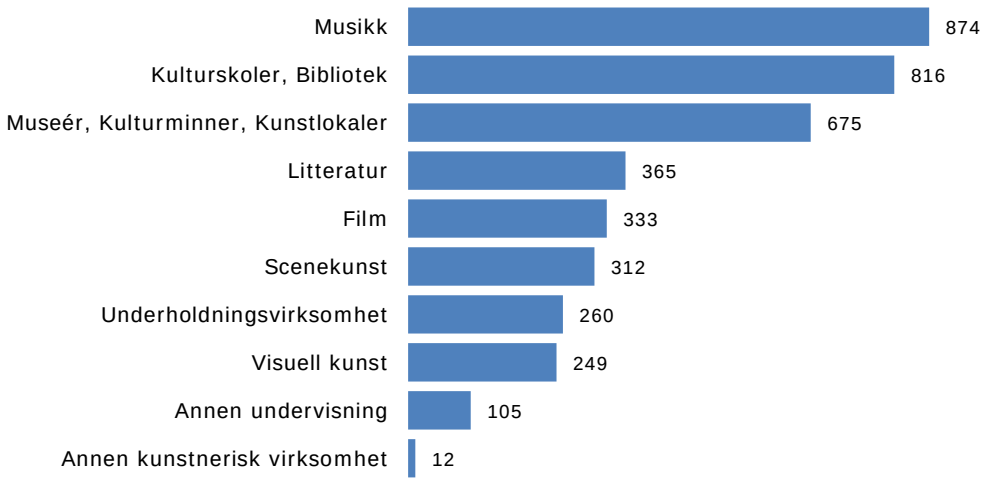


Figur 2.1: Omsetning fordelt på undergrupper, 2011. (1000 kr).

Filmnæringen i Bergen har særlig de siste ti årene vært et tyngdepunkt i nasjonal sammenheng, med produksjoner som Villmark (2002), Himmelfall (2003), og de første filmatiseringene av Varg Veum-serien. Filmfondet Fuzz og Vestnorsk filmsenter har fått mye av æren for utviklingen og profesjonaliseringen av filmnæringen i fylket (ideas2evidence, 2011). Produksjonsselskaper som

Alligator, Mediacircus og Bug hadde alle i 2011 en omsetning på over 20 millioner kroner. I tillegg er den produksjonsrettede delen av TV2 og Bergen Kino store aktør i fylket. Sammen står disse to selskapene for rundt 65 prosent av den totale omsetningen på filmfeltet i Hordaland.

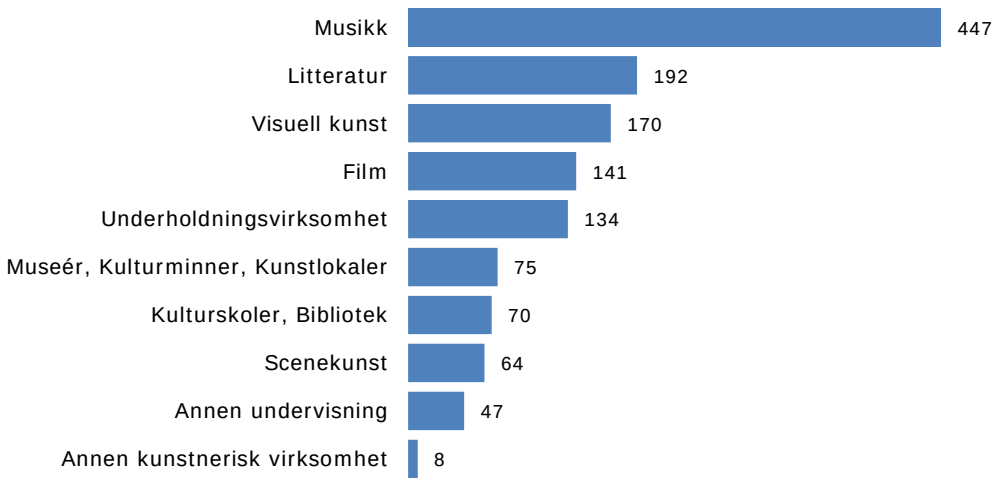
Det er også innenfor musikksjangeren vi finner flest ansatte (se figur 2.2). Selv om enkelte aktører innen musikklivet i Hordaland har mange ansatte, for eksempel Filharmonien med 118 ansatte, skyldes de høye tallene først og fremst en stor mengde enkeltpersonforetak.



Figur 2.2: Antall ansatte fordelt på undergrupper, 2012.

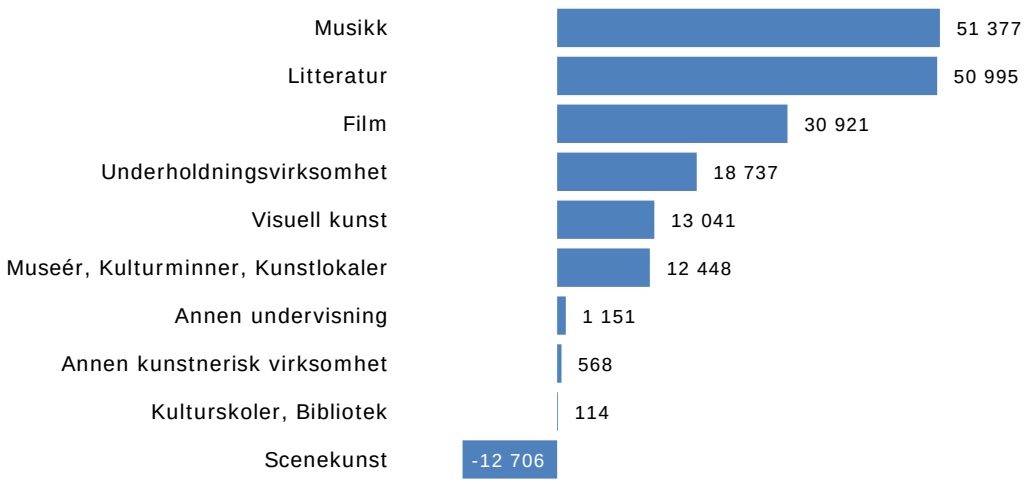
Den offentlig finansierte kulturen står for en stor andel av den samlede sysselsettingen i sektoren. Kulturskoler og bibliotek, som i all hovedsak er et kommunalt ansvar, sysselsetter over 800 personer i fylket. Museene, kulturminnene og kunstlokalene i fylket er også viktige arbeidsgivere, med totalt 675 ansatte. Disse to undergruppene er spesielt viktige for kulturlivet utenfor Bergen. 48 prosent av de ansatte i disse to gruppene har sitt ansettelsesforhold i foretak basert utenfor Bergen. Det tilsvarende tallet for de øvrige gruppene er 18 prosent.

Musikkfeltet har ikke bare flest ansatte, det er også langt flere foretak i denne gruppen enn i noen av de andre, til sammen 447 (se figur 2.3). Det store flertallet av disse er enkeltpersonforetak. I den andre enden av skalaen finner vi blant annet scenekunst, med bare 64 foretak. Her dominerer de store institusjonene, som Den Nationale Scene, Carte Blanche m.m.



Figur 2.3: Antall foretak fordelt på undergrupper, 2012.

Kunst- og kultursektoren kjennetegnes av relativt lav lønnsomhet, noe de lave driftsresultatene viser (se figur 2.4). Sammenlignet med andre næringer, er det imidlertid ikke mange virksomheter i kunst- og kultursektoren som har store negative driftsresultat.

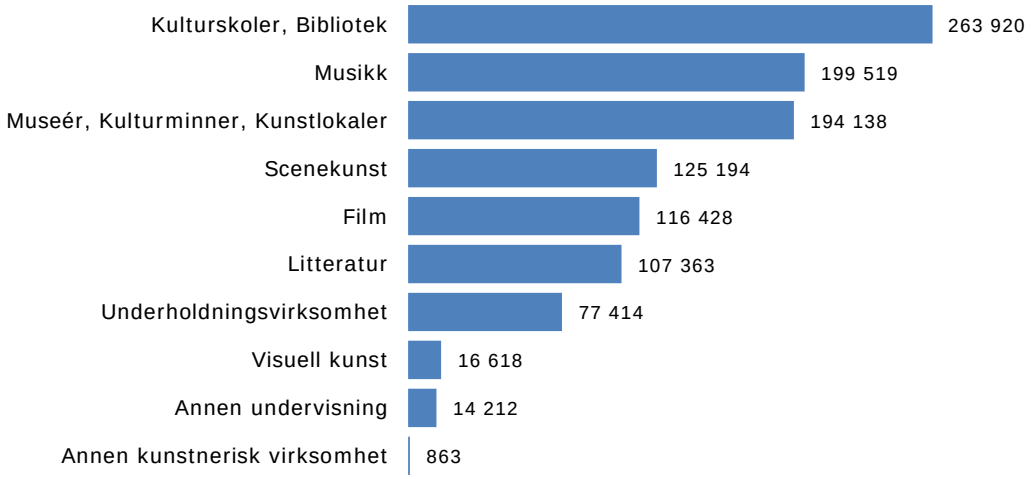


Figur 2.4: Driftsresultat fordelt på undergrupper, 2011. (1000 kr).

Tre undergrupper skiller seg positivt ut med høyere lønnsomhet enn andre; litteratur, musikk og film. Innenfor litteratur og film skyldes de positive resultatene primært enkeltselskap som både har høy omsetning og høye driftsresultat. På litteraturfeltet skiller Vigmostad & Bjørke seg ut. De utgjør ca. halvparten av det samlede positive driftsresultatet for denne undergruppen. Innenfor film er så godt som hele det positive driftsresultatet knyttet opp til produksjonsdelen av TV2. På musikkfeltet er situasjonen annerledes. Her er det ingen spesielle aktører som skiller seg ut, og ingen selskap har mer enn 5,6 millioner kroner i positivt driftsresultat. De gode tallene skyldes at en rekke mindre selskap har positive resultat, og når man legger tallene sammen får man et totalresultat på 51 millioner kroner.

Scenekunst er den eneste gruppen med et negativt driftsresultat, på minus 12 millioner kroner. Også her er det ett enkelt selskap som gjør store utslag, nemlig Creacon Entertainment, som er selskapet bak "Vennebyen" – et konsept rettet mot barn som både inkluderer animasjonsserier for TV og sceneforestillinger. Creacon har de siste årene hatt store utviklingsutgifter knyttet til produksjon av TV-serien "Vennebyen", som er solgt til over 100 land.[12]

Figur 2.5 viser verdiskapingen i ulike undergrupper. Ettersom driftsresultatene til kunst- og kultursektoren er relativt beskjedne, er det lønnskostnadene som utgjør brorparten av verdiskapingen i de ulike undergruppene. Fordi den offentlig finansierte kulturen både har mange ansatte og relativt høyt lønnsnivå, dominerer slike virksomheter verdiskapingstallene i fylket.

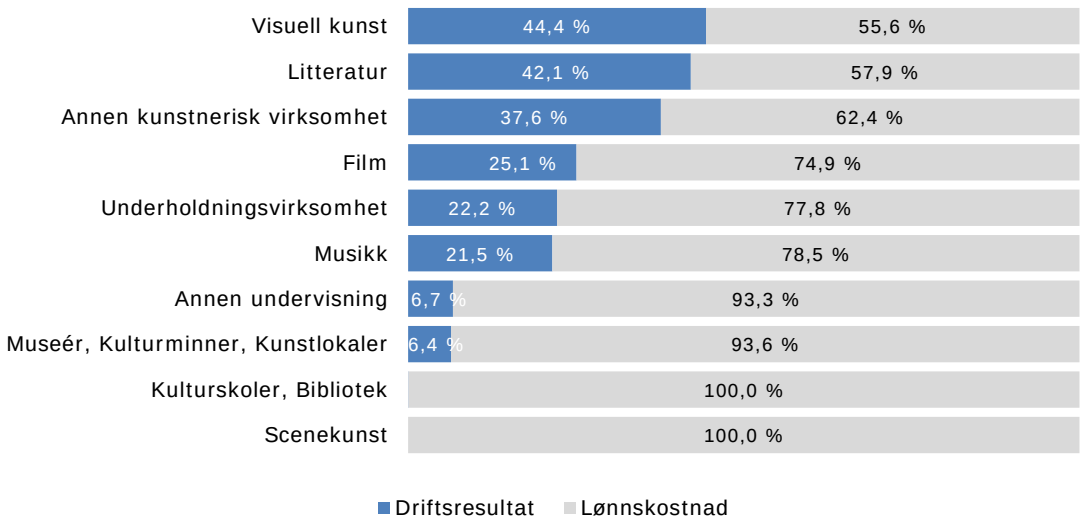


Figur 2.5: Verdiskaping fordelt på undergrupper, 2011. (1000 kr).

Den nest største verdiskapingen står musikkfeltet for. Selv om musikk er undergruppen med høyest omsetning, har de lavere verdiskaping enn kulturskoler og bibliotek. Det skyldes blant annet at musikkfeltet har mange enkeltpersonforetak, med lave driftsresultater og lønnskostnader. På tross av dette hadde undergruppen for musikk en verdiskaping på 199 millioner kroner i 2011.

Figur 2.6 viser hvordan verdiskapingen i ulike undergrupper fordeler seg på positive driftsresultat og lønnskostnad. Visuell kunst er gruppen med høyest andel av verdiskapingen generert av positive driftsresultater. I gruppene kulturskoler/bibliotek og scenekunst utgjør lønnskostnadene hele verdiskapningen. Som kommunale foretak opererer ikke kulturskoler og bibliotek med driftsresultat. Tallene for scenekunst påvirkes av det høye negative driftsresultatet til Creacon Entertainment. Figuren viser med andre ord at det er forskjeller i kapitalintensitet mellom de fem næringsklyngene.

[12] http://avis.dn.no/artikler/avis/article398869.ece [lastet ned 09.oktober 2012]



Figur 2.6: Sammensetning av verdiskapingsmålet fordelt på undergrupper

Figur 2.7 viser verdiskaping og lønnskostnader per ansatt innenfor de ulike undergruppene. Verdiskapingen per ansatt er høyest innenfor scenekunst, etterfulgt av film og kulturskoler/bibliotek. Lønnskostnader per ansatt representerer et minimumsmål for produktivitet i næringen. Dersom lønnskostnadene per ansatt er høyere enn verdiskaping per ansatt, taper foretaket penger og svekkes gradvis. Vi ser at flere av undergruppene har lavere verdiskaping per ansatt enn lønnskostnader. Normalt vil dette være problematisk, men fordi mange av de viktige aktørene på kulturfeltet ikke har som primært mål å generere profitt, er denne problemstillingen mindre relevant.

Figur 2.7: Verdiskaping og lønnskostnader per ansatt fordelt på undergrupper(1000 kroner)

Finansiering

Offentlig finansierte og driftede kulturtilbud er en sentral del av kunst- og kultursektoren i Hordaland, særlig utenfor Bergen. Men de mange private kunst- og kulturaktører i fylket er også avhengige av midler både fra offentlige og private støttespillere.

Offentlig støtte

Det offentliges ansvar tar forskjellige former. På den ene siden finner vi de kommunale foretakene som organisatorisk er en del av kommunesektoren, for eksempel kulturskoler og folkebibliotek. Disse er, som vi har sett, store aktører i Hordalands kunst- og kultursektor. På den andre siden finner vi foretak som hel- eller delfinansieres over statsbudsjettet. Den Nationale Scene og Stiftelsen Harmonien, begge lokalisert i Bergen, er eksempler på det sistnevnte. Men det er heller ikke vanntette skott mellom staten og kommunene. Et illustrerende eksempel er Borealisfestivalen, som mottar årlig støtte både fra Bergen kommune (én million kroner i 2012), og fra staten gjennom Norsk Kulturråd (850 000 kroner i 2012). I tillegg kommer ukjente beløp fra private sponsorer som Sparebanken Vest og Bergens Tidende, samt ordinære billettinntekter.

Tabell 2.8, som viser de største foretakene i Hordaland målt i antall ansatte, bekrefter viktigheten til de offentlig finansierte kulturaktørene i fylket. Syv av de ti største foretakene er organisert som offentlige underforetak eller stiftelser. Sistnevnte finansieres i all hovedsak av offentlige midler. Med unntak av Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke og Bergen Kino AS er alle de ti største foretakene direkte eller indirekte avhengig av det offentlige.

Foretaksnavn	Selskapsform	Antall Ansatte
Den Nationale Scene	Aksjeselskap	149
Bergen Kulturskole	Kommunalt underforetak	137
Stiftinga Hardanger og Voss Museum	Stiftelse	119
Stiftelsen Harmonien	Stiftelse	118
Universitetsbiblioteket UiB	Underforetak	111
Stiftelsen Bymuseet i Bergen	Stiftelse	103
Bergen Offentlige Bibliotek	Kommunalt underforetak	98
Kunstmuseene i Bergen	Stiftelse	97
Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS	Aksjeselskap	92
Bergen Kino AS	Aksjeselskap	76

Tabell 2.8: Ti største foretak i Hordaland målt i antall ansatte, 2012.

Tabell 2.9 viser størrelsen på de offentlige tildelingene til kunst- og kultursektoren i Hordaland, fordelt på ulike grupper av kulturforetak[13]. Mens beløpene for den første og siste gruppen er basert på faktiske og komplette tall[14], er beløpene for de to øvrige gruppene estimater basert på survey- og registerdata (se vedlegg 1 for nærmere beskrivelse). Statlig støtte inkluderer støtte over statsbudsjettet, fra Norsk Kulturråd og eventuelt andre offentlige aktører utenfor Hordaland.

[13] Gruppen «større institusjoner» omfatter institusjoner som får en betydelig del av sine inntekter fra det offentlige, noen direkte over statsbudsjettet (f.eks. Harmonien og Den Nationale Scene).
[14] Beløpene for de store institusjonene er basert på surveydata fra virksomhetene selv, mens tallene for kulturskoler og bibliotek er hentet fra KOSTRA.

	Kommunal/ fylkeskommunal støtte	Statlig støtte	Kommunal/ fylkeskommunal støtte % av omsetning	Statlig støtte % av omsetning
Større institusjoner	121 935	338 159	18,8 %	52,1 %
Regnskapspliktige foretak	45 261	50 908	3,2 %	3,6 %
Enkeltpersonforetak	8 068	12 369	1,8 %	2,8 %
Kulturskoler og bibliotek	275 807	116 887	70,2 %	29,8 %
Totalt	451 071	518 323	15,8 %	18,1 %
Totalt u/kulturskoler og bibliotek	175 264	401 436	7,1 %	16,3 %

Tabell 2.9: Offentlige tildelinger til kunst- og kultursektoren i Hordaland, fordelt på ulike virksomhetsgrupper, 2011. (1000 kr).

Statlig støtte utgjør hoveddelen av de offentlige midlene i kultursektoren, selv når vi inkluderer kulturskoler og bibliotek som i hovedsak er kommunalt finansiert (70 prosent i følge tabell 2.9) [15]. Til sammen utgjør statlig støtte 18 prosent av den samlede omsetningen i sektoren, mens kommunal støtte utgjør 16 prosent. Ser vi bort fra kulturskoler og bibliotek, utgjør statlige og kommunale midler henholdsvis 16 og syv prosent. Det tilsvarer vel 400 millioner i statlige midler mot 173 millioner i kommunale midler.

Vi ser likevel at det er betydelige forskjeller innenfor sektoren. Store institusjoner som Den Nationale Scene, Festspillene og Kunstmuseene i Bergen mottar betydelig mer støtte enn de mindre foretakene. Til sammen mottar denne gruppen statlig støtte som utgjør over halvparten av omsetningen, eller 338 millioner i 2011. Andre regnskapspliktige foretak får i underkant av fire prosent av omsetningen i statlig støtte. For enkeltpersonforetak er beløpet enda lavere, i underkant av tre prosent av omsetningen. Forskjellen i kommunal støtte er noe mindre, men også der er det de store institusjonene som mottar mest støtte.

Private sponsormidler

Kulturlivet i Hordaland mottar også betydelige beløp fra private aktører, ofte gjennom sponsormidler eller samarbeidsavtaler. Sparebanken Vest, BKK, Bergens Tidende og Hansa er eksempler på store regionale aktører som utgjør viktige støttespillere for kulturlivet i fylket. Et slikt samarbeid gir gjensidig nytte for begge parter; kulturvirksomhetene får sårt tiltrengte midler, mens støttespillerne får en positiv assosiasjonsoverføring og et styrket omdømme. For flere bedrifter er sponsing også en viktig måte å utvise samfunnsansvar på. Særlig for lokale og regionale sponsorer kan det å støtte lokale kulturtilbud sees som en viktig del av den lokale samfunnsutviklingen. Sponsing handler med andre ord ikke bare om bedriftens bunnlinje, men også om hva som tjener lokalsamfunnet.

At den lokale forankringen er viktig i sponsorsammenheng, viser også tallene våre (jf. tabell 2.10). Mens sektoren mottar midler fra lokale sponsorer på over 39 millioner kroner, er tilgangen på sponsormidler utenfra merkbart lavere. I 2011 mottok det lokale kulturlivet 27 millioner kroner fra private aktører utenfor Hordaland. Det utgjorde én prosent av omsetningen.

[15] Kulturskoler og folkebibliotek er hundre prosent kommunalt eide. Årsaken til at tabellen viser en 70-30 fordeling mellom kommunale og statlige midler, er at vi her har inkludert også statlige bibliotek, som Universitetsbiblioteket.

	Hordaland	Utenfor Hordaland	% av omsetning
Større institusjoner	24 865	7 592	5,0 %
Regnskapspliktige foretak	9 200	19 384	2,1 %
Enkeltpersonforetak	5 763	235	1,3 %
Totalt	**39 829**	**27 212**	**2,7 %**

Tabell 2.10: Sponsormidler og annen privat støtte til kunst- og kultursektoren i Hordaland fra aktører i og utenfor fylket, fordelt på ulike virksomhetsgrupper, 2011. (1000 kr).

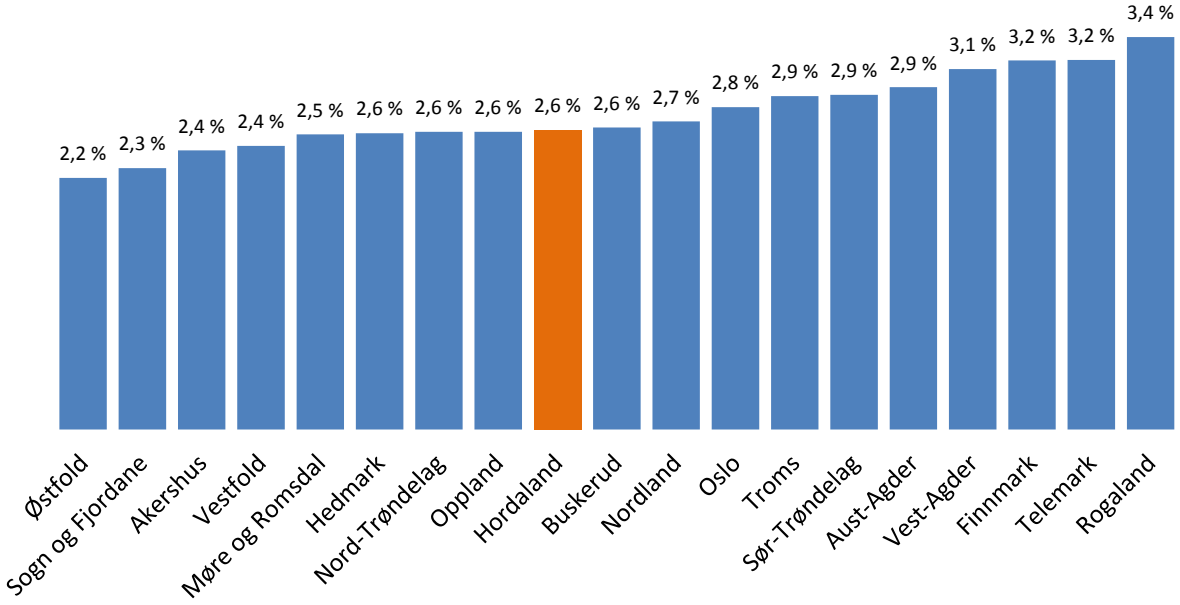
Litt interessant er det å se at det er de mellomstore virksomhetene (regnskapspliktige foretak) som mottar mest i privat støtte fra aktører utenfor Hordaland. De tiltrekker seg over dobbelt så mye sponsormidler utenfra som det de store institusjonene gjør. Med tanke på at sistnevnte gruppe inkluderer nasjonale institusjoner som DNS og Festspillene, er det kanskje noe overraskende at disse ikke i større grad mottar støtte fra nasjonale sponsorer. Faktisk er støtten fra lokale sponsorer over tre ganger så stor som støtten fra nasjonale sponsorer.

Hvor viktig er kultursponsing fra næringslivet for kunst- og kulturlivet? Det er gjort få studier på dette feltet, men det har blitt antydet at kultursponsingen utgjør rundt 519 millioner kroner i året på nasjonalt plan (Kleppe 2010). Dette tallet inkluderer imidlertid ikke støtte til musikkfestivaler, som muligens har et større potensial for sponsormidler enn den offentlige kulturen. En studie gjennomført av Perduco AS i 2009 fant at festivalene i gjennomsnitt fikk dekket omtrent 20 prosent av budsjettet gjennom sponsing (Kleppe 2010). Til sammenligning fant Norsk Teater- og Orkesterforening (NTO) at deres medlemmer i gjennomsnitt dekker 2,3 prosent av driften gjennom sponsorinntekter. NTOs medlemmer mottok 70 millioner kroner i sponsorinntekter og gaver i 2009, og 75 prosent av dette gikk til de syv nasjonalinstitusjonene på kulturfeltet (NTO 2009[16]), hvorav to er lokalisert i Bergen.

Kommunens kulturbudsjett

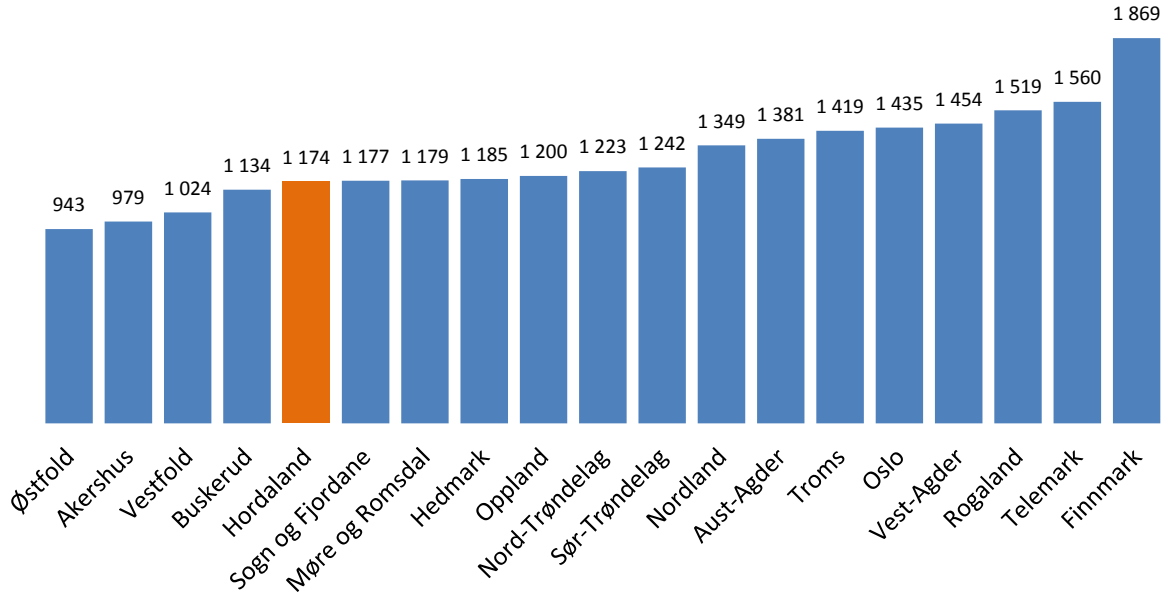
I 2011 utgjorde netto driftsutgifter til kultur i kommunene i Hordaland til sammen 575 millioner kroner, i gjennomsnitt 2,6 prosent av driftsbudsjettet. Dette er noe lavere enn landsgjennomsnittet på 2,7 prosent, og betydelig lavere enn snittet for Rogaland, som har den høyeste kulturandelen av alle fylkene. Ved siden av de kommunale midlene, brukte Hordaland fylkeskommune rundt 110 millioner kroner på kultur i 2011. Figur 2.8 viser andelen av kommunenes driftsutgifter som går til kulturformål, ikke medregnet idrett, gruppert etter fylke.

[16] http://www.nto.no/pub/NTO/news/?aid=457# [lastet ned 09.08.2012]



Figur 2.8: Kulturandel av kommunens totale netto driftsutgifter fordelt på fylker, 2011. Kilde: SSB, KOSTRA

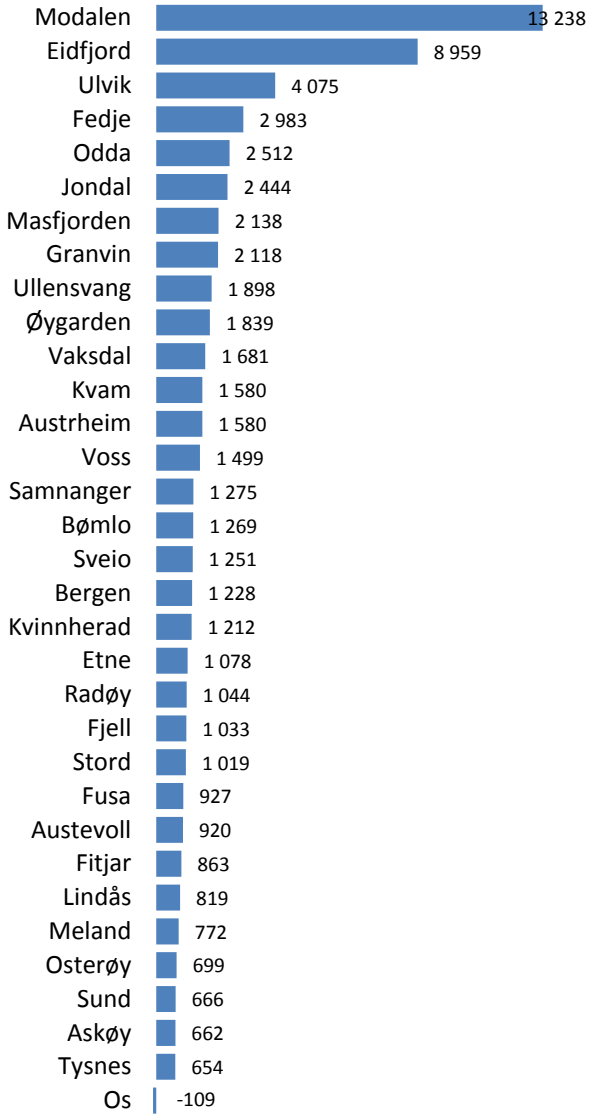
Disse tallene sier noe om hvordan kultur blir *prioritert* i de forskjellige fylkene, men tallene tar ikke hensyn til antall innbyggere, og vil naturlig nok påvirkes av hvor mye midler kommunene totalt sett har på driftsbudsjettet i de forskjellige fylkene. Figur 2.9 viser derfor et annet mål på overføringer til kultur, nemlig hvor mange kroner kommunene i landets fylker bruker på kultur per innbygger.



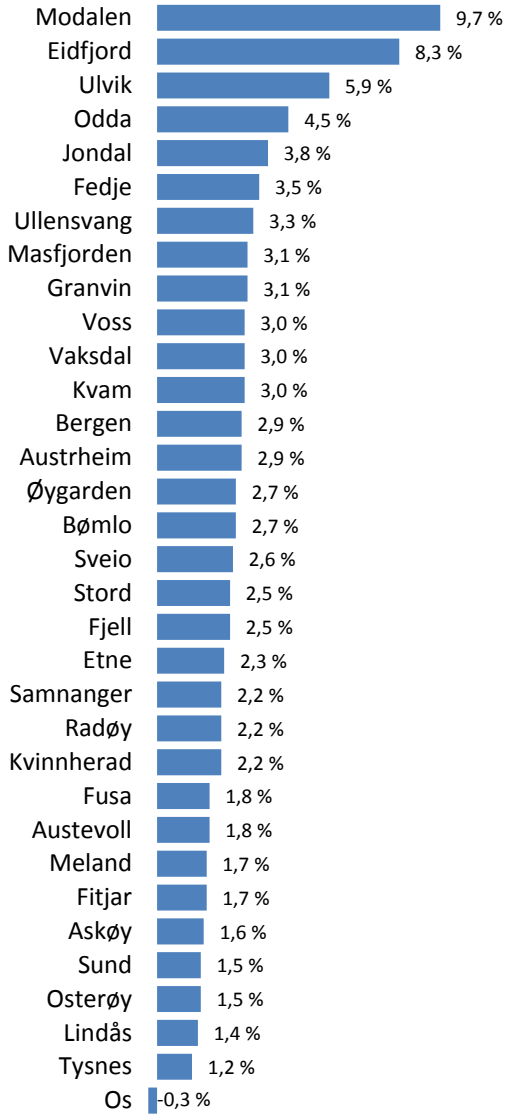
Figur 2.9: Kommunale kulturkroner per innbygger (netto driftsutgifter, 2011). Kilde: SSB, KOSTRA

Også her ligger kommunene i Hordaland under landsgjennomsnittet. Mens kommunene i Norge i gjennomsnitt bruker 1 253 kroner per innbygger på kultur, er det tilsvarende beløpet for kommunene i Hordaland 1 174 kroner.

Tallene for fylket som helhet skjuler imidlertid store forskjeller mellom enkeltkommuner. Figur 2.10 viser hvor mye kulturutgiftene utgjør av den enkelte kommunes totale driftsutgifter. Figur 2.11 viser hvor mye kommunene bruker på kultur per innbygger.



Figur 2.10: Kulturandel av totale netto driftsutgifter fordelt på kommuner, 2011. Kilde: SSB, KOSTRA



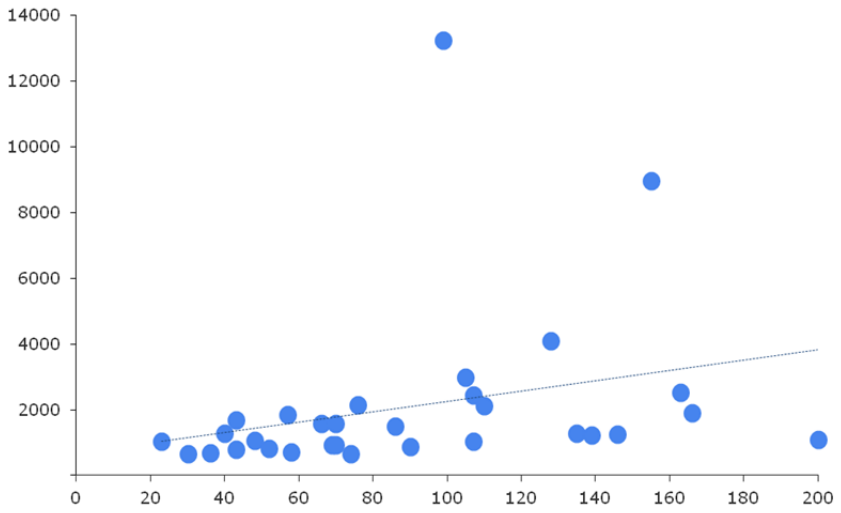
Figur 2.11: Netto driftsutgifter til kultur per innbygger fordelt på kommuner, 2011. Kilde: SSB, KOSTRA

Både når det gjelder andel av budsjettet og utgifter per innbygger, er det særlig én kommune som skiller seg ut. Modalen bruker nesten 10 prosent av driftsbudsjettet på kultur. Det tilsvarer 13 238 kroner per innbygger. Dette er langt mer enn noen andre kommuner i Hordaland. I den andre enden av skalaen finner vi Tysnes, som kun bruker 654 kroner per innbygger på kultur[17]. Også andre småkommuner, som Eidfjord og Ulvik, bruker mye penger på kultur. Det er naturlig at små kommuner bruker mer penger på kultur per innbygger, siden basiskostnader må spres på færre personer. En undersøkelse utført på landsnivå hevder imidlertid at innbyggertall i seg selv ikke påvirker hvor mye penger som brukes på kultur per innbygger. Viktigere er avstanden til større byer. Det vil si at så lenge kulturtilbud er tilgjengelig i en nærliggende storby, prioriteres kultur lavere i

[17] Vi ser at Os kommer lavest ut av kommunene i fylket, med et negativt tall på -109 kroner per innbygger. Årsaken til dette er at netto driftsutgifter for kunstformidling i 2011 var på hele 16 millioner kroner. Ser man bort fra dette tallet bruker Os kommune ca. 800 kroner per innbygger.

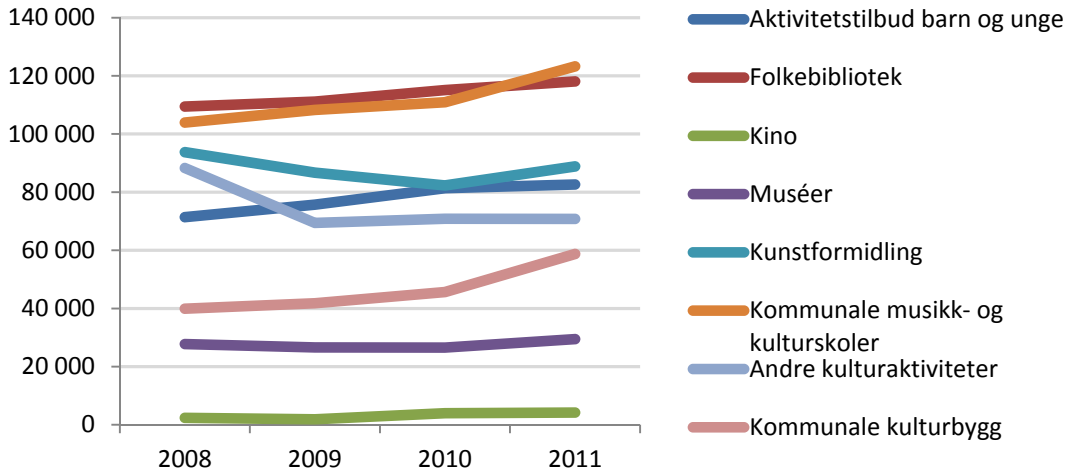
”periferikommuner” (Storstad 2010). Vi ser av figur 2.11 at mange av kommunene som grenser inn mot Bergen har forholdsvis lave driftsutgifter til kultur per innbygger.

Neste figur (2.12) illustrerer også Storstads poeng. Den viser sammenhengen mellom kommunale kulturkroner per innbygger og kjøreavstanden til Bergen (i minutter). Den stiplete linjen angir den lineære trendfunksjonen til sammenhengen, og antyder at jo lengre unna Bergen en hordalandskommune ligger, jo høyere er de kommunale overføringene til kultursektoren.[18]



Figur 2.12: Sammenhengen mellom netto driftsutgifter til kultur per innbygger (y-akse) og kjøreavstand til Bergen i minutter (x-akse). Kilde: SSB, KOSTRA og Google Maps

Vi har til nå fokusert på de totale overføringene til kultursektoren, men hvilke kulturområder prioriteres av kommunene? Kulturskoler og folkebibliotek har allerede blitt nevnt, men områder som kino, kunstformidling og aktivitetstilbud for barn og unge er også en del av det kommunale tjenestetilbudet på kulturfeltet. Figur 2.13 viser hvordan kommunene i Hordaland har prioritert mellom ulike kulturuttrykk i perioden 2008-2011.



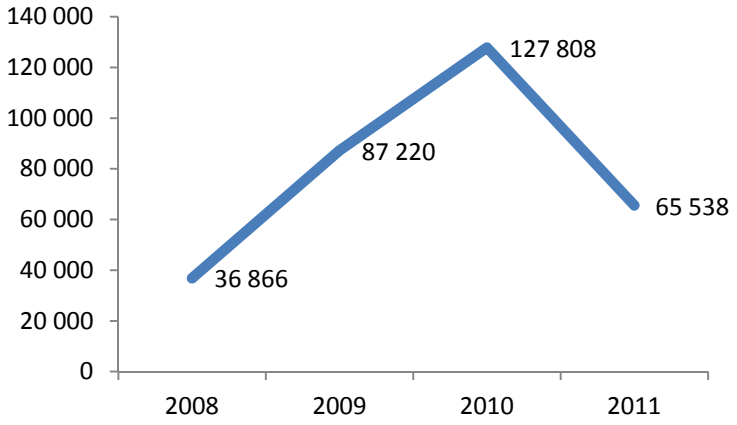
Figur 2.13: Netto driftsutgifter til forskjellige kulturuttrykk i Hordaland i perioden 2008-2011. Alle kommuner. (1000 kr). Kilde: SSB, KOSTRA

[18] Merk at denne positive sammenhengen svekkes når man tar ut Modalen og Eidfjord, som har betraktelig høyere utgifter enn de øvrige kommunene i fylket. Trendlinjen er imidlertid uansett positiv

Tidsdimensjonen er litt for kort til å legge stor vekt på utviklingen. Det kan likevel nevnes at kommunale kulturbygg i løpet av disse årene har hatt en økning i driftsutgifter på nesten 50 prosent. Dette henger trolig sammen med økte investeringer i kulturbygg de siste årene.

Mer interessant er det å sammenligne utgiftsnivået til de forskjellige kulturuttrykkene. Folkebibliotek og musikk- og kulturskoler er de største utgiftspostene for kommunene i Hordaland. Disse to kulturtilbudene utgjør til sammen litt over 40 prosent av driftsbudsjettene på kulturområdet. Den klart minste utgiftsposten er kino. Dette henger sammen med at kinoen er delvis brukerfinansiert og at den klart største kinovirksomheten i Hordaland, Bergen Kino, er registrert som aksjeselskap med eget budsjett. De totale nettoutgiftene til kino i perioden utgjør aldri mer enn 4,2 millioner kroner. Kinovirksomheten er altså så godt som selvfinansiert.

Ved siden av de løpende driftsutgiftene gjør kommunene også investeringer innenfor kulturfeltet. Det gjelder ikke minst investeringer i kulturbygg, som vi har sett i en rekke kommuner i og utenfor Hordaland de siste årene. Oseana kunst- og kultursenter i Os, nye Stavanger Konserthus, og Kilden teater- og konserthus i Kristiansand er illustrerende eksempler. Figur 2.14 viser brutto investeringer i kommunale kulturbygg i Hordaland fylke i tidsperioden 2008-2011. Det har ikke vært mulig å finne data på investeringer i kommunale kulturbygg før 2008.



Figur 2.14: Brutto investeringer i kommunale kulturbygg i Hordaland i perioden 2008-2011. (1000 kr). Kilde: SSB, KOSTRA

Selv om tidsdimensjonen er for kort til å trekke bastante slutninger, og investeringsutgiftene er utsatt for større årlige variasjoner enn de løpende driftsutgiftene, viser figuren en sterk økning i investeringene mellom 2008 og 2010. Selv om investeringene ble halvert mellom 2010 og 2011, er 2011-nivået 77 prosent høyere enn i 2008. I disse fire årene brukte kommunene i Hordaland nesten 650 millioner kroner på investeringer i kommunale kulturbygg. Dette utgjør nesten 10 prosent av kommunenes samlede investeringsutgifter innen kommunal eiendomsforvaltning.

Kapittel 3:

Publikums forbruk

En særegen egenskap ved kunst- og kultursektoren, er at virksomhetene bidrar til å generere etterspørsel for andre virksomheter ved å trekke publikum til fylket. Tilreisende publikum til Festspillene har for eksempel behov både for overnatting, transport, mat og drikke mens de oppholder seg i byen. Når konsertpublikummet på Koengen fyller barene og pubene langs Bryggen, er det et eksempel på det samme.

I dette kapittelet ser vi nærmere på dette publikumsskapte forbruket. Beløpene er betydelige. Ved hjelp av data fra publikumsundersøkelsene vi har gjennomført, finner vi at publikum ved kulturarrangement i Bergen la igjen 605 millioner kroner i løpet av perioden september 2011 til september 2012. Av dette la tilreisende kulturpublikummere igjen 311 millioner kroner. I underkant av 142 millioner ble brukt på overnatting, og 168 millioner på andre varer og tjenester.

Ser vi på hele Hordaland, er det samlede ekstraforbruket til publikum 659 millioner kroner. Av dette la tilreisende fra utenfor fylket igjen 223 millioner. Ca. 118 millioner ble brukt på overnatting, og vel 105 millioner på andre varer og tjenester.

Prinsipper for beregning av publikums ekstraforbruk (koblingsvirkninger)

I litteraturen kalles dette publikumsskapte forbruket ofte koblingsvirkninger. Et viktig prinsipp ved beregning av slike koblingsvirkninger, er å skille mellom den etterspørselen som genereres av lokalbefolkningen og det tilreisende publikummet. Bare etterspørsel som genereres utenfra kan legge grunnlag for videre ringvirkninger. Publikum som bor i området bruker selvsagt også penger når de for eksempel kombinerer et teaterbesøk med en middag på byen, men det kan argumenteres for at dette er penger som likevel ville blitt brukt lokalt, uavhengig av teaterbesøket.

Tilsvarende er det også vanlig bare å inkludere forbruk fra personer som har kommet til regionen på grunn av kulturarrangementet. Forbruk fra tilreisende publikum som befinner seg i regionen av andre grunner, blir holdt utenfor. Selv om en forretningsreisende eller turist benytter seg av regionens kulturtilbud når han eller hun likevel er i området, er det ikke kulturen som sådan som genererer disse personenes ekstraforbruk. I det følgende kaller vi tilreisende som har kommet til regionen på grunn av et kulturarrangement for *kulturtilreisende*. Som det vil bli vist, varierer andelen kulturtilreisende sterkt mellom ulike typer arrangementer.

Vi legger kommunen til grunn som geografisk enhet når vi beregner forbruk i forbindelse med enkeltarrangement. Det vil si at publikum fra vertskommunen ikke inkluderes i beregningene. I de samlede beregningene er det Hordaland som utgjør den geografiske enheten, og omfatter da bare tilreisende fra andre fylker og fra utlandet. De potensielle ringvirkningene i hele Hordaland blir dermed mindre enn for enkeltkommuner som Bergen. Med andre ord, jo større geografisk enhet, jo mindre blir de potensielle ringvirkningene.

Forbruk fra kulturtilreisende som fortrenger forbruk fra andre, skal strengt tatt heller ikke tas med i beregningene. Dette vil for eksempel gjelde i situasjoner hvor det er fullt belegg på hotellene og de kulturtilreisende derfor fortrenger eventuelle gjester som ville kommet til regionen av andre grunner, for eksempel en forretningsreise. I avgrensede perioder, som under Festspillene og de mest populære konsertbegivenhetene på Koengen, kan nok dette være tilfellet. Det er imidlertid svært vanskelig å estimere hvor stor del av etterspørselen fra de kulturtilreisende som fortrenger annen etterspørsel, så vi har valgt å ikke korrigere for dette. Det betyr at våre beregninger er gjort under en forutsetning av at det er ledig kapasitet ved overnattingsstedene og hos andre potensielle leverandører av varer og tjenester som de kulturtilreisende etterspør.

Beregningene av publikums forbruk bygger på spørreundersøkelser gjennomført i løpet av sommeren og ettersommeren 2012 blant 1 426 publikummere ved til sammen 27 kulturarrangement. Ved hvert arrangement ble et tilfeldig utvalg publikummere spurt hvor mye penger de hadde brukt eller ville bruke i tilknytning til det aktuelle arrangementet, utenom billetten. Tilreisende som oppholdt seg i den aktuelle arrangementskommunen i mer enn én dag, ble bedt om å anslå dagsforbruk, eventuelle utgifter til overnatting og antall overnattinger. Vi opererer med andre ord bare med to utgiftskategorier: overnatting og andre utgifter.[19] For å skille kulturtilreisende fra andre tilreisende, er det også tatt med et spørsmål om hva som er den primære årsaken til at de befinner seg i kommunen.

Ved hjelp av data fra de 27 arrangementene, har vi estimert samlede forbrukstall for ulike kategorier av kulturarrangement. Vi har også estimert totale forbrukstall for hele kultursektoren i Bergen og for hele Hordaland. Fordi disse siste estimatene bygger på forutsetninger som er beheftet med en betydelig grad av usikkerhet, bør de tolkes som tilnærminger heller enn eksakte størrelser. Vi ser først nærmere på publikums forbruk ved noen utvalgte kulturarrangement i Bergen.

Festspillene i Bergen

I 2012 kunne Festspillene i Bergen feire sitt 60-årsjubileum. Jubileumssesongen ble en suksess med over 34 000 solgte billetter[20] – en økning på mer enn 7 000 billetter fra året før – fordelt på 150 arrangement. Det er derfor med rette at Festspillene kan kalle seg Nordens største kulturfestival.

Våre beregninger bekrefter også at Festspillene er langt mer enn en festival for Bergens kulturelite. Riktignok utgjorde bergenserne rundt 60 prosent av årets samlede publikum på 34 240 personer, men en andel på 40 prosent tilreisende gjester må sies å være akseptabelt for en festival hvis

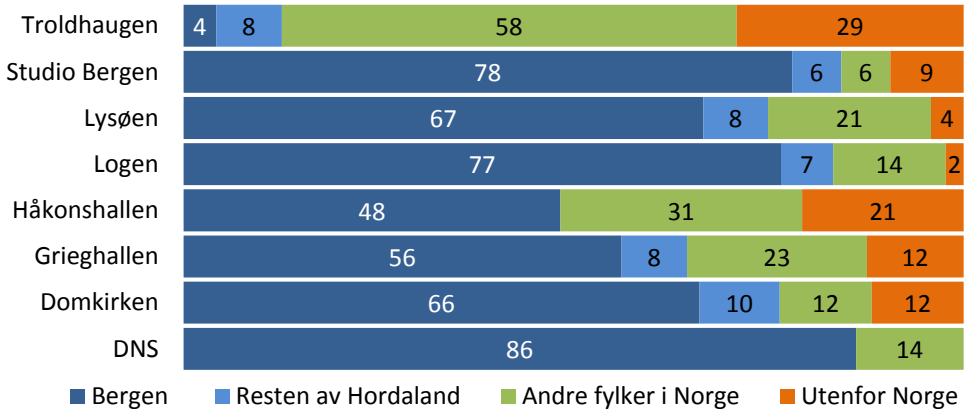
[19] En kan argumentere for at en finere inndeling av utgiftskategoriene ville gitt et mer nyansert bilde av forbruksmønsteret, men dette ville forlenget skjemaet og krevd mer av respondentene. Fordi publikumsundersøkelsene ble gjennomført på selve arrangementet, ville en lengre og mer detaljert survey være praktisk vanskelig å gjennomføre.
[20] I tillegg kommer nærmere 25 000 personer på ulike gratisarrangementer (inklusive skoleforestillinger o.l.)

målsetning er å nå ut til flest mulig mennesker. I publikumssammenheng er Festspillene likevel først og fremst en norsk festival, selv om programmet i stor grad har et internasjonalt preg hva gjelder både innhold og utøvere. Det internasjonale publikummet utgjorde i 2012 ca. 10 prosent av den samlede publikumsmassen, mens 20 prosent var tilreisende gjester fra andre fylker. Tabell 3.1 viser den geografiske fordelingen av publikumsmassen:

Publikums bosted	Antall	Prosent
Bergen	21 295	62,2
Under 60 min fra Bergen	1 965	5,7
Resten av Hordaland	364	1,1
Andre fylker i Norge	6 991	20,4
Utenfor Norge	3 624	10,6
Totalt	**34 240**	**100**

Tabell 3.1: Publikum fordelt på bostedskategorier, Festspillene i Bergen 2012

Figur 3.1 viser den geografiske fordelingen av publikum på ulike arrangementsarenaer. Det er først og fremst de musikalske arrangementene som tiltrekker seg et internasjonalt publikum. Det gjelder ikke minst arrangementene som foregår på Troldhaugen og i Håkonshallen. Her utgjorde utenlandske gjester henholdsvis 29 og 21 prosent av det samlede publikummet. Arrangementene på Troldhaugen er også de som i størst grad tiltrekker seg gjester fra andre fylker, mens forestillingene på DNS først og fremst appellerer til det lokale publikummet.



Figur 3.1: Publikum fordelt på bosted og arrangementsarena, prosent.

Beregningene for Festspillene bygger på svar fra til sammen 338 tilfeldig utvalgte publikummere på 11 ulike forestillinger. Forestillingene er valgt ut for å representere ulike sjangre, lokaliteter og ukedager. For å korrigere for eventuelle skjevheter i utvalget, er datamaterialet vektet i forhold til tallet på solgte billetter innenfor ulike kategorier av arrangement. Vi har her benyttet Festspill-programmet sine kategorier som utgangspunkt. Vi er rimelig trygge på at dette har gitt oss et utvalg som er tilnærmet representativt for det samlede Festspill-publikummet.

Det kan være en utfordring å estimere nøyaktige besøkstall ved festivaler som varer over flere dager. Fordi publikum ofte går på flere forestillinger, vil antall solgte billetter være høyere enn antall unike publikummere. Vi har tatt høyde for dette ved å be respondentene oppgi det totale antall

arrangement de vil delta på. Vi finner at rundt en tredjedel av publikum bare deltar på ett arrangement, mens nøyaktig halvparten er innom maksimum to arrangement i løpet av de to ukene Festspillene varer. En liten gruppe på rundt tre prosent oppgir at de besøker ti eller flere Festspill-arrangement. Utfra våre beregninger er de 34 240 billettene solgt til nesten 18.000 unike publikummere, hvorav ca. 13 000 er tilreisende.

Hoteller, restauranter og utesteder er blant de som nyter godt av det tilreisende publikummet. Det er rimelig å tro at en betydelig del av beløpet som publikum bruker på mat, drikke og snacks legges igjen på selve arrangementsarenaen. I den grad arrangøren (i dette tilfellet Festspillene) selv står for cateringvirksomheten, er denne delen av publikumsutgiftene inntekter som tilfaller arrangøren og kan derfor ikke tas med i beregningene. Siden Festspillene ikke selv driver cateringvirksomhet, vil alle publikums utgifter legges igjen hos andre virksomheter og hele beløpet kan derfor defineres som en koblingsvirkning.

Våre beregninger viser at publikum under Festspillene legger igjen nesten 31 millioner kroner i Bergen i løpet av de to ukene i mai. Dette beløpet inkluderer etterspørselen fra alle publikumsgrupper, både tilreisende og lokalbefolkningen. Trekker vi fra forbruk fra personer som er bosatt i Bergen, reduseres beløpet til ca. 24,4 millioner kroner. Om vi tillegg tar vekk forbruk fra personer som har kommet til byen av andre grunner enn Festspillene, reduseres tallene ytterligere. Vi sitter da igjen med et forbruk på *ca. 18 millioner kroner* fordelt på 8,6 millioner til overnatting og ca. 9,5 millioner til andre varer og tjenester, som f.eks. mat, drikke og transport.

Tabell 3.2 gir en oversikt over estimert etterspørsel fra ulike publikumsgrupper.

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Alle publikummere	12 049 178	18 812 377	30 861 555
Bergenspublikum	0	6 476 141	6 476 141
Kulturtilreisende fra Hordaland	0	1 089 299	1 089 299
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	8 558 774	8 369 067	16 927 840
Sum kulturtilreisende	**8 558 774**	**9 458 366**	**18 017 140**

Tabell 3.2: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Festspillene i Bergen 2012.

Det er viktig å understreke at denne typen estimater aldri kan bli helt nøyaktige, blant annet fordi beløpene publikum selv oppgir ofte er svært grove anslag av det faktiske forbruket. I tillegg kommer utfordringen med å estimere forbruket til de som overnatter i forbindelse med Festspillene. Intuitivt vil man tenke at dette kan løses ved å gange dagsutgiftene med antall overnattinger. En slik løsning vil imidlertid medføre en rekke dobbelttellinger, ettersom én person kan ha vært på flere arrangement og dette allerede er tatt høyde for når vi har estimert publikumstallene. Vi har løst problemet ved å gange alle utgifter med en faktor som viser forholdet mellom antall overnattinger og antall forestillinger. Dette er en konservativ fremgangsmåte som trolig underestimerer totalforbruket heller enn å overdrive det.

Bergen Live – Bruce Springsteen

Sommeren 2012 spilte Bruce Springsteen for Bergenspublikummet på Bergen Lives utescene på Koengen for andre gang. Til sammen 44 000 tilskuere hadde sikret seg billett til de to konsertene. På

forhånd var det skapt store forventninger til den økonomiske gevinsten Springsteen-konsertene kunne generere for det lokale næringslivet. «Tidligere erfaringer fra Norge vil tilsi at hver konsertgjenger vil bruke rundt 1000 kroner i gjennomsnitt per dag», uttalte Reidar Mykletun, professor ved Norges Hotellhøgskole til Bergens Tidende, som på sin side beregnet at dette ville gi Bergen inntekter på rundt 50 millioner kroner – Paul Simon-konserten inkludert.[21]

Dette beløpet er ikke langt unna det våre beregninger viser for publikum som helhet, inkludert lokalbefolkningen. Basert på forbruksdata fra 177 tilfeldig utvalgte publikummere på begge Springsteen-konsertene, finner vi at publikum totalt la igjen til sammen 51,7 millioner kroner i Bergen i forbindelse med konsertene.

Konserter med internasjonale artister av Springsteens kaliber er nasjonale begivenheter. De trekker derfor publikum fra store deler av landet og har en høyere andel tilreisende enn kulturarrangementer flest. Av den samlede publikumsmassen på 44 000 finner vi at over to tredjedeler er tilreisende – dvs. bosatt utenfor Bergen kommune. Mer enn én tredel av publikum kommer fra fylker utenfor Hordaland. Konsertene trekker også noen utenlandske gjester, ca. 3,5 prosent i følge våre tall. Dette er den overlegent største andel tilreisende på alle arrangement vi har data for. Tabellen under viser publikumssammensetningen ved de to konsertene.

Publikums bosted	Antall	Prosent
Bergen	14 169	32,2
Under 60 min fra Bergen	7 209	16,4
Resten av Hordaland	6 215	14,1
Andre fylker i Norge	14 915	33,9
Utenfor Norge	1 492	3,4
Total	**44 000**	**100**

Tabell 3.3: Publikum fordelt på bostedskategorier. Bruce Springsteen-konsertene 23 og 24.juli 2012.

Fordi billettene til konserter som dette blir solgt ut bare noen minutter etter at de blir lagt ut, og salget dermed er unnagjort flere måneder før konserten finner sted, er det ikke praktisk mulig for tilreisende som befinner seg i byen av andre grunner å få kjøpt billett. Alle tilreisende har med andre ord kommet til byen på grunn av konserten, og defineres som kulturtilreisende.

Som vist i tabell 3.4, er det samlede ekstraforbruket fra publikum på de to Springsteen-konsertene beregnet til nesten 52 millioner kroner. Når forbruket til lokalbefolkningen er trukket fra, sitter vi igjen med 48 millioner kroner som grunnlag for videre ringvirkninger. Anslagene til Bergens Tidende, som riktignok også inkluderte Paal Simon-konserten noen dager senere, er med andre ord rimelig presise.

[21] http://www.bt.no/bergenpuls/Konsertuken-gir-Bergen-inntekter-pa-rundt-50-millioner-kroner-2738718.html?xtor=RSS-2

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Alle publikummere	20 621 582	31 144 633	51 766 215
Bergenspublikum	0	3 735 337	3 735 337
Kulturtilreisende fra Hordaland	2 161 469	6 784 179	8 945 648
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	18 460 113	20 625 117	39 085 230
Sum kulturtilreisende	**20 621 582**	**27 409 296**	**48 030 878**

Tabell 3.4: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Bruce Springsteen-konsertene 23 og 24.juli 2012.

Av totalt 48 millioner genererer det tilreisende Springsteen-publikummet rundt 20,6 millioner for hoteller og andre overnattingssteder og 27,4 millioner for andre virksomheter som serveringssteder, transportører etc. Dette beløpet representerer med andre ord publikums forbruk *utenfor* konsertarenaen. I tillegg kommer forbruk av mat og drikkevarer inne på konsertområdet. Disse er trukket fra det estimerte publikumsforbruket siden Bergen Live selv står for cateringen på sine konserter.[22]

Den Nationale Scene[23]

Med status som nasjonalt teater, er Den Nationale Scene blant landets viktigste arenaer for produksjon og formidling av scenekunst. Til forskjell fra Festspillene og konsertene på Koengen, representerer forestillingene ved Den Nationale Scene det regulære kulturtilbudet som er tilgjengelig gjennom hele året. I løpet av 2011 spilte teateret til sammen 708 forestillinger fordelt på 31 oppsetninger, hvorav 4 var urpremierer. De siste årene har publikumstallet vært stabilt høyt, med mellom 130 000-150 000 besøkende årlig. I løpet av det siste året (september 2011-september 2012) har teateret hatt 128 638 besøkende til sine ordinære forestillinger.[24]

I motsetning til de andre arrangementene vi har sett på, er DNS sine forestillinger i overveiende grad lokale arrangement (se tabell 3.5). Publikum består nesten utelukkende av bergensere eller tilreisende fra omkringliggende kommuner. Publikumsdata fra Festspillene viste at dette også gjelder for DNS sine Festspill-forestillinger, selv om andelen tilreisende fra andre fylker er noe større på disse forestillingene (jf. figur 3.1).

Publikums bosted	Antall	Prosent
Bergen	101 556	79
Under 60 min fra Bergen	18 054	14
Andre fylker i Norge	9 027	7
Total	**128 638**	**100**

Tabell 3.5: Publikum fordelt på bostedskategorier. Forestillinger ved Den Nationale Scene, sept. 2011-sept.2012.

Til sammen genererte teaterpublikummet nesten 55 millioner kroner i etterspørsel etter varer og tjenester fra det lokale næringslivet i løpet av perioden september 2011-september 2012. Ca. 12,4

[22] I beregningene har vi trukket cateringomsetningen på de to konsertene fra det estimerte publikumsforbruket. Tallene for cateringomsetning på konsertarenaen har vi fått direkte fra Bergen Live.
[23] Tallene er basert på en survey blant publikum på forestillingen Fanny og Aleksander 18.9.2012 samt Den Nationale Scenes egne publikumstall for perioden september 2011-september 2012.
[24] Tallet inkluderer ikke Festspill-forestillingene, siden disse inngår i Festspillenes samlede publikumstall.

millioner kroner kan tilskrives tilreisende som kommer til Bergen utelukkende for å gå i teateret. Publikums utgifter er rimelig jevnt fordelt mellom hotellutgifter og kjøp av andre varer og tjenester. Overnattende teatergjester, som utgjør 27 prosent av de tilreisende, legger igjen rundt 6,4 millioner kroner på byens hoteller, og nesten 6 millioner kroner hos andre virksomheter. Dette inkluderer kjøp av drikkevarer o.a. i teaterets bar, som er drevet av et eksternt firma.

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Alle publikummere	22 545 502	32 391 951	54 937 453
Bergenspublikum	0	17 745 273	17 745 273
Kulturtilreisende fra Hordaland	0	4 964 975	4 964 975
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	6 431 900	1 015 563	7 447 463
Sum kulturtilreisende	**6 431 900**	**5 980 539**	**12 412 439**

Tabell 3.6: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Forestillinger ved Den Nationale Scene, sept.2011-sept.2012

Ole Bull Scene[25]

Ole Bull Scene byr på et mangfold av kultur- og underholdningstilbud – hovedsakelig for et voksent publikum, men scenen har også plass til både barne- og ungdomsteater. Flere av arrangementene går for fulle hus, bare forestillingene med Dagfinn Lyngbø høsten 2012 trakk nærmere 50 000 publikummere.

I perioden september 2011 til september 2012 hadde revyscenen 89 345 besøkende. Vel en tredjedel av publikum er tilreisende. Flesteparten av disse kommer fra omkringliggende kommuner, men det kommer også en betydelig andel fra andre fylker. Dette skyldes trolig at det er blitt populært å kombinere weekend-reiser med revybesøk, noe det også legges til rette for gjennom markedsføring og salg av kombinerte revy- og hotellpakker.

Publikums bosted	Antall	Prosent
Bergen	56 326	63,0
Under 60 min fra Bergen	15 538	17,4
Resten av Hordaland	3 885	4,3
Andre fylker i Norge	13 596	15,2
Total	89 345	**100,0**

Tabell 3.7: Publikums bosted fordelt på bostedskategorier. Ole Bull Scene, sept. 2011-sept. 2012

Våre data viser at samtlige tilreisende publikummere har kommet til Bergen enten helt eller delvis på grunn av forestillinger ved Ole Bull Scene. Til sammen har denne gruppen et forbruk på vel 89 millioner kroner (se tabell 3.8). Selv om de tilreisende utgjør et mindretall av publikum, genererer de betydelige større beløp enn det lokale publikummet, som legger igjen 33,7 millioner kroner. Dette skyldes i stor grad overnattingsutgiftene, som beløper seg til ca. 47,7 millioner kroner. Omtrent samtlige tilreisende (94 prosent) overnatter på hotell i forbindelse med arrangementene. Ved siden av overnatting legger tilreisende igjen ca. 41,4 millioner hos andre virksomheter, som

[25] Tallene er basert på en survey gjennomført blant publikum på Dagfinn Lyngbø-show 1.9.2012 samt publikumstall for Ole Bull Scene i perioden september 2011-september 2012, levert av revy- og teaterservice.

serveringssteder, transportører o.l. I tillegg til dette kommer kjøp i Ole Bulls egne barer som utgjør ca. 7,4 millioner for tilreisende publikum og 17,1 millioner for det lokale publikummet.

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Alle publikummere	47 731 202	75 126 984	122 858 186
Bergenspublikum	0	33 756 752	33 756 752
Kulturtilreisende fra Hordaland	21 335 616	23 306 975	44 642 591
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	26 395 663	18 063 257	44 458 920
Sum kulturtilreisende	**47 731 279**	**41 370 232**	**89 101 511**

Tabell 3.8: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Forestillinger ved Ole Bull Scene, sept.2011-sept.2012.

Publikums forbruk – 12 arrangementskategorier

Eksemplene som er presentert over viser at det publikumsskapte forbruket varierer mellom ulike typer arrangementer. Variasjonene henger først og fremst sammen med arrangementenes evne til å tiltrekke seg et betalingsvillig publikum utenfra. Nasjonale begivenheter, som for eksempel to dager med Springsteen-maraton på Koengen, står i en særstilling, både fordi andelen tilreisende er så høy og fordi samtlige tilreisende legger turen til Bergen på grunn av konsertene. Men også det regulære kulturtilbudet, som revy-forestillingene på Ole Bull Scene, kan i løpet av året tiltrekke seg et betydelig antall tilreisende og overnattende publikummere. Kulturtilreisende til Ole Bull Scene genererer et beløp ikke så langt under det vi har beregnet for Springsteen-konsertene.

Vi skal i det følgende konsentrere oss om Bergen og se på alle de arrangementskategoriene vi har samlet data for. Tabell 3.9 inneholder beregninger for i alt 12 arrangementskategorier med vel 650 000 solgte billetter. For noen kategorier, for eksempel Springsteen, DNS og Harmonien, tilsvarer tallet på billetter publikumstallet. For andre arrangementer er det ikke samsvar mellom billetter og personer. Dette gjelder flere av festivalene, blant annet Festspillene hvor vi kjenner tallet på solgte billetter (34 240) og har estimert tallet på unike publikummere til i underkant av 18 000. Det gjelder også Nattjazz hvor vi kjenner tallet på solgte dagspass, nattpass (festivalpass for halve festivalperioden) og festivalpass, og har benyttet disse tallene til å estimere hvor mange personer som til sammen har vært til stede de 11 dagene festivalen varer. Personer som har besøkt Nattjazzen flere dager, er telt flere ganger. Det er dette estimatet som er oppgitt i tabell 3.9. Tilsvarende beregninger er gjort for Bergenfest, hvor en liten andel av de solgte billettene er festivalpass. I begge disse tilfellene har vi antatt at antall besøksdager er rundt halvparten av det antall dager som festivalpasset gir tilgang til. Dette tilsvarer i grove trekk også det antall besøksdager som er nødvendig for at det skal lønne seg å kjøpe festivalpass i stedet for dagspass. [26]

[26] Merk at denne metoden for beregning av besøkende på festivaler, avviker fra den metoden som arrangørene selv benytter i sin rapportering. Vår metode har bare relevans i forbindelse med estimering av publikums ekstraforbruk.

	Festspillene	Nattjazz	Bergen-fest	Spring-steen - Koengen	Kent - Koengen	Bergen Live - tillegg	Harmonien Grieghallen	Grieghallen - tilegg	DNS	Ole Bull Scene	Ricks Teater	Raptus tegneseri efestival	TOTALT
Overnatting:													
Alle publikummere	12 049 178	4 377 706	459 293	20 621 582	296 724	4 590 208	4 560 000	25 687 614	22 545 502	47 731 202	3 108 120	274 823	146 301 951
Bergenspublikum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	0	27 707	90 460	2 161 469	0	274 229	0	2 141 457	0	21 335 616	0	0	26 030 938
Kulturtilreis. utenfor Hordaland	8 558 774	3 380 254	270 148	18 460 113	296 724	3 693 046	4 560 000	23 546 157	6 431 900	26 395 663	3 108 120	274 823	98 975 721
Sum kulturtilreisende	**8 558 774**	**3 407 961**	**360 608**	**20 621 582**	**296 724**	**3 967 275**	**4 560 000**	**25 687 614**	**6 431 900**	**47 731 279**	**3 108 120**	**274 823**	**125 006 659**
Annet forbruk:													
Alle publikummere	18 812 377	18 621 890	3 796 296	31 144 633	2 214 046	29 843 343	5 554 079	48 247 424	32 391 951	75 126 984	3 581 072	1 576 187	270 910 282
Bergenspublikum	6 476 141	10 674 862	2 731 824	3 735 337	1 002 807	15 670 434	3 915 899	24 263 625	17 745 273	33 756 752	550 655	682 541	121 206 150
Kulturtilreisende fra Hordaland	1 089 299	1 485 971	741 040	6 784 179	234 714	3 967 621	1 282 500	11 438 956	4 964 975	23 306 975	181 307	331 765	55 809 303
Kulturtilreis. utenfor Hordaland	8 369 067	5 740 675	232 019	20 625 117	976 525	11 115 475	355 680	12 544 843	1 015 563	18 063 257	1 554 060	561 882	81 154 162
Sum kulturtilreisende	**9 458 366**	**7 226 646**	**973 059**	**27 409 296**	**1 211 239**	**15 083 096**	**1 638 180**	**23 983 799**	**5 980 539**	**41 370 232**	**1 735 367**	**893 647**	**136 963 465**
Forbruk totalt:													
Alle publikummere	30 861 555	22 999 596	4 255 589	51 766 215	2 510 769	34 433 550	10 114 079	73 935 038	54 937 453	122 858 186	6 689 192	1 851 010	417 212 232
Bergenspublikum	6 476 141	10 674 862	2 731 824	3 735 337	1 002 807	15 670 434	3 915 899	24 263 625	17 745 273	33 756 752	550 655	682 541	121 206 150
Kulturtilreisende fra Hordaland	1 089 299	1 513 678	831 500	8 945 648	234 714	4 241 850	1 282 500	13 580 413	4 964 975	44 642 591	181 307	331 765	81 840 241
Kulturtilreis. utenfor Hordaland	16 927 840	9 120 929	502 167	39 085 230	1 273 248	14 808 521	4 915 680	36 091 000	7 447 463	44 458 920	4 662 180	836 705	180 129 883
Sum kulturtilreisende	**18 017 140**	**10 634 607**	**1 333 667**	**48 030 878**	**1 507 962**	**19 050 371**	**6 198 180**	**49 671 413**	**12 412 439**	**89 101 511**	**4 843 487**	**1 168 470**	**261 970 124**
Solgte billetter	34 240	18 900	17 000	44 000	3 400	71 798	57 000	140 354	128 638	89 345	25 901	2 400	**622 976**
Publikumsdager[27]	34 240	43 500	12 500	44 000	3 400	71 798	57 000	140 354	128 638	89 345	25 901	2 400	**653 076**
Andel tilreisende	37,8 %	19,1 %	25,0 %	67,8 %	20,4 %	22,3 %	14,0 %	21,5 %	21,1 %	37,0 %	20,0 %	45,1 %	**28,0 %**
Forbruk per publikumsdag/billett	526	244	107	1 092	444	265	109	354	96	997	187	487	**401**
Forbruk per kulturtilreisende	1 392	1 280	427	1 610	2 174	1 190	777	1 646	457	2 695	935	1 080	**1 434**

Tabell 3.9: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner, 12 utvalgte arrangementskategorier i perioden sept.2011-sept.2012.

[27] Begrepet publikumsdager er mest aktuelt for festivaler hvor flerdagspass er omregnet til besøksdager.

For Harmoniens konserter i Grieghallen, DNS, Ole Bull Scene og Ricks Teater er estimatene basert på publikumsdata fra én enkelt forestilling innenfor hver kategori, og deretter multiplisert opp til det totale antallet solgte billetter i perioden september 2011 til september 2012. Estimatene ville naturligvis blitt sikrere om de var basert på publikumsdata fra et større utvalg forestillinger spredt over hele året, men dette har det ikke vært mulig å få til innenfor de økonomiske og tidsmessige rammene for dette prosjektet.

Kategorien Bergen Live består av alle Bergen Lives arrangementer i løpet av perioden, med unntak av de to konsertene som er skilt ut som egne arrangement, Bruce Springsteen og Kent. Dette inkluderer flere større utendørskonserter i løpet av sommeren 2012 og en rekke mindre konserter i Grieghallen og på de andre konsertscenene rundt om i byen. Forbruksestimatene bygger på et gjennomsnitt av publikumsdata fra Bergenfest og konserten med Kent. Springsteen-konsertene skiller seg såpass ut når det gjelder andelen tilreisende og overnattende publikummere at vi har valgt å holde disse utenfor beregningene for Bergen Live sine øvrige arrangementer.

Kategorien Grieghallen består av alle arrangementer i Grieghallen unntatt Harmoniens konserter, arrangementer i forbindelse med Festspillene og Bergen Live sine konserter (som alle er skilt ut som egne kategorier). Dette representerer et bredt knippe av kulturarrangement innen klassisk musikk, ballett og opera, populærmusikk, show, revy, kor og korps osv. Vi har ikke hatt anledning til å samle publikumsdata fra et representativt utvalg av disse arrangementene i Grieghallen, men baserer estimatene over publikumssammensetning og forbruk på et gjennomsnitt av publikumsdata for Harmonien, DNS, Ricks Teater og Ole Bull Scene. Merk at billettsalget for Grieghallen gjelder kalenderåret 2011 og ikke september 2011 til september 2012 som for de andre kategoriene. Når det gjelder Harmonien er det bare konsertene på den faste scenen i Grieghallen som er regnet med.[28]

Til sammen har kulturpublikummet kjøpt varer og tjenester for vel 417 millioner kroner. Trekker vi fra forbruk fra personer bosatt i Bergen og tilreisende som er i byen av andre grunner enn kulturbesøk, blir summen ca. 262 millioner kroner. Omtrent 125 millioner går til overnatting, mens resten brukes på andre varer og tjenester. Salg av mat, drikke og effekter på kulturarenaene i regi av arrangørene er trukket fra dette siste beløpet.

Ole Bull Scene har gitt et betydelig bidrag til disse tallene, med et gjennomsnittsforbruk på like under tusenlappen og et samlet forbruk fra kulturtilreisende på vel 89 millioner. Dette skyldes, som nevnt tidligere, at andelen tilreisende er høy og at mange kombinerer revy med restaurantbesøk og weekend-opphold. Ole Bull Scene har derfor også det høyeste gjennomsnittsforbruket per tilreisende av alle de tolv arrangementskategoriene. Kontrasten til DNS er slående. Med et betydelig større publikum i løpet av året, er det totale bidraget fra DNS bare på vel 12 millioner kroner. Faktisk har DNS det laveste forbruket per besøkende av alle de arrangementskategoriene vi har sett på.

Også Grieghallen er en viktig bidragsyter til det publikumsskapte forbruket. Kulturtilreisende til Grieghallen legger igjen nesten 50 millioner hos andre virksomheter. Når vi tillegg vet at Grieghallen er hovedscene for Harmonien, huser en betydelig del av Festspill-programmet samt flere av Bergen

[28] Merk at Harmoniens konserter under Festspillene er registrert under Festspillene og at orkesterets medvirkning i opera- og danseforestillinger er registrert under Grieghallen. Harmoniens totale billettsalg inkludert de to siste kategoriene, er ca. 75.000.

Lives større innendørskonserter, er det liten tvil om at konserthuset spiller en avgjørende rolle i byens kulturøkonomi.

Også Bruce Springsteen må nevnes. Med et gjennomsnittlig forbruk på nesten 1 100 kroner per publikummer, genererte kulturtilreisende til de to konsertene i juli 2012 til sammen vel 48 millioner kroner for øvrig næringsliv.

Miljøet rundt Bergen Live er utvilsomt viktig for Bergen. Om vi summer Bergen Lives samlede konsertprogram med Bergenfest, blir de kulturtilreisendes ekstraforbruk nesten 70 millioner kroner, dvs. 27 prosent av totalbeløpet beregnet i tabell 3.9. De to parallelle festivalene i slutten av mai, Festspillene og Nattjazz, genererer til sammenligning nesten 29 millioner kroner. Det tilsvarer rundt 11 prosent av totalbeløpet.

Bergen Kino

Bergen Kino er en betydelig publikumsmagnet med et samlet billettsalg på rundt 1,1 millioner billetter per år. Da vi ikke har gjort selvstendige publikumsundersøkelser blant kinogjengerne spesielt for dette prosjektet, har vi dessverre ikke mulighet til å beregne kinopublikummets forbruk basert på samme metodikk som vi ellers benytter i denne rapporten. Men i studien *Kino i sentrum*, utarbeidet av ideas2evidence for Bergen Kino i 2012, fant vi at kinopublikummet til sammen legger igjen ca. 152 millioner kroner på varer og tjenester utenom kinobilletten i løpet av et år.[29] Trekker vi fra omsetningen til Bergen Kino sine kiosker (Location) reduseres dette beløpet til ca. 132 millioner, dvs. et ekstraforbruk per kinogjest på ca. 115 kroner. Hovedtyngden av dette ekstraforbruket kommer fra personer som er bosatt i Bergen, eller som befinner seg i Bergen av andre grunner enn kinobesøk. De eneste kinobesøkende som kan legge grunnlag for reelle ringvirkninger, er personer fra de nærmeste nabokommunene som kommer inn til byen for å se film. Vi kjenner ikke størrelsen på denne gruppen, men kan ut fra de beregninger som ellers er gjort i rapporten *Kino i sentrum* anslå at det neppe gjelder mer enn hver tiende kinogjest. Om vi bruker dette som utgangspunkt og antar at de tilreisendes forbruk ikke avviker fra andre kinogjengeres forbruk, kan vi beregne disse kinogjengernes forbruk til ca. 12 millioner kroner.[30]

Antagelsen om samme forbruk blant tilreisende og fastboende er trolig litt streng. Fordi det er et større prosjekt å reise inn fra en nabokommune for å gå på kino i Bergen enn det er for en sentrumsbeboer å stikke innom kinokomplekset på Engen, er det også grunn til å tro at et slikt besøk i større grad kombineres med andre aktiviteter. Det er derfor rimelig å anta at det reelle tallet ligger noe høyere enn 12 millioner. Uansett er bidragene fra kinopublikummet relativt små om vi tar hensyn til at denne gruppen er mer enn dobbelt så stor som det samlede publikumsantallet fra de tolv arrangementskategoriene i tabell 3.9.

Kulturtilreisendes samlede forbruk

Til sammen utgjør de tolv kategoriene av arrangement som vi har data for i tabell 3.9, en betydelig del av kulturlivet i Bergen. De største festivalene er inkludert, i tillegg til en vesentlig del av de mer

[29] Dahle, Malin og Jostein Ryssevik: Kino i sentrum. En studie av kinoens betydning for sentrumskjernen i Bergen, ideas2evidence rapport 2/2012. Se særlig tabell 5.1 som er utgangspunktet for de tallene vi presenterer her. Forbruksdataene i denne studien bygger på en telefonbasert spørreundersøkelse til et representativt utvalg av befolkningen i Bergen.

[30] Dette er gjort ved å anta at de tilreisende har samme aldersfordeling og samme aldersspesifikke forbruksmønster som kinopublikummet generelt. Vi har også antatt at Locations andel av forbruket er den samme blant de tilreisende som blant andre kinogjengere.

rutinepregede kulturaktivitetene som pågår gjennom hele året. Bildet er likevel ikke komplett. Når det gjelder festivaler, mangler vi for eksempel data fra viktige arrangement som Bergen Reggae Festival, Phonofestivalen, Ekkofestivalen, Eggstokkfestivalen og Holbergdagene – Barokkmusikkfestival. Det samme gjelder Bergen internasjonale filmfestival (BIFF). Når det gjelder den mer rutinepregede kulturen mangler vi blant annet en rekke av konsertscenene i Bergen, som Garage, Hulen, Logen og Kvarteret (med unntak av Bergen Live sine arrangementer på disse scenene). Det samme gjelder Bergen Jazzforums konsertprogram som alene står for et besøkstall på rundt 10 000 i løpet av et år.

Det er vanskelig å vurdere hva fraværet av disse arrangementene og scenene har å si for de beregningene vi gjør i denne rapporten. De representerer uten tvil et betydelig publikum og en betydelig etterspørsel etter varer og tjenester fra det bergenske næringslivet, først og fremst fra overnattingsbedrifter og serveringssteder. Men det er naturlig å forvente at det store flertallet er bosatt i Bergen og at arrangementenes bidrag til videre ringvirkninger derfor er mer begrenset.

Vi ser fra tabell 3.9 at andelen tilreisende til flere av arrangementskategoriene ligger rundt 20 prosent. Dette gjelder blant andre Nattjazz, Bergen Live, DNS og Ricks Teater. Det er rimelig å anta at andelen tilreisende til de arrangementene som er utelatt, ikke overstiger dette nivået. I tillegg kommer trolig en betydelig andel av de tilreisende fra nabokommunene, og overnatter derfor ikke i byen i forbindelse med kulturbesøket. Om vi bruker Ricks Teater med blant andre Stand Up Bergen sine arrangementer som modell, kommer for eksempel 80 prosent av gjestene fra Bergen og ytterligere 14 prosent fra lokaliteter med reisetid under 60 minutter til Bergen sentrum. Bare seks prosent overnatter hjemmefra og bare en tredjedel av disse tilbringer natten på hotell. Til tross for et publikumstall på nærmere 26.000, utgjør forbruket fra kulturtilreisende til Ricks Teater bare knappe 5 millioner kroner eller 187 kroner per person.

For å kunne estimere forbruket til publikum ved øvrige kulturtilbud i Bergen, som ikke er inkludert i tabell 3.9, har vi benyttet et gjennomsnitt av besøks- og utgiftsprofilene til fire arrangementskategorier: Bergen Live[31], DNS, Harmonien og Ricks Teater[32]. Vi har i tillegg antatt at tabell 3.9 inkluderer 80 prosent av det samlede tallet på kulturbesøk i løpet av et år, det vil si at det kan legges til ca. 163.000 billetter. Det er vanskelig å vurdere hvor holdbar denne siste antagelsen er, men det er rimelig å anta at 163.000 ekstra billetter ikke er et for høyt tall.

Estimatene for dette tillegget er vist i tabell 3.10, sammen med estimater for Bergen Kino og de 12 arrangementskategoriene fra tabell 3.9.

Alt i alt forbruker publikum ved kulturarrangementer i Bergen vel 605 millioner kroner i tilknytning til arrangementene utenom billettkostnadene. Vel halvparten av dette beløpet legges igjen av lokalbefolkningen og personer som har kommet til byen av andre grunner enn kultur. Holdes disse utenfor, blir summen 311 millioner. Av dette brukes vel 142 millioner på overnatting og vel 168 millioner på andre varer og tjenester.

Kulturtilreisende utenfor Hordaland legger totalt sett igjen 211 millioner kroner i Bergen, fordelt på 116 millioner til overnatting og 94 millioner på annet forbruk.

[31] Bergenfest, Springsteen og Kent er utelatt fra disse beregningene.
[32] Ole Bull Scene er utelatt fordi vi antar at publikums utgiftstruktur her er lite representativ for resten av kulturlivet, med en høy andel tilreisende og høyt utgiftsnivå per tilreisende.

	Estimat basert på data fra 12 arrangements-kategorier (tabell 3.9)	Bergen Kino	Kultur-besøkende i tillegg - estimert	Totalt
Overnatting:				
Alle publikummere	146 301 951	0	17 478 511	**163 780 462**
Bergenspublikum	0	0	0	**0**
Kulturtilreisende fra Hordaland	26 030 938	0	108 864	**26 139 802**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	98 975 721	0	17 369 647	**116 345 368**
Sum kulturtilreisende	**125 006 659**	**0**	**17 478 511**	**142 485 170**
Annet forbruk:				
Alle publikummere	270 910 282	132 000 000	38 657 046	**441 567 328**
Bergenspublikum	121 206 150	118 800 000	20 409 857	**260 416 007**
Kulturtilreisende fra Hordaland	55 809 303	13 200 000	5 245 275	**74 254 578**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	81 154 162	0	13 001 915	**94 156 077**
Sum kulturtilreisende	**136 963 465**	**13 200 000**	**18 247 190**	**168 410 655**
Forbruk totalt:				
Alle publikummere	417 212 232	132 000 000	56 135 557	**605 347 789**
Bergenspublikum	121 206 150	118 800 000	20 409 857	**260 416 007**
Kulturtilreisende fra Hordaland	81 840 241	13 200 000	5 354 139	**100 394 380**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	180 129 883	0	30 371 562	**210 501 445**
Sum kulturtilreisende	**261 970 124**	**13 200 000**	**35 725 701**	**310 895 825**
Publikum/billetter totalt	653 076	1 140 668	163 000	**1 956 744**
Andel tilreisende	28,00 %	10,00 %	18,00 %	**16,67 %**
Forbruk per publikum/billett	401	116	219	**159**
Forbruk per kulturtilreisende	1 434	116	1 218	**953**

Tabell 3.10: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner, estimater for kultursektoren i Bergen i perioden sept.2011-sept.2012.

Om vi tar utgangspunkt i en gjennomsnittlig hotellrompris på 1 000 kr per natt, vil det samlede forbruket til overnatting fra tabell 3.10 muliggjøre ca. 142 485 overnattingsdøgn.[33] I følge SSBs overnattingsstatistikk, ble det solgt rundt 1,56 millioner hotelldøgn i Bergen i perioden september 2011 til og med august 2012.[34] Det vil si at de kulturtilreisende utgjør rundt 9,1 prosent av belegget på hotellene i Bergen i løpet av et år. Regnet i prosent av hotelldøgn solgt til ferie- og fritidsreisende, utgjør de kulturtilreisende nesten 19 prosent. For enkelte måneder er nok disse prosentandelene betydelig høyere. Det gjelder ikke minst i mai hvor både Festspillene og Nattjazz finner sted. Om vi utfra samme logikk anslår at Festspillene og Nattjazz til sammen representerer ca. 12 000 overnattingsdøgn, utgjør bare disse to arrangementene ca. 9 prosent av totalbelegget og vel 20 prosent av hotelldøgn solgt til ferie- og fritidsreisende i løpet av mai 2012. I tillegg kommer hoteldøgn generert av andre kulturarrangement i samme periode.

[33] Dette er beregnet ved å dele de samlede overnattingsutgiftene fra tilreisende utenfor Bergen (ca. 142,5 millioner) på gjennomsnittlig hotellpris på 1000 kroner.
[34] SSB Overnattingsstatistikk (månedlig), bearbeidet av Statistikknett og publisert av visitBergen.com.

Arrangementer utenfor Bergen

Publikumsundersøkelsene som er gjennomført for kulturarrangementer i Bergen, har gitt muligheter til å beregne et rimelig komplett publikumsforbruk for hele kultursektoren i kommunen. Når det gjelder kulturlivet i andre deler av fylket, er det ikke mulig å tegne et like presist bilde. Fordi både sammensetningen av kulturlivet og mulighetene for lokalt forbruk varierer fra kommune til kommune, ville dette krevd innsamling av publikumsdata fra et stort antall arrangement spredt over hele fylket. Det har vært utenfor rammene for dette prosjektet.

Vi har likevel samlet publikumsdata fra tre arrangementer utenfor Bergen: en teaterforestilling i det nye kulturhuset Oseana i Os, rockefestivalen Bygdalarm i Kvam og Poesifestivalen i Ulvik. De tre arrangementene kan fungere som illustrasjoner på publikumsforbruk i forbindelse med kulturarrangement i distriktskommuner. Vi har også utarbeidet et samlet estimat for publikumsforbruket i hele kultursektoren utenfor Bergen, men disse beregningene må betraktes som høyst usikre.

Bygdalarm

Bygdalarm er en av festivalene utenfor Bergen som virkelig har markert seg de siste årene. Festivalen holdes i Øystese i juli hvert år og publikumstallet har økt sakte men sikkert siden oppstarten i 2007. De to siste årene har festivalen vært utsolgt med 3 000 besøkende.

De fleste av disse kommer fra Hordaland, men festivalen trekker også publikum fra andre deler av landet (se tabell 3.11). Faktisk er det omtrent like mange tilreisende fra andre fylker som det er lokale publikummere.[35] Trolig har en god del av de tilreisende også en form for lokal tilknytning, f.eks. studenter som er hjemme på ferie eller andre som har flyttet fra bygda. Selv om dette ikke fanges opp i undersøkelsen, var det flere som opplyste om det i intervjuene. Vi skiller imidlertid ikke mellom tilreisende med lokal tilknytning og andre tilreisende i analysen. Tabell 3.11 viser den geografiske fordelingen.

Publikums bosted	Antall	Prosent
Kvam	806	26,9
Resten av Hordaland	1389	46,3
Andre fylker i Norge	778	25,9
Utlandet	28	0,9
Total	**3000**	**100**

Tabell 3.11 Publikum fordelt på bostedskategorier. Bygdalarm 2012.

Samlet genererer Bygdalarm-publikummet ca. 2 millioner kroner i inntekter for lokale virksomheter i forbindelse med festivalen. Dette inkluderer både lokale og tilreisende publikummeres forbruk. I motsetning til Bruce Springsteen-konsertene, fanger Bygdalarm også opp noen tilreisende som tilfeldigvis er i området og hvis forbruk i prinsippet ikke kan tas med i beregningene. Disse utgjør imidlertid bare 11 prosent av de tilreisende. For de fleste tilreisende er Bygdalarm med andre ord en hoved- eller medvirkende årsak til å besøke Kvam denne helgen i juli.

[35] Med lokale mener vi her publikum med bosted Kvam

Tilreisende som har kommet til Kvam på grunn av Bygdalarm, genererer ca. 1,3 millioner kroner for lokale virksomheter (se tabell 3.12). Av dette går nesten 90 prosent til mat, drikke o.l., mens bare vel 10 prosent – eller 157 000 – brukes på overnatting. Av de som overnatter, oppgir et overveldende flertall (82 prosent) at de overnatter privat, noe som forklarer dette relativt lave beløpet. Det bekrefter for så vidt også inntrykket vi fikk gjennom intervjuene, nemlig at mange Bygdalarm-publikummere har en tilknytning til lokalsamfunnet gjennom venner og familie.

Kategorien «andre utgifter» inkluderer også mat og drikke inne på konsertarenaen. Det meste av dette er inntekter som tilfaller eksterne leverandører og dermed kan inkluderes i beregningene.[36]

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Alle publikummere	179 363	1 869 183	2 048 546
Fra Kvam	0	539 307	539 307
Kulturtilreisende fra Hordaland	90 473	768 709	961 591
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	66 667	387 555	454 222
Sum kulturtilreisende	**157 140**	**1 156 264**	**1 313 404**

Tabell 3.12: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Bygdalarm 2012.

Poesifestivalen i Ulvik og Fruen fra havet

Med et estimert publikumstall på 3 000, er Bygdalarm det overlegent største av de tre arrangementene utenfor Bergen (se tabell 3.13). Poesifestivalen i Ulvik, som har som mål å spre kunnskap om Olav H. Hauge sitt forfatterskap, er et betydelig mindre arrangement. Med utgangspunkt i tallet på solgte enkeltbilletter og ulike kategorier av festivalpass har vi estimert at rundt 354 personer besøkte festivalen i løpet av de fire dagene i september 2012.[37] Men deltakerne på Poesifestivalen er et betalingsdyktig publikum med et betydelig høyere gjennomsnittsforbruk enn publikummet på Bygdalarm. Arrangementet har også en svært høy andel tilreisende, hele 85 prosent. Flertallet av de overnattende gjestende bor imidlertid privat. Som for Bygdalarm er det derfor bare en liten del av de overnattende gjestene som tilbringer natten på hotell eller pensjonat. Samlet sett legger det tilreisende publikummet igjen nesten 790 000 kroner i Ulvik, derav 167 000 kroner på overnatting.

Tallene fra Oseana, det nye kulturhuset på Os som ble åpnet sommeren 2011, er basert på én enkelt forestilling. Det gjelder Riksteaterets oppføring av Fruen fra havet, som hadde premiere på Os 19. september 2012. Forestillingen var et av høydepunktene på Oseanas høstprogram og var utsolgt med 461 betalende gjester. Omtrent halvparten av gjestene var tilreisende, i all hovedsak fra Bergen. Uten overnattingsgjester blir publikumsforbruket likevel beskjedent. Med et gjennomsnittsforbruk på 276 kroner per tilreisende, blir det samlede publikumsforbruket vel 62 000 kroner. Det er vanskelig å si hvor representativ denne forestillingen er for det samlede programmet til Oseana. Ettersom dette var en premiere på en av Riksteaterets største satsinger i 2012, er det likevel rimelig å tro at andelen tilreisende og det estimerte publikumsforbruket ligger noe over gjennomsnittet.

[36] En mindre del av omsetningen av drikkevarer tilfaller Bygdalarm. Dette beløpet er trukket fra publikums samlede forbruk av andre varer og tjenester.

[37] Estimatet bygger på en forutsetning om at alle som har kjøpt billetter til enkeltarrangement i gjennomsnitt har besøkt to slike arrangement. Alle typer festivalpass er regnet som én besøkende.

	Bygdalarm	Fruen fra havet - Oseana	Poesifestivalen i Ulvik	Sum
Overnatting:				
Alle publikummere	179 363	0	167 183	**346 546**
Publikum fra arrangementskommunen	0	0	0	**0**
Kulturtilreisende fra Hordaland	90 473	0	109 781	**200 254**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	66 667	0	57 402	**124 069**
Sum kulturtilreisende	**157 140**	**0**	**167 183**	**324 323**
Andre utgifter:				
Alle publikummere	1 869 183	87 303	639 978	**2 596 465**
Publikum fra arrangementskommunen	539 307	24 889	18 317	**582 513**
Kulturtilreisende fra Hordaland	768 709	60 738	359 742	**1 189 189**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	387 555	1 676	261 919	**651 150**
Sum kulturtilreisende	**1 156 264**	**62 414**	**621 661**	**1 840 339**
Totalt:				
Alle publikummere	2 048 546	87 303	807 161	**2 943 010**
Publikum fra arrangementskommunen	539 307	24 889	18 317	**582 513**
Kulturtilreisende fra Hordaland	859 182	60 738	469 523	**1 389 443**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	454 222	1 676	319 320	**775 218**
Sum kulturtilreisende	**1 313 404**	**62 414**	**788 844**	**2 164 662**
Publikum/billetter totalt	3 000	461	354	**3 815**
Andel tilreisende	73,1 %	49,1 %	84,9 %	**69,0 %**
Forbruk per publikum/billett	438	135	2 228	**567**
Forbruk per kulturtilreisende	599	276	2 625	**822**

Tabell 3.13: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Utvalgte kulturarrangement utenfor Bergen 2012.

Typisk for større og profilerte kulturarrangement i distriktskommuner er at andelen tilreisende publikummere er høy (fra 49 til 85 prosent i disse tre tilfellene). Dette er naturlig, ettersom det lokale publikumsgrunnlaget er begrenset. Mange slike arrangement, særlig festivaler, har også som eksplisitt mål å trekke tilreisende til stedet, både for å skape økonomiske ringvirkninger og for å bygge stedsidentitet og et positivt omdømme. Til tross for dette ser de målbare økonomiske effektene av publikumstilstrømningen ut til å være begrenset. En viktig årsak til dette, særlig på mindre steder, er trolig manglende kapasitet til å håndtere etterspørselen hos lokale reiselivs- og serveringsbedrifter. De næringene som kunne profittert på det tilreisende festivalpublikummet, er med andre ord ikke dimensjonert for å møte de kortvarige etterspørselstoppene som arrangementene skaper.

Men selv om totalbeløpene er små, kan omsetningsveksten likevel bety mye for de næringsdrivende det gjelder. I en studie av 11 festivaler i distriktskommuner forteller forskere ved NIBR at samtlige lokalsteder hadde registrert «økte inntekter og økt omsetning innen handel, service, servering og

overnatting, samt regionale transportvirksomheter.»[38] Blant annet vises det til Morellfestivalen i Ullensvang hvor «handelsstanden opplever rekordomsetning». Det spørs likevel i hvor stor grad slike kortvarige omsetningsrekorder og etterspørselstopper bidrar til å styrke det lokale næringslivet på lengre sikt. Kanskje har slike arrangementer større og mer langvarig effekt når det gjelder mindre målbare størrelser som utvikling av bolyst, stedsidentitet og omdømme. Dette er en diskusjon vi vil vende tilbake til i neste kapittel.

Publikums forbruk i kommuner utenfor Bergen – en samlet oversikt

Å beregne det samlede forbruket til kulturtilreisende i kommuner utenfor Bergen er ingen enkel oppgave. Den første utfordringen er å estimere forbruk og publikumssammensetning på grunnlag av publikumsdata fra bare tre arrangement. Vi har her valgt å benytte et vektet gjennomsnitt for de tre arrangementene der teaterforestillingen på Os veier dobbelt så tungt som de to festivalene. Begrunnelsen for å doble vekten av teaterforestillingen, er å få en bedre balanse mellom festivaler og det regulære kulturtilbudet.

Det er også en utfordring å beregne det totale antallet kulturtilreisende i løpet av et år i disse kommunene. Hordaland er et fylke med et stort antall årlige festivaler. Det gjelder store arrangement, som Vossajazz og Skånevik Bluesfestival med flere tusen publikummere, og en rekke mindre festivaler som Periferifestivalen, Balkanfest Evanger, Rosendal Musikkfestival og Hardanger Musikkfest. På flere steder finnes det også et kulturprogram med arrangement gjennom hele året som ved de nye kulturhusene på Os og Voss og ved Litteraturhuset i Odda. Det er likevel svært vanskelig å estimere det totale publikumstallet ved alle disse arrangementene. Som en tilnærming har vi antatt at publikumsbesøket er proporsjonalt med kunst- og kultursektorens omsetning (utenom de offentlige bibliotekene og kulturskolene). Vi har derfor benyttet de totale publikumstallene for Bergen (utenom Bergen kino) som utgangspunkt og antatt at forholdstallet mellom billetter og omsetning er det samme utenfor Bergen som i Bergen. Dette gir oss et samlet besøkstall utenfor Bergen på rundt 82 000 inkludert de tre arrangementene som vi har data for.

Resultatet av beregningene er gjengitt i tabell 3.14. Alt i alt forbruker publikum ved kulturarrangementer i kommuner utenfor Bergen vel 54 millioner kroner i tilknytning til arrangementene, utenom billettkostnadene. Vel halvparten av dette beløpet legges igjen av kommunens egne innbyggere og personer som har kommet til kommunen av andre grunner enn kultur. Kulturtilreisendes forbruk beløper seg til 44 millioner kroner, hvorav ca. 6 millioner forbrukes på overnatting og vel 38 millioner på andre varer og tjenester.

Dette er med andre ord summen av tilreisende publikums forbruk i alle kommunene i Hordaland utenom Bergen. Datamaterialet gir ikke grunnlag for å fordele beløpet på kommuner. En betydelig del av dette forbruket kommer fra innbyggere i nabokommunene og andre kommuner i Hordaland. For å kunne si noe om distriktskommunenes samlede bidrag til verdiskapingen i Hordaland som sådan, må disse holdes utenfor. Vi sitter da igjen med et samlet bidrag på like under 13 millioner. Av dette er to millioner benyttet til overnatting og nesten 11 millioner til andre varer og tjenester.

[38] Vestby, Guri Mette, Roar Samuelsen og Ragnhild Skogheim, Festivalkommuner. Samhandling mellom kommuner og festivaler. NIBR-rapport 2012:7.

	Estimater fra tre arrangement med publikumsdata	Kultur-besøkende i tillegg - estimert	Totalt
Overnatting:			
Alle publikummere	346 546	5 474 986	**5 821 532**
Publikum fra arrangementskommunen	0	0	**0**
Kulturtilreisende fra Hordaland	200 254	3 597 988	**3 798 242**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	124 069	1 876 998	**2 001 067**
Sum kulturtilreisende	**324 323**	**5 474 986**	**5 799 309**
Andre utgifter:			
Alle publikummere	2 596 465	45 588 791	**48 185 255**
Publikum fra arrangementskommunen	582 513	9 302 218	**9 884 731**
Kulturtilreisende fra Hordaland	1 189 189	26 073 027	**27 262 217**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	651 150	10 213 546	**10 864 696**
Sum kulturtilreisende	**1 840 339**	**36 286 573**	**38 126 912**
Totalt:			
Alle publikummere	2 943 010	51 063 777	**54 006 787**
Publikum fra arrangementskommunen	582 513	9 302 218	**9 884 731**
Kulturtilreisende fra Hordaland	1 389 443	29 671 015	**31 060 458**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	775 218	12 090 544	**12 865 762**
Sum kulturtilreisende	**2 164 662**	**41 761 559**	**43 926 221**
Publikum/billetter totalt	3 815	78 185	**82 000**
Andel tilreisende	69,03 %	63,50 %	**63,76 %**
Koblingsvirkninger per publikum/billett	567	534	**536**
Koblingsvirkninger per tilreisende publikum/billett	822	841	**840**

Tabell 3.14: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner, estimater for kultursektoren utenfor Bergen i perioden sept.2011-sept.2012.

Publikums forbruk i Hordaland – samlet oversikt

Resultatene av analysene av publikums forbruk er oppsummert i tabell 3.15. Her har vi summert publikumsforbruket i Bergen og resten av Hordaland. Alt i alt har vi beregnet et samlet forbruk på 659 millioner, hvorav 270 millioner er fra vertskommunenes egne innbyggere. Trekker vi fra forbruk fra lokalbefolkningen og tilreisende som har kommet til kommunen av andre grunner enn kultur, beløper det resterende publikumsforbruket seg til ca. 355 millioner kroner. Siden vi her ganske enkelt har summert beløpene for Bergen og resten av Hordaland, blir beløpet betydelig større enn om vi ser på Hordaland som analyseenhet. Det skyldes at beløpet for Bergen inkluderer forbruk fra personer i andre kommuner i Hordaland, og vice versa.

For å beregne det reelle bidraget fra kulturpublikum til næringslivet i fylket, må vi bruke Hordaland som analyseenhet. Beløpet blir da betydelig mindre – ca. 223 millioner kroner. Dette er beløp som genereres av at personer bosatt utenfor Hordaland reiser hit for å delta på et eller annet kulturarrangement og bruker penger på andre varer og tjenester i den forbindelse.

	Bergen	Resten av Hordaland	Totalt
Overnatting:			
Alle publikummere	163 780 462	5 821 532	**169 601 994**
Publikum fra arrangementskommunen	0	0	**0**
Kulturtilreisende fra Hordaland	26 139 802	3 798 242	**29 938 044**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	116 345 368	2 001 067	**118 346 435**
Sum kulturtilreisende	**142 485 170**	**5 799 309**	**148 284 479**
Andre utgifter:			
Alle publikummere	441 567 328	48 185 255	**489 752 583**
Publikum fra arrangementskommunen	260 416 007	9 884 731	**270 300 738**
Kulturtilreisende fra Hordaland	74 254 578	27 262 217	**101 516 795**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	94 156 077	10 864 696	**105 020 773**
Sum kulturtilreisende	**168 410 655**	**38 126 912**	**206 537 567**
Totalt:			
Alle publikummere	605 347 789	54 006 787	**659 354 576**
Publikum fra arrangementskommunen	260 416 007	9 884 731	**270 300 738**
Kulturtilreisende fra Hordaland	100 394 380	31 060 458	**131 454 838**
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	210 501 445	12 865 762	**223 367 207**
Sum kulturtilreisende	**310 895 825**	**43 926 221**	**354 822 046**
Publikum/billetter totalt	1 956 744	82 000	**2 038 744**
Andel tilreisende	16,67 %	63,76 %	**18,56 %**
Forbruk per publikum/billett	159	536	**174**
Forbruk per kulturtilreisende publikum/billett	953	840	**938**

Tabell 3.15: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner, estimater for kultursektoren i og utenfor Bergen i perioden sept.2011-sept.2012.

Til sammenligning er den beregnede støtten til kulturlivet i Hordaland fra fylkeskommunen og kommunene omtrent 175 millioner kroner. Forbruket fra tilreisende publikummere overstiger med andre ord støtten fra de lokale myndighetene. Det samme gjelder for Bergen isolert. Mens støtten fra Bergen kommune og Hordaland fylkeskommune til kulturvirksomheter i Bergen er beregnet til ca. 155 millioner kroner, er forbruket fra kulturtilreisende i Bergen omtrent det dobbelte (ca. 311 millioner kroner). På toppen av dette kommer videre ringvirkninger av publikums forbruk, samt andre direkte og indirekte virkninger av kulturaktivitetene. Dette er tema for neste kapittel, hvor de ulike effektene bygges inn i en samlet modell.

Kapittel 4:

Økonomiske ringvirkninger av kunst og kultursektoren

I dette kapittelet retter vi blikket mot de samlede økonomiske ringvirkningene som kunst- og kultursektoren skaper. Vi ser først på de direkte virkningene av kultursektorens virksomhet, dvs. den verdiskapingen som skjer i sektoren selv. Deretter beskrives ulike former for indirekte virkninger som kulturvirksomhetene skaper. Dette omfatter, for det første, ringvirkninger som skapes av at kulturvirksomhetene kjøper varer og tjenester hos andre selskap, såkalte kryssløpsvirkninger. For det andre omfatter det ringvirkninger som oppstår når de som mottar lønn og utbytte fra kulturvirksomhetene, kjøper varer og tjenester i markedet. Dette kalles ofte for induserte virkninger. Til slutt settes de ulike virkningene sammen i en overordnet modell som gir et bilde av de samlede økonomiske effektene av kultursektorens virksomhet. Her inngår også de ringvirkningene som blir skapt av publikums forbruk (jf. kapittel 3), de såkalte koblingsvirkningene.

Analysen viser at de samlede økonomiske virkningene av kunst- og kultursektoren i Hordaland er i underkant av 2,4 milliarder kroner. Dette tilsvarer omtrent 1,3 prosent av den samlede verdiskapingen i fylket. De tilsvarende økonomiske virkningene for Bergen isolert sett er beregnet til vel 2,0 milliarder kroner. Beregninger som dette er beheftet med usikkerhet og resultatene bør derfor tolkes som grove estimater heller enn eksakte tall.

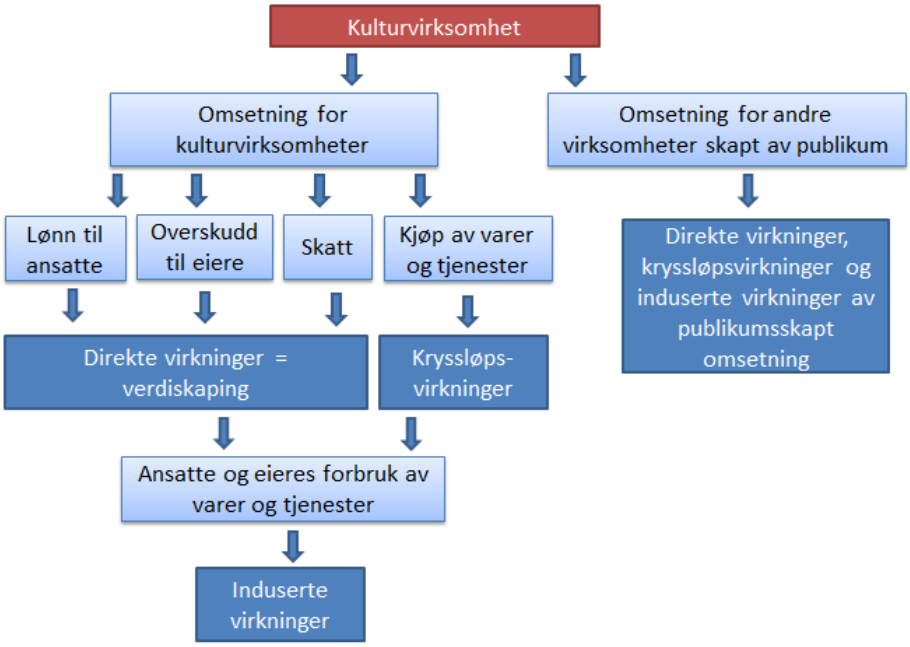
De økonomiske ringvirkningene er betydelig større enn den offentlige støtten som kultursektoren mottar. Til sammen mottok kunst- og kulturvirksomhetene i Hordaland 965 millioner kroner i støtte fra stat, kommune og fylkeskommune i 2011. Virksomhetene i Bergen fikk totalt 764 millioner i offentlig støtte. Til gjengjeld genererte kunst- og kultursektoren samme år skatteinntekter for 1,07 milliarder kroner i Hordaland, og 860 millioner bare i Bergen. Skatteinngangen er med andre ord betydelig større enn den samlede offentlige støtten til kunst- og kultursektoren i fylket.

Prinsipper for beregning av økonomiske ringvirkninger

Ringvirkninger skapes fordi virksomheter og sektorer kjøper varer og tjenester fra hverandre. En økning i aktiviteten i for eksempel kunst- og kultursektoren skaper dermed økt etterspørsel etter varer og tjenester fra andre sektorer. Virkningene sildrer utover i økonomien og vil normalt skape en større effekt enn den impulsen som satte prosessen i gang. Ringvirkningsanalyser forsøker å tallfeste disse effektene.

Hvordan de ulike virkningene som vi beskriver i dette kapittelet henger sammen, er illustrert i figur 4.1. Virkningene som blir skapt av kulturvirksomhetene selv (til forskjell fra de virkningene som blir skapt gjennom publikums ekstraforbruk), er beskrevet i den venstre halvdelen av denne figuren. Den *direkte virkningen* tilsvarer de verdiene som sektoren skaper for sine eiere, ansatte og skatteinnkrevere og omtales vanligvis som sektorens verdiskaping. *Kryssløpsvirkningene* er derimot de samlede effektene av kultursektorens kjøp av varer og tjenester hos andre virksomheter. *Induserte virkninger* oppstår fordi alle som mottar lønn og overskudd fra kultursektoren også forbruker varer og tjenester. Det samme gjør de ansatte og eierne i de virksomhetene som nyter godt av kultursektorens varekjøp.

Virkningene av publikums forbruk er beskrevet i den høyre halvdelen av figur 4.1. Det er viktig å bemerke at disse virkningene bare inkluderer forbruk til andre formål enn kultur. Publikums kjøp av kulturbilletter inngår i kulturvirksomhetenes inntektsgrunnlag og bidrar derfor til de virkningene som denne sektoren skaper. Men også publikums vare- og tjenestekjøp skaper kryssløpsvirkninger og induserte virkninger. Detaljene i disse sammenhengene er utelatt, men tilsvarer de som er gjengitt i figurens venstre halvdel.



Figur 4.1: Skjematisk oversikt over ringvirkninger av kulturvirksomhet

Beregninger av økonomiske ringvirkninger er, som beskrevet i kapittel 6, beheftet med store metodiske utfordringer og en betydelig grad av usikkerhet. Det gjelder også de beregningene som er

gjort i dette kapittelet. Resultatene bør derfor tolkes med dette for øyet og anses som grove estimater heller enn eksakte tall.

Våre beregninger bygger på et bredt og forholdsvis solid datamateriale. Blant annet har vi bedre data over kunst- og kultursektorens vare- og tjenestekjøp enn det som ofte er tilfelle i slike studier. På den andre side har vi ikke hatt tilgang til en komplett kryssløpsmodell som har gitt oss muligheter til å følge ringvirkningene steg for steg utover i verdikjeden. Her har vi stedet basert oss på multiplikatorer beregnet i andre studier. Vi har gjennomgående valgt å bygge analysene på forutsetninger som ikke vil bidra til å overdrive kunst- og kultursektorens økonomiske betydning. Vi tror derfor at våre estimater heller ligger under enn over de reelle tallene. Vi beskriver også i detalj hvordan vi har gått fram og hvilke data og forutsetninger beregningene bygger på. Dette for å gjøre det mulig for andre å etterprøve de konklusjonene vi har komt fram til. I tillegg til beskrivelsene i dette kapittelet, finnes det mer detaljert informasjon i Vedlegg 1.

Beregningene er for det første basert på komplette regnskapsdata for alle virksomheter som inngår i vår avgrensning av kunst- og kultursektoren (for regnskapsåret 2011). Disse er hentet fra databasen RavnInfo som igjen er basert på regnskapsdata som virksomhetene avleverer til Brønnøysundregistrene. I tillegg har vi gjennomført en større spørreundersøkelse til de samme virksomhetene hvor vi har hentet inn supplerende regnskapstall, i tillegg til detaljert informasjon om virksomhetenes vare- og tjenestekjøp, ansatte og eierforhold. For offentlige biblioteker og kulturskolevirksomhet, har vi tillegg basert oss på data fra SSBs KOSTRA-tall.

Sektorens verdiskaping (direkte virkninger)

De direkte virkningene av kulturaktivitetene tilsvarer den verdiskapingen som skjer i disse virksomhetene. Verdiskaping defineres regnskapsmessig som summen av driftsresultat (før skatt) og lønnsutgifter. Dette er med andre ord de verdiene som selskapene selv genererer og som kan benyttes til å kompensere de ulike aktørene som har interesser i virksomheten:

- de ansatte i form av lønn,
- eierne i form av overskudd, og
- myndighetene i form av skatter og avgifter.

Verdiskapingsbegrepet inkluderer med andre ord ikke kulturvirksomhetenes utgifter til kjøp av varer og tjenester fra andre selskap, det vil si vareinnsatsen. Det er bare den tilleggsverdi som blir skapt av virksomheten selv som regnes med.

Det bør nevnes at mange ringvirkningsstudier tar utgangspunkt i virksomhetenes totale omsetning og ikke den verdiskapingen som skjer i sektoren. Slike studier vil naturlig nok komme fram til betydelig høyere tall enn de vi opererer med her.

Når vi beregner de direkte ringvirkningene av en virksomhet for et mindre geografisk område, må vi også ta hensyn til lekkasjer som oppstår fordi enkelte av de ansatte eller eierne bor utenfor regionen hvor virksomheten er lokalisert. Dette er midler som ikke kommer regionen til gode.

Resultatene av beregningene er vist i tabell 4.1. De direkte virkningene er beregnet for Bergen kommune isolert og for hele Hordaland. Merk at lekkasjen blir høyere når vi ser på et lite geografisk

område som Bergen sammenlignet med Hordaland. En del av lekkasjen fra Bergen kommer med andre ord de omkringliggende kommunene til gode.[39]

	Bergen	Hordaland
Direkte virkninger (verdiskaping minus lekkasje)	832 293 610	1 028 095 830

Tabell 4.1: Direkte virkninger av kunst- og kultursektoren i Hordaland og Bergen, definert som sektorens egen verdiskaping, 2011.

De direkte ringvirkningene av kunst- og kultursektorens virksomhet i Hordaland er som vist i tabell 4.1 i overkant av 1 mrd. kroner. For Bergen isolert er de direkte ringvirkningene beregnet til vel 832 millioner kroner. Som nevnt i kapittel 2, kommer den vesentligste delen av denne verdiskapingen fra kulturarbeidernes lønnsinntekter.

Virkninger av sektorens vare- og tjenestekjøp (kryssløpsvirkninger)

Kryssløpsvirkninger oppstår som følge av at bedrifter i ulike sektorer er knyttet sammen i et kunde-leverandørforhold. Økt aktivitet i kultursektoren øker dermed produksjonen hos leverandørene, noe som igjen øker leverandørenes behov for innsatsfaktorer. Dette gir grunnlag for avledede etterspørselsvirkninger i flere ledd utover i verdikjeden.

Våre analyser av kryssløpsvirkninger er basert på data fra spørreundersøkelsen til kulturvirksomhetene. Her ble virksomhetene bedt om å oppgi hvor store beløp som ble brukt til kjøp av ulike kategorier av varer og tjenester det siste året. Disse opplysningene ble benyttet til å beregne utgiftsprofiler for ulike grupper av virksomheter. For selskap som ikke svarte på undersøkelsen er utgiftene beregnet ved hjelp av disse profilene, kombinert med selskapenes regnskapstall. De 139 selskapene som svarte på undersøkelsen, står for rundt en tredjedel av den samlede omsetningen i kunst- og kultursektoren i fylket. Dette gir oss et relativt solid estimeringsgrunnlag.

En komplett analyse av kryssløpsvirkninger baseres ofte på en detaljert kryssløpsmodell, som viser hvordan ulike sektorer henger sammen ved leveranser av varer og tjenester seg imellom.[40] Slike modeller gir muligheter for å følge virkningene av et varekjøp gjennom flere ledd. Her har vi valgt en noe enklere tilnærming som bare følger virkningene gjennom ett ledd, det vil si til de leverandørene som har solgt sine varer og tjenester til kunst- og kultursektoren. For å beregne de indirekte ringvirkningene i dette leverandørleddet, har vi benyttet estimater over bearbeidingsverdi i ulike sektorer (dvs. verdiskaping i prosent av omsetning).[41] De indirekte kryssløpsvirkningene inkluderer med andre ord bare bearbeidingsverdien hos de leverandørene som har levert varer og tjenester til kunst- og kultursektoren.

Oversikten over kunst- og kultursektorens varekjøp er gjengitt i tabell 4.2. I våre data er også virksomhetenes investeringer (fast eiendom e.l.) inkludert, siden slike investeringer vil bidra til å øke aktiviteten i den sektoren som produserer eiendelene.

[39] I spørreundersøkelsen til selskapene ble det bare spurt hvor stor andel av de ansatte og eierne som bodde utenfor Hordaland. Vi kjenner derfor ikke de nøyaktige lekkasjefaktorene for Bergen isolert. Vi har valgt å sette disse 25 % høyere enn de tilsvarende faktorene for Hordaland.
[40] Et eksempel på en slik modell er Panda, som er blitt benyttet i en rekke regionale ringvirkningsstudier i Norge
[41] Disse parameterne er basert på data fra SSB. Merk at det har vært nødvendige å foreta justeringer for å tilpasse våre vare- og tjenestekategorier til SSBs inndeling.

Utgiftsposter	Samlede utgifter	Utgifter i Hordaland	Lekkasjer
Utstyr	189 992 639	183 542 734	3,4 %
Materiell	115 459 995	112 304 985	2,7 %
Kulturfaglige tjenester	151 117 410	146 855 850	2,8 %
Andre profesjonelle tjenester (regnskap, rengjøring o.l.)	80 858 935	78 516 673	2,9 %
Honorar til artister, utøvere	463 880 081	403 486 357	13,0 %
Reise, overnatting, catering	171 513 500	165 794 628	3,3 %
Markedsføring	136 379 311	132 397 874	2,9 %
Andre utgifter	374 040 925	362 771 365	3,0 %
Investeringer (gjennomsnitt siste 3 år)	83 657 000	79 055 865	5,5 %
Totalt	1 766 899 797	1 664 726 332	**5,5 %**

Tabell 4.2: Kjøp av varer og tjenester, estimater for hele kunst- og kultursektoren i Hordaland fordelt på vareposter, samt andel av varer og tjenester som kjøpes utenfor fylket (lekkasjer). 2011.

Vi ser at kunst- og kultursektoren i Hordaland genererer betydelige inntekter for sine leverandører, til sammen mer enn 1,76 milliarder kroner. Sektoren kjøper varer og tjenester for nesten 1,7 milliarder kroner, i tillegg foretar virksomhetene investeringer for over 83 millioner kroner i gjennomsnitt per år.

En del av utgiftene går til andre aktører i kunst- og kultursektoren, hovedsakelig i form av honorar til artister og utøvere. Også kulturfaglige tjenester er en viktig innsatsfaktor. Ser vi bort fra disse utgiftene, samt sekkeposten «andre utgifter», er utstyrsleverandørene den enkeltgruppen som profiterer mest på kunst- og kultursektoren. Sektoren genererer nesten 190 millioner kroner til utstyrsleverandørene. Også transport-, hotell- og restaurantvirksomheter tjener gode penger på kulturvirksomhetene. Vel 170 millioner kroner ble brukt på denne typen tjenester i 2011.

Disse beløpene tar imidlertid ikke høyde for at kunst- og kultursektoren også kjøper varer og tjenester utenfor Hordaland, eller det som vi denne studien har kalt lekkasjer. I undersøkelsen ba vi virksomhetene anslå en «importandel» for hver av utgiftskategoriene[42]. Basert på svarene har vi utarbeidet estimater for hele sektoren.

Våre data viser at storparten av vare- og tjenestekjøpene skjer innenfor fylkesgrensene. Bare 5,5 prosent av utgiftene går til leverandører utenfor Hordaland. Det er særlig én post som skiller seg fra de andre; honorarer til utøvere og artister. Lekkasjene er mye større på utøversiden enn for andre varer og tjenester. Ser vi på en aktør som Bergen Live, kan vi skjønne hvorfor. Med en artistrekke bestående av store internasjonale – og noen nasjonale – stjerner, er det naturlig at lekkasjene blir store. Av den totale artistrekken til Bergen Live utgjør artister med tilholdssted i Hordaland bare en liten del.

For alle andre utgiftsposter er lekkasjene marginale, rundt tre prosent. Noen av tjenestene er lokale av natur, slik som transport og overnatting. Også rengjøring og catering er typiske lokale tjenester, mens vareposter som utstyr og materiell ofte vil kreve mer import. Likevel ser vi at det er små forskjeller mellom de ulike utgiftspostene, men med en noe høyere import av utstyr enn av andre varer og tjenester.

[42] Med import mener vi her alt som anskaffes utenfor Hordaland fylke.

Resultatene fra beregningene av de indirekte kryssløpsvirkningene er gjengitt i tabell 4.3. Beregningene er gjort for hele fylket og for Bergen isolert.[43] På samme måte som for de direkte virkningene, har vi i disse beregningene økt lekkasjefaktorene med 25 prosent for å kompensere for at Bergen er et mindre geografisk område enn Hordaland.

	Bergen	Hordaland
Totale vare- og tjenestekjøp	1 493 969 531	1 766 899 797
Totale vare- og tjenestekjøp minus lekkasje	1 371 484 937	1 664 726 332
Indirekte kryssløpsvirkninger - steg 1	529 443 052	639 734 027
Indirekte kryssløpsvirkninger – komplett modell	699 126 629	863 600 494

Tabell 4.3: Estimerte indirekte kryssløpsvirkninger for Hordaland og Bergen, 2011.

De to første linjene i denne tabellen viser verdien av kultursektorens vare- og tjenestekjøp med og uten lekkasje. Tabellens tredje rad viser de indirekte kryssløpsvirkningene i første leverandørledd. For Hordaland er de indirekte kryssløpsvirkningene i første ledd beregnet til i underkant av 640 millioner, og for Bergen isolert, vel 500 millioner. Disse beløpene inkluderer bare verdiskapingen (eller bearbeidingsverdien) i de virksomhetene som leverer varer og tjenester til kunst- og kultursektoren.

Siden disse beregningene bare følger varekjøpene ett steg utover i verdikjeden, er det åpenbart at tallene i linje tre er for lave. For å kunne levere varer og tjenester til kultursektoren, vil leverandørene til sektoren forbruke varer fra andre virksomheter som igjen vil etterspørre varer fra sine underleverandører osv. Dette vil fortsette i flere ledd ut over i verdikjeden og generere en større virkning enn den som er målt i første ledd. I tabell 4.3 presenterer vi derfor også estimater basert på beregninger fra en mer komplett modell. Her er det benyttet en multiplikator som gir muligheter for å beregne de komplette kryssløpsvirkningene mer direkte. En multiplikator viser forholdet mellom de direkte og de samlede kryssløpsvirkningene og er i vårt tilfelle satt til 1,84. Det vil si at de indirekte multiplikatorvirkningene utgjør 84 prosent av de direkte virkningene (fra tabell 4.1). Beregningene som er gjengitt i siste linje i tabell 4.3, antyder at de indirekte kryssløpsvirkningene av kunst- og kultursektoren i Hordaland er i størrelsesorden 860 millioner. Tilsvarende er de indirekte kryssløpsvirkningene for Bergen isolert beregnet til ca. 700 millioner.

Det bør understrekes at dette er svært grove anslag beheftet med betydelig usikkerhet. En grundig analyse av disse virkningene krever en komplett kryssløpsmodell som følger varekjøpene gjennom flere ledd og bygger på detaljert informasjon om vareleveranser mellom næringer i den regionen som beregningene gjøres for. Her har vi stedet basert oss på en multiplikator som er et sluttprodukt fra slike modellberegninger. Det er et betydelig sprik i de multiplikatorene som ulike studier av kunst- og kultursektoren kommer fram til. Vi har ikke kjennskap til multiplikatorer beregnet for norske regioner basert på en definisjon av kultursektoren som tilsvarer den vi benytter i denne studien. I en analyse av norsk reiselivs økonomiske rolle, beregner SSB en multiplikator for kategorien «underholdning, nyheter og kultur» på 1,5.[44] Definisjonen av denne kategorien avviker imidlertid

[43] Vi kjenner ikke til hvor stor andel av vare- og tjenestekjøpene som er gjort hos selskap utenfor kommunegrensen, men har antatt at disse er 25 prosent høyere enn lekkasjene ut av fylket. I tillegg er lekkasjen ut av fylket noe høyere for virksomheter fra Bergen enn for virksomheter fra andre deler av fylket. Virksomheter fra Bergen har med andre ord en noe høyere tilbøyelighet til å gjøre sine vare- og tjenestekjøp utenfor fylkesgrensen enn virksomheter fra andre kommuner.
[44] Auno, Anne Mari og Knut Ø. Sørensen: Norsk reiselivs økonomiske rolle. En analyse basert på satellittregnskapet for turisme. SSB Rapporter 2009/32

betydelig fra den avgrensingen av sektoren som vi har gjort i denne studien.[45] I andre enden av skalaen finner vi blant annet en studie av den danske filmbransjen som beregner en multiplikator på hele 3.25.[46]

I et multiplikatorsett beregnet av det australske statistikkbyrået oppgis multiplikatoren for summen av kulturnæringer til 1.39. Men ser vi på enkeltbransjer innenfor denne brede kategorien finner vi at de bransjene som veier tungt i vår avgrensing av kunst- og kultursektoren ligger betydelig høyere. For eksempel oppgis multiplikatoren for filmindustrien til 1.8 og musikk og teater til 1,79.[47] Multiplikatorer i samme størrelsesorden fremkommer i en skotsk studie som bygger på en avgrensing av sektoren som ligger tett opp til den vi benytter her. Her beregnes en samlet multiplikator på 1.87, mens musikk alene er beregnet til 1.84 og teater til 1.9.[48] En rekke andre studier fra ulike deler av verden rapporterer multiplikatorer i samme størrelsesorden. Dette samsvarer også godt med et komplett indikatorsett utarbeidet av det Scottish Government Statistics Group som gir ulike typer multiplikatorer for alle bransjer.[49] Multiplikatoren på 1,84 som vi har benyttet i vår studie er hentet fra denne kilden, blant annet fordi vi her har et konsistent multiplikatorsett som også kan brukes i andre deler av våre beregninger.

En multiplikator i denne størrelsesorden virker også rimelig om vi sammenligner resultatene i linje tre og fire i tabell 4.3. De største virkningene kommer naturlig nok i første leverandørledd slik dette er oppgitt i linje tre. Påslaget i linje fire, som også inkluderer verdiskapingen flere steg utover i verdikjeden, er mer moderat.

Virkninger av lønn og utbytte (induserte virkninger)

Kunst- og kulturvirksomhetene gir arbeid til rundt 4 000 personer i Hordaland. Store deler av den lønnen som disse mottar blir brukt til kjøp av varer og tjenester lokalt og kommer dermed det lokale næringslivet til gode. Dette gir opphav til såkalte induserte virkninger som lik kryssløpsvirkningene arbeider seg gjennom økonomien i flere ledd. I tillegg til de ansattes lønn, vil også utbytte til eierne inngå i beregningene av de induserte virkningene. Dette er særlig viktig i kunst- og kultursektoren hvor en stor del av virksomhetene er enkeltpersonforetak der eierne lever av overskuddet og ikke blir betalt lønn i tradisjonell forstand.

Også ved beregningene av de induserte virkningene har vi benyttet en multiplikator fra Scottish Government Statistics Group. Denne er satt til 1.36, dvs. at de induserte virkningene utgjør 36

[45] Blant annet veier nyhetsmedier tungt i SSBs definisjon, en kategori som i andre studier er gitt betydelig lavere multiplikatorer enn publikumsrettet kulturvirksomhet.
[46] Porse Nilsen, Anna og Hannes Jakobsen: Danske indholdsproducenters økonomiske effekt. 2011.
[47] National Centre for Culture and Recreation Statistics of the Australian Bureau of Statistics (ABS): Cultural data on-line. Multipliers for culture-related industries.
http://culturaldata.gov.au/publications/statistics_working_group/other/multipliers_for_culture-related_industries
[48] Dunlop, Stuart (et.al.): The Economic Impact of the Culural Sector in Scotland, University of Strathclyde 2008.
[49] Se http://www.scotland.gov.uk/Topics/Statistics/Browse/Economy/Input-Output/Mulitipliers. Her er det beregnet ulike typer multiplikatorer for alle sektorer i økonomien. Sektoren som ligger nærmest opp til vår definisjon av kunst- og kultursektoren er benevnt som «recreational services». Det er i denne kilden skilt mellom såkalte Type 1 og Type 2 multiplikatorer, hvor de første bare inkluderer kryssløpsvirkninger fra kultursektorens vare- og tjenestekjøp, mens de siste også tar med virkningene som skapes gjennom kulturarbeidenes privatforbruk, dvs. de induserte virkningene. I tråd med vår modell har vi her benyttet oss av den første typen.

prosent av de direkte virkningene fra tabell 4.1.[50] Som vist i tabell 4.4, er de induserte virkningene beregnet til 370 millioner for Hordaland og 300 millioner for Bergen isolert.

	Bergen	Hordaland
Induserte virkninger – komplett modell	299 625 698	370 114 498

Tabell 4.4: Estimerte induserte virkninger for Hordaland og Bergen, 2011.

Samlede ringvirkninger av publikums forbruk

I kapittel 3 presenterte vi detaljerte beregninger av det ekstraforbruket som de kulturtilreisende genererer. Vi så at dette representerer betydelige beløp som kommer hotellnæringen, restaurantene og andre næringsvirksomheter til gode. Men også de kulturtilreisendes forbruk skaper ringvirkninger i flere ledd. For eksempel vil hotellene som betjener de kulturtilreisende kjøpe varer og tjenester fra andre virksomheter som igjen må øke sine innkjøp for å møte denne etterspørselen. For å komplettere ringvirkningsmodellen må vi med andre ord også beregne direkte og indirekte ringvirkninger av publikums forbruk. I tråd med beregningene fra kapittel 3 er det bare forbruk fra kulturtilreisende som ikke er bosatt i regionen, som regnes med.

Vi har beregnet disse virkningene ved hjelp av multiplikatorer[51] og oppsummert resultatene i tabell 4.5:

	Bergen	Hordaland
Samlet forbruk fra eksterne kulturtilreisende	310 895 825	223 367 207
Direkte virkninger (verdiskaping)	141 146 705	101 408 712
Kryssløpsvirkninger og induserte virkninger	70 573 352	50 704 356
Totale ringvirkninger skapt av kulturtilreisende	211 720 057	152 113 068

Tabell 4.5: Estimerte direkte virkninger, kryssløpsvirkninger og induserte virkninger av publikums varekjøp for Hordaland og Bergen, september 2011 til september 2012.

For Hordaland sett under ett er de totale ringvirkningene beregnet til ca. 152 millioner kroner. For Bergen isolert finner vi tilsvarende ringvirkninger på i underkant av 212 millioner kroner. Grunnen til at ringvirkningene for Bergen kan være større enn for Hordaland skyldes at forbruk fra publikum bosatt i andre deler av Hordaland er inkludert i tallene for Bergen, men ekskludert i tallene for Hordaland.

[50] Multiplikatoren for induserte virkninger er differansen mellom en Type 1 og Type 2 multiplikator for en gitt næring (se foregående note).

[51] Multiplikatoren som er benyttet, er satt til 1,5 og tilsvarer Scottish Government Statistics Group sin Type 2 multiplikator for næringskategorien «Hotels, catering and pubs etc.». Verdiskapingsandelen er satt til 45,4 og bygger på beregninger fra SSB for transport-, overnattings- og restauranttjenester.

Samlede økonomiske ringvirkninger av kunst- og kultursektoren

Resultatene fra de ulike beregningene vi har gjort i dette kapittelet er oppsummert i tabell 4.6.

	Bergen	Hordaland
Direkte virkninger (verdiskaping)	832 293 610	1 028 095 830
Indirekte kryssløpsvirkninger	699 126 629	863 600 494
Induserte virkninger	299 625 698	370 114 498
Totale ringvirkninger skapt av kulturtilreisende (koblingsvirkninger)	211 720 057	152 113 068
Sum alle virkninger	**2 042 765 994**	**2 413 923 890**

Tabell 4.6: Estimerte direkte og indirekte virkninger kunst- og kultursektoren i Hordaland og Bergen, 2011.

De samlede økonomiske ringvirkningene av kultursektoren i Hordaland er i følge disse beregningene i overkant av 2,4 milliarder kroner. Her er det tatt utgangspunkt i hele fylket og lekkasjene er beregnet i forhold til fylkesgrensene. De tilsvarende økonomiske virkningene for Bergen isolert er beregnet til vel 2,0 milliarder kroner. Disse beregningene inkluderer bare virksomhet som er lokalisert i Bergen og lekkasjene er beregnet i forhold til kommunegrensen.

I følge det siste fylkesfordelte nasjonalregnskapet fra SSB (for året 2010) er det samlede bruttoproduktet for alle næringene i Hordaland beregnet til vel 178 mrd. kroner (2010).[52] Dette betyr at kunst- og kultursektoren, slik den er definert i vår studie, står for rundt 1,3 prosent av den samlede verdiskapingen i fylket.

De økonomiske ringvirkningene er betydelig større enn den offentlige støtten som kultursektoren mottar. I kapittel 2 fant vi at kunst- og kulturinstitusjonene i Hordaland mottar rundt 970 millioner kroner i offentlig støtte (518 millioner fra staten og 451 millioner fra lokale og regionale myndigheter).[53] De tilsvarende støttebeløpene for Bergen isolert sett er beregnet til 764 millioner (493 millioner fra staten og 271 millioner fra lokale og regionale myndigheter). Offentlig støtte i prosent av totale økonomiske ringvirkninger blir dermed rundt 40 prosent for Hordaland og 38 prosent for Bergen isolert. [54]

Samtidig genererer de økonomiske aktivitetene som direkte eller indirekte skapes av kunst- og kulturaktørenes virksomhet, skatteinntekter. Dette er illustrert i tabell 4.7 som viser estimerte skatte- og avgiftsbeløp generert fra kulturvirksomhetenes egen verdiskaping, samt fra verdiskaping i virksomheter som nyter godt av etterspørselen fra kulturvirksomhetene. Beløpene inkluderer estimert selskapsskatt, arbeidsgiveravgift, inntektsskatt og moms.[55]

[52] SSB, fylkesfordelt nasjonalregnskap, 2010.

[53] Det må igjen understrekes at våre tall for statlig og kommunal støtte er basert på data fra spørreundersøkelsen og dermed impliserer en betydelig grad av estimering for virksomheter som ikke svarte på undersøkelsen. Vi har innenfor rammene av prosjektet ikke hatt mulighet til å kontrollere disse tallene mot opplysninger i statsbudsjettet og fylkets og kommunenes kulturbudsjett.

[54] En betydelig del av de beløpene som i denne rapporten har inkludert i begrepet offentlig støtte, går til drift av kommunale kulturskoler og offentlige bibliotek. Holdes disse beløpene utenfor reduseres det offentliges bidrag til 577 millioner for hele Hordaland og 532 millioner for Bergen isolert.

[55] For inntektsskatt er det benyttet en flat sats på 26,3 prosent av bruttolønn som er et rimelig presist gjennomsnittsanslag for en årslønn mellom 350 og 400 000. Momsutgifter i prosent av lønn er satt til 10 prosent. For beregninger av skatter for indirekte økonomisk virksomhet er driftsresultat satt til 10 prosent av samlet verdiskaping.

	Bergen	Hordaland
Skatter og avgifter av kulturvirksomhetenes verdiskaping	398 003 256	497 256 219
Skatter og avgifter av indirekte virksomhet (kryssløpsvirkninger)	325 735 841	402 367 213
Skatter og avgifter av indusert virksomhet	139 601 075	172 443 091
Sum skatter og avgifter	**863 340 173**	**1 072 066 524**

Tabell 4.7: Estimerte skatter og avgifter fra direkte, indirekte og indusert verdiskaping, Hordaland og Bergen, 2011.

Alt i alt finner vi at virksomheten til kunst- og kultursektoren i Hordaland generer skatteinntekter for 1,07 milliarder kroner. For Bergen isolert sett er skattene beregnet til vel 860 millioner kroner. Med andre ord er skatteinngangen betydelig større enn den samlede offentlige støtten, både i Bergen isolert sett og i Hordaland som helhet.

Diskusjon

All næringsvirksomhet skaper ringvirkninger. Kunst- og kultursektoren er ikke unik på dette området. Om sektoren ble bygget ned eller forsvant, ville derfor de ressursene i form av arbeidskraft og kapital som sektoren i dag disponerer, etter hvert bli satt i virksomhet i andre sektorer. Det kan også hevdes at produktiviteten i kunst- og kultursektoren er forholdsvis lav og at de totale økonomiske ringvirkningene derfor ville blitt større dersom ressursene ble kanalisert til sektorer hvor produktiviteten er høyere.

Det er derfor viktig at tallene vi har komt fram til i dette kapittelet ikke tolkes som noe mer enn det det er. Om kulturens eneste begrunnelse var å skape økonomiske virkninger, er det ikke sikkert at den lønner seg. Men kunst og kultur har andre begrunnelser, først og fremst å skape opplevelser, mening og inspirasjon for utøvere så vel som mottakere. I tillegg kan kunsten og kulturen også ha en rekke andre positive langtidseffekter for de stedene hvor den er lokalisert, noe vi kommer tilbake til i neste kapittel.

Analysene i dette kapittelet viser at kunst- og kultursektoren i Hordaland også er en betydelig økonomisk aktør som skaper sysselsetting og verdiskaping i egne virksomheter. Den bidrar dessuten til en betydelig etterspørsel etter varer og tjenester i andre næringer. Den offentlige støtten som sektoren mottar, og som hovedsakelig er begrunnet utfra kulturens egenverdi, kommer også tilbake i form av skatter og avgifter på den virksomhet som skapes. Å benytte de økonomiske ringvirkningene som den viktigste begrunnelsen for å satse på kultur gir ikke mening. Men det er like meningsløst å se utelukkende på de kostnadene som sektoren representerer i de offentlige budsjettene uten å anerkjenne at kultur også skaper faktiske økonomiske verdier.

Kapittel 5:

Kultur og regional utvikling

Så langt i denne rapporten har vi sett på kunst- og kultursektorens umiddelbare økonomiske betydning for Bergen og Hordaland. Selv om beregningene er beheftet med en betydelig grad av usikkerhet, er dette virkninger som kan tallfestes og vurderes opp mot alternative anvendelser av de økonomiske ressursene som regionen rår over.

I dette siste kapittelet skal vi sette søkelyset på andre og mer langsiktige effekter av kunst- og kultursektorens virksomhet. Dette gjelder blant annet kulturlivets rolle som magnet på turister, tilflyttere og kreativ arbeidskraft. Vi skal også se på hvordan kunst og kultur blir brukt til å bygge et positivt omdømme og til å skape trivsel og bolyst. Endelig skal vi se i hvor stor grad den kreativiteten og skapergleden som preger en vital kunst- og kultursektor også kan ha en smitteeffekt til andre deler av samfunns- og næringslivet.

Selv om også mange av disse potensielle effektene er økonomiske i den forstand at de påvirker regionens og lokalsamfunnenes evne til å skape verdier for sine innbyggere, er de likevel vanskelig målbare. Dette skyldes at effektene er langsiktige – resultatene materialiserer seg gjerne etter lang tid. I tillegg er årsakssammenhengene ikke alltid så enkle å isolere fra alle andre faktorer som påvirker samfunns- og næringsutviklingen i regionen. Analysene og diskusjonene i dette kapittelet er derfor basert på et mer mangelfullt datamateriale og gir også få entydige svar.

Kultur som samfunnsutvikler

Det har i de siste to tiårene vært økende oppmerksomhet om kunst- og kultursektorens rolle som samfunnsutvikler. Kunst og kultur er i dette perspektivet ikke bare et gode i seg selv, men et middel til å utvikle et samfunn i en ønsket retning. Byer, regioner og endog hele land har derfor utarbeidet vekst- og utviklingsstrategier der ambisiøse kulturprosjekt og aktiv fremming av kulturnæringenes vekstvilkår inngår som sentrale virkemiddel. Strategiene har vært spesielt eksplisitte og fått mye oppmerksomhet i tidligere industribyer som Bilbao i Spania og Glasgow i Storbritannia, der kultursektoren har blitt brukt som et middel til å revitalisere og skape ny vekst i områder preget av stagnasjon og sosiale utfordringer. Også andre byer i Storbritannia, som Manchester og Liverpool, har startet ambisiøse byutviklingsprogram med kultursektoren som drivkraft.

Britiske forskere hevder at det blant annet er kultursektorens evne til å stimulere til kreativitet og dialog mellom innbyggerne som gjør den til en viktig aktør i byfornyingsprosessen, i tillegg til at den er en arena for selvutfoldelse, spenning og fornøyelse. Flere engelske byer som har satset på denne måten, har blant annet opplevd økt sosialt samhold, bedret lokalt selvbilde, redusert kriminalitet og økt interesse for lokalmiljøet (Reeves, 2002).

Også i Norge har kultursektoren fått en stadig viktigere rolle som virkemiddel i samfunnsutviklingen. I Stortingsmelding nr. 22 (2004-2005) Kultur og næring, formuleres dette slik*:*

> *«For det første finnes det flere verdiskapende næringer i kulturlivet. For det andre inngår kultur som innsatsfaktor i andre næringer. For det tredje spiller kultur og kulturbaserte næringer ofte en viktig rolle i lokal og regional utvikling.»*

Regionale og lokale utviklingsaktører har plukket opp disse perspektivene. I Regionalt utviklingsprogram for Hordaland 2012 er kunst og kultursektoren tillagt de samme tre funksjonene:

> *«Kulturnæringane i Hordaland har eit stort sysselsettings- og verdiskapingspotensiale. Dei er dessutan katalysator, motor og inspirator for andre næringsområde og spelar ofte ei viktig rolle i regionale utviklingsprosessar.»*

For Bergen kommune er det en uttalt målsetting at kulturpolitikken skal fungere som et fundament for byutviklingen. I kommunens kulturarenaplan for 2006-2016 blir det begrunnet både ut fra sosiale og samfunnsøkonomiske hensyn. Planen understreker kunstens og kulturens betydning for et levende og pulserende bysamfunn: «Kultur og byutvikling må sees i sammenheng, og lokalisering av kulturskapende og kulturformidlende arenaer må brukes strategisk i utviklingen av hele byen» (Kulturarenaplan for Bergen 2006-2016, s. 21). I innledningen til Handlingsplan for kulturnæringene 208-2011, vises det også til Richard Floridas teorier om den kreative klasse som nettopp handler om kultur som forutsetning for utvikling og vekst i urbane samfunn (se mer om Floridas teori nedenfor).

Bergen kommunes offensive satsing på kulturnæringer som film, design og rytmisk musikk begrunnes da også med disse kulturaktivitetenes evne til å gjøre byen mer attraktiv for innbyggere, potensielle tilflytter, turister og næringsliv. Dette kommer blant annet til uttrykk i Bergen kommunes filmmelding: Sysselsetting og synlighet, hvor det heter:

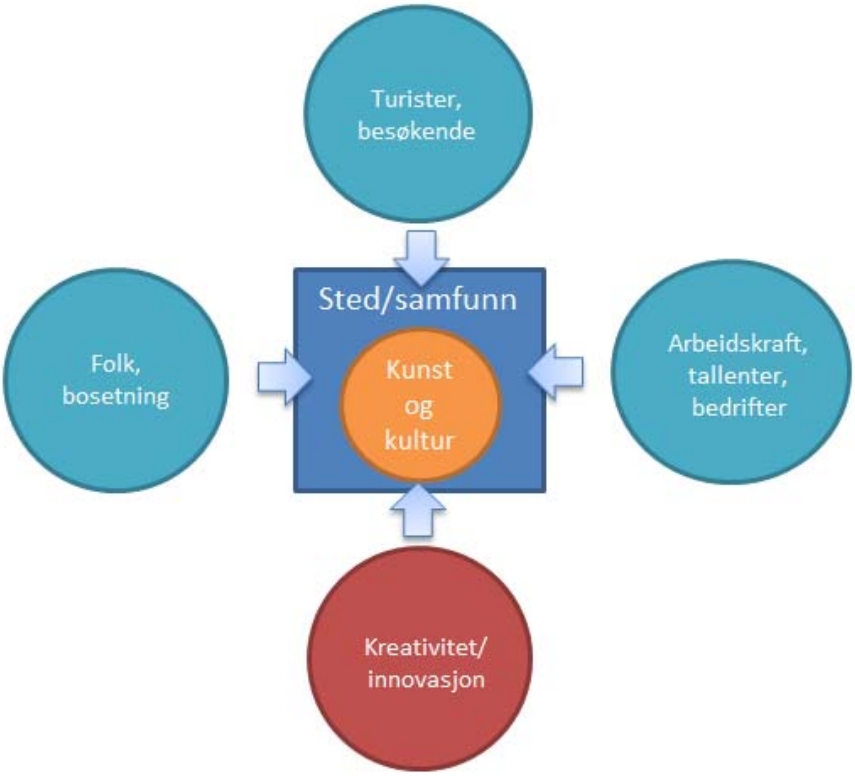
> *«Et levende kulturliv er avgjørende for at Bergen fortsatt skal være en attraktiv by å besøke, etablere seg og bo i. Et synlig og sterkt filmmiljø er en viktig brikke på veien mot å gjøre Bergen til Nordens ledende kulturby og en viktig arena for nyskaping, modighet, åpenhet og kreativitet.»*[56]

Også andre kommuner i Hordaland benytter kultur som virkemiddel i arbeidet med steds- og næringsutvikling. Kulturaktiviteter, gjerne i form av festivaler, blir sett som viktige tiltak for å stoppe fraflytting eller for å trekke nye tilflyttere til bygdene. Faktisk har tre av fire kommuner i Norge en eller flere festivaler og det totale antallet ligger et sted mellom 800 og 900. I studien *Festivalkommuner – samhandling mellom kommuner og festivaler*, blir begrunnelsene bak festivalfloraen formulert slik:

[56] Bergen kommunes filmmelding: Sysselsetting og synlighet. Filmproduksjon i Bergen mot 2020. Dette er den første kommunale filmmeldingen som er laget i Norge og signaliserer byens offensive satsing på filmnæringen.

«Frå kommunen sin ståstad kan festivalar, i tillegg til å ha eigenverdi, også skape økonomiske, sosiale og kulturelle verdiar. Ikkje minst distriktskommunar kan ha mykje att for å bidra til arrangement som gir trivsel i lokalbefolkninga og gjer ein stad attraktiv for tilreisande.»[57]

De ulike rollene som er blitt tillagt kunst- og kultursektoren som verktøy for samfunnsutvikling, er sammenfattet i figur 5.1:



Figur 5.1: Kunst- og kultursektorens roller i samfunnsutviklingen.

Figuren setter søkelyset på kulturaktivitetenes evne til å gjøre et sted eller et samfunn mer attraktivt, kjent eller synlig. Utgangspunktet er en forståelse av at geografisk avgrensede regioner lever i et konkurranseforhold med hverandre, der målet er å tiltrekke seg viktige ressurser som mennesker, besøkende, talent og næringsvirksomhet. Steder som makter å gjøre seg mer attraktive og synlige ved å utvikle et rikt og pulserende kulturliv, vil øke sine sjanser for å komme seirende ut av denne konkurransen.

Ressursene det konkurreres om, er først og fremst mennesker. Enhver region har som mål å beholde, eller aller helst øke, sin befolkning. For mange distriktskommuner handler dette like mye om tiltak for å hindre at særlig de unge forlater bygdene eller ikke kommer tilbake etter endt utdanning. For andre mer sentrale og ekspansive områder er målet å tiltrekke seg nye mennesker som er på jakt etter et sted å arbeide, bo og leve. I begge tilfeller handler dette om å bruke kultur til å påvirke menneskers flytteadferd.

[57] Vestby, Guri Mette, Roar Samuelsen og Ragnhild Skogheim: Festivalkommuner – samhandling mellom kommuner og festivaler, NIBR-rapport 2012:7

Men det er ikke bare fast bosetting som er målet. Stedene og regionene konkurrerer også om de mer flyktige forbipasserende, turistene og de reisende. Dette handler ikke bare om å trekke tilreisende publikum til lokale kulturarrangementer. Slike effekter har vi studert i kapittel 3 og kan sees som økonomiske ringvirkninger av kultur. Her handler det mer om å bruke kulturbegivenheter, kulturskapere, scener eller aktiviteter til å øke et steds synlighet og relevans som reise- og turistmål, det vil si merkevarebygging. Et eksempel på dette er filmturisme der lokaliteter som har vært scene for viktige filminnspillinger opplever økt og langvarig tilstrømming av turister. Et annet eksempel er den evnen store kunstnernavn, som Munch og Grieg, har til å øke sin hjembys synlighet og verdi som reisemål.

Steder og regioner konkurrerer også om arbeidskraften, ikke minst kunnskapsarbeidere og talent som kan bidra til å utvikle regionenes næringsliv. Dette er det sentrale elementet i Richard Floridas teori som hevder at det er de stedene som klarer å tiltrekke seg de mest talentfulle arbeidstakerne, den såkalte kreative klassen, som vil ha de beste forutsetningene for å skape vekst og utvikling. Et pulserende og rikt kulturliv er en av flere faktorer som er bestemmende for hvor den kreative klassen ønsker å bo. Og der talentene befinner seg, dit flytter også den mest innovative delen av næringslivet som har størst behov for denne arbeidskraften, hevder Florida.

Den nederste sirkelen i figur 5.1 er av en noe forskjellig karakter enn de tre andre. Her handler det ikke om å tiltrekke seg ressurser, men om den positive effekten kunst og kultur kan ha på andre deler av samfunns- og næringslivet ved å skape et klima for kreativitet og innovasjon. Dette gjelder på den ene siden måten kunst- og kulturproduksjonen er organisert på gjennom fleksible og skalerbare nettverk av samarbeidende småbedrifter og freelancere; på den andre siden evnen til å tenke kreativt og nyskapende – en evne som i samspill med kompetanse og talent fra andre næringsområder kan bidra til innovasjon og utvikling. Dette siste forholdet har blant annet vært framhevet av Hans Mommas, som med utgangspunkt i begrepet *creativie cities* legger vekt på kulturnæringenes funksjon som katalysator for innovasjon i andre deler av næringslivet.[58]

Vi skal i det følgende se nærmere på disse fire effektene av kunst- og kultursektoren og vurdere i hvor stor grad de sammenhengene som skisseres finner støtte i forskningslitteraturen. Vi diskuterer også deres relevans for Bergen og Hordaland.

Kultur og bolyst

At kultur skaper bolyst, kan synes åpenbart. Et rikt tilbud av kulturaktiviteter gir impulser, fornøyelse, muligheter for selvutfoldelse og sosialt felleskap. Men er et godt og variert kulturtilbud nok til å forhindre at ungdommen forlater bygdene? Og hvor tungt veier ulike byer eller regioners kulturtilbud når mennesker på flyttefot avgjør hvor de skal slå seg ned?

Mens politikere og samfunnsutviklere har hatt stor tro på kulturlivets evne til å skape bolyst og tilflytting, har forskerne vært mer måteholdne. Det har i en norsk kontekst vært vanskelig å finne solid empirisk belegg for at kultur har en avgjørende betydning for folks flyttevaner. I studien *Skaper kultur attraktive steder?* fra Telemarksforsking konkluderer Knut Vareide og Lars Ueland Kobro med at variasjoner i kulturnivået mellom ulike kommuner eller regioner ikke har en signifikant innvirkning på flyttestrømmene i Norge. «Dermed ser det ut til at steder med mye kultur ikke er påviselig mer

[58] Mommas, Hans (2004): Cultural clusters and the post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy

attraktive som bosted enn steder med lite kultur»[59], fastslår de to forskerne. Studien er basert på data for norske kommuner og regioner og benytter regresjonsanalyse til å avgjøre i hvor stor grad kulturnivå, målt som skåre på Telemarksforskings egen Norsk kulturindeks (2011)[60], kan forklare observerte variasjoner i nettoflytting. For å kontrollere for eventuelle andre faktorer som påvirker folks flytteadferd inkluderer regresjonsmodellene også andre målbare variabler som folketall, arbeidsplassvekst, boligtilvekst og befolkningens utdanningsnivå. En av modellene inkluderer også en alternativ kilde til bolyst – kalt «kaffelatte-faktoren» – som måler tallet på ansatte i kafé- og restaurantbransjen i forhold til tallet på arbeidsplasser i kommunen. Analysene viser at kultur, sammen med befolkningens utdanningsnivå, er de eneste av disse faktorene som **ikke** har en effekt på nettoflytting. Forskerne mener det er særlig tankevekkende at kafétettheten har en signifikant påvirkning på flyttingen, mens kulturen ikke har det.

Telemarksforskings rapport vakte mye debatt og er også blitt kritisert for sin bruk av data. Særlig er det satt søkelyset på hvor valid Norsk kulturindeks er som mål på bredden i kulturtilbud og kulturaktiviteter i kommunene. Blant annet påpeker professor i kultur og ledelse ved BI, Anne-Britt Gran, at indeksen favoriserer små kommuner framfor de større byene. Dette skyldes at de fleste delindikatorene måler kulturtilbud per innbygger, f.eks. antall kinofilmer per innbygger. Med et slikt utgangspunkt «… skal det veldig lite kultur til for at det blir høyt kulturnivå i bitte små kommuner, mens det må veldig mye kultur til for å få høyt kulturnivå i store bykommuner».[61] Som eksempel trekker hun fram kulturområdet musikk, hvor Evenes, Flatanger, Flakstad, Jondal og Moskenes skårer høyest, mens Oslo kommer på 96. plass og Bergen med sitt rike musikkliv på 115. plass. Når man vet at flyttestrømmene i Norge i overveiende grad går fra mindre utkantkommuner til større bysentre, vil dette naturlig bidra til å tilsløre sammenhengene mellom flytting og kultur.

Vareide og Ueland argumenterer i et tilsvar til Gran at det er nødvendig å kontrollere for folketall. Om ikke dette gjøres vil de største kommunene alltid komme på topp uansett hvor rikt kulturtilbud de har. Dette er for så vidt et valid synspunkt, men er ikke et argument for å velge operasjonaliseringer av de ulike delindeksene som systematisk favoriserer mindre folkerike kommuner. Som Gran påpeker er det ikke antall filmer per innbygger som avgjør hvor godt kinotilbudet i kommunene er, men for eksempel hvor mange filmer som sendes samtidig, hvor lenge de enkelte filmene er tilgjengelige og hvor variert filmrepertoaret er. Ved å dele kulturindikatorene på folketall tilsløres denne bredden som normalt er et viktig kjennetegn ved større og mer folkerike steder.

I 2012-utgaven av Norsk kulturindeks har Telemarksforsking valgt å endre definisjonen av musikk-komponenten.[62] Dette har ført til radikale endringer i rangeringene og har ført Oslo opp på 11. plass og Bergen på 7. plass. Dette synes fornuftig. Det er likevel grunn til å stusse over validiteten til denne komponenten når Træna kommer på førsteplass, først og fremst på grunn av Træna-festivalen, og Ulvik og Ullensvang kommer på de to neste plassene, på grunn av «… trubadurer/orkester på

[59] Vareide, Knut og Lars Ueland Kobro (2012): Skaper kultur attraktive steder? TF-Notat nr 1/2012.
[60] Norsk kulturindeks er basert på i alt 28 delindikatorer innenfor ti kulturområder (idrett untatt). Se Kleppe, Bård (2011): Norsk kulturindeks 2011. TF-notat nr. 13/2011
[61] Gran, Anne-Britt (2012): Kortslutning om kultur, minervanett, 7. mars, 2012.
[62] Mens 2011-utgaven bare består av indikatoren TONO-arrangementer per innbygger, inneholder 2012-utgaven også TONO-avregning regnet i kroner per innbygger. Dette tillegget fanger konsertarrangementenes størrelse i tillegg til deres antall.

hotellene som trekker tallene opp».[63] De store sprangene for Oslo og Bergen viser også hvor store utslag endringer i operasjonalisering kan gi, og hvor relevant denne diskusjonen om validitet faktisk er.

Analysene som Telemarksforsking har gjort, presenterer også en annen utfordring knyttet til størrelse og kommunenes plassering i det geografiske hierarkiet. Andre studier har vist at det ikke er de samme mekanismene og individuelle preferansene som er bestemmende for folks flyttevaner når det gjelder innflytting til større bysentre sammenlignet med mindre distriktskommuner. Det er derfor fullt mulig at det finnes en signifikant sammenheng mellom kulturnivå og flytting i begge disse gruppene av kommuner, eller i én av dem, men at denne sammenhengen tilsløres når alle kommunene, uansett størrelse, puttes inn i en og samme modell.[64]

Det er dessuten problematisk at enkelte av de andre forklaringsfaktorene i Telemarkforskings modell har et nærmest tautologisk forhold til det fenomenet som skal forklares, nemlig nettoflytting. Dette gjelder først og fremst variabelen arbeidsplassvekst. Selv om vekst i tallet på arbeidsplasser i noen grad kan løses gjennom innpendling og innhogg i den lokale arbeidskraftreserven, vil vesentlig ekspansjon i tallet på arbeidsplasser nærmest automatisk forutsette nettoinnflytting. Det er derfor urimelig å sammenligne forklaringskraften til henholdsvis Norsk kulturindeks og arbeidsplassvekst for å avgjøre hvor stor trekkraft arbeidsmarkedet versus kulturlivet har på potensielle flyttere.

En kommunes nettoflytting er resultatet av en rekke individuelle flyttevalg gjort av personer med ulike preferanser og på ulike stadier i livsløpet. Det er ofte vanskelig å slutte fra sammenhenger observert på kommunenivå til adferd på individnivå, i dette tilfellet til hvilke preferanser som styrer den enkeltes flyttevalg.[65] Flere studier gjort av Østlandsforskning viser at flyttepreferanser i betydelig grad er bestemt av hvilket stadium i livsløpet den enkelte befinner seg på, og at faktorer som arbeidsmarked, boligmarked, ekteskapsmarked, kultur og natur tillegges ulik vekt på de ulike stadiene. I en studie av innflytting til Hallingdal og Valdres finner de blant annet at kulturtilbudet ble vurdert som en viktig trekkfaktor av flere informanter. «For mange, men ikke alle, var nærhet til familie en viktig grunn for å flytte hjem. De flytter hjem til barnevakta, som de sa. Dette er heller ikke overraskende, noe som kanskje var mer uventa var at flere vektla de kulturelle tilbudene i regionen, noe dette sitatet illustrerer:

”*det jo et stort pluss når det gjelder kultur, det er masse liv, det er masse oppsetninger på kulturhuset. Alt fra riksteateret, til operaoppsetninger til sommerspill* ”.»[66]

I en bredt anlagt nordisk studie av preferansene til en av de mest mobile delene av befolkningen, kunnskapsarbeiderne, trekkes det lignende konklusjoner.[67] Selv om mulighetene i arbeidsmarkedet

[63] Kleppe, Bård (2012): Norsk kulturindeks 2012, TF-notat nr. 29/2012

[64] Rett nok har Telemarksforskning inkludert befolkningsstørrelse som kontrollvariabel i noen av modellene, men dette løser egentlig ikke problemet dersom samvariasjonsmønsteret mellom den avhengige og de uavhengige variablene er markert forskjellig for små versus store kommuner. En bedre løsning ville være å dele kommunene inn i to eller flere kategorier basert på den kunnskap vi har om variasjoner i flytteadferd mellom kommuner med ulik plassering i det geografiske hierarkiet, og benytte såkalte dummy-variabler til å representere disse kategoriene.

[65] Et problem som i metodelitteraturen ofte er benevnt som «den økologiske feilslutning».

[66] Skålholt, Asgeir og Kari Bjerke Batt-Rawden (2008): Regionenes kamp? – om tilflyttingsprosjekter. ØF-rapport nr. 19/2008.

[67] Andersen, Kristina Vaarst et.al. (2010): One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context. European Planning Studies Vol. 18, No. 10, October 2010. Studien bygger på et omfattende komparativt intervjumateriale (110 intervju) fra like regioner i Danmark, Sverige, Norge og Finland.

jevnt over veier tyngre enn kultur i kunnskapsarbeidernes preferansehierarki, avskriver forskerne på ingen måte kulturlivets rolle som trekkfaktor. Preferansene varierer mellom ulike regioner, mellom ulike grupper og mellom ulike faser i livsløpet. Særlig finner de at kulturtilbud og et pulserende gateliv betyr mye for å tiltrekke seg kunnskapsarbeidere til de største byene.

Vi tror derfor ikke at Telemarksforskings analyse gir grunnlag for å avskrive kulturlivets evne til å gjøre steder og regioner mer attraktive som bo- og arbeidssted. Et rikt og variert kulturliv kan selvsagt ikke erstatte interessante jobbmuligheter, men vil likevel kunne spille en rolle når andre grunnleggende behov er møtt.

Kultur og den kreative arbeidskraften

Blant teoriene om sammenhenger mellom kultur og regional utvikling, står Richard Floridas arbeider om den kreative klassen i en særstilling.[68] Ingen annen teori har blitt møtt med en tilsvarende omfavnelse og begeistring blant politikere og samfunnsutviklere verden rundt og få andre teorier er blitt diskutert heftigere blant forskere og eksperter. Også i Norge finnes det utallige kommunale og regionale plan- og strategidokumenter som viser til Floridas arbeider, og det er gjennomført en rekke studier og utredninger for å klassifisere norske regioner i henhold til Floridas begrepsapparat og for å teste teoriens relevans i en norsk kontekst. Som når det gjelder sammenhengene mellom kultur og bolyst, har begeistringen jevnt over vært høyere hos politikerne enn hos forskerne.

Utgangspunktet for Floridas tankerekke er at det er evnen til å tiltrekke seg talentfulle kunnskapsarbeidere som er bestemmende for regionenes muligheter for å skape vekst og utvikling. Medlemmene av den kreative klassen, som Florida kaller disse kunnskapsarbeiderne, er mobile og flytter dit hvor de har størst sjanse til å maksimere sine preferanser. Regioner og byer står derfor i et konkurranseforhold til hverandre og denne konkurransen er i all hovedsak global.

Det radikale i Floridas teori er at det ikke er jobbmulighetene som står øverst på preferanselisten når medlemmene av den kreative klassen avgjør hvor de skal slå seg ned. I motsetning til tradisjonell lokaliseringsteori, hevder Florida at jobbene flytter dit den kreative klassen befinner seg. Dels er en opphopning av kunnskapsarbeidere og talent en kilde til nyetablering og innovasjon. Dels vil de virksomhetene som er mest avhengig av tilgang til kunnskapsrike medarbeidere, etablere seg på de stedene hvor denne tilgangen er størst. Mens tradisjonell lokaliseringsteori legger vekt på å legge forholdene til rette for bedriftsetablering, mener altså Florida at byer og regioner må prioritere å skape lokalsamfunn som er attraktive for den kreative klassen. Bomiljøet, «the people climate», er med andre ord viktigere enn næringsmiljøet, «the business climate», for å følge Floridas terminologi.

Og hva er det så som kjennetegner et godt bomiljø? Hva er det som får de kreative kunnskapsarbeidernes hjerte til å slå? Florida oppsummerer dette med begrepet *toleranse*, det vil si samfunn som er rike på impulser og åpne for nye idéer, livsformer og kulturytringer. Slike egenskaper er vanskelige å måle, men Florida har foreslått ulike empiriske indikatorer som kan fortelle i hvor stor grad en by eller en region har høy grad av «toleranse» i denne betydningen. En av disse er *mangfold,* definert som etnisk mangfold og ofte målt som andel innvandrere (diversity index). En annen er åpenhet overfor alternative samlivsformer, gjerne målt som andelen homofile i regionen (gay index).

[68] Florida, Richard (2005): Cities and the Creative Class. New York: Routledge
Florida, Richard (2005): The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent. New York: HarperCollins

Og en tredje er kulturrikdom, gjerne målt som andelen kunstnere og kulturarbeidere i regionen (bohemian index).

Det er altså på dette siste punktet at kultur kommer inn i Floridas teori. Det er likevel viktig å presisere at det egentlig ikke er tilstedeværelse av kunst og kultur i seg selv som tiltrekker seg den kreative klassen, men at steder med et rikt kulturliv ofte vil ha den åpenhet og toleranse som den kreative klassen etterspør. Det kan derfor hevdes at sammenhengen mellom kultur, kunnskapsarbeidere og i siste instans vekst, er blitt tillagt større vekt i diskusjonene rundt Floridas teori enn opprinnelig tiltenkt. Dette skyldes nok at kultur er den av de tre utrykkene for toleranse som det er enklest for politikere og samfunnsutviklere å forholde seg til og gjøre noe med.[69]

Floridas teori oppsummeres gjerne med de tre T-er, **t**oleranse, **t**alent og **t**eknologi. Her står talent for den kunnskap og innovasjonskraft som finnes blant kunnskapsarbeiderne og teknologi for den delen av næringslivet som nyttiggjør seg denne arbeidskraften og skaper vekst.

I sine senere arbeider har Florida også introdusert en fjerde T, kalt «territorial assets», eller stedskvaliteter, som på sett og vis bringer de tre første t-ene sammen og knytter dem til et geografisk avgrenset område, en by eller sted. Han oppsummerer disse stedskvalitetene slik:

- "What's there: the combination of the built environment and the natural environment; a stimulating, appealing setting for the pursuit of creative lives.
- Who's there: diverse people of all ethnicities, nationalities, religions, and sexual orientations, interacting and providing clear cues that this is a community where anyone can fit in and make a life.
- What's going on: the vibrancy of the street life, café culture, arts, and music; the visible presence of people engaging in outdoor activities—altogether a lot of active, exciting, creative going-ons."[70]

Den synlige kulturen, og gjerne slik denne kommer til uttrykk i et pulserende gateliv, inngår derfor som en viktig ingrediens i Floridas variant av begrepet stedskvalitet.

Floridas vekstteori er blitt møtt med mye kritikk. Blant annet mener mange at årsakssammenhengene er uklare og at det ikke er forklart hvilke mekanismer som sørger for at opphopning av kreative mennesker skaper vekst. Det har også vist seg vanskelig å underbygge teorien empirisk, i alle tilfeller utenfor den konteksten hvor begrepsapparatet ble utviklet. Floridas teorier er utvilsomt inspirert av amerikansk virkelighet, og Bay Area med San Francisco og Silicon Valley kan vel stå som arketypen på en byregion hvor de tre eller fire t-ene har blomstret og kanskje forsterket hverandre. Den var fra Floridas side også formulert som en teori om vekst i større byregioner. Men senere, og ikke minst i Norge, har teorien blitt anvendt langt utenfor disse

[69] Denne sammenhengen har stått særlig sterkt i den norske debatten, både blant politikere og akademikere. Dette skyldes trolig at Norge i utgangspunktet er et etnisk homogent samfunn hvor masseinnvandring er av forholdsvis ny dato og hvor verdiene av etnisk mangfold gjerne drukner i en debatt om integrasjonsproblematikk. Det finnes heller ikke data om andelen homofile i Norge. For en status om den norske diskusjonen, se: Knudsen, Jon P (2011).: Kultur, regional utvikling og levekår – perspektiver og kunnskapsstatus, Oxford Research

[70] Florida, Richard (2012): What Draws Creative People? Quality of Place. Artikkel på nettstedet Urbanland 11. Oktober 2012, http://urbanland.uli.org/Articles/2012/Oct/FloridaCreative

rammene. Et av de viktigste ankepunktene mot Floridas teori har nok vært at begrepene ikke har tålt denne reisen og at teorien bare i begrenset grad er anvendelig i en norsk kontekst. For det første er det få storbyregioner å velge mellom, for det andre er mobiliteten, også blant kunnskapsarbeiderne, lav sammenlignet med USA og for det tredje har velferdsstaten visket ut de største forskjellene i tilbudet av tjenester og kultur mellom ulike steder i landet. Insentivene for å flytte på seg er dermed mindre. At Floridas teori også har blitt brukt som begrunnelse for å satse på kultur i mindre og mer perifere distriktskommuner, har forsterket dette misforholdet.

De empiriske studiene som har blitt utført i Norge, gir ingen entydig støtte til Floridas teori. Arne Isaksen[71], som var den første som studerte disse forholdene, finner at den kreative klassen i Norge er konsentrert i de store byene og i særlig grad Oslo-regionen og at dette stort sett faller sammen med lokaliseringen av den kunnskapsintensive delen av næringslivet. Han tolker likevel ikke dette som et bevis for at det finnes en årsakssammenheng mellom disse fenomenene og at det er disse byområdenes positive «people climate» som har skapt dette mønsteret.

Langt større tiltro til det teoretiske utgangspunktet har spanske Irene Tinagli, som er en av Floridas samarbeidspartnere.[72] Tinagli har gjennomført to studier basert på data om norske kommuner, og hevder å finne en positiv sammenheng både mellom kultur (bohemian index) og den kreative klasse på den ene siden, og mellom kreativitetsindeksen (summen av de tre første t-ene) og ulike mål på økonomisk vekst (bl.a. nyetableringer) på den andre. Men som blant andre Jon P. Knudsen fra Oxford Research har påpekt, virker disse rapportene «overflatiske og skjemmes av lite kjennskap til norske forhold».[73] Eksempelvis kan det synes noe merkelig at forfatteren ikke reflekterer over at Bergen ikke er inne på topp-20 listen på kulturindikatoren (Bohemian index), mens Modalen kommer på 11-plass (som eneste Hordalands-kommune). Også dette er et eksempel på den utfordring det er å konstruere valide indikatorer som fanger de reelle forskjellene mellom store byer og svært små distriktskommuner.

I 2011 gjennomførte Østlandsforskning en Florida-inspirert analyse for Hordaland på oppdrag for Hordaland fylkeskommune.[74] Analysen forholder seg forholdsvis fritt til det opprinnelige begrepsapparatet og trekker også inn forhold som offentlig tjenesteproduksjon og besøks- og opplevelsesnæringer. De høyeste verdiene på den samlede kreativitetsindeksen finner Østlandsforskning i Bergen og Sunnhordland når analysen gjøres på regionnivå. For enkeltkommuner ligger faktisk Austevoll høyest, med Bergen og Fusa på de to neste plassene. Forskerne finner sterke og konsistente sammenhenger mellom den samlede kreativitetsindeksen og ulike mål på økonomisk vekst, blant annet bedriftsetableringer.

Østlandsforskning har imidlertid ikke inkludert kultur i den samlede kreativitetsindeksen slik de fleste Florida-inspirerte analyser gjør. Kultur, målt som sysselsatte i kulturnæringene per 100 innbyggere, er derimot definert som en «territorial asset» eller stedskvalitet.[75] Bergen kommer overlegent på førsteplass på denne indikatoren, med Øygarden, Voss og Stord på de neste plassene. Modalen, som

[71] Isaksen, A. (2005): Den kreative klassen og regional næringsutvikling i Norge, Arbeidsnotat 22/2005, NIFU STEP.
[72] Tinagli, Irena (2009): Norway in the Creative Age. Citisense 2009 og Tinagli, Irena (2012): Norway in the Creative Age. Citisense 2009, begge bestilt av Abelia og Statens Vegvesen
[73] Knudsen, Jon P.: Kultur, regional utvikling og levekår – perspektiver og kunnskapsstatus, Oxford Research
[74] Overvåg, Kjell: Per Kristian Alnes og Svein Erik Hagen: Regional utvikling og trender i Hordaland i et Florida-perspektiv. ØF-rapport nr. 19/2011.
[75] Kalt Cultural Opportunity Index, COI.

i Tinaglis analyse ligger på 11. plass blant kommunene i Norge og som er eneste kommune fra Hordaland på topp-20 listen, er i Østlandsforsknings rangering på absolutt sisteplass(!).

Mens alle de ovennevnte studiene baserer sine konklusjoner på analyser av data på kommunenivå, bygger andre på spørreskjemaundersøkelser og intervjuer. Det gjelder blant annet den tidligere nevnte nordiske studien av den kreative klassens flyttemotiver (Andersen, Kristina Vaarst et.al., 2010). En av hovedkonklusjonene i denne studien er at kultur spiller ulike roller i ulike typer regioner. Hovedstadsregionene skiller seg ut på grunn av sitt rike arbeidsmarked. Selv om mange av kunnskapsarbeiderne som har flyttet til disse regionene oppgir at det varierte kulturtilbudet i disse storbyene er et viktig tilleggsgode, er det først fremst mulighetene til å skaffe seg en interessant jobb for seg selv, og ofte sin partner, som betyr mest.

Regionsentrene, som Bergen er et eksempel på, har et smalere arbeidsmarked. Medlemmene av den kreative klassen trekkes ofte til disse regionene fordi byene gjerne har en optimal størrelse og mangler noen av de negative trekkene som finnes i hovedstadsregionene, bl.a. høye boligpriser og trengsel. Men forskerne finner også at et attraktivt "people climate" spiller en rolle:

> *«Interviews indicate that the creative class often looks for qualities of place that may provide other inputs and inspirations than those related to their jobs. These may be found in a diverse cultural life (concerts, exhibitions, theatre and sport), urbanity (street life, public spaces and meeting places) and professional communities outside the place of work».*[76]

Den tredje regiontypen som denne studien ser på, kalles semi-perifere regioner, og inkluderer byer eller urbane områder av en betydelig størrelse, bl.a. Grenland i Norge og Karlskrona i Sverige.[77] Forskerne konkluderer at byer av denne størrelsen ikke har muligheter til å konkurrere med de større byene når det gjelder «people climate». Semi-perifere regioner bør i stedet satse på å framheve sin originalitet og sitt særpreg heller enn å prøve å bygge et mer globalt image, hevder de. Det er grunn til å tro at dette i enda større grad vil gjelde mindre og mer rurale områder. Med utgangspunkt i denne studien synes det derfor rimelig å konkludere med at det først og fremst er Bergen som har en størrelse og plassering i det regionale hierarkiet som potensielt kan gjøre kultur til en relevant attraksjonsfaktor.

Bergen innehar også en spesiell status, som Norges nr. 2 by. Mange studier har vist at nr. 2 byer, som Barcelona, Glasgow, Gøteborg og Århus, som regel har et særlig rikt kulturliv. Dette er også ofte et kulturliv med en sterkt utviklet regional identitet, gjerne definert i opposisjon til landenes økonomiske og kulturelle sentrum. I studien Lidenskap og levevei, som setter søkelyset på kulturnæringene i Bergensregionen, finner vi at denne *«kollektive følelsen av å bygge noe som er distinkt forskjellig fra kulturindustrien i det nasjonale sentrum, virker mobiliserende».*[78]

Studien hevder også at dette utgangspunktet har vært bestemmende for byens kultur- og kulturnæringspolitikk:

> *«… effekten er blitt forsterket gjennom en markert og bevisst nr. 2 by politikk fra de lokale myndighetenes side. Steg for steg er det bygget opp lokale og regionale strukturer,*

[76] Andersen, Kristina Vaarst et.al., 2010, ibid. s. 1602
[77] Ingen av kommunene og tettstedene i Hordaland utenom Bergen er store nok til å inkluderes i denne kategorien.
[78] Ryssevik, Jostein og Jan Erik Grindheim (2007): Lidenskap og levevei en studie av utvalgte kulturnæringer i Hordaland, ideas2evidence rapport nr. 5/2007, s. 58

organisasjoner og finansieringsordninger, som en motvekt mot kulturpolitisk sentralisme og lange avstander til tilsvarende nasjonale ordninger.»[79]

Langt på vei har denne offensive politikken også gitt resultater. Mens Bergensregionen utvilsomt har et smalere arbeidsmarked enn Oslo, har byen et kulturliv som på mange områder kan konkurrere.[80]

Det er vanskelig å si hvor mye dette har betydd for Bergens evne til å tiltrekke seg kunnskapsarbeidere, eller eventuelt holde på de som utdanner seg i byen. Vi vet for eksempel at litt under 40 prosent av studentene ved Universitetet i Bergen kommer fra Hordaland, men at rundt halvparten av de uteksaminerte kandidatene blir i regionen etter endt utdanning. For kandidater fra det matematisk-naturvitenskapelige fakultetet er denne andelen vel 70 prosent. Omtrent hver fjerde student som kommer til byen fra andre deler av landet, tar sin første jobb som ferdigutdannet i Bergen.[81] Det finnes ingen undersøkelser som kan bekrefte om det rike kulturlivet, som studentene møter i løpet av studietiden, faktisk betyr noe for de bosteds- og yrkesvalgene de gjør etter endt utdanning. Dessverre har dette også lagt utenfor rammene av denne studien.

Undersøkelsen som vi gjennomførte blant kunst- og kulturvirksomhetene i fylket, kan likevel kaste lys over denne problemstillingen, om enn fra en annen synsvinkel. Virksomhetene ble spurt om de synes at næringslivet i fylket i tilstrekkelig grad utnytter de mulighetene som kunst- og kultursektoren gir til å markedsføre fylket som et attraktivt sted å bo og arbeide. Svarene ble gitt på en skala fra 1 til 5, der 1 betydde «i svært liten grad» og 5 «i svært stor grad». Kunst- og kulturvirksomhetene er jevnt over negative til næringslivets utnyttelse av disse mulighetene. Bare rundt to prosent har valgt de to øverste svaralternativene og hele 65 prosent ligger på den negative siden. Det er heller ingen vesentlige forskjeller mellom selskap i og utenfor Bergen når det gjelder svarene på dette spørsmålet.

Kunst- og kulturvirksomhetenes vurderinger stemmer med inntrykkene fra intervju vi har gjort med relevante næringslivsaktører i regionen. Vi har snakket med fem større bedrifter i fylket, fire i Bergen og én utenfor Bergen, blant annet om hvorvidt de markedsfører regionens kulturtilbud i rekrutteringssammenheng. Selv om alle vurderer et rikt kulturliv som en betydelig trivselsfaktor og en viktig del av regionens eller lokalsamfunnets samlede omdømme, tror få at kulturlivet er avgjørende for å trekke arbeidskraft til regionen.

Det er kanskje en av grunnene til at kunst- og kultursektoren i liten grad blir brukt som et bevisst ledd i markedsføringen av regionen overfor potensielle arbeidstakere. Noen vektlegger utelukkende jobb og betingelser, hos andre inngår det lokale kulturtilbudet som en del av den totale «opplevelsespakken» som blir presentert for nye ansatte, der natur og friluftsmuligheter teller like mye som et pulserende kulturtilbud.

For bedriftene som rekrutterer utenlands, veier ikke-økonomiske hensyn enda mindre. Ikke minst overfor arbeidstakere fra markeder med høy arbeidsledighet. *«I disse markedene er det*

[79] Ibid. s. 85

[80] Bergensregionen har underskudd på arbeidskraft og behovet er særlig sterkt når det gjelder tekniske utdanninger og ingeniørfag. Arbeidsmarkedet er likevel betydelig smalere enn det vi finner i hovedstaden innenfor de aller fleste fagområder.

[81] Ryssevik, Jostein et.al. (2011): Kompetanse 2020: Universitetsutdanningenes synlighet og relevans og samfunnets behov, ideas2evidence rapport nr. 4/2011.

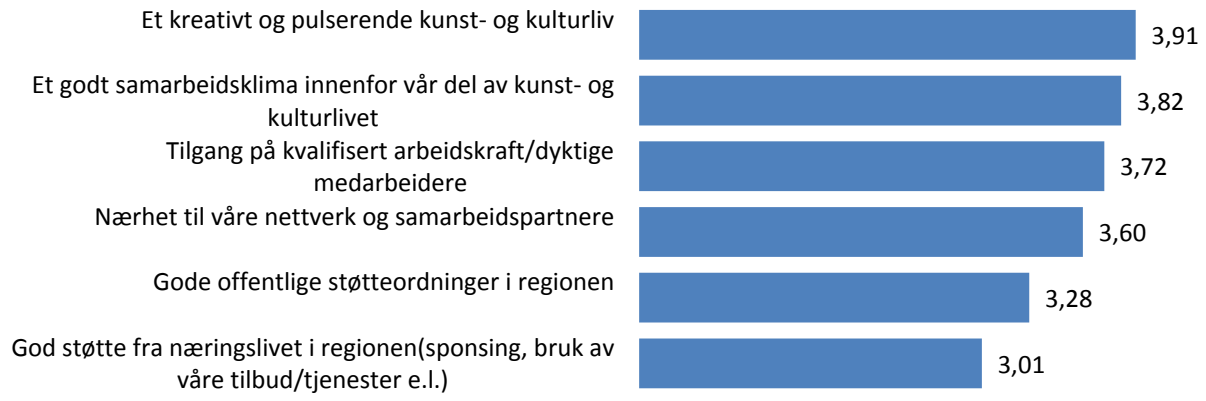
jobbtryggheten og mulighetene i Norge vi trekker fram. Og den norske naturen. I mindre grad kulturtilbudet», sier en av bedriftslederne vi intervjuet. En bedrift i en distriktskommune som ansetter utenlandske arbeidstakere formulerer det slik: *«[De] kommer ikke for kulturen, men for å tjene penger. De som er veldig interessert i kunst, veldig urbane, søker seg uansett ikke hit. Vi bruker oftere naturen til å selge stedet enn kulturen».*

«Da vi la ned en utviklingsavdeling i Trondheim for noen år tilbake, fikk alle tilbud om å flytte til Bergen. De bare lo, det var det tydelig ingen som ville. Vi tilbød endatil pengepakker for å få det til. En av familiene inviterte vi ned hit for å bli kjent med byen, men de ville ikke engang komme på besøk. Da tenker jeg at de har jammen et rart inntrykk av Bergen, man kan jo spørre seg hvorfor det er sånn? De hadde åpenbart et genuint inntrykk av at Bergen ikke var noe sted å flytte til»
- Leder, teknologibedrift

Andre bruker sitt eget engasjement i kunst- og kultursektoren, bl.a. gjennom sponsorater, til å markedsføre seg selv som en samfunnsansvarlig bedrift overfor potensielle søkere. En av bedriftslederne forteller at *«de yngre som søker jobb hos oss begrunner det med at de ønsker å jobbe her fordi [vi] tar samfunnsansvar. Og støtte til kulturlivet er en del av vårt samfunnsansvar».*

En annen bedriftsleder innrømmer at de kunne vært flinkere til å fremheve det lokale kultur- og fritidstilbudet: *«Vi pleier å invitere folk til å komme til Bergen og viser dem rundt før vi ansetter dem. Hadde vi vært smartere så hadde vi laget noen introduksjonskurs til byen, der vi viser nye ansatte hva Bergen kan by på, også kulturelt. Kanskje i samarbeid med andre aktører.»*

Vi spurte også kunst- og kulturvirksomhetene hva som er de viktigste fordelene ved å være lokalisert i Hordaland. Også her ble svarene gitt på en skala fra 1 til 5, der 1 betydde «svært lite viktig» og 5 «svært viktig». En av fordelene det ble tatt stilling til, var «et kreativt og pulserende kunst- og kulturliv» der to av tre virksomheter valgte de to høyeste svaralternativene. Resultatene for alle de ulike fordelene som ble nevnt i spørreskjemaet er gjengitt i figur 5.2. Her viser vi gjennomsnittsverdien på 5-punkts skalaen. Jo høyere verdi, desto viktigere mener virksomhetene at denne fordelen er.



Figur 5.2: Kunst- og kultursektorens vurdering av hvor viktig ulike fordeler ved å være lokalisert i Hordaland er. Gjennomsnitt på en skala fra 1 til 5.

Det kreative og pulserende kunst- og kulturlivet kommer på topp på denne listen, etterfulgt av samarbeidsklimaet blant virksomhetene. Vi registrerer også at tilgangen på kvalifiserte og dyktige medarbeidere rangerer høyt på listen over lokaliseringsfordeler. Virksomhetene i Bergen er markert mer opptatt av det kreative og pulserende kulturlivet enn virksomhetene fra andre deler av fylket (gjennomsnitt på henholdsvis 3.91 og 3.77).

Kunst- og kulturvirksomhetene er betydelig mindre positive til de offentlige støtteordningene. Det er også her vi finner den største forskjellen mellom by og land. Virksomhetene i Bergen har et gjennomsnitt på 3.44, mens virksomheter fra andre deler av fylket har et gjennomsnitt på 2.93.

Minst positiv er virksomhetene til støtten fra næringslivet. I kapittel 2 så vi at kunst- og kulturvirksomhetene i 2011 mottok 67 millioner kroner i støtte fra private aktører, tilsvarende 2,7 prosent av omsetningen i sektoren. Til sammenligning mottok sektoren samme år 576 millioner kroner i støtte fra det offentlige (kulturskoler og bibliotek ikke medregnet). Potensialet for å mobilisere mer støtte fra private aktører er tydelig til stede.

Det viser også statistikken. I følge tall fra Sponsor Insight mottok kulturlivet i 2011 ti prosent av de samlede sponsorinntektene, 19 prosent dersom festivaler også inkluderes. Til sammenligning stod idretten for 72 prosent av sponsormarkedet.[82] Tallene fra Sponsor Insight viser dessuten at veksten i sponsormidlene til kultursektoren nesten har stoppet opp de siste par årene.[83]

«Vi støtter mer idrett enn kultur. Og da er det breddeidrett det er snakk om. Det er ikke noe bevisst skille, men det er rett og slett mer idrett å støtte enn kunst. Og idretten betyr mer for de ansatte.»
Leder, industribedrift

En av grunnene til at det er slik, er trolig at sponsoravtaler for mange bedrifter handler om markedsføring og synlighet. En av bedriftslederne vi snakket med påpekte at kulturarrangement ofte taper på eksponering og synlighet sammenlignet med idrettsarrangement, der det handler om å få vist fram logo. At idretten har lenger erfaring med sponsorpleie og kommersielle samarbeid, kan være en annen årsak. *«Når det gjelder sponsorpleie og det å forstå bedriften, komme på ting som sponsoren ikke har tenkt selv, er idretten veldig flink. Eksponering er ikke nødvendigvis det viktigste for alle, men å finne andre måter å bruke sponsoratene på, f.eks. internt. Jeg tror det er et uutnyttet potensiale innenfor kultursektoren»,* sier en bedriftsleder i intervju. Kanskje kan det tolkes som en mild oppfordring til kultursektoren om selv å ta mer ansvar for å styrke samarbeidet med det private næringslivet?

Om kultursponsing er mindre egnet til kortsiktige markedsføringsformål, kan det være en viktig del av bedriftens langsiktige omdømmebygging. Som en av sponsorbedriftene påpeker: *«For oss er [sponsing] selvsagt viktig for å bygge opp et renommé, en merkevare som folk føler seg vel med og kan identifisere seg med. Kultur er en viktig del av det».* En annen mener kultursponsorater kan fungere bedre enn idrett som nettverksarena og møteplass, hvor ledelsen kan treffe og pleie relasjoner til viktige lokale stakeholders, leverandører, utdanningsinstitusjoner og myndigheter.

[82] http://www.sponsorinsight.no/sponsormarkedet-runder-4-milliarder-i-2012/
[83] http://www.kampanje.com/markedsforing/article6208893.ece

Men det å støtte kulturlivet økonomisk gjennom sponsoravtaler eller andre ordninger, handler ikke bare om egeninteresse. For bedriftene vi har snakket med er sponsing en naturlig del av rollen som ansvarlige samfunnsaktører. Flere peker på viktigheten av sterke kulturinstitusjoner og kulturelt mangfold for å sikre levedyktige lokalsamfunn, og ser dette som en motivasjon for sponsing av kultur.

Kulturturisme

At kulturbegivenheter, som festivaler og større konserter, trekker mange tilreisende til Bergen og Hordaland har vi allerede konstatert i kapittel 4. Men det finnes mange eksempler og forskning som viser at kunst og kultur også kan ha en mer langsiktig og permanent effekt på reiselivet. Et rikt kulturliv, store kulturpersonligheter, spektakulære kulturbygg eller spesielle kulturuttrykk kan ha en betydelig markedsføringseffekt og øke sannsynligheten for at flere velger å reise til stedet også utenom de store arrangementene. Dette har med andre ord med synlighet og langsiktig merkevarebygging å gjøre.

Eksemplene på at større kulturpersonligheter kan fungere som turistmagneter er mange.[84] Salzburg, som var Mozarts fødeby, har sin Mozart-turisme og har valgt å kalle byens flyplass for W.A. Mozart Airport. Et parallelt eksempel er Liverpools Beatles-turisme. Hvert år besøkes byen av store mengder Mersey Beat nostalgikere og flyplassen har i tråd med dette fått navnet Liverpool John Lennon Airport. Tilsvarende har New Orleans, med sin Louis Armstrong New Orleans Airport, en omfattende musikkturisme - i de siste par årene forsterket gjennom HBOs TV-serie Treme. Et annet eksempel er Elvis-turismen i Memphis, selv om myndighetene der ennå ikke har valgt å kalle opp flyplassen etter byens store sønn. [85]

De eneste norske kulturpersonlighetene med et internasjonalt navn med potensiale for å skape en tilsvarende magneteffekt, er Munch, Grieg og Ibsen. Når det gjelder Munch og Grieg, er kunstnerens navn sterkt knyttet til én enkelt by, henholdsvis Oslo og Bergen, og det finnes ingen konkurrerende lokaliteter som gjør krav på navnet. Dette er et ideelt utgangspunkt for den type kulturturisme vi her snakker om. For Ibsens del er bildet mer fragmentert, og både Skien, Grimstad, og for den del Bergen og Oslo, må konkurrere om den trekkraften på internasjonale turister som dramatikeren eventuelt representerer.

Når det gjelder Oslo og Munch foreligger det så vidt vi vet ingen studier som har satt søkelyset på hvor stor effekt den verdenskjente maleren har på turisttilstrømningen til byen. Men temaet har vært heftig diskutert i forbindelse med den pågående diskusjonen om alternativer for et nytt Munch-museum, og det har vært hevdet at byen så langt ikke har utnyttet det potensialet som kunstneren representerer. Eksempelvis har dagens Munch-museum på Tøyen rundt 125.000 besøkende per år, mens vandreutstillingen «Det moderne øye» er blitt ble besøkt av nesten én million mennesker i ulike europeiske byer.

Heller ikke når det gjelder Bergen og Grieg foreligger det undersøkelser som kan underbygge en eventuell reislivseffekt. Bergen som kulturby og som Griegs fødeby har en sentral plass i VisitBergens

---

[84] Begrepet musikk-turisme er bl.a. beskrevet i Gibson, C. & Connell, J. (2005). *Music Tourism: On the Road Again.* Channel View Publications.

[85] Listen over flyplasser med kunstnernavn kunne gjøres lenger. Blant annet finner vi Leonardo da Vinci Airport utenfor Roma. På Jamaica valgte man å kalle flyplassen i St John for Ian Flemming International Airport fordi Flemming visstnok skrev et par av sine bøker om James Bond i byen, men mange mente at navnet Bob Marley International Airport ville trekke flere turister til landet.

internasjonale informasjonsmateriale, men i konkurranse med andre særtrekk som Bryggens World Heritage status og rollen som Gateway to the Fjords. Byens kulturell storstue, Grieghallen, er også oppkalt etter komponisten. Om det er kultur, arkitektur eller natur som først og fremst trekker turister er likevel vanskelig å avgjøre uten grundige studier av hvilke bilder av Bergen som har væt bestemmende for ulike turistgruppers valg av reisemål. Men i tråd med de internasjonale eksemplene over, kunne det trolig vært fornuftig å knytte Griegs navn til Flesland flyplass slik blant andre ordfører Trude Drevland har foreslått.[86]

Et annet kulturuttrykk som i noen grad har satt Bergen på kartet, er black metal. Selv om mye av oppmerksomheten til det internasjonale black metal miljøet har vært rettet mot Norge generelt, har Bergen stått en i en særstilling, både på grunn av den nå nedlagte Hole in the Sky Festivalen og flere profilerte band, men også mer obskure hendelser som nedbrenningen av Fantoft Stavkirke. Både NRK Kulturnytt[87] og Bergens Tidende[88] har satt søkelyset på fenomenet og hevder at byen er besøkt av en strøm av såkalte blackpackere, særlig fra Italia, som er på jakt etter sjangerens myteomspunne steder: mellom anna Pyttens studio i Grieghallen, Garage og altså Fantoft Stavkirke. Temaet er også behandlet i Lars Løges (Flimmer Film) kortfilm «Forlat oss vår skyld» fra 2009.

Black-metal turismen er en variant av hva som er blitt kalt «legend tripping» - en slags moderne variant av pilegrimsreisen hvor målet er å besøke de «hellige» stedene som forbindes med ulike populærkulturelle personer, hendelser eller uttrykk. Hvor stort omfang denne black-metal inspirerte turisttistrømmingen til Bergen faktisk har, er derimot ikke kartlagt.

En beslektet form for kulturskapt turisme er såkalt filmturisme. Filminnspillinger kan gi økt turisttilstrømming ved å eksponere steder og regioner for et stort publikum.[89] Stjerneeksempelet som gjerne trekkes fram er New Zealand som har opplevd en betydelig filmturisme i kjølvannet av Ringenes Herre-triologien. Det er derfor ikke tilfeldig at den internasjonale terminalen til Wellington Airport nylig blitt omdøpt til «Midle Earth» og en gigantisk Gollum-figur installert under taket i ankomsthallen. Det hevdes også at det hvert år kommer ca. 250 000 indere til Sveits fordi sveitsiske fjell har vært benyttet i en rekke Bollywood-produksjoner[90]. Og i bydelen Notting Hill i London rusler turistene fortsatt rundt og leter etter «den blå døren» og andre artefakter fra filmen med samme navn (1999).

Tilsvarende har Stockholm opplevd en betydelig turisttilstrømming som følge av Millennium-triologien og de tre filmene som ble produsert med utgangspunkt i de internasjonale bestselgerne. Stockholms Stadsmuseum, som arrangerer guidede Millennium-turer oppgir at hele 10.000 personer deltok i disse vandringene i Mikael Blomqvists fotspor bare i 2009. I tillegg estimerer museet at rundt 25.000 har fulgt denne ruten på egenhånd med utgangspunkt i et såkalt Millennium-kart utarbeidet

[86] http://www.ba.no/nyheter/article5781727.ece
[87] Kulturnytt, NRK P2, 5. august 2004
[88] 31. mars 2012
[89] Det finnes en rekke empiriske studier som bekrefter denne effekten. Se bl.a Young, Anita og Robert Young (2008) Measuring the Effects of Film and Television on Tourism to Screen Locations: A Theoretical and Empirical Perspective, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol 24(2), s.195-212
[90] Innovasjon Norge: Reiselivsnytt nr.4 juli/august 2005

av institusjonen.[91] På samme måte har Ystad observert en markert Wallander-effekt og Västra Götaland en Arn-effekt.

Et norsk eksempel er filmen Jeg er Dina som i følge Hamarøy kommune førte til en flerdobling av turiststrømmen fra Danmark. I samme landsdel ble det også observert en markant Himmelblå-effekt i kjølvatnet av den populære fjernsynsserien som ble spilt inn på øya Ylvingen på Helgelandskysten.[92] I begge disse tilfellene ble det utviklet en bevisst reiselivsstrategi i forbindelse med produksjonene.

Film som eksponerer et sted, eller formidler lokale historier eller særtrekk, kan ha virkninger på to nivå. Filmen kan for det første skape oppmerksomhet og gjøre stedets positive egenskaper, enten dette er natur, arkitektur, gateliv eller autentisitet, kjent for et større publikum. I en verden hvor steder og destinasjoner konkurrerer om de reisendes oppmerksomhet, kan en slik eksponering ha en betydelig reklameverdi. Film er et sterkt medium som gjerne skaper et ønske om å oppleve det en har sett. Dette kan gi en sterk motivasjon for valg av reisemål, hevder etnografen Ellen Strain i boken Public Places, Private Journeys.[93] Turistene ønsker å oppleve de positive egenskapene som er blitt formidlet, men ikke nødvendigvis for å tråkke i filmheltenes fotspor. I tillegg til dette kommer altså den mer målrettede, og trolig også nerdete, filmturismen, hvor det er ønsket om å besøke de konkrete stedene fra filmens handlingsforløp som er det sentrale, altså «legend tripping».

I Bergen var det store forventninger til at innspillingen av i alt 12 filmer basert på Gunnar Stålesens bøker om krimhelten Varg Veum skulle gi en tilsvarende effekt som Wallander hadde gitt for Ystad. I tillegg til finansiering gjennom filmfondet Fuzz, gikk Bergen kommune derfor også inn med egne midler i produksjonene. Begrunnelsen var at man forventet at filminnspillingene, i tillegg til de direkte økonomiske ringvirkningene og de positive effektene for den lokale filmbransjen, også ville gi en betydelig reiselivseffekt. Bekymring for hva det ville bety for reiselivet var også en medvirkende årsak til at de lokale investeringsmidlene til de seks siste filmene ble holdt tilbake da produsenten Cinemiso ville legge en større del av innspillingen til Oslo.

Selv om det ikke foreligger noen konkrete undersøkelser som kan bekrefte det, er det mye som tyder på at Veum-effekten i stor grad har uteblitt. Verken Strand Hotell, Børs Kafe, eller noen av de andre ikoniske lokalitetene i Veums univers er blitt nedrent av filmturister siden filmene ble lansert. Gunnar Staalesen arrangerte sine sporadiske Veum-vandringer også før bøkene ble til film og har også utgitt boken «På sporet av Bergen – Varg Veums By» (2007), en Bergens-guide i Veums fotspor. Den store tilstrømmingen av utenlandske turister har likevel uteblitt.[94] Det samme gjelder Bergen ByExperts byvandring «I Varg Veums fotspor» som hovedsakelig trekker norske deltakere.[95] Det er vanskelig å avgjøre hva som er den egentlige årsaken til dette. Filmene nådde ikke like brett ut som Wallander-filmene, men var likevel regnet som en internasjonal suksess med salg til alle de nordiske landene og blant annet Tyskland, Belgia og Frankrike. De tolv filmene ga også en betydelig eksponering av både byen og det nærmeste omlandet.

---

[91] Cloudburry Communications AB (2011): Millenniumrapporten. Ekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholmsregionen i de svenske Millenniumsfilmarna. Mars 2011.
[92] Eide, Dorthe (red) (2011), *Turisme basert på fortellinger, bøker og film – En litteratur og casestudie*, UiN-rapport nr. 2-2011
[93] Strain, Ellen (2003): Public Places, Private Journeys: Ethnography, Entertainment, and the Tourist Gaze. New Brunswick, New Jersey & London: Rutgers University Press.
[94] Opplyst i samtale med Gunnar Staalesen. Staalesen har en jevn strøm av henvendelser fra utlandet, men har inntrykk av at dette skyldes bøkene mer enn filmene.
[95] Opplyst i samtale med Christian Toftegaard, daglig leder I Bergen ByExpert.

I vurderingen av flere av de vellykkede filmturisme-eksemplene som er nevnt over, er betydningen av samordning mellom ulike aktører, blitt framhevet. Lokale myndigheter, reiselivsorganisasjoner, reiselivsbedrifter og til dels også produksjonsselskapet har samarbeidet tett og utviklet en koordinert strategi for hvordan man skal utnytte den gratisreklamen som innspillingene representerer.[96] Dette gjelder både i Ystad og i de to nordnorske eksemplene. Noe tilsvarende ser i begrenset grad ut til å ha skjedd i forbindelse med Veum-filmene. Kanskje kan dette i noen grad forklare at utfallet ikke svarte til forventningene.

I tillegg til Veum-filmene, jobber også Vestnorsk Filmkommisjon systematisk for å trekke utenlandske, og for den del også norske, filminnspillinger til Vestlandet. Rasjonale bak dette arbeidet er både å skaffe oppdrag til lokale filmarbeidere og å eksponere regionen for et større internasjonalt publikum. Kommisjonen er støttet av Bergen kommune og Hordaland fylkeskommune. En rekke internasjonale innspillinger er blitt lokalisert til Vestlandet som en følge av kommisjonens arbeid. Flertallet av disse har nok valgt innspillingssted på grunn av regionens spektakulære fjord- og fjellandskap, men det er også eksempler på filmer og scener som er blitt spilt inn i Bergen. Dette gjelder blant annet den tyrkiske kinosuksessen, I saw the sun (2009), italienske La Passione (2010) og den tysk-norske samproduksjonen To liv (2012). Det gjelder også den indiske filmen Ko (2010) med scener spilt inn på Bryggen – en film som til nå er blitt sett av flere millioner indere. Det siste eksempelet reiste en prinsipiell debatt om hvilken verdi slike innspillinger kan ha for Bergen, initiert av at Stiftelsen Bryggen i utgangspunktet ønsket å ta betaling av det indiske produksjonsselskapet for å bruke Bryggen som kulisse.

Dessverre foreligger det ingen grundige undersøkelser eller studier som kan bekrefte om noen av disse filmene har hatt en effekt på turisttilstrømmingen. At film kan skape reiselyst er likevel illustrert i følgende Twitter-meldinger om filmen Trolljegeren (2010) som inneholder en rekke spektakulære naturscener hovedsakelig tatt opp i Møre og Romsdal.[97]

> *«Troll Hunter = Brilliant! Booking my ticket to Norway asap… Not that fussed if I don't see any actual trolls, but that landscape!»*
>
> *«Mostly what I'm getting out of Trollhunter is that I really wanna visit Norway.»*
>
> *«This is a movie that will make everyone who sees it want to go to Norway, everything in the movie just looks to incredibly inviting.»*
>
> *«Watching Trollhunter, would freakin love to go Norway!»*

[96] Se blant annet: Filmby Aarhus (2012): Experience films in real life – a handbook of film tourism.

[97] Eksemplene er valgt blant flere hundre tilsvarende meldinger samlet inn av Sigmund Holm ved Vestnorsk Filmkommisjon. Sigmund opplyser at dette ikke er et resultat av systematiske og kontinuerlige søk, så det er rimelig å tro at det reelle antallet er betydelig høyere.

Kultur som skaper av et kreativt klima

Den siste koblingen mellom kultur og samfunnsliv, som vi skal se på, omhandler kunst- og kultursektorens evne til å skape et gunstig klima for kreativitet og innovasjon. Her handler det, med andre ord, ikke om å tiltrekke seg tilflyttere, arbeidskraft, bedrifter eller turister, men om den positive smitteeffekt som kunstnere og kulturvirksomheters kreativitet han ha på andre deler av næringslivet. Dette er et omfattende tema med mange innfallsvinkler. Her skal vi se på to slike koblinger:

1) innovasjon og knoppskyting i grenseflaten mellom kulturnæringsvirksomheter og andre næringsvirksomheter, og
2) bruk av kunst- og kulturarbeideres kompetanse og produkter i annen næringsvirksomhet.

Den første koblingen kan best illustreres med den næringsklyngen som er vokst fram i Bergensregionen i grenseflaten mellom mediebasert innholdsproduksjon og medieteknologi. Dette er en næringsklynge som på den ene siden består av rene teknologibedrifter som har som mål å utvikle nye tekniske løsninger og metoder for formidling av digitalt innhold. På den andre siden finner vi rene innholdsutviklere og innholdsleverandører på jakt etter nye og innovative måter å nå ut til eksisterende eller nye brukergrupper. Næringsklyngen søkte i 2009 om støtte fra Innovasjon Norge sitt Arena-program under navnet *MediArena – teknologidrevet innholdsutvikling og innholdsdrevet teknologiutvikling*. Som dette navnet illustrerer, er det samspillet og dynamikken mellom innhold og teknologi som er det sentrale i dette arbeidet.

Om det er innholdet eller teknologien som er drivkraften i utviklingen er vanskelig å si. Trolig virker kreftene begge veier. I søknaden til Arena-programmert er det formulert slik:

> *«Nye og innovative tekniske løsninger gir innholdsleverandører muligheter til å skape nye former for innhold, til å berike eller øke bruksverdien av eksisterende innhold eller til å nå ut med innhold i nye kanaler og til nye brukergrupper. Tilsvarende gir eksistensen av stadig større og mer varierte former for digitalt innhold insentiver for utvikling av teknologi som kan utnytte og formidle dette innholdet på nye og konkurransedyktige måter.»*

Samspillet har vist seg å etablere et gunstig klima for innovasjon og utvikling og en rekke virksomheter har de siste årene blitt skapt innenfor dette næringsmiljøet. Det gjelder alt fra store internasjonale teknologiselskap som TV-grafikk-produsenten Vizrt, til mindre nisje-virksomheter som Grieg Music Education som utvikler programvare for musikkundervisning. Næringsklyngen ble innvilget Arena-status i 2009 og har i løpet av de siste årene blant annet arbeidet for en samlokalisering av virksomheten i en MediaCity Bergen etter modell fra MedaCityUK i Manchester.

Den andre koblingen omhandler kunst- og kultur som *innsatsfaktor* i andre næringer. Kulturelt baserte uttrykksformer gir fysiske produkter merverdi, og forbedrer kommunikasjonen med brukere og kunder. Dette samspillet mellom kultur og annet næringsliv er tettest og mest åpenbart når det gjelder produktdesign og visuell kommunikasjon, men også musikk, film og andre kulturelle uttrykksformer kan inngå i den kommunikasjonen av symboler og verdier som moderne markedsrettede bedrifter bygger opp rundt seg selv og sine produkter. I tillegg vil kunst- og kulturarbeidere potensielt besitte en kreativ kompetanse som kan benyttes i annen næringsvirksomhet både når det gjelder organisasjonsutvikling og produktutvikling.

I undersøkelsen til kunst- og kulturvirksomhetene forsøkte vi å finne ut i hvor stor grad de opplevde at næringslivet forøvrig nyttiggjorde seg disse mulighetene. Dette gjorde vi ved å be virksomhetene oppgi viktigheten av følgende former for bruk eller kobling:

- Sponsing
- Kjøp eller bruk av kunstneriske produkt (forestillinger, konserter, bilder e.l.)
- Kjøp eller bruk av kreativ kompetanse (som innsatsfaktor i bedriftens egen organisasjonsutvikling/produktutvikling)

Selv om sponsing er en form for støtte, fungerer sponsorater også som en viktig markedsføringskanal og en del av bedriftens omdømmebygging – både overfor omverdenen og egne ansatte. Vi fant det derfor riktig å ta med også dette alternativet i spørsmålsbatteriet. Svarene ble gitt på en skala fra 1 til 5 der 1 betydde «svært lite viktig» og 5 «svært viktig». Gjennomsnittsverdiene av virksomhetenes svar er gjengitt i Figur 5.3:

Figur 5.3: Kunst- og kultursektorens vurdering av hvor viktig ulike fordeler ved å være lokalisert i Hordaland er. Gjennomsnitt på en skala fra 1 til 5.

Det er kjøp eller bruk av kulturvirksomhetenes produkter som oppleves som viktigst sett fra kulturvirksomhetenes side. Her er det en klar overvekt av positive svar. Når det gjelder sponsing og kjøp eller bruk av kompetanse, er vurderingene mer delte. Kjøp eller bruk av kompetanse vurderes som viktigst av virksomheter innenfor film og audiovisuell produksjon (gj.snitt = 3.35), og som minst viktig av virksomheter innenfor musikk (gj.snitt = 2,87) og visuell kunst. (gj.snitt = 2,70).

«Under BIFF kjører vi f.eks. morgenkino her på huset, gjerne med et tema som er relevant for oss. Det handler om å gi folk en annerledes opplevelse i hverdagen, og jeg ser det som kompetanseutvikling i utvidet forstand»
Leder, energibedrift

Vårt inntrykk fra intervju med næringslivsaktører understøtter dette. Interaksjonen mellom kultur og næring ser først og fremst ut til å dreie seg om kjøp og salg av kulturelle produkter og tjenester og i mindre grad om kompetanseutveksling. Bedriftene vi har snakket med tilbyr ansatte og kunder billetter til kulturarrangement, ofte der bedriften er inne som sponsor, eller de kjøper kulturelle tjenester til internarrangement. De benytter seg i liten grad av den faglig-kreative kompetansen som kultursektoren besitter.

Kanskje ligger det her et uutnyttet potensial for tettere faglig samarbeid, noe som i sin tur kan stimulere til økt kreativitet og styrke innovasjonsevnen. Som et av intervjuobjektene sa: *«Jeg er overbevist om at bedrifter som bruker kulturtilbudet aktivt, gjennom ulike former for samarbeid, får intellektuell kapital tilbake.»*

Kapittel 6:

Teoretisk grunnlag

***Ringvirkningsstudier er et mye benyttet men omdiskutert verktøy for å kartlegge økonomiske virkninger av kultur. Vi kan i grove trekk skille mellom to hovedtyper virkninger. På den ene siden har vi virkninger som genereres av kultursektorens egen økonomiske aktivitet – vare- og tjenestekjøp, lønnsutbetalinger og utbytte. På den andre siden har vi virkninger som skapes av publikum når de kjøper varer og tjenester fra andre virksomheter i forbindelse med et kulturarrangement. I denne forbindelse er det nødvendig å skille mellom lokalt publikum og publikum som kommer til regionen utenfra. En ringvirkningsanalyse bør dessuten ta hensyn til fenomener som* lekkasjer *og* fortrengningsvirkninger.**

I dette kapitlet ser vi nærmere på ringvirkningsanalyser som verktøy og redegjør for noen av de grunnleggende prinsippene – og metodiske utfordringene – ved beregning av ringvirkninger. Vi presenterer også noen relevante norske og internasjonale bidrag til analysefeltet.

Innledning

Gjennom årene er det gjort mange forsøk på å estimere den økonomiske betydningen av kunst- og kulturaktiviteter. Siden slutten av 1970-tallet har det blitt gjennomført en rekke såkalte economic impact analyser (heretter EI-analyser) på kulturfeltet, som kort fortalt handler om å tallfeste kultursektorens virkninger for verdiskaping, næringsgrunnlag og sysselsetting. Tradisjonelt har EI-analyser blitt mye brukt i ulike studier av reiselivssektoren, for å kartlegge virkningene av en bestemt turistattraksjon, eller av økt turisme i et område generelt. Siden mange turistattraksjoner også kan sees som et kulturgode, har denne analysemodellen etter hvert blitt mye brukt også på kulturfeltet (Ringstad, 2005). I Norge fikk denne typen studier aldri det samme fotfestet som i andre land. Men også her hjemme fikk kost-nytte synet på kultur mer gjennomslag på 80-tallet. Kulturpolitiske vedtak ble i stadig større grad gjort med begrunnelse i at «kultur lønner seg» (Kobro, 2009). Ideen om at kultur har økonomiske virkninger kan derfor sees som et ledd i dreiningen mot en mer instrumentell kulturpolitikk som har preget Norge de siste tiårene. Blant annet hevdet kultursosiolog Per Mangset allerede i 1992 at argumentet om økonomiske ringvirkninger antagelig utgjorde *«den mest kraftfulle kulturpolitiske retorikken og det viktigste grunnlaget for legitimering av offentlig kulturstøtte i Norge på 80-tallet»* (Mangset, 1992 i Røyseng, 2006: 22).

Siden EI-analysene hadde sin «storhetstid» på 1980-tallet, har imidlertid EI-analysene mistet noe av sin status. Dette skyldes trolig at en del av studiene som har vært gjennomført har vært

kontroversielle og at metodikken har høstet mye kritikk. At det i Norge i perioden 1988-1994 ble gjennomført et forskningsprogram om kulturens økonomiske betydning som gav nokså magre og uklare resultater, bidro heller ikke til å styrke EI-tradisjonen.

Det siste tiåret har det dessuten vokst fram en ny referanseramme innenfor kulturnæringsfeltet, hvor mye av forskningen har skiftet fra tradisjonelle kost-nytteanalyser til mer kvalitativt orienterte studier med vekt på attraktivitet og bostedskvalitet (Kobro, 2009). Den såkalte Florida-hypotesen er et eksempel på dette (jf. kapittel 5). Georg Arnestad hevder at det «ikkje lenger [er] snakk om «economic impacts» og «ringverknader» og «multiplikatorar», slik det var for 15-20 år sidan. (…) No er det snakk om langsiktige effektar både på inntekt, forbruksutvikling og busetnad, som m.a. betydninga av lokalisering av visse typar arbeidskraft; ikkje minst det Richard Florida kallar den kreative klasse» (Arnestad, 2010:115).

Ulike typer økonomiske virkninger

Økonomer skiller mellom ulike typer økonomiske virkninger (economic impact) som kulturgoder kan ha for samfunnet. Bruce Seaman (2003) skiller mellom tre hovedkategorier av virkninger:

1) Konsumentverdi, som viser til den verdien en kulturaktivitet har både for faktiske brukere og ikke-brukere. Billettsalg er den mest observerbare indikatoren, mens konsumentoverskudd er en annen, mindre observerbar indikator. Sistnevnte måler forskjellen mellom det en konsument er villig til å betale for en vare og det de faktisk betaler.
2) Langsiktige virkninger på produktivitet og økonomisk utvikling. Dette inkluderer blant annet verdistigninger på eiendom og reduserte lønnsutgifter som følge av at arbeidstakere er villig til å arbeide for lavere lønn i områder som har et mangfoldig kulturtilbud.
3) Kortsiktig økning i den økonomiske aktiviteten (målt i produksjon, inntekt og arbeid) i et område som følge av at kulturaktiviteter genererer økt tilstrømming av midler inn i regionen.

Det er den tredje hovedkategorien som danner utgangspunkt for de fleste EI-analyser. Grunnlaget for denne typen analyser er at de ulike sektorene i økonomien er koblet til hverandre, gjennom kjøp av innsatsvarer og tjenester, gjennom de ansattes konsum og gjennom kundenes forbruk. Slik vil inntekter som skapes i én sektor bidra til økt aktivitet i andre sektorer. Formålet med analysen er å estimere den samlede økonomiske virkningen av et eller flere kulturarrangement på et bestemt geografisk område. I det følgende tar vi utgangspunkt i Vidar Ringstad (2005) sin definisjon av ulike typer ringvirkninger.

Direkte virkninger

Støtte fra sentrale myndigheter og sponsorer utenfor lokalsamfunnet er én type direkte virkning. En annen er den enkelte kulturvirksomhets omsetning i form av billettinntekter og inntekter fra salg av suvenirer, mat, drikke etc. Dette gjelder imidlertid bare den delen av omsetningen som genereres av tilreisende publikum.

Koblingsvirkninger

Publikums forbruk i forbindelse med et kulturarrangement gir grunnlag for en type virkninger Ringstad kaller koblingsvirkninger. Andre kaller dette overrislingseffekter. Idéen er at kulturaktiviteter, ved å trekke publikum til et område, genererer etterspørsel for virksomheter også utenfor kultursektoren, som følge av at publikum bruker penger på andre aktiviteter som overnatting, transport, mat og drikke. Dette er altså forbruk som kommer i tillegg til billettkjøpet, og som oppstår som en direkte følge av publikums deltagelse på kulturarrangementer.

Kryssløpsvirkninger

Siden bedrifter i ulike sektorer er knyttet til hverandre gjennom et kunde-leverandør forhold, gir dette rom for såkalte kryssløpseffekter. Disse oppstår når økt aktivitet i én sektor øker behovet for varer og tjenester fra leverandører i andre sektorer. Dermed øker produksjonen i disse sektorene, noe som igjen gir økt behov for varer og tjenester fra andre sektorer, og så videre. Slik oppstår en serie med avledede etterspørselsvirkninger som avtar jo lenger ut i rekken man kommer. Slike virkninger anslås vanligvis ved å bruke en kryssløpsmodell som viser hvordan ulike sektorer i et lokalsamfunn er koblet til hverandre gjennom kjøp av varer og tjenester. Modellen baseres på historiske data som viser hvor stor del av vare- og tjenestekjøpet i én sektor som kommer fra hver av de andre sektorene (Ringstad, 2005). Både koblingsvirkninger og kryssløpsvirkninger betegnes også som indirekte virkninger.[98]

Multiplikatorvirkninger

Koblingen mellom ulike sektorer i en økonomi åpner for *multiplikatoreffekter*. En multiplikator gir uttrykk for hvor mye den samlede inntekten eller produksjonen i et geografisk område øker for hver krone som blir tilført utenfra. En del av disse effektene oppstår som følge av at aktiviteten i en gitt sektor (her kunst og kultur) genererer lønnsinntekter til ansatte. Disse inntektene genererer etterspørsel etter konsumgoder, både lokalt og utenfra. Etterspørselen etter lokale konsumgoder vil medføre økt produksjon i andre sektorer i den lokale økonomien, noe som vil gi økte lønnsinntekter også i disse sektorene. Dette vil igjen brukes til å etterspørre konsumgoder lokalt. Slik genereres en serie etterspørselsvirkninger som vil avta jo lenger ut i rekken man kommer. Ofte brukes også betegnelsen induserte virkninger om denne typen lønnsrelaterte ringvirkninger.[99] Etterspørselsøkningen etter konsumgoder vil også bidra til nye kryssløpsvirkninger, som følge av at bedriftenes behov for innsatsvarer- og tjenester øker når produksjonen øker.

Lekkasjer

Ikke all etterspørselen som genereres lokalt (fra publikum eller bedrifter), kommer lokalsamfunnet til gode. Den samlede virkningen for lokalsamfunnet avhenger av hvor mye av vare- og tjenestekjøpet som må dekkes gjennom *import*. Dette er avgjørende for størrelsen på multiplikatoren. Jo større andel av varene og tjenestene som blir importert, jo mindre blir multiplikatoren. Som Saayman og Saayman (2006) påpeker, er lekkasjene ofte store i små regioner, siden de er mer avhengig av import. For å veie opp for den etterspørselen som dekkes gjennom import, beregner forfatterne en importrate for hver av sektorene, basert på informasjon fra arrangører og bedriftene i de ulike sektorene.

Skatt er en annen type lekkasje som påvirker multiplikatoreffekten. Dersom marginalskatten på inntekt er høy, vil dette redusere kjøpekraften og påvirke etterspørselen etter konsumgoder. Det er derfor vanlig å ta hensyn til skattesatsen i denne typen analyser (Ringstad, 2005).

Andre indirekte virkninger

Ringstad nevner et par andre virkninger som kan være relevante å ta hensyn til i en EI-analyse. *Akselerasjonsvirkninger* er særlig relevant ved etablering av store kulturinstitusjoner, og innebærer at etterspørselen etter investeringsvarer øker som følge av økt aktivitetsnivå i lokalsamfunnet. Dette fører til at produksjonskapasiteten lokalt øker, og kan forsterke multiplikatorvirkningene dersom det

[98] Se blant annet Andersen og Ellingsen (2003): Reiselivsnæringer og turistkonsum i Hordaland. SNF-rapport 42/03.
[99] Se forrige fotnote.

bidrar til å fange opp lokal etterspørsel som ellers ville blitt dekket gjennom import. *Gravitasjonsvirkninger* oppstår når et område med stor aktivitet tiltrekker seg ny virksomhet utenfra. I store byer med mange kulturinstitusjoner, eller for store enkeltinstitusjoner som Guggenheim-museet i Bilbao, kan slike virkninger være betydelige, gitt at det ikke er lokale flaskehalser, f.eks. på boligmarkedet eller annen infrastruktur.

Negative virkninger

EI-analyser har ofte blitt kritisert for å overdrive de positive effektene av satsing på kunst og kultur, samtidig som de negative virkningene har blitt nedtonet eller oversett. Dette skyldes at beregningsmodellen først og fremst er egnet til å kartlegge bruttovirkningene, eller de positive virkningene.

En må likevel regne med at et kulturarrangement i større eller mindre grad kan ha *fortrengningsvirkninger* som reduserer bruttovirkningene. Dersom produksjonskapasiteten lokalt ikke er stor nok til å ta høyde for den økte etterspørselen som genereres, vil annen etterspørsel kunne fortrenges. Et eksempel på dette kan være et stort arrangement som holdes i turistsesongen og fører til økt etterspørsel etter overnatting lokalt. Dersom hotellnæringen ikke har nok kapasitet til å dekke etterspørselen fra tilreisende som kommer som følge av arrangementet i tillegg til den «normale» etterspørselen, vil de nye tilreisende kunne gå på bekostning av de eksisterende kundegruppene. Ekstraforbruket som publikum genererer, vil derfor avhenge av i hvilken grad den fortrenger andre kundegrupper. Dersom den kundegruppen som blir fortrengt totalt sett har et høyere forbruk, kan effektene av arrangementet bli negative. Dette skjedde blant annet under sommer-OL i Los Angeles 1984, da yrkesreisende med høyt forbruk ble erstattet av ferie og fritidsreisende OL-tilskuere, og lokalbefolkningen trakk vekk fra regionen på grunn av frykt for trengselsproblemer. Dette førte til etterspørselssvikt hos regionale attraksjoner som først og fremst rettet seg mot det lokale markedet (Ericsson, 2003).

Ringstad (2005) bruker eksempelet med etablering av en ny kulturinstitusjon som krever bygg- og anleggstjenester. For at den ekstra produksjonen til lokale bygg- og anleggsfirmaer skal regnes som en ringvirkning av institusjonen, forutsetter det at næringen har ledig kapasitet til andre oppdrag som måtte dukke opp i byggeperioden. I motsatt fall vil byggingen av institusjonen fortrenge annen produksjon.

Ringstad argumenterer for at EI-analyser først og fremst er relevant i lokalsamfunn som har stagnert eller er i tilbakegang. Han ser det som mindre relevant i storbyer som han betegner som pressområder, siden fortrengningsvirkningene av kulturaktiviteter her vil være betydelige. Hvis disse aktivitetene ikke fantes, ville de ha vært erstattet av noe annet som hadde tilsvarende verdiskaping. I stagnerte lokalsamfunn vil det være mye ledig kapasitet, og bruttovirkningene av kultursatsing vil ligge nærmere nettovirkningene.

I tillegg til fortrengningsvirkninger kommer eventuelle negative virkninger for miljøet og omgivelsene, som slitasje, støy, opphopning og trafikkproblemer.

Metodiske problemstillinger

I det følgende gjør vi rede for noen metodiske problemstillinger som er relevante i en analyse av økonomiske virkninger.

Avgrensning av sektoren

Den første problemstillingen vi står overfor i en EI-studie som tar sikte på å kartlegge virkningene av kultursektoren som helhet, er avgrensning av selve sektoren. Dette er ikke en enkel jobb, ettersom det ikke finnes en allmenn definisjon av begrepet kultur eller kultursektor. Noen av problemstillingene vi må ta hensyn er blant annet: hvilke kunst- og kultursjangre skal inkluderes? Hvilke deler av verdikjeden skal analysen omfatte? Skal det skilles mellom profesjonell og frivillig aktivitet?

Geografisk avgrensning

Metoden som ligger til grunn for EI-analyser er nært beslektet med en økonomisk modell kalt *economic base*, som blant annet benyttes i forbindelse med analyse av næringsgrunnlaget i et område. I denne modellen har den geografiske avgrensningen stor betydning. Et grunnleggende prinsipp er skillet mellom det som produseres innenfor og det som produseres utenfor den gjeldende geografiske enheten. Modellen skiller derfor mellom det som kalles basisnæringer, som hovedsakelig selger sine produkter utenfor lokalsamfunnet, og andre næringer, som har et lokalt marked. Siden basisnæringene henter sine inntekter utenfra, er det disse som har potensial til å generere ringvirkninger for lokalsamfunnet (Ringstad, 2005).

Den samme logikken benyttes i EI-analyser. Prinsippet om at det først og fremst er tilstrømningen av midler utenfra som skaper ringvirkninger, er grunnleggende også i analyser av kultursektoren. Et grunnleggende premiss i alle EI-analyser er derfor at det geografiske området en ønsker å studere må være klart og tydelig definert. Slik sikrer man at bare midler som brukes innenfor det geografisk avgrensede området inkluderes i analysen.

Avgrensningen av det geografiske området er med andre ord avgjørende for de lokaløkonomiske effektene. En snever geografisk avgrensning vil på den ene siden redusere andelen lokale besøkende og øke andelen tilreisende. På den andre siden vil antall lokale bedrifter og leverandører reduseres, og importandelen (lekkasjene) øke ved en snever avgrensning. I følge Ericsson (2003) skyldes dette at det ofte er de administrative grensene som benyttes i slike studier. Hun foreslår i stedet å benytte funksjonelle regioner som grunnlag for områdeavgrensning. Dersom to kommuner fungerer som én region f.eks. når det gjelder arbeidsmarked, bosted og handel, bør disse sees i sammenheng. Slike avgrensninger er imidlertid mer krevende, siden mye eksisterende statistikk er knyttet til administrative regioner.

Publikum

Det meste av litteraturen på området understreker skillet mellom *lokale* brukere av kulturaktiviteter og *tilreisende.* Lokalbefolkningens forbruk regnes ikke som ringvirkningsskapende, siden det bare representerer en alternativ bruk av midler som allerede eksisterer i lokalsamfunnet. Det sentrale er midlene som kommer utenfra, gjennom tilreisende publikummere.

Enkelte argumenterer likevel for å inkludere deler av lokalbefolkningens forbruk i analysen, og først og fremst ekstraforbruket som kan knyttes direkte til arrangementet. Et eksempel på dette er Saayman og Saaymans studie av tre kunstfestivaler i Sør-Afrika (2006). For å skille ut lokalbefolkningens ekstraforbruk spurte de lokale publikummere hvor mye mer penger de brukte i forbindelse med festivalen sammenlignet med en ordinær uke.

Det kan imidlertid være grunnlag for å inkludere lokalbefolkningens forbruk dersom et lokalt kulturarrangement har hindret lokalbefolkningen i å reise ut av regionen (Crompton, 1999 i Saayman og Saayman, 2006). Men som Ericsson (2003) påpeker, kan det i praksis være vanskelig å registrere hvorvidt en alternativ tur ut av området er avlyst eller utsatt.

Grunnet utfordringer med å inkludere lokalbefolkningens forbruk, velger mange kun å inkludere forbruk fra tilreisende. Det finner vi både i norske studier, blant annet Agderforsknings studie av Quart-festivalen (Aronsen, 2006) og Østlandsforsknings studie av tre Lillehammer-festivaler (Ericsson og Vaagland, 2002), samt en rekke internasjonale studier.

Men det er også vanlig å skille mellom ulike grupper av tilreisende. Crompton et al. (2001) har utarbeidet en guide for gjennomføring av EI-analyser, der de deler tilreisende publikummere inn i tre grupper: 1) «Time-switchers» - de som uansett har planlagt å reise til området, men som har tilpasset tidspunktet for besøket slik at det sammenfaller med arrangementet, 2) «Casuals» - tilreisende som er i området av andre årsaker og som tilfeldigvis velger å delta på arrangementet, og 3) Tilreisende som har kommet utelukkende på grunn av det aktuelle kulturarrangementet.

Det er denne siste gruppen som i følge forfatterne skaper reelle etterspørselsvirkninger, og som derfor danner grunnlag for EI-analysen. Etterspørselen som de to øvrige gruppene genererer, kan vi regne med ville funnet sted uavhengig av arrangementet. Crompton et al. argumenterer imidlertid for å inkludere deler av forbruket i gruppene «time-switchers» og «casuals» i en EI-analyse, dersom arrangementet gjør at de oppholder seg lenger i området enn de ellers ville gjort. Hovedprinsippet er likevel at *bare det ekstraforbruket som arrangementet genererer, kan inkluderes i en EI-analyse*. Det vil si forbruk som genereres utenfra og som kan knyttes direkte til det aktuelle kulturarrangementet. Øvrig forbruk antas å ville ha funnet sted i lokalsamfunnet uansett.

Datagrunnlag og kilder

Når samfunnsøkonomer beregner økonomiske virkninger tar de ofte i bruk komplekse modeller, f.eks. såkalte input-output modeller, eller kryssløpsmodeller, som krever detaljerte økonomiske data og avansert software. Et eksempel på dette er «Regional Input-Output Modelling System», som er utviklet av det amerikanske handelsdepartementet (US Bureau of Economic Analysis). Denne blir brukt til å beregne bransjespesifikke multiplikatorer som danner grunnlaget for de fleste amerikanske EI-studier (Seaman, 2003). Her hjemme har Statistisk Sentralbyrå utarbeidet egne input-output tabeller for norsk økonomi.[100] Programsystemet Panda er mye brukt til denne typen analyser, og baserer seg hovedsakelig på statistikk fra SSB.[101]

Slike avanserte teknikker er imidlertid mindre anvendelige i lokale studier, hvor økonomiske data ofte er mangelfulle. Det vanligste er derfor å bruke estimeringsteknikker basert på data innhentet direkte fra primærkildene, nærmere bestemt publikum og bedriftene selv. Forbruksdata kartlegges gjerne gjennom surveys til publikum, ofte som intervju-baserte undersøkelser på stedet. Informasjon om bedriftenes eller arrangørenes billettsalg og vare- og tjenestekjøp innenfor og utenfor lokalsamfunnet kan man finne i bedriftenes regnskapsdata og gjennom spørreundersøkelser.

Siden dataene i stor grad er basert på svar fra primærkilder, bedrifter og publikum, er kvaliteten på dataene avhengig av at respondentene oppgir nøyaktige og pålitelige svar. Respondentenes

[100] http://www.ssb.no/nr_en/input-output.html
[101] http://www.pandagruppen.no/

hukommelse (dersom undersøkelsen skjer i etterkant av et arrangement) og estimeringsevne (dersom undersøkelsen skjer i forkant eller i løpet av arrangementet) er derfor avgjørende.

Denne problemstillingen gjelder i mindre grad for data som innhentes fra bedrifter, siden dette er data som lett bør kunne hentes fra bedriftenes regnskap. Det kan likevel være nødvendig å innhente ekstra informasjon gjennom spørreundersøkelser. Utfordringen blir da å sikre flest og best mulige svar.

Estimering av besøkstall

Det kan være en utfordring å estimere nøyaktige besøkstall, dersom disse ikke er lett tilgjengelig fra arrangører. Denne problemstillingen gjelder særlig ved gratisarrangementer, hvor nøyaktige besøksdata er vanskelig å oppdrive.

Selv i de tilfeller der besøksdata er lett tilgjengelig, f.eks. gjennom billettsalg, oppstår metodiske utfordringer. Blant annet kan delpopulasjoner overlappe hverandre. Et godt eksempel på dette er festivaler der publikum deltar i flere enkeltarrangement, men gjerne bare kjøper én billett. I slike tilfeller er det ikke et én-til-én forhold mellom antall solgte billetter og antall besøkende på enkeltarrangement. Ericsson (2003) foreslår at antall besøkende målt i billettsalg reduseres med faktoren for gjennomsnittlig arrangementsbesøk per person for å få fram den reelle populasjonen for hele festivaler. I tillegg peker Ericsson på en annen utfordring, nemlig at det kan være store forskjeller mellom lokalbefolkning og tilreisende i hvor mange enkeltarrangement de deltar i. Dette kan gjøre det krevende å estimere de to delpopulasjonene, noe som er nødvendig siden en EI-analyse krever at det skilles mellom forbruk fra tilreisende og lokalbefolkningens forbruk.

Utvalg og skjevheter

Det kan også være feilmarginer knyttet til selve utvalget. For å unngå skjevheter i datagrunnlaget, bør utvalget være så representativt som mulig. I tilfeller der undersøkelser gjennomføres på stedet, kan det være vanskelig å sikre full representativitet i forkant. Det kan derfor være nødvendig å vekte utvalget i etterkant med utgangspunkt i ulike utvalgskriterier. I en studie der flere arrangementer inngår, kan det for eksempel være nødvendig å vekte utvalget etter besøkstallene ved de enkelte arrangementene, dersom disse er kjente.

En annen måte å unngå skjevheter på, er ved tilfeldig utvalg. Dette er mer krevende i undersøkelser som gjennomføres på stedet, enn f.eks. ved telefonundersøkelser. En måte å gjøre dette på er å velge respondenter basert på et bestemt mønster, f.eks. hver femte person som kommer inn på arrangementet. I situasjoner der det ikke er et bestemt køsystem, eller hvor det er flere innganger til arrangementet, kan det være vanskelig å opprettholde et bestemt seleksjonsmønster. Uansett er det viktig at intervjuerne opptrer så objektivt og systematisk som mulig, og ikke lar seg påvirke av ytre faktorer (f.eks. at noen ser mer imøtekommende ut enn andre).

Kritiske feilkilder

Det viktigste å ha i mente ved en analyse av økonomiske virkninger av kultursektoren, er uansett at denne typen analyser aldri vil kunne gi helt nøyaktige svar. Som Ringstad (2005) påpeker er det ofte vanskelig å få pålitelig informasjon om de ulike økonomiske virkningene. Analysene må derfor ofte baseres på beregninger som dels kan bygge på mangelfullt datagrunnlag, og dels på urealistiske forutsetninger. I følge Crompton et al. (2001) er EI-analyser *«en unøyaktig prosess, og resultatene bør behandles som «beste gjetninger» snarere enn som eksakte svar».*

Bruce Seaman (2003) peker på noen kritiske feil som påvirker resultatet av en EI-analyse:

1) Feil i datagrunnlaget som følge av at man inkluderer både lokalbefolkningenes forbruk samt tilreisendes forbruk utenfor lokalsamfunnet
2) Feil i datagrunnlaget som følge av at man inkluderer all omsetning fra besøkende, og ikke bare det forbruket som kan knyttes direkte til arrangementet
3) Bruk av feil multiplikator som følge av at man ikke tar hensyn til lekkasjer (import). Dette er særlig aktuelt i små regioner hvor lekkasjene ofte er store.
4) Feil som følge av at man ikke tar hensyn til kapasitetsbegrensninger blant annet i transport- og hotellsektoren og eventuelle fortrengningsvirkninger som følge av dette.

Kritikk av EI-analyser

EI-studier har vært utsatt for mye kritikk og har vakt en del kontroverser i fagmiljøet. Det skyldes blant annet de mange metodiske fallgruvene forskere risikerer å gå i og som vi har gjort rede for i forrige avsnitt. Mangelen på en entydig metodikk bidrar til store variasjoner i resultatene og vanskeliggjør sammenligning mellom ulike studier. Langen og Garcia (2009) viser blant annet til en sammenligning av fire ulike EI-studier i Storbritannia og Spania, som alle bruker ulik metodikk.

En annen side av kritikken dreier seg om det enkelte betrakter som en ensidig vektlegging av de økonomiske virkningene. Mange studier kritiseres for å ta for lite hensyn til andre typer virkninger, som gjerne er mindre håndfaste og vanskeligere å måle, som for eksempel miljømessige, sosiokulturelle eller politiske effekter. Særlig gjelder dette forhold som kan ha potensielt negative virkninger for lokalsamfunnet, noe miljømessige virkninger er et typisk eksempel på (Langen og Garcia, 2009). En grunn til at disse faktorene i liten grad blir tatt hensyn til, i tillegg til de praktiske utfordringene med å måle og tallfeste virkningene, kan være at lokale arrangører og politikere som er positive til arrangementet, ønsker å nedtone potensielle negative virkninger. Dette hevdes av Mason og Beaumont Kerridge (2004). Blant de 50 studiene som Langen og Garcia gjennomgår i sin litteraturstudie, er det bare et fåtall som diskuterer de negative effektene, og de som gjør det er først og fremst studier publisert i en akademisk kontekst. Det kan tyde på at studier som gjennomføres som konsulentoppdrag for lokale interessenter, søker å bekrefte de positive virkningene av kulturarrangement (Langen og Garcia, 2009).

EI-analysene har med andre ord ofte blitt kritisert for å gi en skjev fremstilling av virkeligheten. Slike skjevheter svekker selvsagt EI-analysens troverdighet. Dette fører oss inn på et annet forhold som EI-analysene har blitt kritisert for: faren for å misbruke resultatene. Argumentet om at kulturaktiviteter genererer inntekter for andre sektorer, har stor gjennomslagskraft på politisk hold og ofte har EI-analyser av kultursektoren blitt brukt nettopp som argument for en sterkere satsing på kulturformål fra offentlige myndigheter (Ringstad, 2005).

Det kan derfor være fristende å ta snarveier som gjør at resultatene «blåses» opp, eller blir presentert på en feilaktig måte. En del studier som har vist til oppsiktsvekkende resultater har ved nærmere ettersyn vist seg å bygge på et feilaktig eller unøyaktig datagrunnlag.

Crompton et al (2001) viser til flere illustrerende eksempler, deriblant en amerikansk studie av en større sport- og kulturfestival. Studien fant at festivalen genererte økonomiske virkninger for rundt 16 millioner dollar, noe festivalens styre mente var altfor lavt sammenlignet med en mindre rodeofestival i samme by som på sin side genererte 30 millioner dollar. Styret var bekymret for at dette ville medføre kutt i de offentlige bevilgningene siden deres festival fikk betydelig mer støtte

enn rodeofestivalen. Ved nærmere gjennomgang viste det seg at EI-analysen av rodeofestivalen brøt flere av de grunnleggende metodiske prinsippene for slike analyser. Blant annet inkluderte den både lokalbefolkningen og besøksgruppene «time-switchers» og «casuals». Ved å følge samme metodikk for sport- og kulturfestivalen fant forfatterne at den økonomiske effekten økte fra 16 millioner til 321 millioner dollar, altså over ti ganger mer enn rodeofestivalen.

Dette illustrerer noe av dilemmaet og utfordringene med denne typen analyser. Også i Norge har EI-analyser, eller ringvirkningsanalyser av kultur, møtt mye av den samme kritikken. Kultursosiolog Per Mangset og kulturøkonom Georg Arnestad har vært blant de skarpeste kritikerne. I følge Arnestad fremstår mye av arbeidet som har blitt utført på dette feltet, ikke som forskning, men snarere som dokumentasjon. Eller «*'bullshit research' av fremste klasse*» (Arnestad, 2010: 120).

Knut Vareide ved Telemarksforskning, som driver mye forskning innenfor kulturfeltet, pekte i en kronikk i nettavisen Ballade.no tidligere i år på faren for å overdrive virkningene av kultur. I følge Vareide er ringvirkninger *«ikke noe som er begrenset til kulturaktiviteter. Omtrent all virksomhet har ringvirkninger. (…) For at ringvirkninger av et kulturarrangement skal brukes som et argument for økonomisk sponsing fra kommune eller øvrig næringsliv, må en vurdere ringvirkningene til arrangementet mot ringvirkningene til alle andre mulige tiltak»* (Ballade, 25.6.2012).

Andre peker på det samme og hevder at positive virkninger på sysselsetting og verdiskaping ikke i seg selv beviser at satsing på kultur er en bedre utviklingsstrategi enn støtte til andre formål. De amerikanske forskerne David Cwi og Katherine Lyall gjennomførte i 1977 det som regnes som den første kvalifiserte analysen på området. De hevdet at en ikke kan gå ut fra at kulturaktiviteter ikke ville blitt erstattet med noe annet, med de samme økonomiske virkningene, dersom kulturaktivitetene ikke var der. I likhet med flere andre konkluderer de altså med at økonomiske virkninger av kulturaktiviteter ikke bør være viktige argumenter for offentlig støtte til slik virksomhet (Ringstad, 2005).

Vareide peker dessuten på et siste viktig poeng; behovet for å sette resultatet inn i en kontekst. For at en ringvirkningsstudie skal tilføre ny og nyttig kunnskap, er det nødvendig å sammenligne resultatet med andre relevante tall, for eksempel nasjonal verdiskapingsstatistikk. Sagt på en annen måte: ringvirkningsanalyser gir kun et øyeblikksbilde, noe Emma Lind ved Agderforskning påpeker i et tilsvar til Vareide (Ballade, 26.6.2012). Uten kunnskap om alternativene, er det risikabelt å utforme politikk på dette grunnlaget, hevder Lind.

Annen norsk forskning

Selv om EI-analyser ikke fikk like stort gjennomslag i Norge som for eksempel i USA, finnes det likevel en rekke eksempler på norske studier som søker å kartlegge virkninger av kultur. De fleste er rettet mot enkeltarrangement, eller grupper av arrangement. Eksempler på dette er Agderforsknings studier av Quart-festivalen (2006) og av festivaler i Arendal (2009) samt Østlandsforsknings studie av tre kulturfestivaler på Lillehammer (2002). Et annet eksempel er Econs studie av kulturminner på Røros (2008). Vi har ikke funnet eksempler på norske studier som tar sikte på å analysere ringvirkningene av kunst- og kultursektoren i en større region, slik vi gjør i denne studien. En slik analyse er betraktelig mer kompleks enn analyser av enkeltarrangement, og byr på en rekke metodiske utfordringer både med hensyn til utvalg, representativitet og datatilgang for å nevne noen.

Det finnes derimot eksempler på studier som tar sikte på å kartlegge og beskrive den norske kunst- og kultursektorens omfang og økonomiske betydning i form av nøkkeltall. Menon sin kartlegging av kulturnæringene i Norge (2011) er et eksempel på dette.

Kulturnæringenes betydning for norsk økonomi[102]

Menons studie, som er en oppdatering av Østlandsforskning kartlegging fra 2008, er først og fremst en kartlegging av kulturnæringenes omfang og økonomiske betydning, og ikke en ringvirkningsanalyse. Kulturnæringenes økonomiske betydning blir målt i antall bedrifter, verdiskaping og sysselsetting, basert på foreliggende statistikk. Begrepet kulturnæring innebærer dessuten en videre avgrensing av kunst- og kultursektoren enn det vi opererer med i vår studie. De to studiene er dermed ikke direkte sammenlignbare. Det kan likevel være av interesse å oppsummere noen av de viktigste funnene fra kartleggingen.

Forskerne finner at kulturnæringen totalt sysselsatte i underkant av 75 000 personer i Norge i 2009. Dette utgjorde nesten 5 prosent av den totale sysselsettingen i Norge (inkludert selskaper uten revisjonsplikt, som enkeltpersonforetak). Trykte medier sto for den største andelen sysselsatte, med 35 prosent av sysselsettingen i kulturnæringen. Kunstnerisk virksomhet utgjorde den nest største gruppen i antall sysselsatte, med over 15 500 personer.

Mellom 2000 og 2009 økte antall sysselsatte i kulturnæringen med 50 prosent, når selskaper uten revisjonsplikt inkluderes i statistikken. Ser man bare på revisjonspliktige selskaper, utgjorde økningen 34 prosent. Til sammenligning økte sysselsettingen i norsk næringsliv med 31 prosent i samme periode. Den største veksten fant sted innenfor kulturarv, med en gjennomsnittlig årlig vekst på 35 prosent i perioden 2000 - 2009. Kulturarv er likevel den nest minste bransjen målt i antall sysselsatte.

I 2009 var 26 715 foretak registrert i kulturnæringene i Norge, hvorav 66 prosent ikke-revisjonspliktige selskap. De fleste foretakene fantes innen kunstnerisk virksomhet, med rundt 11 700 foretak.

Verdiskaping er i studien målt som driftsresultat + lønnskostnader. Den samlede verdiskapingen i næringen var i 2009 på 42 milliarder, og økte med 77 prosent fra 24 milliarder i 2000. Det meste av verdiskapingen skjedde innenfor trykte medier, som sto for 38 prosent av den samlede verdiskapingen i næringen. Kunstnerisk virksomhet utgjorde den nest største gruppen, med en verdiskaping på rundt 5,5 milliarder.

Selv om studien bekrefter Oslo-regionens dominans, med nesten halvparten av verdiskapingen, 40 prosent av sysselsettingen og en tredjedel av foretakene, viser tallene at Hordaland er den største kulturregionen utenfor Oslo og Akershus. Hordaland er en god nummer to i antall sysselsatte, med ca. 6 800 ansatte, og er fylket med høyest verdiskaping (3,9 milliarder) og flest foretak (2 337) utenfor Oslo og Akershus.

Festivaler i Arendal (2009)[103]

Agderforskning gjennomførte i 2009 en ringvirkningsstudie av festivalene Canal Street, Norwegian Grand Prix og Hovefestivalen i Arendal. Studien er basert på en surveyundersøkelse blant publikum på festivalene, regnskapsdata og bedriftsintervju.

---

[102] Espelien, A. og Gran, A-B. (2011): Kulturnæringenes betydning for norsk økonomi. Status og utvikling 2000-2009.
[103] http://www.agderforskning.no/index.php?articleid=1314&expand=87&lang=1

Forskerne estimerer at festivalene til sammen genererte 180 millioner kroner i løpet av 13 festivaldager. Av dette ble 35 millioner lagt igjen i lokalt næringsliv, utover den ordinære sommeromsetningen. 42 millioner gikk til moms. Forskerne konkluderer med at festivalene er viktige for Arendal og Arendals framtid som attraktivt ferie- og bosted. Særlig Hovefestivalen tiltrekker mange tilreisende, åtte av ti er tilreisende fra andre fylker enn Vest- og Aust-Agder. Mange av de tilreisende oppgir at festivalene er en viktig grunn til at de kommer tilbake til Arendal.

Quart-festivalen (2006)[104]

Agderforskning gjennomførte i 2006 en studie av den samfunnsmessige betydningen av Quart-festivalen. Et av formålene var å kartlegge verdiskaping og økonomiske ringvirkninger av festivalen for Kristiansand-området. Forskerne baserte seg blant annet på en bred intervjuundersøkelse av publikum under selve festivalen, samt budsjett- og regnskapsdata fra arrangørene.

Studien viser at Quart-festivalen har en tiltrekningskraft langt utenfor sin nære region. I følge tall fra publikumsundersøkelsen var bare 14 prosent av publikum fra Kristiansand eller nabokommunene, og 20 prosent fra Aust- og Vest-Agder. Resten var tilreisende fra andre deler av landet. I beregningen av ringvirkningene som følger av publikums forbruk, skiller forskerne mellom tilreisende og lokalt publikum, og ekskluderer den delen av publikum som kommer fra Kristiansand og nabokommuner. Forskerne har beregnet en noe høyere prosent (25 prosent) enn det undersøkelsen viser, da de antar at denne andelen er for lav.

Forskerne har anslått de indirekte ringvirkningene av festivalen for Kristiansandsområdet til *48,2 millioner kroner*. Dette inkluderer det vi tidligere har kalt kryssløpsvirkninger - festivalens kjøp av varer og tjenester – og koblingsvirkninger – publikums forbruk. I tillegg har forskerne inkludert partneres og uoffisielle aktørers forbruk i området. Studien tar imidlertid ikke hensyn til multiplikatoreffekter.

Forskerne har anslått ringvirkninger som følge av publikums forbruk til 31,2 millioner kroner, eksklusiv reiseutgifter. Beløpet er beregnet som et gjennomsnitt av tre ulike beløp: totalt budsjett for oppholdet på Quart, budsjett på ulike utgiftsposter og samlet forbruk dagen før intervjuet. I beregningene har forskerne trukket fra forbruket inne på selve Quart-området.

Arrangørenes innkjøp av varer og tjenester beregnes til 9 millioner, mens partneres forbruk i Kristiansandsområdet beregnes til 4,8 millioner. I tillegg regner de med at lønn og honorarer til ansatte og andre bidragsytere på festivalen genererer 3,2 millioner kroner til Kristiansandsområdet. Dette er basert på en forutsetning om at 75 prosent av lønningene forbrukes lokalt.

Forskerne anslår at Quart-festivalen har en samlet økonomisk betydning på ca. *100 millioner kroner*. Dette inkluderer festivalens verdiskapning (omsetning og dugnadsinnsats), verdien av offisielle partnere og andre kommersielle aktørers aktiviteter, samt publikums forbruk inkludert reiseutgifter.

Forskerne konkluderer med at Quart-festivalen genererer store ringvirkninger for Kristiansandsområdet, men peker på andre kulturelle og sosiale virkninger som minst like viktige. Forskerne trekker blant annet frem festivalens betydning for den lokale identiteten og for profilering av Kristiansandsområdet overfor omverdenen.

[104] Aronsen (2006): Quart 06 – mer enn musikk. Verdiskaping og ringvirkninger.

Kulturminner på Røros (2008)[105]

Som et ledd i forskningsprosjektet «Kulturminner og verdiskaping – tilfellet Røros» gjennomførte Econ Pöyry i 2008 en økonomisk ringvirkningsstudie av kulturminnene på Røros.

Studien tar for seg fire ulike typer virkninger: 1) virkningene på verdiskaping og sysselsetting av lokale vare- og tjenestekjøp fra turister som kommer til området som følge av kulturminnene, 2) virkningene på bedrifters vare- og tjenestekjøp (kryssløpsvirkninger) av økt aktivitet, 3) virkningene på etterspørsel av konsumvarer som følge av økte lønnsinntekter (inntektsvirkninger) og 4) virkning på kommunale inntekter.

Studien finner at kulturminnene bidrar til å generere inntekter på *ca. 95 millioner kroner* som følge av turisters forbruk av varer og tjenester. Dette er basert på eksterne beregninger av utenlandske turisters dagsforbruk, og på en forutsetning om at forbruksmønsteret er likt hos norske og utenlandske turister. 60 prosent av omsetningen genereres i hotell- og restaurantnæringen.

Kryssløpsvirkningene som følger av bedriftenes økte behov for vare- og tjenestekjøp er beregnet til 11 millioner kroner, mens inntektsvirkningene beregnes til 5 millioner kroner – fratrukket skatt og import. Som forfatterne påpeker er dette beskjedent sammenlignet med de øvrige virkningene, men det skyldes store lekkasjer i form av import av varer og tjenester utenfra.

Når det gjelder virkningene på sysselsetting, viser studien at kulturminnene bidrar til å sysselsette 234 personer; 209 personer som følge av økt turisttilstrømning, og ytterligere 25 som følge av økte statlige bevilgninger til restaurasjon og vedlikehold av kulturminnene. Samlet utgjør dette nesten åtte prosent av den totale sysselsettingen i kommunen.

Forfatterne viser også til en rekke potensielle virkninger som ikke blir tallfestet i studien. Blant annet konkluderer utredningen med at kulturminnene har en viss effekt både for identitet og markedsføring, men at disse er små og vanskelig lar seg tallfeste.

Kulturfestivaler på Lillehammer (2002)[106]

Østlandsforskning gjennomførte i perioden 1999-2002 et større forskningsprosjekt om arrangementers betydning for vertsamfunnene og deres utvikling som reiselivsdestinasjoner. Et av delprosjektene innebar å se nærmere på de sosiokulturelle og lokaløkonomiske sider ved kulturfestivaler.

Tre årlige kulturfestivaler på Lillehammer fungerte som empirisk grunnlag for delprosjektet; DølaJazz, Vinterspillene og Norsk litteraturfestival/Sigrid Undset-dagene. Forskerne Birgitta Ericsson og Jorid Vaagland har oppsummert funnene i rapporten «Arrangementer og destinasjonsutvikling – lokalsamfunnsmessige og lokaløkonomiske sider ved kulturfestivaler»

Når det gjelder de økonomiske virkningene av festivalene, konsentrerer studien seg om to typer virkninger: 1) koblingsvirkninger (forfatterne kaller det overrislingseffekter) som følger av publikums forbruk i tilknytning til festivalene, og 2) ringvirkninger av selve arrangementene, i form av vare- og tjenestekjøp og lønnsutbetalinger.

---

[105] Fjose og Bowitz (2008): Økonomiske ringvirkninger av kulturminner på Røros.
[106] Ericsson og Vaagland (2002): Arrangementer og destinasjonsutvikling – lokalsamfunnsmessige og lokaløkonomiske sider ved kulturfestivaler

Forskerne tar i bruk sentrale prinsipper fra EI-analysene. Blant annet skiller de mellom tilreisende og lokalbefolkningen når de ser på festivalpublikummets forbruk, og de tar særlig hensyn til tilreisende som kommer utelukkende på grunn av festivalen. De tar også hensyn til lekkasjer i form av skatt og importerte varer og tjenester.

Studien viser at bare 5 prosent av et samlet publikum på 5 000 personer var tilreisende som kom til Lillehammer utelukkende på grunn av de tre festivalene i 2001. Den mest konservative tolkningen av ringvirkninger viser at festivalene genererte en tilleggsomsetning på 300 000 kroner, eksklusiv billetter. Dette representerer altså den etterspørselen som genereres av tilreisende publikum som er kommet til Lillehammer utelukkende for festivalenes skyld. Dersom alle tilreisende inkluderes, øker virkningene betydelig, til 1,3 millioner. Det viser hvor stor betydning den publikumsmessige avgrensningen har.

Samlet sett er det bare 35-40 prosent av arrangørenes vare- og tjenestekjøp som tilfaller lokalsamfunnet, til sammen 1,1 millioner kroner. I tillegg finner forfatterne at lønnsutbetalingene på i underkant av 600 000 kroner, gir en samlet effekt på ca. 1,5 millioner kroner. Da har forfatterne forutsatt at tre fjerdedeler av lønna brukes lokalt.

På bakgrunn av disse funnene konkluderer Ericsson og Vaagland med at argumentet om næringsmessige effekter av kulturfestivaler både er lite holdbare og lite relevante.

Internasjonal forskning

Internasjonalt er det gjort en rekke studier av kulturens virkning for den lokale eller regionale økonomien. Mange av studiene tar utgangspunkt i reiselivsnæringen og ser på virkningene av kulturinstitusjoner eller kulturarrangement for den lokale turistnæringen.

Kunst- og kultursektoren i USA[107]

Denne typen analyser er særlig utbredt i USA, hvor det finnes en rekke EI-studier både av enkeltarrangement og av kunst- og kultursektoren som helhet. Interesseorganisasjonen American for the Arts gjennomførte i 2010 en omfattende studie av den amerikanske kunst- og kultursektoren, kalt Arts & Economic Prosperity IV. Her analyseres virkningene av kunst og kultur i 182 ulike regioner fordelt på samtlige 50 stater, i tillegg estimeres økonomiske virkninger for hele den amerikanske kunst- og kultursektoren.

Studien baserer seg på avanserte beregningsmodeller (input-output modell tilpasset hver enkelt region), for å måle virkningene av hver dollar som blir brukt i forbindelse med et kunst- og kulturarrangement. Studien finner blant annet at sektoren som helhet genererte 135,2 milliarder dollar i 2010. 61,1 milliarder dollar ble generert av sektoren selv, mens publikums forbruk i tilknytning til kulturarrangement genererte 74,1 milliarder dollar. Dette beløpet inkluderer også det lokale publikummets forbruk, noe som i utgangspunktet strider mot de grunnleggende prinsippene for EI-analyser. Studien viser imidlertid at mer enn 40 prosent av de lokale publikummerne ville reist ut av regionen for å få en kulturopplevelse dersom det arrangementet de besøkte ikke hadde funnet sted. Slik sett kan det argumenteres for å inkludere forbruket til denne gruppen, siden disse pengene ellers ville blitt brukt andre steder.

107 http://www.artsusa.org/pdf/information_services/research/services/economic_impact/aepiv/AEP4_NationalSummaryReport.pdf

Studien viser at en typisk amerikansk publikummer i snitt bruker 24,6 dollar i tilknytning til et kulturarrangement (i tillegg til billett). Tilreisende bruker i snitt mer enn lokale besøkende, selv uten overnatting. Kunst- og kultursektoren genererer også mange arbeidsplasser, 4,1 millioner fulltidsstillinger i følge studien.

Guggenheim-museet i Bilbao[108]

Det velkjente Guggenheim-museet i Bilbao er et av de mest brukte eksemplene på den betydningen en satsing på kunst og kultur kan ha for et lokalsamfunn, både når det gjelder attraksjonsverdi og økonomi.

Bilbao var en av Spanias viktigste industribyer frem til 1975, da utviklingen endret seg dramatisk. På slutten av 70-tallet og langt utpå 1980-tallet var byen preget av industridød og økonomisk tilbakegang, med skyhøy arbeidsledighet og sosiale problemer som konsekvens. Byens image ble ytterligere svekket som følge av ETAs terroraksjoner i området. Fra slutten av 80-tallet ble det tatt grep for å endre på situasjonen, og den lokale økonomien ble gradvis omstrukturert fra en økonomi basert hovedsakelig på tradisjonell industri til en turistbasert økonomi. Etableringen av Guggenheim-museet ble et ledd i arbeidet med å gjenoppbygge byens økonomi og gjøre den til et attraktivt reisemål for turister. Museet åpnet i 1997 og har siden blitt et landemerke for byen.

En studie gjennomført i 2000 viser at Bilbao allerede tre år etter etableringen av Guggenheim-museet opplevde en økning i den gjennomsnittlige turisttilstrømningen på 37 prosent (Plaza, 2000). I følge forfatteren kan 54 prosent av økningen tilskrives museet. Studien er gjennomført som en regresjonsanalyse, der forfatteren har kontrollert for andre variabler som kan ha påvirket turisttilstrømningen i samme periode (bl.a. høykonjunktur og en oppadgående trend i den globale turistnæringen generelt). Studien viser også at halvparten av økningen i tallet på overnattinger i perioden kunne tilskrives Guggenheim-museet. Dette igjen bidro til at belegget i overnattingssektoren økte fra 38 til 47 prosent.

Som Ringstad (2005) påpeker er det grunn til å tro at nettovirkningene for Bilbao er atskillig større enn om et lignende museum ble lagt til London eller Paris, nettopp på grunn av de økonomiske problemene Bilbao har hatt.

Kunstfestivaler i Sør-Afrika[109]

Det finnes også eksempler på EI-studier utenfor USA og Europa. Et eksempel er Saayman og Saaymans studie fra 2005 om ringvirkningene av kunstfestivaler i Sør-Afrika. Forfatterne sammenligner tre kunstfestivaler av ulik størrelse som holdes i tre ulike sørafrikanske byer: Grahamstown National Arts Festival i Grahamstown, The Klein Karoo Nasionale Kunstefees i Oudtshoorn og The Aardklop National Arts Festival i Potchefstroom. Med utgangspunkt i data samlet inn gjennom spørreundersøkelser til publikum og bedrifter, og ved bruk av en multiplikatormodell, beregner forfatterne verdien av de tre festivalene til henholdsvis ca. *23.5, 63.5 og 13.9 millioner kroner*.

[108] Plaza (2000): Evaluating the influence of a large cultural artifact in the attraction of tourism: the Guggenheim Museum Bilbao case.
[109] Saayman og Saayman (2006): Does the location of arts festival matter for the economic impact?

Beregningene er basert på forbruket til tilreisende som har kommet utelukkende på grunn av festivalen, samt arrangørenes eget kjøp av varer og tjenester. Dersom alle tilreisende inkluderes, også de som har kommet til byen av andre grunner enn festivalen, blir tallene noe høyere (henholdsvis 25.1, 71.1 og 17.2 millioner kroner). Forfatterne har også tatt hensyn til lekkasjer i form av import, og har beregnet importandeler innenfor ulike vare- og tjenestekategorier.

Vedlegg 1:

Data og beregninger

Rapporten er hovedsakelig basert på data fra fem kilder:

1) Regnskaps- og organisasjonsdata for alle virksomheter som faller inn under avgrensningen av kunst- og kultursektoren hentet fra databasen RavnInfo (som igjen henter sine data fra Brønnøysundregistrene).
2) Nøkkeltall for kulturskoler og folkebibliotek fra KOSTRA (SSB).
3) En spørreundersøkelse til alle virksomheter som faller inn under avgrensingen. Denne er primært benyttet til å samle inn supplerende økonomiske data, samt økonomiske data for selskap som ikke leverer regnskap til Brønnøysundregistrene.
4) Spørreundersøkelser rettet mot tilfeldig utvalgte publikummere på i alt 27 forskjellige kulturarrangement i løpet av sommeren og høsten 2012.
5) Kvalitative intervju med fem bedriftsledere

Avgrensning av sektoren og uttrekk av regnskapsdata

Første steg var å definere kunst- og kultursektoren. Utvelgelsen av virksomheter ble gjort på grunnlag av virksomhetenes NACE-koder. Følgende NACE-koder er inkludert:

Kode	Beskrivelse
18.2	Reproduksjon av innspilte opptak
58.11	Utgivelser av bøker
58.19	Forlagsvirksomhet ellers
59.11	Produksjon av film, video og fjernsynsprogrammer
59.12	Etterarbeid knyttet til produksjon av film, video og fjernsyn
59.13	Distribusjon av film, video og fjernsynsprogrammer
59.14	Filmframvisning
59.2	Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak
74.903	Impresariovirksomhet
85.521	Kommunal kulturskoleundervisning
85.522	Undervisning i kunstfag
85.529	Annen undervisning innen kultur
90.011	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen musikk
90.012	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet innen scenekunst
90.019	Utøvende kunstnere og underholdningsvirksomhet ikke nevnt annet sted
90.02	Tjenester tilknyttet underholdningsvirksomhet
90.031	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen visuell kunst
90.032	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen musikk
90.033	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen scenekunst
90.034	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen litteratur
90.039	Selvstendig kunstnerisk virksomhet ikke nevnt annet sted
90.04	Drift av lokaler tilknyttet kunstnerisk virksomhet
91.011	Drift av folkebiblioteker
91.021	Drift av kunst- og kunstindustrimuseer

91.022	Drift av kulturhistoriske museer
91.023	Drift av naturhistoriske museer
91.029	Drift av museer ikke nevnt annet sted
91.03	Drift av historiske steder og bygninger og lignende severdigheter

Tabell 1: Inkluderte næringskoder

Virksomheter i relevante bransjer registrert som "Forening, lag, innretning" er ekskludert. Dette fordi de fleste av disse virksomhetene er korps og andre frivillige grupperinger, mens vi i denne undersøkelsen ser på *profesjonelle kulturaktører*.

På grunnlag av tidligere arbeid med kulturvirksomheter i Bergen og Hordaland, har vi også inkludert noen virksomheter registrert på andre NACE-koder, men som klart hører med i henhold til definisjonen. Dette dreier seg om to typer selskaper:

a) kulturforetak som er registrert under en NACE-kode som ikke automatisk faller inn under kultursektoren. Eksempler er Grieghallen, som er registrert under NACE-kode *68209 UTLEIE AV EGEN ELLER LEID FAST EIENDOM ELLERS*, og Grieg Music Education, som er registrert under *85599 ANNEN UNDERVISNING IKKE NEVNT ANNET STED*,

b) foreninger-, lag, og innretningsselskaper som er profesjonelle kulturaktører, eksempelvis Nattjazz og Borealisfestivalen.

I tillegg er alle kommunalt drevne kulturskoler og folkebibliotek, i tillegg til Universitetsbiblioteket ved UiB, inkludert. Fordi disse selskapene er underforetak til relevant kommuner og Universitetet i Bergen kommer de ikke automatisk med i en normal uttrekksprosedyre.

Uttrekket av selskap ble gjort gjennom tjenesten RavnInfo, som igjen henter ut selskap og regnskapstall fra Brønnøysundsregisteret.

Spørreundersøkelse til kunst- og kulturvirksomheter

For å kunne foreta de økonomiske beregningene som vi har gjort i denne rapporten, hadde vi behov for å supplere tallene fra RavnInfo med økonomiske opplysninger samlet inn ved hjelp av en spørreundersøkelse. Dette skyldes for det første at virksomheter organisert som enkeltpersonforetak (samt delt ansvar, begrenset ansvar og ansvarlig selskap) normalt ikke leverer regnskapsdata til Brønnøysundregistrene. I tillegg var det behov for å samle detaljerte opplysninger om samtlige virksomheters vare- og tjenestekjøp samt mottatt støtte fra offentlige og private aktører.

Undersøkelsen ble sendt til alle regnskapspliktige virksomheter som det var mulig å finne kontaktinformasjon til, i alt 333 virksomheter. Vi fikk 147 svar, noe som gir en svarprosent på 44,1 prosent. Når det gjelder enkeltpersonforetak, ble undersøkelsen sendt til et tilfeldig utvalg på 682 foretak trukket fra en total populasjon på i alt 4 367 foretak. Vi fikk 137 svar fra denne gruppen, noe som gir en svarprosent på 20,1 prosent.

Tall for selskap som ikke svarte på undersøkelsen er estimert på grunnlag av data fra selskapene som svarte. Dette er gjort ved å beregne gjennomsnittsverdier for grupper av selskap med mange fellestrekk. Disse gjennomsnittsverdiene er deretter avstemt mot det vi har av regnskapsdata for det

enkelte selskap og deretter benyttet til å imputere manglende informasjon. For eksempel har vi beregnet utgiftsprofiler for grupper av selskap som viser hvordan selskapenes varekjøp er fordelt på ulike kategorier av varer og tjenester, samt kjøp innenfor og utenfor fylket. Disse utgiftsprofilene er i neste omgang benyttet til å estimere faktiske utgifter for selskap som ikke har svart, avstemt mot selskapenes omsetning fra regnskapsdataene.

Vi vet fra tidligere undersøkelser at langt fra alle ikke-regnskapspliktige selskap er aktive selskap. Fordi ikke-regnskapspliktige selskap ikke er pliktige å melde fra til Brønnøysundregisteret når de går i dvale og heller ikke har løpende utgifter til regnskap og revisjon, er det få insentiver for å avregistrere slike selskap. Dette betyr at man ikke kan forutsette at antall registrerte selskap er det samme som aktive selskap. Uten å ta høyde for dette, overestimeres nøkkeltallene for denne selskapsformen.

For å finne det reelle antallet aktive ikke-regnskapspliktige foretak i Hordaland, har vi benyttet opplysninger fra SSB som viser antall aktive selskap innenfor relevant NACE-koder. Om vi sammenholder disse opplysningene med antallet selskap i Brønnøysundsregisteret, finner vi at litt over 20 prosent av de ikke-regnskapspliktige foretakene er aktive selskap som genererer omsetning.

De ikke-regnskapspliktige foretakene ble delt inn etter kommunetilhørighet og undergruppetilhørighet (visuell kunst, musikk, scenekunst osv.). Gjennom å legge til grunn at 20 prosent av foretakene var aktive, fikk vi tall på antall reelle selskap i kommune *x* innenfor undergruppe *y*. Gjennomsnittstallene for omsetning, ansatte osv., hentet fra spørreundersøkelsen, ble så fordelt på hvert enkelt foretak, og tatt inn i nøkkeltallsdatabasen.

Kostra-data

Heller ikke kulturskolene og folkebibliotekene leverer regnskapstall til Brønnøysundsregisteret. Årsakene til dette er at de rent teknisk er organisert inn under "eierkommunen", og derfor er en del av det totale årsregnskapet for hver enkelt kommune. Det eneste tallet Brønnøysundsregisteret gir oss er antall ansatte.

For å få nøkkeltall på disse foretakene har vi brukt KOSTRA-tall. I KOSTRA finner man netto driftsutgifter overført fra hver enkelt kommune til både kulturskoler og folkebibliotek. Driftsutgiftene er i denne undersøkelsen ført som omsetning for hvert enkelt foretak. I tillegg er lønnskostnadene til folkebibliotekene tilgjengelige i KOSTRA. Basert på tall fra spørreundersøkelsen fikk vi også lønnskostnadene til et utvalg av kulturskolene i fylket. For kulturskolene som ikke svarte la vi til grunn det gjennomsnittlige forholdet mellom driftsutgifter og lønnskostnader til kulturskolene som svarte, og brukte dette til å estimere deres lønnskostnader.

Estimering av offentlig og privat støtte

Respondentene på spørreundersøkelsen ble bedt om å føre opp hvor mye de fikk i støtte i 2011, fra fire forskjellige kilder: a) offentlige aktører i Hordaland (eksempelvis kommuner, fylkeskommune), b) offentlige aktører utenfor Hordaland (eksempelvis staten eller Norsk Kulturråd), c) støtte og sponsormidler fra private kilder i Hordaland og d) støtte og sponsormidler fra private kilder utenfor Hordaland.

Fordi støttemidlene til kunst- og kulturlivet er meget skjevt fordelt, med et fåtall aktører som får mesteparten av støttemidlene fra både det offentlige og det private, ble respondentene delt inn i fire forskjellige grupper.

Gruppe 1 består av de store aktørene som mottar mest støtte (eksempelvis Den Nationale Scene, Festspillene, Bergen Vitensenter, Hardanger og Voss Museum). Totalt oppgav alle respondentene i undersøkelsen å motta ca. 570 millioner kroner i offentlig og privat støtte i 2011. De 16 selskapene i gruppe 1 mottar 492 millioner kroner av denne støtten. For et fåtall selskap i denne gruppen som ikke svarte på undersøkelsen, ble støttebeløpene hentet inn per telefon. Det er med andre ord ikke gjort noen estimeringer for denne gruppen.

Gruppe 2 består av øvrige regnskapspliktige selskap.

Gruppe 3 består av ikke-regnskapspliktige selskap.

Gruppe 4 består av kulturskoler og bibliotek. Disse foretakene får sine driftsmidler fra det offentlige, men det er ikke denne typen støtte som er interessant for undersøkelsen. De blir derfor holdt utenfor estimeringen.

For gruppe 2 og 3 er de totale støttebeløpene estimert på grunnlag av data fra de virksomhetene som svarte.

Publikumsundersøkelser

ideas2evidence har også gjennomført en omfattende spørreundersøkelse til et bredt utvalg publikum ved kunst- og kulturarrangementer i Hordaland. Til sammen har vi vært til stede på 27 arrangement. Valgene av arrangement er basert på en skjønnsmessig vurdering, der målsetningen har vært å dekke et så bredt spekter av kulturaktiviteter som mulig med de ressursene vi har hatt til rådighet. Vi har lagt noen enkle kriterier til grunn for valg av arrangement:

1) *Sjangermessig spredning*. Vi har ønsket å dekke ulike kunst- og kultursjangre som musikk, scene og billedkunst. Vi har også tilstrebet en sjangermessig spredning innenfor de enkelte hovedsjangre, eksempelvis har vi inkludert både klassiske konserter og pop/rock-konserter innenfor sjangeren musikk, og teater og revy innenfor sjangeren scene.
2) *Permanente versus temporære kulturtilbud*. Det har vært et mål å inkludere både kulturarrangement som inngår som en del av det faste kulturtilbudet i regionen og mer temporære kulturarrangement, som Festspillene og andre festivaler er eksempler på. En utfordring i denne sammenheng er at det meste av datainnsamlingen har foregått i løpet av sommeren, som er et høydepunkt for festivaler av ulikt slag. Denne typen arrangement er trolig derfor noe overrepresentert i forhold til andre faste kulturaktiviteter.
3) *Geografisk spredning*. Dette er det kriteriet som har vært vanskeligst å oppfylle, gitt ressursene vi har hatt til rådighet. Selv om vi har inkludert arrangement i kommuner utenfor Bergen (Øystese, Os, Kvinnherad), er det bergensbaserte kulturlivet kraftig overrepresentert i utvalget. Bergens totale dominans i kultursektoren i Hordaland – 70 prosent av foretakene ligger i Bergen – kan likevel til en viss grad rettferdiggjøre dette valget.

Undersøkelsen er gjennomført i perioden 23. mai – 19. september, blant et utvalg på til sammen 1 426 personer. Når det gjelder Festspillene og Nattjazzen var vi til stede ved flere enkeltarrangement for å få et så korrekt bilde av hele festivalen som mulig.

Publikumsundersøkelsen skal tjene to formål. For det første skal den gi grunnlag for å estimere andelen *lokale* og *tilreisende* publikummere. Dette innebærer også å skille mellom tilreisende som kommer utelukkende på grunn av kulturarrangementet og tilreisende som kommer av andre årsaker. Vi har derfor bedt respondentene oppgi hvor de bor og grunnen til at de besøker kulturarrangementet.

For det andre skal undersøkelsen gi grunnlag for å estimere *publikums forbruk* som følge av kulturarrangementet. De lokale respondentene ble derfor bedt om å svare på hvor mye penger de forventet å bruke i tilknytning til arrangementet, når de trekker fra billettkostnadene. Dette spørsmålet er formulert noe annerledes til det tilreisende publikummet. Her er vi opptatt av dagsforbruket, og ikke bare forbruket som skjer i forbindelse med selve arrangementet. Ideen er at alt lokalt forbruk fra tilreisende som har kommet på grunn av kulturarrangementet, kan tilskrives det aktuelle arrangementet. For å kunne estimere det totale forbruket, ba vi dem oppgi antall overnattinger. I tillegg ba vi dem oppgi utgifter til overnatting per natt.

Med unntak av overnattingskostnader, har vi ikke bedt publikum skille mellom ulike forbrukskategorier. Dette kan naturligvis sees som en svakhet ved analysen, siden det ikke er mulig å se hvilke deler av den lokale økonomien som nyter godt av at kunst- og kultursektoren trekker mennesker til fylket. Detaljerte spørsmål om forbruk ville imidlertid ha krevd mer fra respondentenes side, undersøkelsen ville tatt lenger tid og sannsynligheten for at vi ville fått flere mangelfulle svar, ville trolig økt. Det ville også være betydelig usikkerhet knyttet til beløpene.

Spørreundersøkelsene har blitt gjennomført av én eller to intervjuere før og under arrangementene. Det har vært et mål å oppnå et mest mulig tilfeldig utvalg av populasjonen.

Estimeringen av ekstraforbruk ved alle arrangement i løpet av et år er gjort stegvis:

- For de arrangementskategoriene vi har data for, har vi benyttet det totale tallet på besøkende eller solgte billetter til å vekte opp kronebeløpene. Vi har med andre ord forutsatt at de publikummere vi har data fra, er representative for alle publikummere.
- For festivaler som er sammensatt av flere enkeltarrangement, Nattjazz og Festspillene, impliserer dette kompliserte vekteprosedyrer basert på solgte billetter til ulike kategorier av arrangement.
- Ved hjelp av data for solgte billetter i løpet av et år fra Revy- og teaterservice, har vi også kunnet estimere totaltall for de store institusjonene og scenene. Her har vi forutsatt at de arrangementene vi har vært til stede på, er rimelig representative for hele årsprogrammet.
- I enkelte tilfeller har vi brukt gjennomsnittlige forbruksdata fra flere arrangementskategorier til å estimere totalforbruk fra scener eller institusjoner hvor vi mangler data. Dette gjelder for eksempel estimatene for Grieghallen (utenom Festspillene, Harmonien og Bergen Live sine arrangement). I alle slike tilfeller har vi benyttet data fra arrangementskategorier som samsvarer mest når det gjelder publikumssammensetning og andel tilreisende.
- Merk at vi både for Bergen og resten av fylket har estimert et tillegg for alle andre arrangement ut over de som er med i de øvrige estimatene. Også disse tilleggene bygger på

gjennomsnittlige forbruksdata fra en rekke kategorier. Disse tilleggene er de mest usikre av de estimatene vi har beregnet.

Intervju med bedriftsledere

Til studiens femte kapittel, som omhandler kulturens betydning for stedsattraktivitet, kreativitet og innovasjon, har vi gjennomført dybdeintervju med representanter for fem forskjellige bedrifter (fire bedrifter fra Bergen og én fra en distriktskommune). Snarere enn å danne et empirisk grunnlag for å teste ut hypoteser, har intervjuene til hensikt å kaste lys over deler av teorigrunnlaget og fungere som illustrerende eksempler. Næringslivet er dessuten en viktig bruker av og støttespiller for kunst- og kultursektoren. Det kan derfor være interessant å vite mer både om bedriftenes generelle vurderinger av kulturens betydning, og om de vurderingene som ligger til grunn for støtte. Bedriftene ble valgt av ulike årsaker. Noen av bedriftene ble valgt fordi de er betydelige støttespillere til kunst- og kultursektoren i fylket, mens andre ble valgt fordi de er store og viktige arbeidsplasser lokalt.

Vedlegg 2:

Litteraturliste

American for the Arts (2011) *The Economic Impact of Nonprofit Arts and Culture Organizations and Their Audiences.* Arts & economic prosperity IV. National Statistical report.

Andersen, Christian og W. Ellingsen (2003): *Reiselivsnæringer og turistkonsum i Hordaland.* Samfunns- og næringslivsforskning rapport 42/2003.

Andersen, Kristina Vaarst et.al. (2010): *One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context.* European Planning Studies Vol. 18, No. 10, October 2010.

Arnestad, Georg (2010): *Frå kultursektor til opplevelsesøkonomi: Kva for rolle spelar forskaren?* Nordisk kulturpolitisk tidsskrift. 01/2010, s. 109-123.

Aronsen, Mats (2006): *Quart 06 – mer enn musikk. Verdiskaping og ringvirkninger*. Agderforskning. Rapport nr. 08/2006.

Auno, Anne Mari og Knut Ø. Sørensen (2009): *Norsk reiselivs økonomiske rolle. En analyse basert på satellittregnskapet for turisme*. SSB Rapporter 2009/32

Bergen kommunes filmmelding (2011): *Sysselsetting og synlighet. Filmproduksjon i Bergen mot 2020.* Bergen: Byrådsavdeling for kultur, næring, idrett og kirke.

Cloudburry Communications AB (2011): *Millenniumrapporten. Ekonomiska effekter och exponeringsvärdet av Stockholmsregionen i de svenske Millenniumsfilmarna.* Cloudberry Communications AB.

Crompton, John (1999): *Measuring economic impact*. Working paper. http://rptsweb.tamu.edu/faculty/crompton.htm. I Saayman, Melville og A. Saayman (2006): *Does the location of arts festival matter for the economic impact?* Papers in Regional Science 85(4), s. 569-584.

Crompton, John, S. Lee og T.J. Shuster (2001): *A guide for undertaking economic impact studies: The Springfest example.* Journal of travel research. 40 (1), s.79-87.

Dahle, Malin og Jostein Ryssevik (2012): *Kino i sentrum. En studie av kinoens betydning for sentrumskjernen i Bergen*. ideas2evidence rapport 2/2012.

Dunlop, Stewart et.al. (2004): *The Economic Impact of the Cultural Sector in Scotland*. University of Glasgow: Scotecon

Eide, Dorthe (red) (2011): *Turisme basert på fortellinger, bøker og film – En litteratur og casestudie*. UiN-rapport nr. 2-2011

Ericsson, Birgitta og Jorid Vaagland (2002): *Arrangementer og destinasjonsutvikling – lokalsamfunnsmessige og lokaløkonomiske sider ved kulturfestivaler*. Rapport 16/2002. Lillehammer: Østlandsforskning

Ericsson, Birgitta (2003): *Lokaløkonomiske virkninger av kulturfestivaler – et metodisk urent farvann.* Notat 06/2003. Lillehammer: Østlandsforskning

Espelien, Anne og Anne-Britt Gran (2011*): Kulturnæringenes betydning for norsk økonomi. Status og utvikling 2000-2009*. Rapport 9/2011. Oslo: Menon Business Economics

Filmby Aarhus (2012): *Experience films - in Real-life - a handbook on film tourism.* Filmby Aarhus.

Fjose, Sveinung og E. Bowitz (2008): *Økonomiske ringvirkninger av kulturminner på Røros*. Arbeidsnotat 2008-005. Oslo: Econ Pöyry

Florida, Richard (2005): *Cities and the Creative Class.* New York: Routledge

Florida, Richard (2005): *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent.* New York: HarperCollins

Florida, Richard (2012): *What Draws Creative People? Quality of Place.* Artikkel på nettstedet Urbanland 11. Oktober 2012, http://urbanland.uli.org/Articles/2012/Oct/FloridaCreative

Gibson, Chris og John Connell (2005): *Music &Tourism: On the Road Again.* New York: Channel View Publications

Gran, Anne-Brit. (2009). *Kulturproduksjon i krisetider.* Oslo: Perduco kultur.

Gran, Anne-Britt (2012): *Kortslutning om kultur*. Artikkel på nettstedet minervanett, 7. mars, 2012. http://www.minervanett.no/kortslutning-om-kultur/

Isaksen, Arne (2005): *Den kreative klassen og regional næringsutvikling i Norge*. Arbeidsnotat 22/2005, NIFU STEP.

Jakobsen, Erik (2007) *Maritim verdiskapningsbok.* Maritimt Forum, Oslo

Kobro, Lars Ueland (2009): *Kultur og næring*. Notat 35/2009. Bø: Telemarksforsking

Kleppe, Bård (2010) *En plass i solen - en studie av festivalsponsorenes forventninger.* Telemarkforskningsrapport nr. 273

Kleppe, Bård (2011): *Norsk kulturindeks 2011*. TF-notat nr. 13/2011

Kleppe, Bård (2012): *Norsk kulturindeks 2012*. TF-notat nr. 29/2012

Knudsen, Jon P (2011): *Kultur, regional utvikling og levekår – perspektiver og kunnskapsstatus*. Oxford Research

Langen, Floris og Beatriz Garcia (2009): *Measuring the impacts of large scale cultural events. A literature review.* Impacts 08 - European capital of culture research programme. University of Liverpool.

Mangset, Per (1992): *Kulturliv og forvaltning. Innføring i kulturpolitikk.* Oslo: Universitetsforlaget. I Røyseng, Sigrid (2006): Den gode, hellige og disiplinerte kunsten. Forestillinger om kunstens autonomi i kulturpolitikk og kunstledelse. Telemarksforskning.

Mason, Peter. og John Beaumont-Kerridge (2004): *Attitudes of visitors and residents to the impacts of the 2001 Sidmouth international festival.* i Langen, Floris og Beatriz Garcia (2009): Measuring the impacts of large scale cultural events. A literature review. Impacts 08 - European capital of culture research programme. University of Liverpool.

Mommaas, Hans (2004): *Cultural clusters and the post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy* . Urban Studies, Vol. 41, No. 3, pp. 507 532

Overvåg, Kjell, Per Kristian Alnes og Svein Erik Hagen (2011) *Regional utvikling og trender i Hordaland i et Florida-perspektiv.* ØF-rapport nr. 19/2011

Plaza, Beatriz (2000): *Evaluating the influence of a large cultural artifact in the attraction of tourism: the Guggenheim Museum Bilbao case.* Urban affairs review. 36 (2), s. 264-274.

Porse Nilsen, Anna og Hannes Jakobsen (2011): *Danske indholdsproducenters økonomiske effekt*. Manto

Reeves, Michelle (2002): *Measuring the economic and social impact of the arts: a review*. London: The Arts Council of England

Ringstad, Vidar (2005): *Kulturøkonomi*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag

Ryssevik, Jostein og Jan Erik Grindheim (2007): *Lidenskap og levevei - en studie av utvalgte kulturnæringer i Hordaland.* ideas2evidence rapport nr. 5/2007

Ryssevik, Jostein et.al. (2011): *Kompetanse 2020: Universitetsutdanningenes synlighet og relevans og samfunnets behov*. ideas2evidence rapport nr. 4/2011.

Ryssevik, Jostein og Turid Vaage (2011): *For en neve dollar mer. En evaluering av den statlige støtten til regionale filmfond.* ideas2evidencerapport nr. 9/2011

Røyseng, Sigrid (2006): *Den gode, hellige og disiplinerte kunsten. Forestillinger om kunstens autonomi i kulturpolitikk og kunstledelse*. Telemarksforskning.

Saayman, Melville og A. Saayman (2006): *Does the location of arts festival matter for the economic impact?* Papers in Regional Science 85(4), s. 569-584.

Seaman, Bruce (2003): *Economic impact of the arts*. i R. Towse (redaktør*).* A handbook of cultural economics. 2nd edition. (s. 201-210). Cheltenham: Edward Elgar Publishing

Skålholt, Asgeir og Kari Bjerke Batt-Rawden (2008): *Regionenes kamp? – om tilflyttingsprosjekter*. ØF-rapport nr. 19/2008.

Storstad, Oddveig (2010) *Kommunal kultursektor i endring. Resultater frå en undersøkelse i norske kommuner.* Norsk kulturråd/Fagbokforlaget, Bergen

Strain, Ellen (2003): *Public Places, Private Journeys: Ethnography, Entertainment, and the Tourist Gaze*. New Brunswick, New Jersey & London: Rutgers University Press.

Tinagli, Irena (2009): *Norway in the Creative Age*. Citisense

Tinagli, Irena (2012): *Norway in the Creative Age*. Citisense

Vareide, Knut og Lars Ueland Kobro (2012): *Skaper kultur attraktive* steder? TF-Notat nr 1/2012.

Vareide, Knut (2012): *Et blindspor*. Kronikk i nettavisen Ballade
http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2012062509420362213321 (25.06.2012)

Vestby, Guri Mette, Roar Samuelsen og Ragnhild Skogheim (2012) *Festivalkommuner. Samhandling mellom kommuner og festivaler.* NIBR-rapport 2012:7.

Young, Anita og Robert Young (2008) *Measuring the Effects of Film and Television on Tourism to Screen Locations: A Theoretical and Empirical Perspective*, Journal of Travel and Tourism Marketing, vol 24(2), s.195-212

Web-sider

http://www.agderforskning.no/index.php?articleid=1314&expand=87&lang=1

http://www.artsusa.org/pdf/information_services/research/services/economic_impact/aepiv/AEP4_NationalSummaryReport.pdf Hentet 10. juli 2012

http://avis.dn.no/artikler/avis/article398869.ece Hentet 9. oktober 2012

http://www.ba.no/nyheter/article5781727.ece. Hentet 8.februar 2013.

http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2012062612514647400778

http://www.bt.no/bergenpuls/Konsertuken-gir-Bergen-inntekter-pa-rundt-50-millioner-kroner-2738718.html?xtor=RSS-2. Hentet 8.november 2013

National Centre for Culture and Recreation Statistics of the Australian Bureau of Statistics (ABS): Cultural data on-line. Multipliers for culture-related industries.
http://culturaldata.gov.au/publications/statistics_working_group/other/multipliers_for_culture-related_industries

http://www.kampanje.com/markedsforing/article6208893.ece. Hentet 6.februar 2013

http://www.nto.no/pub/NTO/news/?aid=457# Hentet 09. august 2012

http://www.pandagruppen.no/

http://www.scotland.gov.uk/Topics/Statistics/Browse/Economy/Input-Output/Mulitipliers

http://www.sponsorinsight.no/sponsormarkedet-runder-4-milliarder-i-2012/. Hentet 6.februar 2013

http://www.skuespillerforbund.no/php/index.php?module=article&view=1073 Hentet 17.07.12

http://www.ssb.no/nr_en/input-output.html

Annet

Kulturnytt, NRK P2, 5. august 2004

SSB/visitBergen.com: Overnattingsstatistikk (månedlig), bearbeidet av Statistikknett og publisert av visitBergen.com

SSB, fylkesfordelt nasjonalregnskap, 2010

ideas2evidence
Villaveien 5
5007 Bergen
Tlf: 91817197
post@ideas2evidence.com
www.ideas2evidence.com