

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

2020

Brynhildur Sól Eddudóttir
Selma Grønningsæter
Jens Brunstad
Anja Jugo
Elida Sofie Gurandsrud

Forord

Denne rapporten bygger på et praksisbasert prosjektarbeid ved Universitetet i Bergen om kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning for Bergen og Hordaland. Prosjektet er gjennomført av fem masterstudenter i samfunnsøkonomi ved Universitetet i Bergen på oppdrag fra Kultur Vest og Bergen Næringsråd.

Formålet med prosjektet har vært å beskrive kunst- og kultursektorens økonomiske ringvirkninger, i tillegg til å belyse sektorens sammensetning i Bergen og Hordaland.

Prosjektet bygger på et datamateriale hentet ut fra offentlige registre og data hentet inn spesielt for dette prosjektet. Vi ønsker å takke alle som har bidratt med verdifulle svar på undersøkelsene vi har sendt ut.

Videre ønsker vi å takke emneansvarlig for prosjektarbeidet Ingrid Ovidia Moe Telle som har hjulpet oss ved enhver anledning.

I tillegg vil vi takke Atle Marøen ved det Vestnorske Teateret, Sølvi Rolland ved Ole Bull Huset, Olav Munch ved Grieghallen, Erla Katrine Løvseth ved DIGSSCORE, Bergen Live og Ticketmaster mfl.

Til slutt ønsker vi også å takke Kultur Vest representert av Charlotte Spurkeland og Bergen Næringsråd representert av Ole-Reinert Berg-Olsen.

Universitetet i Bergen Bergen, desember 2020

Innholds- fortegnelse

Kapittel 1	Bakgrunn og oppsummering	09
Kapittel 2	Kulturfylket Hordaland	17
Kapittel 3	Publikummets forbruk	33
Kapittel 4	Økonomiske ringvirkninger	53
Kapittel 5	Kulturens fotavtrykk	67
Kapittel 6	Teoretisk grunnlag	79
Appendiks I		87
Appendiks II	Litteraturliste	92

Kapittel 1

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

Bakgrunn og oppsummering

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

Bakgrunn og oppsummering

Hensikten med denne rapporten er å få en oversikt over den totale økonomiske- og samfunnsmessige betydningen av kultursektoren i Bergen og Hordaland (nå del av Vestland) for 2019. Oppdraget er gitt av Bergen næringsråd og Kultur Vest som ønsket en oppdatert versjon av Kultur, Kroner, Kreativitet rapporten fra Ideas2evidence (Dahle, Ryssevik, Høgestøl & Nusgrave, 2013) hovedsaklig for å få fornye estimatet av ringvirkningseffekten til kulturnæringen.

De fleste av oss vil kunne enes om at kunst og kultur spiller en rolle i livene våre, men hvilken er det forskjellig oppfatning om. Det er også slik at mange mener at det meningsløs å estimere en kroneverdi på kunst og kultur, men det er heller ikke det vi ønsker å utrette med denne rapporten. Denne rapportens oppgave er å finne hvilken verdi kunsten har for samfunnet rundt og vi vil derfor ikke diskutere kunstens egenverdi. Ingen estimater må derfor tolkes som verdien av kunstverkene, men heller verdien sektoren har for andre næringer og samfunnet rundt. Kultursektoren innefatter nemlig mange foretak som skaper arbeidsplasser, skatteinntekter og positive eksterne virkninger i andre sektorer. Vi ønsker også å diskutere at kunst- og kultursektoren kan ha andre verdier for samfunnet enn ringvirkningseffektene, men ettersom disse ikke lett kan tallfestetes så vil dette fremgå som en diskusjon i et av de siste kapitlene.

Vårt estimat tyder på at kultursektoren i Hordaland skapte 3.1 milliarder kr i ringvirkningseffekter. Dette tilsvarer at kultursektorens ringvirkninger står for 1.2% av den totale verdiskapningen i Hordaland. Her står Bergen for den største delen av verdiskapningen med 2.6 milliarder kr. Sektoren består også av 4510 ansatte som var 1.7 % av den totale sysselsettingen i Hordaland. Kultursektoren spiller en viktig rolle i økonomien til fylkes kommunen, særlig for en mange næringene som nyter godt av kultursektorens aktivitet.

1.1 Avgrensning

For å kunne forstå hva vi kartlegger er vi nødt til å forstå hva vi i denne rapporten mener når vi snakker om kultursektoren. Det finnes en rekke internasjonale og nasjonale utredninger på hvordan vi skal forstå skillet mellom den kreative næringen og andre næringer. Skillet vi kommer til å operere med bygger på en utredning gjort av Center of Creative Industries BI som ønsket å kartlegge omfanget av den kreative næringen (Gran, Torp & Theie, 2015). I sin kartlegging bygger inndelingen på følgende definisjon (Gran og Espelien) «Kulturnæringer er næringer som fremstiller mer eller mindre kommersialiserte kulturelle uttrykk som primært kommuniserer gjennom estetiske virkemidler som symboler, tegn, bilder, farger, bevegelser, former, lyder og fortellinger». På tross av at denne definisjonen dekker mye av det de kreative næringene omfatter så er det viktig å konkretisere denne beskrivelsen enda mer.

Dette gjør Gran, Torp & Theie ved å se på hvordan vi kan fordele den kreative næringen inn i næring, bransje og sektor. Gran, Torp & Theie mener at overordnet så ville all virksomhet som er omfattet av definisjonen over tilhøre den kreative næringen som er en del av tertiærnæringen. Den kreative næringen består av to sektorer og mange bransjer, sektorene er kultursektoren (som vi ønsker å se på) og mediebransjen. Kultursektoren omfatter følgende bransjer: bøker, musikk, film, utøvende kunst, kunst musser og dataspill. Alle selskaper registreres i Brønnøysundregisteret med en kode som beskriver selskapets hovedoppgave.

Disse kodene kaller vi NACE-koder og en fulloversikt over hvilke koder som denne rapporten er bygget på finnes i appendiks II. Vår avgrensning inkluderer:

- Utøvende kunst: teater, opera, dans, revy, osv. hvor aktivitet har til hensikt å underholde et publikum.
- Musikk: alle former for musikk enten om dette formidles til et publikum eller selges gjennom andre formidlingskanaler.
- Kunst: alle former for billedkunst hvor publikum kan komme å se billedkunsten, gjennom gallerier, utstillinger eller lignende.
- Film: alle former for film som publikum ser gjennom kino, tv, streaming eller lignende.
- Bøker: forfattervirksomhet som hovedsakelig formidles via skriftlige medier.
- Dataspill: alle former for salg av digitale spill.
- Kulturarv.

I mange av disse bransjene vil ikke kulturformidleren kunne selvstendig kontakte publikum og vi ser det derfor hensiktsmessig å inkludere aktører som direkte tilrettelegger for kulturformidling. Dette kan være gjennom scener, arenaer eller andre støttefunksjoner som er nødvendig for formidleren skal vedkommende ha mulighet til å kommunisere ut sitt budskap. Rapporten tar høyde for tilretteleggelsen ettersom at essensielle støttefunksjoner er inkludert i sektorens egne NACE-koder.

1.2 Datakilder

Informasjonsgrunnlaget til rapporten er bygget på hovedsakelig følgende datakilder:

1. En publikumsundersøkelse sendt ut av Ticketmaster på vegne av Bergens Næringsråd og Kultur Vest. Undersøkelsen hadde som hensikt å kartlegge publikummets forbruk i forbindelse med kulturarrangementet, men det ble også stilt spørsmål om mottakers oppfatning av kulturtilbud og hvordan koronapandemien har påvirket kulturlivet for dem. Spørsmålene ble sendt til alle som kjøpte billetter ved en av lokalene som bruker Ticketmaster og har sagt seg villig til å motta slikt innhold fra Ticketmaster
2. Regnskapstall fra enhetsregisteret hentet gjennom Proff Forvalt, samt supplerende data fra SSB og publikumstall hentet direkte fra mange av Hordalands viktigste kulturaktører.
3. En undersøkelse sendt til 929 bedrifter om supplerende regnskapstall, med supplerende spørsmål om hvordan korona situasjonen har påvirket deres bedrift hvor vi fikk 313 svar.

Se appendiks I for en utdypning av disse tre kildene.

1.3 Oppbygging av rapporten

Rapporten er delt inn i 6 kapitler. Kapittel 2 gir en beskrivelse av kultursektoren i Hordaland, noen nøkkeltall, omfang og hvordan den er organisert. Kapittel 3 ser på hvor mange publikummere som deltar på kulturarrangementer og forbruket til de kulturreisene. I kapittel 4 regnes ringvirkningene til kultursektoren ut. Kapittel 5 handler om ikke-tallfestbare nyttegevinster med kultur, og kapittel 6 går i dybden på metodene som ligger til grunn for denne rapporten.

1.4 Hovedfunn

- Kultursektoren i Hordaland er økonomisk konsentrert med et fåtall aktører som står for store deler av omsetningen og sysselsettingen i sektoren.
- Kultursektoren er også geografisk sentralisert da Bergen har nesten 70% av alle foretakene i kultursektoren i Hordaland. De ti største foretakene målt i driftsinntekter og de ti største foretakene målt i antall ansatte er alle i Bergen.
- Koronapandemien har hatt en stor påvirkning på kultursektoren i 2020. I spørreundersøkelsen oppga 87% av respondentene at deres omsetning ble påvirket negativt som en direkte konsekvens av korona.
- Kulturtilreisende til Hordaland legger igjen 460 millioner kroner, av de utgjør kulturtilreisende til Bergen den største del av dette beløpet med 361 millioner kroner.
- Kulturtilreisende til Hordaland bruker 110 millioner kroner på overnatting. Hvis vi tar et gjennomsnitt av 1000 kroner natten per hotellrom så tilsvarer det ca. 110 315 overnattingsdøgn i Hordaland.
- Kultursektoren i Hordaland skaper etter våre beregninger ringvirkninger til omtrent 3.1 milliarder kroner i 2019. Kultursektoren i Hordaland spiller derfor en sentral rolle for mange andre bedrifters omsetning.
- Ringvirkningene tilsvarer omkring 1.2 % av den totale verdiskapningen totale verdiskapningen som skjedde i Hordaland i 2019
- Bergen kommune er rangert som nummer 10 på Telemarksforsknings kulturindeks, som innebærer at kommunen har et godt kulturtilbud.
- 81 % av respondentene på vår spørreundersøkelse rangerte kulturtilbudet som syv eller bedre på en skala fra en til ti. Det synes rimelig å anta ut ifra vår spørreundersøkelse at kulturtilbudet i Bergen er godt, selv om kommunen ikke er på førsteplass på Telemarksforsknings kulturindeks.
- Kultur kan ha en påvirkning på samfunnet utover det økonomiske, for eksempel på tilflytting og utdanning. Flere norske kommuner forsøker å bruke kultur som et middel for å tiltrekke seg tilflyttere.
- Årsakssammenhengen mellom for eksempel kultur og tilflytting er derimot vanskelig å bevise.

Kapittel 2

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

Kulturfylket Hordaland

Kulturfylket Hordaland

2.1 Kulturfylket Hordaland

Bergen og resten av Hordaland har mange varierte kulturtilbud. Fra live-stream konsert med Kygo under koronapandemien til litteraturhuset i Odda og Fargespill i Bergen og på Askøy. Det finnes altså flere varierte kulturtilbud i Hordaland som sammen gjør det til et kulturfylke. Det er totalt 7212 foretak i kultursektoren i Hordaland. Kultursektoren har 4510 ansatte som jobber med alt fra musikk, kunst, teater og dataspill. Kultursektoren i Bergen og Hordaland er den største kultursektoren utenfor Oslo-sektoren.

I dette kapitlet skal vi se nærmere på sektorens påvirkning i Hordaland når det kommer til arbeidsplasser og omsetning, samt hvordan økonomien deres påvirkes av privat og offentlig støtte. Vi skal også se nærmere på hvordan Bergen utmerker seg som Hordalands største kulturby da Bergen står for nesten 70 prosent av foretakene i kultursektoren i Hordaland med 5028 foretak.

Driftsinntekter er inntekten en bedrift får ved ordinær drift. Driftsinntektene til aktørene i sektoren varierer helt fra null til 454,8 millioner. Driftsresultat som vi ofte kaller overskuddet før skatt er inntekter til bedriften minus kostnader til bedriften. Samlet driftsresultat i sektoren er 217,1 millioner kr. Årsresultat er driftsresultatet minus renter og utgifter. Årsresultatet i kultursektoren er på 162,8 millioner. Alle tall i delkapittel 2.2 og 2.3 baserer seg på regnskapstall hentet fra Proff Forvalt. Disse tallene er underestimerte da vi ikke har inkludert estimer for enkeltmannsforetak som ikke har levert årsregnskap i 2019 på grunn av mangel på data.

2.1.1 Musikk

En mengde dyktige musikere stammer fra Hordaland. Fra Edvard Grieg og Ole Bull til Sondre Lerche og Kurt Nilsen. Med flere konsertarenaer som Koengen, Grieghallen og Verftet tilrettelegger Bergen for et godt musikktilbud i byen. Disse konsertarenaene tiltrekker også artister fra andre byer og land som bidrar til å utvide musikktilbudet i Bergen ytterligere. Alt fra artister som Kjartan Lauritzen og Karpe til Rihanna og Bon Jovi har benyttet seg av konsertarenaene i Bergen. Bergen Nasjonale Opera og Bergen Filharmoniske orkester er også store aktører innenfor musikk. Det er også et voksende rapmiljø i Bergen med fremtredende artister som Lars Vaular, Kamelen og Dårlig vane. Den største artisten fra Bergen i 2019 er Kygo med inntekter på 88,2 millioner, et overskudd på 62,6 millioner og et årsresultat på 19,2 millioner i 2019. Det er også flere fremtredende artister utenfor Bergen som for eksempel Aurora Aksnes fra Bjørnafjorden som har blitt en stor internasjonal artist.

Det varierte musikktilbudet og konsertarenaene bidrar til at store mengder kommer til Bergen for å få med seg konserter. En tilrettelagt musikkindustri kan også bidra til videre utvikling av nye artister som kan utvikle musikktilbudet i Bergen og Hordaland.

2.1.2 Festival

Det arrangeres flere festivaler i Hordaland hvert år. I Bergen er det blant annet Nattjazz på Verftet, Bergenfest på Koengen og Festspillene som arrangeres over hele byen. Det er også stor variasjon mellom hvilken type festivaler som arrangeres. Alt fra BIFF – Bergen Internasjonale Filmfestival som viser filmer fra flere ulike land til Bergen Ølfestival som er Norges største ølfestival. Festivaltilbudet i Bergen kan derfor trekke til seg et bredt mangfold av mennesker. Det arrangeres også flere festivaler utenfor Bergen som for eksempel Bygdalarm i Hardanger, poesifestival i Ulvik og Vossajazz på Voss samt Ekstremsportveko som også er på Voss.

2.2 Økonomi

Enkeltmannsforetak utgjør en stor del av kultursektoren i Hordaland. Med 5224 foretak står de for 74,92% av foretakene i Hordaland. Eksempler på enkeltmannsforetak i Hordaland er musikere, kunstnere og grafiske designere.

Kultursektoren består også av store aktører med flere ansatte og høy omsetning. Det er derimot færre slike aktører enn det er enkeltmannsforetak. Aksjeselskapene utgjør kun 6,3% av foretakene i kultursektoren i Hordaland.

Tabell 2.1

Selskapsform	Andel
Enkeltmannsforetak	74,96%
Aksjeselskap	6,30%
Stiftelse	1,19%

Tabell 2.1. Andel foretak fordelt på selskapsform

Som en kan se på tabell 2.1 så står enkeltmannsforetakene for størst andel av kultursektoren i Hordaland. Dette kan forklares ved blant annet at det er færre etableringshindringer for å stifte et enkeltmannsforetak. For eksempel er det, i motsetning til aksjeselskap, ikke krav om startkapital for å stifte et enkeltmannsforetak. Det krever heller ikke ansettelsesprosesser da de fleste enkeltmannsforetak ikke har andre ansatte. Enkeltmannsforetak er ikke regnskapspliktige som gjør at driften av foretaket blir forenklet. Selv om enkeltmannsforetak står for størst antall foretak så er det ikke alle enkeltmannsforetak som er aktive. Et enkeltmannsforetak kan for eksempel være et foretak som en person stifter ved siden av en annen jobb. For eksempel kan en musiker ansatt i et orkester også spille konserter utenom jobb og en ansatt i kommunen kan drive med kunst på fritiden. Disse foretakene kan dermed ha ulik grad av aktivitet. Mange av disse enkeltmannsforetakene kan derfor forklares med at det er mange frilansarbeidere i kultursektoren.

Tabell 2.2

Driftsinntekter	3 064 639 000
Antall ansatte	4510
Driftsresultat	217 053 000
Årsresultat	162 827 000
Lønnskostnad	1 009 474 000
Antall foretak	7212

Tabell 2.2. Nøkkeltall for hele sektoren i 2019 (kr)

De totale driftsinntektene i 2019 var 3 064 639 000 kr med et driftsresultat på 217 053 000 kr og årsresultat på 162 827 000 kr i kultursektoren i Hordaland i 2019. Disse resultatene er relativt lave i forhold til en del andre sektorer, og det kan skyldes at det er mange offentlige foretak i kultursektoren som ikke genererer høye overskudd samt enkeltmannsforetak som ikke har høye overskudd. Kultursektoren i Hordaland har likevel skapt mange arbeidsplasser med 4510 ansatte. Lønnskostnadene på 1 009 474 000 viser at til tross for lave driftsresultater så har kultursektoren høy verdiskapning. Disse tallene er igjen underestimerte grunnet mangel på data for enkeltmannsforetak som ikke var regnskapspliktige i 2019.

Tabell 2.3

Bedrift	Selskapsform	Antall ansatte
Bergen Kulturskole	Offentlig	321
Vigmostad og Bjørke AS	Aksjeselskap	190
Universitetet i Bergen Universitetsmuseet i Bergen	Offentlig	185
AS Den Nationale Scene	Aksjeselskap	161
Bergen Offentlige Bibliotek	Offentlig	142
Stiftelsen Musikkelskapet Harmonien	Stiftelse	126
Stiftelsen Museum Vest	Stiftelse	126
Bergen Vitensenter AS	Aksjeselskap	111
Bergen Kino AS	Aksjeselskap	99
Bergen Kino AS AVD Filmfremvisning	Aksjeselskap	99

Tabell 2.3. Ti største foretak målt i antall ansatte

Kultursektoren har mange foretak, men et fåtall større aktører står for en stor andel av sektoren. Av totalt 4510 ansatte står de ti største foretakene for 35% av arbeidsplassene med 1560 ansatte. Tabellen viser også hvor viktig offentlig finansiering er for å skape arbeidsplasser i kultursektoren da flere av disse foretakene mottar offentlig støtte eller blir drevet av det offentlige.

Tabell 2.4

Foretaksnavn	Selskapsform	Driftsinntekter
Vigmostad og Bjørke AS	Aksjeselskap	454 793 000
Bergen Live AS	Aksjeselskap	194 959 000
Stageway Talent AS	Aksjeselskap	190 526 000
AS Den Nationale Scene	Aksjeselskap	184 966 000
Stiftelsen Musikkelskapet Harmonien	Stiftelse	175 766 000
Bergen Kino AS	Aksjeselskap	138 468 000
Kode Kunstmuseer og Komponisthjem	Offentlig	132 835 000
Grieghallen AS	Aksjeselskap	93 940 000
KYGO AS	Aksjeselskap	88 175 000
Stiftelsen Museum Vest	Stiftelse	71 264 000

Tabell 2.4: Ti største foretakene i Hordaland målt i driftsinntekter (kr), 2019

Som nevnt var de totale driftsinntektene for kultursektoren i Hordaland 3 064 639 000 kr i 2019. Av dette står de ti største foretakene målt i driftsinntekter for 1 725 692 000 kr, altså 56% av driftsinntektene til kultursektoren i Hordaland. Disse aktørene og et par andre står dermed for det økonomiske grunnlaget i kultursektoren og viser at kultursektoren er økonomisk konsentrert. Her hadde en sammenligning med enkeltmannsforetaks andel av driftsinntektene i kultursektoren vært ønskelig, men på grunn av manglende data er dette ikke mulig.

Kultursektoren og korona: hva trodde bedriftene om omsetningen i 2020?

Den økonomiske situasjonen i kultursektoren ble drastisk endret i 2020 på grunn av koronapandemien. Pandemien har resultert i flere avlysninger av arrangementer på grunn av restriksjoner som ble innført for å hindre smitte. I undersøkelsen vi sendte til ulike bedrifter i kultursektoren kommer det frem at 21% av bedriftene har blitt påvirket av koronapandemien i noen grad, 34% i stor grad og 37% i meget stor grad.

Fig. 2.1

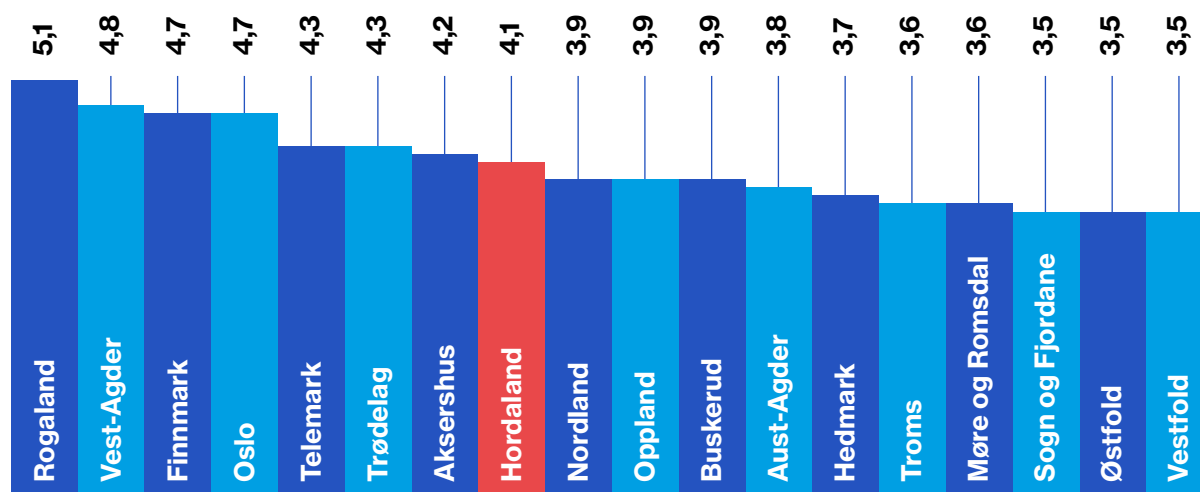
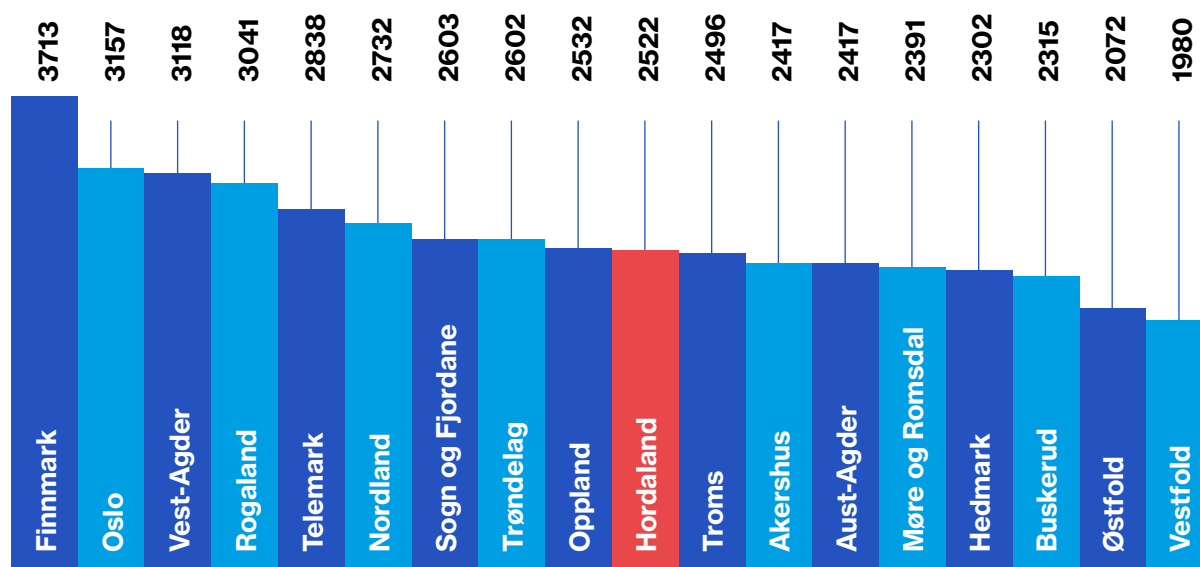


Fig. 2.1. Bedrifter i Hordaland sitt anslag av hvor hardt de har blitt rammet av pandemien.

Av alle respondentene svarte hele 87% at omsetningen deres ble påvirket negativt av pandemien i motsetning til 10% som sa at de ble påvirket verken positivt eller negativt og kun 3% som sa at de ble påvirket positivt. Disse resultatene tyder som forventet på at kultursektoren blir rammet svært negativt av koronapandemien når det kommer til omsetning. Dette tyder videre på at regnskapstallene for 2020 vil bli betraktelig lavere enn for 2019.

Fig. 2.2



2020

Fig. 2.2. Bedrifter Hordaland om hvordan de har blitt påvirket av pandemien.

2.3 Geografi

Som nevnt er kultursektoren i Hordaland økonomisk konsentrert rundt et fåtall store aktører. I tillegg til dette er sektoren geografisk sentralisert. Bergen er den største kulturbyen i Hordaland. Bergen står for nesten 70% av alle foretak i kultursektoren i Hordaland med 5028 foretak.

Tabell 2.6

Kommune	Antall	Andel	Kommune	Antall	Andel	Kommune	Antall	Andel
Alver	256	3,55%	Etne	39	0,45%	Stord	187	2,59%
Askøy	245	3,40%	Fedje	11	0,15%	Sveio	53	0,74%
Austevoll	34	0,47%	Fitjar	25	0,35%	Tysnes	26	0,36%
Austrheim	20	0,28%	Kvam	76	1,05%	Ullensvang	87	1,21%
Bergen	5028	69,72%	Kvinnherad	104	1,44%	Ulvik	19	0,26%
Bjørnafjorden	240	3,33%	Masfjorden	14	0,19%	Vaksdal	54	0,75%
Bømlo	115	1,60%	Osterøy	57	0,79%	Voss	164	2,27%
Eidfjord	11	0,15%	Samnanger	17	0,24%	Øygarden	322	4,47%

Tabell 2.6: Antall og andel foretak fordelt på kommuner

Bergen er den største byen i Hordaland og er overrepresentert i kulturfylket Hordaland. I tabell 2.3 ble de ti største foretakene målt i antall ansatte presentert. Av disse er alle de største foretakene i Bergen. Foretakene i kultursektoren i Bergen har bidratt til 3258 arbeidsplasser i tillegg til at det er 3978 enkeltmannsforetak registrert i Bergen. Tabell 2.4 viste de ti største foretakene i Hordaland målt i driftsinntekter, men alle foretakene er registrert i Bergen. Foretakene i Bergen står for hele 86% av driftsinntektene i Hordaland. Bergen har også høyest andel lønnskostnader med 87% av lønnskostnadene i Hordaland. Bergen bidrar dermed med store deler av verdiskapningen i kultursektoren i Hordaland.

Tabell 2.7

	Bergen	Hordaland	Andel Bergen
Driftsinntekter	2 647 400 000	417 239 000	86,39%
Antall ansatte	3258	1200	73,08%
Driftsresultat	116 783 000	100 270 000	53,80%
Årsresultat	117 805 000	45 022 000	72,35%
Lønnskostnad	875 831 000	133 643 000	86,76%
Antall foretak	5028	2184	67,72%

Tabell 2.7: Nøkkeltall fordelt på Bergen og Hordaland, 2019.

Det at Bergen gjør at kultursektoren blir såpass geografisk sentralisert er at de fleste aksjeselskapene er registrert i Bergen. Hele 73% av aksjeselskapene i Hordaland er registrert i Bergen. Det er også flere veletablerte kulturinstitusjoner i Bergen som for eksempel Den Nationale Scene og Grieghallen.

Tabell 2.8

	Antall Bergen	Andel	Antall resten av Hordaland	Andel
Aksjeselskap	333	73,35%	121	26,65%
Enkeltmannsforetak	3978	73,02%	1500	27,53%
Stiftelse	48	55,81%	38	44,19%

Tabell 2.8. Andel foretak fordelt på selskapsform, Bergen og Hordaland

En vesentlig forskjell mellom Bergen og resten av Hordaland er at Bergen har en mer næringslivsbasert kultursektor. I de mindre kommunene i Hordaland er kulturtilbudene ofte kommunale foretak som for eksempel kulturskoler og folkebibliotek. Ved slike institusjoner vil innbyggerne få et kulturtilbud, men ofte vil de ikke generere høye driftsinntekter som gjør at utviklingen av kulturtilbudene blir redusert.

2.4 Finansiering

Store deler av kunst- og kultursektoren utgjør kulturtilbud som er drevet og finansiert av det offentlige. I tillegg er mange aktører avhengige av offentlige driftsmidler, eller private sponsormidler. Med det offentlige mener vi drifts- og prosjektmidler fra stat, fylkeskommune og kommune. Private sponsormidler kan være fra både bedrifter og privatpersoner.

2.4.1 Offentlig støtte

TTabell 2.8 viser de største virksomhetene i Hordaland målt i antall ansatte. Dette illustrerer viktigheten av det offentlige kulturtilbudet gjennom at det offentlige (kommunen) enten driver eller bidrar med offentlig støtte til foretaket. Uansett hvilken måte det offentlige bidrar på, er det viktig for sysselsettingen i kultursektoren.

Videre er Bergen kommune deleier i både Bergen Vitensenter AS og Bergen Kino AS med betydelige andeler. KODE, Den Nationale Scene og Musikksekskapet Harmonien med flere er i tillegg finansiert over statsbudsjettet, og mottar støtte fra blant annet Kulturdepartementet og Kulturrådet.

Tabell 2.9

Bedrift	Selskapsform	Antall ansatte
Bergen Kulturskole	Offentlig	321
Vigmostad og Bjørke AS	Aksjeselskap	190
Universitetet i Bergen Universitetsmuseet i Bergen	Offentlig	185
AS Den Nationale Scene	Aksjeselskap	161
Bergen Offentlige Bibliotek	Offentlig	142
Stiftelsen Musikksekskapet Harmonien	Stiftelse	126
Stiftelsen Museum Vest	Stiftelse	126
Bergen Vitensenter AS	Aksjeselskap	111
Bergen Kino AS AVD Filmfremvisning	Aksjeselskap	99
Bergen Kino AS	Aksjeselskap	99
KODE Kunstmuseer og Komponisthjem	Stiftelse	99
Stiftelsen Bymuseet i Bergen	Stiftelse	86
Stiftinga Hardanger og Voss Museum	Stiftelse	78

Tabell 2.9 Hordalands største foretak i 2019 målt i antall ansatte - utvidet.

Det er spesielt en gruppe som mottar mye støtte. Dette er store og fremtredende bedrifter som dominerer kultursektoren. De ti foretakene som mottar mest støtte fra det offentlige vises i tabell 2.10. Tredje kolonne viser hvor stor andel den offentlige støtten utgjør av bedriftens driftsinntekter. Det er tydelig at de viktige og tunge aktørene er avhengige av den offentlige støtten for å drive sin virksomhet. Staten er videre deleier både i Den Nationale Scene og Carte Blanche.

Tabell 2.10

Bedrift	Samlet offentlig støtte (kr)	Andel av driftsinntekter
Musikkselskapet Harmonien	143 937 000	81,9 %
Den Nationale Scene	125 000 000	67,7 %
KODE – Kunstmuseer og komponisthjem	92 514 000	69,6 %
Museum Vest	50 965 654	71,5 %
Bymuseet i Bergen	44 632 853	72,6 %
Carte Blanche AS	39 601 170	95,0 %
Hardanger og Voss Museum	34 505 000	62,7 %
Festspillene	34 198 365	49,3 %
Bergen Nasjonale Opera	30 180 000	87,3 %
Hordaland Teater	24 938 000	74,3 %

Tabell 2.10. De største bedriftene i Hordaland målt i støtte fra stat, fylkeskommune og kommune.

I tabell 2.11 kan man se de offentlige tildelingene samlet sett, fordelt på to kategorier. Den offentlige støtten utgjør den største delen av støtten bedriftene mottar, og videre er det den statlige støtten som dominerer. Dette er på grunn av de store aktørene som mottar store summer over statsbudsjettet. Musikkselskapet Harmonien mottar for eksempel 142,6 millioner kr kun fra staten.

Tabell 2.11

	Kommunal/fylkeskommunal støtte (kr)	Andel av driftsinntekter	Statlig støtte (kr)	Andel av driftsinntekter
Større institusjoner	201 023 902	21,0 %	452 429 210	46,0 %
Kulturskoler og bibliotek	498 040 000	67,2 %	243 367 185	32,8 %
Totalt	699 063 902	41,2 %	696 795 395	40,9 %

. Offentlige tildelinger til kunst- og kultursektoren i 2019 fordelt på to virksomhetsgrupper.

Tallene fra kulturskoler og biblioteker er basert på tall fra Statistisk Sentralbyrå (2020c; 2020e) og Nasjonalbiblioteket, mens tallene for de større institusjonene er delvis basert på en spørreundersøkelse. Gruppen vi definerer som "større institusjoner" er definert og forklart i appendiks I.

2.4.2 Private sponsormidler

Kultursektoren i Hordaland mottar også private sponsormidler både fra bedrifter og fra privatpersoner. BKK og Sparebanken Vest kan nevnes som to fremtredende sponsorer. Samarbeidsavtaler er vanlig mellom sponsoren og kulturaktøren. Bergen Vitensenter (ViLVite) og BKK er et eksempel på to bedrifter som har inngått en samarbeidsavtale som er fordelaktig for dem begge. Sponsoren vil dra nytte av dette i form av et godt renommé og gode assosiasjoner, mens kulturvirksomheten mottar midler de har stor bruk for. Begge aktørene er med på å bygge opp under regional utvikling og tjener lokalsamfunnet godt.

Tabell 2.12

	Private sponsormidler (kr)	Andel av driftsinntekter
Større institusjoner	52 854 959	8,7 %

Tabell 2.12. Sponsormidler og annen privat støtte til kunst- og kultursektoren i Hordaland i 2019.

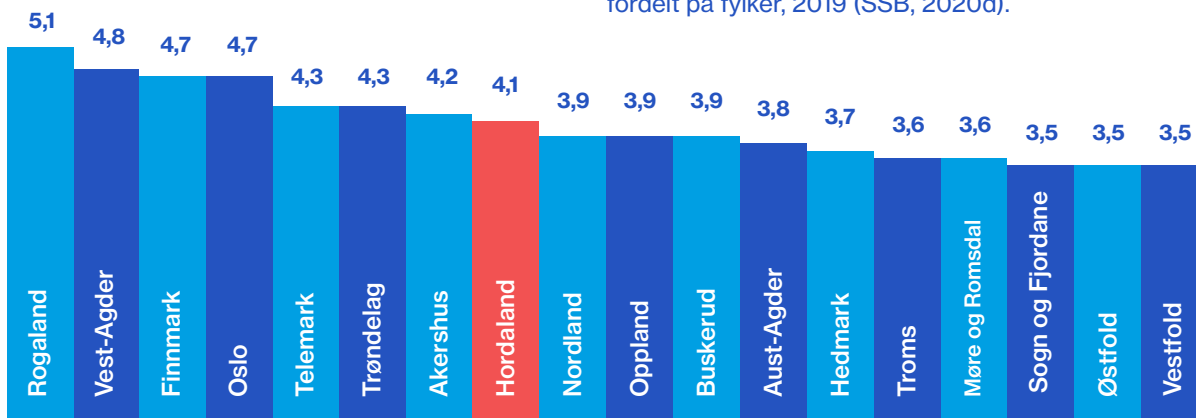
Selv om den offentlige støtten er dominerende for de fleste aktørene i Hordaland for 2019, så utgjør private sponsormidler en betydelig del av driftsinntektene som vi kan se i tabell 2.11. De største institusjonene mottar 52,9 millioner kroner i støtte fra private sponsorer. Dette kan også være fra privatpersoner som ønsker å støtte virksomheten. Når det gjelder samarbeidsavtaler er det tydelig at det er lokale bedrifter som er mest aktive. For å illustrere dette kan vi bruke Bergen Vitensenter som eksempel igjen. I tillegg til BKK har virksomheten sponsorer som Fana Sparebank, BIR og Greig Foundation (Bergen Vitensenter, u.å.)

2.5 Kommunens kulturbudsjett

I 2019 utgjorde det totale budsjettet for kultur i Hordaland 652,9 millioner kroner. Hver kommune i Hordaland brukte i gjennomsnitt 4,1 % av sitt totale budsjett på kultursektoren. Hordaland ligger på landsgjennomsnittet i sin prioritering av kultursektoren, som vi kan se på figur 2.1, og ett prosentpoeng lavere enn Rogaland som bruker hele 5,1 % av sitt totale budsjett på kultur.

Figur 2.1

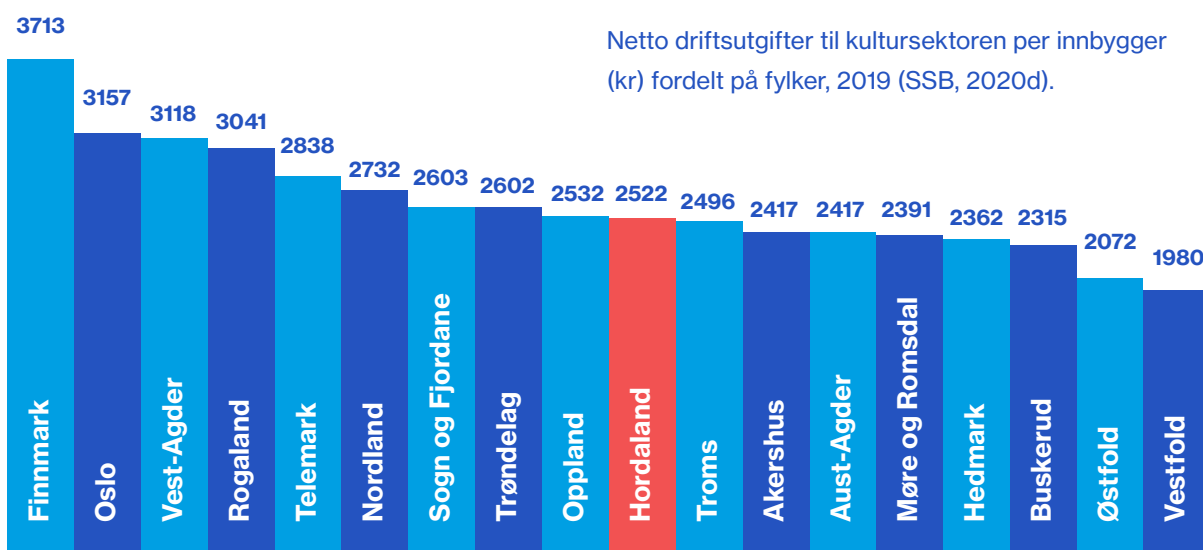
Figur 2.1. Netto driftsutgifter til kultursektoren i prosent av kommunens totale netto driftsutgifter fordelt på fylker, 2019 (SSB, 2020d).



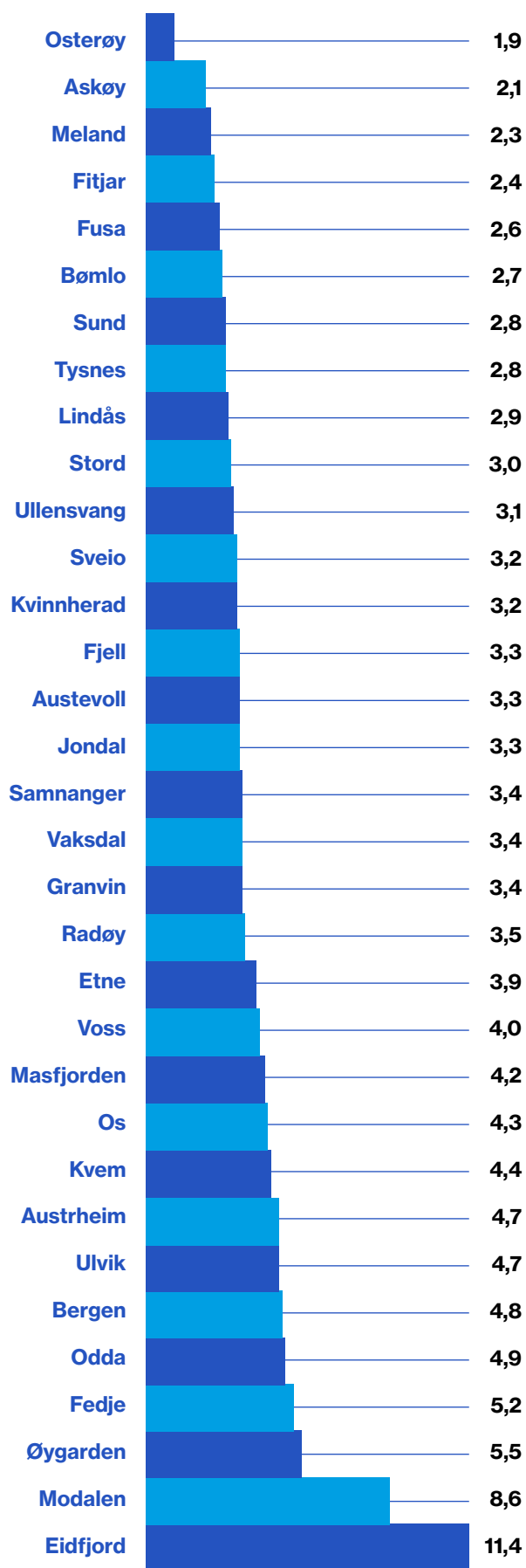
Figur 2.1 sier noe om hvordan kultur blir prioritert i Norges fylker, men det er likevel behov for å se dette i sammenheng med innbyggertallet. Flere innbyggere i kommunene og fylkene vil normalt sett føre til flere midler å bruke på kultur. Figur 2.2 viser hvor mye hvert enkelt fylke bruker på kultur per innbygger oppgitt i antall kroner.

Figur 2.2.

Netto driftsutgifter til kultursektoren per innbygger (kr) fordelt på fylker, 2019 (SSB, 2020d).

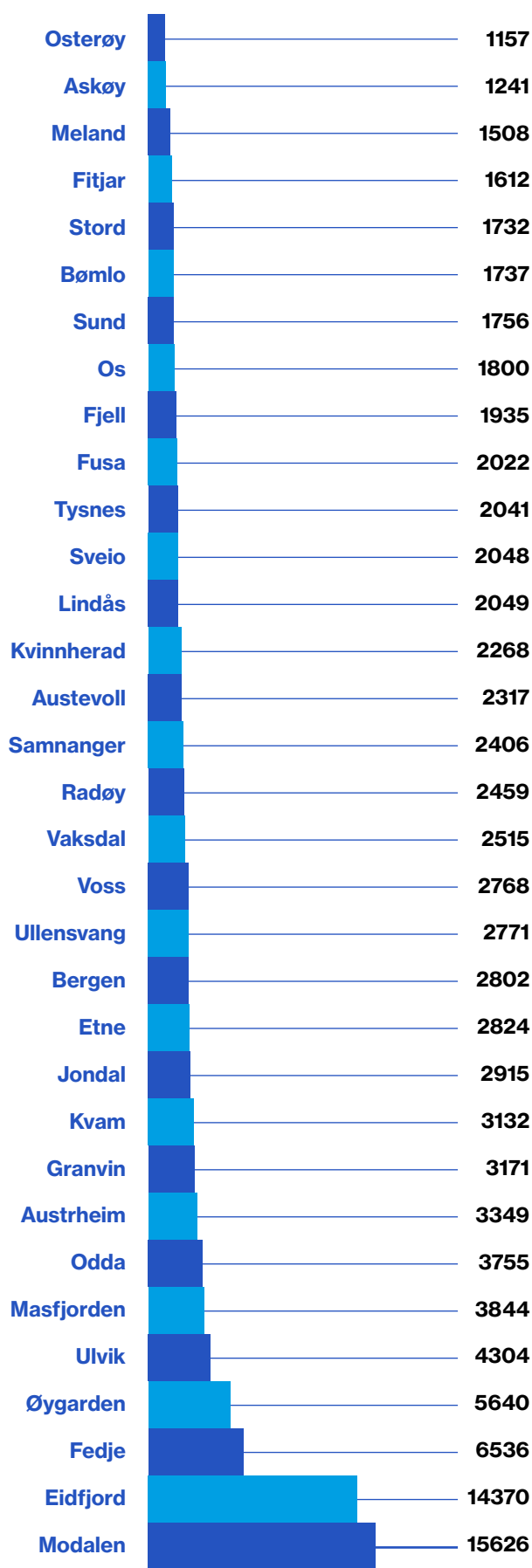


Finnmark skiller seg ut og bruker 1085 kroner mer enn gjennomsnittet på 2628 kroner per innbygger. Hordaland ligger akkurat under landsgjennomsnittet med 2522 kroner per innbygger på kultur. Hordaland fremstår slik som et norsk gjennomsnittsfylke i sitt forbruk på kultur. Likevel kan det skjule seg store forskjeller innad i fylket mellom de forskjellige kommunene.



Figur 2.3

Figur 2.3. Netto driftsutgifter til kultursektoren i prosent av kommunens totale netto driftsutgifter (SSB, 2020d).



Figur 2.4

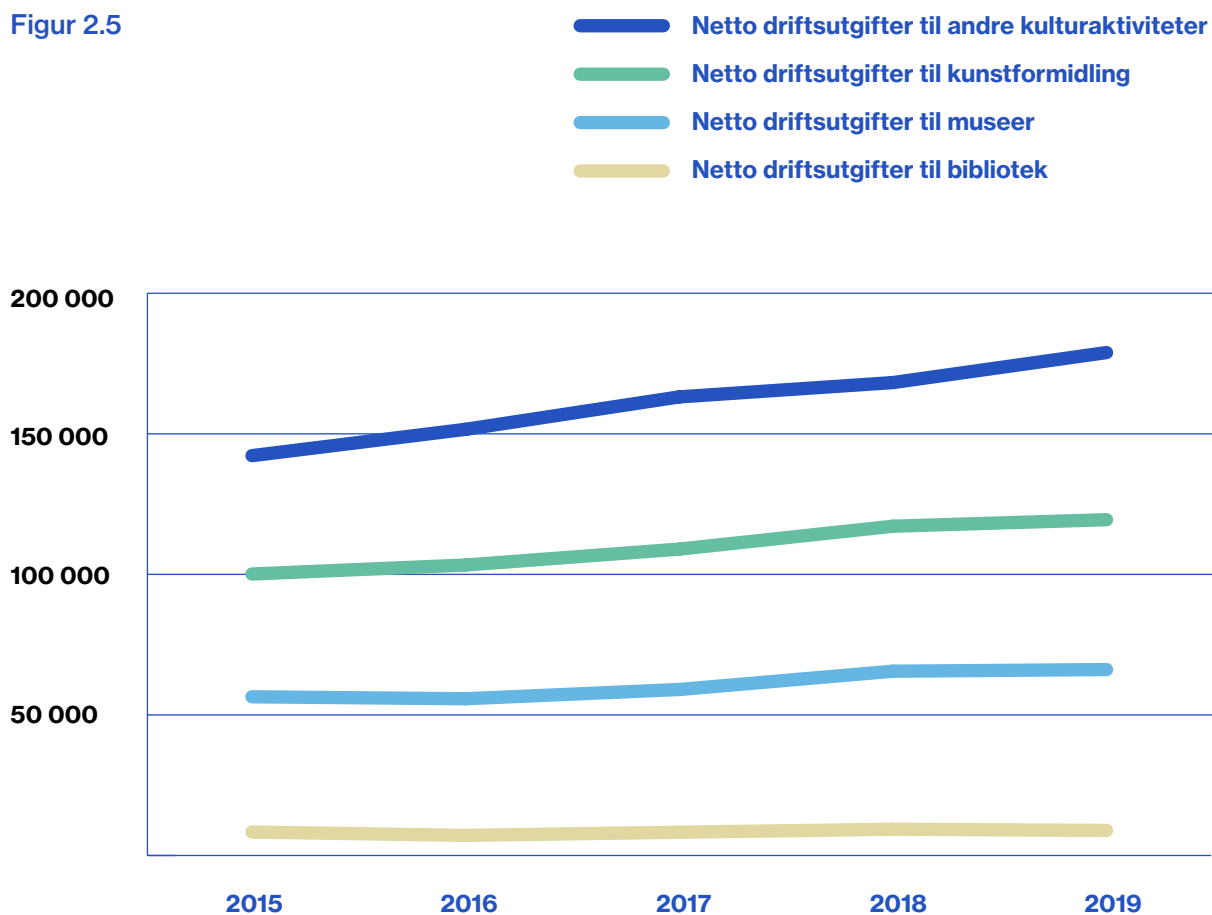
Figur 2.4. Netto driftsutgifter til kultur per innbygger (SSB, 2020d).

Figur 2.3 viser hvor stor del kultur utgjør av kommunenes totale driftsutgifter og figur 2.4 viser hvor mye kommunene bruker på kultur per innbygger. Det er særlig to kommuner som peker seg ut i begge figurene. Eidfjord og Modalen kommune bruker henholdsvis 8,6 og 11,4 prosent av sitt budsjett på kultur, det vil si 12370 og 15626 kroner per innbygger.

Begge kommunene har relativt få innbyggere. Eidfjord har 903 innbyggere og Modalen har 391 innbyggere, som begge er relativt lavt sammenlignet med andre kommuner i Hordaland. De må likevel bruke en andel av sitt budsjett på å drive biblioteker og kulturskoler. De er nødt til å tilby et basistilbud av kultur uansett hvor mange innbyggere som bor i kommunen. Når kommunene har få innbyggere spres basistilbudet av kultur over færre personer, og derfor vil kommuner med få innbyggere sette av en stor andel av sitt på budsjett på kultur (SSB, 2020d).

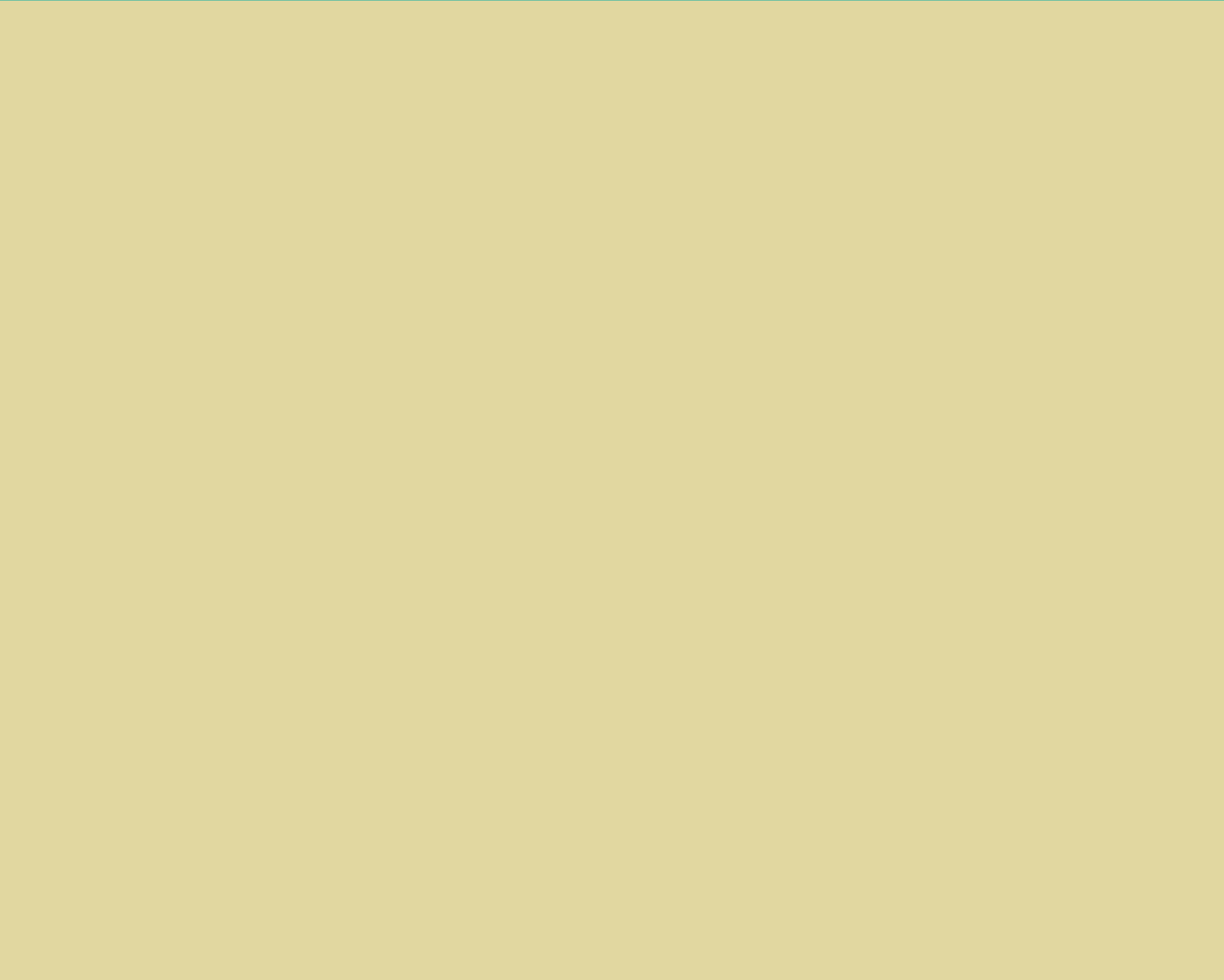
Vi har til nå sett på de totale utgiftene til kultur. Videre kan vi segmentere kultursektoren i forskjellige kategorier og se hvordan driftsutgiftene til hver kategori utvikler seg over tid. I Figur 2.5 viser utviklingen av utgiftene til museer, bibliotek, kunstformidling og andre kulturaktiviteter fra 2015 til 2019.

Figur 2.5



Figur 2.5. Nettodriftsutgifter til forskjellige kulturuttrykk i Hordaland i perioden 2015-2019. Alle kommuner. (1000 kr) (SSB, 2020d).

Å se på tall fra de fem siste årene kan gi oss et lite innblikk i hvordan prioriteringen i de forskjellige kunstuttrykkene har utviklet seg. Likevel er fem år en kort periode for å trekke harde slutninger om prioriteringer i de forskjellige uttrykkene. Ved å se på utgiftspostene i en akkumulert form, og slik se at de har en svak veksttrend de siste fem årene, med unntak av utgiftene til bibliotek, som har hatt en svakere stigning.



Kapittel 3

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

Publikummets forbruk

Publikummets forbruk

Kunst- og kultursektoren har egenskapen til å tiltrekke publikum fra andre fylker og dermed generere etterspørsel ut over egen sektor i form av at publikum etterspør andre tjenester som overnatting, transport, mat og drikke. Denne etterspørselen skapes ved at det tilreisende publikummet har behov for mat og drikke, overnattingsmuligheter og transport under arrangementer.

I dette kapitlet så ser vi nærmere på dette forbruket og hvordan det er fordelt, og ser at tilreisende legger igjen betydelige beløp hos arrangørkommunene. Gjennom data fra en publikumsundersøkelse kan vi se at det tilreisende publikummet la igjen 361 millioner kroner i 2019 i Bergen. Hvorav 97 millioner ble brukt på overnatting og 263 millioner ble brukt på andre varer og tjenester.

Om vi ser på hele Hordaland under ett så har det tilreisende publikummet brukt 460 millioner kroner, hvorav 110 millioner på overnatting og 350 millioner på andre varer og tjenester.

Koronapandemien har rammet kultursektoren hardt i 2020 og vår publikumsundersøkelse viser at det vil det fortsatt være en svekkelse i publikumstall selv etter at en vaksine har blitt distribuert.

3.1 Prinsipper for beregning av publikums ekstraforbruk (koblingsvirkninger)

I litteraturen kalles ofte det publikumsskapt forbruket for koblingsvirkninger. Et viktig prinsipp ved utregning av koblingsvirkninger er mellom etterspørsel som genereres av lokalbefolkningen og den etterspørselen som genereres av tilreisende. Kun etterspørselen som genereres av tilreisende publikum kan legges til grunn for videre ringvirkninger da penger som blir brukt av lokalbefolkning kan argumenteres for å være penger som ville blitt brukt lokalt uavhengig av kulturarrangementer (Dahle et al. 2013).

Det er også vanlig å kun se på forbruket fra tilreisende som har kommet til regionen for å delta på kulturarrangementer. Forbruket fra tilreisende publikum som befinner seg i regionen, men ikke er der for å delta på kulturarrangementer, tas ikke med i rapporten da det ikke er kulturtilbudet som genererer de tilreisende sitt ekstraforbruk. Som følge av dette kaller vi personer som reiser inn til regionen for å benytte seg av kulturtilbudet for "kulturtilreisende" i denne rapporten.

I definisjonen av tilreisende bruker vi kommuner som grunnlag for geografisk tilhørighet når vi beregner forbruket ved kulturarrangementer. Dette vil si at publikum fra selve kommunen som arrangementslokalene tilhører ikke vil bli regnet med i beregningen om forbruket fra publikum. Siden de samlede beregningene gjelder for Hordaland vil kun tilreisende fra andre fylker og fra utlandet telle med i forbruket fra kulturtilreisende når vi ser på den totale effekten. Dette gjør at potensielle ringvirkninger i hele Hordaland dermed blir mindre enn for enkeltkommuner da jo større geografisk enhet vi ser på, jo mindre vil de potensielle ringvirkningene være.

Forbruk fra kulturtilreisende som fortrenger forbruket fra andre skal strengt tatt ikke tas med i beregningene. Dette er svært vanskelig å estimere siden det er vanskelig å si noe om hvor stor del av etterspørselen fra kulturtilreisende som fortrenger etterspørsel fra andre forbrukere (Dahle et al. 2013). I visse måneder hvor det foregår store kulturarrangementer samtidig som det er fellesferie, kan det tenkes at kulturtilreisende fortrenger andre mulige gjester fra hotellene. I våre beregninger har vi imidlertid gjort forutsetningen om at forbruket fra kulturtilreisende ikke fortrenger forbruket fra andre forbrukere.

Beregningene av publikummets forbruk bygger på en spørreundersøkelse gjort i løpet av september og oktober 2020. Undersøkelsen ble sendt ut gjennom Ticketmasters epostliste over personer som har kjøpt billett til ett eller flere kulturarrangementer i Hordaland i 2019. 2048 personer svarte på undersøkelsen av de 53 908 som mottok undersøkelsen. I undersøkelsen spurte vi om forbruket til personer som har deltatt på kulturarrangementer i 2019. Mottakerne av spørreundersøkelsen ga oss sine estimater om hvor mye penger de i snitt brukte hver dag på overnatting og på annet forbruk, utenom billetten, under arrangementet. Om respondenten hadde deltatt på flere arrangementer i Hordaland i 2019 ble vedkommende bedt om å ta et gjennomsnitt av forbruket sitt for hvert arrangement. Om respondenten svarte at forbruket gjaldt flere forbrukere, ble forbruket delt likt mellom hver forbruker. Vi opererte dermed med kun to utgiftskategorier: overnatting og andre utgifter. Dette er for å gjøre det lettere for personer å gi estimater over forbruket de hadde under ulike arrangementer. Siden vi har spurt om deltagelse på kulturarrangementer over en ett-års periode, har vi bedt respondentene svare på hvor mange dager i gjennomsnitt de overnattet på et hotell og lignende per arrangement for å ta høyde for de som besøker flere arrangementer per år.

For å skille kulturtilreisende fra andre tilreisende ble respondentene under undersøkelsen spurt om hva som var den primære årsaken til at de befant seg i kommunen under arrangementet. Mottakerne av spørreundersøkelsen ble også stilt andre spørsmål angående kultur og koronapandemien som vil bli tatt opp senere i kapitlet.

Gjennom svarene vi fikk på spørreundersøkelsen har vi estimert det totale forbrukstallet for hele kultursektoren i Bergen og for hele Hordaland fra kulturtilreisende. Da disse estimatene bygger på forutsetninger som er påvirket av en betydelig grad av usikkerhet bør de tolkes som tilnærminger heller enn eksakte størrelser. Gjennom undersøkelsen har vi sett på publikumsfordelingen ved noen utvalgte scener og lokaler i Bergen og gjennom dette brukt det estimerte gjennomsnittsforbruket vi fikk fra spørreundersøkelsen til å estimere beløpet som blir lagt igjen av kulturtilreisende. Siden vi har valgt å kun se på kulturtilreisende ser vi vekk fra lokalbefolkningen i områdene vi kartlegger. Dette vil vises som at de har 0 i forbruk, selv om dette ikke stemmer. Dette er fordi vi mangler grunnlag i undersøkelsen for å si noe om gjennomsnittsforbruket til publikum fra arrangørkommunen og kan dermed ikke ta noen avgjørelse om hvor mye det totale forbruket er når man ser på både tilreisende og lokalbefolkningen.

3.1.1 Grieghallen

I 2019 kunne Grieghallen i Bergen vise til 381 506 billetter solgt fordelt på 431 arrangementer. I denne rapporten ser vi kun på billetter solgt gjennom kulturarrangementer og ser dermed vekk fra alle billetter som er solgt til konferanser, messer, møter, banketter, og utstillinger da vi ikke tolker disse som kulturarrangementer. Vi sitter dermed igjen med at Grieghallen solgte 275 908 billetter fordelt på 299 kulturarrangementer i 2019. Grieghallen er kjent for å huse organisasjoner som Bergen Filharmoniske Orkester og Bergen Nasjonale Opera som begge benytter Grieghallen som hjemmearena for sine faste konserter. Grieghallen brukes også som konserthall til andre kulturarrangementer som balletter, konserter, revyer, komedieshow og annet som foregår gjennom året (Grieghallen. 2020).

Vår undersøkelse kan vise at selv om bergensere dominerer som publikum på disse kulturarrangementene kan Grieghallen skilte som en populær konserthall for tilreisende publikum utenfor kommunen. Litt under 30% av alle billettene er solgt til publikum utenfor Bergen. Det internasjonale publikummet utgjorde i 2019 0.1% av alle billettene solgt av Grieghallen, mens 3.2% var tilreisende fra andre fylker utenom Hordaland. Tabell 3.1 viser den geografiske fordelingen av publikumsmassen.

Tabell 3.1

Publikums bosted	Antall	Andel
Bergen	201 633	73.1 %
Resten av Hordaland	65 252	23.6 %
Andre fylker i Norge	8 746	3.2 %
Utenfor Norge	276	0.1 %
Totalt	275 908	100 %

Tabell 3.1: Publikum fordelt på bostedskategorier. Grieghallen, 2019

Når det kommer til beregningene for forbruket fra publikum så bygger det på 1 034 personer som i spørreundersøkelsen sa at de hadde kjøpt billett til et kulturarrangement i Grieghallen i 2019. Vi vil dermed bruke svarene fra de 1 034 personene til å estimere forbruket i de to utgiftskategoriene vi har.

Når det kommer til forbruket fra kulturtilreisende er det flere bransjer som nyter godt av publikummet som kulturarrangementer tiltrekker. Tilreisende vil ofte kombinere arrangementer med mulig hotellopphold, restaurantbesøk, besøk av ulike utesteder osv. Vi kan tenke oss at noe av forbruket som for eksempel drikke under arrangementet blir kjøpt direkte i baren til Grieghallen, men denne blir driftet av et eksternt firma og vil dermed bli tatt opp i koblingsvirkningene.

Våre beregninger viser at det tilreisende publikumet til Grieghallen legger igjen litt over 92,5 millioner kroner i året i Bergen. Om vi i tillegg fjerner forbruket fra personer som kommer til Bergen av andre årsaker enn kultur så reduseres tallene ytterligere til litt over 86 millioner kroner fordelt på ca. 24,3 millioner til overnatting og ca. 61,6 millioner til andre varer og tjenester utenom billett. Tabell 3.2 gir en oversikt over estimert etterspørsel fra ulike publikumsgrupper.

Tabell 3.2

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Bergenspublikummere	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	19 889 256	54 191 133	74 080 389
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	4 452 478	7 492 681	11 945 159
Sum Kulturtilreisende	24 341 734	61 683 814	86 025 548

Tabell 3.2. Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Grieghallen, 2019.

Det er viktig å understreke at denne undersøkelsen bygger på anslag oppgitt gjennom en spørreundersøkelse og dermed aldri kan bli helt nøyaktig, blant annet fordi beløpene som personer oppgir i undersøkelsen ofte er svært grove anslag over faktisk forbruk, spesielt med tanke på at vi spør om forbruk fra ifjor.

3.1.2 Den Nationale Scene

Den Nationale Scene er en viktig arena for produksjon og formidling av scenekunst. I 2019 kunne teateret vise til 162 493 solgte billetter. Om vi fjerner billetter solgt til ikke-kulturelle arrangementer som konferanser og prisutdelinger sitter vi igjen med at DNS har solgt 134 310 billetter fordelt på 617 forestillinger fordelt på 39 oppsetninger. Et viktig poeng er å påpeke at billetter solgt gjennom turnevirksomheten til DNS, som for eksempel 2019-turneen til forestillingen "Korps", ikke blir tatt med i de endelige utregningene av antall billetter solgt siden vi ikke kan skille mellom billetter solgt til forestillinger gjort i Bergen kommune ut fra billetter solgt totalt for turneen.

Publikummet til DNS består i større grad av bergensere enn Grieghallen. I underkant av 22 % er tilreisende publikum fra andre kommuner og fylker i Norge. Av de 22 % så utgjør i underkant av 20 % tilreisende fra andre kommuner i Hordaland, mens kun 2% av de kommer fra andre fylker utenfor Hordaland.

Tabell 3.3

Publikums bosted	Antall	Andel
Bergen	105 044	78.2 %
Resten av Hordaland	26 687	19.9 %
Andre fylker i Norge	2 579	1.9 %
Total	134 310	100 %

Tabell 3.3: Publikum fordelt på bostedskategorier. Forestillinger ved den Nationale Scene, 2019

Til sammen genererte det tilreisende teaterpublikummet ca. 32 millioner kroner i etterspørsel etter varer og tjenester fra det lokale næringslivet i løpet av 2019. Når en fjerner tilreisende som er i byen av andre formål enn kultur så synker beløpet til i underkant av 30 millioner kroner. 21.3 % av tilreisende overnatter på hotell og legger igjen rundt 5,5 millioner kroner ved byens hoteller, og litt over 24 millioner kroner hos andre virksomheter som for eksempel teaterets bar, som er drevet av et eksternt firma.

Tabell 3.4

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Bergenspublikum	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	4 146 409	22 163 287	26 309 696
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	1 318 993	2 141 834	3 460 827
Sum kulturtilreisende	5 465 402	24 305 121	29 770 523

Tabell 3.4: Estimert ekstrasforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Forestillinger ved den Nationale Scene, 2019.

3.1.3 Ole Bull Scene

Ole Bull Scene er Bergens største private scene for revy, teater, og musikk, og er delt opp i 3 scener (Ole Bull Scene, 2020). I 2019 tiltrakk de omtrent 120 000 besøkende fordelt mellom de ulike scenene og forestillingene, hvorav 28% var tilreisende publikum, mesteparten fra andre kommuner i Hordaland, mens 2% tilhørte andre fylker utenfor Hordaland (se tabell 3.5)

Tabell 3.5

Publikums bosted	Antall	Andel
Bergen	86 280	71.9 %
Resten av Hordaland	31 308	26.1 %
Andre fylker i Norge	2 412	2.0 %
Total	120 000	100 %

Tabell 3.5: Publikum fordelt på bostedskategorier. Ole Bull Scene, 2019

Når det kommer til publikumsforbruket så viser vår undersøkelse at samlet sett generer det kulturtilreisende publikummet til Ole Bulls publikum en samlet etterspørsel på ca. 39,1 millioner og av de så er ca. 11,1 millioner kroner overnattingsutgifter. 38% av tilreisende overnattet på hotell i forbindelse med arrangementene. De resterende 28 millionene er forbruk som blir lagt igjen ved siden av overnatting hos andre virksomheter som restauranter, barer, transportservicer og lignende.

Tabell 3.6

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Bergenspublikum	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	10 639 643	26 000 981	36 640 624
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	494 622	2 003 142	2 497 764
Sum kulturtilreisende	11 134 265	28 004 123	39 138 388

Tabell 3.6: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Forestillinger ved Ole Bull Scene, 2019

3.1.4 Ricks Teater

Ricks Teater en attraktiv revy og konsertscene i Bergen som har huset flere populære forestillinger med et sterkt fokus på humor. Flere store internasjonale komikere har også spilt på Ricks teater som for eksempel Bill Bailey og Gabriel Iglesias (Ricks teater, 2020). I 2019 solgte Ricks ca. 50 000 billetter fordelt mellom teaterets ulike forestillinger. Av disse ble ca. 33% av billettene kjøpt av tilreisende publikum fra utenfor Bergen, der 3% av disse var fra andre fylker enn Hordaland.

Tabell 3.7

Publikums bosted	Antall	Andel
Bergen	33 525	67.1 %
Resten av Hordaland	14 960	30.9 %
Andre fylker i Norge	1 515	3.0 %
Totalt	50 000	100 %

Tabell 3.7: Publikums bosted fordelt på bostedskategorier. Ricks Teater, 2019

Tilreisende utgjør en stor del av Ricks publikum og de generer en etterspørsel på varer og tjenester som samlet utgjør ca. 19,3 millioner kroner. Av disse bruker kulturtilreisende 5,6 millioner kroner på hotell og de resterende 13,7 millioner kroner går til ting som restaurantbesøk, transport, barbesøk og lignende. Av de kulturtilreisende så overnatter 39% av tilreisende på hotell.

Tabell 3.8

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Bergenspublikum	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	5 003 228	12 424 130	17 427 358
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	666 512	1 258 192	1 324 704
Sum kulturtilreisende	5 669 740	13 682 322	19 352 062

Tabell 3.8: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Forestillinger ved Ricks Teater, 2019

3.1.5 Det Vestnorske Teateret

Det Vestnorske teateret, tidligere kjent som Hordaland teater, er kjent for å fremføre alle forestillingene sine enten på nynorsk eller på dialekt. Teateret operer med to bygg, et i Bergen sentrum og et på Stend i Fana som fungerer som prøvescene og verksted for teateret (Det Vestnorske teateret, 2020). Teateret har sin primære hovedscene i Bergen sentrum, men det er også et turnerende teater. I 2019 solgte teateret 43 367 billetter. Etter å ha trukket fra billetter solgt gjennom turneer og billetter solgt fra forestillinger i Nynorskens hus som det Vestnorske teateret driver i Oslo, sitter vi igjen med 23 499 billetter solgt gjennom forestillinger og andre kulturarrangementer i 2019. Det største antallet av billetter blir kjøpt av lokalbefolkningen i Bergen som utgjør hele 78% av alle billetter solgt. Resten av Hordaland står for 19%, mens fylkene utenfor Hordaland står for 2%. Vi får da en publikums fordeling som se ut som i tabell 3.9.

Tabell 3.9

Publikums bosted	Antall	Andel
Bergen	18 400	78.3 %
Resten av Hordaland	4559	19.4 %
Andre fylker i Norge	540	2.3 %
Totalt	23 499	100 %

Tabell 3.9: Publikums bosted fordelt på bostedskategorier. Det Vestnorske teateret, 2019

Kulturtilreisende til det Vestnorske teateret legger igjen et samlet beløp på ca. 5,2 millioner kroner fordelt på 4,2 millioner kroner på varer og tjenester og 945 921 kroner på hotell. Av de kulturtilreisende overnatter 21% på hotell. Forbruket for kulturtilreisende vil dermed se ut som i tabell 3.10.

Tabell 3.10

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Bergenspublikum	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	756 325	3 786 204	4 542 529
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	189 596	448 465	638 061
Sum kulturtilreisende	945 921	4 234 669	5 180 590

Tabell 3.10: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Det Vestnorske teateret, 2019.

3.1.6 USF Verftet

USF Verftet er et populært kultur- og scenehus som arrangerer flere store konserter gjennom året og har huset flere store artister som Aurora, Karpe, og Boy Pablo (USF Verftet, 2020).

Totalt solgte Verftet 156 000 billetter i 2019 fordelt på 900 forestillinger og arrangementer. Av de som kjøpte billett i 2019 var 75 % fra Bergen, mens 18 % var fra Hordaland og 6 % var fra andre fylker utenfor Hordaland. Verftet kan vise til en større andel publikum utenfor Hordaland enn de andre lokalene vi har sett på, noe som kanskje kan forklares av at store artistnavn trekker publikum som er villig til å reise langt for å delta på konserten.

Tabell 3.11

Publikums bosted	Antall	Andel
Bergen	117 718	75.4 %
Resten av Hordaland	28 361	18.2 %
Andre fylker i Norge	9 921	6.4 %
Totalt	156 000	100 %

Tabell 3.11: Publikums bosted fordelt på bostedskategorier. USF Verftet, 2019

Kulturtilreisende til Verftet legger igjen et samlet beløp på 46,7 millioner kroner hvor 31,7 millioner kroner er fra forbruk knyttet til restaurantbesøk, barbesøk, transportservicer osv., mens 14,9 millioner kroner er kostnader knyttet til hotellovernattinger. Fordelingen vil dermed se slik ut.

Tabell 3.12

	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Bergenspublikum	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	9 946 821	23 553 527	33 500 348
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	4 979 549	8 239 291	13 218 840
Sum Kulturtilreisende	14 926 370	31 792 818	46 719 188

Tabell 3.12: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. USF Verftet, 2019

3.1.7 Bergen Live

Bergen Live er Norges største konsertarrangør utenfor Oslo og arrangerer hvert år flere store utekonsertter på Bergenhus Festning. De drifter også festivalen Bergenfest som er firedagers musikkfestival med en total publikumskapasitet på 9000 per dag (Bergen Live 2021).

I 2019 så hadde store navn som Elton John, Foo Fighters, Bob Dylan, Karpe og Phil Collins konserter arrangert av Bergen Live. Bergen Live solgte til sammen 180 078 billetter, av disse så var 100 628 billetter solgt til deres utendørskonsertter på Bergenhus Festning. Vi har valgt å skille ut billettene fra Bergen Live sine innendørskonsertter siden Bergen Live benytter seg av flere av lokalene vi har sett på tidligere til konsertene og vi ikke ønsker noen dobbelttelling av publikumstallene. Sammen med disse publikumstallene så solgt Bergen Live 26 768 billetter til Bergenfest. Siden festivalen varer over flere dager så er det vanskelig å gi et nøyaktig publikumstall siden samme person kan ha kjøpt billett for å delta på festivalen over flere dager. Gjennom undersøkelsen vår så kan vi gjøre en antakelse om at hver person deltok på 2 dager av festivalen, dette er så klart en forenkling, men gir oss et mer korrekt bilde over antall publikum på festivalen totalt. Vi ender da opp med 13 384 som deltok på Bergenfest i 2019.

Av de som kjøpte billett til Bergen Live sine arrangementer så er 60% fra Bergen, 25% fra resten av Hordaland, og 15% fra andre fylker utenfor Hordaland. Bergen Live kan vise til en større andel publikum utenfor Hordaland enn de andre lokalene vi har sett på, noe som kanskje kan forklares av at store artistnavn trekker publikum som er villig til å reise langt for å delta på konsertene.

Tabell 3.13

Publikums bosted	Antall	Andel
Bergen	68 407	60.0%
Resten av Hordaland	28 161	24.7%
Andre fylker i Norge	17 444	15.3%
Totalt	114 012	100%

Tabell 3.13: Publikums bosted fordelt på bostedskategorier. Bergen Live, 2019

Kulturtilreisende til Bergen Live legger igjen et samlet beløp på 54 millioner kroner hvor 37,9 millioner kroner er fra forbruk knyttet til restaurantbesøk, barbesøk, transportservicer osv., mens 16,2 millioner kroner er kostnader knyttet til hotellovernattinger. Fordelingen vil dermed se slik ut.

Tabell 3.14	Overnatting	Andre utgifter	Totalt
Bergenspublikum	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	6 386 939	23 387 670	29 774 609
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	9 774 195	14 487 139	24 261 334
Sum Kulturtilreisende	16 161 134	37 874 809	54 035 943

Tabell 3.14: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner. Bergen Live, 2019

3.1.8 Kino

Bergen har to kinoer som opererte i 2019 og som hadde 913 140 solgte billetter til sammen (SSB, 2020b). I undersøkelsen har vi ikke gjort noen selvstendig publikumsundersøkelse blant kino-publikummet så vi har brukt studien «Kino i sentrum» av Dahle et al. (2012) for å finne ut hva det kulturtilreisende publikummet legger igjen i Bergen. I studiet fant de ut at 10 % av billettsalget var kjøpt av kulturtilreisende og disse var det kun publikum bosatt i Hordaland og ikke utenfor som kjøpte. Studien fant også ut at forbruket utenom billetten til arrangementet lå på omtrent 115 kroner. Dette beløpet har vi valgt å skalere opp med hensyn til inflasjon til omtrent 139 kroner. Vi tar dermed antakelsen om at publikumsforbruket ikke har økt eller sunket noe utenom med hensyn på inflasjon fra 2012. Dette gjør vi fordi vi mangler grunnlag til å trekke noen annen konklusjon. Vi ender dermed opp med at kulturtilreisende legger igjen ca.12,7 millioner kroner i varer og tjenester, utenom penger lagt igjen i kinoene sine egne kiosker.

3.2 Kulturtilreisende sitt samlede forbruk

Vi kan nå se på det samlede forbruket som kulturtilreisende legger igjen i Bergen. Når vi ser på det samlede billettanslaget kan vi gi et estimat over beløpet som legges igjen av kulturtilreisende i Bergen. For å gi et estimat over samlet forbruk som kulturtilreisende legger igjen i Bergen må vi se på det totale billettsalget fra kultursektoren i Hordaland. Dette tallet har vist seg vanskelig å få tak i, men vi kan gi et anslag ved å slå sammen billett-tallene vi fikk fra Grieghallen, Ricks teater, det Vestnorske teateret, USF Verftet, Den Nationale Scene, Ole Bull Scene, Bergen Live, og kinoene, og definere dette som samlet billett salg. Dette gir oss et godt anslag over fordelingen og forbruket til kulturtilreisende. Vi mangler derimot billett salget fra flere av de mindre konsert- og festivalene som Bergen huser, som for eksempel Madam Felle og Hulen. Selv om vi har tatt med scener som blir brukt som en del av disse festivalene vil vi ikke klare å dekke alle. Det vi kan gjøre er å gjøre samme antakelse som den forrige rapporten Kultur, Kroner og Kreativitet (Dahle et al. 2013) gjorde og anta at billettallene vi har funnet dekker 80% av det totale antallet solgte billetter i 2019, det vil si at det kan legges til ca. 175 746. Det er vanskelig å vurdere hvor holdbar denne antagelsen er, men det er rimelig å anta at 175 746 billetter ikke er et for høyt tall.

For å kunne estimere forbruket til disse så bruker vi den totale fordelingen vi fikk gjennom undersøkelsen vår som en god indikator på fordelingen mellom overnatting og annet forbruk.

Siden vi kun bygger på en spørreundersøkelse er det viktig å presisere at dette blir et grovt estimat, men det kan likevel gi oss en idé over beløpet som blir lagt igjen i Bergen av kulturtilreisende.

Tabell 3.15

Estimater basert på spørreundersøkelsen		Kultur-besøkende i tillegg- estimert	Kino	Totalt
Overnatting:				
Bergenspublikum	0	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	56 768 621	13 349 577	0	70 118 198
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	21 875 945	5 145 265	0	27 021 210

Sum kulturtilreisende	78 644 566	18 494 842	0	97 139 408
Annet forbruk:				
Bergens publikum	0	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	165 506 932	39 407 581	12 692 646	217 607 159
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	36 070 744	10 216 688	0	46 287 432
Sum kulturtilreisende	201 577 676	49 624 269	12 692 646	263 894 591
Forbruk totalt:				
Bergenspublikum	0	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	222 275 553	52 757 158	12 692 646	287 725 357
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	57 946 689	15 362 953	0	73 309 642
Sum Kulturtilreisende	280 222 242	68 119 111	12 692 646	361 033 999
Publikum/billetter totalt				
Publikum/billetter totalt	873 729	175 746	913 140	1 962 615
Andel tilreisende	27.78%	21.16%	10%	18.9%
Forbruk per kulturtilreisende	1836	1836	139	1547

Tabell 3.15: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner, estimater for kultursektoren i Bergen, 2019

Til sammen ser vi at kulturtilreisende til Bergen generer 342,5 millioner kroner, og at 18.9 % av publikummet for kultursektoren er tilreisende. Men det er igjen viktig å påpeke at det samlede forbruket vi får for kulturtilreisende er grovt utregnet.

3.3 Publikumsforbruk utenfor Bergen – en samlet oversikt

Grunnet naturen til spørreundersøkelsen vår er det vanskelig å si noe om publikumsforbruket utenfor Bergen. Her har vi igjen vært nødt til å se på den tidligere rapporten Kultur, Kroner og Kreativitet (Dahle et al. 2013) for å danne oss et grunnlag for forbruket og for å beregne det totale antallet kulturtilreisende. For å få en tilnærming til publikumsbesøket for Hordaland så har vi gjort det samme som Dahle et al. 2013 og antatt at publikumsbesøket er proporsjonalt med kunst- og kultursektorens omsetning. Vi har derfor benyttet det estimatet over publikumstallene for Bergen (utenom kinotallene), som vi fant, som et utgangspunkt og antatt at forholdstallet mellom billetter og omsetning er den samme utenfor Bergen som i. Dette gir oss et publikumstall

på 125 172. Dette er mest sannsynligvis et for lavt publikumstall siden vi allerede har punktert at publikumstallene for Bergen som vi fant sannsynligvis er lavere enn de faktiske tallene, noe som dermed påvirker publikumstallene for Hordaland.

Tabell 3.16	Bergen	Resten av Hordaland	Totalt
Overnatting:			
Publikum fra arrangementskommunen	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	70 118 198	8 631 813	78 750 011
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	27 021 210	4 543 481	31 564 691
Sum kulturtilreisende	97 139 408	13 175 294	110 314 702
Annet forbruk:			
Publikum fra arrangementskommunen	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	217 607 159	61 945 843	279 553 002
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	46 287 432	24 691 699	70 979 131
Sum kulturtilreisende	263 894 591	86 637 542	350 532 133
Forbruk totalt:			
Publikum fra arrangementskommunen	0	0	0
Kulturtilreisende fra Hordaland	287 725 357	70 577 656	358 303 013
Kulturtilreisende utenfor Hordaland	73 309 642	29 235 180	102 543 822
Sum Kulturtilreisende	361 033 999	99 812 836	460 846 835
Publikum/billetter totalt	1 962 615	166 896	2 129 511
Andel tilreisende	18.91%	63.67%	22.42%
Forbruk per kulturtilreisende	1547	1010	1120

Tabell 3.16: Estimert ekstraforbruk fra ulike publikumsgrupper målt i norske kroner, estimater for kultursektoren i Hordaland, 2019 0.8373

Vi ser i tabell 3.14 at kulturtilreisende til Hordaland (utenom Bergen) generer 99 millioner fordelt på varer og tjenester utenom billett-kostnader. Forbruket til kulturtilreisende kan splittes mellom 13 millioner på kostnader knyttet til overnatting og 86 millioner fordelt på andre varer og tjenester. Tilreisende utgjør 63.67% av publikummet til kulturarrangementer for arrangementskommunen. Denne fordelingen er hentet fra Kultur, Kroner, og Kreativitet (Dahle et al. 2013) som vi antar fortsatt stemmer. For å finne forbruket for kulturtilreisende til Hordaland så har vi tatt og justert forbruket per kulturtilreisende til Hordaland som de fant i Kultur, Kroner, og Kreativitet (Dahle et al. 2013) med hensyn på inflasjon og gjort antagelsen på at dette forbruket ikke har forandret seg veldig ut over inflasjon fra 2013, de fant at det gjennomsnittlige forbruket per kulturtilreisende var på 840 kroner som vi har justert for inflasjon til 1085 kroner.

Når vi ser på det samlede forbruket med Bergen så genererer kulturtilreisende til Hordaland 460 millioner kroner. Dette er fordelt på 110 millioner kroner brukt på overnatting og 350 millioner kroner brukt på annet forbruk. Selv med en nedgang i kinobesøkende fra det Dahle et al. 2013 fant så ser vi en oppgang i antall billetter solgt. Dahle et al. 2013 fant at det samlet i Hordaland hadde blitt solgt 2 038 744 billetter, mens vi fant 2 129 511. Dette er en økning på 4.45% fra 2013. Bergen som har sett en nedgang i antall kinobesøkende fra 2013 med 19.95% kunne allikevel vise til en svak økning i antall billetter solgt på 0.3%. Hvis vi ser vekk fra antall billetter solgt til kinobesøkende så ser vi en økning på 28.6% fra 2013 i antall billetter solgt til kulturarrangementer i 2019.

3.5 Publikum og koronapandemien

Som vi har vist tidligere i rapporten så legger kulturtilreisende igjen 460 millioner kroner i Hordaland i 2019, men i 2020 er situasjonen helt annerledes. Da koronaviruset ankom Norge, og landet stengte ned i mars 2020, hadde dette en markant effekt på kultursektoren for hele Norge. Siden den gang har Norge valgt å åpne opp igjen samfunnet med visse tiltak fra sommeren 2020, men med varierende smittetall har disse tiltakene variert i hvor stor grad de har påvirket kultursektoren. På kulturarrangementer har det tillatte publikummet variert fra 500 til 50 personer avhengig av hvor høye smittetallene har vært for regionen. Dette har rammet næringen hardt og det har brakt usikkerhet til publikummet rundt smittetiltak og smittefaren på kulturarrangementer.

Undersøkelsen vår viser at selv med forutsetningen om at de kommunale og nasjonale retningslinjene blir overholdt og smittevernet er godt så svarer kun 61 % av respondentene at de ønsket å delta på et kulturarrangement, mens 16% svarte at de ikke var villig og resten svarte at de var usikre. Denne undersøkelsen ble gjort i september og oktober 2020 slik at den tar ikke hensyn til det smittebildet vi ser i november med langt høyere smittetall enn når undersøkelsen var aktiv.

Fig. 3.1

Blant de som ikke ønsket å delta på kulturarrangement selv etter at restriksjonene var fjernet, var den gjennomsnittlige tiden respondentene ønsket å vente med å delta på et kulturarrangement 3½ måned. Vi tolker dette svaret som at selv etter at det ikke lenger finnes noen tilfeller av koronaviruset i Norge, eller selv etter at det finnes en vaksine som kan brukes, vil det fortsatt være en viss prosentandel av publikum som vil velge å vente. Dette tyder på at det vil være en viss publikumssvekkelse i forhold til publikumstallene vi så i 2019. Hvor lenge denne svekkelsen vil vare er vanskelig å si noe nøyaktig om, men mye tyder på at den vil vare i flere måneder før vi kommer opp i de samme publikumstallene for kulturarrangementer som før koronapandemien.

Fig. 3.1

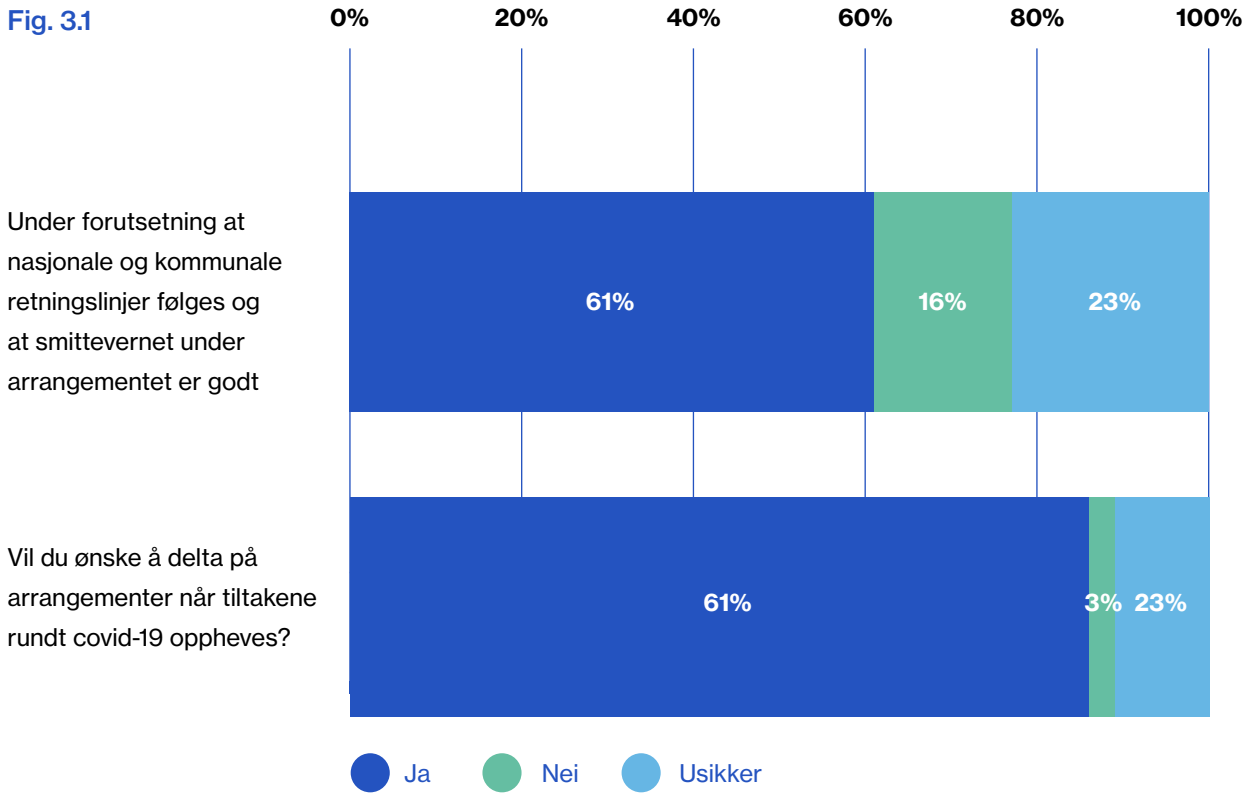


Fig. 3.1 Publikumets villighet til å delta på kulturarrangement under koronapandemien og etter tiltakene som gjelder pandemien oppheves.

Fig. 3.2

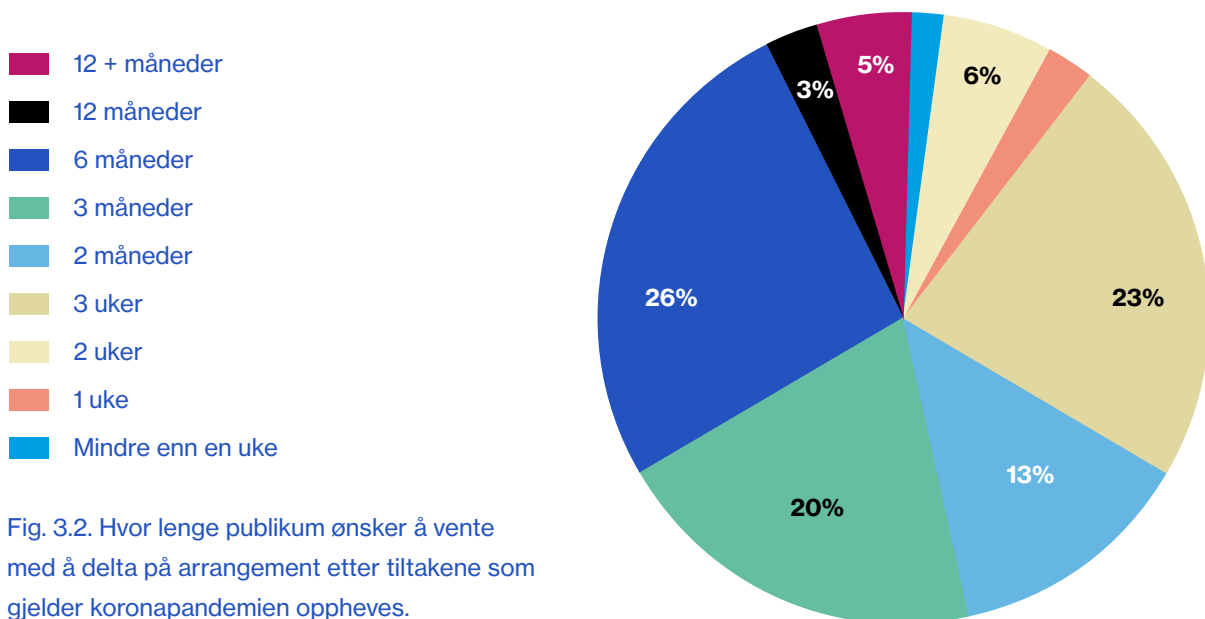
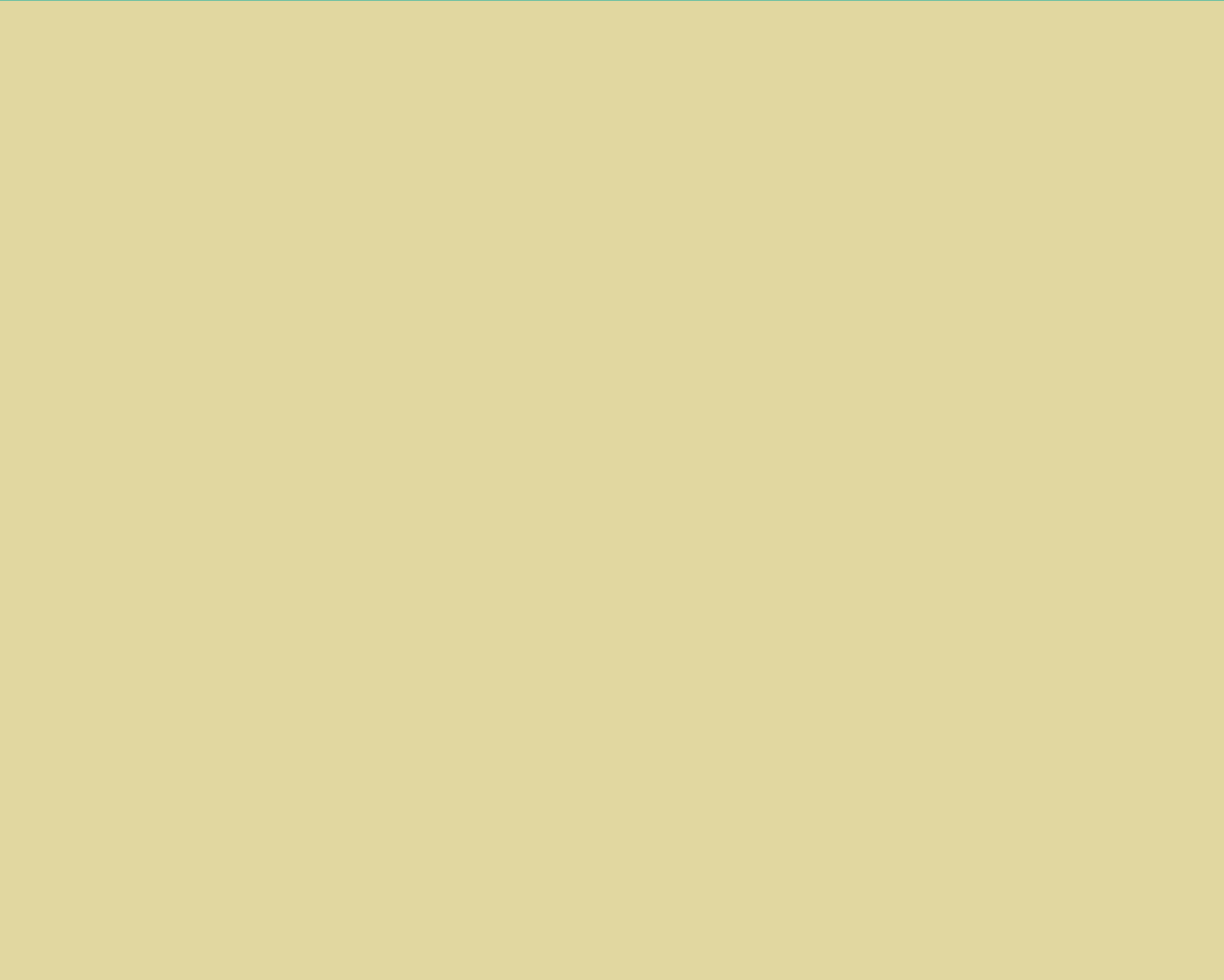


Fig. 3.2. Hvor lenge publikum ønsker å vente med å delta på arrangement etter tiltakene som gjelder koronapandemien oppheves.





Kapittel 4

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

Økonomiske ringvirkninger

Økonomiske ringvirkninger

I dette kapitlet skal vi se på de økonomiske ringvirkningene som blir skapt av kultursektoren. Første del av kapitlet vil ta for seg de økonomiske ringvirkningene knyttet til bedriftene. Her vil vi hovedsakelig se på to virkninger: 1) virkninger knyttet til at bedriftene betaler ut lønn og utbytte til sine respektive arbeidstakere og aksjonærer, og 2) virkninger knyttet til kjøp av varer og tjenester i kultursektoren. Til sammen vil disse virkningene utgjøre verdiskapningen til foretakene i kultursektoren mens den holder egenverdien til kultursektoren utenfor (slik som ønsket). I slutten av kapitlet vil virkningene fra verdiskapningen (lønn, utbytte og skatt) til foretakene og varekostnadene (ekskludert importerte varere og tjenester) settes sammen med ringvirkningene til publikum (koblingsvirkningene) fra kapittel 3 for å gi et overordnet bilde på de totale eksterne økonomiske effektene.

Våre beregninger viser at de samlede økonomiske ringvirkningene av kultursektoren for Hordaland i 2019 var på 3.1 milliarder kroner. Satt i perspektiv så tilsvarer dette ca. 1.2 % av den totale verdiskapningen som skjedde i Hordaland i 2019. Bergen sto for den største delen av disse virkningene med 2.6 milliarder kroner. Det er knyttet stor usikkerhet til slike beregninger, og de må derfor ikke tolkes som et svar med to streker under, men heller et grovt estimat.

Kultursektoren mottar vesentlig mindre offentlig støtte enn de verdiene de skaper for andre aktører. Samlet mottok Hordaland økonomisk støtte til 1.4 milliarder kroner. Støtten tilsvarer altså kun 46 % av ringvirkningene til kultursektoren. Det er også slik at en andel av disse ringvirkningene vil gå tilbake til staten i form av skatt. Staten vil derfor nytte godt av støtten den gir til kultursektoren.

4.1 Beregning av økonomiske ringvirkninger

Utgangspunktet for en ringvirkningsanalyse er at bedrifter betaler skatt, lønn, utbytte eller kjøper varer og tjenester, som gir andre aktører penger som de igjen kan bruke på eget forbruk. Ideen er altså at pengebruk i kultursektoren skaper økt etterspørsel etter andre varer og tjenester fra andre sektorer. I dette kapitlet skal vi forsøke å estimere disse virkningene.

Effektene som beskrives i dette kapitlet kan settes opp i en figur for å lettere se hvordan de henger sammen. Figuren er hentet fra Kultur, Kroner og Kreativitet (Dahle, Ryssevick, Høgestøl & Nusgrave, 2013). Venstre side av figuren beskriver ringvirkningene fra kulturvirksomhetene. Her skaper virksomhetene omsetning som de enten bruker på lønn, utbytte og skatt (bruttoprodukt) eller på kjøp av varer tjenester (kryssløpsvirkninger). Disse pengene går videre til ansatte, eiere eller andre virksomheter, som igjen bruker noen av disse pengene på å kjøpe egne varer og tjenester. Det er dette vi kaller induserte virkninger.

Figur 4.1



Figur 4.1 Skjematisk oversikt over ringvirkninger av kulturvirksomhet. Merk at det figuren kaller direktevirkninger kaller vi bruttoprodukt eller verdiskapning i vår rapport.

På høyre side av figuren er virkningen av publikumsforbruket. Publikum kommer reisende for å delta på et kulturarrangement som medfører at de legger igjen penger andre steder slik som på hotellet de overnatter på, restauranter der de spiser, osv. Disse pengene går naturligvis til hotelle- ne og restaurantene som bruker dem på lønn, utbytte, skatt eller varer og tjenester i sine selskap. De foretakene som får besøk av publikumet som deltar på kulturarrangementet får pengene som de bruker på lønn, utbytte, skatt eller varer og tjenester. Det fører igjen til ytterlige nye virkninger som fortsetter utover i verdikjeden.

En slik beregning av de økonomiske ringvirkningene må ikke ses på som et fasitsvar ettersom at metoden er preget av mange mulige problemer som kan medføre store feil. En mer nøye gjen- nomgang av metoden finnes i kapittel 6. På tross av dette så kan metoden gi oss en kvalifisert gjetning for hvor stor ringvirkningen av kultursektoren er.

4.2 Verdiskapning i sektoren

I denne rapporten legger vi til grunn en multiplikatormodell, som ikke er uvanlig når vi ønsker å es- timere ringvirkninger på et regionalt nivå. Alternativet hadde vært å se på en komplett kryssløps- modell som følger pengene steg for steg utover i verdikjeden, men slike modeller er mer avan- serte og krever et bredt datagrunnlag. Vi ønsker også å vise måtehold i estimatene som vi foretar oss i denne rapporten i et ønske om å ikke overestimere ringvirkningene til kultursektoren.

I beregningene vil vi først og fremst ta utgangspunkt i regnskapsdata hentet fra Proff Forvalt som gir mer eller mindre komplette regnskapsdata for alle regnskapspliktige selskap i Bergen og Hordaland. Til å supplere disse dataene har vi også sendt ut en spørreundersøkelse til et utvalg av ikke-regnskapspliktige selskap og vil hente offentlig rapporterte tall gjennom SSB.

4.2.1 Bruttoprodukt

Fra figuren ovenfor så kan man se at bruttoproduktet kommer fra lønnen til de ansatte, skatt og overskuddet til eieren. Den totale effekten av alle disse virkningene kan finnes igjen i regnskapet ved å se på driftsresultatet og lønnsutgiftene. Ved å se på disse to størrelsene sammen kan vi estimere bruttoproduktet for den regnskapspliktige delen av kultursektoren i Bergen og Hordaland i 2019.

Utrekningen tar høyde for at det oppstår lekkasjer mellom forskjellige områder. Lekkasjene av lønnskostnadene er regnet ut fra sysselsettingstall og pendlertall fra SSB (2019). Ifølge tallene fra SSB så pendler 5,6 % av arbeidstakerne inn til Hordaland fra områder utenfor Hordaland, mens for Bergen pendler hele 21,3 % av arbeidstakerne. Vi bruker disse ratene som et anslag for hvor mye av lønnskostnadene som lekker ut av området vi ser på. For driftskostnaden antar vi i utregningen at ingen av skattekostnadene lekker ut, men at noe av utbyttet til eierne lekker ut. Vi antar at en like stor andel av eierne bor utenfor Bergen/Hordaland som arbeidstakerne. Det vil si en lekkasje på 5.6 % i Hordaland og 21.3 % i Bergen. Siden vi antar at det ikke er noen lekkasje på skatt så er disse ratene trukket fra årsresultatet, som er pengene foretakene sitter igjen med etter skatt.

Tabell 4.1	Bergen	Hordaland
Driftsresultat for regnskapspliktige foretak	166 783 000 kr	217 053 000 kr
Driftsresultat for regnskapspliktige foretak med lekkasje	141 609 535 kr	207 934 688 kr
Lønnskostnader for regnskapspliktige foretak	875 831 000 kr	1 009 474 000 kr
Lønnskostnader med lekkasje for regnskapspliktige foretak	689 278 997 kr	952 943 456 kr
Bruttoprodukt for regnskapspliktige foretak	830 888 532 kr	1 160 878 144 kr

Tabell 4.1 viser en oversikt over bruttoprodukt til alle foretak i Bergen og Hordaland for 2019.

Tallene fra tabell 4.1 vil ikke estimere det totale bruttoproduktet ettersom at mange selskap ikke plikter å levere årsregnskap. Blant annet så vil en overveldende majoritet av de selvstendig næringsdrivende ikke måtte levere et årsregnskap. Spørreundersøkelsen som ble sendt ut til et tilfeldig utvalg av bedrifter i kultursektoren ga ikke et godt nok bilde av lønnskostnadene og driftsresultatet til disse mindre foretakene og vi må derfor estimere disse verdiene ved hjelp av tall fra SSB.

Hvis en selvstendig næringsdrivende omsetter for mer enn 50 000 kr så er de pliktig til å levere næringsoppgave. SSB har funnet at enkeltmannsforetak i denne kategorien har gjennomsnittlige lønnskostnader på 55 100 kr og et gjennomsnittlig driftsresultat på 261 300 kroner (2018a). I Hordaland er det 308 enkeltmannsforetak som omsetter for mer enn 50 000 kroner, hvorav 123 av disse er i Bergen. Årsaken til at lønnskostnadene her er relativt lave i forhold til driftsresultatet er antageligvis at disse selskapene ikke har mange ansatte. I mange tilfeller så vil kun eier jobbe for bedriften og mye av pengene som kommer ut av selskapet vil antageligvis tas ut på andre måter enn gjennom lønn.

Tabell 4.2	Bergen	Hordaland
Bruttoprodukt for regnskapspliktige foretak	830 888 532 kr	1 160 878 144 kr
Lønnskostnader fra selvstendig næringsdrivende	6 777 300 kr	16 970 800 kr
Lønnskostnader fra selvstendig næringsdrivende med lekkasjer	5 333 753 kr	16 020 435 kr
Driftsresultat fra selvstendig næringsdrivende	32 139 900 kr	80 480 400 kr
Totalt bruttoprodukt	868 362 185 kr	1 257 378 979 kr

Tabell 4.2 viser en oversikt over den totale verdiskapningen til de regnskapspliktige selskapene og den estimerte verdiskapningen av enkeltmannsforetak med omsetning over 50 000 kroner i Bergen og Hordaland for 2019. Bruker tilsvarende lekkasjerater som i tabell 4.1.

På grunn av manglende datagrunnlag så kan vi ikke estimere det totale bruttoproduktet til de resterende foretakene. Dette vil hovedsakelig omfatte de aller minste foretakene hvor en stor andel av disse er enkeltmannsforetak. Små insentiver til å legge ned inaktive foretak vil bety at mange av foretakene som vi ikke har tatt med vil kunne være inaktive. De vil derfor ikke skape lønn, skatt eller utbytte til eierne sine og er derfor ikke relevante. Likevel så kan det være grunn til å tro at noen av de aller minste foretakene vil være utelatt slik at estimatet av bruttoproduktet kan være noe høyere enn estimatet her skulle tilsi.

For å oppsummere anslår vi bruttoproduktet av kultursektoren i Hordaland til å være på ca. 1.26 milliarder kroner, hvorav ca. 870 millioner kroner kommer fra Bergen kommune. Som kan ses i tabell 4.1 så kommer en overveldende andel av verdien fra lønnen til arbeidstakere. En liten del av lønnen i Hordaland lekker ut til andre regioner, mens for Bergen lekker en vesentlig større andel ut. Mesteparten av disse lekkasjene skjer på grunn av arbeidere som er bosatt i kommuner rundt Bergen og pendler inn til jobb.

4.2.2 Kryssløpsvirkninger

Kryssløpsvirkninger oppstår ved at foretak handler hos hverandre. Foretak fra en sektor er avhengig av varer og tjenester fra andre sektorer for å kunne operere. Dette medfører at foretakene i kultursektoren øker produksjonen av varer og tjenester i andre sektorer ved å kjøpe varer og tjenester fra dem.

I denne rapporten vil vi bruke driftskostnaden fratrukket lønnskostnaden for å finne hvor store kostnadene til bedriftene var i 2019. Spørreundersøkelsen utsendt til bedrifter ga heller ikke et klart nok datagrunnlag for å estimere lekkasjen fra import av varer og tjenester fra området utenfor Bergen og Hordaland. Vi vil derfor basere estimatet for importlekkasjer på rapporten Kultur, Kroner og Kreativitet (Dahle et al., 2013), som i sin rapport fant at Hordaland har en importlekkasje på 5.8%. Importlekkasjen til Bergen settes 25 prosent høyere, som gir oss en importlekkasje på 7.3%.

Samlede driftskostnader (fratrukket lønnskostnader) for alle regnskapspliktige foretak i kultursektoren i Hordaland lå på 2 658 990 000 kroner, hvor 2 429 642 000 kr av disse kostnadene kommer fra Bergen. De mindre foretakene hadde en gjennomsnittlig driftskostnad på 479 400 kroner per foretak (Statistisk sentralbyrå, 2018a). Dahle et al. får i sin rapport at 38.5% av alle kostnadene i kultursektoren går til varekjøp i andre sektorer (2013). Vi bruker derfor dette til å estimere hvor stor andel av driftskostnadene fratrukket lønn som går til andre sektorer.

Tabell 4.3	Bergen	Hordaland
Totale driftskostnader minus lønnskostnader	1 694 360 000 kr	1 927 684 000 kr
Totale driftskostnader minus lønnskostnader og lekkasjer	1 570 671 720 kr	1 815 878 328 kr
Kjøp av varer og tjenester fra andre sektorer (Kryssløpsvirkninger 1. steg)	604 708 612 kr	699 113 156 kr

Tabell 4.3 gir en oversikt over kryssløpsvirkningen til de regnskapspliktige selskapene og selvstendig næringsdrivende selskapene i Bergen og Hordaland for 2019.

Tabell 4.3 gir oss en oversikt over hvordan vareforbruket til foretakene i kultursektoren i Bergen og Hordaland var for 2019. De to første radene ser på det totale vareforbruket og forbruket som går til andre bedrifter i Hordaland og Bergen. Den siste raden gir oss et anslag på hvor mye av kjøpene av varer og tjenester som går til foretak fra andre sektorer.

Fra tabellen ser man at foretakene fra Hordaland kjøpte varer og tjenester for ca. 1.9 milliarder kroner, hvor ca. 1.7 milliarder av disse kom fra foretak fra Bergen kommune. Vi ser at nesten alt forbruket gikk til å kjøpe varer og tjenester fra andre foretak i Hordaland/Bergen, men at noe av dette lekker ut av regionen ved at forbruket brukes på import av varer og tjenester fra andre regioner. Etter importlekkasjene ser vi at forbruket i Hordaland er redusert til 1.8 milliarder kroner og 1.6 milliarder kroner for Bergen.

Under antakelsen om at andelen av varer kjøpt i Bergen og Hordaland har holdt seg statisk siden 2013 så går kun 38.5% av alle disse kostnadene til kjøp av varer og tjenester til andre sektorer. Dette danner grunnlaget for kryssløpsvirkningene, men det vil kun være første steg. Ettersom pengene fra det originale kjøpet brer seg utover til andre foretak i andre sektorer, vil den faktiske effekten være noe større. Hvor stor denne virkingen er, og virkingen av verdiskapningen til foretakene, skal vi ta for oss i neste delkapittel.

4.3 Induserte virkninger

Pengene fra bruttoproduktet og kryssløpsvirkninger går ut til andre aktører, som igjen bruker pengene videre på andre varer og tjenester. De induserte virkningene skal forsøke å beskrive størrelsen av denne overføringen av midler videre til andre aktører. Det er flere metoder som kan benyttes for å regne ut størrelsesordenen av slike effekter. Den aller enkleste av disse er å benytte en multiplikator. Multiplikatoren skal estimere hvor mange ganger 1 krone gjennomsnittlig overføres videre.

Ulempen med å bruke en multiplikator til å estimere de induserte virkningene er at anslaget blir svært avhengig av styrken på estimatet på multiplikatoren. Hvis denne er feilestimert medfører dette store feil for videre anslag. Mer moderne og avanserte metoder simulerer hvordan pengene beveger seg rundt i økonomien og er derfor mindre sårbare for et lite feilestimat i multiplikatoren. På tross av dette har vi i denne analysen valgt å holde oss til den enkleste varianten for å estimere de induserte virkningene.

Det finnes mange ulike estimater for hva multiplikatoren skal være. Statistisk sentralbyrå estimerer at den generelle multiplikatoren for norske næringer sett under ett er på 1.5 (Auno & Sørensen, 2009), men dette er vektet på næringer som ikke nødvendigvis representerer kultursektoren. I Storbritannia har det vært en rekke studier som forsøkte å estimere multiplikatoren for ulike deler av kultursektoren og ulike geografiske områder. Rapporten «Local economic impacts from cultural sector investments» ser på 40 studier hvor multiplikatorene ligger mellom 1.07 og 2.27 (ECORYS, 2014). I en studie gjennomført for Arts Council England i 2019 så finner de at multiplikatoren kan være 2.14 på brutto merverdien og 2.21 for lønninger utbetalt til arbeidere i sektoren (Cebr, 2019). I den tidligere analysen av de økonomiske ringvirkningene i Hordaland og Bergen brukte de en multiplikator på 1.84 (Dahle et al., 2013). Denne multiplikatoren ligger nærmere det anslåtte vektete gjennomsnittet av multiplikatoren for ulike næringer i Norge som SSB anslø, men tar høyde for at multiplikatoren i kultursektoren kan ligge noe høyere. Vi velger også å bruke en multiplikator på 1.36 fra Dahle et al. for bruttoproduktet. Dette betyr at for hver krone brukt på varer og tjenester så medfører dette en indusert virkning på 84 øre. For bruttoproduktet vil den induserte virkningen ligge på 36 øre for hver krone som blir brukt.

Tabell 4.4	Bergen	Hordaland
Totalt bruttoprodukt	868 362 185 kr	1 257 378 979 kr
Induserte virkninger fra bruttoproduktet	312 610 386 kr	452 656 432 kr
Kjøp av varer og tjenester fra andre sektorer (Kryssløpsvirkninger 1. steg)	604 708 612 kr	699 113 156 kr
Induserte virkninger av kryssløpsvirkninger	507 955 234 kr	587 255 051 kr
Totale ringvirkninger fra foretakene i kultursektoren	2 293 636 417 kr	2 996 403 616 kr

Tabell 4.4 gir en oversikt over de induserte virkningene for bruttoproduktet og kryssløpsvirkninger. Totalen gir derfor de totale ringvirkningene fra foretakene i kultursektoren.

Ut fra disse beregningene medfører foretakene i kultursektoren ringvirkninger på nesten 3 milliarder for Hordaland, hvor 2.3 av milliardene kommer fra Bergen. Dette alene står for 0.9 % av den totale verdiskapningen i hele Hordaland.

4.3 Koblingsvirkninger

I tillegg til at foretakene i kultursektoren betaler ut lønn, utbytte, skatt og kjøper varer/tjenester så kommer det tilreisende publikummere for å delta på arrangementene de arrangerer. Mange som reiser langveisfra er avhengig av et sted å oppholde seg samt mat og drikke. Kultursektoren kan ikke dekke disse behovene fullt, som gjør at hoteller, restauranter, osv. nyter godt av arrangementene som kulturnæringen arrangerer. Dette kalles vanligvis for positive eksterne virkninger eller positive eksternaliteter. For å få et fullt overblikk over ringvirkningene til kultursektoren må også slike virkninger regnes med.

Detaljen for dette ekstra forbruket ble mer nøye behandlet i kapittel 3. Derfor finner man bare en kort oversikt over størrelsen på virkningene i tabellen nedenfor. Det er verdt å nevne at forbruket som regnes med er kun fra reisende som kommer utenfra regionen. Det er nemlig slik at de som er bosatt i regionen med stor sannsynlighet ville brukt pengene sine på andre varer og tjenester i regionen hvis de ikke valgte å delta på kulturarrangementet. Forbruk fra denne gruppen vil altså ikke medføre noen ekstra verdi for regionen.

De bruttoproduktet og kryssløpsvirkningene fra andre sektorer forårsaket fra publikumsforbruket er estimert ved å se hvor stor andel av bedriftens inntekter som brukes på lønn og overskudd i selskapene (bruttoprodukt) og hvor stor andel av inntektene som brukes på varer og tjenester (kryssløpsvirkninger).

Tabell 4.5	Bergen	Hordaland
Samlet forbruk for tilreisende publikum	361 033 999 kr	102 544 822 kr
Bruttoprodukt forårsaket av publikumsforbruket	163 909 436 kr	46 555 349 kr
Kryssløpsvirkninger forårsaket av publikumsforbruket	123 473 628 kr	35 070 329 kr
Totale koblingsvirkninger	287 383 064 kr	81 625 678 kr

Tabell 4.5 gir en oversikt virkningene fra kulturreisene (koblingsvirkninger). Legger til grunn den samme multiplikatoren på bruttoproduktet på 1.36, men bruker den generelle multiplikatoren for Norge på 1.5 ettersom foretakene som mottar disse pengene ikke del av kultursektoren.

Fra tabell 4.5 ser vi at koblingsvirkningen er relativt små og har kun en liten påvirkning på de totale ringvirkningene. Virkningen er vesentlig større isolert for Bergen ettersom mange fra Hordaland reiser inn til Bergen for å delta på kulturarrangementer. Dette viser at kulturreisene legger igjen en vesentlig del penger i Bergen som lokal økonomien til Bergen antageligvis er delvis avhengig av.

4.4 Totale økonomiske ringvirkninger for hele kultursektoren

Tabellen nedenfor oppsummerer de totale ringvirkningene til kultursektoren for Bergen og Hordaland i 2019.

Tabell 4.6	Bergen	Hordaland
Bruttoprodukt med tilhørende induserte virkninger	1 180 972 572 kr	1 710 035 411 kr
Kryssløpsvirkninger med tilhørende induserte virkninger	1 112 663 846 kr	1 286 368 207 kr
Koblingsvirkninger med tilhørende induserte virkninger	287 383 064 kr	81 625 678 kr
Totale ringvirkninger	2 581 019 482 kr	3 078 029 296 kr

Tabell 4.6 gir en oversikt over de totale ringvirkningene for Bergen og Hordaland for 2019.

De estimerte totale økonomiske ringvirkningene for kultursektoren i Hordaland i 2019 lå på omtrent 3.1 milliarder kroner. For Bergen ligger disse på 2.6 milliarder kroner. Vi ser derfor at Bergen står for den klart største delen av ringvirkningene for fylket.

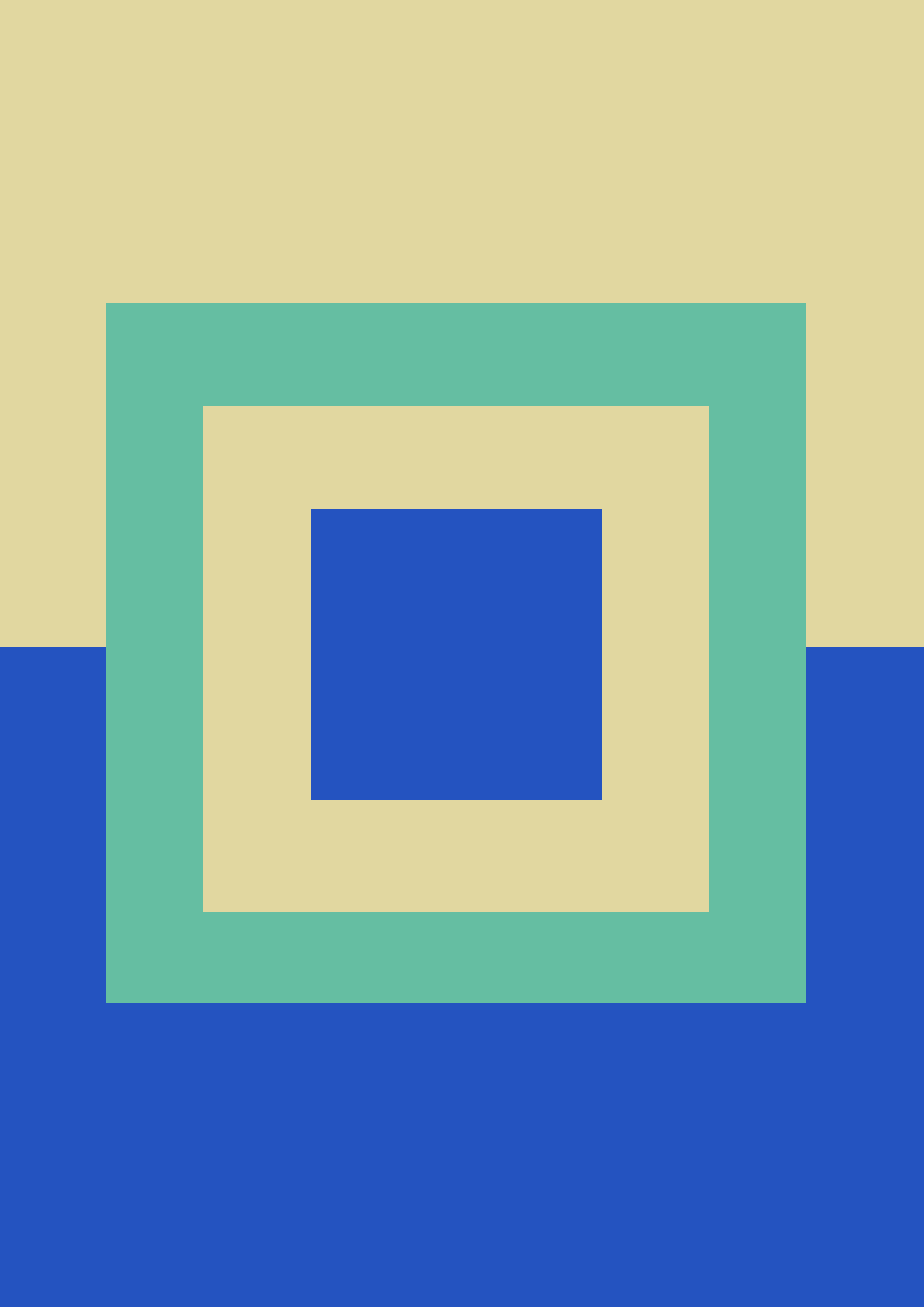
Ifølge det fylkesfordelte nasjonalregnskapet til SSB for 2018 (Statistisk sentralbyrå, 2018b) lå det samlede bruttoproduktet for hele fylket på 256.9 milliarder kroner. Det vil si at ringvirkningene fra kultursektoren står for 1.2 % av den totale verdiskapningen i Hordaland om vi antar at verdiskapningen i Hordaland hadde vært lik i 2019.

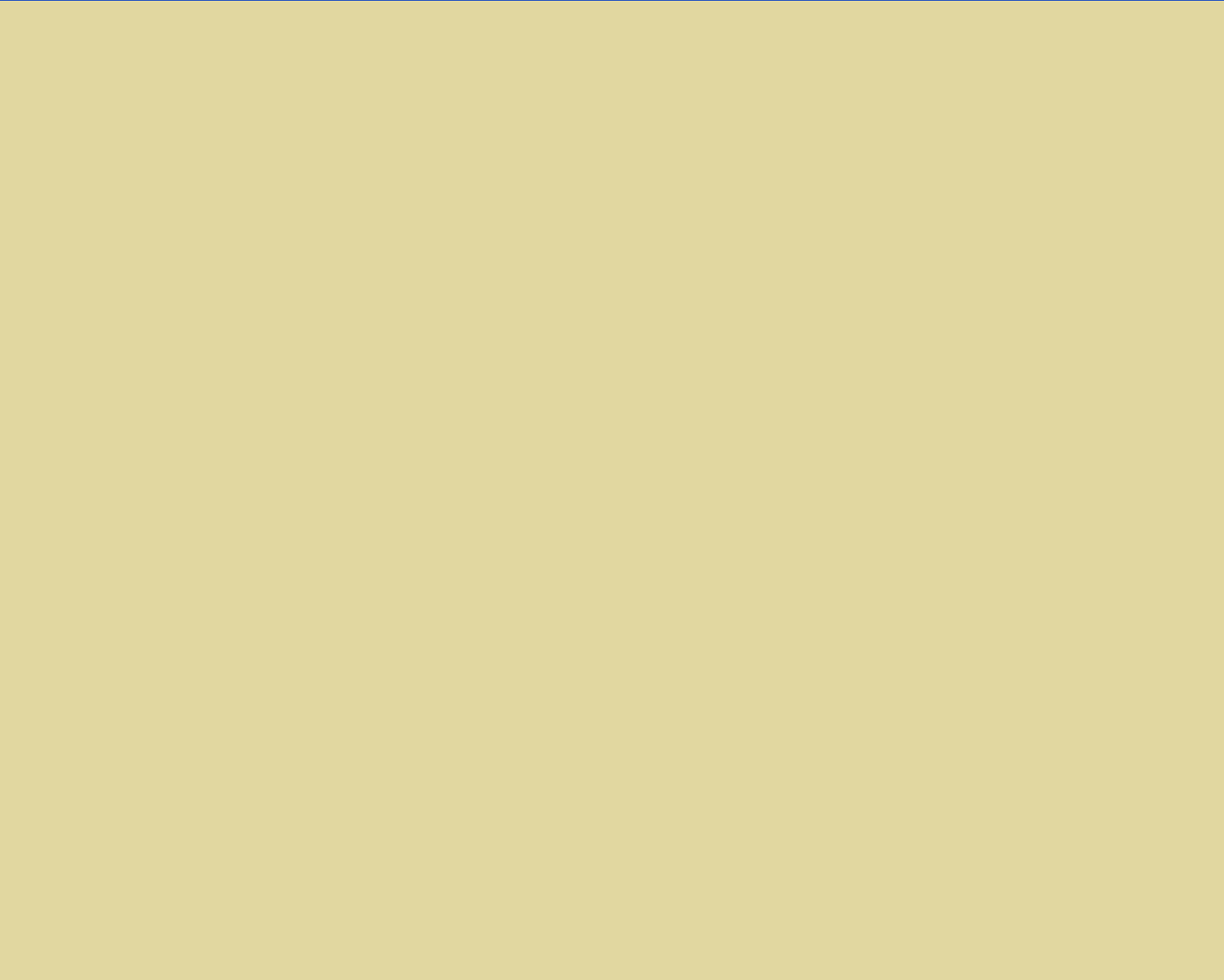
Ringvirkningene er betydelig større enn hvor mye offentlig støtte foretakene i kultursektoren mottar. Fra kapittel 2 kan vi se at den totale støtten til kultursektoren i Hordaland lå på ca. 1.4 milliarder kroner i 2019 (700 millioner fra lokal og regionale myndigheter og 700 millioner fra staten). Det vil si at den offentlige støtten tilsvarer kun 46% av de totale økonomiske ringvirkningene.

4.5 Oppsummering

Tallene som legges frem i dette kapitlet tar ikke høyde for at arbeidskraft og kapital kan overføres til andre sektorer på lengre sikt. Hvis arbeidskraft og kapital kunne overføres ville noen av verdiene forsvinne ved at de har en alternativ verdi et annet sted. Det er svært vanskelig å svare på hvor stor denne overføringsgraden vil kunne være og det er samtidig urealistisk å anta at det vil være ønske om å fjerne hele kultursektoren. Allikevel så kan man se på om noen deler av ressursene bundet opp i kultursektoren har mer effektive allokeringer, men vi har valgt å se bort fra dette. Hvis vi hadde inkludert disse momentene vil dette kunne ha bremset ringvirkningene i noen grad.

Som nevnt gjennom kapitlet så er estimatet ikke noe mer enn et estimat og må derfor behandles som dette. Det vi forsøker å vise med dette estimatet er at kultursektoren spiller en svært viktig rolle for hele fylket. Kultursektoren skaper anslagsvis verdier for 3,1 milliarder kroner i andre sektorer i Hordaland. Hos restauranter, hoteller og leverandører av varer og tjenester til kultursektoren vil store deler av omsetningen kunne gå tapt om det skulle skje noe med kultursektoren. Det burde derfor tas høyde for kultursektorens viktige rolle for fylkeskommunens økonomi ved utdelingen av offentlig støtte. Under koronapandemien opplever foretakene i kultursektoren store begrensninger på arrangementene de ønsker og holde. Dette vil ikke bare negativt kunne påvirke foretak fra kultursektoren, men også andre sektorer som nytter godt av ringvirkningene som normalt skapes fra kultursektoren.





Kapittel 5

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

Kulturens fotavtrykk

Kulturens fotavtrykk

Hva er de viktigste grunnene at et samfunn satser på kultur? Hvilke fordeler gir det, annet enn at kultur har en verdi i seg selv? Dette kapitlet skal sette søkelys på hvordan kultur kan ha en positiv effekt på andre samfunnsområder enn kulturnæringen selv, sett bort ifra de økonomiske ringvirkningene som har vært diskutert i de foregående kapitlene. Kultur kan sette et tydelig fotavtrykk på samfunnet, og vi ser at kultur korrelerer med både for eksempel befolkningsvekst og utdanning. Det kan imidlertid være utfordrende å bevise kulturens påvirkningskraft på andre deler av samfunnet. Både utdanning og tilflytting er faktorer som kan være forklart av mange andre variabler som for eksempel jobb, oppvekst, inntekt, sosial omgangskrets og familie. I dette kapitlet skal vi likevel ta for oss teorier og vitenskapelige artikler som er med på å forklare kulturens fotavtrykk på samfunnet.

Først vil vi beskrive hvordan Norge, både på nasjonalt, regionalt og kommunalt nivå staser på kulturnæringen, og deretter diskutere om kultur kan omtales som en samfunnsutvikler. Videre vil vi gå dypere inn i Richard Floridas teori om regional og økonomisk vekst som mange norske kommuner har omfavnet, og benyttet til å gjøre seg mer attraktive i håp om økt tilflytting. Derfor vil vi videre undersøke om Floridas teori om den kreative klassen faktisk har vist seg å være gjeldende. Videre vil vi undersøke utfordringene som ligger å måle kulturens effekt på samfunnet, i form av en rapport skrevet av Knut Vareide (2018) som undersøker kulturens effekt på tilflytting og utdanningsnivå.

5.1 Kultursatsing i Norge

Kultur er et gode i seg selv, men det blir også sett på som en samfunnsutvikler. Derfor er dette et felt både Norge som nasjon og enkeltvise kommune ønsker å ha fokus på. Stortingsmelding nr. 8 (2018-2019) formuleres slik: «Kulturlivet og sivilsamfunnet er føresetnader for danning og ei opplyst offentlighet, og dermed ei investering i demokratiet». Stortingsmeldingen beskriver videre at det skal være kultur til stede lokalt og regionalt, og det at det skal finnes målrettede ordninger som «gir fleire ein sjanse til å realisere det kunstnariske talentet sitt der dei bur, og samtidig medverke til auka verdiskaping og fleire arbeidsplassar i kunst- og kultursektoren regionalt».

Dette innebærer at det skal opprettes flere arbeidsplasser innenfor kultursektoren regionalt, og følgelig har Vestland fylkeskommune og kommuner som Voss herad og Bergen uttrykt at de vil satse på kultur. Vestland fylkeskommune formidler videre noe av det viktigste innholdet fra stortingsmeldingen og beskriver at «Den profesjonelle kunsten og kulturen er med på å bygge og ta vare på eit sunt og demokratisk samfunn, der mange ulike stemmer deltek» (Vestland fylkeskommune, 2020).

Videre har Bergen kommune på sine nettsider satt seg et ambisiøst mål. «Kunst og kultur skal være en drivkraft for bysamfunnet, og Bergen har som mål å være Nordens mest nyskapende kulturby. Vi jobber for at Bergen skal ha et mangfoldig kulturtilbud av høy kvalitet som alle kan delta i» (Lunde, 2020). Videre ønsker også Voss herad (2020) å sette fokus på kulturområdet ved å blant annet dele ut en årlig kulturpris som «skal være til heider og stimulans for det lokale kulturlivet». Kultur er således et stort satsingsområde for Norge nasjonalt, for Vestland regionalt, og lokalt i kommuner som Bergen og Voss herad.

5.2 Kulturlivet – en samfunnsbyggende kraft?

Kunst og kultur gir oss muligheten til å dyrke ytringsfriheten som er en av de viktigste forutsetningene for demokratiet. Kulturlivet sørger for at verdier og forhold i samfunnet blir utfordret. Å se en ny film eller lese en spennende bok gir oss nye perspektiver og får oss til å reflektere over ulike samfunnsproblemer (Meld. St. 8, 2018-2019). Slik kan kultur engasjere oss og skape grunnlag for samfunnsendring. Mer spesifikt, så har kultur for eksempel virket som et hjelpemiddel for å revitalisere byer. Blant dem er den tidligere industribyen Drammen som nå fremstår som en attraktiv by kåret til Norges kulturkommune 2019 av Norsk Kulturforum (u.å.). Kultur kan dermed virke positivt på andre samfunnsområder. Likevel er det også viktig å påpeke at kultur har en egenverdi og er et mål i seg selv, selv om vi her skal fokusere på at det virker som et middel for å nå mål i andre områder av samfunnet.

Tidligere ringvirkingsanalyser innenfor dette feltet har vært opptatt av å vise til en positiv årsakssammenheng mellom kultur og positiv sosial utvikling, blant dem Reeves (2002), mens bare enkelte vitenskapelige artikler som for eksempel Belfiore & Bennett (2009) har stilt seg mer kritisk til denne positive årsakssammenhengen. Reeves fokuserer blant annet på britiske byer som har opplevd mindre kriminalitet etter satsning på kultur som en del av byfornyelse. Flere av studiene som har sett på årsakssammenhengen mellom kultur og sosial utvikling har blitt utviklet med mening om å bevise overfor myndighetene at det lønner seg å satse på kultur. Dette innebærer at enkelte av studiene har blitt produsert for å støtte opp om institusjonelle interesser. Myndighetene ønsker åpenbart at deres satsning på kultur skal være lønnsom, og ønsker å fremme rapporter som viser denne sammenhengen.

Belfiore og Bennet har forsøkt å lage en studie som skal se på den samme årsakssammenhengen mellom kunst, kultur og sosiale forhold som ment til å være et selvstendig prosjekt

5.3 Den «kreative klassen» gir regional og økonomisk vekst

Ifølge Richard Florida (2005) vil steder og byer med høy konsentrasjon av det han definerer som den «kreative klassen» ha et høyt nivå av økonomisk utvikling og vekst. Floridas teori påstår at det ikke er tradisjonelle økonomiske faktorer som naturressurser og lave skatter som skaper økonomisk suksess i regioner og byer, men at det er den kreative klassens ønske om å bo der som er årsaken. Den kreative klassen er delt inn i to:

Den kreative kjernen med forskere, grundere og dataprogrammerere etc. og en undergruppe med designere, artister og skuespillere etc.

De kreative profesjonelle som består av kunnskapsbaserte yrker innenfor rettsvitenskap, medisin, finans, økonomi, etc.

Florida mener at den kreative klassen er viktig i forbindelse med regional og økonomisk vekst fordi virksomhetene som er mest avhengig av tilgang til kunnskapsrike ansatte, vil etablere seg der hvor tilgangen er størst. Den kreative klassen vil starte nye bedrifter og virke som en tiltrekningskraft for tilflyttere. Det er altså bedriftene som vil følge etter arbeidskraften (her den kreative klassen) og ikke arbeidskraften som vil følge etter bedriftene.

Vi har nå etablert at teorien om den kreative klassen tilsier at den kreative klassen vil bidra til utvikling der de bosetter seg. Hvordan kan en by tiltrekke seg den kreative klassen slik at byen får fart på den regionale og økonomiske utviklingen? Floridas teori går videre i å forklare at den kreative klassen er tiltrukket av byer som har mangfold, gir dem nye opplevelser, men at det også er viktig med samhold og at byen virker inkluderende. Det vil si at om en by eller kommune skulle ønske befolkningsvekst, må det skapes et lokalsamfunn som er attraktivt å bosette seg for den kreative klassen (Florida, 2005).

som ikke skal møte myndigheters krav. Den skal komme av et reelt ønske om å utvikle en mer nyansert og grundig forståelse av hvordan verdien og funksjonen av kunst påvirker det moderne samfunnet. Artikkelen oppsummerer med at forskningsområdet har vært preget av generalisering av kunstens påvirkning på samfunnet, og at vi ikke kan si for sikkert at kunst løser samfunnsproblemer som sosialt utenforskap og kriminalitet. Forfatterne påpeker likevel at dette ikke betyr at verdien av kultur og påvirkningskraften på samfunnet er umulig å finne i fremtidige studier, men heller at fremtidig forskning må være mer fokusert på å endre metoden som brukes når kunstens påvirkning på samfunnet skal undersøkes.

Vi skal videre undersøke en av de mest fremtredende teoriene om regional utvikling fra de siste 20 årene.

5.3.1 Teorien om den kreative klassen i Norge

Floridas teori har blitt svært populær og den har gjort flere kommuner enda mer oppmerksomme på å fremstå som mer attraktive, slik at de tiltrekker seg den kreative klassen som Florida mener er essensiell for vekst. Flere kommuner, særlig i distriktene, består av en stadig eldre befolkning, men få yngre tilflyttere.

Blant disse kommunene er det blant annet forsøkt å tiltrekke innflyttere med omdømme- og promoteringskampanjer. Kampanjene kan for eksempel være ment for å gjøre særlig individer i etableringsfasen oppmerksomme på at det finnes flere steder å bo enn i de største byene. Enkelte kommuner har også hatt fokus på å få studenter som har studert utenfor byene til å bli og etablere seg der, mens andre kommuner har hatt fokus på at tidligere innbyggere skal flytte tilbake til sitt oppvekststed (Hatling & Dahl, 2020). Sigdal er en av kommunene som har iverksatt tre konkrete tiltak som er basert på å tiltrekke seg blant annet «høyt utdannet arbeidskraft/arbeidskraft med spesiell kompetanse», som vi kan definere som en del av den kreative klassen. Tiltakene som ble iverksatt var

Prosjektet Distriktskvinneveven som skal ha fokus på arbeidsplasser for kvinner.

Heimattprosjektet, der de arrangerte 2-4 samlinger med utgangspunkt i en database over utflyttet ungdom.

Utviklingsavtaler med Næringshagen for at nyinnflyttede skulle få mulighet til å leie kontorplass og starte opp ny virksomhet.

Alle punktene ovenfor er eksempler på tiltak som skal tiltrekke arbeidskraft og tilflyttere. Det tredje tiltaket er direkte knyttet opp til Floridas teori om at den kreative klassen er med på å starte opp ny virksomhet, og slik bidrar til å utvikle stedet både økonomisk og regionalt (Solbakken, 2016).

5.3.2 Effekt av attraktivitetstiltak

Floridas teori har appellert til lokalpolitikere over hele Norge, men Florida har i ettertid uttalt at det ikke er nok å gjøre byen attraktiv, og at den kreative klassen ikke alene kan skape inkluderende urbanisme (Arkitektnytt, 2017). Det er utfordrende å undersøke om Floridas teori stemmer med den norske virkeligheten, og om tiltakene som for eksempel Sigdal kommune satte i gang har hatt en positiv effekt på utviklingen i kommunen.

For å se om kommunen har opplevd noen effekt av tiltakene, er én mulighet å se på innbyggertallet til kommunen. Befolkningstallet i Sigdal kommune har holdt seg relativt stabilt på rundt 3500 innbyggere siden år 2000, men befolkningen består i stor grad av eldre (SSB, 2020a). Veksten har stagnert de siste 20 årene, men om vi tar hensyn til at en rekke små kommuner sliter med en synkende trend er Sigdals stabile befolkningstall, til sammenlikning, godt. Det er likevel utfordrende å identifisere om det er tiltakene som kommunen iverksatte som har vært med på å hindre negativ befolkningsvekst, eller om kommunen hadde hatt den samme trenden uten tiltak.

Generelt er det vanskelig å bevise om den kreative klassen sørger for at det blir flere nye arbeidsplasser, eller om den kreative klassen følger etter arbeidsplassene. En studie gjennomført av Østbye et al. (2018) undersøker om arbeidsplassene følger etter arbeidskraften, eller om det er arbeidskraften som følger etter arbeidsplassene. Analysen er basert på data fra Norge, Sverige og Finland fra 2003 til 2008. Funnene var tvetydige, og når analysen undersøker om arbeidsplassene følger etter arbeidstakerne for alle sektorer finner de ingen positiv sammenheng, men heller at det omvendte er tilfelle. Videre skiller analysen mellom kreative og ikke-kreative jobber, i tråd med Floridas teori. Da støtter analysen teorien om at arbeidsplasser følger etter arbeidstakere for den ikke-kreative sektoren, men at sammenhengen er svak. Dataene viser dermed en sterkere sammenheng for den kreative sektoren.

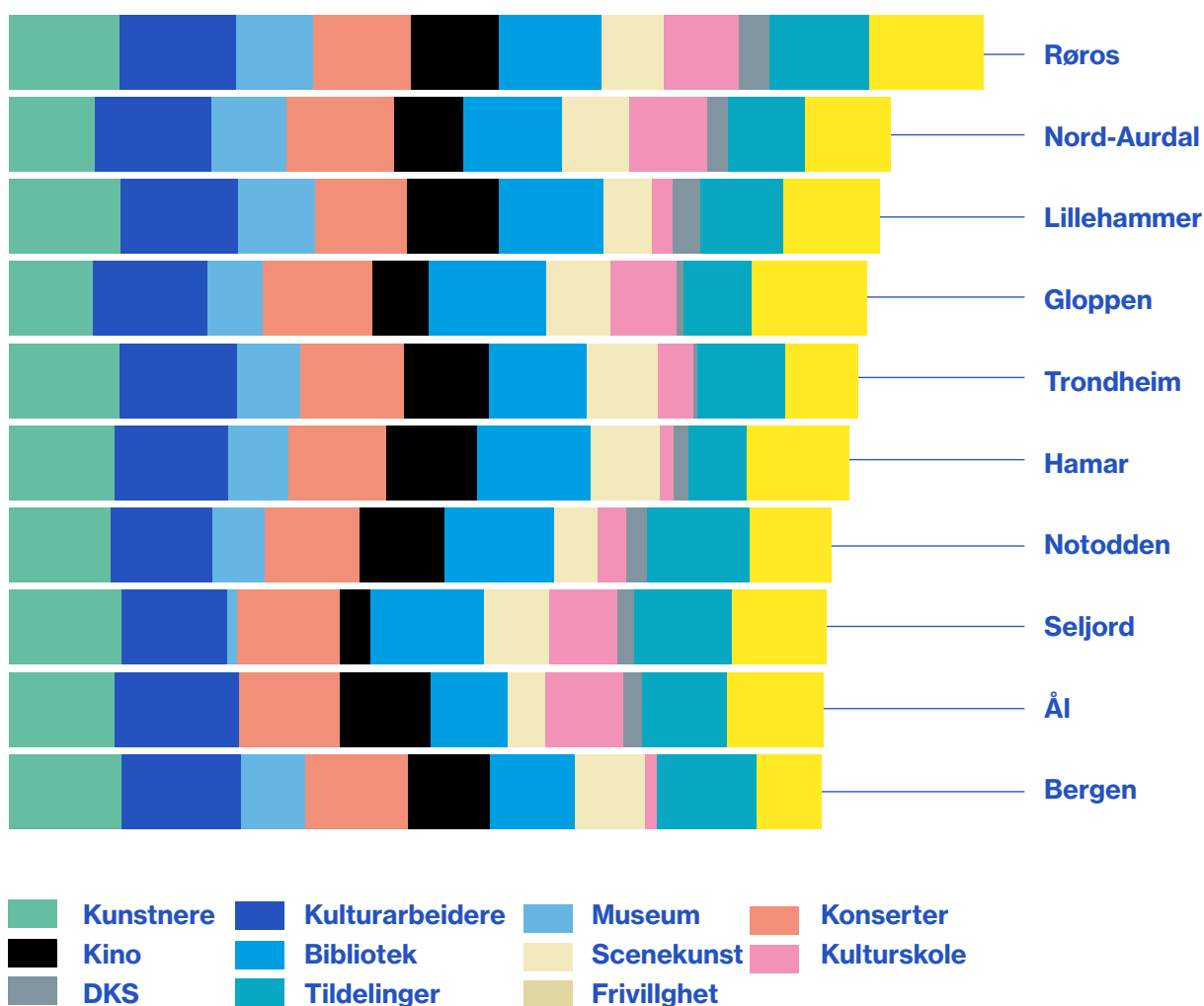
Dette betyr at kommuner burde satse på attraktivitet for å tiltrekke seg den kreative klassen som for å skape arbeidsplasser. Det er imidlertid kostbart å tiltrekke seg den kreative klassen, og det kan i verste fall skape et større skille mellom sosiale grupper (her den ikke-kreative og den kreative klassen). Videre er analysen basert på et datagrunnlag som er av betydelig størrelse, slik at utvalget er godt nok for å skape et representativt bilde av de tre nordiske landene. Likevel er det verdt å understreke at det fortsatt kan være andre faktorer som ikke er korrigert for i analysen, som er med på å bestemme hvor folk bosetter seg, som for eksempel boligpriser og familierelasjoner.

Selv om det er mange norske kommuner som har forsøkt å tiltrekke seg potensielle arbeidstakere ved å øke kulturtilbudet, kan vi ikke trekke en klar konklusjon om teorien om den kreative klassen stemmer, på grunn av andre faktorer som trolig spiller en stor rolle når en skal velge bosted. Videre skal vi se på hvor godt kulturtilbudet i norske kommuner er ved hjelp av den norske kulturindeksen.

5.4 Norsk kulturindeks

Norsk kulturindeks måler kulturtilbudet og kulturattraktiviteten i norske kommuner. Den lages hvert år av Telemarksforskning og danner grunnlaget for flere av deres rapporter som undersøker sammenhengen mellom kultur og flere samfunnsområder. Den er laget ut ifra Statistisk Sentralbyrås tall, medlemslister, offentlige registre, og tildelingstall fra ulike kulturpolitiske ordninger. Dataene er strukturert i ti kategorier: Kunstnere, kulturarbeidere, museum, kino, musikk, bibliotek, scenekunst, kultur for barn og unge, sentrale tildelinger, og frivillighet.

Figur 5.1



Figur 5.1. Telemarksforskningens kulturindeks for 2019. Topp 10 (Kleppe, 2019).

Kommuner, regioner og fylker er rangert i de ti kategoriene med en samlet sum til slutt. Kommunene som skårer høyt på indeksen har relativt mye kultur. Som et eksempel har indeksen målt kunstnertetthet med et medlemsregister fra ti kunstnerorganisasjoner, og denne kategorien er vektet med 5 %. Et annet mål fra kulturindeksen er antall filmfremvisninger, kinobesøk, mangfold kinobesøk og mangfold filmfremvisninger totalt, der de fire kategoriene er vektet med 2,5 % hver.

Figur 5.1 viser de ti kommunene som skåret høyest på Telemarksforskningens kulturindeks for 2019. På toppen finner vi Røros, Lillehammer og Nord-Aurdal. Røros har ligget øverst på indeksen siden 2012 (Røros kommune, 2017). Bergen som ligger på tiende plass for 2019, har ligget jevnt høyt på indeksen siden 2012, som indikerer at Bergen har et godt kulturtilbud som blir benyttet av befolkningen.

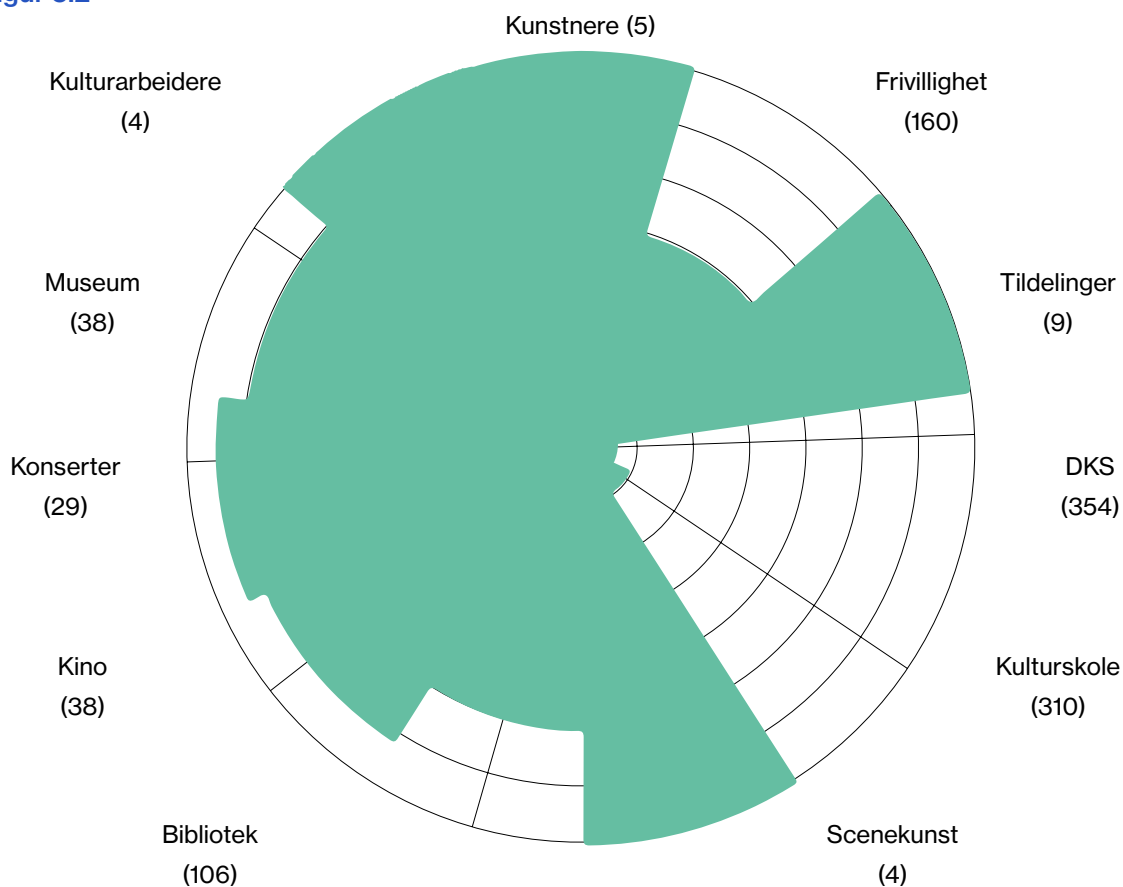
5.4.1 Kritikk av kulturindeksen

Kulturindeksen har blitt gjenstand for diskusjon spesielt når det kommer til vektning av de forskjellige kategoriene. Hvilke kategorier skal vektas mest? Er kategoriene som vektas med en større prosentandel viktigere for kulturlivet? Å bestemme hvilke kategorier som er viktigst for kulturlivet er et potensielt problematisk og kontroversielt prosjekt, men som likevel trengs for å måle kulturlivet i kommunen. I rapporten «Skaper kultur attraktive steder» hevder likevel forfatteren, Vareide (2018) at om vektningen hadde vært annerledes, ville resultatet fortsatt vært det samme. Operasjonaliseringen av indeksen vil kunne gi forskjellig utslag på indeksen for eksempel når det gjelder hvilke kulturelle aktiviteter som skal inkluderes for hver kategori. Kommuner med

relativt mye kulturaktivitet kan havne langt ned på listen fordi kulturindeksen ikke fanger opp absolutt all kulturell aktivitet.

Videre sier indeksen ingenting om kvaliteten på kulturtilbudet i de forskjellige kommunene, det er det kun innbyggerne som benytter seg av tilbudet som kan svare på. På grunn av at den kun måler kvantiteten i tilbudet kan kvaliteten fortsatt være lav for kommuner som skårer høyt på indeksen. Kommuner som produserer få, men gode kulturtilbud risikerer også å havne langt ned på indeksen, selv om kvaliteten på tjenestene kommunen tilbyr er gode. Videre så er mange av kategoriene oppgitt per innbygger, slik at de små kommunene har en tendens til å nå høyere opp på indeksen enn de største byene. I en kommune med svært få innbyggere så trengs det dermed ikke like mye kultur før de skårer høyt på enkelte av kategoriene i målt av indeksen.

Figur 5.2



Figur 5.2. Bergen kommunes kulturindeks fordelt på ti kategorier. Tallet i parentes rangerer kategorien fra 1 og nedover, der 1 er best. 10-tallet i midten av figuren illustrerer Bergen kommunes tiendeplass på kulturindeksen for 2019 (Kleppe, 2020).

Figur 5.2 viser områdene innenfor kultursektoren der Bergen kommune er mest aktiv, blant dem er scenekunst og kulturarbeidere. Bergen skårer imidlertid lavt på kategorien kulturskole, som innebærer at det totale antallet timer i kulturskolen og antall elever i kulturskolen er lavt. Det samme gjelder for de store byene Trondheim, Oslo og Stavanger. En mulig grunn kan være at byene som ellers har et mangfoldig kulturtilbud ikke har like stort behov for kulturskolen slik at færre benytter seg av dette tilbudet (Kleppe, 2020).

Som nevnt sier kulturindeksen kun noe om kvantiteten av kulturtilbudet, og ikke hvor god kvalitet det er på tilbudet. For å få et innblikk i dette kan vi se hvordan publikum vurderer kulturtilbudet gjennom spørreundersøkelsen vi sendte ut til publikummere både i og utenfor Bergen. Vi ba respondentene rangere Bergens kulturtilbud på en skala fra en til ti. 81 % av respondentene rangerte tilbudet som syv eller bedre, og 12 % har rangert det som ti. Det synes rimelig å anta ut ifra vår spørreundersøkelse at kulturtilbudet i Bergen er godt, selv om kommunen ikke er på førsteplass på kulturindeksen.

Avslutningsvis er det viktig å understreke at kulturindeksen kun mener å ta «temperaturen på kulturlivet i kommunen», og at indeksen har rom for utvikling. Kulturindeksen er heller ikke ment som et mål i seg selv, men heller et middel for å utvikle kulturlivet i kommunen videre. Kleppe, som har utviklet indeksen, har uttalt at det hele tiden jobbes med å utvikle indeksen, slik at den skal bli bedre for hvert år som går (Hagevik, 2015).

5.5 Skaper kultur attraktive steder?

Telemarksforskning publiserte notatet «Skaper kultur attraktive steder?» i 2012. Rapporten oppsummerte med at kultur ikke hadde positiv utvikling på nettoinnflytting i kommuner i Norge. I 2018 publiserte Knut Variede (2018) og Telemarksforskning i samarbeid med Kunnskapsverket en ny rapport for å sjekke

om dette fortsatt var tilfelle. Den nye rapporten fant at kultur fortsatt ikke har noe påvirkning på nettoinnflytting til kommuner, alt annet likt. Variede understreker at «det er ingen tegn til at det foregår en flyttestrøm fra kommuner med et svakt kulturtilbud til kommuner med et godt kulturtilbud».

Rapporten har i tillegg sett på sammenhengen mellom utdanning og kulturtilbud. Rapporten oppsummerte med at det var flere høyt utdannede (3 år på høyskole/universitet eller mer) i kommuner som skårer høyt på Telemarksforsknings kulturindeks. I de ti kommunene som befinner seg høyest på kulturindeksen er 39 % av den yrkesaktive befolkning høyt utdannet. Av de ti lavest rangerte kommunene på kulturindeksen hadde 20,3 % høyere utdanning.

Om vi antar at det er en årsakssammenheng mellom at en kommune har både høyt utdannet arbeidskraft og et godt kulturtilbud kan vi forme to hypoteser:

Høyt utdannede etterspør mer kultur enn lavt utdannede, og det gjør at det blir tilbudt mer kultur.

Kommuner med relativt mye kultur fremstår som mer attraktive for høyt utdannede. Kommuner som vil tiltrekke seg flere høyt utdannede burde altså gjøre kommunen så attraktiv som mulig i form av økte kulturtilbud.

Det er stadfestet at flere kommuner har høyt utdannet arbeidskraft, og at kommunen samtidig har et godt kulturtilbud. Vi må imidlertid ikke ta for gitt at disse to forekomstene har en årsakssammenheng. La oss ta for oss den første hypotesen om at høyt utdannede etterspør mye kultur. Selv om en kommune har et godt kulturtilbud og en høyt utdannet befolkning, er det ikke gitt at det er utdanningsnivået som fører til det gode kulturtilbudet. Det kan være historiske hendelser og geografisk plassering som gjør at en kommune har mye kultur relativt til andre kommuner. Et godt eksempel er Røros kommune som har Bergstaden og sporene etter Røros Kobberverk oppført på UNESCOs verdensarvliste (Røros kommune, 2020). Dette gir et godt utgangspunkt for blant annet museum og turisme. Kommunen

har ligget på toppen av kulturindeksen i flere år, og oppføringene på verdensarvlisten har bidratt til dette.

Den andre hypotesen hevder at høyt utdannede blir tiltrukket av kommuner med et relativt godt kulturtilbud, som er på linje med Floridas teori. Likevel kan det være andre elementer ved kommunen som gjør at den fremstår som attraktiv for høyt utdannede. For eksempel kan være at denne kommunen har en relativt høy etterspørsel etter høyt utdannet arbeidskraft grunnet et næringsliv som krever dette.

Videre viser rapporten at både næringslivet og det offentlige i kommuner med relativt mye kultur ansetter høyt utdannede. Vi vet at bransjer som IT, forskning og utdanning krever et høyt utdanningsnivå. Hvis kommunen er dominerende innenfor disse bransjene, vil kommunen følgelig ansette høyt utdannede. Videre er sammenhengen mellom kultur og høyt utdannede fortsatt positiv når analysen korrigerer for ulikhet i næringsstruktur. Oppsummert vil utdanningsnivået i kommuner med mye kultur være høyt både på grunn av at det offentlige og næringslivet etterspør arbeidstakere med høy utdanning, men også kun fordi kommunen har et godt kulturtilbud.

For å ytterligere belyse årsaksforholdet mellom utdanningsnivå og kultur, har rapporten sett på utdanningsnivået til arbeidstakere som pendler til andre kommuner for å jobbe. Det viser seg at jo høyere kulturindeksen til kommunen er, jo flere høyt utdannede pendler til andre kommuner for å jobbe. Dette kan tyde på at det er ikke jobben som får arbeidstakeren til å bosette seg i kommunen, men det gode kulturtilbudet. Derimot er det en svakere sammenheng mellom arbeidstakere med høy utdanning som pendler inn til en kommune med en høy skår på kulturindeksen. Dette peker videre i retning av at personer med høy utdanning ønsker å bo i en kommune med et godt kulturtilbud.

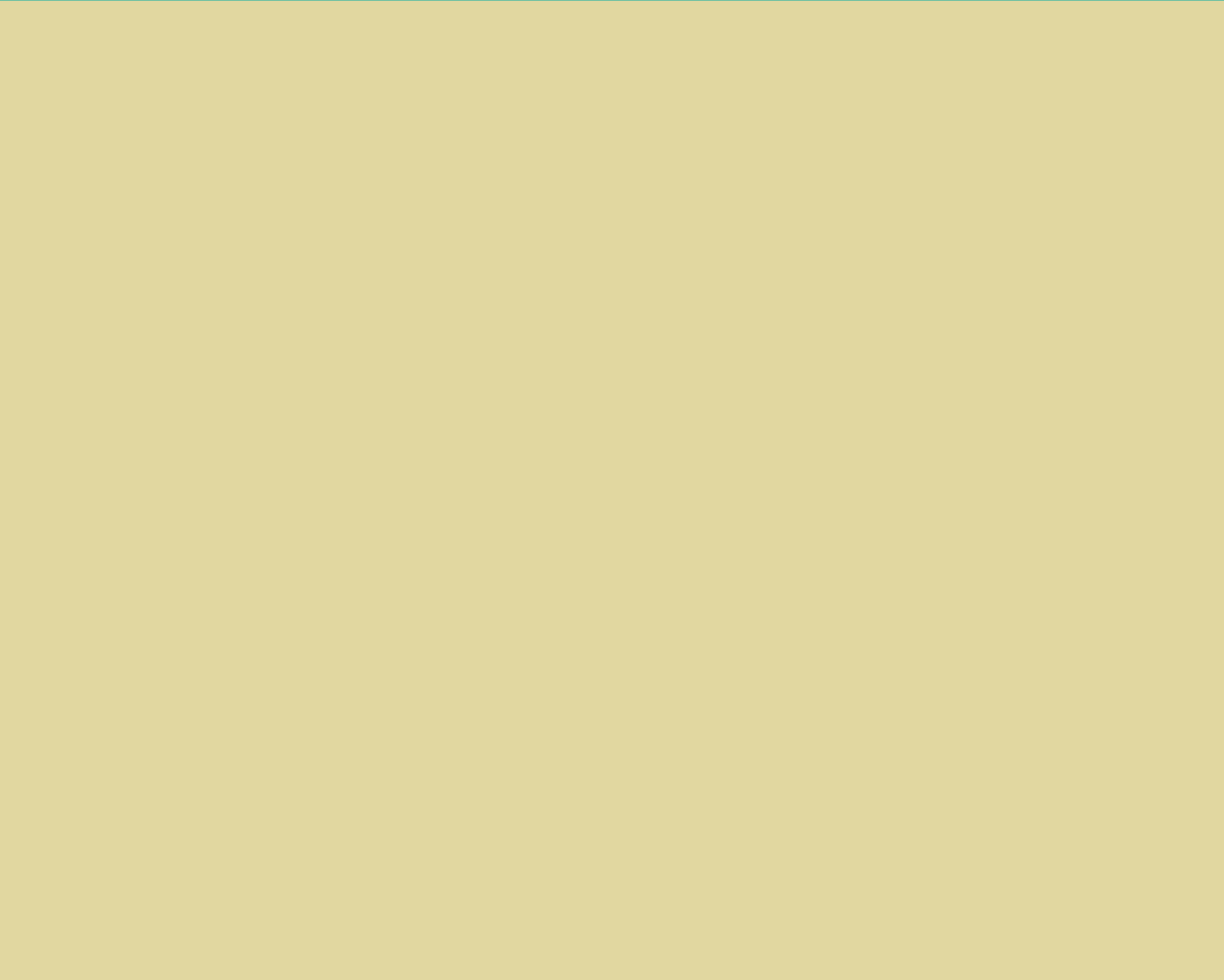
Rapporten laget av Telemarksforskning lar oss se på hvordan kultur kan ha en påvirkningskraft på utdanning og tilflytting. Høy utdanning og høy skår på Telemarksforskningens kulturindeks korrelerer, og rapporten har sett på både

pendlere og næringsstruktur i håp om å belyse årsaksforholdet. Det kan tyde på at kultur kan påvirke hvor høyt utdannede ønsker å bo. Likevel må en ta høyde for at andre faktorer som sosial omgangskrets og familie kan være mer utslagsgivende i å forklare hvorfor folk bosetter seg som de gjør, og at kultur ikke spiller den mest avgjørende rollen.

5.6 Avsluttende merknader om fotavtrykket til kulturnæringen

Det er vanskelig å bevise at kultur har en effekt på samfunnet utover økonomiske ringvirkninger. Likevel bruker flere norske kommuner mye penger på å tiltrekke tilflyttere med kultur, i tråd med Ricard Floridas teori. Når vi ser på hvordan Telemarksforskning måler kultur, viser det seg også å være problematisk å måle kultur, og det er vanskelig å finne den optimale måten å gjøre dette på.

Selv om det er vanskelig å måle og bevise kulturens effekt på samfunnet, betyr ikke det at effekten ikke eksisterer. Det er likevel en stor grunn til å satse på kultur som dette kapitlet ikke har gått inn på, nemlig kulturens egenverdi. Kulturens mulige bieffekter, som økt tilflytting og sysselsetting, kan komme som en positiv bonus.



Kapittel 6

Teoretisk grunnlag

Teoretisk grunnlag

Ringvirkningsanalyse av kultursektoren er et samfunnsregnskap som estimerer summen av ulike økonomiske virkninger knyttet til selve sektoren innenfor et avgrenset område. Direkte virkninger står for den direkte verdiskapningen innenfor selve sektoren. Koblingsvirkninger oppstår når det genereres økonomisk aktivitet som kjøp av varer og tjenester mellom ulike sektorer. De induserte virkningene tar analysen et steg videre og estimerer hvordan økt privat konsum sprer seg utover i resten av den lokale økonomien.

6.1 Innledning

Denne formen for ringvirkningsanalyser ble først tatt i bruk for å estimere turistnæringens verdiskapning. Etter hvert ble det et godt benyttet verktøy til å tallfeste kunst og kultur sin virkning på ulike økonomiske faktorer, som for eksempel verdiskapning og sysselsetting. Det er et omdiskutert tema om hvilken tilnærming som er best egnet til å estimere verdien av kunst og kultur, eller verdien av et godt kulturtilbud. Klamer (2002) skriver at kunst er «... multidimensjonalt, ustabilt, mangler en felles måleenhet og inneholder elementer som ikke enkelt lar seg uttrykke ved bruk av kvantitativ eller kvalitativ skala». Det er derimot ofte slik at kulturaktiviteter medfører høye kostnader som kan være vanskelig å forsvare bedriftsøkonomisk. Det er derfor nødvendig og «viktig å legitimere virksomheten ved å synliggjøre de positive ringvirkningene som følger med slike aktiviteter» (Kjærland, Mathisen & Solvoll, 2012). Slike beregninger fanger opp den fulle effekten av hvordan ulike attraksjoner, eller i vårt tilfelle et godt kulturelt tilbud, kan bidra til det vi kaller den generelle «økonomiske helsen» i nærmiljøet (Crompton, 2010).

Grunnlaget for ringvirkningsanalyser sektoren er nettopp den bredere sammenhengen mellom virksomhetene, deres kjøp av varer og tjenester hos underleverandører i verdikjeden, ansatte og eiere sitt private konsum av varer og tjenester. I tillegg har vi publikumforbruk fra tilreisende utenfor det studerte området som tilfører nye penger til den lokale økonomien, både til kultursektoren og andre sektorer.

Det er flere mulige fremgangsmåter og underliggende antagelser ved slike analyser. Dette kapitlet tar for seg metoden bak en slik ringvirkningsanalyse. Vi ser på sentrale forutsetninger og utfordringer ved en slik analyse, og gjør rede for de ulike økonomiske begrepene.

6.2 Økonomisk Verdiskapning

Det vi mener med verdiskapning er det totale bruttoproduktet til kultursektoren og bør ikke forveksles med den totale omsetningen til sektoren. Bruttoproductet er den merverdien som kommer av kultursektoren sin tilstedeværelse i det aktuelle området og er en direkte virkning. Vi beregner verdiskapningen til kultursektoren ved å se på lønnsutgifter og driftsresultat i regnskapet til de enkelte virksomhetene. Beregningen av den totale omsetningen i sektoren inkluderer kryssløpsvirkninger, ofte også kalt indirekte virkninger, som vi finner ved å se på driftskostnader fratrukket lønnskostnader i regnskapet. Offentlig støtte og eventuell annen støtte fra private aktører vil naturligvis også bidra til økt omsetning.

Det er viktig å påpeke at ringvirkningsanalyser er et samfunnsregnskap som ikke må forveksles med samfunnsøkonomisk lønnsomhet. Lønnsomhet er oftest beregnet ved hjelp av nytte-kostnadsanalyser som inkluderer alle målbare effekter, både positive og negative, mens ringvirkningsanalyser ikke inkluderer mulige negative effekter. Hvis den sammenlagte kroneverdien av alle effektene er positiv sier vi at virksomheten er samfunnsøkonomisk lønnsom (Finansdepartementet, 2005). Formålet med dette er å kartlegge om befolkningens betalingsvillighet for virksomheten overgår kostnadene for driften av virksomheten. Denne metoden estimerer for eksempel ikke effekten av nye penger i økonomien slik som ringvirkningsanalyser.

6.2.1 Ringvirkninger

Ringvirkninger er ikke under definisjonen verdiskapning, men er en viktig faktor når vi skal estimere verdien ulike næringer har for samfunnet rundt. Disse virkningene bygger på prinsippet av at et initialt innskudd av penger i økonomien har multiplikatoreffekter utover i verdikjeden med avtagende kraft. De totale ringvirkningseffektene er summen av det vi kaller kryssløps- og induserte virkningene. De induserte virkningene estimeres ved bruk av en multiplikatormodell hvor størrelsen på multiplikatoren vil være avhengig av størrelsen på det geografiske området.

Kunst- og kulturarrangement tiltrekker seg dessuten tilreisende som ikke er bosatt innenfor det studerte området. Forbruket til denne gruppen besøkende er innskudd av nye penger i den lokale økonomien. Dette forbruket går ikke kun direkte til kulturnæringen (i form av billettsalg osv.), men en del av forbruket vil bli brukt på varer og tjenester innen andre sektorer fordi kulturnæringen ikke klarer å dekke hele den økte etterspørselen. Dette kaller vi for positive eksternaliteter og er en nødvendig tilleggsberegning i estimeringen av de fullstendige ringvirkningseffektene knyttet til kultursektoren. Grunnlaget for beregningen av alle de ulike ringvirkningene er kulturnæringen sitt kjøp av varer og tjenester lokalt sammen med kulturtilreisende sitt forbruk innenfor området.

6.2.2 Multiplikator

Multiplikatoren er et uttrykk for hvor mye den aggregerte produksjonen eller inntekten i et område øker når det blir tilført en ekstra krone. Vi kan forklare multiplikatoreffekten ved å se på hva som skjer når økt aktivitet og etterspørsel øker inntekten til de ansatte i en sektor. Denne økte inntekten vil føre til en økning i etterspørsel av konsumgoder både lokalt og utenfor lokalområdet. Økningen i etterspørsel av konsumgoder i en sektor vil også føre til en økning i produksjon av varer og tjenester i andre sektorer, og dermed øke lønnen til ansatte i disse sektorene. Videre vil denne økningen i lønninger øke privat konsumetterspørsel blant ansatte i disse sektorer. Slik vil etterspørselsvirkningene fortsette utover i økonomien med avtagende kraft.

Størrelsen på multiplikatoren vil ofte reflektere størrelsen på den geografiske avgrensningen (Crompton, 2010). Et mindre område vil sannsynligvis ha en større andel arbeidskraft som ikke er fra lokalområdet. Det vil si at en større andel av kaken utbetales til aktører som videre bruker denne økte inntekten utenfor regionen. Med andre ord betyr det at ringvirkningseffektene av dette videre forbruket ikke skjer innenfor det studerte området. I kapittel 4 kan man lese om valg av multiplikator brukt i estimeringen av ringvirkninger brukt i denne rapporten.

6.3 Økonomiske virkninger

Vi skiller mellom tre ulike hovedkategorier økonomiske virkninger som kulturgoder kan ha for samfunnet; konsumentoverskudd, langsiktige virkninger og kortsiktige virkninger (Seaman, 2003). Konsumentoverskudd, også kalt brukernytte, er differansen mellom betalingsvilligheten til konsumenten for en vare eller tjeneste og prisen konsumenten faktisk betaler for denne. Langsiktige virkninger kan være at regionen med tiden blir mer attraktiv som følge av et godt kulturtilbud. Dette kan for eksempel føre til økte investeringer i området eller tiltrekke seg flere innbyggere, og dermed arbeidstakere, som ønsker å bosette seg i område fordi det har et godt kulturtilbud. De kortsiktige virkningene vil være den økte økonomiske aktiviteten i regionen som er et direkte følge av at kulturtilbudet genererer tilstrømming av penger inn i regionen. Virkninger som dette baserer seg på to viktige antagelser. Underleverandører må være i stand til å imøtekomme den økte etterspørselen og at leverandører har tilgang til ressurser som er nødvendige i produksjonen.

Nedenfor er en kort oversikt over begrepsdefinisjoner på de ulike økonomiske virkningene.

6.3.1 Direkte virkninger

Den direkte effekten er de driftsavhengige virkningene i sin helhet, som lønn til de ansatte, utbytte til eiere og skatt og avgifter til myndighetene (Kjærland et al 2012). Direkte virkninger er all økonomisk verdiskaping som tilstedeværelsen av foretakene i kultursektoren står for.

For å estimere de direkte virkningene må vi kartlegge verdiskapingen til alle virksomhetene inkludert i kultursektoren.

6.3.2 Kryssløpsvirkninger

Produksjonen av varer og tjenester i en sektor vil ofte være avhengig av varer og tjenester fra andre sektorer. Kryssløpsvirkninger er den økte etterspørselen kulturnæringen står for hos lokale underleverandører. Denne etterspørselen fører til økt produksjon og lønninger i disse sektorene.

6.3.3 Induserte virkninger

Induserte virkninger estimerer størrelsen på pengestrømmen et steg videre i økonomien. Økte lønninger til de ansatte og utbytte til eiere i de ulike sektorene vil øke deres private konsumetter-spørsel. En del av dette brukes videre på ytterligere varer og tjenester i området. Vi kan estimere induserte virkninger for både bruttoprodukt, kryssløps- og koblingsvirkninger ved bruk av en tilpasset multiplikator.

6.3.4 Koblingsvirkninger

Dette er den økonomiske aktiviteten generert av publikum som kommer utenfra og som ikke hadde vært i området hvis de ikke hadde deltatt på et kulturarrangement. Tilreisende har ofte behov for både transport, overnatting, mat osv. Dette er etterspørsel kultursektoren ikke klarer å dekke alene. Det oppstår dermed økt etterspørsel i andre sektorer som følge av dette. Dette blir som tidligere nevnt kalt positive eksternaliteter. For en helhetlig oversikt over kulturnæringens ringvirkninger må vi ta med slike positive eksternaliteter.

6.3.6 Katalytiske virkninger

Katalytiske virkningene prøver å estimere hvor mye «næringens eller bedriftens virksomhet påvirker andre bedrifters lokaliseringvalg (Kjærland et al. 2012). Beregningen av denne typen økonomiske virkninger vil derimot være vanskelig å gjennomføre.

6.4 Rammeverk for ringvirkningsanalyse

Det er viktig å avklare et godt rammeverk med klare antagelser i forkant av analysen. Nedenfor redegjøres det for de sentrale metodiske forutsetningene for en ringvirkningsanalyse.

6.4.1 Avgrensning av Næring

For å estimere verdien av noe må vi først definere hva det er vi prøver å verdsette. Kunst og kultur kan være vanskelig å definere og det er derfor ingen allmenn definisjon som kan brukes. Derfor har vi i denne rapporten valgt en avgrensning ved å se på hvilke næringer som hører til kultursektoren, mer bestemt hvilke NACE-koder analysen skal omfatte. I appendiks I finner en hvilke næringskoder (NACE-koder) vi har valgt å inkludere. For en mer omfattende definisjon jamfør definisjonen fra kapittel 1.

6.4.2 Geografisk Avgrensning

Den geografiske avgrensningen kan være både på et nasjonalt, regionalt eller kommunalt nivå. Størrelsen på den geografiske avgrensningen vil gi to ulike utslag som kan være avgjørende for resultatet. På den ene siden vil et mindre geografisk område inkludere en større andel av publikum som kulturtilreisende. Samtidig vil denne innsnevringen redusere størrelsen på multiplikatoren fordi et mindre område vi ha høyere importbehov. Hvis en velger å studere et større område vil antall lokalbaserte bedrifter øke og på denne måten får vi mindre lekkasje ut av området. Det vil derimot inkludere flere av de besøkende som lokale gjester.

6.4.3 Publikums forbruk

Den viktigste faktoren i beregningen av publikumsforbruket er å skille mellom forbruket til lokale gjester og tilreisende gjester fra utenfor området. Lokale innbyggere som ikke velger å delta på kulturarrangement hadde mest sannsynlig brukt pengene på varer og tjenester i lokalområdet ved en annen anledning. Crompton, Lee og Shuster (2001) har videre utarbeidet en inndeling av de tilreisende publikummerne som består av tre ulike grupper: (1) Time-switchers: Dette er den andelen av tilreisende som har tilpasset besøket sitt slik at de kan delta på kulturarrangementet, men som hadde reist til området uansett. (2) Casuals: Dette er andelen tilreisende som tilfeldigvis velger å delta på kulturarrangementet, men som er i området av andre grunner. (3) Den siste gruppen er tilreisende som er i området utelukkende fordi de skal delta på et kulturarrangement. Deres forbruk er det vi regner som innskudd av nye penger i økonomien. I denne rapporten definerer vi denne gruppen som kulturtilreisende, det står mer spesifikt om dette i kapittel 3 av rapporten. De to førstnevnte gruppene tilreisende bør ikke inkluderes i estimeringen av ringvirkningseffekter. Dette er tilreisende som hadde kjøpt varer og tjenester i lokalområdet uavhengig av arrangementet. Casuals som velger å bli igjen i regionen i etterkant av opprinnelig opphold for å delta på kulturarrangementet bør være med i beregningen av besøkendes totalforbruk.

Det er to tilfeller hvor det kan argumenteres for at en andel av de lokale gjestene sitt forbruk knyttet til arrangement kan tas med i den totale beregningen av publikumsforbruk (Crompton, 2010). Først er det gjeldene for lokale besøkende som ellers hadde dratt ut av området om det ikke hadde vært for at de ønsket å delta på kulturarrangementet. Vi kan altså regne dette som nye penger fordi dette er penger som ellers hadde blitt brukt utenfor området. Det andre tilfellet er når den geografiske avgrensningen gjør det vanskelig å definere hvem som inngår som lokal besøkende. Når vi studerer et større geografisk område kan vi velge om vi ønsker å avgrense de lokale gjestene innenfor en by, kommune eller et fylke. Når det blir vanskelig å definere klart hvem som er lokale innbyggere, så kan man vurdere om en del av dette forbruket skal inngå i beregningen av det totale publikumsforbruket. I vår rapport er alle deltakerne kategorisert ut fra kommunen vedkommende er bosatt i.

6.4.4 Lekkasje

Det er ikke alt av den økte økonomiske aktiviteten knyttet til kulturarrangementet som kommer lokalsamfunnet til gode. Det vil ofte være slik ved kulturarrangement at en del varer og tjenester ikke vil være fra nærområdet og må derfor regnes med som import. Det er dette som menes med lekkasje. For å beregne denne lekkasjen må vi ha oversikt over hvor stor andel av lønninger og andre varekostnader som går til aktører utenfor regionen. Hvis ikke det er mulig å få tak i tall på dette kan det inkluderes en importrate for hver sektor basert på innhentet data fra hver av disse sektorene. Vi må dessuten i denne rapporten er det brukt tall fra SSB som er regnet ut fra selsettingstall og pendlertall (2019). Skatter og avgifter som går til det offentlige utenfor regionen bør gjøres rede for som lekkasje (i denne rapporten er vi bort fra den sistnevnte formen for lekkasje). Se kapittel 4 i rapporten for en mer detaljert forklaring.

Størrelsen på den geografiske avgrensningen vil påvirke omfanget av lekkasje som må regnes med. Et mindre geografisk område vil for eksempel ha større vanskeligheter med å dekke den økte etterspørselen etter arbeidskraft ved større arrangementer. Det vil derfor være nødvendig med en større andel arbeidskraft som kommer utenfor lokalområdet. Det betyr at alt av lønninger eller andre former for utbetalinger knyttet til dette forsvinner ut av den lokale økonomien. Med andre ord er dette penger som ikke skaper ringvirkninger slik vi definerer dem innenfor området vi ønsker å studere. En del av dette kan likevel tenkes at aktørene bruker i nærmiljøet under selve arrangementet. Det vil si at en liten andel av dette mest sannsynlig ikke forsvinner i lekkasje.

6.4.5 Datainnsamling

Selv med klare forutsetninger og antagelser for analysen vil innsamling av tilstrekkelig med datamateriale ofte bli en lang og komplisert prosess. Det meste av bedrifts- og samfunnsregnskap er tilgjengelig enten via bedriftens årsmeldinger eller fra offentlig rapporterte tall. Når tilstrekkelig med datamateriale som dette ikke er tilgjengelig for en utfyllende analyse vil det være nødvendig med ytterligere datainnsamling direkte fra publikum og virksomhetene. Dette kan gjøres ved ulike surveys eller intervjuer, ofte på stedet med primærkilden. På denne måten kan man innhente den nødvendige informasjonen angående billettsalg, forbruk og vare- og tjenestehandel innenfor og utenfor regionen. Stynes og White (2006) foreslår ulike utgiftskategorier som bør inkluderes i slike spørreundersøkelser. Det er kategorier som blant annet transport, overnatting, mat og drikke, underholdning, suvenirer og andre produkt. En slik undersøkelse bør i tillegg kartlegge lengden på oppholdet og gjennomsnittlig forbruk per besøkende per dag. Undersøkelser sendt til bedrifter som ikke er regnskapspliktig bør inkludere omsetning, lønnskostnader og utgiftsfordelingen av varer og tjenester både lokalt og utenfor regionen.

Slik datainnsamling baserer seg på at respondentene svarer oppriktig og så presist som mulig. Det vil si at undersøkelsen er avhengig av at respondentenes hukommelse knyttet til eget forbruk stemmer med faktisk forbruk. Det er mulig at respondentene i etterkant over- eller underestimerer eget forbruk. Selv om det finnes andre metoder for denne typen datainnsamling, eksempelvis Tourism Satellite Accounts (TSA), vil en direkte spørreundersøkelse være den beste fremgangsmåten for en mest mulig nøyaktig estimering av forbruk (Saayman, 2014).

Aggregerte besøkstall kan være en metodisk utfordring fordi besøksdata fra de ulike arrangørene ikke alltid er lett tilgjengelig. Selv når denne informasjonen er tilgjengelig vil det være problematisk å sile ut eventuell «overlapping». Dette problemet oppstår for eksempel med billettsalg til festivaler hvor en besøkende deltar på flere ulike enkeltarrangement, eller i tilfeller med gratisarrangementer hvor besøkstall er vanskelig å stadfeste. Ericsson (2003) foreslår en løsning hvor det aggregerte billettsalget reduseres med faktoren for gjennomsnittlig arrangementsbesøk per person. På denne måten kan vi estimere den reelle populasjonen for ulike kulturarrangement. For å unngå skjevheter i datagrunnlaget er det viktig at selve utvalget er representativt for hele gruppen besøkende.

6.5 Diskusjon av metode

En del av kritikken mot denne typen ringvirkingsanalyser er at den ikke tar stilling til eventuelle negative virkninger (Crompton, 2006). Modellen som brukes i slike analyser er kun beregnet for å kartlegge de positive bruttovirkningene og tar ikke hensyn til eventuelle negative eksternaliteter som kan være av betydning. Store kulturarrangementer kan skape press på lokalområdet både i form av slitasje, støy, forurensning og trafikk.

Ved større kulturarrangement kan det i tillegg oppstå det vi kaller fortrenningsvirkninger. Dette betyr at en eller flere sektorer ikke klarer å møte den økte etterspørsel knyttet til kulturarrangementet samtidig med den normale etterspørselen i samme periode. Et eksempel på en slik fortrenning kan være når hotellnæringen ikke har tilstrekkelig kapasitet til alle som ønsker overnatting (kulturarrangementet kolliderer med en ellers høy etterspørsel på dette tidspunktet). Siden man ikke estimerer for slike mulige fortrenningsvirkninger, så kan man heller ikke si med sikkerhet at arrangementet ikke fortrenger en mulig høyere omsetning for lokalsamfunnet ved å arrangeres.

Mye av kritikken baserer seg på at det ikke er en standard og ensformet metodikk som brukes i utformingen av slike analyser, noe som gjør metoden sårbar for manipulasjon. Manipulasjon av multiplikator i tidligere rapporter har vært mye av årsaken til mistroen til ringvirkningsanalyser (Crompton, 2010). Feil valg av størrelsen på multiplikatoren kan gi grove over- eller underestimeringer av de faktiske ringvirkningseffektene. Det er dessuten viktig å ha i bakhodet at ringvirkningsanalyser som dette ikke gir nøyaktige svar, og bør derfor heller sees på som nøye beregnede estimer. Dette er fordi det kan være vanskelig å få samlet inn pålitelig informasjon fra de ulike respondentene. Det kan medføre at man baserer resultatene på beregninger som er utformet på mangelfull data eller feilkilder. Feil i datagrunnlag kan skje av flere årsaker (Seaman, 2003). Dette kan være å inkludere lokalbefolkningens forbruk i beregningen av det totale publikumsforbruket, ikke skille forbruket til kulturtilreisene fra andre besøkende som kommer utenfra regionen eller en ikke tar hensyn til lekkasje.



Appendiks

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

Appendiks I

Data og beregninger

Rapporten er laget ut ifra flere kilder

1. Spørreundersøkelse til publikummere som kjøpte en billett via Ticketmaster til et kulturarrangement Hordaland i 2019.
2. Spørreundersøkelse til 929 virksomheter i kunst og kultursektoren for å supplere med data hentet fra Proff Forvalt.
3. Regnskaps- og organisasjonsdata for alle virksomheter som faller inn under avgrensningen av kunst- og kultursektoren hentet fra Proff Forvalt.
4. Nøkkeltall fra SSB.

Avgrensning av sektoren

Kunst- og kultursektoren er definert innenfor følgende næringskoder (NACE-koder).

Tabell A.1

Kode	Beskrivelse
18.200	Reproduksjon av innspilte opptak
58.110	Utgivelse av bøker
58.190	Forlagsvirksomhet ellers
58.210	Utgivelse av programvare for dataspill
59.110	Produksjon av film video og fjernsynsprogrammer
59.140	Filmframvisning
59.200	Produksjon og utgivelse av musikk- og lydopptak
74.903	Impresariovirksomhet
85.521	Kommunal kulturskoleundervisning
85.522	Undervisning i kunstfag
85.521	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

90.020	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
90.035	Selvstendig kunstnerisk virksomhet innen blogging
90.039	Selvstendig kunstnerisk virksomhet ikke nevnt annet sted
90.040	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
91.030	Drift av historiske steder og bygninger steder og bygninger og lignende severdigheter

I tillegg til dette har vi inkludert Grieghallen som er registrert under næringskoden 68.209 Utleie av egen eller leid fast eiendom ellers. Dette er på grunnlag av at Grieghallen er en viktig aktør i Bergen og omegns kulturliv.

Uttrekket av selskap ble gjort gjennom tjenesten Proff Forvalt, som igjen henter ut informasjon fra Brønnøysundregisteret og Statistisk sentralbyrå.

Publikumsundersøkelse

En publikumsundersøkelse ble sendt ut på vegne av Kultur Vest og Bergen Næringsråd via Ticketmaster. Undersøkelsen ble sendt ut til alle som har sagt seg villig til å motta slikt innhold fra Ticketmaster. Hensikten ved å sende ut undersøkelsen via Ticketmaster var å nå et så bredt spekter av arrangementer som mulig, i og med at Ticketmaster er en av de største plattformene for billettsalg i Norge.

Den ble sendt ut til 53 908 e-post adresser og vi mottok 2048 svar på undersøkelsen. Dette utgjør en svarprosent på 3,8 %. Undersøkelsen var aktiv mellom 23. september og 29. oktober 2020 og ble sendt ut på e-post til alle publikummere som deltok på arrangementer på lokaler som Ticketmaster selger billetter til.

I Bergen kommune selger Ticketmaster billetter til arrangementer i følgende lokaler: Grieghallen, Ole Bull Scene, Ricks Teater, Lille Ole Bull, USF Verftet, Åsane kirke, Håkonshallen, Johanneskirken, Kvarteret, Korskirken, Vaske-riet, Landmark, Ricks-kjelleren, Åsane kulturhus, Heidi's Bier Bar, Forum Scene, Bergenhus Festning, Dyvekes vinkjeller, Madame Felle, Bradbenken Kai, Alvøen Hovedbygning og Det Vestlandske Teatersenter.

Videre ble følgende lokaler utenfor Bergen inkludert: Kilstraumen Brygge i Austrheim, Fiskerikaien i Austevoll, Oseana Os Kunst og Kultursenter, Knarvik kyrkje, Skjold kirke i Rådal,

Bremnes kyrkje i Bømlø, Mobryggja i Modalen, Old River Saloon i Etne og Solsvik Kai, Fjell Kyrkje og Landro kyrkje i Øygarden.

Den lave svarprosenten kan skyldes flere begrunnelser som vi kan se for oss, men ikke stadfeste. For det første ble undersøkelsen sendt ut til et rikelig antall e-poster. E-postene er registrert på Ticketmasters nettsider når en oppretter brukerkonto og kjøper billetter, og det kan være flere brukere som mottar slike e-poster fra Ticketmaster i søppelpost. Videre kan det skyldes at publikummere som mottar e-posten har deltatt på et arrangement som ikke omhandler kultur på overnevnte lokaler og derfor ikke er interessert i svare på undersøkelsen. E-poster er i tillegg lettere å ignorere enn om vi for eksempel hadde møtt opp på arrangementet og spurt deltakende der.

Publikumsundersøkelsen tjener hovedsakelig tre formål. Den skal skille tilreisende og lokale publikummere. Videre betyr dette at vi skiller publikummere som er tilreisende kun på grunn av et kulturarrangement, og tilreisende som reiser av andre årsaker. Vi har derfor spurt hvor respondentene bodde under reisen og hvorfor de reiser. Reiser respondentene kun for å delta et kulturarrangement, eller reiser de først og fremst for å besøke familie og venner, og drar på et kulturarrangement som en bieffekt?

Publikumsundersøkelsen skal også kartlegge hvor mye penger besøkende legger igjen når de deltar på et kulturarrangement. Derfor har vi bedt publikummere om å estimere deres forbruk utover billettprisen på kulturarrangementet. Tilreisende publikummere har i tillegg blitt bedt om å oppgi antall overnattinger og hvor mye penger de brukte på overnatting. Om tilreisende drar for kun å delta på et kulturarrangement, er ideen at alt lokalt forbruk fra tilreisende kan tilskrives dette arrangementet. De ble tillegg bedt om å oppgi hvor mange personer som er omfattet av beløpet de oppgir som forbruk i tillegg til billettprisen.

Vi har ikke bedt publikummerne skille forbruket sitt mellom ulike kategorier, så vi har ikke mulighet til å vite hvilke deler av det lokale næringslivet som har dratt best nytte av

tilreisenes forbruk. Vi var opptatt av at undersøkelsen ikke skulle være for vanskelig for publikummere å svare på. Om undersøkelsen hadde krevd for mye av respondentene ville vi risikert å motta flere mangelfulle svar grunnet at undersøkelsen hadde fremstått som en for stor oppgave for publikummerne å utføre.

Målet har vært at utvalget skal være så tilfeldig som mulig, men vi har registrert at 81 % av alle respondentene bodde hjemme under kulturarrangementene de deltok på, som innebærer at mesteparten av respondentene er fra Bergen og omegn. Likevel kan det tenkes som naturlig at de fleste drar på et kulturarrangement nær sitt bosted. Vi har antatt at publikummerne som har svart på spørreundersøkelsen er representative for alle publikummere.

Estimering av ekstraforbruk

For å estimere ekstraforbruk har vi først sett på fordelingen av kulturtilreisende fra Hordaland og utenfor Hordaland for hvert lokale, samt sett på andelen som overnatter på hotell. For hvert lokale som vi fant fordelingen på så ganget vi opp andelen publikummere med det gjennomsnittlige forbruket vi fant i undersøkelsen. Dette gjorde vi fordi vi ikke hadde en høy nok andel til å gi oss et godt bilde av kulturtilreisende sitt forbruk for hvert lokale.

Vi så oss derfor nødt i å ta gjennomsnittsforkbruket vi fant som var gjennomsnittet av den summen oppgitt i undersøkelsen delt på det gjennomsnittlige antall personer som forbruket gjaldt og delt på et vektet gjennomsnitt av antall dager kulturtilreisende overnattet i Bergen. Dette gjaldt også forbruket knyttet til overnatting på hotell, hvor vi også kun brukte den gjennomsnittlige hotellprisen som ble oppgitt i undersøkelsen. Hotellprisen fant vi ved å spørre om hvor mye de anslo sitt reisefølge brukte per natt og hvor mange personer dette beløpet omfattet.

Siden vi har brukt kun det gjennomsnittlige forbruket for både overnatting og andre varer og tjenester vil forbruket vi får for hvert lokale kunne gi oss for høye eller for lave tall avhengig av hvordan det faktiske forbruket er for

kulturtilreisende ved hvert lokale. Vi mener derimot at det samlede forbruket vi får for Bergen gir et godt bilde over det faktiske beløpet som blir lagt igjen, selv om dette beløpet blir for lavt i forhold til hva som faktisk blir lagt igjen.

Grunnen til at vi tror vi får et lavere beløp enn det som kulturtilreisende legger igjen er fordi vi mangler det totale antallet billetter solgt i kultursektoren i Bergen, vi har derfor valgt å kun se på billettsalget til de kultur- og konsertscene vi har valgt samt å legge til antallet kinobilletter solgt samlet i 2019. Dette gjør at vi går glipp av en rekke viktige scener samt festivaler som tiltrekker seg kulturtilreisende som Koengen, Bergenfest, Hulen, Kvarteret, osv. Dette gjør at det samlede billettantallet vi får for Bergen er lavere enn det faktiske antallet solgte billetter.

For sektorer undersøkelsen vår ikke dekker grundig nok så har vi valgt å bruke tidligere undersøkelser som hr blitt utført, men justert resultatene i henhold til inflasjon. Dette gjorde vi for kinosektoren i Bergen hvor vi brukte studiet "Kino i Sentrum. En studie av kinoens betydning for sentrumskjernen i Bergen" av Dahle et al. (2012). For å finne forbruket for kulturtilreisende i Hordaland utenom Bergen hvor vi brukte fordelingen og forbruket som "Kultur, Kroner, og Kreativitet" av Dahle et al. (2013).

Spørreundersøkelse til kunst- og kulturvirksomheter

For å supplere med data hentet fra Proff Forvalt var det behov for å sende ut en spørreundersøkelse til kulturvirksomheter i Bergen. Denne undersøkelsen ble sendt ut til et tilfeldig uttrekk av 8481 virksomheter. Vi hadde likevel som hensikt å gjøre uttrekk innenfor alle typer virksomheter; aksjeselskap, enkeltmannsforetak, stiftelse, samvirkeforetak, norskregistrert utenlandsk foretak, kommunalt foretak, forening/lag/innretning og ansvarlig selskap med delt og solidarisk ansvar. Virksomheter, foreninger og lag er inkludert fordi ved å utelate denne gruppen risikerte vi å utelukke aktører som for eksempel Vossa Jazz.

Vår intensjon med undersøkelsen var først og fremst å sende ut undersøkelsen til enkeltmannsforetak siden disse virksomhetene ikke er pliktig å levere regnskap til Brønnøysundregisterne. Videre sendte vi også ut til andre typer virksomheter nevnt ovenfor for å

- kartlegge hvordan virksomhetenes vare- og tjenestekjøp er fordelt på henholdsvis Bergen, Hordaland utenfor Bergen og Norge utenfor Hordaland.
- kartlegge støtte mottatt fra kommune, fylkeskommune, stat og private aktører.
- få en oversikt over hvordan virksomhetene estimerer koronapandemiens innvirkning på deres virksomhet.
- supplere med tall fra Proff Forvalt med spørsmål om lønnsutgifter.

Undersøkelsen ble sendt ut til 929 av disse virksomhetene. Vi mottok 313 svar, som gir en svarprosent på 33,7 %. Tall for selskap som ikke svarte på undersøkelsen er ment å være representert ved virksomhetene som svarte på undersøkelsen. Likevel har vi mottatt for få svar fra enkeltmannsforetak om deres kostnader og inntekter til å la dette representere alle enkeltmannsforetak i Hordaland fylke for 2019. Dette vil være en svakhet ved analysen da en stor del av foretakene i Hordaland fylke er enkeltmannsforetak og derfor vil ikke dette være en del av våre estimater.

Responser på spørsmålene om koronapandemien og om offentlig og privat støtte virksomhetene mottok vil kunne skape et representativt bilde av hvor mye støtte kulturvirksomheter i Hordaland mottok i støtte i 2019 og hvordan virksomhetene vurderer innvirkningen av koronapandemien.

Det er ikke alle ikke-regnskapspliktige som er aktive, og dette er fordi de ikke er nødt til å melde fra til Brønnøysundregisteret når virksomheten ikke er aktiv. Dette betyr at vår undersøkelse kan være sendt ut til virksomheter som ikke er aktive, og som derfor ikke har svart. En kan heller ikke forutsette at antall registrerte selskap er det samme som antall aktive selskap.

Estimering av offentlig og privat støtte

Respondentene på undersøkelsen ble bedt om å estimere hvor de mottok i støtte i 2019. De skulle i tillegg skille på om hvem de mottok støtten fra, for eksempel offentlige aktører som stat, fylkeskommune og kommune eller private aktører. Vi har delt foretakene som svarte på vår undersøkelse inn i to grupper basert på støtten de mottar.

Gruppe 1 som består av de største aktørene i kulturlivet og er de som mottar mest støtte. Gruppe 1 definerer vi som "større institusjoner" i kapittel 2 og omfatter virksomhetene

- Musikkelskapet Harmonien
- Festspillene
- Bergen Nasjonale Opera
- Det Vestnorske Teateret (Hordaland teater i 2019)
- KODE Kunstmuseer og komponisthjem
- Bergenstriennalen AS
- Edvard Grieg Kor AS
- Carte Blanche AS
- USF Verftet
- Baroniet Rosendal
- Museum Vest
- Den Nationale Scene AS
- Hardanger og Voss museum
- Bymuseet i Bergen

Gruppe 2 består av kulturskoler og bibliotek. Disse virksomhetene mottar sine driftsmidler fra det offentlige.

For gruppe 1 har vi ikke gjort noen estimeringer. Vi har summert støtten de nevnte virksomhetene ovenfor mottok i 2019 ved hjelp av spørreundersøkelsen. Bedriftene som ikke svarte på undersøkelsen har vi funnet årsregnskapet til, ringt eller kontaktet på e-post.

For gruppe 2 har vi brukt tall fra SSB (KOSTRA) om kommune- og fylkesdriftsutgifter på bibliotek og kulturskoler. Vi har brukt tall fra Nasjonalbiblioteket for å se hvor mye staten bevilget i støtte til forskjellige bibliotek i 2019 (Bibliotekutvikling.no, 2020).

Vi sendte også spørreundersøkelsen ut til mindre regnskapspliktige- og ikke-regnskapspliktige foretak, men mottok for få svar til å kunne estimere støtten disse foretakene mottok i 2019.

Appendiks II

Litteraturliste

- Arkitektnytt. (2017, 2. november). *I overkant kreativ*. <https://www.arkitektnytt.no/tema/i-overkant-kreativ>
- Auno, A. M. & Sørensen, K. Ø. (2009). *Norsk reiselivs økonomiske rolle : en analyse basert på satellittregnskapet for turisme*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Belfiore, E. & Bennett, O. (2009). Researching the social impact of the arts: literature, fiction and the novel. *International journal of cultural policy : CP*, 15(1), 17-33. <https://doi.org/10.1080/10286630802322386>
- Bergen Live (2021) *Om oss* <https://www.bergenlive.no/informasjon/kontakt/> Hentet 14 januar
- Bergen Vitensenter (u.å.) *Samarbeidspartnere*. <https://www.vilvite.no/om-vilvite/samarbeidspartnere/> Hentet 21. november.
- Bibliotekutvikling.no (2020) *Statistikk for fag- og forskningsbibliotek*. <https://bibliotekutvikling.no/statistikk/forside/statistikk-for-fag-og-forskningsbibliotek/> Hentet 22. november
- Bibliotekutvikling.no (2020) *Utlysning og tildeling utviklingsmidler 2019* <https://bibliotekutvikling.no/arkiv/eldre-utlysninger-og-tildelinger/utlysning-og-tildeling-utviklingsmidler-2019/> Hentet 22. november
- Boug, P., Cappelen, Å & Eika, T. (2017). *Fiskale multiplikatorer i norsk økonomi*. Oslo: Statistisk sentralbyrå
- Cebr. (2019). *Contribution of the arts and culture industry to the UK economy (Cebr-Rapport)*. London: Arts Council England. Hentet fra https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Economic%20impact%20of%20arts%20and%20culture%20on%20the%20national%20economy%20FINAL_0_0.PDF
- Cooper, A., & Smith, P. (2005). *The Economic Catalytic Effects of Air Transport in Europe*. Eurocontrol – Experimental Centre, Oxford.
- Crompton, J. L. (2006). Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenanigans? *Journal of Travel Research*, 45(1), 67-82. <https://doi.org/10.1177%2F0047287506288870>
- Crompton, J. (2010). *Measuring the economic impact of park and recreation services*. Ashburn, VA: National Recreation and Park Association. (Research Series).
- Crompton, J. L., Lee, S. & Shuster, T. J. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research*, 40(1), 79-87.
- Dahle, M., Ryssevik, J. (2012). *Kino i sentrum. En studie av kinoens betydning for sentrumskjernen i Bergen*. (ideas2evidence-rapport 2/2012). Ideas2evidence.
- Dahle, M., Ryssevik, J., Høgestøl, A. & Nusgrave, S. (2013). *Kultur, kroner, kreativitet: Kunst- og kultursektorens økonomiske og samfunnsmessige betydning i Bergen og Hordaland* (Ideas2evidence-rapport 3/2013). Ideas2evidence.
- Dwyer, L., Forsyth, P. & Spurr, R. (2005). Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. *Journal of Travel Research*, 43(4), 351-359.
- Dwyer, L., Forsyth, P. & Spurr, R. (2006). *Assessing the Economic Impacts of Events: A*

- Computable General Equilibrium Approach. *Journal of Travel Research*, 45(1), 59-66.
- ECORYS. (2014). *Local economic impacts from cultural sector investments* (ECORYS-rapport). London: Department for Culture, Media and Sport. Hentet fra https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file
- Ericsson, B (2003): *Lokaløkonomiske virkninger av kulturfestivaler - et metodisk urent farvann*. Lillehammer: Østlandsforskning.
- Finansdepartementet (2005). *Veileder i samfunnsøkonomiske analyser*. Finansavdelingen https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/fin/vedlegg/okstyring/veileder_i_samfunnsokonomiske_analyser.pdf
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. Routledge.
- Gran, A.-B., Torp, Ø. & Theie, M. G. (2015). *Kreativ næring i Norge 2008-2014* (BI Centre for Creative Industries). Oslo: Handelshøyskolen BI.
- Grieghallen (2020) Om oss. Hentet 29. November fra <https://www.grieghallen.no/om-oss/>
- Hagevik, M. (2015). *Favoriserer generalistkommuner* Norsk kulturforum. Hentet 30. oktober fra <https://www.noku.no/sfiles/73/29/1/file/kulturindeks.pdf>
- Hatling, L. & Dahl, I. (2020). *Tilflyttings- og rekrutteringsarbeid i distriktene - en oppsummering av kunnskap*. Distrikssenteret <https://distriktsenteret.no/artikkel/tilflyttings-og-rekrutteringsarbeid-i-distriktene-en-oppsummering-av-kunnskap/>
- Kjærland, F., Mathisen, T. A. & Solvoll, G. (2012). Verdsetting av ringvirkninger: et eksempel fra kraftbransjen. *Magma – Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 12(2), 51-60.
<http://www.magma.no/verdsetting-av-ringvirkninger>
- Klamer, A. (2002). Accounting for social and cultural values. *De Economist*, 150(4), 453-473.
dx.doi.org/10.1023/A:1020146202001
- Kleppe, B. (2020). *Norsk kulturindeks 2020*. Hentet 22. oktober fra <http://kulturindeks.no/>
- Lunde, K. (2020, 12. juni). *Om Fagavdelingen for kunst og kulturutvikling* <https://www.bergen.kommune.no/omkommunen/avdelinger/fagavdeling-for-kunst-og-kulturutvikling/om-oss>
- Mangset, P. (1992). *Kulturliv og forvaltning: innføring i kulturpolitikk*. Universitetsforlaget.
- Meld. St. 8. (2018-2019). *Kulturens kraft: Kulturpolitikk for framtida* <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-8-20182019/id2620206/>
- Norsk kulturforum. (u.å.). *Norges kulturkommune*. Hentet 30. oktober fra https://www.noku.no/norges_kulturkommune/norges-kulturkommune-2019/
- Ole Bull Scene (2020) Om Ole Bull Scene. Hentet fra 29. November fra <https://www.olebullhuset.no/om-oss/>
- Ricks Teater (2020) Ricks Teater. Hentet fra 29. November fra <http://www.ricks.no/categories/ricks-teater>
- Ringstad, V. (2005). *Kulturøkonomi*. Cappelen Akademisk Forlag
- Røros kommune. (2017, 31. oktober). *Kulturindeksen* Hentet 22. oktober fra <https://roros.kommune.no/kultur-idrett-fritid/kulturkontoret/kulturindeksen/>
- Røros kommune. (2020, 11. september). *Verdensarven*. Hentet 29. oktober fra <https://roros.kommune.no/verdensarven/>
- Saayman, M. & Saayman, A. (2014). Appraisal of measuring economic impact of sport events.

- South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation, (36), 151-181.
- Seaman, B. (2003). Economic impact of the arts. A handbook of cultural economics (2nd edition). Edward Elgar Publishing
- Solbakken, M. (2016, 3. mars). *Sigdal*. Hentet 21. oktober fra <https://distriktssenteret.no/prosjektdatabase/sigdal/>
- SSB. (2020a). 07459: *Befolkning, etter region, statistikkvariabel og år* [Statistikk]. <https://www.ssb.no/statbank/table/07459/tableViewLayout1/>
- SSB. (2020b) 11817: *Kino og kinobesøk, etter region, statistikkvariabel og år*. [Statistikk] <https://www.ssb.no/statbank/table/11817/tableViewLayout1/>
- SSB. (2020c). 12061: *Kommunale kulturskoler (K) 2015 - 2019* [Statistikk]. <https://www.ssb.no/statbank/table/12061>
- SSB. (2020d). 12064: *Utgifter til kultur, grunnlagsdata, etter region, statistikkvariabel og år*. [Statistikk] <https://www.ssb.no/statbank/table/12064/tableViewLayout1/>.
- SSB. (2020e). 12362: *Utgifter til tjenesteområdene, etter funksjon og art (K) 2015-2019*. [Statistikk] <https://www.ssb.no/statbank/table/12362>
- SSB. (2018a). 10281: Resultatregnskap for personlig næringsdrivende i enkeltpersonforetak, etter hovedinntektens art 2011. [Statistikk] Hentet fra <https://www.ssb.no/statbank/table/10281>
- SSB. (2018b). 11713: Fylkesfordelt nasjonalregnskap, etter næring (F) 2008 - 2018. [Statistikk]. Hentet fra <https://www.ssb.no/statbank/table/11713>
- SSB. (2019). 11616: Sysselsatte per 4. kvartal, etter region, alder, statistikkvariabel og år. [Statistikk]. Hentet fra <https://www.ssb.no/statbank/table/11616/>
- Stynes, D. J. & White, E. M. (2006). Reflections on Measuring Recreation and Travel Spending. *Journal of Travel Research*, 45(1), 8-16.
- USF Verftet (2020) Om USF. Hentet 29 oktober fra <https://usf.no/om-usf/>
- Vareide, K. (2018). Kultur og attraktivitet. *Kunnskapsverket*, (3). <https://doi.org/https://kunnskapsverket.org/sites/default/files/KulturAttraktivitetEndeligApril2018.pdf>
- Vestland fylkeskommune. (2020). *Profesjonell kunst og kultur i Vestland* <https://www.vestlandfylke.no/kultur/kunst--og-kulturutvikling/profesjonell-kunst-og-kultur-i-vestland/>
- Det Vestnorske Teateret (2020). Om oss. Hentet 29. Oktober fra <http://www.ricks.no/categories/ricks-teater>
- Voss herad. (2020, 12. juni). *Kulturprisen for Voss herad* <https://voss.herad.no/tenester/kultur-idrett-og-fritid/kultur/kulturprisar/kulturprisen-for-voss-herad/>
- Østbye, S., Moilanen, M., Tervo, H. & Westerlund, O. (2018). The creative class: do jobs follow people or do people follow jobs? *Regional Studies*, 52(6), 745-755. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1254765>

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