



EKONOMIHÖGSKOLAN
Lunds universitet

Faktorer som påverkar antalet museibesökare

Konsekvenser av införandet av fri entré



Nationalmuseum, ett av museerna som ingår i frientréreformen

Magisteruppsats
September 2005
Författare
Gustav Beijer
Handledare
Jerker Holm

Abstract

Denna uppsats är skriven inom det nationalekonomiska fältet kulturekonomi och behandlar faktorer som påverkar antalet museibesökare och konsekvenserna av införandet av fri entré. År 2005 genomfördes en reform som medförde att ett flertal statliga museer införde fri entré (vissa museer redan våren 2004). Eftersom inträdesavgifter är en faktor som styrande lyfter fram som en viktig förklarande faktor till antalet och sammansättningen av museibesökare har frientréreformen och dess samhällsekonomiska konsekvenser en central roll i uppsatsen. Utifrån ett datamaterial från Kulturrådet och Statistiska Centralbyrån genomförs två multipla linjära regressioner, en per år samt en över tiden. I dessa regressioner testas olika förklarande variabler som kan tänkas ha en påverkan på antalet museibesökare. Resultaten från dessa regressioner har i uppsatsen kombinerats med intervjuer med museianställda och litteratur inom det kulturekonomiska området. Vad jag har kommit fram till är att för att påverka antalet eller sammansättningen av besökare till museer på lång sikt krävs det att man tar hänsyn till fler faktorer än inträdesavgiften. Exempel på faktorer som har eller kan tänkas ha en påverkan på besökarantalet och dess sammansättning är antalet temporära utställningar, antalet invånare med en universitetsutbildning, en informativ webbsida, kvalitet på permanent samling och temporära utställningar, läge, marknadsföring, kommunikationsmedel till museum, öppettider, etcetera.

Nyckelord: kulturekonomi, museer, offentlig ekonomi, mikroekonomi, frientréreformen.

”Access is a cornerstone of all this Government’s cultural policies, including those for museums and galleries. We want to see access for our cultural treasures made available to the many, not just the few What is quite clear to me is that charging is not an issue which can be addressed in isolation. There are many considerations which have to be taken into account in developing a comprehensive and successful access policy. There can be many other barriers to access – for instance, inflexible opening hours, unimaginative presentation, and the sheer cost of travel for those who live at a distance from the great collections. And, whether we like it or not, priorities have to be judged in the light of the resources available.”¹

Uttalande i Labour’s December 1997 review of admission charges.

¹ Bailey, J. Stephen – Falconer, Peter, ”Charging for Admission to Museums and Galleries: A Framework for Analysing the Impact on Access”, *Journal of Cultural Economics*, s. 167, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

Innehållsförteckning

1.	INLEDNING.....	4
1.1	BAKGRUND.....	4
1.2	SYFTE OCH PROBLEMSTÄLLNING	5
1.3	METOD OCH DISPOSITION.....	5
1.4	AVGRÄNSNINGAR.....	6
1.5	TIDIGARE FORSKNING	6
2.	MUSEER.....	7
2.1	SKAPANDET AV DET OFFENTLIGA MUSEET OCH DESS POLITISKA ROLL	7
2.2	SVENSKA MUSEER.....	8
2.3	INFÖRANDET AV FRI ENTRÉ TILL MUSEER.....	10
3.	TEORI	12
3.1	MUSEETS INTRÄDE PÅ MARKNADEN	12
3.1.1	MUSEET SOM ETT FÖRETAG	12
3.1.2	MONOPOLISTISK KONKURRENS	13
3.1.3	SUPERSTARMUSEER OCH BLOCKBUSTERUTSTÄLLNINGAR	14
3.1.4	MUSEIKAPITAL.....	16
3.1.5	STATLIGT OCH PRIVAT STÖD TILL MUSEER	18
3.2	FAKTORER SOM PÅVERKAR ANTALET MUSEIBESÖKARE	20
3.2.1	DEN GENOMSNITTLIGA MUSEIBESÖKAREN	20
3.2.2	FAKTORER SOM PÅVERKAR MUSEIBESÖKARE I SVERIGE.....	22
3.3	INFÖRANDET AV FRI ENTRÉ.....	24
3.3.1	ETT MUSEUMS KOSTNADSFUNKTION.....	24
3.3.2	MUSEIBESÖK SOM KOLLEKTIV VARA	26
3.3.3	FRITT INTRÄDE PÅ VINST ELLER FÖRLUST	27
3.3.4	KONSEKVENSERNA AV INFÖRANDET AV FRITT INTRÄDE I SVERIGE	29
4	EMPIRISK ANALYS.....	35
4.1	MULTIPEL LINJÄR REGRESSION PER ÅR	35
4.1.1	REGRESSIONSEKVATION.....	35
4.1.2	HYPOTESER	37
4.1.3	REGRESSIONSRESULTAT.....	38
4.2	MULTIPEL LINJÄR REGRESSION AV FYRA MUSEER ÖVER TIDEN.....	42
4.2.1	REGRESSIONSEKVATION.....	42
4.2.2	HYPOTESER	43
4.2.3	REGRESSIONSRESULTAT.....	43
5	SAMMANFATTNING.....	47
	REFERENSER	50
	APPENDIX	52

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Inom det nationalekonomiska fältet kulturekonomi (*Cultural Economics*) ligger fokuset på studier av museer, teatrar, auktionshus etcetera. Detta område är ett relativt utforskat område inom nationalekonomin och grundens till den lades av mikroekonomen och skulptören William Baumol. Idag finns bland annat en nationalekonomisk tidskrift som behandlar kulturekonomi, *Journal of Cultural Economics*, och ett institut vid Cà Foscari universitet i Venedig, Italien.

I takt med det att dagens museer tvingas att i allt större grad marknadsanpassa sig har konkurrensen om besökarna mellan dem hårdnat. Samtidigt yrkar svenska politiker på en förändring av besökarsammansättningen så att denna även inkluderar lågutbildade² och invandrare. För att uppnå dessa mål är det viktigt för museichefer och politiker att få en uppfattning om vad som påverkar besökarantalet och även sammansättningen av museibesökarna. Ett steg mot en ökad besökarmångfald skedde när regeringen våren 2005 införde fri entré på ett antal statliga museer (några av museerna hade redan infört fri entré våren 2004). Sveriges regering har av Kulturrådet begärt en utredning om konsekvenserna av införandet av fritt inträde. Eftersom fri entré infördes nyligen saknas statistik för att göra en djupare studie av resultaten av fri entré, men man kan studera hur förändringar av inträdesavgifterna och andra faktorer på kort sikt påverkar antalet museibesökare. Diskussionen kring frientréreformen är sammankopplad med den om skattefinansierade bidrag till museiverksamhet och huruvida den senare är av tillräcklig stor samhällsnytta för att till störst del skattefinansieras. Vad vinner norrlänningen på att stockholmaren gratis kommer in på sina redan påkostade museer, är ett exempel på motståndarnas argument. Förespråkarna understryker att huvudstaden är landets ansikte utåt och att museerna alstrar positiva externaliteter som är till nytta för alla, vilket även inkluderar individer från andra delar av landet.

I egenskap av att både vara nationalekonom och konstvetare har jag haft möjlighet att studera konstvärlden från två olika perspektiv. För att kunna analysera faktorer som påverkar antalet museibesök är det viktigt att inte bara se till de kvantifierbara faktorerna utan även till de kvalitativa. Ett misstag som ofta görs är att man uteslutande utgår utifrån endera.

² Min definition av lågutbildade är personer som saknar en akademisk utbildning.

1.2 Syfte och problemställning

Syftet med denna uppsats är att analysera faktorer som påverkar antalet besökare till museer i Sverige. En faktor som diskuteras genomgående är inträdesavgiften, som har fått en ökad aktualitet i och med införandet av fri entré på vissa statliga museer. De samhällsekonomiska konsekvenserna av denna reform kommer därför att utgöra en central roll i uppsatsen. Är det exempelvis av samhällsnytta att subventionera museibesök överhuvudtaget? Uppsatsens frågeställning är; Vilka faktorer påverkar antalet museibesökare vid svenska museer? I relation till denna problemformulering kommer museets förändrade roll i samhället och dess allt tydligare marknadsanpassning att behandlas. Det finns ett visst fokus i uppsatsen på konstmuseer men de flesta teorier och data i uppsatsen täcker alla slags museer. Både kvantitativa och kvalitativa faktorer kommer att beaktas.

1.3 Metod och Disposition

Utgångspunkten i arbetet med uppsatsen är ett datamaterial över statistik för svenska museer och konsthallar mellan åren 1997 till 2003 från Kulturrådet och mellan åren 1985 till 1996 från Statistiska Centralbyrån (SCB). Jag använde mig endast av de museer som finns med i samtliga årgångar mellan 1997 och 2003. Efter att ha sammanställt all data genomförde jag sju multipla linjära regressioner för varje år (1997-2003). De förklarande variabler som visade sig vara mest signifikanta lät jag prova på fyra museer (Hallwylska museet, Uppsala konstmuseum, Borås konstmuseum och Västerås konstmuseum) i multipla linjära regressioner över tiden. Eftersom de förklarande variabler som visade sig vara signifikanta även fanns i SCB:s årliga statistiska sammanställningar för museer och konsthallar kunde jag i det fall använda mig av data från år 1985 fram till 2003.

Den empiriska delen i uppsatsen har jag kompletterat med ett avsnitt där jag behandlar konstmuseer generellt. Ambitionen med detta avsnitt är att ge en överblick på museernas framväxt i Europa och hur de kom att bli till politiska verktyg samt att följa debatten kring införandet av fri entré. Jag kompletterar detta kapitel med statistik över svenska museer från Kulturrådet. Eftersom entrépriset har en påverkan på antalet museibesökare har jag valt att fokusera uppsatsen på konsekvenserna av införandet av fri entré på vissa statliga museer. I teoriavsnittet granskas museer och fenomenet museibesök utifrån framförallt kulturekonomisk teori. Vidare behandlas införandet av fri entré med hjälp av intervjuer genomförda via e-post med personal från de berörda museerna som kompletteras med material från facktidningar och

litteratur. Uppsatsens inledande avsnitt följs av ett avsnitt som behandlar bakgrundsinformation om museer. Detta avsnitt följs av teoriavsnittet där museifenomenet granskas utifrån kulturekonomisk teori. Därefter kommer den empiriska delen av uppsatsen där regressionsresultat presenteras och analyseras. Uppsatsen avslutas med en sammanfattande analys av faktorer som påverkar antalet museibesökare och konsekvenserna av införandet av fri entré på vissa statliga museer.

1.4 Avgränsningar

Initialt var ambitionen att göra en multipel linjär regression över tiden för intervallet 1985-2003. Detta var dock inte möjligt eftersom SCB:s upplägg av statistik ser annorlunda ut än den som sammanställts av Kulturrådet sedan 1996. Alternativet hade varit att jag försökt få tag i originalsvaren som inkommit till SCB och som borde ha arkiverats där, men detta visade sig inte vara fallet. Därför blev jag begränsad till att genomföra multipla linjära regressioner per år och endast för intervallet 1997-2003. Det skulle vara intressant att ha haft tillgång till museistatistiken för år 2004 och år 2005 vilket ytterligare skulle ha visat på hur stort genomslaget som införandet av fritt inträde har haft.

1.5 Tidigare forskning

Gränsen mellan kulturekonomi och företagsekonomi är något flytande vilket både kan ses som en styrka och ett hinder. I Sverige är gränsen mellan nationalekonomi och företagsekonomi tydligt definierad medan den i exempelvis USA, Storbritannien och Italien är mer diffus vilket kan förklara varför det kulturekonomiska området är betydligt mer utforskat i dessa länder.

Mycket av den forskning som görs inom området kulturekonomi presenteras i *Journal of Cultural Economics* som ges ut av *Association for Cultural Economics*. Det mest kända institutet som bedriver forskning inom området är *International Centre for Research in Economics* (ICARE) grundat av Professor Gianfranco Mossetto vid universitetet Cá Foscari i Venedig. I bokform finns bland annat *The Economics of Art and Culture* av James Heilbrun och Charles M. Gray, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy* av Bruno S. Frey, *The Economics of art Museums* av Martin Feldstein, och *L'économie de la culture* av Françoise Benhamou. I Sverige bedrivs det mycket lite forskning inom kulturekonomi. Det är framförallt inom företagsekonomin som man exempelvis intresserat sig för museer och då ofta med hänsyn till organisation och marknadsföring. Jag skrev min egen kandidatuppsats inom mikroekonomi inom det kulturekonomiska fältet, *Dödseffekten – En analys av den svenska konstmarknaden*.

2. Museer

2.1 Skapandet av det offentliga museet och dess politiska roll

Vid ett besök på Hallwylska museet är det svårt att inte bli varse samlarens centrala roll i samlingens utformande. Detta är dock inte lika självklart i en stor, tillsynes opersonlig och objektiv konstinstitution så som Nationalmuseum och Moderna museet. De stora konstmuseerna runtom i världen känns som konsthistoriens ledsagare som på ett objektivt sätt visar upp utvalda verk som väl representerar konsthistoriens milstolpar. Dessa konstverk är i de flesta fall utvalda av enskilda samlare som fört dem vidare genom familjer eller donationer. Det är därför viktigt att även vara uppmärksam när man studerar de större konstinstitutionerna som till stor del även de är uppbyggda genom en subjektiv beslutsprocess.

Susan M. Pearce skriver i *Museums, Objects and Collections: A Cultural Study* att det var först på 1700-talet som de första museerna grundades i Europa, en tradition som sedan 1950-talet befinner sig i sitt postmoderna skede. Postmodernismen inom museivärlden har fört med sig ett ifrågasättande av den historik och dialektik som från 1700-talet basunerats ut på museer.³ Större delen av västvärldens befolkning var innan 1700-talet utestängda från konstvärlden förutom för den konst som gick att beses i kyrkorna. På 1700-talet inleddes dock en omfattande demokratiseringsprocess inom konstvärlden och initiativ togs till att öppna offentliga konstinstitutioner.⁴ Sveriges konstsamlingar är uppbyggda av konstmecenater så som drottning Kristina, Gustav Tessin och Gustav den tredje. När Gustav den tredje dog år 1792 blev de kungliga samlingarna grunden till det i allmän ägo Kongl. Museum. År 1866 kom denna samling att hamna i den byggnad som idag inhyser Nationalmuseum i Stockholm.⁵ I ett land som Sverige kan varje medborgare klassificera sig som en konstsamlare eftersom en del av statsskatten går till de offentliga konstinstitutionerna. Institutionell konst kan därför delvis definieras som en kollektiv vara och borde därför spegla all slags konst som görs i dagens samhälle.

Vissa forskare hävdar att museer inte är neutrala institutioner utan snarare de styrandes förlängda arm.⁶ Museer bygger enligt dessa på underliggande berättelser som besökare mer eller mindre omedvetet matas med. Dessa berättelser för vidare samhällsnormer och befäster samhällets hierarkier. I ett vidare perspektiv fungerar museer som nationalsymboler som förstärker en idealiserad historiesyn. Genom byggandet av monumentala museibygnader med

³ Pearce, Susan M., *Museums, Objects and Collections: A Cultural Study*, s. 90-91, Leicester University Press, 1992.

⁴ Pomian, Krzysztof, *Collectors and curiosities: Paris and Venice, 1500-1800*, s. 35-43, Basil Blackwell Ltd, 1990.

⁵ www.nationalmuseum.se, 2005-07-02.

⁶ Elam, Diane, *Feminism and Deconstruction*, s. 90, Routledge, 1994.

antika stilelement knöt exempelvis de styrande i olika länder ihop den egna kulturen med den antika. Carol Duncan beskriver besöket vid en av dessa museala tempel som en civiliserad ritual likvärdigt med kyrkobesöket. Parallellt med religionens sekularisering kom konsten att få en allt viktigare roll, vilket de styrande utnyttjade.⁷ Konstmuseerna var initialt förbehållna en vit manlig utbildad elit som inom dessa institutioners väggar indoktrinerades av den västerländska idétraditionen, med tillhörande moraliska och etiska normer. Långsamt men säkert byggdes dock de nya offentliga utställningsrummen upp, med den bakomliggande tanken att dessa skulle bli instrument för de styrande att moraliskt och kulturellt bilda även arbetarklassen och de andra grupper som från början stängts ute från museerna.⁸

Eilean Hooper-Greenhill skriver i *Museums and the Interpretation of Visual Culture* att museer kommit till utifrån olika typer av rationalitet, varav vissa vi inte förstår oss på idag. Hooper-Greenhill lägger tyngdvikten i sin bok på museets förändrade pedagogik.⁹ Museibesök har med andra ord alltid haft en bildande funktion och tillhör en av de fritidsaktiviteter som de styrande anser är av godo för folket. De styrande försöker i den mån de kan påverka människors intressen inte minst med att subventionera vissa kategorier av kultur så som klassiska musikkonserter, litteraturkonsumtion och konstmuseibesök. Rockkonserter, serietidningskonsumtion och kommersiell filmkonsumtion subventioneras inte i samma mån då detta inte ingår i vad merparten politiker anser vara samhällsnyttig och bildande. Införandet av fritt inträde på vissa statliga museer under 2005 (Moderna museet och Arkitekturmuseum införde fritt inträde redan 2004 och Historiska museet hade en provperiod under 2002 med fritt inträde) skulle om man hårdrar det kunna ses som en del i ett skattefinansierat kulturellt bildningsprogram utav det svenska folket.

2.2 Svenska museer

År 2003 fanns det cirka 210 museer och 29 konsthallar i Sverige (se fördelning per län i Tabell A.1.1 i Appendix) enligt kulturrådets statistiska sammanställning *Museer och konsthallar 2003*. 57 av dessa museer respektive 7 av konsthallarna finns i Stockholm. Den totala intäkten för samtliga museer och konsthallar under denna period var 3086 miljoner kronor (Se fördelning av intäkter i cirkeldiagram A.1.2. i Appendix) varav cirka 1200 miljoner kronor kom från statliga bidrag, 305 miljoner från landsting, 461 miljoner från kommun, 20 miljoner från EU-bidrag, 264

⁷ Duncan, Carol, *Civilizing Rituals - inside the public art museum*, s. 1-20, Routledge, 1995.

⁸ Greenberg, Reesa – Ferguson, Bruce W. – Nairne, Sandy, *Thinking about Exhibitions*, s. 91-95, Routledge, 2000.

⁹ Hooper-Greenhill, Eilean, *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, s.xi, Routledge, 2000.

miljoner från entréavgifter, 197 miljoner från uppdrag, 21 miljoner från sponsring, 215 miljoner från försäljning, 51 miljoner från avkastning på egna fonder och slutligen 270 miljoner från övriga intäkter. 65 procent¹⁰ av Sveriges museers intäkter kommer med andra ord direkt eller indirekt från skattepengar. Endast 9 procent av intäkterna kommer från entréavgifter. Sponsring och EU-bidrag som borde kunna utgöra en stor del av intäkterna står tillsammans endast för 2 procent av dem. Nästan 70 procent av dessa intäkter går till personal samt lokalkostnader. Under 2003 skedde det 16,3 miljoner besök vid svenska museer och konsthallar.¹¹

Rent hypotetiskt skulle man kunna anta att om varje besök genomförts av olika personer under år 2003 skulle kostnaden i skattepengar per besökare ha varit cirka 120 kronor. Utslaget av kostnaden för museer och konsthallar per invånare är över 200 kronor om året. Detta leder fram till frågan om det är rätt att en individ som redan betalat 200 kronor om året för museiverksamhet därtill skall betala en inträdesavgift på exempelvis 70 kronor. Detta skulle kunna ses som ett argument för införandet av fri entré i den diskussion som följer i denna uppsats. Bor man i någon av storstadsregionerna är 200 kronor en bra investering för att museer och konsthallar skall kunna hålla öppet men bor man exempelvis i Jämtlands län där det endast finns ett museum kan det kännas dyrköpt. Statens mål med de statliga museernas verksamhet står att läsa i Ekonomistyrningsverkets utgiftsområde 17 som behandlar kultur, medier, trossamfund och fritid¹². Enligt riksdagsbeslut har följande mål för nationell kulturpolitik satts upp:

- *att värna yttrandefriheten och skapa reella förutsättningar för alla att använda den,*
- *att verka för att alla får möjlighet till delaktighet i kulturlivet och till kulturupplevelser samt till eget skapande,*
- *att främja kulturell mångfald, konstnärlig förnyelse och kvalitet och därigenom motverka kommersialismens negativa verkningar,*
- *att ge kulturen förutsättningar att vara en dynamisk, utmanande och obunden kraft i samhället,*
- *att bevara och bruka kulturarvet,*
- *att främja bildningssträvandena samt*
- *att främja internationellt kulturutbyte och möten mellan olika kulturer inom landet.*

Varje statligt museum har därutöver specifika verksamhetsmål att uppfylla. Moderna museet skall exempelvis sträva efter att få fler besökare och särskilt dem från nya samhällsgrupper. Vidare skall museet verka för att svenska konstnärer skall synas på den internationella

¹⁰ Siffran får man fram om adderar intäkterna från statligt och kommunalt bidrag samt bidrag från landsting och EU.

¹¹ http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

¹² <http://www.esv.se/download/18.8698810098c1192a8000608/Kultur%2C%20medier%2C%20trossamfund%20och%20fritid.pdf>, 02/06/2005.

konstscenen.¹³ I den nästsista paragrafen över de allmänna målen för kulturell verksamhet står det att man skall sträva efter att främja bildningssträvandet vilket skulle kunna implicera den paternalism som de styrande utövar.

2.3 Införandet av fri entré till museer

Diskussionen kring huruvida museer skall vara avgiftsbelagda eller inte har fortgått sedan de första museerna öppnade för allmänheten. Entréavgiften kan ha en avsevärd påverkan på antalet museibesökare om den överstiger de potentiella besökarnas betalningsvilja. Frågan som vissa ekonomer frågar sig är dock huruvida det är rätt att helt slopa entréavgifterna och på så sätt positionera sig under det pris som de flesta besökarna skulle vara beredda att betala. I den budgetproposition som lades fram för år 2005 fanns en punkt där 66,5 miljoner kronor öronmärktes för införandet av fri entré på följande statliga museer; Arkitekturmuseet, Armémuseum, Dansmuseet, Etnografiska museet, Flygvapenmuseet, Hallwylska museet, Historiska museet, Livrustkammaren, Marinmuseum, Medelhavsmuseet, Moderna museet, Musikmuseet, Myntkabinettet, Nationalmuseum, Naturhistoriska museet, Nordiska museet, Sjöhistoriska museet, Skoklosters museum, Världskulturmuseet och Östasiatiska museet. Dessa 66,5 miljoner kronor kan jämföras med den totala kostnaden på 1986 miljoner kronor som direkt eller indirekt kommer från skattemedel. Detta skulle motsvara en kostnadsökning utslaget per individ på cirka 7 kronor, vilket är ett lågt pris jämfört med de över 200 kronor som varje invånare i genomsnitt redan betalar. Med resultatet att de får fritt inträde på landets större statligt finansierade museer. Därutöver utgör intäkterna från entréavgifterna endast 9 procent (med 2003 års siffror) av alla museers och konsthallars sammanlagda intäkter i Sverige och är därför inte den huvudsakliga källan till finansieringen av deras verksamhet.¹⁴

Med undantag för Marinmuseum, Flygvapenmuseum och Världskulturmuseet finns samtliga museer som inkluderas i reformen i Stockholm. Detta faktum skulle enligt vissa förstärka de regionala orättvisorna mellan huvudstad och landsbygd. Jämtlands invånare som redan betalar över 200 kronor per person för i deras fall ett museum kan ett införande av fri entré på huvudstadens museer trots den ringa kostnadsökningen ses som ännu ett bevis på regionala orättvisor. Moderna museet och Arkitekturmuseum har haft fri entré även under 2004.¹⁵

¹³ <http://www.esv.se/download/18.8698810098c1192a8000608/Kultur%2C%20medier%2C%20trossamfund%20och%20fritid.pdf>, 02/06/2005.

¹⁴ http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

¹⁵ Månsson, Sten, *Utvärdering av frientréreformerna på statliga museer - Utgångspunkter för upplägg och planering av utvärderingsarbetet*, Kulturrådet, 2005/03/18.

Historiska museet bedrev försöksverksamhet med fri entré under 2002 vilket kom att ligga till grund för införandet av fri entré 2005.¹⁶ Målet med reformen är att museerna skall nå ut till grupper av besökare som vanligtvis inte frekventerar museer. Den underliggande ideologiska tanken är att museet som institution skall ha samma roll som biblioteken, ”inte finrum för ett fåtal, utan bruksvara för alla”¹⁷. Huruvida biblioteken besöks av ”alla” lämnas här obesvarat.¹⁸

Debatten kring fri entré på museer har som nämnts tidigare pågått länge, inte minst i Storbritannien där flera större museer är gratis. Avgiftsdebatten i Storbritannien har bidragit till skapandet av två ställningstaganden inom museivärlden, de som propagerar för fri entré och de som motsätter sig detta. Sir Frederic Kenyon, en tidigare direktör för en av Storbritanniens äldsta offentliga museer *British Museum*, uttryckte saken på följande sätt när han propagerade för fritt inträde ”*The nation has a very large capital invested in the Museum and it is better to look for the return on it from the educational advantages offered to the public, than from the trivial taking of cash at the turnstiles*”¹⁹. *British Museum* hade fritt inträde redan vid dess öppnande år 1759. På 1800-talet var allmän praxis att de flesta museer hade fritt inträde vissa dagar medan man resten av veckan tog ut inträde för att de mer högborna besökarna skulle kunna vistas i museerna utan ”pöbeln”. När det gäller *British Museum* har museet sedan det öppnades varit endast avgiftsbelagt under en kortare period i början av 70-talet.²⁰

Hur långvarig den nya museireformen kommer att bli återstår att se, men den kommer och har redan påverkat antalet museibesökare. Frågan är på vilket sätt denna förändring har påverkat de enskilda museerna, dels de som inte inkluderats i reformen och dels de som tagit bort inträdesavgiften. Ett möjligt scenarium är att de mindre privata museerna som är beroende av sina inträdesavgifter kommer att helt konkurreras ut, särskilt i Stockholm. Den viktigaste frågan är i hur stor mån regeringens vision om att locka besökare från andra samhällsklasser än vad som vanligtvis frekventerar museer förverkligats och huruvida detta i sin tur är av samhällsnytta. Dessa frågor kommer att behandlas i de kommande avsnitten.

¹⁶ Amréus, Lars, biträdande museichef på historisk museet, skriftlig korrespondens, 2005/06/09.

¹⁷ <http://www.kulturradet.se/print.php?realm=237 &pid=1800> , 2005/05/21.

¹⁸ <http://www.kulturradet.se/print.php?realm=237 &pid=1800> , 2005/05/21.

¹⁹ Andersson, R.G.W., ”Is Charging Economic”, *Journal of Cultural Economics*, s. 182, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

²⁰ Andersson, R.G.W., ”Is Charging Economic”, *Journal of Cultural Economics*, s. 179-186, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

3. Teori

3.1 Museets inträde på marknaden

När man granskar faktorer som påverkar antalet museibesökare och i förlängningen museernas roll i samhället är det viktigt att se åt vilket håll museiverksamheten förändras. Detta kan ge en ytterligare aspekt till den diskussion kring avgifts- och skattefinansiering som följer längre fram i uppsatsen.

Parallellt med det att ekonomer öppnat upp ögonen för museer har dessa i sin tur blivit allt mer marknadsorienterade och fokuserade på besökarens behov.²¹ Under de senaste åren har museer runtom i världen genomgått en omvandling från att ha ansett sig vara en antites till marknadsekonomin till att bli en del av den. En anledning till denna utveckling i flera länder är att det statliga stödet till museer minskar och kraven på egen eller delvis egen finansiering ökar. Konkurrensen mellan olika museer och alternativa kulturinstitutioner har hårdnat avsevärt vilket ställer krav på ökad marknadsföring och pr-verksamhet. Det räcker idag inte att sätta upp en bra utställning och tro att museibesökarna skall strömma till.

3.1.1 Museet som ett företag

Peter Johnson och Barry Thomas skriver i artikeln ”The Economics of Museums: A Research Perspective” i *Journal of Cultural Economics* om museer versus ekonomi. Museer kan liknas med företag som via en transformationsprocess med ett antal komponenter producerar en museiupplevelse. Till dessa komponenter kan man inberäkna konservering, dokumentation, uppvisning, utbildning, affärsverksamhet etcetera. Museets främsta uppgift är att på ett så effektivt sätt som möjligt fördela sina intäkter och bidrag mellan dessa komponenter. Denna fördelning skiftar från institution till institution beroende på vad ledningen över dessa museer anser vara museets huvudsakliga uppgift. Vissa museidirektörer anser att ett museums främsta uppgift är att konservera objekt och att fungera som ett forum för forskning medan andra anser att prioriteringen bör ligga på öppenhet mot besökare och folkbildning. Varje beslut innebär alternativkostnader, inför man exempelvis fri entré kommer detta att öka museets öppenhet men till bekostnad av ökat slitage och en ökad trängsel. Ett museums produktion karaktäriseras av att

²¹ Ashworth, John – Johnson, Peter, ”Sources of ”Value for Money” for Museum Visitors: Some Survey Evidence”, *Journal of Cultural Economics*, s. 67, issue 20, Kluwer Academic Publishers, 1996.

den är diversifierad och ändras över tiden, är även avsedda för framtida generationer museibesökare och består av ett paket med flera olika tjänster.²²

De större museerna erbjuder idag vad man skulle kunna kalla totalupplevelser, vilket skiljer sig radikalt från den traditionella distanserade museala upplevelsen.²³ De olika paketlösningar som olika museer erbjuder särskiljer dem ifrån varandra. Ibland ligger tyngdpunkten på den permanenta samlingen, i andra fall har temporära utställningar, museishopen, restaurangen den centrala rollen i ett museums paketerbjudande. För ett museum med få allmänt kända verk i den permanenta samlingen blir det viktigare att exempelvis erbjuda temporära utställningar med stora namn representerade. Åtskilliga utställningar byggs upp runt ett fåtal kända verk som ett museum lyckats låna in och fylls ut med en mängd mindre välkända namn. Museishopen har fått en allt mer central roll i museerna och dess sortiment har successivt breddats. Flera museirestauranger har övergått från att servera kaffe och ostsmörgås till välkomponerade anrättningar tillagade av kända kockar. Vad man kan se är en klar breddning av museipaketets komponenter. Museerna har kort sagt blivit till en del av upplevelseindustrin och ett av deras främsta mål är att få besökaren att uppehålla sig länge som möjligt i museet och då även konsumera så mycket som möjligt. Samhällsnyttan av denna utveckling är att museerna når ut till en allt bredare grupp vilket bidrar till att allt fler får incitament till att stödja dem direkt via donationer eller indirekt genom att se det som en självklarhet att delar av skatten hamnar hos museerna. Det är dock viktigt att understryka att utifall museerna går alltför långt i sin marknadsanpassning och kommersialisering finns en risk för att de i Sveriges fall bryter med regeringens mål med ”att främja kulturell mångfald, konstnärlig förnyelse och kvalitet och därigenom motverka kommersialismens negativa verkningar”²⁴. En sådan utveckling skulle på längre sikt kunna leda till ett ifrågasättande av skattefinansiering av museiverksamhet.

3.1.2 Monopolistisk konkurrens

Varje museum (exempelvis konstmuseum) har monopol på sina enskilda konstverk i och med att det inte finns två identiska konstsamlingar lika lite som det finns två identiska konstverk. Det finns dock mer eller mindre likvärdiga konstmuseer vilka museibesökare kan substituera mellan och det råder något som skulle kunna definieras som monopolistisk konkurrens. Monopolistisk konkurrens karakteriseras av att de enskilda producenternas produkter möts av en negativt

²² Johnson, Peter – Thomas, Barry, ”The Economics of Museums: A Research Perspective”, *Journal of Cultural Economics*, s. 75-77, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

²³ Frey, S. Bruno, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy*, 2nd edition, s. 58, 2003, Springer.

²⁴ <http://www.esv.se/download/18.8698810098c1192a8000608/Kultur%2C%20medier%2C%20trossamfund%20och%20fritid.pdf>, 02/06/2005.

sluttande efterfrågekurva. Trots att i detta fall konstmuseerna (om det finns fler än ett i en och samma stad) skulle kunna agera som prissättare måste de tävla om konsumenternas gunst genom att både ha rätt prissättning och rätt sorts produkter (konst av välkända konstnärer).²⁵ Vissa museer bryter detta mönster genom att ha såpass kända verk att folk reser från andra sidan jorden för att besöka dem och är beredda att betala ett högt pris för att få avlägga ett besök vid dem vilket nästan gör dessa museer till monopolister. Exempel på sådana museer är såkallade *Superstarmuseer* som behandlas i nästa avsnitt.

3.1.3 *Superstarmuseer och Blockbusterutställningar*

Bruno S. Frey skriver om fenomenet *Superstarmuseer* i sin bok *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy* och i en artikel i *Journal of Cultural Economics*, ”Superstar Museums: An Economic Analysis”. Frey gör en distinktion mellan vanliga museer och det han benämner som *Superstarmuseer*. Den senare är ett museum som karakteriseras av att vara tydligt markerad i guideböcker, inneha en kultstatus, utgöra en del av massturismen, inneha en samling av världskända konstnärer och konstverk som är inrymda i en spektakulär arkitektonisk miljö och ha en stor påverkan på den lokala ekonomin (positiva externaliteter). Frey tar upp *Louvren* i Paris, *I musei Vaticani* i Rom/Vatikanstaten och *Hermitaget* i St. Petersburg som exempel på museer som innehar denna kändisstatus. Frey tar även upp vad han kallar *Superstarmålningar* som ofta är de målningar som givit ett visst museum dess kändisstatus som exempel kan nämnas Leonardo da Vincis *Mona Lisa* och Michelangelos fresker i Sixtinska kapellet. Museer som inte har några världskända konstverk kan trots att de har viktiga samlingar av kanoniserade konstnärer stå utanför den eftertraktade kändisstatusen som får folk att vallfärda till dem.²⁶ Konst är en vara som endast erbjuds i en begränsad mängd, det finns exempelvis endast ett museum som kan stoltsera med en *Mona Lisa* av da Vinci. En viss målning av en konstnär har nämligen i sig en utbudselasticitet på noll då ingen målning kan exakt reproduceras på samma sätt och under samma omständigheter som originalet. Eftersom konstnären ofta är död är även dennes produktionsutbud oelastiskt.²⁷

Enligt Frey utgör ett museums kändisstatus en central roll i dess attraktivitet hos museibesökaren. En museibesökare substituerar sällan ett museum med kända verk mot ett museum som erbjuder lägre inträdesavgifter. Enligt Frey har dagens museibesökare blivit all mer

²⁵ Varian, R. Hal, *Intermediate Microeconomics*, s. 451, 5th ed, 1999, W.W. Norton & Company – New York.

²⁶ Frey, S. Bruno, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy*, 2nd edition, s. 49-53, 2003, Springer.

²⁷ Parkin, Michael – Powell, Melaine – Matthews, Kent, *Economics*, 3rd ed, s. 111, 1997, Addison Wesley Longman Limited – Essex.

medvetna om hur det ser ut på den internationella konstscenen. Istället som förut då det var fullt tillräckligt att ställa ut lokala förmågor efterfrågas idag stora internationella stjärnor. Museibesökare vill ofta kunna diskutera sina upplevelser med sin bekantskapskrets vilket i många fall kräver att man håller sig till en begränsad och välkänd grupp konstnärer. Resultatet av detta har blivit att ett fåtal konstnärer har blivit mycket framgångsrika till bekostnad av lokala konstnärer som fått det allt svårare. Precis på samma sätt som ett fåtal konstnärer blivit *superstars* har det fåtal museer som inhyser deras verk blivit *Superstarmuseer*. Dessa museer har i sin redan etablerade position möjlighet att utnyttja sina skalekonomiska fördelar och se till att synas i välrenommerade tidskrifter och TV-program.²⁸ Mindre lokala museer saknar i stort dessa möjligheter och har därför svårt att ändra på sin position. Den stora efterfrågan av besök vid *Superstarmuseer* skulle kunna tolkas att vara ett tecken på att dessa museer agerar på en marknad med nätverksexternaliteter. Med nätverksexternalitet menas att det finns stordriftsfördelar på efterfrågesidan. Värdet på varan (i detta fall ett besök vid ett välkänt museum) ökar med antalet personer som nyttjar den, man skulle kunna likna det med ett slags gruppsympel som bidrar till att om man åker exempelvis till Paris är det otänkbart att man kommer hem och inte avlagt ett besök vid *Louvren*. Detta fenomen gör det svårt för små museer och mindre välkända museer eftersom nya konsumenter tenderar att, på grund av nätverksexternaliteter, välja museer som har det största ”nätverket” (störst förankring i det kollektiva medvetandet) vilket växer exponentiellt.²⁹ Därför skulle man kunna anta att det inte är perfekt konkurrens på ”museimarknaden” eftersom nya aktörer har svårt att få ta del av de väletablerade museernas besökare. Vidare skulle man kunna säga att det råder asymmetrisk information på ”museimarknaden”. Asymmetrisk information råder när konsumenterna har tillgång till olika mängd information³⁰. Exempelvis har turister som kommer till en ny stad via guideböcker och broschyrer oftast fått reda på ett fåtal museer man bör besöka men har därutöver ofta en begränsad kunskap om det totala utbudet av museer och utställningar.

Fenomenet *Blockbusterutställningar* har på senare tid växt sig till en allt större industri. Precis som för *Superstarmuseer* handlar det om att tilltala den bredare medelklassen genom att använda sig av säkra kort, enligt Frey är de flesta större konstutställningar som kan klassificeras som *Blockbusterutställningar* uppbyggda kring en välkänd konstnär (exempelvis Pablo Picasso, Jackson Pollock etcetera) alternativt en populär period (exempelvis postimpressionister,

²⁸ Frey, S. Bruno, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy*, 2nd edition, s. 53-57, 2003, Springer.

²⁹ http://www.vti.se/3351_epibrw, 2005/08/19.

³⁰ Parkin, Michael – Powell, Melaine – Matthews, Kent, *Economics*, s. 425, 3rd edition, Addison Wesley Longman Limited, 1997.

surrealister etcetera).³¹ *Blockbuster*utställningar lockar ofta till sig även personer som vanligtvis inte brukar besöka museer. I Sverige sätts det upp relativt få publikflörtande utställningar men ett exempel är den Zornutställning som ställdes ut på Akvarellmuseet på Skärhamn utanför Göteborg sommaren 2004 som resulterade i ett rekordantal besökare på 235 000.³²

3.1.4 Museikapital

Frey skriver om museers bristfälliga översikt och användning av sitt kapital. Ett konstmuseums viktigaste kapital är dess konstverk, men trots detta sker det sällan några genomgående uppskattningar av deras reella marknadsvärde. Detta blir allt mer intressant i och med att värdet på konst har ökat dramatiskt under de senaste åren vilket gjort museernas kapitalstock nästintill ovärderlig. De flesta större museer har den största delen av sina samlingar undanstoppade i säkra förråd medan endast ett fåtal visas i museet. Frey menar på att museerna borde som vilket företag som helst gå igenom och aktivt använda sina samlingar. Verk som inte tillför samlingen något borde kunna avyttras och intäkterna skulle i sin tur kunna återinvesteras i museet. Detta skulle göra det möjligt för museet att köpa in verk som fattas i samlingen, restaurera viktiga nyckelverk eller bygga ut och utveckla själva museibyggnaden utan att behöva söka ekonomisk hjälp utifrån. Frey understryker dock att museerna inte skall sälja allt de har i sina samlingar eftersom det skulle få marknaden att falla samman, utan endast något verk då och då vid behov. De flesta statliga konstmuseer i Europa får inte enligt lag sälja verk från sina samlingar medan USA är något öppnare på denna fråga.³³ Europeiska konstmuseer saknar oftast incitament till att finna nya medel till intäkter då de flesta museer är statligt finansierade. De amerikanska konstmuseerna har därför kommit betydligt längre i anpassningen till marknadsekonomin, både på gott och ont, än de europeiska.³⁴

Varje gång ett museum har sålt en tavla har detta skapat skandal i den internationella konstvärlden. Enligt de flesta inom konstvärlden är en försäljning av ett verk ur ett museums samling antitesen till museers främsta uppgifter; att samla, bevara och driva forskningsprojekt. Det många ekonomer åberopar är att museerna skulle kunna sälja av vissa verk för att få resurser till att bättre kunna utföra sina främsta uppgifter. Museer skulle kunna bli betydligt mer oberoende om de först och främst värderade sina samlingar och därefter såg på hur de på bästa

³¹ Frey, S. Bruno, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy, 2nd edition*, s. 68-69, 2003, Springer.

³² Artsman, Margareta, "Akvareller drar stor publik", *Svenska Dagbladet*, http://www.svd.se/dynamiskt/kultur/did_9927004.asp, 2005/07/26.

³³ Frey, S. Bruno, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy, 2nd edition*, s. 35-39, 2003, Springer.

³⁴ O'Hagan, W. John, "Art Museums: Collections, Deaccessioning and Donations", *Journal of Cultural Economics*, s. 205-206, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

sätt kan använda detta kapital.³⁵ Nackdelen för museer som säljer ut vissa av sina målningar är att de riskerar att skrämja iväg potentiella donatorer som inte uppskattar att de konstverk de donerar till ett museum riskerar att hamna på marknaden igen. Andra argument mot att museer säljer verk ur sina samlingar är att de då sviker det offentliga förtroende man har fått som beskyddare av landets kulturarv.³⁶ Det kan även tänkas att det statliga bidraget till museerna skulle minska utifall de styrande blev medvetna om värdet på museernas ”kapitalstock”.

När museer sätter upp utställningarna gör de detta genom att samla ihop antingen enbart verk från den egna samlingen, den egna samlingen kombinerad med inlånade verk eller av en helt utomstående institutions verk. Konstverk lånas oftast ut utan någon avgift mot det att det lånande museet i framtiden ställer sig beredd till att låna ut något av den egna samlingens verk. Detta system är beroende av att de museer som lånar verk mellan varandra har någorlunda kompatibla samlingar. Större museer brukar samarbeta i sammanställandet av större utställningar som de sedan sänder mellan varandra.³⁷ Detta system hindrar nya aktörer att ta sig in på utställningsmarknaden. Världens *Superstarmuseer* skapar sinsemellan vad man skulle kunna likna med ett oligopol, en marknad dominerad av ett fåtal aktörer som producerar en vara i detta fall internationella *Blockbusterutställningar*.³⁸ På en marknad med perfekt konkurrens skulle vilket museum eller enskild curator med ekonomiskt stöd kunna sätta upp *Blockbusterutställningar* och ingen aktör skulle ha fördelar gentemot andra. Eftersom museer inte har identiska samlingar kan de inte agera utifrån samma villkor men ett mer marknadsanpassat utlåningssystem skulle skapa ökad rättvisa.³⁹

I takt med att priserna på konstmarknaden skjutit i höjden blir det allt svårare för museer att genomföra investeringar i konstverk för att bredda sina samlingar. Samtidigt som vissa museers källare är fyllda med konstverk som inte får plats i utställningssalarna har andra museer problem att fylla sina. Ur ett demokratiskt perspektiv borde det överflöd på konstverk som vissa museer har fördelas till mindre museer runtom i landet ifråga. Detta skulle minska lagringskostnaderna och framförallt skapa en rättvisare fördelning av ett lands kulturarv. För privata museer borde ett alternativ kunna vara att de hyr ut tavlor som de inte har utställda till

³⁵ O'Hagan, W. John, ”Art Museums: Collections, Deaccessioning and Donations”, *Journal of Cultural Economics*, s. 197-203, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

³⁶ Heilbrun, James – M. Grey, Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 200-202, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

³⁷ Frey, S. Bruno, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy*, 2nd edition, s. 80-81, 2003, Springer.

³⁸ Schotter, Andrew, *Microeconomics – A Modern Approach*, s. 362, 2nd ed, 1997, Addison-Wesley Educational Publishers Inc – USA.

³⁹ Parkin, Michael – Powell, Melaine – Matthews, Kent, *Economics*, s. 260, 3rd ed, 1997, Addison Wesley Longman Limited – Essex.

andra museer och på sätt får in extra intäkter. Större museer skulle kunna bli som bibliotek för mindre museer där de senare kan genomföra tillfälliga lån till temporära utställningar. *Solomon R. Guggenheim Museum* i New York har utvecklat ett franchisingsystem där huvudmuseet i New York lånar ut konstverk till dottermuseerna i Venedig, Berlin, Bilbao, Las Vegas och SoHo distriktet i New York. Detta system bidrar till att huvudsamlingen i New York används maximalt. Det medför dock risker i form av ökat slitage på konstverk, förlorande av den översiktliga kontrollen över samlingen etcetera.⁴⁰

3.1.5 Statligt och privat stöd till museer

Frågan om museer bör vara skattefinansierade eller helt avgiftsfinansierade är omdiskuterad. Utifrån ett marknadsekonomiskt perspektiv där man betalar för det man konsumerar är det senare det mest logiska alternativet. Anammar man ett rättviseperspektiv blir frågan mer komplicerad. En skattfinansiering gör det nämligen i större grad möjligt för de mindre bemedlade att besöka museer men utgår man från att det är först och främst högutbildade som besöker museer betalar i själva verket de lågutbildade de tidigare konsumtion av museibesök. Vidare kan man fråga sig vad museibesök tillför de lågutbildade som de inte kan få via annan typ av konsumtion. De kanske likaväl skulle kunna få sin kulturkonsumtion tillfredställd genom att gå på bio vilket idag i de flesta fall inte är subventionerat. Vad händer om man skulle skära bort det skattefinansierade stödet?

Utgår man från 2003 års siffror för svenska museer och konsthallar som redovisats i avsnitt 2.2 och låter alla poster med undantag för inträdesavgiften och de skattefinansierade (bidrag från stat, landsting, kommun) vara oförändrade och sänker den senare till noll skulle museer bli tvungna att i genomsnitt höja inträdesavgiften med cirka 120 kronor. Eftersom det är mycket tveksamt att samma antal museibesök skulle ha skett under 2003 vid ett pris av 120 kronor plus det ursprungliga inträdespriset skulle antingen museerna ha blivit tvungna att kompensera bortfallet med än högre inträdesavgifter alternativt höja intäkterna från någon av de andra intäktsposterna. Vilka intressen har de styrande i att subventionera museer?

Det kan tänkas att de styrande delvis stödjer museer av paternalismiska skäl i syfte att bilda folket eller av ekonomiska skäl för att skapa förutsättningar för att locka turister till det egna landet. Dessa anledningar är exempel på positiva externaliteter som museer ger upphov till. Dessa externaliteter skapas i och med att i detta fall museer tillgodoser något som inte erbjuds i

⁴⁰ Heilbrun, James – M. Grey, Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 204-208, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

tillräcklig stor grad på marknaden, genom statliga bidrag kan man kompensera källan till dessa externaliteter. Problemet med positiva externaliteter är att de är oftast svåra att mäta vilket gör det i princip omöjligt att i detta fall grunda storleken på bidrag till museer på dessa.⁴¹

Det statliga stödet till museer kan ske i olika former bland annat genom direkt stöd till museets årliga budget och genom reduktioner av biljettpriset (de former som staten, kommuner och landsting ofta använder sig av), genom riktad finansiering av en viss verksamhet eller byggnadsprojekt (den form som oftast EU-bidrag delas ut i) eller med indirekt finansiering som i USA genom införandet av skattelättnader för företag och privatpersoner som stödjer museer etcetera.⁴²

I USA är museerna mer eller mindre beroende av privata donationer och företag som sponsrar deras aktiviteter. I Europa är däremot sponsring och donationer inte lika vanligt förekommande. En anledning till européernas begränsade privata stöd till museer har historiska rötter. Initialt var det adeln som bar upp och finansierade kultur och när adelns makt försvann lades ansvaret på staten. Medborgarna i Europa ansåg och anser delvis än idag att de genom att betala skatt ger sitt stöd åt kultur. I USA däremot grundades de flesta museer av industrialister och andra typer av magnater och traditionen är därför att privatpersoner stödjer kultur i större uträkning än vad som görs i Europa. Under 80-talet minskade det statliga stödet till museer i Europa vilket bidrog till att europeiska museer började ta efter den amerikanska modellen med att söka finansiellt stöd från privat håll. Faran i denna privata finansieringsform är att de personer och företag som bidrar till ett museums ekonomi får ett stort inflytande över dess verksamhet. Företag föredrar exempelvis att sponsra större kommersiella utställningar vilket kan leda till att museer blir tvungna att koncentrera sin verksamhet på denna typ av utställningar framför smalare alternativ⁴³.

De som förespråkar den europeiska modellen är oftast de som ser konst och kultur som ett nationalarv och något som bör finansieras och skötas av staten. Statligt stöd har fördelen att det erbjuder en mer stabil finansiering än privata alternativ. Privat finansiering tvingar museerna att vara betydligt mer aktiva i att söka stöd vilket innebär en ökad arbetsbörda. Det tyngsta argumentet för statligt stöd är att det ger museerna större konstnärlig frihet. Den största nackdelen med statligt stöd är att den befäster statens förlängda arm över kulturen och ger upphov till att museerna konserverar en byråkratisk driftskultur. Det byråkratiska tänkandet kan

⁴¹ Rosen, S. Harvey, *Public Finance*, s. 100-101, 6th edition, McGraw-Hill Higher Education, 2002.

⁴² Frey, S. Bruno, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy*, 2nd edition, s. 116-119, 2003, Springer.

⁴³ Heilbrun, James – M. Grey, Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 204-208, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

motverka ett mer dynamiskt sådant där man driver en kontinuerlig utveckling och effektivisering av verksamheten. Det statliga stödet till museer knyter dessa till de styrande vilket är särskilt tydligt när det gäller de rent statliga museerna.

Svenska museer utmärker sig i deras begränsade användning av ickestatliga bidrag. Endast 1 procent av Sveriges museers och konsthallar totala intäkter kom under 2003 från sponsring vilket visar på hur mycket detta område skulle kunna utvecklas⁴⁴. Kulturdepartementet i Sverige har den paradoxala uppgiften att dels uppmuntra stöd från näringslivet samtidigt som de skall motarbeta de negativa effekterna av kommersialismen inom kultursektorn.⁴⁵ De som förespråkar det privata alternativet vill ofta se detta kombinerat med det statliga. En välavvägd kombination skulle skapa ökad stabilitet då museet får fler källor till finansiellt stöd än endast vara beroende av uteslutande en. Makten över kultursektorn skulle bli mindre koncentrerad vilket även detta skulle ge museerna större frihet. Det framtida statliga bidrag som museerna erhåller borde kunna ses på som en kompensation för de positiva externaliteter de skapar istället för ett rent bidrag.

3.2 Faktorer som påverkar antalet museibesökare

3.2.1 *Den genomsnittliga museibesökaren*

Vad som karakteriserar den genomsnittlige museibesökaren är något som de flesta museidirektörer vill veta. Likaså är det viktigt för de styrande att veta vilka samhällsgrupper olika subventioner av kultur gagnar. Även privata sponsorer så som företag vill veta om just den institution som de ger sitt stöd till besöks av den grupp som de vill nå ut till.⁴⁶ För museet kan denna information underlätta marknadsföringen för utställningar som man då kan rikta till den grupp som är mest intressant. Vidare kan man på ett tydligare sätt utkristallisera vilka grupper som inte går på museer och utifrån detta undersöka hur man kan förändra museiupplevelsen för att även locka till sig dessa grupper. Museer är oftast inhysta i imponerande palatiala byggnader vilket är en bidragande faktor till skapandet av distans till museibesökaren. Andra tänkbara hinder som utestänger vissa grupper av besökare är inträdesavgifter, avstånd etcetera. Ett av de största hindren är dock brist på utbildning.

⁴⁴ http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

⁴⁵ Heilbrun, James – M. Grey, Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 266-270, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

⁴⁶ Heilbrun, James – M. Grey, Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 40-42, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

Charles M. Gray skriver i artikeln ”Hope for the Future? Early Exposure to the Arts and Adult Visits to Art Museum” i *Journal of Cultural Economics* om hur stor påverkan tidig utbildning i konst har på framtida museibesökare. Gray menar på att om de styrandes mål är att så många som möjligt skall konsumera museibesök borde ett första steg vara att utveckla undervisningen i konsthistoria, måleri etcetera i skolorna. Gray omnämner sex faktorer som han anser påverkar efterfrågan av museibesök; pris, ålder, utbildning, inkomst, kön och ras. Inom ekonomisk teori har man en tendens att sätta fokus på priset. Bildning kommer oftast med åldern och på grund av detta är oftast ett museums besökares medelålder hög. Desto högre utbildning desto högre är sannolikheten att en individ utvecklas till en regelbunden museibesökare. Högre inkomst bidrar till att man i större mån har råd att ägna sig åt kulturella aktiviteter. Kön tycks spela en viss roll eftersom kvinnor konsumerar mer kultur än män. Gray menar på att detta kan ha att göra med att pojkar tidigt leds in i ett utpräglat sportintresse medan flickor i större mån uppmuntras att odla ett intresse för kultur. Ras kan ha en påverkan i och med att den kultur som erbjuds ofta har varit och är utformad för en vit elit vilket kan fungera exkluderande för minoriteter.⁴⁷ Även utställningar som uppmärksammar andra kulturer har länge gjort detta på ett sätt som understryker det *annorlunda* (i relation till den västerländska normen) hos andra kulturer. Även om mycket har förändrats i det västerländska utställningstänkandet finns det en underliggande museinarration som är utformad i förmån för den vite bildade mannen.

Gray och Heilbrun anser att en annan viktig faktor är huruvida man granskar en stad med ett rikt kulturutbud så som New York eller om studieobjektet är en småstad med ett ytterst begränsat kulturutbud. Enligt dem är incitamenten till att besöka museer fler i metropoler och att avstånd är en viktig faktor som avgör i hur stor mån man konsumerar exempelvis museibesök.⁴⁸ Denna teori kan tolkas som ett argument mot centralisering av kulturinstitutioner. Om avstånd är en viktig faktor i vilken mån en individ besöker en kulturinstitution eller inte borde ambitionen vara att sprida ut dessa runtom i landet så att de är lika tillgängliga för alla medborgare. I flera länder däribland Sverige, Frankrike och Storbritannien finns en mycket tydlig koncentration av kulturutbudet till respektive lands huvudstad. Detta kan ställas mot ett land som Italien, där på grund av sin komplicerade historia, landets kulturskatter finns utspridda över hela landet. Har man ett begränsat kulturarv finns det dock skalfördelar med att man koncentrerar dessa till huvudstaden som ofta fungerar som landets ansikte utåt.

⁴⁷ Grey, M. Charles, ”Hope for the Future? Early Exposure to the Arts and Adult Visits to Art Museums”, *Journal of Cultural Economics*, s. 87-90, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

⁴⁸ Heilbrun, James – Gray, M. Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 46-48, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

Inkomst och utbildning är de faktorer som oftast förs fram vid diskussioner om vad som karakteriserar den genomsnittlige museibesökaren. Utifall inkomst skulle vara en viktig förklarande faktor i huruvida en individ är en kulturkonsument eller inte skulle inträdesavgifter fungera utestängande för de med låg inkomst. Ett införande av fri entré på museer skulle då medföra att individer med låg inkomst skulle börja konsumera exempelvis fler konstmuseibesök. Heilbrun och Gray visar dock på att inkomst har en relativt liten roll att spela jämfört med utbildningsnivå. Enligt undersökningar gjorda i USA höjs inte kulturkonsumtionen nämnvärt när man jämför lågutbildade låginkomsttagare och lågutbildade höginkomsttagare. Däremot höjs kulturkonsumtionen avsevärt desto högre utbildad man är oavsett inkomst.⁴⁹ Skulle man applicera Heilbrun och Grays teorier på frågan om konsekvenserna av införandet av fritt inträde på museer skulle ett sådant inte leda till någon större ökning av gruppen lågutbildade museibesökare. Resultatet skulle dock kunna bli att de välutbildade låginkomsttagarna skulle kunna mer frekvent konsumera museibesök. Följer man denna linje borde de styrande, om målet är att museerna skall locka till sig nya samhällsgrupper, satsa som Gray förespråkar på utbildning i konst i skolan.

3.2.2 Faktorer som påverkar museibesökare i Sverige

Antal besök vid svenska museer ökade dramatiskt mellan 1991 fram till 1993 (från cirka 16 miljoner besökare per år till 19 miljoner) för att mellan 1999 och 2003 stabilisera sig på cirka 16 miljoner besökare per år. Under 2004 och 2005, i och med införandet av fri entré, kan man räkna med att det skett en omfattande genomsnittlig ökning av antalet museibesökare. Antalet besök varierar avsevärt för varje enskilt museum från år till år delvis orsakat av vad för slags utställningar man valt att satsa på. Rekordnotering 1993 då nästan 19 miljoner valde att besöka museer kan delvis förklaras med det årets satsning på Sveriges historia som visades på flera museer i landet. Precis som antalet museer varierar från län till län varierar antalet besökare, i Kronobergs län skedde 77 000 museibesök medan 7 069 000 besökte museer och konsthallar i Stockholms län år 2003 (se tabell A.1.3. över museibesök per län i tusental 1999 till 2003 i Appendix).⁵⁰

Lars Amréus, biträdande museichef på Historiska museet, lyfter förutom entréavgiften (behandlas i nästa avsnitt) fram museets geografiska läge, marknadsföring inför större

⁴⁹ Heilbrun, James – Gray, M. Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 48-50, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

⁵⁰ http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

utställningar och väderförhållanden som förklarande faktorer för antalet besökare som kommer till ett museum. Ett museum som ligger centralt och nära t-banestationer har fördelar framför museer som saknar bra kommunikationer. I ett allt hårdare museiklimat krävs att man syns i media och på gator och torg. Även om man sätter upp en oerhört påkostad utställning men inte investerar något på att marknadsföra den är risken stor att den blir obesökt. En så tillsynes trivial sak som vädret kan få stora konsekvenser på antalet museibesökare. Blir det exempelvis en regnig sommar är sannolikheten större att fler väljer att besöka museer än om det är ett konstant högttryck.⁵¹ Margareta Berglund Holmgren, enhetschef för informationsenheten på Livrustkammaren, håller med Amréus att ett centralt läge är en stor fördel i att locka besökare. En annan faktor är ämnesval och kvalitet på temporära utställningar. När Livrustkammaren valde att ha en familjeutställning om prinsessor blev den en publikmagnet. Berglund Holmgren understryker dock att det viktigaste av allt för ett museum om det på lång sikt skall vara attraktivt för besökare är att ha en attraktiv och välkomponerad basutställning.⁵² Sjöhistoriska museets museichef Klas Helmerson tror likt Berglund Holmgren att val av temporära utställningar spelar en stor roll i framgången hos publiken. Den publikvänliga utställningen *Estonia* har enligt honom i kombination med den fria entrén bidragit till den dramatiska ökningen av antalet besökare till museet.⁵³

Kay Isacson, informatör på Musikmuseet, tror att en viktig komponent i museets ökade tillströmning av besökare är valet av aktuella problemställningar så som nationalism och könsfrågor. Andra faktorer som lockar besökare till museer i Sverige är väl genomförd marknadsföring, en bra webbsida, trevlig personal och tillgänglighet i form av generösa öppettider.⁵⁴ Historiska museets pedagogiska producent Karina Hedman tycker likt Isacson att ett samtidsperspektiv är ett viktigt tillskott för att göra museer mer tillgänglig för en bredare publik.⁵⁵ Elisabeth Lagvik, verksamhetsansvarig för den publika enheten på Flygvapensmuseum, poängterar vikten av att kontinuerligt bredda innehåll och programverksamhet samtidigt som man förbättra den museala pedagogiken vilket hon tror kan locka nya grupper av besökare. En

⁵¹ Amréus, Lars, biträdande museichef på Historiska museet, skriftlig korrespondens, 2005/06/09.

⁵² Berglund Hamngren, Margareta, enhetschef på Livrustkammarens informationsenhet, skriftlig korrespondens, 2005/04/18.

⁵³ TTSpektra, "Fler besöker gratis museer", *Svenska Dagbladet*, http://www.svd.se/dynamiskt/kultur/did_10108674.asp, 2005/07/11.

⁵⁴ Isacson, Kay, informatör på Musikmuseet, skriftlig korrespondens, 2005/06/23.

⁵⁵ Hernadi, Alexandra, "Museerna i nytt ljus", *Dagens Nyheter*, <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=10588a=438302>, 2005/06/12.

väl genomtänkt marknadsföring är även det ett viktigt verktyg för att locka till sig nya besökare enligt Lagvik.⁵⁶

De svenska museibesökarna påverkas i sina val av konsumtion av en mängd faktorer. De finns två grupper av faktorer varav den ena är de som påverkas av utbudssidan (museerna) och den andra av efterfrågesidan (besökarna). På utbudssidan är de huvudsakliga faktorerna museets permanenta samling, temporära utställningar, inträdespris, tillgänglighet, läge, marknadsföring, webbsida, personal, pedagogik, publika faciliteter så som restauranger och butiker etcetera. På efterfrågesidan är de huvudsakliga faktorerna utbildningsnivå, bostadens närhet till museer, inkomstnivå, fritidsintressen etcetera. Museernas uppgift är att vara medvetna om sina verktyg och använda dessa för att locka till sig en så bred publik som möjligt. Därtill har de museer som infört fri entré fått som huvudsaklig uppgift att nå ut till samhällsgrupper som vanligtvis inte frekventerar museer vilket ställer större krav på museernas öppenhet och förmåga att förändras.

3.3 Införandet av fri entré

Få museer har en utvecklad och konkret avgiftsfilosofi vilken man kan finna i andra upplevelsebranscher, utan den är istället oftast bestämd utifrån det rådande behovet av att täcka verksamhetskostnader.⁵⁷ Inträdesavgifter till museer varierar mellan länder, städer i samma land, mellan stad och landsbygd och i en och samma stad. Vissa museer tar ut samma avgift för alla besökare medan andra prisdiskriminerar mellan olika grupper (exempelvis lägre priser för barn, studenter och pensionärer). Det finns även museer som är helt avgiftsfria eller avgiftsfria under vissa dagar (i Italien är exempelvis de flesta museer gratis den första söndagen i varje månad). Museer som vill omallokera sina besökare från en dag till en annan försöker ofta sänka priset för den senare.⁵⁸ Den största debatten som förs idag är huruvida museer bör ha fri entré eller inte.

3.3.1 Ett museums kostnadsfunktion

En av de svåraste frågor som en museidirektör måste ta ställning till är nivån eller existensen av en inträdesavgift. Sätter man en för hög avgift exkluderar man vissa grupper och sätter man en för låg kan det leda till att kvalitén av museibesöket sänks på grund av ökad trängsel. För att få

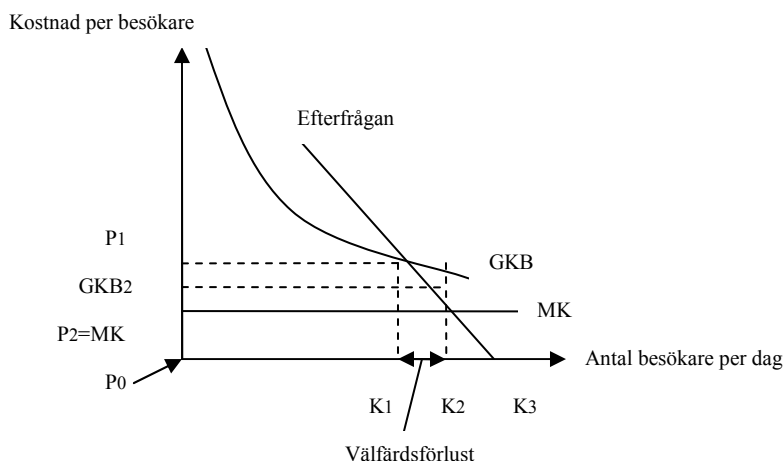
⁵⁶ Lagvik, Elisabeth, verksamhetsledare för publika enheten på Flygplansmuseum, skriftlig korrespondens, 2005/06/08.

⁵⁷ Bailey, J. Stephen – Falconer, Peter, "Charging for Admission to Museums and Galleries: A Framework for Analysing the Impact on Access", *Journal of Cultural Economics*, s. 169, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

⁵⁸ Steiner, Faye, "Optimal Pricing of Museum Admission", *Journal of Cultural Economics*, s. 307, issue 21, Kluwer Academic Publishers, 1997.

en uppfattning om hur en potentiell museibesökares betalningsvilja ser ut utgår jag från ett diagram som Heilbrun och Gray tagit fram och som jag utvecklat (se diagram 1).

Diagram 1. Ett museums kostnadsfunktion



Enligt Heilbrun och Gray karakteriseras ett museums utställningsfunktion av en kortsiktig minskande kostnad per besökare. De delar upp ett museums kostnader i två delar varav den första är de fasta kostnaderna så som elektricitet, försäkringar, kontorspersonal etcetera (dessa kostnader representeras av GKB= genomsnittskostnad per besök i diagram 1). Den andra delen av ett museums kostnader är de rörliga kostnaderna som tillkommer när personer besöker museet (representeras av MK = marginalkostnad i diagram 1) så som vakter, informationspersonal, städpersonal etcetera. Som tidigare nämnts blir den fasta kostnaden mindre per besökare desto fler personer som besöker museet. Ett museums fasta kostnader representeras i diagram 1 av det vertikala avståndet mellan MK och GKB. Utifall ett museum hade som ambition att täcka sina sammanlagda dagliga kostnader genom inträdesavgiften skulle de välja att ha inträdespris P1 och därav få K1 besökare per dag. Enligt Heilbrun och Gray är det detta alternativ som motståndarna till statliga subventioner av museer förespråkar. Detta pris skapar dock en välfärdsförlust (=K2-K1) eftersom alla de besökare som skulle kunna tänka sig att betala ett pris mellan MK och P1 väljer att inte besöka museet. Väljer museet att sätta sitt inträdespris till P2 (= MK) måste museet täcka den kostnad som utgörs av avståndet mellan MK och GKB med statliga subventioner eller andra typer av intäkter vilket skulle ge K2 besökare.⁵⁹ I Sveriges fall har de styrande genomfört en reform som innebär fritt inträde på ett antal statliga museer (motsvaras i diagram 1 av P0). För

⁵⁹ Heilbrun, James – Gray, M. Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 193-196, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

dessa museer sjunker intäkterna för biljetter till noll och det uppkommer ett underskott på MK + GKB som i Sveriges fall ersätts med statliga subventioner. Antalet besökare ökar till K3 vid införandet av fri entré och underskottet blir i förhållande till P2 lika med området där P1 och K1 träffar GKB linjen.

3.3.2 *Museibesök som kollektiv vara*

Vad de styrande inte beaktar när de tar bort inträdesavgifterna är vilka konsekvenser det blir på kvalitén på museibesöken. Utifall ett museibesök skulle vara en ren kollektiv vara skulle införandet av fri entré inte ha någon negativ påverkan på museibesökets kvalité. Harvey S. Rosens sätter upp följande villkor i *Public Finance* för en ren kollektiv vara. Den skall följa ickerivalitetsprincipen, det vill säga att när den väl blivit införskaffad kommer den inte innebära extra kostnader om en ytterligare person konsumerar den och det skall även vara omöjligt att hindra någon från att konsumera den. För att ta reda på vad i detta fall en befolkning är villiga att betala för museiverksamhet (om detta är en kollektiv vara) skulle man behöva genomföra en vertikal summering av samtliga invånares efterfrågekurvor. När en individ konsumerar en privat vara är priset givet och denne bestämmer hur mycket av den som skall konsumeras när det gäller en kollektiv vara konsumerar alla varan i lika stor kvantitet men individen bestämmer vilket pris man är villig att betala för den. Den effektiva mängden av erbjuden museiverksamhet uppnås vid punkten där den kollektiva betalningsviljan för ytterligare museiverksamhet är lika med den marginalkostnaden för att producera den. Eftersom det skulle vara alltför komplicerat att ta reda varje individs sanna betalningsvilja för museiverksamhet ligger det på de folkvalda styrande att avgöra hur mycket resurser som skall läggas på museer. Detta löser problemet med så kallade *free riders*, folk som döljer sina sanna preferenser för i detta fall museibesök, med konsekvensen att de konsumerar varan utan att betala för den.⁶⁰

Som tidigare nämnts sänks kvalitén på den enskilde individens besök ju fler besökare ett museum har. Ickerivalitetsprincipen är därför endast delvis applicerbar på konstmuseer. Gränsen mellan att ickerivalitetsprincipen är applicerbar och uppkomsten av trängseffekten varierar från museum till museum. Museer där lokalerna är väldisponerade och framförallt ljudisolerade är denna gräns tänjbar medan ett litet personligt museum lätt riskerar att överträda den vid en plötslig ökning av besökarantalet. Trängseffekten uppnås till fullo när varje ytterligare besökare sänker kvalitén på besöket för dem som redan befinner sig i museet. Det är i princip

⁶⁰ Rosen, S. Harvey, *Public Finance*, s. 55-57 & 61-63, 6th edition, McGraw-Hill Higher Education, 2002.

inte omöjligt för ett museum att utesluta vissa grupper av besökare. Genom att ha ett alltför högt entrépris kan ett museum exkludera mindre bemedlade besökare.

Utifall en museichef vet hur varje individs efterfrågekurva ser ut och om det är omöjligt för en person att konsumera den kollektiva varan (museibesök) för en annan person kan denne använda sig av perfekt prisdiskriminering. Eftersom det är omöjligt att veta hur varje enskild individs efterfrågekurva ser ut väljer ofta museer att ha en generell prisdiskriminering (gratis inträde för barn och lägre priser för studenter och pensionärer).⁶¹ Museibesök skulle avslutningsvis kunna sägas vara en ren kollektiv vara till en viss gräns när trängseffekten infaller eller om exempelvis inträdespriset sätts allt för högt och det blir till en icke ren kollektiv vara. Införandet av fri entré kan därför, om intresset för ett museum ökar för mycket, leda till att kvalitén av ett besök minskar när kostnadshindret försvinner.

3.3.3 *Fritt inträde på vinst eller förlust*

Diskussionen kring huruvida museer bör vara avgiftsfria eller inte har som nämnts tidigare pågått sedan de första museerna öppnade för allmänheten. Den svenska regeringens mål med museireformen var att införandet av fri entré skulle öppna upp museerna för fler och nya grupper av besökare. Regeringens teori tycks därför vara att museibesök styrs av individens inkomstnivå.

Inträdesavgifter utgör en allt mindre andel av ett större museums totala intäkter medan intäkterna från museibutik och museirestaurang blir allt större. Museer bör därför lägga sin energi på att utveckla nya inkomstbringande aktiviteter innanför museets väggar istället för att öka intäkterna genom att höja inträdesavgiften.⁶² I en marknadsundersökning genomförd i Tyskland över motiv och barriärer till att besöka ett museum visade det sig att de längst ned i den sociala hierarkin ansåg att entréavgiften var en stor barriär medan de längre upp inte alls ansåg detta. Volker Kirchberg ifrågasätter i artikeln ”Entrance Fees as a Subjective Barrier to Visiting Museums” i *Journal of Cultural Economics* denna undersökning. Enligt Kirchberg är det sannolikt att det egentligen inte är avgiften som är barriären utan att det snarare är en livsstilsfråga. Avgiften används som ett accepterat svar på varför man inte går på ett museum medan det inte är lika socialt accepterat att säga att man föredrar andra typer av aktiviteter. Kirchberg utesluter dock inte att en höjning av inträdespriset säkerligen skulle medföra en

⁶¹ Rosen, S. Harvey, *Public Finance*, s. 63-64, 6th edition, McGraw-Hill Higher Education, 2002.

⁶² Heilbrun, James – Gray, M. Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 210-212, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

socioekonomisk uppgradering av museibesökarna och därför helt utestänga vissa sociala grupper.⁶³

Samtidigt som man studerar om de mål som den svenska regeringen satt upp i och med museireformen kan uppfyllas är det viktigt att se till hur de ekonomiska konsekvenserna blir för museerna när de inför fritt inträde. Kan det exempelvis vara lönsamt att införa fri entré eller skulle det vara mer fördelaktigt att endast införa fri entré vissa dagar i veckan? Faye Steiner analyserar effekterna av införandet av fri entré en dag i veckan i sin artikel "Optimal Pricing of Museum Admission" i *Journal of Cultural Economics*. Enligt Steiner är det ur ett inkomstmaximerande perspektiv inte tillbörligt att införa en avgiftsfri dag. Ökningen av besökare skulle med stor sannolikhet inte bli så pass stor att den skulle täcka de förluster som orsakats av att biljettintäkterna försvunnit. Steiner tror att man vid en rättvisande bedömning av de eventuella effekterna av ett införande av fri entré bör estimeras och identifiera besökarnas efterfrågefunktioner för shop och restaurang hos de med låg respektive hög efterfrågelasticitet.⁶⁴

I en undersökning i Storbritannien genomförd av *Museums and Galleries Commission* 1997 fann man att de flesta museer som tagit bort inträdesavgiften för den permanenta samlingen men fortfarande lät de temporära utställningarna vara avgiftsbelagda hade större intäkter för de senare än de museer som även tog ut avgift för den permanenta samlingen.⁶⁵ I en studie genomförd i Rotterdam i Nederländerna visade det dock sig att när fyra av stadens museer som initialt varit avgiftsbefriade införde en avgift ökade paradoxalt nog andelen låginkomsttagare bland besökarna. Förstagångsbesökarna ökade kraftigt medan det efter första besöket skedde en utplaning med färre besökare som stannade längre i museet.⁶⁶

Konsekvenserna av införandet av ett skattefinansierat fritt inträde på vissa statliga museer kan enligt de exempel som nämnts här ovan både vara negativa och positiva. Det sista exemplet implicerar att relationen mellan museibesökare och inträdesavgifter inte alltid behöver vara negativt. Det kan därför tveksamt om man på lång sikt kommer att uppnå önskat resultat, en förändring av sammansättningen av museibesökare, enbart genom införandet av fri entré på museer.

⁶³ Kirchberg, Volker, "Entrance Fees as a Subjective Barrier to Visiting Museums", *Journal of Cultural Economics*, s. 7, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

⁶⁴ Steiner, Faye, "Optimal Pricing of Museum Admission", *Journal of Cultural Economics*, s. 307, issue 21, Kluwer Academic Publishers, 1997.

⁶⁵ Bailey, J. Stephen – Falconer, Peter, "Charging for Admission to Museums and Galleries: A Framework for Analysing the Impact on Access", *Journal of Cultural Economics*, s. 172, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

⁶⁶ Heilbrun, James – Gray, M. Charles, *The Economics of Art and Culture*, s. 197-198, 2nd edition, Cambridge University Press, 2001.

3.3.4 Konsekvenserna av införandet av fritt inträde i Sverige

Lina Kalmteg skriver i en artikel i Dagens Nyheter att museireformen slår ojämnt. Det första kvartalets besökssiffror efter införandet av fri entré visar på en avsevärd ökning för de museer som ingått i reformen. Museer som stått utanför reformen så som Strindbergsmuseet, Stockholms medeltidsmuseum och Judiska museet har däremot haft en negativ besökarutveckling. Prins Eugens Waldemarsudde har gått från att första kvartalet för 2004 ha haft 42 944 besökare till att för samma period 2005 endast ha haft 26 423 besökare. Den största nedgången som de utanförstående museerna erfarit har varit i antalet skolvisningar som nu görs i egen regi på något av de avgiftsfria museerna. Generellt har reformen fört med sig en hårdnad konkurrens mellan museerna vilken kan medföra att vissa museer kommer att slås ut.⁶⁷

Tabell 1. Jämförande tabell över besökarantalet för perioden januari till och juni 2004 jämfört med motsvarande period under 2005. ⁶⁸			
Museer:	Antal besökare jan-juni 2004	Antal besökare jan-juni 2005	Procentuell skillnad
Arkitekturmuseet ⁶⁹	118 438	155 909	32
Armémuseum	22914	41493	81
Etnografiska museet	56667	92624	63
Flygvapenmuseum	23726	23341	-2
Hallwylska museet	19168	43562	127
Historiska museet	68038	93591	39
Livruskammaren	42513	157 531	271
Marinmuseum	57822	71039	23
Moderna museet ⁷⁰	378 463	310 834	-18
Musikmuseet	14867	39515	166
Myntkabinettet	25843	47801	85
Nationalmuseum	116 958	227 953	95
Naturhistoriska riksmuseet	116 255	378 848	226
Nordiska museet	78 767	163 095	107
Sjöhistoriska museet	18235	77 897	327
Skoklosters slott	11314	30870	173
Den gemensamma ökningen för samtliga frientrémuseer mellan perioden januari till och med juni 2004 och motsvarande period 2005: 67 %			

I tabell 1 redovisas antalet besökare för perioden januari till juni 2004 och jämförs med samma period för 2005 för de statliga museer som varit inkluderade i reformen (se tabell A.2.1 i Appendix). Medelhavsmuseet har varit stängt sedan april, Världskulturmuseet öppnade den 1 januari 2005 och Östasiatiska museet var stängt i början av år 2004 och har därför inte inkluderats i tabellen. Den gemensamma ökningen för samtliga frientrémuseer mellan januari och juni 2004 och motsvarande period för 2005 var 67 procent. Det museum som visade på den

⁶⁷ Kalmteg, Lina, ”Museireformen slår ojämnt”, *Dagens Nyheter*, 11/04/2005.

⁶⁸ Data kommer från Månsson, Sven, *Rapportering t.o.m. juni 2005 - Besökutfall vid statliga muser omfattande frientréreformerna*, rapport KUR 2005/2081, Kulturrådet, 2005/07/08.

⁶⁹ Arkitekturmuseet införde fri entré tillsammans med Moderna museet 2004 och verksamheten var inte i full gång förrän i februari 2004.

⁷⁰ Den procentuella ökningen för Moderna museet är negativt vilket beror på att museet införde fritt inträde redan 2004 och hade därav sin ökning då.

största ökningen av besökare var Sjöhistoriska museet (327 %) följt av Livrustkammaren (271 %) och Skokloster (173 %). Moderna museet (-18 %) och Flygvapenmuseum (- 2 %) var de enda museerna som visade på en negativ besökarutveckling. Anledningen till dessa resultat beror i Moderna museets fall på att de införde fri entré redan våren 2004 och fick sin ökning då och Flygvapenmuseums negativa resultat förklaras längre fram. En tendens är att besökarantalet dramatiskt ökat den första månaden med fritt inträde för att därefter lugna sig något. På längre sikt kan man säkerligen räkna med att det skett en generell genomsnittlig ökning av besökarantalet men att denna kommer att vara lägre jämfört med den kortsiktiga som redovisats i tabell 1 som i Moderna museets fall.

Sjöhistoriska museets informationschef Maria B. Andersson ser positivt på reformen som hon menar har bidragit till att även ovana museibesökare har sökt sig till museet. Museets ansvarige för museivårdar, Jenny Lind, har sett en markant ökning av besökande barnfamiljer, skolklasser och besökare med utländsk härkomst. Under perioden januari till juni 2005 fick man 77 897 besökare vilket kan jämföras med 18 235 besökare för samma period 2004. Under samma period har antalet kunder i museibutiken fördubblats jämfört med året innan. Tendensen är dock att kunderna i butiken köper färre och billigare saker i genomsnitt jämfört med tidigare. Negativa effekter av införandet av fri entré för museet har varit och är ett ökat slitage på lokalerna, behov av en utökad personalstyrka, högre ljudnivå i museet etcetera.⁷¹

Isacson anser att reformen var ett bra initiativ som framförallt bidragit till en ökning av spontanbesöken till Musikmuseet. Isacson tror dock att för att på lång sikt förändra besökarstrukturen krävs att museerna ser över sin totala verksamhet och utgå i utformandet av utställningar från det multietniska samhälle som Sverige har idag. Precis som för Sjöhistoriska museet har reformen bidragit till att en mängd extra kostnader uppkommit för exempelvis extrainkallad vaktpersonal, fler museivårdar, sänkningar av priset på visningar och ökat slitage på autodidaktiskt material. Museet har inte fått några ökade intäkter från försäljning och eftersom restaurangen inte drivs av museet har de inte fått några intäkter därifrån. Enligt Isacson är det största problemet med reformen att den ekonomiska compensationen inte är tillräcklig.⁷²

Enligt Berglund Holmgren har Livrustkammaren märkt av en ökad tillströmning av museibesökare, framförallt av den mer museiovana kategorin i och med införandet av fri entré.

⁷¹ Andersson, B. Maria, Sjöhistoriska museets informationschef, skriftlig korrespondens, 2005/06/23.

⁷² Isacson, Kay, informatör på Musikmuseet, skriftlig korrespondens, 2005/06/23.

Berglund Holmgren menar på att museerna måste erbjuda de nya besökargrupperna som saknar museivana tydligare information än vad som fungerat tidigare.⁷³

Flygvapenmuseum utanför Linköping är ett av de få museer utanför Stockholm som fått ingå i museireformen. Museet befinner sig utanför en stad och är inriktat på en ganska specifik grupp av specialintresserade besökare. Enligt Lagvik har Flygvapenmuseum än så länge inte märkt av någon ökning i besökarantalet efter införandet av fri entré. Lagvik tror att anledningen till denna uteblivna förändring av besökartillströmningen har att göra med museets läge (utanför en stad vilket utesluter de flesta spontanbesökare) och att museets besökare till största del utgörs av specialintresserade personer som inte är såpass priskänsliga att ett besök avgörs av priset på inträdesbiljetten.⁷⁴

Agneta Modig Tham, chef för den administrativa avdelningen på Moderna museet, konstaterar att museet har haft tre gånger så många besökare under 2004 jämfört med tidigare år. Betänker man att anslagsökningen i och med frientréreformerna endast varit 13 procent har resultatet varit anmärkningsvärt. Museet har arbetat med att bli mer välkomnande genom att skapa en trevlig miljö och utveckla en klar pedagogisk profil. Precis som de andra museerna har man erfarit ett ökat slitage på lokalerna och ett utökat behov av vakter och städning.⁷⁵

Arkitekturmuseet återöppnade våren 2004 i nya lokaler vid sidan av Moderna museet och införde direkt fri entré. Det skedde en dramatisk ökning av antalet besökare under 2004 vilket delvis kan förklaras av att de nya lokalerna sitter ihop med Moderna museet. Sammansättningen av besökare till Arkitekturmuseet har andelen män ökat från 40 procent 2001 till 47 procent 2004, andelen yngre besökare (under 26 år) har ökat från 17 procent 2001 till att 2004 ligga på 29 procent, andelen besökare från andra delar av landet ökade mellan 2001 och 2004 från 10 procent till 33 procent och 56 procent var förstagångsbesökare under 2004 (40 % besökte museet samtidigt som de besökte Moderna museet). I den enkätundersökning som museet genomfört visade sig att flera av besökarna skulle aldrig ha besökt museet utifall det inte hade varit gratis. Precis som Livrustkammaren har Arkitekturmuseet blivit tvungna att omarbota sin pedagogiska verksamhet för att bli mer tillgängliga för den museiovana publiken.⁷⁶

⁷³ Berglund Hamngren, Margareta, enhetschef på Livrustkammarens informationsenhet, skriftlig korrespondens, 2005/04/18.

⁷⁴ Lagvik, Elisabeth, verksamhetsledare för publika enheten på Flygplansmuseum, skriftlig korrespondens, 2005/06/08.

⁷⁵ Modig Tham, Agneta, chef för den administrativa avdelningen på Moderna museet, skriftlig korrespondens, 2005/07/15.

⁷⁶ Arkitekturmuseet, *Redovisning av erfarenheter av reformen med fri entré*, s. 1-5, Arkitekturmuseet, 2005.

Enligt Perina Stjernlöf, informationsansvarig på Hallwylska museet, har antalet besökare ökat men hon har dock inte sett någon större tillströmning av nya kategorier av besökare med undantag av att det kommit några fler skolgrupper. Intäkterna i museishopen har inte ökat avsevärt men inte heller slitaget på lokalerna. Stjernlöf tycker dock som de flesta museer som ingått i reformen att det har varit ett bra initiativ.⁷⁷

Gunilla Pettersson, verksamhetsledare för publika enheten på Armémuseum, ser inte att reformen varken resulterat i ökade kostnader eller intäkter. Museet får fortfarande mest manliga besökare men det har skett en ökning av dagis- och förskolegrupper som förut inte besökt museet. Bland de negativa effekterna av reformen är att miljön i museet har blivit betydligt stökigare och folk tenderar att övertrampa de gällande reglerna. Pettersson tror att inte att införandet av fri entré kommer att ha en avgörande roll i att bredda gruppen av besökare på lång sikt utan att det är de redan museivana som kommer att gå oftare på museer än vad de gjort tidigare. Hon menar precis som Gray att ökade satsningar på skolklasser som exempelvis statligt finansiera visningar skulle ha en betydligt större långsiktig verkan.⁷⁸

Enligt Amréus har Historiska museet som de flesta museer som ingått i reformen märkt av en kraftig ökning av antalet besökare. Det finns indikationer på förändringar i sammansättningen av besökarna. Museet har inte kunnat skönja några större förändringar vad gäller försäljningen i museishopen och eftersom museets kafé drivs av ett enskilt företag påverkar förändringar där inte museets intäkter. Amréus anser likt Isacson att införandet av fri entré är ett steg närmare ett öppnande av museer för nya grupper av besökare, men att det krävs ytterligare åtgärder för att nå långsiktiga resultat.⁷⁹

Kulturrådet har genomfört publikundersökningar på sex olika museer efter genomförandet av fri entré; Musikmuseum, Livrustkammaren, Flygvapenmuseum, Armémuseum, Arkitekturmuseum och Hallwylska museet. Mellan 200 till 500 enkäter samlades in per museum (totalt 2037) och de genomsnittliga svaren för museerna visade på att 53 procent av besökarna hade en universitets/högskoleutbildning, 70 procent var antingen förvärvsarbete eller studenter, 13,5 procent var födda utanför Sverige, 20 procent hade en förälder som var född utomlands, 74 procent av besökarna hade besökt 2 eller fler museer under de senaste 12 månaderna och 81 procent trodde att de i framtiden kommer oftare att besöka museer med fri

⁷⁷ Stjernlöf, Perina, informationsansvarig på Hallwylska museet, skriftlig korrespondens, 2005/06/09.

⁷⁸ Pettersson, Gundela, verksamhetsledare för publika enheten på Armémuseum, skriftlig korrespondens, 2005/06/14.

⁷⁹ Amréus, Lars, biträdande museichef på Historiska museet, skriftlig korrespondens, 2005/06/09.

entré jämfört med de som har entréavgift.⁸⁰ Enligt en enkätundersökning genomförd av Stockholms stads utrednings- och statistikkontor med 411 svarande stockholmare hade 93 procent hört talas om frientréreformen och 71 procent ansåg att gratis entré hade en betydelse vid val av museum.⁸¹

Tobias Brandel skriver i artikeln ”Fri entré lockar fler lågutbildade” i *Svenska Dagbladet* om konsekvenserna av införandet av fri entré på vissa statliga museer. Enligt Brandel har andelen lågutbildade besökare ökat kraftigt sedan avgifterna på museerna ifråga togs bort. På Historiska museet har besökarkategorin som endast har en grundskoleutbildning ökat från 9 procent till 20 procent jämfört med samma period för 2004. I och med även de andra kategorierna av besökare ökat är den reella ökningen än större. Även Etnografiska museet och Medelhavsmuseet har fått en betydligt högre besöksfrekvens av besökare utan akademisk utbildning. 24 procent av Nationalmuseums besökare uppger att det fria inträdet var helt avgörande för besöket vid museet.⁸²

Vilka är slutligen de största vinnarna på reformen förutom besökarna? Givetvis får regeringen pluspoäng inför det stundande valet, först och främst i Stockholms valdistrikt. Museerna som ingår i reformen får ett stort försprång framför de som står utanför den. Enligt Brandel i artikeln ”Fri entré klipp för museernas kaféer” i *Svenska Dagbladet* har den fria entrén inneburit ökade inkomster för de externa företag som driver de flesta kaféer, restauranger och butiker i de museer som fått fri entré. Nationalmuseums restaurang *Atrium* har ökat sin omsättning med 35 procent jämfört med förra året. Nordiska museets matsal har ökat sin omsättning med 44 procent och Livrustkammarens butik har sett en försäljningsökning med 132 procent.⁸³ Moderna museets butiks bruttointäkt blev för 2004 8,8 miljoner jämfört med normalår då den brukar ligga runt 5 miljoner.⁸⁴ Utifall fler museer hade haft egna restauranger och butiker skulle de förmodligen kunnat täcka en del av de extra kostnader som reformen inneburit med de ökade intäkterna från dessa.

Sammanfattningsvis har frientréreformen på kort sikt lett till en avsevärd ökning av antalet museibesökare vilket pekar på existensen av en viss korrelation mellan entrépriser och

⁸⁰ <http://www.kulturradet.se/ovfiles/6-museer-v-14-.pdf>, 2005/08/14.

⁸¹ http://www.kulturradet.se/ovfiles/stockholmsbuss_mus.pdf, 2005/08/14.

⁸² Brandel, Tobias, ”Fri entré lockar fler lågutbildade”, *Svenska Dagbladet*, http://www.svd.se/dynamiskt/kultur/did_9881141.asp, 2005/06/04.

⁸³ Brandel, Tobias, ”Fri entré klipp för museernas kaféer”, *Svenska Dagbladet*, http://www.svd.se/dynamiskt/kultur/did_9754192.asp, 2005/05/18.

⁸⁴ Modig Tham, Agneta, chef för den administrativa avdelningen på Moderna museet, skriftlig korrespondens, 2005/07/15.

besökarantal. Eftersom det inte gjorts några större förberedande studier av publiksammansättningen på museerna som ingått i reformen är det svårt att ge några exakta uppskattningar på förändringar av den. De undersökningar som dock har gjorts indikerar att antalet besökare utan akademisk bakgrund och de med invandrabakgrund har ökat på vissa museer. Det ökade besökstrycket på museerna har inneburit ett ökat behov av städning och vakter men även en utökad pedagogisk ökning. Det finns en klar tendens till att museibesöken har blivit kortare och att även om intäkterna i museibutiken och restaurangen har ökat köper folk för mindre pengar. Reformen har dock fört med sig regionala orättvisor i och med att merparten av museerna som inkluderats i reformen finns i Stockholm. Konkurrensen om museibesökarna har hårdnat med risk för att vissa museer som står utanför reformen kommer att bli tvungna att stänga igen. Ökningen av del av skatt som går till museer och konsthallar för att kunna genomföra reformen har varit marginell (cirka 7 kronor/år utslaget per invånare).

4 Empirisk analys

4.1 Multipel linjär regression per år

För att få reda på olika faktorer som kan tänkas ha en påverkan på antalet museibesökare till ett visst museum har jag valt att genomföra en multipel linjär regression. Utgångspunkten i arbetet med uppsatsen är ett datamaterial över statistik för svenska museer och konsthallar mellan åren 1997 och 2003. Datamaterialet är sammanställt av Kulturrådet och publicerat i *Museer och konsthallar*. Innan år 1997 var det Statistiska Centralbyrån (SCB) som ansvarade för museistatistiken. I och med att statistiken från SCB inte är upplagd på samma sätt som statistiken från Kulturrådet gick det inte att sträcka sig längre tillbaka än år 1997 för den översiktliga undersökningen. I Kulturrådets årliga publikation finns en mängd data för de flesta museer och konsthallar i Sverige. Samtliga museer i Sverige blir årligen tillsända ett frågeformulär som efter ifyllande sedan Kulturrådet bearbetar till ovan nämnda statistiska sammanställning. Jag använde mig endast av de museer som finns med i samtliga årgångar mellan 1997 och 2003. Efter att ha rensat bort museer som inte funnits med alla år alternativt innehållit bristfällig data fick jag fram ett urval på 101 museer som fanns komplett representerade för åren 1997 till och med 2003. Efter att ha sammanställt all data i excel genomförde jag sju multipla linjära regressioner för varje år (1997-2003).

4.1.1 Regressionsekvation

$$BA_t = \alpha + \beta_{1t}(Univ) + \beta_{2t}(S) + \beta_{3t}(KB) + \beta_{4t}(SB) + \beta_{5t}(KM) + \beta_{6t}(Uts) + \beta_{7t}(EW) + \beta_{8t}(Intr) + \beta_{9t}(\ddot{O}pp)$$

$T = t_1, \dots, t_9 = \text{år } 1997-2003$

Där:

BA=	Besökarantal	Univ=	Antal invånare med universitetsutbildning
S=	Sponsring	KB=	Kommunalt bidrag
SB=	Statligt bidrag	KM=	Konstmuseum
Uts=	Antal temporära utställningar	EW=	Egen webbsida
Intr=	Inträdesavgift	Öpp=	Öppet antal dagar/år

Den beroende variabeln i den multipla linjära regressionen per år är besökarantal (se besökarutveckling mellan 1991 och 2003 i linjediagram A.1.4. i Appendix). Genom att studera artiklar och litteratur inom området kombinerat med intervjuer med museipersonal valde jag ut de variabler som skulle kunna tänkas ha en påverkan på besökarantalet på museer; antal invånare

med universitetsutbildning, sponsring, kommunalt bidrag, statligt bidrag, konstmuseum, antal temporära utställningar, egen webbsida, inträdesavgift och öppet antal dagar per år.

Antalet invånare med universitetsutbildning (Univ) är intressant att testa i och med att flera studier som gjorts pekar på att akademiker är flitigare museibesökare än personer utan en akademisk utbildning. Variabeln mäts i antal invånare med universitetsutbildning i det län som varje enskilt museum befinner sig i vid år t. *Sponsring* (S) utgör en liten del i museers intäkter i Sverige men det är ett område som växer och det är därför av intresse om man kan skönja ett samband mellan ökad sponsring och ökade möjligheter för museer att locka till sig besökare. Variabeln sponsring är mätt i kronor som varje enskilt museum erhåller från sponsring vid år t. *Kommunalt och statligt bidrag* (KB respektive SB) är utvalda som förklarande variabler för att se om man kan se någon direkt koppling mellan bidragsnivåer och besökarantal. Variabeln kommunalt och statligt bidrag är mätt i kronor erhållit av varje enskilt museum vid år t. Dummyvariabeln *Konstmuseum* (KM) skall visa på om faktumet att ett museum är ett konstmuseum har någon påverkan på antalet museibesökare. Är ett museums dummyvariabel 1 betyder det att museet ifråga är ett konstmuseum och 0 att det är ett annat slags museum. Museers temporära utställningar har dels enligt litteraturen men även enligt de museianställda som intervjuats visat sig vara en viktig förklaring till antalet museibesökare. Den aspekt av temporära utställningar som är kvantifierbar och finns i Kulturrådets statistik är *Antal temporära utställningar* (Uts) (se linjediagram A.1.5. över antal utställningar mellan åren 1991 och 2003 i Appendix) och har därför fått bli en av regressionens förklarande variabler. Variabeln mäts i antalet utställningar som ett enskilt museum erbjuder under år t. Dummyvariabeln *Egen webbsida* (EW) är inkluderad för att visa om införandet av en webbsida har någon påverkan på antalet museibesökare. Är ett museums dummyvariabel 1 betyder att museet ifråga har en webbsida och 0 att det inte har en sådan vid år t. Eftersom införandet av fritt inträde har en central roll i denna uppsats är det av vikt att se om inträdesavgifter har spelat en roll i individens konsumtion av museibesök innan reformen genomfördes, därför har variabeln *Inträdesavgifter* (Intr) inkluderats i regressionsekvationen. Variabeln mäts i kronor för varje enskilt museums entréavgift vid år t. Öppettider är starkt kopplat till ett museums tillgänglighet vilket har utpekats av den museipersonal som intervjuats att vara en viktig förklarande faktor till antalet museibesökare. *Öppet antal dagar/år* (Öpp) är inte det främsta instrumentet till att mäta ett museums egentliga tillgänglighet (öppettiderna kan exempelvis vara dåligt anpassade till folks behov vilket inte kommer fram ur statistiken) men är den enda som finns representerad i

museistatistiken. Variabeln mäts i antal dagar om året som ett enskilt museum är öppet under år t.

4.1.2 Hypoteser

Jag har valt att använda mig av ett 90 procentigt konfidensintervall för att minska risken att begå typ II fel, det vill säga att acceptera en felaktig hypotes. Nackdelen med detta är att risken ökar för typ I fel, det vill säga att sannolikheten att förkasta en sann hypotes ökar. Valet av ett så pass lågt konfidensintervall som 90 procent grundar sig på att jag vill fånga upp en så stor del påverkande faktorer som möjligt.⁸⁵ Kulturekonomi är ett komplicerat område att studera inte minst på grund av att det finns en mängd ickekvantifierbara faktorer man bör ta hänsyn till.

4.1.2.1 T-test av sannolikhet

Det kritiska t-värdet givet 9 förklarande variabler och $n=101$ (n = antal museer i urvalet) vilket ger 92 frihetsgrader (df). Enligt t-tabellen är t-värdet med en 90 procentig förklaringsgrad 1,658 eftersom jag har valt att använda mig av ett tvåsidigt konfidensintervall blir det andra kritiska värdet -1,658. Sannolikhetsnivån blir $\Pr(-1,658 \leq t \leq 1,658) = 0,1$. Nollhypotesen förkastas om t-värdena för β_{ii} är lägre eller lika med -1,658 alternativt högre eller lika med 1,658. Jag har valt att både beakta t-värdet samt p-värdet trots att det egentligen räcker med att använda endera. Anledningen till detta är att eftersom olika litteratur lyfter fram det ena eller det andra som det främsta verktyget har jag valt att ta med båda och låta det ena styrka det andra.

4.1.2.2 P-test

Jag har kompletterat mitt t-test med ett p-test som ger den exakta sannolikheten för att begå ett typ I fel, vilket vill säga sannolikheten att förkasta den sanna nollhypotesen. Desto närmare 0 det erhållna p-värdet hamnar med desto större säkerhet kan man förkasta nollhypotesen (förutsatt att man redan har kunnat förkasta nollhypotesen med ett t-test).⁸⁶ Det vill säga att det p-värde som ligger nära noll bekräftar att det tidigare erhållna t-värdet är signifikant. Jag väljer att presentera t-värdet och p-värdet i samma tabell för att tydliggöra regressionsresultatet så väl som möjligt.

⁸⁵ Gujarati, N. Damodar, *Basic Econometrics*, 3rd edition, s. 131-132, McGraw-Hill - Singapore, 1995.

⁸⁶ Gujarati, N. Damodar, *Basic Econometrics*, 3rd edition, s. 132-134, McGraw-Hill - Singapore, 1995.

4.1.2.3 F-test

Eftersom jag har fler än två förklarande variabler är det intressant att genomföra ett F-test som testar den översiktliga signifikansen hos den estimerade regressionen.⁸⁷ F-statistiken används för att avgöra om den observerade relationen mellan de beroende och de oberoende variablerna är slumpmässig. Min nollhypotes är att alla β_{it} är 0 vid tidpunkt t (t=årtal för åren 1997-2003). Om detta inte är fallet förkastas nollhypotesen och resultatet kan sägas vara signifikant vid tidpunkt t för β_{it} . Med en frihetsgrad (df 1) på 9 och (df 2) på 91 blir det kritiska värdet 1,68. Utifall ANOVA testet ger ett F-värde högre än 1,68 förkastas nollhypotesen.

4.1.2.4 Determinationskoefficienten - r^2

För att se hur väl regressionslinjen passar med mina data kommer jag att beakta determinationskoefficienten. Min förhoppning är att de residualer som inte befinner sig på regressionslinjen är så små som möjligt. Determinationskoefficienten bör bli så nära 1 (100 procentig förklaringsgrad) som möjligt vilket skulle tyda på att mina regressionskoefficienter väl förklarar den beroende variabeln, antalet museibesökare. Hamnar r^2 däremot nära noll kan inte regressionsekvationen användas för att förutsäga y-värdet.

4.1.3 Regressionsresultat

I tabell 2 här nedan redovisas resultatet av den multipla linjära regressionen per år (1997-2003). Endast regressionskoefficient β_6 (=Antal temporära utställningar) har genom ett t-test kunnat förkasta nollhypotesen under samtliga år vilket har kunnat styrkas genom att variabeln likaså uppvisat ett p-värde mycket nära 0. β_7 (=Antal invånare med universitetsutbildning) har under samtliga år med undantag för år 1997 med t-test kunnat förkasta nollhypotesen och under samma perioder haft ett p-värde mycket nära 0. β_7 (=Egen webbsida) har med t-test för åren 2001, 2002 och 2003 kunnat förkasta nollhypotesen och visa upp mycket låga p-värden. β_2 (=Sponsring) har med t-test för åren 2002 och 2003 kunnat förkasta nollhypotesen vilket har kunnats styrkas med mycket låga p-värden. β_8 (=Inträdesavgift) har med t-test för år 2000 kunnat förkasta nollhypotesen och samtidigt uppvisa ett mycket lågt p-värde. β_3 (=Kommunalt bidrag) är den regressionskoefficient som i lägst grad förklarar antalet museibesök. F-värdet (som testar regressionskoefficienternas översiktliga signifikans) har vid samtliga år kunnat förkasta

⁸⁷ Gujarati, N. Damodar, *Basic Econometrics*, 3rd edition, s. 134-136, McGraw-Hill - Singapore, 1995.

nollhypotesen och determinationskoefficienten har varierat mellan 0,356 år 2001 till 0,55 år 1999 (förklaringsgraden har med andra ord varierat mellan 35,6 procent och 55 procent).

Tabell 2. Resultat från multipel linjär regression per år, påverkande faktor på antalet museibesök, 1997-2003.							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Konstant (BA)	-67606,554	-92060,495	-69385,026	-72866,984	-79949,386	-73398,327	-80497,387
β_1 (Univ)	<u>219,398</u>	<u>359,137</u>	<u>313,79</u>	<u>362,25</u>	<u>348,85</u>	<u>350,247</u>	<u>344,816</u>
t-värde	1,381	1,957*	1,933*	2,16*	1,868*	2,145*	2,407*
p-värde	0,171	0,053	0,056	0,033	0,065	0,035	0,018
β_2 (S)	<u>626,37</u>	<u>588,822</u>	<u>757,08</u>	<u>617,246</u>	<u>555,726</u>	<u>1467,271</u>	<u>1093,06</u>
t-värde	0,904	0,783	1,242	0,965	0,9	2,846*	2,315*
p-värde	0,368	0,436	0,217	0,337	0,371	0,005	0,023
β_3 (KB)	<u>4747,8</u>	<u>9878,879</u>	<u>-15010,6972</u>	<u>-24311,434</u>	<u>8675,83</u>	<u>-19341,24</u>	<u>10950,145</u>
t-värde	0,194	0,313	-0,467	-0,683	0,183	-0,415	0,271
p-värde	0,847	0,755	0,642	0,497	0,855	0,679	0,787
β_4 (SB)	<u>1640,16</u>	<u>-616,149</u>	<u>446,343</u>	<u>-126,107</u>	<u>-1880,836</u>	<u>-1470,759</u>	<u>-2017,39</u>
t-värde	1,01	-0,332	0,28	-0,075	-1,08	-0,701	-1,516
p-värde	0,315	0,741	0,78	0,94	0,283	0,485	0,133
β_5 (KM)	<u>10865,022</u>	<u>7166,489</u>	<u>-1518,789</u>	<u>-8303,236</u>	<u>-3624,874</u>	<u>18391,817</u>	<u>13869,064</u>
t-värde	0,467	0,266	-0,067	-0,329	-0,148	0,757	0,61
p-värde	0,642	0,791	0,947	0,743	0,882	0,451	0,543
β_6 (Uts)	<u>0,004</u>	<u>0,004</u>	<u>0,004</u>	<u>0,002</u>	<u>0,002</u>	<u>0,003</u>	<u>0,003</u>
t-värde	6,248*	6,263*	7,154*	3,634*	3,857*	4,499*	5,587*
p-värde	1,31E-08	1,23E-08	2,08E-10	0,001	0,0002	2,01E-05	2,39E-07
β_7 (EW)	<u>0,002</u>	<u>0,001</u>	<u>0,003</u>	<u>0,002</u>	<u>0,003</u>	<u>0,003</u>	<u>0,004</u>
t-värde	1,452	1,025	1,647	1,212	2,056*	2,054*	2,721*
p-värde	0,15	0,308	0,103	0,228	0,043	0,043	0,008
β_8 (Intr)	<u>-0,03</u>	<u>-0,013</u>	<u>-0,009</u>	<u>0,069</u>	<u>-0,001</u>	<u>-0,027</u>	<u>-0,025</u>
t-värde	-1,286	-0,938	-0,84	3,077*	-0,054	-1,242	-0,709
p-värde	0,202	0,351	0,403	0,003	0,957	0,217	0,48
β_9 (Öpp)	<u>0,1</u>	<u>0,144</u>	<u>0,071</u>	<u>0,115</u>	<u>0,093</u>	<u>0,065</u>	<u>0,009</u>
t-värde	1,23	1,616	0,937	1,458	1,218	0,954	0,146
p-värde	0,222	0,11	0,351	0,148	0,226	0,342	0,885
F-test	9,68*	10,02*	12,35*	8,97*	5,6*	7,18*	9,49*
Justerat r ²	0,489	0,498	0,55	0,47	0,356	0,416	0,484
n (antal museer)	101	101	101	101	101	101	101
*=H0 förkastas							
Data till grund för regressionen kommer från Kulturrådets statistiska sammanställning <i>Museer och konsthallar</i> .							

Regressionskoefficienten som förklarade antalet museibesökare med antalet temporära utställningar är den som utifrån regressionen är den tydligaste förklarande variabeln. Antalet museibesökare skulle därför kunna fastställas vara korrelerat med antalet temporära utställningar som sätts upp vid ett visst museum. Ett större utbud av utställningar bidrar till att museibesökaren får fler incitament till att besöka ett och samma museum vid flera tillfällen. Att frekvent byta ett museums temporära utställningar bidrar till att skapa en ökad uppmärksamhet

dels i media i form av recensioner på kultursidor och i kulturprogram. Utöver det som tidigare omnämnts har museer med fler utställningar möjligheten att synas ofta i olika pr-kampanjer och bjuda in till fler vernissager som följs i media. Museets chanser att väcka museibesökarnas intressen ökar på detta sätt. Särskilt större utställningar av så kallade *blockbusternatur* som behandlats i teoriavsnittet har en stor påverkan på antalet museibesökare. Jämför man linjediagrammet över antal besökare (A.1.4. i Appendix) och antal utställningar (A.1.5. i Appendix) för åren 1991 till 2003 kan man även där notera en viss korrelation mellan antal utställningar och antal museibesök, då mätt över tiden.

Den andra regressionskoefficient som väl förklarar antalet museibesökare är antalet invånare med en universitetsutbildning. Vad som karakteriserar den genomsnittlige museibesökaren behandlas även detta i teoriavsnittet. Åtskilliga studier har visat på att utbildningsnivå är starkt korrelerat med en ökad kulturkonsumtion. Mycket pekar på att en ökad utbildningsnivå har exempelvis en större påverkan på kulturkonsumtionen än en ökad inkomstnivå. Museer i städer med en hög andel universitetsutbildade borde därför ha bättre förutsättningar för att locka till sig museibesökare än städer med en låg andel universitetsutbildade.

Regressionskoefficienten för egen webbsida visar på en relativt stor förklaringsgrad för antalet museibesökare. I takt med att folk planerar sin fritid i allt större utsträckning med hjälp av Internet har en bra webbsida blivit nödvändigt för större publika institutioner. Finns inte relevant information så som öppettider och utställningsbeskrivningar lätt åtkomligt på Internet finns det en sannolikhet att detta påverkar antalet besökare till museet negativt.

Regressionskoefficienterna för sponsring och inträdesavgift kunde med ett t-test endast förkasta nollhypotesen under två respektive ett år av de sju som ingick i undersökningen. Svenska museer har generellt varit dåliga på att söka sponsring vilket delvis kan förklaras med en avsaknad av incitament till att göra detta. Sponsring av museer har behandlats i teoriavsnittet. Ökade intäkter i form av exempelvis sponsring ökar museernas likviditet och gör det möjligt för dem att sätta upp mer påkostade utställningar eller utveckla de publika faciliteterna vilket i sin tur ökar museernas attraktivitet i museibesökarnas ögon. Som poängteras i teoriavsnittet börjar museer även i Sverige öppna upp ögonen för näringslivet vilket antagligen kommer att resultera i att sponsring får en allt viktigare roll i den museala verksamheten. Detta kommer visa sig i framtida undersökningar då den förklarande variabeln, ”Sponsring”, kan tänkas komma att bli mer signifikant jämfört med under intervallet 1997-2003. Hade jag haft tillgång till

besöksstatistik för år 2004 och första halvan av år 2005 (efter införandet av fri entré på statliga museer) skulle säkerligen variabeln ”inträdesavgift” blivit en betydligt mer signifikant förklarande variabel för antalet museibesökare.

Kommunalt och statligt bidrag har fått en låg förklaringsgrad vilket kan förklaras genom att vissa museer i urvalet får endast statligt bidrag medan andra får endast kommunalt bidrag. När dessa museer körs i samma regression blir resultatet att båda dessa variabler får en låg förklaringsgrad. Det kommunala alternativt statliga bidraget utgör i dagsläget fortfarande den primära inkomstkällan för de flesta museer och har i ett längre perspektiv en direkt påverkan på antalet museibesökare.

Regressionskoefficienten ”Öppet antal dagar/år” fick en låg signifikans för antalet museibesökare. Detta kan förklaras med att mätningen av öppethållande i antal dagar per år inte säger så mycket om museets egentliga tillgänglighet. Ett museum som har öppet en timme varje dag är inte mer tillgängligt än ett som har öppet en dag i veckan från morgon till kväll. Rigida och begränsade öppettider som inte är anpassade efter hur folks fritid ser ut eller när folk helst kan tänka sig att besöka ett museum påverkar säkerligen antalet museibesökare.

Regressionsresultaten i tabell 2 kan tolkas på olika sätt. Koncentrerar man avläsningen på de erhållna koefficientvärdena kan dessa i vissa fall te sig tämligen orimliga. Tittar man exempelvis på koefficientvärdena för antal invånare med universitetsutbildning år 1997 är den cirka 219 vilket skulle kunna betyda att för varje utbildad invånare i ett län skapas 219 museibesökare. Lika orimlig är koefficientvärdet för sponsring år 2000 som skulle kunna utläsas som att varje extra krona i sponsring leder till ytterligare 617 besökare. Samtliga konstanter för intervallet 1997 till 2003 är negativa och väljer man exempelvis ut år 1999 är konstanten cirka -69 385. Detta skulle betyda att om alla koefficientvärdena hamnade på noll skulle besökarantalet bli -69 385 vilket är helt orimligt eftersom besökarantalet inte kan vara negativt. En möjlig anledning till de orimliga konstanterna och koefficientvärdena är att besökarantalet till museer är en svår konstant att förklara inte minst på grund av att det finns en mängd kvalitativa faktorer som inte går att kvantifiera. Det som regressionen visar på är dock samband mellan olika faktorer vilket är det som är relevant i denna uppsats. Dessa samband kan sedan relateras till kvalitativa aspekter vilket görs i uppsatsens sammanfattning.

I avsnitt 4.2 redovisas en multipel linjär regression av fyra museer över tiden (1985-2003).

4.2 Multipel linjär regression av fyra museer över tiden

I detta avsnitt görs en multipel linjär regression av fyra konstmuseer över en tidsperiod på 18 år (1985-2003). All data kommer precis som vid den föregående regressionen från Kulturrådets årliga statistiska sammanställning, *Museer och konsthallar*. Valet av museer (Hallwylska museet, Uppsala konstmuseum, Borås konstmuseum, och Västerås konstmuseum) grundar sig på att dels samtliga museer finns representerade för samtliga år mellan 1985 och 2003, dels för att koncentrera mig på en viss typ av museer (i detta fall konstmuseer) och museerna har olika karaktärer och förutsättningar vilket kan visa på olika relationer till de förklarande variablerna. I och med att dummyvariabeln för konstmuseer i den föregående regressionen inte visade sig vara en signifikant förklarande variabel för antalet museibesök kan dessa tänkas representera även andra kategorier av museer.

4.2.1 Regressionsekvation

$$BA = \alpha + \beta_1(EW) + \beta_2(Univ) + \beta_3(Uts)$$

BA= Besökarantal

EW= Egen webbsida

Univ= Antal invånare med universitetsutbildning

Uts= Antal temporära utställningar

Antal museibesökare är precis som i den föregående regressionen den beroende variabeln. I den multipla linjära regressionen i avsnitt 4.1 av ett urval med 101 museer för sju olika år var *Egen webbsida* (EW), *Antal invånare med universitetsutbildning* (Univ) och *Antal temporära utställningar* (Uts) de mest signifikanta förklarande variablerna för antalet museibesökare. Dessa förklarande variabler testas nu på ovanstående fyra museer. En annan anledning till val av förklarande variabler är att dessa finns med både i SCB:s statistik samt Kulturrådets över museer och konsthallar (1985-2003). SCB genomförde sin datainsamling på ett liknande sätt som nu Kulturrådet gör med frågeformulär (sammanställningen är dock annorlunda) som varje år sändes ut till landets alla museer. Effekterna av införandet av egen webbsida är intressant att studera över tiden. Antal invånare med universitetsutbildning och antal temporära utställningar är faktorer som oftast tas upp som viktiga faktorer för efterfrågan respektive utbudet av museibesök. Variablerna är alla mätta på samma sätt som de motsvarande variablerna i avsnitt 4.1.

4.2.2 Hypoteser

Jag har valt att använda mig av ett 90 procentigt konfidensintervall för att minska risken att begå typ II fel, det vill säga att acceptera en felaktig hypotes. För ytterligare förklaring till val av konfidensintervall se avsnitt 4.1.2.

4.2.2.1 T-test av sannolikhet

Det kritiska t-värdet givet 3 förklarande variabler och $n=18$ (1985-2003 = 18 år) vilket ger 15 frihetsgrader (df). Enligt t-tabellen är t-värdet med en 90 procentig förklaringsgrad blir värdet 1,746 eftersom jag har valt att använda mig av ett tvåsidigt konfidensintervall blir det andra kritiska värdet -1,746. Sannolikhetsnivån blir $\Pr(-1,746 \leq t \leq 1,746) = 0,1$. Nollhypotesen förkastas om t-värdena för β_i är lägre eller lika med -1,746 alternativt högre eller lika med 1,746. Jag har valt att både beakta t-värdet samt p-värdet trots att det egentligen räcker med att använda endera. Anledningen till detta är att eftersom olika litteratur lyfter fram det ena eller det andra som det främsta verktyget har jag valt att ta med båda och låta det ena styrka det andra.

4.2.2.2 P-test

Se avsnitt 4.1.2.2.

4.2.2.3 F-test

Min nollhypotes är att alla β_i är 0 samtidigt. Om detta inte är fallet förkastas nollhypotesen och resultatet kan sägas vara statistiskt signifikant med ett 90 procentigt konfidensintervall. Med en frihetsgrad (df 1) på 3 och (df 2) på 15 blir det kritiska värdet 2,49. Utifall ANOVA testet ger ett F-värde högre än 2,49 förkastas nollhypotesen.

4.2.2.4 Determinationskoefficienten - r^2

Se avsnitt 4.1.2.4.

4.2.3 Regressionsresultat

När man analyserar den multipla linjära regressionen av fyra museer över tiden som genomförts i detta avsnitt bör man framförallt vara medveten om att det handlar om konstmuseer. Olika typer av museum kan ha olika strukturer och påverkas av olika faktorer även om regressionen i det föregående avsnittet tydde på det motsatta. Likaså bör man beakta att museerna befinner sig i

helt olika typer av städer. Hallwylska museet befinner sig i en huvudstad, Uppsala konstmuseum i en universitetsstad, Borås konstmuseum i en mindre stad med närhet till Göteborg och slutligen Västerås konstmuseum som befinner sig i närheten av en huvudstad och en universitetsstad. Ett museum i en huvudstad har tillgång till en stor ”marknad” men måste konkurrera med en mängd andra museer om museibesökarna. Ett museum i en universitetsstad har tillgång till en hög koncentration av högutbildades potentiella museibesökare. Museer i mindre städer i närheten av större städer har ofta en begränsad konkurrens i sin egen stad men får istället konkurrensen från museerna i den närbelägna större staden.

Tabell 3. Resultat från multipel linjär regression, påverkande faktorer på antalet museibesökare för fyra museer över tiden, 1985-2003.

	Hallwylska museet	Uppsala konstmuseum	Borås konstmuseum	Västerås konstmuseum
Konstant (BA)	46504,603	5073,174	-1248,245	36855,765
β_1 (EW)	65,31	491,498	2401,795	-1006,087
t-värde	0,057	0,727	1,886*	-1,529
p-värde	0,956	0,478	0,079	0,147
β_2 (Univ)	-0,01	0,694	1,289	1,698
t-värde	-0,161	1,527	0,664	3,181*
p-värde	0,874	0,147	0,517	0,006
β_3 (Uts)	2919,485	-27604,076	-21716,211	-5351,162
t-värde	0,48	-3,077*	-1,791*	-1,005
p-värde	0,638	0,008	0,094	0,331
F-test	0,08	7,5*	2,75*	5,24*
Justerat r^2	0,016	0,6	0,355	0,512
n (antal år)	18	18	18	18

*=0-hypotesen förkastas

Data till grund för regressionen kommer från Kulturrådets statistiska sammanställning *Museer och konsthallar*.

Hallwylska museet var det museum som erhöll den lägsta förklaringsgraden på 1,6 procent på de förklarande variablerna. Ingen av regressionskoefficienternas nollhypoteser kunde förkastas och deras p-värden befann sig alla långt ifrån 0. Även F-värdets översiktliga nollhypotes gick inte att förkastas. Anledningen till detta resultat kan möjligen spåras i museets speciella struktur. Hallwylska museet är mest känt för sin permanenta samling som tillhört grevinnan Wilhelmina von Hallwyl och sätter upp endast ett fåtal utställningar per år med en ofta direkt anknytning till familjen Hallwyl. Stora delar av museet kan utöver detta endast besökas genom guide visningar vilket till viss mån begränsar tillgängligheten. Den del som man kan besöka utan guide har fått ingå i museireformen och är avgiftsbefriad. Antal temporära utställningar spelar en liten roll i museets attraktionskraft istället erbjuder man operaföreställningar och vid vissa tillfällen

temaguidningar. Anledningen till att variabeln egen webbsida inte visat sig vara signifikant kan ha med att Hallwylska museets huvudsakliga kundgrupp inte gagnar sig av Internet i sökandet efter information (äldre målgrupp) eller att den egna webbsidan inte varit tillräckligt informativ för att innebära någon förändring.

Uppsala konstmuseum erhöll en förklaringsgrad på 60 procent på sina förklarande variabler. Nollhypotesen för regressionskoefficienten ”Antal temporära utställningar” (β_3) kunde förkastas vilket även styrktes av ett p-värde nära 0. Nollhypoteserna för de förklarande variablerna ”Antal invånare med universitetsutbildning” (β_2) och ”Egen webbsida” (β_1) gick inte att förkasta. Det kritiska värdet blev lägre än F-värdet vilket betyder att de förklarande variablerna är översiktligt signifikanta. Museet är inhyst i en av Uppsalaslotts vingar och vid köp av en rundturbiljett ingår ett besök vid konstmuseet. Både slottet i sig och konstmuseet har kontinuerligt utbud av utställningar. I mindre städer där turistsäsongen är mer begränsad är det en fördel om man kan locka lokalbefolkningen till att besöka museet genom att erbjuda ett rikt utbud av utställningar. Anledningen till att variabeln egen webbsida inte visade sig vara signifikant kan likt för Hallwylska museet vara att museets huvudsakliga kundgrupp inte gagnar sig av Internet för att söka information (en äldre målgrupp), att webbsidan när den väl blev introducerad inte var tillräckligt informativ etcetera.

Borås konstmuseum erhöll en förklaringsgrad på 35,5 procent på de förklarande variablerna. Nollhypotesen kunde förkastas för de förklarande variablerna ”Egen webbsida” (β_1) och ”Antal temporära utställningar” (β_3). Både regressionskoefficienten för ”Egen webbsida” (β_1) och ”Antal temporära utställningar” (β_3) har fått ett p-värde nära 0 vilket bekräftar t-testets förkastande av nollhypotesen. Regressionskoefficienten för ”Antal invånare med universitetsutbildning” (β_2) hade lägst signifikans för besökarantalet på Borås konstmuseum. Detta kan bero på att Borås är till ursprunget en arbetarstad och inte förrän på senare år har antalet studenter ökat i och med utvidgningen av högskolan. Det kan hända att denna variabel kommer att ha större signifikans i framtiden. Det kritiska värdet blev lägre än F-värdet vilket vill säga att de förklarande variablerna är översiktligt signifikanta. Variabeln för ”Egen webbsida” var den mest signifikanta för Borås konstmuseum vilket skulle kunna tolkas som att de vunnit mest på att införa en sådan. Variabeln ”Antal temporära utställningar” var signifikant vilket kan förklaras av att museet har ett rikt och varierat utställningsutbud.

Västerås konstmuseum erhöll en förklaringsgrad på 51,2 procent på de förklarande variablerna. Det var endast för variabeln ”Antal invånare med universitetsutbildning” (β_2) som nollhypotesen kunde förkastas vilket styrktes med ett p-värde nära 0. Det kritiska värdet för Västerås konstmuseums förklarande variabler blev lägre än F-värdet vilket vill säga att de är översiktligt var signifikanta. Västerås ligger idag på pendelavstånd från Stockholm vilket bidragit till att flera yrkesarbetande pendlar. Detta har i förlängningen lett till att andelen invånare med universitetsutbildning ökat vilket kan förklara varför regressionskoefficienten för ”Antal invånare med universitetsutbildning” är signifikant. Regressionsresultaten skulle säkerligen ha sett annorlunda ut om jag utgått från andra typer av museer. Hade man utgått från en museikategori som riktar sig till en yngre publik skulle exempelvis regressionskoefficienten ”Egen webbsida” kunna ha visat sig vara mer signifikant.

Regressionsresultaten i tabell 3 kan tolkas på olika plan. Koncentrerar man avläsningen på de erhållna koefficientvärdena kan dessa i vissa fall te sig tämligen orimliga. Tittar man exempelvis på koefficientvärdena för antal temporära utställningar för Uppsala konstmuseum är den negativ (-3,077) vilket i detta fall skulle ordagrant betyda att antalet besökare skulle minska med tre besökare för varje ytterligare utställning vilket är orimligt. I regressionen i avsnitt 4.1.3 är koefficienten för antal temporära utställningar positiv för samtliga år. Förklaringen till dessa olika resultat kan dels vara att antalet utställningar inte överhuvudtaget är korrelerat med antal museibesökare. Val av tema och storlek på utställning kan istället vara det som i större grad påverkar besökarantalet. Vad som definieras som en utställning är opreciserat i Kulturrådets statistiska sammanfattning och detta bör också beaktas i sammanhanget. Konstanterna för Hallwylska museet (46 505), Uppsala konstmuseum (5073) och Västerås konstmuseum (36 856) är positiva medan Borås konstmuseums konstant (-1248) är negativ. I Borås konstmuseums fall skulle koefficienten kunna tolkas som att antalet besökare är negativt när samtliga förklarande faktorer är lika med noll vilket även det är orimligt. En möjlig anledning till de orimliga konstanterna och koefficientvärdena är att besökarantalet till museer är en svår konstant att förklara inte minst på grund av att det finns en mängd kvalitativa faktorer som inte går att kvantifiera. Det som regressionen visar på är dock sambandet mellan olika faktorer vilket är det som är relevant för denna uppsats. Dessa samband kan sedan relateras till kvalitativa aspekter vilket görs i uppsatsens sammanfattning.

5 Sammanfattning

*We want to see access for our cultural treasures made available to the many,
not just the few....*⁸⁸

Uttalande i Labour's December 1997 review of admission charges.

När Louvren öppnade sina portar för folket efter franska revolutionen var detta en symbolisk akt som visade hur konungens skatter överlämnades till folket. Museerna var till för att bilda det okunniga folket men fungerade även som ett bevis på landets makt. Initialt räckte det med att sätta ut klenoder bakom montrar och folk kom vallfärdande till museerna. I takt med att nöjesindustrin växte sig allt större började en tydligare åtskillnad ske mellan högkulturen och populärkulturen. Museerna, bakom sina välputsade fasader, hamnade i den tidigare kategorin med en allt mer borgerlig och välutbildad publik. Idag strävar museerna efter en ökad demokratisering av sin verksamhet vilket de vill uppnå genom att bredda sin publikgrupp, dels av ideologiska skäl men i vissa fall även av ekonomiska. Konkurrensen om museibesökarna har hårdnat parallellt med att museerna allt mer har anammat ett marknadstänkande. Museiupplevelsen har under de senaste åren förändrats drastiskt och allt fler museer erbjuder en mängd biaktiviteter innanför sina väggar. Museibutiker har blivit till perfekta presentinköpsställen och museimatsalarna till mötesplatser. Museerna börjar successivt slukas upp av nöjesindustrin. Samtidigt förs en diskussion kring huruvida museer bör vara skatte- eller avgiftsfinansierade. Är det av samhällsnytta att vissa museer inför fri entré eller att de överhuvudtaget ges statliga bidrag?

År 2003 skedde det ungefär 16,3 miljoner besök vid Sveriges 210 museer och 29 konsthallar. Samma år var det skattefinansierade bidraget till museer och konsthallar 1200 miljoner kronor, vilket utgör cirka 65 procent av museernas totala intäkt för det året. Detta motsvarar uppskattningsvis en kostnad av 120 kronor per besök och utslaget per invånare och år blir det 200 kronor. Till detta kan man nu lägga till 66,5 miljoner i extra skattefinansierade pengar för införandet av fri entré under 2005 på vissa statliga museer vilket motsvarar cirka 7 kronor per år och invånare. Hur kan man försvara att dessa uppskattade 207 kronor som varje invånare indirekt betalar går till museer? Museerna bevarar landets kulturarv till framtida

⁸⁸ Bailey, J. Stephen – Falconer, Peter, "Charging for Admission to Museums and Galleries: A Framework for Analysing the Impact on Access", *Journal of Cultural Economics*, s. 167, issue 22, Kluwer Academic Publishers, 1998.

generationer och de utför forskning etcetera. Museer alstrar även såkallade positiva externaliteter i form av bildning av folket, de lockar till sig turister, inspirerar nya generationer av konstnärer, designers, vetenskapsmän, historiker etcetera till att utföra framtida stordåd. I och med att de flesta av dessa externaliteter inte är kvantifierbara måste de styrande uppskatta värdet på dessa och fördela kostnaden på landets invånare. Argument mot skattefinansiering av museer är bland annat att i och med att det är mestadels högutbildade som går på museer betalas deras konsumtion av de lågutbildade låginkomsttagarna. Andra rättviseargument är att de flesta museerna finns i storstäderna, vilket även inkluderar de museer som fått fri entré, något som inte direkt gagnar invånare i andra delar av landet.

Museidirektörer och politiker strävar efter att förstå sig på besökaren för att kunna förändra museerna så att en så stor och bred besöksgrupp som möjligt besöker dem. På detta sätt kan politikerna och museidirektörerna förankra värdet av att skattepengar går till museerna hos så många av sina väljare respektive besökare som möjligt. Ett tydligt exempel på denna strävan är frientréreformen som infördes våren 2005 (vissa museer redan 2004). Ambitionen med denna var att förändra sammansättningen av museipubliken, i syfte att skapa en mer kulturellt och socialt mångfaldig sådan. Genom införandet av fri entré hoppas politikerna att ett av de största hindren för att museibesök skall vara en ren kollektiv vara skall ha försvunnit. Fram till och med reformens inträde tycks inte avgiften ha spelat en avgörande roll i museibesökarnas konsumtionsval. Vissa ekonomer anser att det till och med kan råda ett negativt förhållande mellan sänkta inträdesavgifter och besökarantalet. I det svenska exemplet tyder dock de kortsiktiga resultaten på en avsevärd ökning av antalet museibesökare. Vissa museer har även sett en tydlig förändring av sammansättningen av sina besökare, till förmån för de med lägre utbildning. Bland de negativa konsekvenserna för museerna av fritt inträde har varit ökat slitage på lokaler, behov av utökade säkerhetsåtgärder, mer pedagogisk information, höjd ljudnivå etcetera. Ett alltför stort publiktillflöde kan skapa en trängseleffekt som leder till att museibesök går från att vara en ren kollektiv vara till en icke ren sådan. Skulle med andra ord reformen lyckas för bra finns det en risk för att kvalitén på museibesök försämras. Det största problemet med införandet av fri entré är konsekvenserna för de museer som inte ingått i reformen, av vilka flera redan har sett en nedgång i antalet besökare. Museerna med fri entré har nu en stor konkurrensfördel framför de utomstående museerna, vilket motverkar perfekt konkurrens. Håller denna trend i sig kan resultatet bli att flera av de mindre privata museerna, som innan reformen redan befunnit sig i underläge orsakad av konsekvenser av de större museernas

nätverksexternalitet och den asymmetriska information som råder på museimarknaden, tvingas att stänga.

Enligt mina erhållna regressionsresultat visade inträdesavgiften inte på att ha någon större påverkan på antalet museibesökare. Hade jag haft tillgång till statistik för 2004 och 2005, efter införandet av fri entré, skulle antagligen resultatet ha pekat på en högre signifikans för inträdesavgiften. Antalet temporära utställningar, antalet invånare med en universitetsutbildning och en egen webbsida var de förklarande variabler som visade sig vara mest signifikanta. Finansieringsanknutna förklarande variabler så som sponsring, statligt och kommunalt bidrag visades däremot att ha en låg signifikans för antalet museibesökare. Förutom ovan nämnda faktorer anser de museianställda som medverkat i uppsatsen att kvalitet på permanent samling, läge, kommunikationsmedel till museum, öppettider, etcetera spelar en roll för besökarantalet.

Sponsring och privata donationer kommer antagligen att bli allt viktigare inkomstkällor för museerna liksom en mer aktiv användning av de magasinerade delarna av deras samlingar i framtiden. Museerna kommer i allt större utsträckning erbjuda en allt mer mångfasetterad museiupplevelse, något som i kombination med låga entréavgifter kommer att locka en allt bredare grupp av besökare. En långvarig sådan utveckling skulle kunna bidra till att förankra en fortsatt delvis skattfinansiering av museerna hos befolkningen. Det kan tänkas att det skulle vara bra om exempelvis riksutställningar expanderar sin verksamhet så att de delar av Sverige som har få museer istället erbjuds ett rikt utställningsutbud, givetvis med fri entré. På detta sätt skulle man även, delvis, kunna få bukt med de regionala kulturella orättvisorna och då uppfylla statens mål med de statliga museernas verksamhet. Bland dessa finns målet att skapa reella förutsättningar för att göra museerna tillgängliga för alla och göra det möjligt för alla att vara delaktiga i kulturlivet. Denna verksamhet skulle säkerligen kunna delvis finansieras av näringslivet i de aktuella regionerna. För att påverka antalet eller sammansättningen av besökare till museer på lång sikt krävs det att man tar hänsyn till fler faktorer än inträdesavgiften.

Referenser

Litteratur:

- Duncan, Carol, *Civilizing Rituals - inside the public art museum*, Routledge - London, 1995.
- Elam, Diane, *Feminism and Deconstruction*, Routledge - London, 1994.
- Frey, S. Bruno, *Arts & Economics – Analysis & Cultural Policy*, 2nd edition, Springer - Berlin, 2003.
- Greenberg, Reesa – Ferguson, Bruce W. – Nairne, Sandy, *Thinking about Exhibitions*, Routledge - London, 2000.
- Gujarati, N. Damodar, *Basic Econometrics*, 3rd edition, McGraw-Hill - Singapore, 1995.
- Heilbrun, James – M. Grey, Charles, *The Economics of Art and Culture*, 2nd edition, Cambridge University Press - Cambridge, 2001.
- Hooper-Greenhill, Eilean, *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, Routledge - London, 2000.
- Parkin, Michael – Powell, Melaine – Matthews, Kent, *Economics*, 3rd edition, Addison Wesley Longman Limited – Essex, 1997.
- Pearce, Susan M., *Museums, Objects and Collections: A Cultural Study*, Leicester University Press - Leicester, 1992.
- Pomian, Krzysztof, *Collectors and curiosities: Paris and Venice, 1500-1800*, Basil Blackwell Ltd - Cambridge, 1990.
- Rosen, S. Harvey, *Public Finance*, 6th edition, McGraw-Hill Higher Education - Homewood, 2002.
- Schotter, Andrew, *Microeconomics – A Modern Approach*, 2nd edition, Addison-Wesley Educational Publishers Inc – USA, 1997.
- Varian, R. Hal, *Intermediate Microeconomics*, 5th edition, W.W. Norton & Company – New York, 1999.

Tidskrifter:

- Andersson, R.G.W., "Is Charging Economic", *Journal of Cultural Economics*, 22, 1998, s. 179-187.
- Artsman, Margareta, "Akvareller drar stor publik", *Svenska Dagbladet*, http://www.svd.se/dynamiskt/kultur/did_9927004.asp, 2005/07/26.
- Ashworth, John – Johnson, Peter, "Sources of "Value for Money" for Museum Visitors: Some Survey Evidence", *Journal of Cultural Economics*, 20, 1996, s. 67-80.
- Bailey, J. Stephen – Falconer, Peter, "Charging for Admission to Museums and Galleries: A Framework for Analysing the Impact on Access", *Journal of Cultural Economics*, 22, 1998, s. 167-177.
- Brandel, Tobias, "Fri entré lockar fler lågutbildade", *Svenska Dagbladet*, http://www.svd.se/dynamiskt/kultur/did_9881141.asp, 2005/06/04.
- Brandel, Tobias, "Fri entré klipp för museernas kaféer", *Svenska Dagbladet*, http://www.svd.se/dynamiskt/kultur/did_9754192.asp, 2005/05/18.
- Grey, M. Charles, "Hope for the Future? Early Exposure to the Arts and Adult Visits to Art Museums", *Journal of Cultural Economics*, s. 87-90, 22, 1998, s. 87-96.
- Hernadi, Alexandra, "Museerna i nytt ljus", *Dagens Nyheter*, <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=10588a=438302>, 2005/06/12.
- Johnson, Peter – Thomas, Barry, "The Economics of Museums: A Research Perspective", *Journal of Cultural Economics*, 22, 1998, s. 75-83.
- Kalmteg, Lina, "Museireformen slår ojämnt", *Dagens Nyheter*, 11/04/2005.
- Kirchberg, Volker, "Entrance Fees as a Subjective Barrier to Visiting Museums", *Journal of Cultural Economics*, s. 7, 22, 1998, s.1-12
- O'Hagan, W. John, "Art Museums: Collections, Deaccessioning and Donations", *Journal of Cultural Economics*, 22, 1998, s. 197-207.
- Steiner, Faye, "Optimal Pricing of Museum Admission", *Journal of Cultural Economics*, s. 307, 21, 1997, s. 307-326.
- TTSpektra, "Fler besöker gratis museer", *Svenska Dagbladet*, http://www.svd.se/dynamiskt/kultur/did_10108674.asp, 2005/07/11.

Intervjuer:

- Andersson, B. Maria, Sjöhistoriska museets informationschef, skriftlig korrespondens, 2005/06/23
- Amréus, Lars, biträdande museichef på Historiska museet, skriftlig korrespondens, 2005/06/09.
- Berglund Hamngren, Margareta, enhetschef på Livrustkammarens informationsenhet, skriftlig korrespondens, 2005/04/18.
- Isacson, Kay, informatör på Musikmuseet, skriftlig korrespondens, 2005/06/23.
- Lagvik, Elisabeth, verksamhetsledare för publika enheten på Flygplansmuseum, skriftlig korrespondens, 2005/06/08.
- Modig Tham, Agneta, chef för den administrativa avdelningen på Moderna museet, skriftlig korrespondens, 2005/07/15.
- Pettersson, Gundela, verksamhetsledare för publika enheten på Armémuseum, skriftlig korrespondens, 2005/06/14.
- Stjernlöf, Perina, informationsansvarig på Hallwylska museet, skriftlig korrespondens, 2005/06/09.

Webbplatser:

- [www.nationalmuseum](http://www.nationalmuseum.se), 2005-07-02.
- <http://www.esv.se/download/18.8698810098c1192a8000608/Kultur%2C%20medier%2C%20trossamfund%20och%20fritid.pdf>, 02/06/2005.
- http://www.kulturradet.se/print.php?realm=237_&pid=1800, 2005/05/21.
- <http://www.kulturradet.se/ovfiles/Museer-och-konsthallar-1997.pdf>, 2005/04/20.
- <http://www.kulturradet.se/ovfiles/Museer-och-konsthallar-1998.pdf>, 2005/04/20.
- <http://www.kulturradet.se/ovfiles/Museer-och-Konsthallar-1999.pdf>, 2005/04/20.
- http://www.kulturradet.se/ovfiles/museer_konsthallar_2000.pdf, 2005/04/20.
- <http://www.kulturradet.se/ovfiles/kis20023.pdf>, 2005/04/20.
- http://www.kulturradet.se/ovfiles/museer_konsthallar_2002.pdf, 2005/04/20.
- http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.
- <http://www.kulturradet.se/ovfiles/6-museer-v-14-.pdf>, 2005/08/14.
- http://www.kulturradet.se/ovfiles/stockholmsbuss_mus.pdf, 2005/08/14.
- <http://www.vti.se/3351.epibrw>, 2005/08/19.

Övrigt:

- Arkitekturmuseet, *Redovisning av erfarenheter av reformen med fri entré*, s. 1-5, Arkitekturmuseet, 2005.
- Månsson, Sven, *Rapportering t.o.m. juni 2005 - Besökutfall vid statliga muser omfattande frientréreformen*, rapport KUR 2005/2081, Kulturrådet - Stockholm, 2005/07/08.
- Schwartzbaum, Paul, chefscurator på Solomon R. Guggenheim Museum, anförande på Peggy Guggenheim Collection, Venedig, 6/10/2004.
- Museer och kommunala konsthallar (för 1985 till och med 1996), Statistiska meddelanden. Serie Ku, Kultur, SCB – Stockholm.

Bildförteckning:

- Beijer, Anders, foto av Nationalmuseum, 2005/09/03.

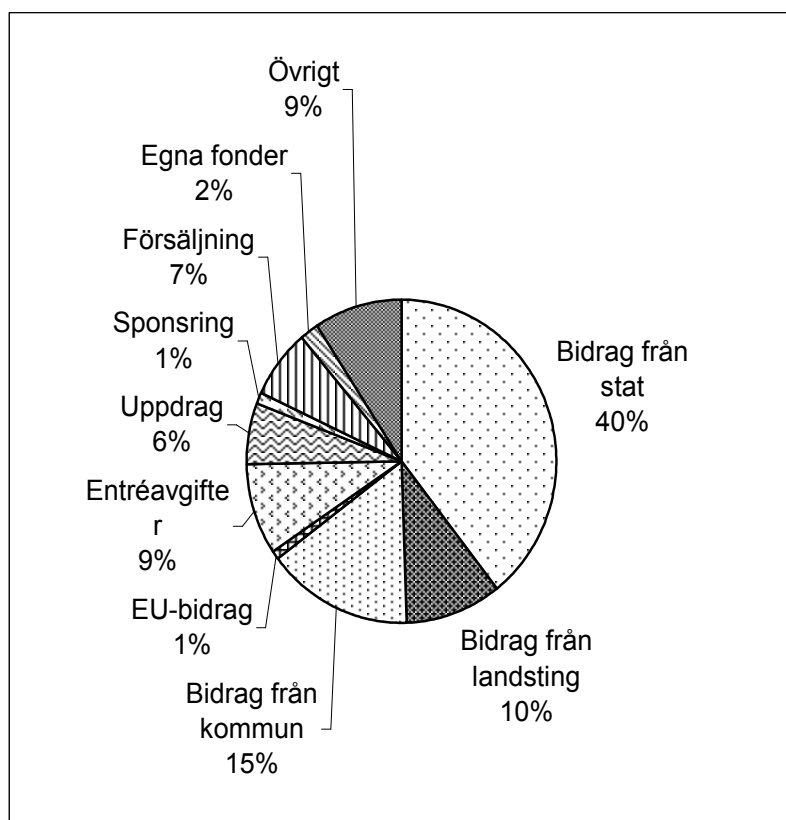
Appendix

A.1 Svensk museistatistik

A.1.1. Tabell över antal museer och konsthallar, år 2003 fördelat på län.⁸⁹

	Antal	
	museer	konsthallar
Stockholms län	57	7
Uppsala	9	0
Södermanlands län	4	1
Östergötlands län	8	2
Jönköpings län	8	1
Kronobergs län	2	1
Kalmar län	8	2
Gotlands län	2	0
Blekinge län	3	1
Skåne län	24	4
Hallands län	4	1
Västra Götalands län	28	4
Värmlands län	5	1
Örebro län	3	1
Västmanlands län	8	0
Dalarnas län	12	0
Gävleborgs län	7	1
Västernorrlands län	4	2
Jämtlands län	1	0
Västerbottens län	4	0
Norrbottens län	7	0

A.1.2. Cirkeldiagram över Sveriges museers och konsthallars intäkter år 2003.⁹⁰



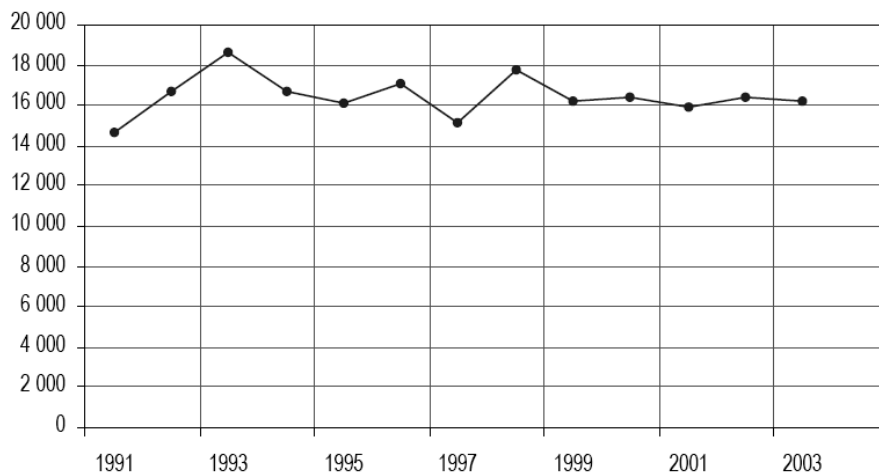
⁸⁹ http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

⁹⁰ Data till cirkeldiagram kommer från: http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

A.1.3. Tabell över museibesök per län i tusental 1999 till 2003.⁹¹

Län	1999	2000	2001	2002	2003
Stockholm	7 284	7 330	7 151	7 204	7 069
Uppsala	344	361	398	361	229
Södermanland	143	134	144	335	161
Östergötland	981	991	1 020	1 052	533
Jönköping	200	225	193	253	253
Kronoberg	73	75	76	77	77
Kalmar	482	519	485	601	536
Gotland	217	228	198	160	174
Blekinge	227	165	194	188	312
Skåne	1 442	1 562	1 500	1 645	2 218
Halland	196	216	219	231	206
Västra Götaland	1 440	1 610	1 341	1 195	1 326
Värmland	283	253	287	313	366
Örebro	113	147	152	213	179
Västmanland	352	323	308	288	271
Dalarna	878	894	932	879	994
Gävleborg	201	202	177	167	161
Västernorrland	327	244	235	221	281
Jämtland	190	172	164	172	167
Västerbotten	429	384	380	430	421
Norrbottn	447	407	395	391	399
Summa	16 251	16 438	15 949	16 376	16 331

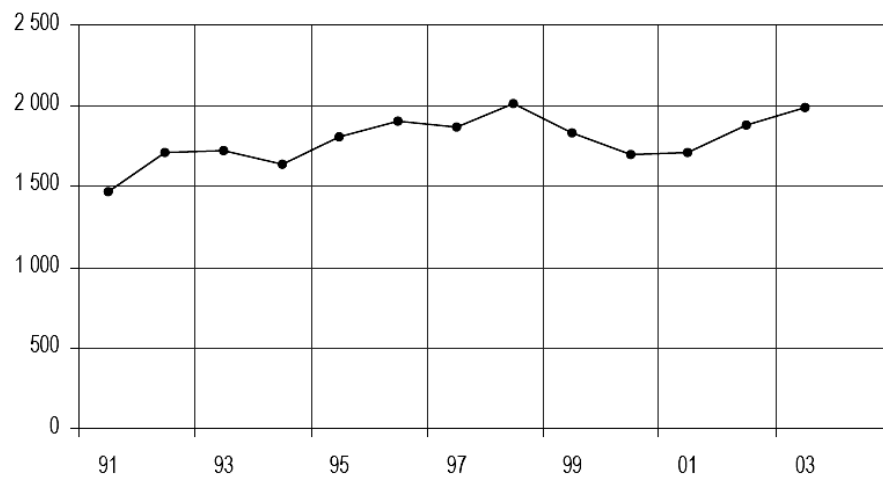
A.1.4. Linjediagram över antal besökare i tusental mellan åren 1991 och 2003.⁹²



⁹¹ http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

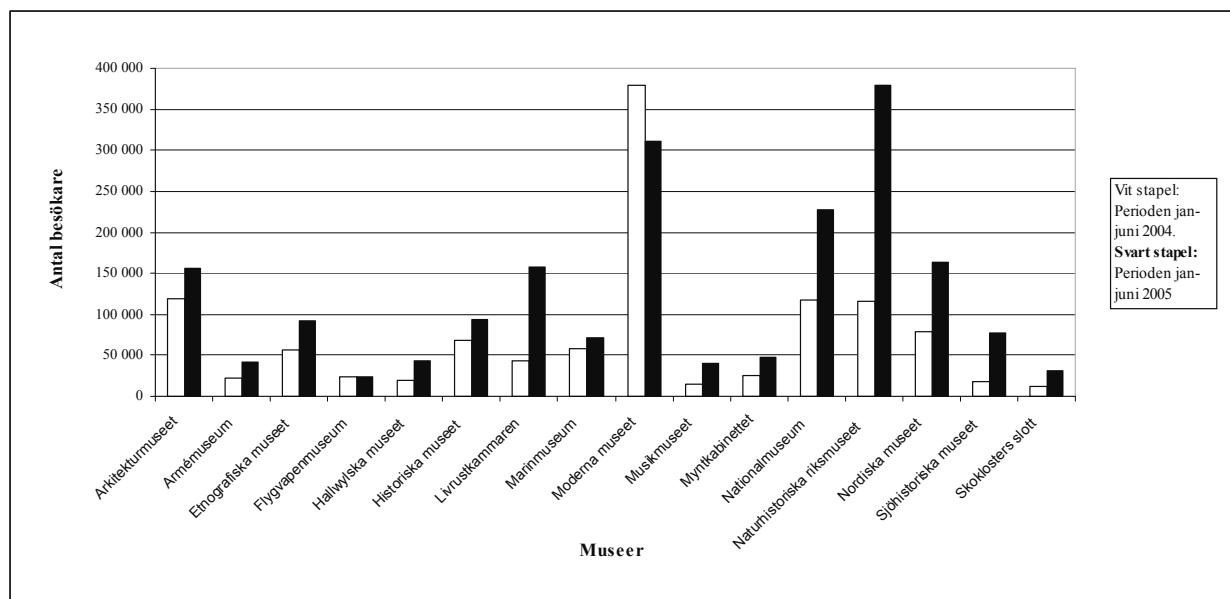
⁹² http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

A.1.5. Linjediagram över antal utställningar mellan åren 1991 och 2003.⁹³



A.2 Statistik från införandet av fri entré

A.2.1 Tabell över besökarantalet perioden januari-juni 2004 jämfört med motsvarande period 2005 på museerna som ingår i frientréreformerna.⁹⁴



⁹³ http://www.kulturradet.se/ovfiles/1museer_konsthallar_2003.pdf, 2005/04/20.

⁹⁴ Data kommer från Månsson, Sven, *Rapportering t.o.m. juni 2005 - Besöksfall vid statliga museer omfattande frientréreformerna*, rapport KUR 2005/2081, Kulturrådet, 2005/07/08.