

Ekonomisk forskning visar: kulturen är värd mer än det vi betalar

Nyhet: 2012-12-17

Vad är värdet av ett museum, konserthus eller en festival? Man kan mäta vilket värde exempelvis en musikupplevelse på konserthuset skapar – men även blotta existensen av en kulturinstitution har ett samhällsekonomiskt värde. Detta visas i en ny avhandling från Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

John Armbrecht är forskare vid företagsekonomiska institutionen och har ägnat de senaste åren åt att studera kulturturism och värdet av kulturupplevelser och kulturinstitutioner.

– Avhandlingen handlar om livskvalitet snarare än om ekonomiska effekter. Metoderna i avhandlingen sätter ett värde på sociala, kulturella, hälsorelaterade och andra värden som kultur skapar och ger därmed ett samhällsekonomiskt perspektiv, baserat på individernas upplevda värde.

Med värde menar John Armbrecht att om man betalar 100 kronor för en entrébiljett, men egentligen hade varit beredd att betala 300 kronor, så är värdet av besöket just 300 och inte 100 kronor. Denna värdering är särskilt viktig för offentligt finansierade kulturinstitutioner där biljettkostnaden är subventionerad av våra gemensamma medel.

I sin forskning använder John Armbrecht flera olika sätt att mäta och beskriva kulturens värde. Till exempel kan även de som inte besöker en viss kulturinstitution uppleva ett värde av den. Enbart möjligheten att kunna göra ett besök, eller att den finns där som en tillgång för kommande generationer är också en typ av värde.

I delstudierna av Vara konserthus, Nordiska Akvarellmuseet i Skärhamn och musikfestivalen Way Out West i Göteborg visar avhandlingen hur kulturen kan värderas. Värdet som skapas vid alla dessa tre studieobjekt är högre än kostnaderna de för med sig. Samtidigt skiljer de sig åt. Till exempel värderas Akvarellmuseet även för dess kringupplevelser, som den vackra naturen.

– Som kommersiell aktör skiljer sig Way Out West från de huvudsakligen offentligt finansierade kulturinstitutionerna. Upplevelsen för besökarna står för det största värdet. Men festivalen har även ett värde för invånarna i Göteborg. Festivalen skapar alltså ett värde för hela samhället.

Detta bredare sätt att värdera kultur bör man ta hänsyn till vid beslut om kultursatsningar, menar John Armbrecht. Ett allt för snävt synsätt på ekonomiska effekter riskerar att missa viktiga värden som kulturen skapar. Dessutom är kulturinstitutioners mål inte i första hand att skapa sysselsättning eller ekonomisk tillväxt utan snarare att skapa livskvalitet.

– Den grundläggande frågan för samhället är: vad ger pengarna som går till kulturen? Att då bara titta på besöksiffror och vad vi får tillbaka i form av skatter och andra intäkter är ett smalt perspektiv. Kulturen är värd mer än så för oss som individer och samhällsmedborgare, säger John Armbrecht.

Avhandlingen presenterades den 17 december 2012.

Titel: The Value of Cultural Institutions – Measurements and Description
Företagsekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet

[> Här kan avhandlingen läsas i sin helhet](#)

[> Högupplöst pressbild på John Armbrecht](#)
(foto: Johan Wingborg/Göteborgs universitet)

Kontaktinformation:

John Armbrecht, ek.dr.

Tel. 031-786 5122

john.armbrecht@handels.gu.se

Till Pressmeddelandet

http://www.handels.gu.se/om_handelshogskolan/press/pressmeddelanden/nyheter-detalj/ekonomisk-forskning-visar--kulturen-ar-var-d-mer-an-det-vi-betalar.cid1128807

Till avhandlingen

<https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/30684>