

# Finansieringsmodeller för konst och kultur

En kartläggning av problem, teori och goda exempel

Anna Klerby

2012-11-14

## Innehåll

Förord .....	3
Sammanfattning.....	4
1. Inledning.....	5
Syfte.....	6
Rapportens disposition.....	6
Avgränsningar.....	7
2. Metod.....	8
3. Teoretisk bakgrund.....	10
3.1 Marknadsmislyckanden.....	10
3.2 Värdet av konst och kultur.....	12
3.3 Kulturkonsumtionens bestämningsfaktorer .....	13
3.4 Bedömningskriterier .....	14
4. Resultat.....	15
4.1 En modell, exemplet filmproduktion.....	15
4.2 Produktionsledet .....	17
4.2.1 Omfördelning av statliga medel .....	17
4.2.2 Offentliga medel som indirekt incitament, sponsring, skatterabatter och avdragsrätt.....	18
4.2.3 Att locka fram direktfinansiering från näringsliv och privatpersoner.....	19
4.2.4 Offentliga medel som trampolin i produktionsprocessen .....	24
4.2.5 Regleringar i form av Följerätt / Droit de suite, upphovsrätt, moraliska rättigheter .....	25
4.2.6 Exempel på drivkrafter och hinder i produktionsledet.....	27
4.3 Distributionsledet.....	28
4.3.1 Särskild skatt på distributionsledet.....	29
Punktskatter.....	30
4.3.2 Exempel på drivkrafter i distributionsledet.....	31
4.4 Konsumtionsledet .....	32
4.4.1 Offentliga medel som trampolin i konsumtionsledet.....	32
4.4.2 Donationer = differentierad prissättning? .....	33
4.4.4 Exempel på drivkrafter i konsumtionsledet .....	34
4.5 Mäklarfunktioner som styrmedel.....	34
4.5.1 Mäklare mellan näringsliv och kulturskapare .....	35
4.5.2 Mäklare mellan kulturskapare och konsument .....	37
5. Avslutande reflektioner .....	39
Referenser.....	41

## Förord

Myndigheten för kulturanalys har till uppdrag att utvärdera regeringens kulturpolitik med utgångspunkt i de nationella kulturpolitiska målen. Som ett led i att utveckla kunskapsunderlaget kring kulturens samlade finansiering, har vi gett doktorand Anna Klerby vid Högskolan Dalarna i uppdrag att genomföra en studie av finansieringsmodeller för konst och kultur. Studien syftar till att ge en övergripande beskrivning av olika modeller för att finansiera kultur.

Myndigheten för kulturanalys ska använda rapporten som ett av flera underlag till den tematiska rapport som vi planerar att publicera 2014. Den kommande rapporten ska behandla kulturen ur ett samhällsekonomiskt perspektiv och avser att bland annat belysa möjligheter att finansiera kultur. Alla slutsatser och förslag som redovisas i föreliggande rapport är författarens egna.

Stockholm 22 november 2012

**Clas-Uno Frykholm**

Direktör

## Sammanfattning

I denna litteraturstudie beskrivs övergripande teorier och utmaningar kring kulturens position i samhällsekonomin tillsammans med den svenska incitamentsstrukturen för offentlig finansiering av konst och kultur. Mot denna bakgrund görs en fördjupning i olika finansieringsmöjligheter och incitament för att näringsliv och privatpersoner ska bidra med en större andel än dagens. Utmaningarna i att skapa incitament för ökat ekonomiskt stöd från näringslivet handlar om att överbrygga de ekonomiska marknadsmisslyckanden som produktionen av kollektiva nyttor karakteriseras av. Konst och kultur genererar bland annat positiva externa effekter som ”spiller över” på företag och andra verksamheter, vars verkliga värde är svårt att synliggöra och konkretisera och därmed även svårt att hitta ett ersättningsystem för. Givet dessa förutsättningar borde det produceras mindre konst- och kultur än vad som efterfrågas, men lägger man samman både professionell och amatörkultur är produktionen trots det omfattande. Det tyder på att produktionen också genererar mervärden för den enskilde utövaren. Att skapa hållbara finansieringssystem givet dessa förutsättningar är till stora delar fortfarande en olöst fråga. Denna rapport bör ses som en orientering i teori, utmaningar, incitament och dess effekter. En avsikt är också att inspirera till vidare studier.

Näringslivets stöd till konst och kultur i Sverige är förhållandevis lågt. De fåtal uppföljningar och utvärderingar som gjorts visar på begränsade möjligheter till direkta ekonomiska stöd. Näringslivets drivkrafter kommer troligtvis alltid baseras på någon form av kortsiktig ekonomisk vinning, även om undantag finns. Resultaten pekar på att potentialen ligger i att skapa kunskapsutbyten och kontaktytor genom personliga möten mellan näringsliv och kulturskapare, och kulturskapare och kulturkonsument. Dessa möten kan på sikt troligtvis förändra den svenska företagskulturen och synliggöra de positiva ekonomiska effekter som konst och kultur ger till företag, både enskilt och för samhällsklimatet i stort. En generellt höjd medvetenhet kan generera ökat utbyte och handel mellan sektorerna och på så vis förbättra de ekonomiska förutsättningarna för konst och kultur. Privatpersoners stöd till kultur har funnits länge främst genom olika former av ideellt engagemang. Genom internets kommunikationskanaler växer modeller som crowdfunding fram, som innebär att privatpersoner kan donera ett valfritt belopp till exempelvis ett kulturprojekt. I nuläget drivs finansieringen främst av sociala faktorer, då medel vanligtvis genereras från närstående och bekanta. Men systemet är världsomspännande och begränsas egentligen bara av den tekniska utvecklingen.

Sammantaget finns det ett stort behov av statistik och kunskap över de ekonomiska flödena inom kulturområdet generellt och näringslivets faktiska stöd i synnerhet.

# 1. Inledning

Värdet av konst- och kulturverksamhet för samhället är långt ifrån klarlagt men de flesta är överens om att det har en grundläggande betydelse för samhällets utveckling. Under modern tid har konst och kultur i de flesta västerländska länder till en betydande del finansierats direkt och indirekt med offentligt stöd.

Frågan om kulturens finansiering är ständigt aktuell och den senaste finanskrisen har aktualiserat det realistiska i att öka de offentliga utgifterna till området. Flera länder har istället tvingats skära ned avsevärt i sina kulturbudgetar de senaste åren.

Motiv till offentliga bidrag och interventioner i form av exempelvis regleringar som upphovsrätt handlar om att förbättra den samhällsekonomiska effektiviteten och att balansera en antaget orättvis inkomstfördelning i samhället.<sup>1</sup> Många menar också att konst och kultur har ett inneboende värde i sig. Värdet av exempelvis kulturarvet kan också antas ligga i gruppens intresse snarare än individens, gruppens intresse är då överordnat individens behov.<sup>2</sup> Sedan ett par decennier är det även stort fokus på konst och kultur som tillväxtfaktor. Konst och kultur uppfattas skapa kreativa miljöer och främja kreativitet.<sup>3</sup> Ett led i detta är analysen att konst och kultur som upplevelser skapar ekonomi och föreslås av forskare bli nästa steg i den globala ekonomiska utvecklingen.<sup>4</sup>

På grund av dess ofta särskilda produktionsförutsättningar och samhällsekonomiska betydelse, vissa forskare drar paralleller till grundforskning,<sup>5</sup> krävs på olika sätt offentliga interventioner när finansiering inte tillgodoses genom marknadsmekanismerna. Inom exempelvis miljöekonomi är olika typer av offentlig styrning väl utvecklade genom subventioner, skatter, avgifter och förbud. Förutsättningarna för en incitamentsstruktur för konst och kultur skiljer sig från exempelvis miljöekonomi och forskning saknas till stora delar på kulturområdet. En övergripande bild av konst och kulturproduktion är en vara eller tjänst där både efterfrågan och dess värden på olika sätt är otydliga. Utbudet präglas också av en viss överproduktion då utövaren kan antas uppleva olika nyttor av sitt arbete, och därför är tendensen att produktionen sker till låg<sup>6</sup> eller ingen kostnad (ex. amatörer och volontärer). Varan eller tjänsten genererar olika former av positiva mervärden som i många fall är svåra att konkretisera. För att skapa ett fungerande betalningssystem utifrån sådana förutsättningar är utmaningen att sätta ett värde på både de positiva mervärdena och identifiera vilka som idag drar nytta av konst och kultur utan att ge rättmätig ersättning för sin konsumtion.

Mot bakgrund av detta undersöks i denna rapport olika alternativ för att öka finansieringen från icke-offentliga aktörer. Rapporten är initierad av Myndigheten för kulturanalys. Utgångspunkt tas i att undersöka vad stat, landsting och kommuner kan göra för att förbättra förutsättningarna för och stimulera till att professionell icke-vinstdriven konst och kultur i högre utsträckning än idag kan finansieras av näringsliv och privatpersoner.

---

<sup>1</sup> Heilbrun och Gray 1993, Gray 2008.

<sup>2</sup> Musgrave (1987) har utvecklat en teori om ”merit goods” och ”merit wants”. Dessa begrepp beskriver behov som en grupp eller ett samhälle kan ha, som är överordnade en individs. Exempel på sådana behov är sjukvård och matransonering i krigstid, etc.

<sup>3</sup> Baumol 1996, Lindeborg 1991, Florida 2002.

<sup>4</sup> Pine och Gilmore 1999.

<sup>5</sup> Stenström 2009.

<sup>6</sup> Konstnärsnämnden 2011. (Rapporten behandlar konstnärers löner och arbetsmarknadssituation, ej förekomsten av amatörkultur och volontärarbete)

I Sverige står den privata kulturkonsumtionen för drygt 60 procent av kulturens omsättning mätt genom hushållens utgifter för kultur (cirka 38,5 miljarder kronor år 2009). Näringslivet står för cirka en procent av utgifterna (754 miljoner kronor) och offentlig finansiering står för närmare 40 procent (ca 24 miljarder kronor).<sup>7</sup> I dessa beräkningar saknas dock indirekt offentligt stöd, som framförallt består av skatterabatter och reducerade avgifter. Dessa redogörs för senare i rapporten.

År 2009 uppges att näringslivets utgifter för kultur, totalt sett, uppgått till 754 miljoner kronor. Under 2000-talets början har företagssponsring diskuterats och utretts, och år 2008 rapporterades att de offentliga kulturinstitutionerna mottagit cirka 90 miljoner kronor i sponsringsintäkter.<sup>8</sup> Dessa siffror är förstås inte jämförbara men sådan statistik saknas på området.<sup>9</sup> Att införa avdragsrätt för sponsring av kultur har inte blivit aktuellt (detta redogörs för senare i rapporten) men det finns också andra anledningar till de låga incitamenten för privata företag att finansiera kultur. I rapporten *Att angöra en kulturbrygga* pekar utredarna på både behov av infrastruktur och ett antal kunskapsluckor att fylla.<sup>10</sup> Infrastruktur behövs för förbättrad kommunikation mellan aktörer, exempelvis genom mötesplatser och olika mäklarfunktioner. Kunskapsluckor handlar om att både näringsliv och kulturskapare saknar kunskap och insikt om vad respektive part kan bidra med till den andra. Exempelvis menar man att kultursektorn kan bli bättre på att kommunicera sin affärsnytta gentemot företag.

Offentliga interventioner på marknaden för konst och kultur kan som tidigare sagts ”smörja det ekonomiska maskineriet” på olika sätt och förbättra förutsättningarna för finansiering, produktion och konsumtion för förbättrad samhällsekonomisk effektivitet. Hur kan dessa identifierade problem lösas med offentliga interventioner i en svensk kontext? Hur ser trenden ut idag för initiativ och incitament för näringsliv och privatpersoner att öka sina donationer till konst och kultur? I rapporten presenteras ett par finansieringsmodeller och olika incitament och styrmedel för att öka den privata finansieringen.

## Syfte

Rapportens syfte är att genom en litteraturstudie undersöka hur politiken och offentliga insatser kan utformas för att underlätta för nya finansieringsmöjligheter för konst och kultur att växa fram. Rapporten avser att ge exempel på finansieringsmodeller, offentliga styrmedel och incitament med avseende på att antal kriterier och diskutera hur offentliga aktörer kan utforma sina insatser på ett långsiktigt sätt.

## Rapportens disposition

Rapporten inleds med ett metodavsnitt. Därefter följer ett avsnitt med teorier om konstens och kulturens olika förutsättningar i det marknadsekonomiska systemet, bland annat en genomgång av olika marknadsmisslyckanden. Teoriavsnittet utgör en bakgrund till de olika offentliga interventioner som kan göras på området.

Litteraturgenomgången inleds med ett exempel på hur en finansieringsmodell kan utformas och vilka faktorer som behöver beaktas, exemplifierat med filmområdet. Därefter är genomgången strukturerad utifrån rubriker som syftar till att sortera de olika styrmedlen och incitamenten efter olika

---

<sup>7</sup> Kulturanalys 2012.

<sup>8</sup> Lindqvist 2008, Kulturrådet 2010.

<sup>9</sup> Kulturanalys 2012.

<sup>10</sup> Kulturbryggan 2012.

produktionssteg. En del incitament är applicerbara i flera skeden och på flera aktörer, och presenteras då återkommande.

Under rubriken *Produktionsledet* presenteras bland andra omfördelning av statliga medel, offentliga medel som indirekt incitament där sponsring, crowdfunding, skatterabatter och avdragsrätt är exempel. Här diskuteras också möjligheterna till direkta ekonomiska bidrag från näringslivet där offentliga medel används som motprestation till bidrag från näringslivet genom ex. bonussystem och krav på projektägare att samla in privata medel. Offentliga medel som trampolin innebär att organisera exempelvis mikrofinansiering och räntefria lån. I detta avsnitt presenteras även olika typer av regleringar som upphovsrätt. Avsnittet avslutas med en diskussion om olika drivkrafter i produktionsledet. I avsnittet *Distributionsledet* ges exempel på särskilda skatter på just distributionsledet, och närliggande verksamheter som turistskatt. I detta avsnitt dras även paralleller till det svenska filmavtalet, samt ges exempel på drivkrafter hos de olika parterna. Under rubriken *Konsumtionsledet* refereras till incitament som kan påverka konsumtionen i positiv riktning, genom exempelvis räntefria lån. Konsumenternas faktiska betalningsvilja diskuteras tillsammans med exempel på drivkrafter. I avsnittet *Mäklarfunktioner* behandlas kunskapsförmedling mellan kulturkonsument och kulturskapare och mellan kulturskapare och näringsliv. Rapporten avslutas med *Reflektioner*.

## Avgränsningar

De presenterade styrmedlen och incitamenten gör inte anspråk på att vara heltäckande för kulturområdet men har under arbetets gång och i samråd med uppdragsgivaren framstått som de mest aktuella och intressanta vid denna tidpunkt, samt att de genererat effekter där de prövats eller används. Med *finansiering* från näringsliv eller privatpersoner åsyftas primärt kontanta medel, men finansiering kan även vara i form av egen arbetad tid, varor och andra tjänster och detta belyses då. Ideellt arbete ingår inte.

Finansieringsmodeller och dess styrmedel och incitament ska inte blandas samman med *affärsmodeller* som innebär hur verksamhetsutövaren agerar inom det politiskt fastlagda ramverket (finansieringsmodellen). Det vill säga hur den enskilda aktören strategiskt utformar sin verksamhet givet de politiskt och lagstadgat fastlagda spelreglerna.

En fråga som inte fördjupas i denna rapport men som bör vara av intresse för kommande studier är relationen mellan helprivata lösningar och den konst och kultur som är beroende av offentligt stöd. Frågeställningen är huruvida det finns en freeride-problematik där vissa vinstdrivna företag inte ger adekvat ersättning till kulturarbetare och gör dem därmed i högre grad än nödvändigt beroende av olika offentliga bidrag (kan även vara a-kassa etc.). Finns det ett utrymme för offentliga interventioner som syftar till att omfördela finansieringsansvaret mellan vinstdrivna företag inom kulturområdet och icke-vinstdrivande kulturinstitutioner och kulturarbetare inom kulturområdet? Musikområdet kan exemplifiera detta. Utbildning tillhandahålls främst av offentliga medel och många musiker får offentliga bidrag i olika skeden av karriären. Musik säljs vanligtvis också kommersiellt och ersättningar ges genom exempelvis upphovsrättsorganisationen STIM, iTunes och det elektroniska musikbiblioteket Spotify. Frågeställningen gäller till vilken grad vinstdrivna företag ger musiker adekvat ersättning, eller om de privata företagen genom för låga arvoden delvis friårker på tidigare offentliga investeringar? Något som uppkommit i den allmänna debatten är musikers kritisk till

exempelvis Spotifys ersättningsnivåer.<sup>11</sup> En färsk utvärdering av STIM slår fast att endast ett fåtal kompositörer får den absoluta merparten av resurserna som fördelas genom systemet.<sup>12</sup> Att undersöka denna typ av samband är emellertid ett uppdrag som kräver en egen rapport.

## 2. Metod

Rapporten utgör en litteraturstudie över nyare eller intressanta finansieringsmodeller, styrmedel och incitament för att öka icke-offentlig finansiering av kulturområdet. Med finansieringsmodell menas ett ekonomiskt system för långsiktig och hållbar finansiering av konst/kulturproduktion och utveckling av konst/kulturområdet.

För att ge en bild av vad en finansieringsmodell kan innebära hämtas här ett exempel från Nacka kommun där en finansieringsmodell infördes vid upphandling av biblioteksverksamhet 2007. Modellen modifieras 2012 för andra gången och består av två delar. Den ena delen utgör kostnader för lokalhyra, infrastruktur som IT-system och webbplats och finansieras direkt från kulturnämnden. En lärdom från tidigare utformning ger att bibliotek inte kan påverka sina hyreskostnader då de måste ligga strategiskt till i centrumbyggnader eller motsvarande och därför bör dessa kostnader hållas utanför prestationsbaserade system. Den andra delen är prestationsbaserad och ger ersättning i relation till öppettider och antal utlån, med en viktning mellan dessa på 75 procent för öppettider respektive 25 procent för utlån. Ett bonussystem har även införts baserat på den kvalitet på verksamheten som besökarna rapporterar. Kvalitetsparametrarna utgörs av *nöjdhet med media, möjlighet till inflytande, producerade artiklar på bibliotekswebben samt besökarnas nöjdhet med artiklarna*. I den första versionen av modellen gavs även ersättning per besök på biblioteken. Under denna period minskade utlånen men besöken ökade till den grad att nämnden inte längre hade kontroll över kostnaderna. Därav har besökssiffrorna tagits bort från modellen och ett ersättningstak har införts.<sup>13</sup>

I denna rapport fokuseras på potentialen för att näringsliv och privatpersoner i högre grad ska finansiera konst och kultur. Metoden för litteraturstudien innebär att ekonomisk forskning har sökts i databaserna Econlit/EBSCO. Nyckelord som funding model, market failure, tax, private funding, non-interest rent, interest-free loan/rent, flat rent i kombination med arts/culture har använts. Vad det verkar finns dock inte något enskilt forskningsområde som behandlar ”finansieringsmodeller” och incitamentsstrukturer. Sökningen har i stora delar resulterat i en snöbollseffekt där ett sökt begrepp har genererat ett antal artiklar som i sin tur gett inspel till andra artiklar om ekonomiska incitament, finansiering och nya sökord. Tidskriften *Journal of Cultural Economics* har särskilt genomlysts under det senaste decenniet. Då kulturområdet är i ständig förändring och publicering av forskningsresultat tar tid har även sökmotorn Google använts för att söka efter relevant information. Modeller och styrmedel beskrivs utifrån deras egenskaper och förutsättningar samt att deras resultat belyses genom relevanta utvärderingar och forskningsresultat. Kunskapsluckor belyses i den mån det är möjligt.

---

<sup>11</sup> DN 2010-12-09 ”Spotifys pengar fördelas ojämnt”, DN 2011-11-24 ”Flera bakslag för Spotify”.

<sup>12</sup> Albinsson 2012.

<sup>13</sup> Nacka kommun 2012.



Vidare belyses även följande jämförelsekriterier i relation till respektive incitament när det är möjligt.

- Rollen/uppgiften för offentliga aktörer: Var/hur finns beröring med politik och offentliga aktörer, detta kan inbegripa allt mellan lagstiftare och mötesarrangör.
- Förekomst eller bedömd potential att generera icke-offentlig finansiering.
- Transaktionskostnader.
- Effekter på konstens och kulturens kvalitet.
- Indikationer på huruvida modell eller incitament är särskilt funktionellt för ett specifikt konstområde eller om det fungerar mer generellt.
- Redogörelse för befintliga utvärderingar.

Styrmedel kan indelas i *normativa* (dvs. *juridiska*), *ekonomiska*, *informativa* och *fysiska*. Styrmedlen inom kulturområdet syftar generellt till att stimulera till produktion och konsumtion, medan styrmedel inom andra områden som exempelvis miljö och folkhälsa ofta syftar till att begränsa användning av en viss vara, som kemikalier eller alkohol.

Mot bakgrund av ett fokus på stimulerande och omfördelade interventioner består styrmedlen på kulturområdet framförallt av bidrag, skattesubventioner och rabatterade avgifter. Även lagstyrda styrmedel i form av copyright, patent och upphovsrätt finns. Branscherna har både egna omfördelningssystem så som STIM och kombinationer mellan offentlig och privat finansiering som svenska filmavtalet. Rådgivning, utbildning och kunskapsförmedling är delvis inbyggt i bidragsfördelningssystemet men görs också explicit av offentliga aktörer och intresseorganisationer som arbetsgivar- och fackförbund med flera.

## 3. Teoretisk bakgrund

**Att definiera konst, kultur** och dess förutsättningar på marknaden är ett pågående arbete inom forskningen. Begreppet konst används i denna rapport främst för att beteckna de olika konstformerna och hantverken, och kultur avgränsas till att beteckna aktiviteter som baseras på de olika konstformerna.<sup>14</sup> En generell avsaknad av definitioner gör att bland annat heltäckande statistik saknas. Ett viktigt definitionsarbete pågår dock och exempelvis har myndigheten Tillväxtanalys så sent som under 2009 gett förslag på en mätmetod, kallad kulturtrident, för att mäta aktiviteten inom kulturella och kreativa yrken och företag. Mätmetoden synliggör, till skillnad från tidigare metoder, också de kulturarbetare som arbetar inom branscher som inte kategoriseras som kulturnärings, exempelvis traditionell basnäring.<sup>15</sup>

Det är inte bara **avsaknaden av god statistik** som gör uppdraget att analysera styrmedel och incitament utmanande. Rizzo och Throsby (2006) reflekterar över finansiering av kulturarv, och menar att komplexiteten i den offentligt lagda incitamentsstrukturen vanligtvis är betydande. Direkta och indirekta offentliga stöd och skatteavdrag i form av skattebefrielse eller skatterabatter utformas på varierande vis och samspelar på olika nivåer. Att analysera effekterna av en sådan incitamentsstruktur är svårt, och det blir inte lättare om man önskar att isolera effekterna av en särskild policy från andra policys, då de samverkar eller simultant påverkar marknaden.<sup>16</sup>

### 3.1 Marknadsmislyckanden

Att skapa effektiva incitament kräver en förståelse för orsaken till behovet av intervention. Generellt antas statlig inblandning eller reglering genom exempelvis avgifter och skatter skapa negativa samhällsekonomiska effekter på lång sikt. Under perfekt konkurrens på marknaden allokeras resurserna genom optimal prissättning på det mest samhällsekonomiskt effektiva sättet. Men om priset inte landar i lägsta möjliga givet produktionskostnaderna kallas det ett **marknadsmislyckande**.<sup>17</sup> Så som världsekonomin utvecklats det senaste seklet tyder utvecklingen dock på återkommande marknadsmislyckanden och att en helt oreglerad marknad inte heller fungerar samhällsekonomiskt effektivt. Snarare framstår olika regleringar och offentliga insatser i form av regelverk, gemensamt byggd infrastruktur, gemensamt språk, etik och moral och liknande faktorer vara viktiga förutsättningar för att en marknad ska fungera. Det finns ett flertal förklaringsmodeller för marknadsmislyckanden som alla är relevanta för konst- och kulturområdet.

**Monopol** är en form av marknadsmislyckande som innebär att priser sätts utan konkurrens och därmed förväntas bli allt för höga. Monopolsituationer är inte nödvändigtvis av positiv karaktär för producenten. Kulturinstitutioner verkar ofta i ett monopol på den lokala marknaden.<sup>18</sup> Men det kan snarare förklaras av **monopolistiska problem** som exempelvis höga kostnader för lokaler som många kulturinstitutioner behöver för att bedriva verksamhet, det innebär höga fasta kostnader oavsett nivå på intäkter.

---

<sup>14</sup> Ordet kultur betyder *odling* och *bildning*, och används också ofta med en antropologisk innebörd.

<sup>15</sup> Tillväxtanalys 2009.

<sup>16</sup> Rizzo och Throsby 2006.

<sup>17</sup> Mas-Colell, Whinston och Green 1995.

<sup>18</sup> Throsby 2006.

Det kanske mest betydande marknadsmisslyckandena för konst och kultur är dess ofta förekommande egenskaper av **kollektiv eller semi-kollektiv** nyttighet, och de **positiva externa effekter** som dessa nyttor genererar.

Många kulturvaror och tjänster är **kollektiva varor**, vilket betyder att de karaktäriseras av att vara *icke-rivala* och/eller *icke-exkluderbara*.<sup>19</sup> Icke-rivalitet innebär att en persons konsumtion inte negativt påverkar en annan persons konsumtion av varan eller tjänsten, vare sig kvantitativt eller kvalitativt. Icke-exkluderbarhet innebär att det är omöjligt att utestänga allmänheten från att konsumera varan eller tjänsten, som exempelvis gäller för radioutsändningar. En icke-rival semikollektiv vara, det vill säga en undergrupp till kollektiva varor, är *klubbvaror*.<sup>20</sup> Teater, bio och museer med entréavgifter är exempel på klubbvaror där antalet konsumenter kan begränsas men det inte råder någon inbördes konkurrens om upplevelsen. **Icke-exkluderbarheten**, men även icke-rivaliteten, göra att det inte går att ta adekvat betalt för varan eller tjänsten och enligt teorin kommer produktionen utan offentliga interventioner att vara betydligt lägre än den faktiska efterfrågan. Men, detta stämmer rätt dåligt med verkligheten. Det finns på sätt och vis en uppsjö av konst och kultur, om man väger in amatörkulturen och även det ideella arbetet som utförs för att arrangera kulturevenemang. Anledningar till detta bör på olika sätt vara att själva produktionsprocessen ger ett mervärde för individen, så som välmående eller tillfredsställelse. Detta kan kopplas till begreppet **hedonism**, hämtat från psykologin, som innebär att människans grundläggande drivkraft är att uppnå lust eller lycka för sig själv, och att undvika lidande, och skulle kunna förklara den överproduktion av konst och kultur som skapas.<sup>21</sup>

Ett ytterligare perspektiv på produktionsförutsättningarna är farhågan om stagnerande produktivitet och därmed stegrande kostnader inom personalintensiv och tjänstebaserad produktion som flera av konsterna karaktäriseras av, relativt teknikintensiv produktion. Baumol och Bowen presenterade teorin om ”**kostnadssjukan**” på 1960-talet, med särskilt fokus på scenkonst och symfoniorkestrar. De menade att ett visst musikstycke knappast kan spelas snabbare eller med färre personer än originalsättningen och därmed kommer framförallt ökande lönekostnader göra bland andra levande musik relativt dyrare över tid (Baumol & Bowen 1965). Teorin innebär att produktion som är personalintensiv eller av tjänstebaserad karaktär förväntas ha begränsade förutsättningar för produktivitetsoökning, medan den andra delen av arbetsmarknaden, i form av industri- och varuproduktion, står för en ständigt ökande produktivitet genom teknikutvecklingen. De totala produktionskostnaderna i tjänstesektorn ökar då över tid relativt industri- och varuproduktion, framförallt på grund av att lönenivåerna stiger simultant i de båda sektorerna, dessa varor och tjänster väntas då bli relativt sett dyrare och dyrare.<sup>22</sup> Denna teori stämmer för flera verksamheter och kan egentligen legitimera en ökande offentlig finansiering över tid för att upprätthålla en jämn produktionsnivå.

Externaliteter och kollektiva varor skapar således obalans på marknaden, *marknadsmisslyckanden*. Dessa påkallar offentliga interventioner i form av exempelvis regleringar som upphovsrätt eller ekonomiskt stöd för att uppnå samhällsekonomisk effektivitet genom att exempelvis överbygga tröskeleffekter eller skapa ersättningssystem för de positiva externaliteterna.

---

<sup>19</sup> Varor och tjänster som endast innehar en av dessa kvaliteter kallas *semi-kollektiva*.

<sup>20</sup> Buchanan 1965, Sandler och Tschirhart 1997.

<sup>21</sup> Wilkerson 2012.

<sup>22</sup> Baumol och Bowen 1965, Baumol 1996, Last och Wetzell 2011.

## 3.2 Värdet av konst och kultur

**Värdet** av konst och kultur som vara och tjänst har kortfattat diskuterats i inledningen. Utgångspunkten för de mer konkreta värdena sätter Baumol (citerad i Rushton 2004) fingret på när han definierar kopplingen mellan bildning i konst och kultur och ett av 2000-talets kanske viktigaste begrepp (värde) på arbetsmarknaden, *social kompetens*.

“It seems clear that individuals who are unable to use the language well and who are unfamiliar with society’s cultural heritage face marked handicaps in getting good jobs and advancing up the economic ladder. ...[U]nfamiliarity with the world’s culture is an economic handicap for the individual, for cultural illiteracy has much in common with linguistic illiteracy.”<sup>23</sup>

Som Baumol syftar på kan konst och kultur ses som en del av ett samhälles språk och genererar också gemensamma mervärden som exempelvis lokal identitet exempelvis stolthet och det identitetsskapandet som framgångsrika artister skapar. Konst och kultur uppfattas främja kreativitet och skapa kreativa miljöer som kan fungera som en lokaliseringfaktor för både individer och företag har undersökts sedan 1990-talet.<sup>24</sup> Även om kausaliteten i denna relation på senare tid ifrågasätts.<sup>25</sup> Forskare föreslår även att konst och kultur som upplevelseekonomi är det nästa stora steget i den globala ekonomiska utvecklingen.<sup>26</sup> Otvetydigt skapar många kulturevenemang stora turistströmmar med tillhörande efterfrågan på olika varor och tjänster lokalt.<sup>27</sup> Detta aktualiserar att en kulturverksamhet kan fungera som arena för näringslivet att nå en viss konsumentgrupp, och ta del av en kulturverksamhets status och symboliska värden (kulturella kapital).

Det är vedertaget att innovationer, både tekniska och organisatoriska, bidrar till ekonomisk tillväxt. Många innovationer springer ur konstens olika former och studerandet och tillämpningen av samhälls- och organisationskulturer. Som Stenström (2009) understryker har vissa delar av konstens och kulturens samhällsekonomiska värde och förutsättningar mycket gemensamt med grundforskning. Ett sådant gemensamt drag är även att värdet av investeringen ibland ses först efter flera år i form av kreativitet, innovationer och ökat humankapital.

Både de som idag tar del av kulturarvet och de som inte direkt tagit del av kulturarvet tillskriver det ett värde, för att framtida generationer ska få tillgång till ett kulturarv. Kulturarvet innebär inte bara fysiska föremål som böcker och monument, utan även kunskap om och förmåga i de olika hantverken. Kulturarv kan på olika sätt spegla ett samhälles värderingar, erfarenheter och behov, och uppfattas ligga i en grupps intresse snarare än i individens,<sup>28</sup> vilket går emot marknadsekonomiska antaganden om att individens intressen är suveräna.

Dessa värden spiller över till många eller samtliga i ett samhälle och kan genereras av både kollektiva och privata varor och tjänster. Inom konst- och kulturområdet handlar det dels om direkt ekonomiska värden för en lokalekonomi, som blir tydligt för events och festivaler, som också dels om kulturarvet,

---

<sup>23</sup> Rushton 2004 s 4.

<sup>24</sup> Baumol 1996, Lindeborg 1991, Florida 2002.

<sup>25</sup> Rushton 2004.

<sup>26</sup> Pine och Gilmore 1999.

<sup>27</sup> Heldt och Klerby 2011.

<sup>28</sup> Musgrave 1987, Peacock 2006.

som inte (kan) realiseras idag utan kanske först längre fram i livet eller av framtida generationer. Några olika sådana värden är *optionsvärde*, *existensvärde* och *arvedel*.<sup>29</sup>

Att konst och kultur ger positiva externaliteter får givetvis implikationer för hur en incitamentsstruktur kan utformas. Inom miljöekonomin är denna typ av offentliga interventioner vanliga, här hanterar man vanligtvis en efterfrågan på en produkt som ger negativa effekter. Utmaningen då är att sätta rätt pris för att kompensera för de negativa effekterna. För konst och kultur är relationen den omvända. Här finns en vara där både efterfrågan och vinsten i många fall är otydlig, men den genererar någon form av positiva externaliteter. För att skapa ett fungerande betalningssystem för detta, är en förutsättning att man sätter ett värde på externaliteterna och identifierar vilka som idag ”friåker” på produktionen. Baserat på detta kan en finansieringsmodell utformas.

### 3.3 Kulturkonsumtionens bestämningsfaktorer

Efterfrågan på konst och kultur innebär ett simultant nyskapande och bevarande av föregående generationers konst och kultur genom kulturarvet. Det handlar således både om individens som om samhällets behov.<sup>30</sup> Individens behov är i sig ett resultat av den miljö, i form av exempelvis kulturarv, förebilder och kunskap som den exponeras för. Sociologen Pierre Bourdieu formulerar detta förhållande så att för att kunna värdesätta konst och kultur som upplevelse, måste vi ha lärt oss att värdesätta konst och kultur som kunskap.<sup>31</sup> Det finns således en reflexivitet i kulturkonsumtion, och i flera fall en ökande snarare än en avtagande marginalnytta.<sup>32</sup> Efterfrågan skapas av kunskap och erfarenhet av tidigare kulturkonsumtion.<sup>33</sup> Exempelvis håller väl de flesta med om att ju mer man lyssnar på musik ju mer efterfrågar man musik. Forskare har simulerat beräkningar över om offentligt stöd kan ersättas av ökad konsumtion genom satsningar på träning i kulturkonsumtion under utbildningstiden. Resultaten pekar på att det krävs utbildning både genom skolans försorg och bildning genom familjens försorg för att generera en nivå på kulturkonsumtionen som ersätter det offentliga stödet.<sup>34</sup> Men i praktiken, menar de, är kulturbudgetarna vanligtvis så begränsade att resurserna endast räcker till satsningar på utbildningen och de menar att konsumtionen för äldre till och med bör beskattas.

Tidig exponering för och socialisering i konst och kultur är alltså positivt korrelerat med ett aktivt kulturdeltagande som vuxen.<sup>35</sup> Sambandet kan också bekräftas av att inkomstnivån inte förklarar kulturpublikens sammansättning, men däremot i hög grad publikens utbildningsnivå.<sup>36</sup> Även om Seaman (2006) också problematiserar att ”kulturträning” inte nödvändigtvis är direkt kopplad till utbildningsnivå. Att inkomst inte är direkt kopplad till konsumtionen ses också i prisökänsligheten hos olika sociala grupper.

Vidare kan icke-ekonomiska motiv för individen till att bidra med finansiering till kultur vara en form av **altruism**. Altruism inom ekonomisk teori har framförallt formulerats av Becker (1974) och innebär en osjälvisk omsorg om andras välfärd. Personens nytta ökar när dennes partners eller vänner nytta

---

<sup>29</sup> Rushton 2004, Throsby 2006, Armbrecht 2009, Armbrecht och Andersson 2010.

<sup>30</sup> Musgrave 1987, Peacock 2006.

<sup>31</sup> Bourdieu 1993.

<sup>32</sup> Se även teorier om ”vanebildning”, både välgörande och destruktiva. Vidare är teorier om tidsinkonsistens (en tendens att över- eller undervärdera framtida konsumtion) av intresse för analyser av kulturkonsumtion.

<sup>33</sup> Becker och Stigler 1977.

<sup>34</sup> Champarnaud, Ginsburgh och Michel 2008.

<sup>35</sup> Heilbrun och Gray 1993.

<sup>36</sup> Seaman 2006. Seamans kunskapsöversikt avser scenkonstområdet.

ökar, alt. av att partnern/vännen kan konsumera mer, vilket implicit innebär att dennes nytta antas öka. Inom ekonomisk teori antas egenskaper som altruism vara medfödda, men utifrån ovanstående diskussion och särskilt Bourdieus forskning (1993), bör även altruism kunna vara ett resultat av socialiseringsprocesser och tillskansad kunskap (denna frågeställning fördjupas dock inte mer här).

### 3.4 Bedömningskriterier

Med **transaktionskostnader** avses kostnader förknippade med att införa och upprätthålla en finansieringsmodell. Dessa kostnader kan uppstå för samtliga parter inblandade i att generera finansiering, och handlar exempelvis om administrationskostnader eller tid som läggs på kommunikation. Transaktionskostnader kan även skapas av mentala barriärer och diskriminering. I dessa fall hamnar kostnaden alltid på den diskriminerade, eller minoriteten.<sup>37</sup>

**Kulturens kvalitet.** Offentlig finansiering har en tradition av att inte styra detaljer i mottagarens verksamhet, genom *armlängds avstånd*<sup>38</sup>. Vad händer med detta förhållande om finansiering från näringsliv och privatpersoner ökar? Är det möjligt att säga något om hur inflytandet över skapandeprocessen eventuellt påverkas, både positivt och negativt? Närliggande perspektiv är hur jämställdhet och jämlikhet säkerställs, och vilka faktorer som är viktiga för att främja kreativiteten och konstens utveckling.

Inom nationalekonomisk forskning undersöks även **sambandet mellan offentlig och privat finansiering**, och specifikt trender inom konst- och kultursektorn. Det finns två mekanismer i detta. Den ena innebär att privat finansiering minskar i takt med att offentlig ökar, så kallad *crowding-out-effekt*. Dess motsats, *crowding-in-effekt*, innebär att privat finansiering istället ökar då offentlig finansiering ökar. Forskning om förhållandena inom kulturområdet i USA på 1980-talet påvisar direkta effekter av crowding-out, där varje offentlig krona som investerades i kultur eller välgörenhet minskade den privata investeringen med motsvarande krona.<sup>39</sup> Anledningen, menade man, var att den privata bidragsgivaren minskade sitt privata bidrag då den ansåg sig betala genom skattsedeln. Under 1990-talet har detta raka samband ifrågasatts, och bättre dataunderlag visar att sambandet inte alltid är ett till ett i crowding-out. En tydligt samband av crowding-in ses istället för organisationer som får stora offentliga stöd i exempelvis USA, särskilt symfoniorkestrar och musikföretag.<sup>40</sup> Stora offentliga stöd kan således främja stora privata donationer. Forskarna menar att det handlar om att det offentliga stödet signalerar status och prestige, och överbrygger asymmetriska informationsproblem (om institutionernas kvalitet) som gör att institutionerna lättare kan locka till sig privat stöd.<sup>41</sup> Crowding-in-effekten stöds också av Andreoni och Payne (2011). I deras studie har även antagandet om anledningen till crowding out-effekten förfinats. De delar upp effekten i två, den klassiska som innebär att finansiären anser sig ha bidragit tillräckligt genom skattsedeln, respektive den indirekta effekten som innebär att ökande offentliga medel minskar ansträngningen från kultur/välgörenhetsorganisationen att hitta privat finansiering. Resultaten pekar på att den största crowding-out-effekten ligger i lägre ansträngningar från organisationen att hitta privata medel.

---

<sup>37</sup> Becker 1957, Lang 1986.

<sup>38</sup> Armlängdsprincipen innebär att parterna ska vara oberoende från varandra och agera på lika villkor.

<sup>39</sup> Dokko 2009.

<sup>40</sup> Smith, 2006.

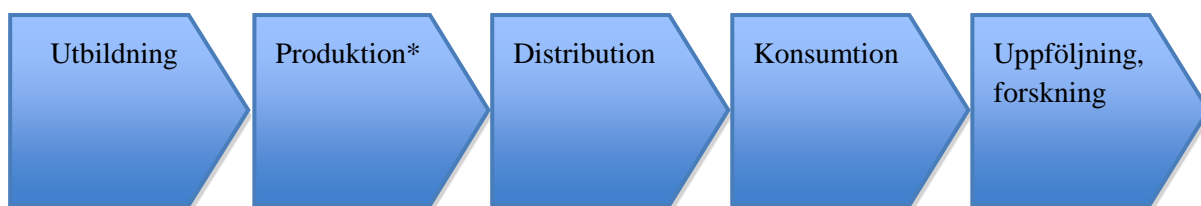
<sup>41</sup> Khanna och Sandler 2000.

## 4. Resultat

### 4.1 En modell, exemplet filmproduktion

Inledningsvis ges här en modellskiss över processteg och intressenter som är relevanta i en finansieringsmodell. Observera att detta framförallt är en tankemodell och inte gör anspråk på att vara heltäckande. Exemplet hämtas från filmproduktion, med inspiration av modellen över *audiovisuell produktion* i rapporten *Allt räknas*.<sup>42</sup> I rapporten beskrivs motsvarande processteg för audiovisuell produktion, förutom utbildning och uppföljning, beskrivs tillsammans med pengaflöden mellan olika funktioner i, om offentliga insatser för filmproduktion i Europa.<sup>43</sup>

Generellt är det svårt att avgränsa olika konstformer på detta sätt och därför svårt att ge förslag på avgränsade finansieringsmodeller för ett specifikt konstområde. Filmproduktion är förhållandevis renodlad och tydlig i sina processteg och olika länders finansieringsmodeller för film är relativt väl dokumenterade. Den schematiska bilden över filmproduktionens olika delar utgörs av *utbildning, produktion, distribution, konsumtion och uppföljning/forskning*. För respektive del diskuteras dess övergripande finansiering idag, genom direkta och indirekta offentliga medel, privata investeringar och utgifter, samt de styrmedel som används idag tillsammans med potentiella styrmedel, som presenteras mer i detalj senare i rapporten.



\*I rapporten *Allt räknas* beskrivs en modell över produktionskedjan för audiovisuella produkter. Där delas produktionssteget upp i två delar, *utveckling* (bl.a. manusskrivande, söka rättigheter och hitta finansiering) och *produktion* (genomförande och paketering).<sup>44</sup> Här ingår dessa i samma steg då arbetet ofta utförs inom ett och samma bolag.

#### *Utbildning*

Utbildningar till filmproducent, skådespelare, regissör och de andra närmare 50 yrkeskategorier som krävs för att producera en film finansieras idag genom offentliga medel och av privatpersonens investering i tid och alternativkostnader.<sup>45</sup> Eventuella avgifter på utbildning för privatpersoner är vanligtvis momsbefriad, och därmed subventionerad. Möjliga styrmedel för utbildningsledet utelämnas här. Tillgången på filmarbetare överskrider efterfrågan inom de flesta yrkena, även om

---

<sup>42</sup> Nielsén 2009.

<sup>43</sup> *ibid.*

<sup>44</sup> *ibid.*

<sup>45</sup> Klerby och Näslund 2011.

Olsberg menar att den svenska utbildningen har brister och inte motsvarar marknadens krav.<sup>46</sup> Något som förstås kan påverka förutsättningarna för produktionen.

### *Produktionsledet*

Produktionen finansieras idag främst genom staten, branschens avsättningar, regionala filmfonder och av privatpersoner. De direkta offentliga bidraget från staten som beslutas genom *filmavtalet* fördelas genom svenska filminstitutet och uppgår till 185 miljoner kronor år 2012. Värdet av subventioner så som lägre momssatser och lägre arbetsgivaravgifter för konstnärernas arbetsinsatser finns det inga beräkningar för. *Upphovsrättslagar* ger konstnärer ersättning för deras verk, som exempelvis manus, inte heller över detta finns beräkningar att tillgå. I filmavtalet representeras branschen av TV-bolagen (här ingår inte visningsfönster som video/DVD och VOD) som upplåter 53 miljoner kronor i direkt stöd och avsätter 69 miljoner kronor för egen produktion och inköp av svensk film. En jämförelse mellan det svenska filmavtalet och system i länder med likvärdiga förutsättningar är frivilligheten i det svenska systemet som Olsberg menar är en ”strukturell svaghet”.<sup>47</sup> Möjliga potentiella styrmedel som visar på positiva effekter i andra länder är istället *branschspecifika skatter* och *punktskatter*. *Efterhandsstöd* till filmproduktion är också en form som anses ha gett gott resultat. I Tyskland ges genom en statlig fond ett efterhandsstöd på upp till 20 procent av de investeringar som gjorts i samband med produktion inom landets gränser. På så vis lockar man utländska producenter till landet och menar att landet fått tillbaka mer än det stödet kostar.<sup>48</sup>

### *Distribution*

Distributionsledet finansieras helt av intäkterna från försäljning till andra bolag och till konsument. Det är i detta led som de stora vinsterna verkar göras, som sedan kan återinvesteras (vilket redovisas under produktionssteget). I det här ledet finns inga skattesubventioner eller liknande. Flera av visningsfönstren inom distributionsledet så som streamade källor (ex. VOD) och video/DVDs är i nuläget inte parter i svenska filmavtalet. Förutsättningarna inom distributionsledet skiljer sig också åt stort mellan konstformerna. Möjligheten att mångfaldiga en produkt till låg marginalkostnad gäller för exempelvis inspelade produkter som film och musik, men inte för live-produktioner som konserter, teater- och dansföreställningar.

### *Konsumtion*

Nuvarande konsumtion genom framförallt biljettpreiser och biobesök är subventionerat genom subventioner på mervärdesskatten. Video/DVD-produkter och sidoprodukter relaterade till konstformens, i det här fallet filmens, historia och karaktärer som t-shirts och leksaker, likaväl som inspelningsplatsen, är inte subventionerade och skapar i många fall en betydande merförsäljning. Jämför exempelvis Sagan om ringens betydelse för turismen på Nya Zeeland.<sup>49</sup> Här finns möjligheter för det offentliga att ta ett tydligare grepp om mervärdesförsäljningen för att kanalisera om vinsterna till nyinvesteringar i sektorn.

### *Uppföljning och forskning*

---

<sup>46</sup> Olsberg 2008.

<sup>47</sup> Svenska Filminstitutet 2003, Olsberg 2008, s. 7.

<sup>48</sup> Nielsén 2009.

<sup>49</sup> Se exempelvis Margareta Dahlströms kapitel ”Filmturism – möten mellan kultur och näring i globaliseringens tid”, i Kolmodin, Anne (red), Globalisering och kultur, ITPS.



Uppföljning och forskning inom kulturområdet bekostas genom offentliga medel, men även branschorganisationer som fack- och arbetsgivare tillsammans med intresseorganisationer satsar resurser på kunskapsinsamling och utredningar.

## 4.2 Produktionsledet

Produktionsledet för konst och kultur har vitt skilda förutsättningar beroende på konstform och kontext, men några karaktärsdrag som påverkar dess finansiering är långa utvecklingstider och ledtider, både film- som teaterproduktioner och museers utställningar planeras över 3-5 års tid. Många kulturverksamheter kräver särskilda lokaler som skapar höga fasta kostnader både vad gäller lokalisering (företrädesvis centralt) och vad gäller teknik. Därtill kommer ett överutbud på konstnärer och artister, då själva produktionsprocessen kan antas ge skaparen ett mervärde, vilket ger låga ersättningar generellt.<sup>50</sup> Skattesystemet gynnar även konstnärer med lägre arbetsgivaravgifter i vissa fall, detta perspektiv tas dock inte upp här. Istället presenteras ett antal olika finansieringslösningar och incitament för att bekosta produktionen.

### 4.2.1 Omfördelning av statliga medel

Att använda överskott från statliga lotterier förekommer i flera länder.<sup>51</sup> I Sverige har överskottet av statens Svenska spel från 1930-talet fram till 2009 finansierat en stor del av den svenska idrottsrörelsen. Sittande regering låter istället överskottet gå tillbaka till statskassan och medlen (oförändrad summa) till idrottsrörelsen gå via departementet.<sup>52</sup> Men i flera länder är överskott av statliga lotterier öronmärkta till att finansiera kultur. I Storbritannien gick år 2011 40 procent av överskottet från National Lottery (£304,000,000 drygt 3 miljarder kronor) till att finansiera Arts Council Englands kulturstöd, bland annat scenkonst och film, och till att finansiera kulturarv och kyrkans verksamheter.<sup>53</sup> I Finland utgjordes år 2011 48 procent av statens utgifter för kultur (426 miljoner euro) av överskott från lotteriverksamhet.<sup>54</sup> Också i Norge finansieras kulturverksamhet med lotterivinster. År 2012 fördelas cirka 417 miljoner kronor av Norsk Tipping AB till kultur.<sup>55</sup> Av dessa går ca 40 procent till Skolesekken, ca 30 procent till kulturbygg (kulturhus och regionala mötesplatser och förmedlingstjänster för kultur) samt 30 procent till en fri fond<sup>56</sup>. I Norge härrör kulturfinansiering genom lotteriöverskott från 1980-talet.

Anledningarna till detta system kan härledas till motiv om att motverka en skev inkomstfördelning och altruistiska skäl att göra gott. Det finns även privata initiativ inom lotteriområdet i Sverige som Bingolotto och Postkodlotteriet som självpåtaget fördelar vinster vidare till föreningsliv och kulturliv.<sup>57</sup> Kanske har de följt i de offentliga initiativens spår? Utvärderingar av dessa verksamheters effekter och samspel med offentliga bidrag saknas och vore av stort intresse.

---

<sup>50</sup> Inkomstspridningen är dock betydande inom konstnärskåren.

<sup>51</sup> Wilkerson 2012.

<sup>52</sup> Proposition 2009/10:1.

<sup>53</sup> DCMS 2012.

<sup>54</sup> Undervisnings- och kulturministeriet 2012.

<sup>55</sup> Norska kulturdepartementet, 2012.

<sup>56</sup> Fonden fördelas i sin tur med ca 72 procent till landsrådet för barn- och ungdomsorganisationer, ca 21 procent till norska musikrådet och ca sju procent till norska teaterrådet.

<sup>57</sup> Enligt Kulturstiftelsens hemsida är PostkodLotteriet tillsammans med dess systerlotterier i Holland och Storbritannien världens tredje största privata givare till ideell verksamhet. År 2009 lanserades stödet till kultur om cirka 100 miljoner kronor om året, Kulturstiftelsen 2012.

Men exempelvis Wilkerson ställer sig frågande till denna modell då han inte ser någon koppling mellan lotterivinster och kulturverksamhet.<sup>58</sup> Han menar att mekanismerna i en långsiktig finansieringsmodell istället på olika sätt bör ha ett samband, som exempelvis olika punktskatter på kulturkonsumtion. En fördjupning om detta finns i avsnittet om konsumtionsledet.

#### 4.2.2 Offentliga medel som indirekt incitament, sponsring, skatterabatter och avdragsrätt

Skatterabatter, sponsring och avdragsrätt är liknade typer av interventioner. Sponsring riktas specifikt till företag genom avdragsrätt för medel som investeras i kultur, skatterabatter och avdragsrätt kan riktas både till företag och till privatpersoner.

**Sponsring** har under 2000-talets början varit ett aktuellt ämne inom politiken som en möjlig lösning för en ständigt underfinansierad kultursektor. Med sponsring menas,

”ett affärsmässigt avtal mellan två organisationer om utbyte av varor, tjänster och/eller andra resurser. Sponsringen som ekonomisk transaktion är främst en skatteteknisk lösning, som syftar till att möjliggöra samröre mellan kommersiella och i första hand icke affärsdrivande organisationer med icke beskattade medel, dvs. rörelsekapital”.<sup>59</sup>

För kulturorganisationer är sponsring en finansieringsform som kan ge kontanta medel eller varor och/eller tjänster i utbyte, utan att organisationen behöver betala ett marknadsmässigt pris för dessa. För det sponsrande företaget är värdet framförallt tillgången till att bli synlig hos kulturorganisationens publik och får del av kulturorganisationens kulturella kapital, vilket exempelvis kan ha positiva effekter för företagets image. Men det kan även handla om att företaget tar del av kulturorganisationens kompetens, kreativitet och resurser i icke-monetära former. Anledningen till att sponsring av kulturverksamheter inte fungerar i det svenska systemet förklaras med att skattelagstiftningens utformning försvårar bedömningen av värdet av motprestationen för kultur. För exempelvis idrottsområdet finns sedan länge tydliga regler för loggors placering och dess värden, etc. Då motprestationen inte kan definieras bedöms medlen istället som en gåva/donation, och blir inte avdragsgilla. Produktplacering, som är vanligt förekommande i audiovisuell produktion, bör vara en parallell till idrottens utarbetade system med utvecklingspotential.

Det finns även andra problem med sponsring som långsiktig finansieringslösning. Lindqvist menar att sponsring av kultur dessvärre kännetecknas av ”konjunkturberoende, kortsiktig, konservativ och svårvärderad och bidrar med en mycket liten andel av kulturens totala kostnader”.<sup>60</sup> År 2008 beräknades cirka 90 miljoner gå i sponsring till offentlig delfinansierade kulturinstitutioner.

Exempel på lokala och regionala stöd till produktionsledet är regionala filmfonder som vuxit fram i länder som Polen, Tyskland och Frankrike. Här bidrar lokala och regionala offentliga medel till filmer utifrån kriterier att produktionen ska ske lokalt eller att största delen av produktionskostnaderna spenderas i regionen samt att filmens tematik är knuten till regionens historia. Även Sverige har regionala filmfonder som riktas till produktioner inom regionen. I Frankrike försöker man locka till sig utländska produktioner genom **skatterabatter** på upp till 20 procent av det som spenderats i landet. Även i Tyskland finns ett rabattsystem för produktioner som genomförts i Tyskland genom ett **efterhandsstöd** om upp till 20 procent av investeringskostnaderna, ett sätt att skapa lokal aktivitet. I

---

<sup>58</sup> Wilkerson 2012.

<sup>59</sup> Lindqvist 2008 s. 100.

<sup>60</sup> Lindqvist 2008, s. 100ff.

spåren av en filmproduktion kan turism skapas, *Sagan om ringen* kanske är det tydligaste exemplet på detta. I Tyskland är uppfattningen att detta system gett tillbaka mer än vad det kostat i form av skatterabatter.<sup>61</sup>

I Kulturbyggans delrapport beskrivs att i de länder som tillämpar avdragsrätter och skattelättnader tar pengarna vägar där det finns skattelättnader.<sup>62</sup>

**Avdragsrätt** för privatpersoner innebär att utgifter för konst och kultur kan kvittas mot skatt på förvärvsarbete. Detta görs exempelvis i Kanada där föräldrars utgifter för barnens kultur- och fritidsaktiviteter, i form av medlemskap och deltagande i konstnärlig, kulturell, rekreations- eller annan form av utvecklande aktiviteter ger en skattereduktion med upp till motsvarande 7.000 kronor.<sup>63</sup>

Det västerländska land som har den mest utvecklade privatgivarkulturen är USA. Det offentliga stödet till kultur är samtidigt betydligt mindre än i europeiska länder. År 2005 donerade amerikanska folket cirka 13,5 miljarder dollar (ca 90 miljarder kronor) till ”konst, kultur och humanism”.<sup>64</sup> Hur stor andel som gick till konst och kultur är dock oklart, men man kan anta att denna del utgör en mindre del än delen till välgörenhetsorganisationer. En anledning till den omfattande givarkulturen är förmodligen rätten till skatteavdrag som finns sedan 1917. För varje donerad dollar ges ett skatteavdrag på mellan 28 och 40 cent beroende på personens inkomstnivå, dvs. staten subventionerar området med upp till 40 procent. För 2005 har NEA räknat fram att varje amerikan i genomsnitt donerat 45 dollar, ca 300 kronor. Ett genomsnitt av den amerikanska statliga subventionen är 34 procent, vilket skulle betyda att den amerikanska staten enbart genom avdragsrätten har subventionerat konst, kultur och humanism med 15,3 dollar per innevånare och år, drygt 100 kronor.

Utifrån ett rättviseperspektiv menar Rizzo och Throsby (2006) att olika typer av avdragsrätt generellt gynnar välbärgade skattebetalare i jämförelse med direkta stöd till kulturverksamhet, något som delvis bekräftas av utvecklingen i Storbritannien och systemet **Sale-and-leaseback**. Ett exempel där skatteavdrag utnyttjats av företag och rika personer är Storbritanniens särskilda avdrag för inhemsk filmproduktion som infördes 1992 och reformerades 2006. Skatteavdrag ges för filmproduktion och uppskov med skatt alternativt skatteavdrag ges för investering i film. De dubbla avdragsmöjligheterna har öppnat dörren för personer med höga inkomster att investera och köpa film, för att sedan kvitta investeringen mot skatt på andra inkomster. Filmen hyrs sedan tillbaka till producenten på kontrakt (10-15 år). Systemet har framstått som ett framgångsrikt incitament och genererat satsningar på stora Hollywood-produktioner.<sup>65</sup> Men systemet har utnyttjats och enligt brittiska skatteverket riskerar flera miljarder pund i skattinkomster ha gått förlorat.<sup>66</sup>

#### **4.2.3 Att locka fram direktfinansiering från näringsliv och privatpersoner**

Att använda offentliga medel som incitament/förstärkning till privat finansiering är ett förhållandevis nytt grepp inom kulturområdet. Dagens tillämpning tyder snarare på att offentliga medel förstärker varandra. Statligt stöd prioriteras till dem som fått stöd från landsting eller kommun, med viss risk för crowding-out-effekter.

---

<sup>61</sup> Nielsén 2009.

<sup>62</sup> SOU 2012:16.

<sup>63</sup> Children's Art Tax Credit 2012.

<sup>64</sup> NEA 2007 s 18.

<sup>65</sup> Svenska Filminstitutet 2003, HM Revenue & Customs 2012.

<sup>66</sup> Glass 2012.

Från företagens perspektiv finns ett fåtal exempel på privata näringsidkare som integrerat ekonomiskt stöd till kultur som en del av affärsmodellen. Ett exempel är detaljhandelskoncernen Migros i Schweiz som i företagets stadgar har inskrivet att använda en procent av omsättningen för samhällsnyttig verksamhet där kultur är en given del enligt stadgarna. Grundaren av företaget menar att kulturverksamheten är nödvändig för att bygga deras kundunderlag.<sup>67</sup> Samtidigt visar forskning om företagens motiv till finansiering av kultur att egennytta i form av en motprestation eller ekonomiskt mervärde är en nödvändig förutsättning för företagets engagemang.<sup>68</sup>

Sedan ett par år tillbaka finns ett antal pågående projekt som fördelar offentliga medel under villkor att projektägaren också har ordnat en viss andel privat finansiering. Ett sådant system innebär implicit att marknaden i form av näringsliv och privatpersoner ges ett större inflytande än idag över hur de offentliga medlen ska användas.

**Kulturbyggen** är ett temporärt nationellt projekt som ska fördela stöd med korta handläggningstider till nyskapande kultur i projektform.<sup>69</sup> Kulturbyggen härrör från framlidna stiftelsen Framtidens Kultur som under perioden 1994-2008 delade ut pengar från de upplösta löntagarfonderna till nyskapande kultur. Under de två verksamma åren 2011-2012 fördelar Kulturbyggen 50 miljoner. Projekt som beviljas medel ska syfta till att utveckla nya former för kulturell verksamhet eller att utveckla nya sätt att finansiera kultur. Kulturbyggens uppdrag är tvådelat, dels att analysera möjligheterna och hitta modeller för så kallad breddad finansiering (dvs. en ökande andel icke-offentligt stöd) och dels att fördela medel till nyskapande kultur. I Kulturbyggens bidragsfördelning finns ett uttalat mål att främja och stödja arbetet med breddad finansiering. För att beviljas projektmedel från Kulturbyggen är privata finansörer inte ett formellt krav men värderas som en fördel. Kulturbyggen arbetar också aktivt med att hitta och knyta till sig finansörer som exempelvis privata fonder och näringsliv.

I sin delrapport redogör Kulturbyggen för hur behovet ser ut av att utveckla samverkan mellan näringsliv och offentligt finansierade kulturverksamheter.<sup>70</sup> Bland annat pekar man på kunskapsbristen hos näringslivet om kulturens möjligheter att bidra till företagens utveckling. Dessa frågeställningar fördjupas senare i denna rapport.

Då Kulturbyggen är mitt uppe i sitt arbete finns främst en uppföljning av bidragsfördelningen i delbetänkandet.<sup>71</sup> Under 2011 har 25 miljoner kronor fördelats till 147 projekt i form av *startstöd* respektive *genomförandestöd*. Preliminärt har 43 miljoner kronor i medfinansiering genererats, varav cirka 14 miljoner kronor kopplas till privata finansörer. Således har var femte krona kommit från en privat finansör. Några bra jämförande siffror för andelen privat finansiering är svåra att hitta. Exempelvis skattas sponsringen till Dramaten till cirka en procent av omsättningen 2011<sup>72</sup>, och sponsorintäkter till Nobelmuseet uppgår till 22 procent av omsättningen 2011.<sup>73</sup> Utöver detta resultat kan idag inte några större effekter av deras verksamhet fastställas. Kommittén som driver arbetet med Kulturbyggen föreslår att verksamheten ska bli en fast institution med ett årligt anslag för

---

<sup>67</sup> Hunziker Keller 2003.

<sup>68</sup> Rother 2009.

<sup>69</sup> Kulturbyggen 2011.

<sup>70</sup> SOU 2012:16.

<sup>71</sup> *ibid.*

<sup>72</sup> Egen skattning baserad på Dramatens årsredovisning 2011.

<sup>73</sup> Nobelmuseet 2012.

administration om 5,6 miljoner kronor. Om nuvarande bidragsbudget och intäkter från privata källor består uppgår transaktionskostnaden till närmare 40 procent av den genererade privata finansieringen.

Ett inspel till bedömningen av Kulturbryggans potential kan hittas i utvärderingen av dess föregångare, stiftelsen **Framtidens kulturs** bidragsgivning.<sup>74</sup> I utvärderingen uppger projektägarna bland annat att stiftelsens bidrag har fungerat som dörröppnare till bidrag från andra offentliga verksamheter. Framtidens kultur hade inte krav på privat medfinansiering och har inte heller särskilt valt att prioritera sådana projekt, dock har kravet funnits på att stiftelsens pengar aldrig kan utgöra hela finansieringen. Mot bakgrund av detta är ett intressant resultat från utvärderingen att 21 procent av de beviljade projekten hade stöd från näringslivet medan endast 11 procent av de projekt som fått avslag, men ändå genomförts, hade stöd från näringslivet. Beroende på hur man tolkar kausaliteten kan detta tyda på en viss crowding-in-effekt för näringslivsstöd till de beviljade projekten. Forskarna konstaterar vidare att andelen projekt med stöd från näringsliv är relativt låg, men menar att detta bottnar i att det svenska näringslivet inte har någon tradition av att sponsra kultur.<sup>75</sup>

Fonden **Innovativ kultur** startades 2008 av Stockholm stad och kan ses som en lokal/regional motsvarighet till den nationella Kulturbryggan. Fonden utlyser projektmedel och ska ge råd och stöd till projektägare inom kreativa och kulturella sektorn för att spetsa idéer och förbättra projektplanering. Fondens administratörer ska också agera mäklare genom att förmedla kontakter och kunskap genom att främja samarbete mellan kultur, näringsliv och akademi.<sup>76</sup> En utvärdering av fondens första två år visar att den i stort uppfyllt sina målsättningar men dessvärre inte lyckats hitta en fungerande form för ekonomiskt stöd från näringslivet. Detta förklaras av de anställda delvis med den extrema lågkonjunktur som år 2008 och 2009 präglades av.<sup>77</sup> I en intern uppföljning av de tre första åren skriver Innovativ kultur:

”Vi har alltmer blivit övertygade om att näringslivet inte kan förväntas sätta in medel per se i Innovativ Kultur, men är intresserade av att stötta projekt som har betydande beröringspunkter för deras verksamhet.”<sup>78</sup>

Stödet från näringslivet i de beviljade projekten består framförallt av marknadsföringsstöd, annonsutrymme, arbetstid och material.<sup>79</sup> Enligt utvärderingen har fonden arbetat väl i mäklarrollen mellan kultur och näringsliv.<sup>80</sup> En fördjupning om mäklarfunktioner återkommer senare i denna rapport.

Stockholms stad införde år 2008 ett **bonussystem** i syfte att ”stimulera det fria kulturlivet att öka sina intäkter och nå en bredare publik”. ”Bredare publik” har sedermera definierats som barn och unga. En grundförutsättning för att få bonus är att kulturverksamheten har verksamhetsstöd från Stockholms stad. Bedömningen utgår ifrån fyra parametrar; andel egna intäkter, ökning av de egna intäkterna, andel barn- och ungdom i publiken samt ökning av andelen barn och ungdom i publiken. År 2011 fick mottagarna summor mellan som mest 245.000 kr och ner till 7.500 kr. Under de två första åren (2008-2009) fördelades 5,5 miljoner kronor respektive år och under 2010 fördelades 6 miljoner kronor.

Efter det tredje året (2010) har en uppföljning gjorts av kulturförvaltningen. Enligt uppföljningen har

---

<sup>74</sup> Baklien, Franzén och Nyhagen Predelli, 2002.

<sup>75</sup> Ibid.

<sup>76</sup> Innovativ kultur 2012a.

<sup>77</sup> Johansson och Hall 2010.

<sup>78</sup> Innovativ kultur 2012b.

<sup>79</sup> Ibid.

<sup>80</sup> Johansson och Hall 2010.

närmare 90 procent av mottagarna av verksamhetsstöd årligen också berättigats bonus.<sup>81</sup> Genomsnittligt har samtliga bidragstagande verksamheter ökat sina intäkter mellan 2008 och 2010 med knappt sju procent (i 2008 års priser) och det offentliga stödet har minskat med två procent under perioden. Självfinansieringsgraden för genomsnittet av samtliga bidragsmottagare har dock sjunkit med en procent. Under perioden har publikantalet ökat med cirka 13 procent. Förvaltningen konstaterar dock att målet om ökad andel barn och unga i publiken inte uppnåtts då gruppens andel endast ökat med en procent. I rapporten tar förvaltningen även upp brister i systemet från kulturverksamheternas perspektiv, man menar exempelvis att informationen är otydlig och att begreppet *bonus* skapar ”negativa associationer”.<sup>82</sup>

Särskilt intressanta projekt som Kulturbryggan beviljat medel är två plattformar för **crowdfunding**. Begreppet kommer från *crowdsourcing* som först formulerades av Jeff Howe i Wired Magazine.<sup>83</sup> Crowdsourcing kan liknas vid en offentlig brainstorming, utbyte av erfarenheter och kunskap. Crowdsourcing kan knappast ses som en ny mekanism, men internet som den tekniska basen som ger helt nya möjligheter till genomslag. Crowdfunding innebär mer specifikt att bjuda in till samarbete för finansiering av ett projekt, en aktivitet, av produktutveckling eller liknande. Definitionen av crowdfunding är dock lite oklar. Exempel på där meningarna går isär är huruvida crowdfunding endast kan genomföras via internet, huruvida finansieringen ska avgränsas till enskilda projekt eller också fungera som grundfinansiering av verksamheter. Andra frågor är hur många personer som måste bidra för att det ska kallas crowd, huruvida målet för insamlingen ska vara i de allmännas intresse eller kan vara för personliga syften, huruvida finansörerna kan vara anonyma eller icke-anonyma.<sup>84</sup> En anledning till avsaknaden av definition är att det saknas betydande forskning om crowdfunding.<sup>85</sup> Fenomenet har främst rönt stor uppmärksamhet i media.<sup>86</sup> Exempelvis använde Barack Obama crowdfunding för sin presidentkampanj år 2008 och samlade in en halv miljard dollar (ca 3,5 miljarder kr).<sup>87</sup> Inom crowdfunding finns fyra tekniska affärsmodeller identifierade:<sup>88</sup>

- Donation (ingen motprestation, men ofta erbjuds t-shirts, gratis biljetter, etc.)
- Belöningsystem/förfinansiering (ger produkt eller annan avtalad motprestation, vanligt för dataspel)
- Utlåning (med eller utan ränta)
- Investering (vinstdelning)

När det gäller belöningsformen handlar det om ersättningar i form av produkter, biljetter, t-shirts eller liknande. Men en form som saknas är olika former av pantsättning/belåning och byteshandel (ter Kuile s 42).

Crowdsourcing.org räknar med att det fanns **ca 450 aktiva crowdfunding plattformar** världen över i april 2012, dock handlar det långt ifrån bara om kulturprojekt. Europa står för drygt hälften av dessa, Nordamerika för cirka 30 procent och de andra regionerna (exkl. Kina) för cirka 15 procent. I pengar

---

<sup>81</sup> Stockholms stad 2010.

<sup>82</sup> Stockholms stad 2010.

<sup>83</sup> Howe 2006.

<sup>84</sup> ter Kuile, 2011.

<sup>85</sup> En sökning på ”crowdfunding” i databasen EconLit/EBSCO ger två träffar, medan ex. ”micro finance” ger nästan 29.000 träffar.

<sup>86</sup> Ex. Dagens Nyheter 2012-02-07 ”Sajt gör småpengar till storidéer”, 2012-07-30 ”Här betalas konsten av privatpersoner” Svenska Dagbladet 2012-04-12 ”Givmildhet på nätet sponsrar kultur”, Fokus 2012-03-28 ”Tillsammans”.

<sup>87</sup> Vargas 2008.

<sup>88</sup> Crowdsourcing.org 2012.

räknat omsätter dock Nordamerika drygt 80 procent, Europa tio procent och övriga regioner knappt tio procent (Crowdsourcing.org 2012).

Andelen lyckosamt finansierade projekt är olika för olika plattformar. Världens största sajt för crowdfunding, Kickstarter, rapporterar att cirka 40 procent av antalet lanserade projekt når målet.<sup>89</sup> För Sellaband.com som hjälper musiker att finansiera en skivinspelning är genomslagsandelen betydligt lägre. Av de ca 4 700 artister som fått minst tio dollar i stöd under perioden 2006-2009 har 34 lyckats nå finansieringsmålet om 50 000 dollar.<sup>90</sup>

De svenska plattformarna fundedbyme.com och crowdculture.se har båda fått ”startstöd” från Kulturbryggan.<sup>91</sup> Crowdculture fokuserar på kulturprojekt medan Funded by me vänder sig till alla slags projekt och verksamheter. Understrykas bör att exempel på offentlig inblandning i crowdfunding-plattformar endast finns i Sverige.

Crowdcultures grundidé är att projektägaren har full frihet att bestämma över sitt projekt.<sup>92</sup> Detsamma verkar gälla för de flesta crowdfunding-plattformar.<sup>93</sup> Men en fördel med crowdfunding, i linje med crowdsourcing är finansierer kan komma med konstruktiva förslag och idéer som kan vara utvecklande för projektet.<sup>94</sup> Många projekt bygger också på idén att inte bara samla in pengar utan även samla in idéer och förslag på hur genomförandet ska ske, eller hur en produkt (framförallt dataspel) ska utformas, i dessa fall kan man säga att det är kunden som är finansieraren/investeraren.<sup>95</sup>

Givet individens oberoende beslut är vi alla dock ett resultat av rådande kulturella normer och värderingar, och frågor som återstår att besvara är hur exempelvis förutfattade meningar om kvinnors och mäns kompetens och kvalitet påverkar finansierer när de bedömer projektägarnas idéer.<sup>96</sup>

Crowdfunding lyfter många perspektiv som bör vara intressanta utifrån näringslivets perspektiv. Givet förutsättningarna för att en grupp agerar intelligentare än den mest intelligenta personen inom samma grupp<sup>97</sup> finns det effektivitetsvinster att göra i form av skarpare produktutveckling och projektutformning. Crowdfunding kan även fånga konsumenter som har högre betalningsvilja än det faktiska marknadspriset, det vill säga att använda prisdifferentiering och fånga konsumentprisöverskott för en produkt eller ett projekt vilket ökar den ekonomiska effektiviteten.<sup>98</sup>

En **utvärdering** av Crowdsourcing.org visar att olika affärsmodeller fungerar olika bra beroende på insamlingens syfte. Investerings- och lånestrategierna fungerar bäst för digitala varor som mjukvara, film och musik. Det är också dessa kategorier som samlat in mest pengar per kampanj. Affärsmodellerna donationer och förfinansiering ger bästa resultat för sakfrågor som appellerar till finansierers personliga övertygelse och smak, så som exempelvis miljöengagemang.<sup>99</sup>

---

<sup>89</sup> Kickstarter 2012.

<sup>90</sup> Agrawal et al 2011.

<sup>91</sup> SOU 2012:16.

<sup>92</sup> Valentin 2012, intervju.

<sup>93</sup> Uppges även på Kickstarter hemsida, Kickstarter 2012.

<sup>94</sup> Valentin 2012, intervju.

<sup>95</sup> Ordanini 2009.

<sup>96</sup> jmf. ex. Elvin-Nowak och Thomsson 2003.

<sup>97</sup> Surowiecki 2007.

<sup>98</sup> Belleflamme et al 2011.

<sup>99</sup> Crowdsourcing.org 2011.

**Vem donerar genom crowdfunding?** Rådande teorier säger att det flesta finansiärer för små företag och projekt i uppstartsfas i allmänhet finns i deras närområde, med distansen ökar transaktionskostnaden för investeringar. Agrawal et al har undersökt om crowdfunding ökar andelen finansiärer på längre geografiskt avstånd.<sup>100</sup> Deras case är sajten Sellaband.com som hjälper musiker att finansiera en skivinspelning. Utan att gå in på detaljer i det ekonomiska upplägget kan man konstatera att vänner och familj är de första finansiärerna och står för mellan 30 och 50 procent av de målsatta beloppet. Ju större andel klar finansiering ju större sannolikhet är det att någon på längre avstånd både geografiskt och relationsmässigt, går in och finansierar.<sup>101</sup> Trots internets världsomspännande nätverk är den sociala aspekten i form av personliga nätverk, lokal förankring och att fånga personens intresse/engagemang i projektet grundläggande för framgång.<sup>102</sup>

Att ge någon form av gåva, cred i tackord, etc. är en framgångsfaktor men utgör också en form av *transaktionskostnad* som kan bli betungande för projektägaren. Även crowdfundingplattformens hemsida och särskilda regler kan innebära en barriär för både projektägare och för finansiärer. För finansiären kan det få en negativ effekt då systemet är utformat så att pengarna som satsats inte returneras i de fall det valda projektet inte blir av. En personlig referens från projektägarperspektiv är en filmproducent som redogjort för sina erfarenheter av crowdfunding i en dagbok på internet.<sup>103</sup> De större summorna till hans projekt har kommit från branschföretag medan vänner, bekanta och andra filmarbetare gett mindre summor men de är betydligt mer frekvent representerade. Hans erfarenhet är att bidrag från obekanta genom sociala medier inte är vanligt förekommande.

Hur kan **offentliga aktörer använda crowdfunding?** Regionerna Blekinge, Sörmland och Dalarna testar under 2012 att medfinansiera projekt som samlar in medel genom crowdfunding. De insamlade medlen genom crowdfunding möts upp av resp. region med motsvarande belopp i offentliga medel, se ex. Gefle dagblad.<sup>104</sup> Det finns inga sammanställningar eller utvärderingar av dessa aktiviteter än. Övergripande kan man säga att det finns förhoppningar om att modellen ska leda till att finansiärerna, och i slutändan medborgarna, ökar sina insatser i kultur när de samtidigt ges ett relativt större inflytande över offentlig resursfördelning än i traditionella tillvägagångssätt. På längre sikt blir det intressant att analysera utvecklingen i relation till de forskningsresultat som tyder på att offentliga medel är en kvalitetsgaranti för en verksamhet genom crowding-in-effekter. Om det är så att näringslivet (och även privatpersoner) ser offentlig finansiering som en garanti för kvalitet och status, hur påverkas detta samband när offentliga medel istället ska följa privata?

#### **4.2.4 Offentliga medel som trampolin i produktionsprocessen**

Med offentliga medel som trampolin syftas till att offentliga resurser används som stimulans och genererar endast transaktionskostnader för utlåningen, inget direkt ekonomiskt stöd ges.

**Mikrofinansiering** innebär utlåning av pengar (mikrokredit) till överenskommen ränta.<sup>105</sup> Mikrofinansiering kan ges både mellan privata aktörer och med offentlig inblandning som exempelvis långgivare. Mikrofinansiering härrör från samhällsengagemang i utvecklingsekonomier, där man sett goda resultat av att låna ut mindre summor till personer med osäker betalningsförmåga. Målgruppen i

---

<sup>100</sup> Agrawal et al 2011.

<sup>101</sup> ibid.

<sup>102</sup> Agrawal et al 2011, ter Kuile 2011.

<sup>103</sup> Osman 2012.

<sup>104</sup> Gefle dagblad 2012-02-09 "Vilken kultur vill du satsa en 50-lapp på?"

<sup>105</sup> Mikrofinansiering kan sammanväxlas med crowdfunding, men systemen är inte likvärdiga då crowdfunding innebär en gåva som teoretiskt sett inte kräver någon motprestation.



utvecklingsekonomier är framförallt kvinnor och lånet har gett dem möjligheten att sätta upp en egen företagsverksamhet. Arbetsmetoden har spritt sig över hela världen och exempelvis Europeiska Socialfondens råd finansierar projekt för arbetsmarknadsintegrering i Sverige med mikrofinansiering.<sup>106</sup> Begreppet peer-to-peer-lending ingår i begreppet mikrofinansiering och innebär att privatpersoner, eller ”jämlingar”, lånar ut mindre summor pengar till varandra med eller utan ränta, detta organiseras ofta via internet och kan liknas vid en informell bank, då utlånanaren lånar ut en summa pengar men inte har direkt inflytande över vem eller vilka som sedan lånar pengarna.

Englands Arts Council lanserar under 2012 ett system för mikrofinansiering som vänder sig till företagare inom kulturella och kreativa sektorn.<sup>107</sup>

En variant är *räntefria lån* för kulturproduktion som exempelvis används i Polen av polska filminstitutet, lån ges både till icke-kommersiell och till traditionellt kommersiell filmproduktion.<sup>108</sup> Sedan filmreformen 2005 har filmskapandet och filmbesökande ökat markant i jämförelse med bottenrekorden under 1990-talet.<sup>109</sup> Reformen i Polen innefattar dock flera olika insatser för att främja inhemsk filmproduktion och utöver räntefria lån redogörs dessa vidare för under avsnittet om distributionsledet.

Räntefritt lån har också exempelvis getts av Hultsfreds kommun till Hultsfredsfestivalens arrangörer 2012. Både Hultsfreds kommun och Borlänge kommun upplåter även kommunal mark gratis till festivalerna som arrangeras på respektive ort.<sup>110</sup>

#### 4.2.5 Regleringar i form av Följerätt/Droit de suite, upphovsrätt, moraliska rättigheter

Ett system som ska balansera de positiva externa effekter som konst som kollektivt vara ger är **följerätt**. Sedan 1996 finns i Sverige en lag om konstnärers och deras arvingars rätt till ersättning vid vidareförsäljning av konstverk och brukskonstverk, över ett visst belopp. År 2006 infördes detta för samtliga länder inom EU. Rätten gäller under konstnärers livstid och därefter i ytterligare 70 år. I Sverige ansvarar organisationen BUS [www.bus.se](http://www.bus.se) för genomförandet av följerätten. Följerätter ger en ersättning vid vidareförsäljning av konst vid exempelvis ett auktionshus, en konsthandeln eller annan som i sin yrkesmässiga verksamhet säljer konst.

Storbritannien var ett av de EU-länder som införde följerätten år 2006 medan länder som Frankrike och Tyskland och även USA länge haft följerätt. Detta har gett möjlighet att göra jämförande analyser av hur priser och kvantitet på den brittiska marknaden eventuellt har påverkats av införandet. I Banternghansas och Graddys jämförande studie kan inte några negativa effekter påvisas, på vare sig pris eller kvantitet.<sup>111</sup> De reserverar sig dock för vissa identifikationsproblem, som möjligheten att följa ett konstverk över tid. De menar också att rent teoretiskt sett skulle konstmarknaden i Storbritannien kunna ha varit extra stark under just den analyserade perioden relativt andra konstmarknader och den allmänna marknaden, vilket skulle innebära att priser och kvantitet tydligare skulle ha ökat under perioden om inte följerätten införts.<sup>112</sup>

---

<sup>106</sup> ESF-rådet 2012.

<sup>107</sup> Arts Council England 2012a.

<sup>108</sup> Plazewski 2010.

<sup>109</sup> Ibid.

<sup>110</sup> Sveriges radio 2012.

<sup>111</sup> Banternghansa och Graddy 2011.

<sup>112</sup> Ibid.

**Upphovsrätt** ger konstnärer ersättning för deras verk, exempelvis musik och manus under konstnärernas livstid och dess efterlevand upp till 70 år efter dennes bortgång. I en utvärdering av STIM synliggörs att endast ett fåtal kompositörer får den absoluta merparten av STIMs fördelade resurser.<sup>113</sup> Effektiviteten i upphovsrätten ifrågasätts också generellt av forskaren Towse.<sup>114</sup> Hans kritik riktar sig mot att upphovspersonen får en oproportionerligt liten del medan distributören en oproportionerligt stor del av vinsten, något som exempelvis Baumol instämmer i.<sup>115</sup> Towse menar vidare att upphovsrätten lägger stora kostnader på framtida kreatörer och riskerar därmed att dämpa kreativiteten. Han pekar på att samhällsekonomiska analyser visat att samhällsnyttan snarare kan öka av tillgänglighöret än minska, samt att allt för höga kostnader uppmuntrar piratkopiering. Towse ser heller inte någon möjlighet att avskaffa den på grund av de betydligt sämre alternativen, men pekar på exploateringen som det stora problemet och föreslår fonder där konstnärer kan låna pengar till att sätta sitt arbete för att själva betala av lånet med royalty.<sup>116</sup>

**Moraliska rättigheter.** Sedan 1979 finns i vissa amerikanska stater ett extra upphovsrättsskydd kallat ”moral rights”, det vill säga moraliska rättigheter för bildkonstnärer. Moraliska rättigheter ska skydda konstnären från att dennes verk ändras eller används på ett sätt som negativt påverkar konstnärens rykte. Landes och Levine (2006) refererar till Hansmanns och Santillis (1997) ekonomiska förklaring till behovet av dessa moraliska rättigheter. De menar att värdet av ett enskilt konstverk är kopplat till konstnärens rykte och är därmed inbyggt i konstnärens samlade produktion. Varje verk fungerar som reklam för de andra verken. Att missbruka eller förstöra ett konstverk innebär således för konstnären och dennes återstående verk att en kostnad läggs på dennes verk som aktören, den som missbrukar eller förstör, inte behöver ersätta. Moraliska rättigheter skulle internalisera denna kostnad och förlägga den till den orsakande aktören. Samtidigt pekar författarna på att en sådan handling lika väl skulle kunna öka värdet på de återstående verken, och på konstnärens kommande produktion, varför författarna i slutändan kommer fram till att denna form av reglering inte är kostnadseffektiv.

Boyle, Nazzaro och O’Connor har gjort en jämförelse mellan stater i USA som infört lagen om moraliska rättigheter med stater som inte infört den.<sup>117</sup> Resultatet visar på att konstnärers genomsnittliga inkomst är cirka \$ 4.000 lägre per år i stater med lag om moraliska rättigheter. Inkomstminskningen utgör *transaktionskostnaden* för lagen och i detta fall läggs den enbart på konstnären. Inkomsteffekten verkar dock inte påverka var konstnärerna väljer att bosätta sig. Lagen påverkar inte heller nivån på delstatens offentliga utgifter för konst. Författarna menar att det är rimligt att anta att denna effekt främst uppstår på kort sikt på grund av en osäkerhet hos köparna om hur lagen ska tillämpas, men att effekten kommer att avta med antalet fall som tydliggör lagens tillämpning. Vidare menar man att när samtliga delstater infört lagen kommer effekten ytterligare avta för att konstverk som inte omfattas av lagen inte längre finns att tillgå. Konstnärernas upplevda nytta förväntas vara både positiv och negativ kopplad till preferenser för de icke monetära aspekterna av det skydd som lagen ger.<sup>118</sup> Inte heller kan något entydigt sägas om kreativiteten mer än att kreativitet inte nödvändigtvis är kopplad till inkomstnivå.<sup>119</sup>

---

<sup>113</sup> Albinsson 2012.

<sup>114</sup> Towse 2006.

<sup>115</sup> Baumol 2006.

<sup>116</sup> *ibid.*

<sup>117</sup> Boyle, Nazzaro och O’Connor 2010.

<sup>118</sup> *ibid.*

<sup>119</sup> Towse 2006.

#### 4.2.6 Exempel på drivkrafter och hinder i produktionsledet

I utvärderingen av stiftelsen Framtidens kultur har forskarna bland annat undersökt kulturarbetarnas inställning till varifrån ekonomiska bidrag kommer. Merparten (58 procent) av kulturarbetarna menade att det *spelade roll* varifrån finansiering kommer. Forskarna skönjde två olika inställningar till detta, en *ideologisk*, man vill inte bli påverkad av näringsliv eller privata syften, och en mer *egoistisk*, som kopplades till den individuella relationen till olika bidragsgivare baserad på personliga kontakter och huruvida man fått stöd från dem tidigare.<sup>120</sup>

Generellt är kulturarbetarna positiva till bidragspengar från de olika instanserna näringsliv, stat, kommun, landsting, andra stiftelser och nordiska och europeiska offentliga institutioner. Minst önskvärt var det dock att få pengar från näringslivet, 52 procent uppgav sig positivt inställda till näringslivsfinansiering medan närmare 90 procent var positiva till bidrag från kommuner, landsting och stat. Här ska understrykas att näringslivet inte kan ge rena bidrag till kultur utan att först beskatta medlen alternativt att upprätta ett sponsringsavtal som innefattar ömsesidiga motprestationer.<sup>121</sup>

Ytterligare förklaringar till kulturektorns låga engagemang i att söka finansiering från näringslivet framkommer i en utvärdering av Stockholms stads bonusprogram. Representanter för kulturverksamheterna framhåller att de har allt för dålig kunskap, låg kompetens och små ekonomiska möjligheter att försöka samarbeta med näringslivet.<sup>122</sup>

Vidare är hedonism och de mervärden som konst och kultur i många fall antas generera till utövaren och producenten, potentiella hinder för möjligheten att ta adekvat betalt. Denna uppfattning kan finnas hos både utövaren själv och hos finansörer. Inom ekonomisk teori undersöks denna typ av värden med ansatser om lycka och välbefinnande hos individen. En fråga som dock återstår att besvara är huruvida konstnärer är lyckligare än genomsnittsbefolkningen.

Drivkrafter hos näringslivet att finansiera produktionskostnader handlar om att synliggöra värdet av en sådan långsiktig investering. Vanligast är sponsorskapet som brukar kulturverksamhetens status och varumärke, och där produktplacering kan ligga i linje med sponsringslogiken.

**Sammanfattande analys.** I detta avsnitt har presenterats vitt skilda incitament för finansiering av produktionsledet.

Omfördelning av statliga intäkter från överskott av lotterier är vanligt och har varit framgångsrikt på nationell nivå i Finland och Storbritannien. I Sverige har man nyligen frångått denna finansieringsmodell inom idrottsområdet, en modell som verkat sedan 1930-talet. Vissa forskare menar att som långsiktig finansieringsmodell är den problematisk då det inte finns någon direkt koppling mellan intäkterna och utgifterna.<sup>123</sup> Näringslivets drivkrafter är otvetydigt någon form av kortsiktig ekonomisk vinning, som inte framförallt skapas genom donationer, utan kräver någon form av motprestation. Samhället står fortfarande inför utmaningen att definiera de positiva externa effekterna som konst och kultur genererar också för privata företag. Förslag på lösningar för detta presenteras i avsnittet 4.5, om mäklarfunktioner. En del av kunskapsbristen utmynnar också i en

---

<sup>120</sup> Baklien, Franzén och Nyhagen Predelli 2002.

<sup>121</sup> Ibid.

<sup>122</sup> Lindqvist 2010.

<sup>123</sup> Wilkerson 2012.

förväntning om att man lämnar ifrån sig inflytande över den konstnärliga processen genom samarbeten med andra finansörer än det offentliga. I vilken grad detta sker är en fråga som återstår att besvara.

Crowdfunding breder ut sig över världen och begränsas endast av Internets tekniska gränser. Trots detta framstår systemet ge bäst effekt i lokala och regionala miljöer, konsten för projektägaren är att fånga finansierarnas intresse och engagemang. Transaktionskostnaderna i form av kommunikationsinsatser och att ge små belöningar till finansierarna kräver ibland en betydande arbetsinsats från projektägarna. Projektägarens verkliga avkastning på crowdfunding återstår att analysera. Undantag finns dock i exempelvis dataspelsutveckling, som både engagerar konsumenterna i utvecklingsfasen och lyckas fånga deras konsumentprisöverskott, dvs. konsumenter som betalar priser över marknadspriser för att få spelet så tidigt som möjligt. De svenska exemplen som testat crowdfunding med regional motfinansiering under 2012 blir intressanta att följa.

Forskning av Andreoni och Payne visar på både crowding-out-effekter och crowding-in-effekter av offentliga bidrag.<sup>124</sup> Med ökande offentliga bidrag verkar institutioner minska sin ansträngning för att samla in privata medel, samtidigt som privata bidragsgivare verkar söka sig till institutioner med stora offentliga stöd, offentligt stöd verkar ses som en kvalitetsgaranti. Kanske ett bonussystem i någon mån kan motverka den avtagande ansträngningen genom att vara en fortsatt stimuli till att söka icke-offentlig finansiering samtidigt som att få bonus, och öka det offentliga stödet, kan bidra till att näringslivet ger stöd. Men som utvärderingen av Stockholms stads bonussystem pekar på efterfrågas i första skedet framförallt kunskap från kulturskaparna för hur man skapar samarbeten med näringslivet och får finansiering till stånd.<sup>125</sup>

Regleringar som upphovsrätt och följerrätt är vanligt förekommande i de europeiska länderna och säkrar konstnärens inkomst av sitt verk vid vidareförsäljning och allmänt användande. Men en utvärdering av STIMs system visar på att utdelningen endast kommer ett fåtal till del,<sup>126</sup> och den samhällsekonomiska effektiviteten i dessa system ifrågasätts av forskare.<sup>127</sup>

Vad gäller skatteavdrag menar Rizzo och Throsby att det framförallt gynnar redan välbärgade skattebetalare i jämförelse med effekterna av direkta stöd till verksamheter, som fungerar mer inkomstutjämnande.<sup>128</sup>

### 4.3 Distributionsledet

Distributionsledet finansieras av intäkterna från försäljning till andra bolag och till konsument. Det är i detta led som de stora vinsterna verkar göras. Förutsättningarna inom distributionsledet skiljer sig åt mellan konstformerna. Men generellt finns inga skattesubventioner eller liknande för exempelvis gallerister och distributionsbolag för audiovisuella produkter och musik. Möjligheten att mångfaldiga en produkt till låg marginalkostnad gäller för exempelvis inspelade produkter som film och musik, men inte för live-produktioner som konserter, teater- och dansföreställningar. Här utgör *kostnadssjukan* en teoretisk förklaring och ett påpekande om möjliga konsekvenser på längre sikt.<sup>129</sup>

---

<sup>124</sup> Andreoni och Payne 2011.

<sup>125</sup> Lindqvist 2010.

<sup>126</sup> Albinsson 2012.

<sup>127</sup> Towse 2006.

<sup>128</sup> Rizzo och Throsby 2006.

<sup>129</sup> Baumol och Bowen 1965, Baumol 1996.

#### 4.3.1 Särskild skatt på distributionsledet

I Polen har man sedan 2005 infört en särskild branschspecifik vinstskatt (1,5 procent) på visning, försäljning och distribution av film. Branschen bestående av biografer, distributörer, dvd-bolag, tv-stationer, kabel-tv och digitala plattformar (VOD, digital-tv) återinvesterar 1,5 procent av sin vinst i ny polsk filmproduktion. Dessa medel går tillsammans med ett årligt bidrag från staten/kulturministeriet till en stiftelse, Polska filminstitutet, fristående från statlig styrning som sedan fördelar medlen vidare.<sup>130</sup>

Efter kommunismens fall minskade de offentliga medlen till film så mycket att regeringen stod i skuld till filmproducenterna. Utbudet dominerades av amerikanska filmer, 77 procent (1991), att jämföras med nio procent före murens fall (1984).<sup>131</sup>

Uppdraget är utformat så att konstnärlig film kan delfinansieras med upp till 50 procent, men förstagsångsproduktioner kan få upp till 70 procent i stöd. Filmer som anses vara kommersiellt gångbara kan också dra nytta av institutet genom **räntefria lån**, se tidigare avsnitt om Produktionsledet. År 2008 hade Polska filminstitutet en budget på 38 miljoner euro. Av dessa kom 67 procent från branschens vinstskatt, 10 procent från regeringen och 23 procent från fonder och andra intäkter.<sup>132</sup> År 2012 är budgeten på 30 miljoner euro, varav 83 procent (25 miljoner euro) kommer från den särskilda skatten.<sup>133</sup> Hälften av medlen användes år 2008 till filmproduktion och den andra halvan användes för att främja polsk film och filmkultur, marknadsföring, utbildning, utveckla filmnätverk, distribuera film, köpa in filmmanus och ge stöd till manusförfattare.<sup>134</sup>

Resultatet av de nya filmmedlen pekar på en markant ökning både i antal polska filmproduktioner och i publiktillströmning. År 2008 producerades 42 filmer och 60 filmer år 2009, vilket är i nivå med före kommunismens fall. Detta att jämföra med 1990-talets nivåer på mellan 12 och 21 filmer årligen. Polen är ett erkänt filmland, och toppnotering för antalet filmbesök gjorde år 1967 då 160 miljoner biobesök gjordes. Polens befolkning var då ca 32 miljoner, så den genomsnittlige polacken gick på bio fem gånger per år. I mitten av 1990-talet hade den genomsnittlige polacken minskat sina biobesök till ett besök vartannat år, besöksantalet hade sjunkit till 20 miljoner per år. År 2008 har besöken åter ökat, till 34 miljoner besök per år, befolkningmängden är densamma som på 1990-talet, ca 38 miljoner.<sup>135</sup>

Även i Frankrike kommer medlen till filmproduktion främst från branschen och konsumenterna genom skatt och avgifter på tv- och filmbolag, filmuthyrning och skatt på biljetter. Finansieringsmodellen är ett slutet system som ligger utanför kulturdepartementets budget.<sup>136</sup> Det är organisationen Centre National du Cinéma et de l'image animée kallad CNC som samlar in medlen och fördelar dem till filmbranschens olika intressenter.

År 2012 beräknas den franska filmfinansieringen uppgå till drygt 700 miljoner euro och består av 130 miljoner euro (från ca 190 miljoner biobesök), 540 miljoner euro från TV-avgifter och bredbands- och

---

<sup>130</sup> Plazewski 2010, Pallas 2012.

<sup>131</sup> Plazewski 2010.

<sup>132</sup> Ibid.

<sup>133</sup> Pallas 2012.

<sup>134</sup> Plazewski 2010.

<sup>135</sup> Ibid.

<sup>136</sup> Nielsén 2009.

internetservicebolag (varav 42 procent kommer från internetföretag) samt VOD som står för 323 miljoner euro.<sup>137</sup>

Det svenska filmavtalet liknar Polens genom att systemet samlar resurser både från branschen och från staten. Det svenska filmavtalet löper på tre år, 2013 – 2016, med vidare förlängning om ett år i taget. Svenska Filminstitutet har hand om budgeten som år 2011 uppgick till cirka 385 miljoner kronor. Finansieringen bygger på årliga bidrag från staten om 185 miljoner kronor och från TV-bolagen om ca 53 miljoner kronor i direktstöd, med ett belopp om 69 miljoner kronor som TV-bolagen öronmärker för egen produktion och inköp av svensk film. Intresseföreningar bidrar med ca en miljon kronor och biografägare ca 147 miljoner kronor.<sup>138</sup>

Sveriges biografägareförbund, Riksföreningen Våra Gårdar, Folkets Hus och Parker, Biografägare eller annan samordnare av biografföreställning ska betala en avgift till stiftelsen Svenska Filminstitutet motsvarande 10 procent av bruttobiljettintäkten vid respektive föreställning.<sup>139</sup> Biografavgiften uppgår till cirka 135 miljoner kr vid uppnådda 15 miljoner biobesök. År 2011 uppgick den till 147 miljoner kronor och antalet biobesök var alltså över 15 miljoner per år.

I det svenska filmavtalet ingår inte internetleverantörer som finansiärer, som de gör i exempelvis Polen och Frankrike, något som lett till viss debatt.<sup>140</sup>

Filmutredningen ”Vägval för filmen” föreslår att en del av finansieringen av svensk film ska komma från höjd moms på biljetten, från de nuvarande sex procenten till 25 procent samt att biografavgiften på 10 procent ska avskaffas.<sup>141</sup> Marginaleffekten för biografägaren och för besökaren uppskattas till ”relativt begränsad”.<sup>142</sup> Med ett sådant system går det dock inte att öronmärka medlen, utan beloppen blir en fråga för finansdepartementet att besluta om årligen. Andra intäktsformer som annars används är särskilda avgifter på vissa visningsfönster (bör kunna jämföras med skillnaderna i moms på bio och på dvd), detta ansågs dock inte vara funktionellt för svenska förhållanden av utredarna.

### **Punktskatter**

I en nyligen utkommen forskningsartikel föreslås en finansieringsmodell, baserad på amerikansk kontext, som innebär att lägga små punktskatter och avgifter på kulturkonsumtion vars intäkter samlas hos dagens offentliga amerikans institution för fördelning av bidrag till konst och kultur, NEA. Syftet är att låta **kulturkonsumtionen betala för sig själv**.<sup>143</sup> Intäkterna beräknas sammantaget blir större än vad som idag förmedlas via NEA. Avgifter om motsvarande två kronor (\$0.25) föreslås för bland annat bio- och teaterbiljetter, böcker, sålda CD-skivor och dataspel. Tomma CD-skivor beläggs med en procentuell avgift baserad på lagringsutrymme. För konstverk föreslås en procent av försäljningspriset avsättas till återinvesteringar.<sup>144</sup> Avgiften ska läggas både på vinstdriven som icke-vinstdriven kulturverksamhet, vilket blir ett sätt att indirekt få vinstdriven verksamhet att återinvestera

---

<sup>137</sup> Lemercier 2011.

<sup>138</sup> Svenska filminstitutet 2012.

<sup>139</sup> Sveriges Filmuthyrareförening är mellanhand mellan biografägare och Svenska Filminstitutet. Procentsatsen regleras dock av antalet biobesök totalt i landet under en given tidsperiod. 10 procent gäller vid minst 15 miljoner biobesök under en 12-månadersperiod. Uppgår antalet till mindre sjunker procentsatsen till 7,5 procent eller lägre enligt given tariff i filmavtalet (s 4).

<sup>140</sup> Flera dagstidningar tar upp frågan bland andra Hellekant 2012, ”Filmavtalet blir stympat” SvD, 2012-01-24.

<sup>141</sup> SOU 2009:73.

<sup>142</sup> SOU 2009:73 s 13.

<sup>143</sup> Wilkerson 2012.

<sup>144</sup> Ibid.

i icke-vinstdriven. Idén är intressant och följer i samma spår som nuvarande avgifter på tomma cd-skivor och usb-minnen. Den liknar även det svenska filmavtalet och den polska finansieringsmodellen genom att koppla ihop konsumtion och produktion. I en svensk kontext kan avgifterna förmodligen regleras på samma sätt som filmavtalet, även om frivilligheten i avtalet har kritiserats.

I många länder och städer finns olika system för **turistskatt**. Vanligtvis tas den ut som ”bäddpeng” (en fast avgift per övernattande gäst på hotell och pensionat) eller touristskatt. I Österrike heter den Gästetaxe, i Tyskland Kurtaxe, i Frankrike taxe de séjour, etc. Den finns också organiserad i enskilda städer (ej landsomfattande) som exempelvis i Rom. Trenden i Europa är att touristskatter införs i fler och fler städer, utformad som bäddpeng.<sup>145</sup>

I Sverige finns inte någon sådan skatt, framförallt på grund av principerna för det svenska skattesystemet som innebär att skattesatser ska vara enhetliga och skatter inte ska öronmärkas. Dock fanns det under mitten av 1900-talet bland annat i Rättviks kommun en bäddpeng som tillsammans med bidrag från Södra Dalarnes Jernväg finansierade Rättviks Turistförening från 1931 och ett par årtionden framåt.<sup>146</sup>

Diskussionen om bäddpeng i Sverige var aktuell i slutet av 1990-talet genom ett antal riksdagsmotioner, 1998 och 2002<sup>147</sup>, och 2007.<sup>148</sup> Idag, 2012, diskuteras också någon form av touristskatt eller bäddpeng i bland annat Åre, syftet är där framförallt att finansiera ny infrastruktur.<sup>149</sup>

Diskussionen kring bäddpeng och touristskatt har gällt att fylla resursbehov för marknadsföring och utbyggnad av infrastruktur. Men vissa forskningsresultat visar att den effektivaste användningen i termer av avkastning av medlen är att stödja konst, kulturella evenemang och andra turistrelaterade evenemang.<sup>150</sup> Det vill säga, forskarna föreslår att fokusera på *produktutveckling* snarare än marknadsföring.

Detta är i linje med användningen i Österrike där intäkterna går till ett lokalt organiserat arbete i syfte att utveckla stadskärnan med avseende på ekonomisk, ekologisk, kulturell och social hållbarhet. Tillsammans med touristskatten finansieras utvecklingsarbetet av kommunen och ett direkt stöd från den lokala detaljhandeln.<sup>151</sup>

#### **4.3.2 Exempel på drivkrafter i distributionsledet**

De facto är biljettförmedling en kassako för förmedlaren. Serviceavgiften kan utgöra upp till 20 procent av biljettpriset. Arrangörerna förklarar detta med att de låter vinsterna från serviceavgifterna gå till att betala artisternas gager.<sup>152</sup> Marknaden, både i Sverige och internationellt, karaktäriseras dock av en tydlig monopolställning för ett fåtal företag.<sup>153</sup> Anledningarna till detta är framförallt de höga trösklarna för att göra ett biljettsystem känt hos allmänheten. Tidskriften Music Week skriver i artikeln ”Ticketprices go through the roof” att biljettpiserna för musikfestivaler (i Storbritannien) i flera fall

---

<sup>145</sup> Mervy-Manner 2011.

<sup>146</sup> Rättviks turistbyrå 2012. Oklart när systemet upphörde.

<sup>147</sup> Motion 2002/03:Sk416.

<sup>148</sup> SOU 2007:32.

<sup>149</sup> Dagens Nyheter 2010.

<sup>150</sup> Litvin, Crotts, Blackwell och Styles 2006.

<sup>151</sup> SOU 2007:32 s. 140ff.

<sup>152</sup> Knopper 2009.

<sup>153</sup> Vaccaro 2009, Ramic 2012.

har ökat med 130 procent sedan 2000-talets början. Arrangörerna menar att det beror på den stora efterfrågan och att de mest attraktiva artisterna genom monopolställning kan driva upp gagerna.<sup>154</sup>

**Sammanfattande analys.** Distributionsledet framstår ha de bästa förutsättningarna för att bidra till finansiering av konst och kultur. Som ses i exemplen från filmproduktionen finns framgångsfaktorer i system som gör att distributörer får avsätta en del av sin vinst för återinvestering i produktionen. De modeller som finns används på nationell nivå, men även på lokal och regional nivå bör liknande modeller kunna utformas. En viktig fråga är förstås om och hur detta går att applicera på fler verksamhetsområden än film? Att identifiera idag helprivata distributörer som i olika grad drar nytta av investeringar i konst och kultur i tidigare skeden i processen och därför kan komma ifråga för en sådan finansieringsmodell blir en utmaning för en kommande rapport. Övergripande vore det intressant att synliggöra och beforska ekonomiska flöden mellan icke-vinstdrivande och vinstdrivande företag inom kulturbranschen.

Punktskatter och avgifter föreslås av Wilkerson läggas direkt på all försäljning av konst och kultur, i syfte att låta konsumenterna betala för återinvesteringarna i sektorn. Enligt beräkningen skulle mer resurser tillföras till offentlig fördelning än vad som idag är fallet.<sup>155</sup> Baddskatt, som finns i flertalet länder, är ett annat sätt att beskatta en viss brukargrupp. I en svensk kontext motverkas dock möjligheterna till denna typ av finansieringsmodell av skattelagstiftningens principer om att inte öronmärka skatter och avgifter. Man får istället dra paralleller till filmavtalet, som baseras på frivillighet från branschen. Högre priser för kulturkonsumtionen kan dock leda till en lägre efterfrågan, även om efterfrågan i högre grad är beroende av bildning och ”kulturträning” som beskrivits tidigare, än pris. Mot bakgrund av detta bör det offentliga fortsatt fokusera på att barn och unga tränas i att ta del av och utöva konst och kultur.

#### 4.4 Konsumtionsledet

Marknadsekonomisk teori indikerar att skatter på varor och tjänster stör de naturliga marknads-mekanismerna. I teorin kan detta balanseras av skattesatser som tar hänsyn till konsumenternas priskänslighet för olika varor och tjänster. I praktiken är detta dock inte genomförbart och i Sverige gäller principen om enhetlig beskattning sedan skattereformen 1990-1991. För varor och tjänster är den normala skattesatsen, skatt på konsumtion (vidare kallad moms), 25 procent. Inom kulturområdet ges ett flertal undantag från moms eller sänkta momssatser. Exempelvis är momssatsen lägre för biljetter till bio, teater, konserter och försäljning av konstverk. Även sänkta arbetsgivaravgifter förekommer (se Skatteverkets information för exakt redogörelse).

Diversifierade skattenivåer är ett sätt för staten att främja eller stävja ett visst beteende och konsumtion av vissa varor och tjänster, jämför med exempelvis skatter på alkohol och bensin. Här följer olika incitament som kan främja medborgarnas konsumtion av kultur.

##### 4.4.1 Offentliga medel som trampolin i konsumtionsledet

**Räntefria lån** till kulturkonsumenter och eget skapande ges av Englands Arts Council. Sedan 2004 erbjuds privatpersoner över 18 år att låna pengar räntefritt för inköp av konst, cirka 230 av landets konstgallerier är med i urvalet. Pengarna ska betalas tillbaka inom en 10-månadersperiod. Fram till år 2009 rapporterades att cirka 12.500 personer använt sig av lånet och köpt verk av brittiska konstnärer

---

<sup>154</sup> Otter 2011.

<sup>155</sup> Wilkerson 2012.



för närmare 80 miljoner kronor. Arts Council menar att konstlånen positivt har påverkat försäljningen för både gallerier och konstnärer sedan dess start.<sup>156</sup> En tidsperiod som annars karaktäriserats av svag ekonomisk utveckling. Utvecklingen har fortsatt i positiv anda, årsredovisningen för 2011/12 redovisar att 2 800 personer köpt konst för drygt 2,6 miljoner pund cirka 28 miljoner kronor.<sup>157</sup>

Fokus på eget skapande infördes 2007 då systemet med räntefritt lån utökades till att också ges för inköp av musikinstrument. Fram till år 2011 hade sammanlagt 55 000 personer använt sig av tjänsten och köpt instrument till ett värde av 37 miljoner pund, cirka 400 miljoner kronor, genom cirka 325 butiker.<sup>158</sup>

#### 4.4.2 Donationer = differentierad prissättning?

Rushton (2004) menar att **donationer** kan ses som en frivillig form av prisdiskriminering, eller differentierad prissättning. Det vill säga donatorn tar vanligtvis också själv del av aktiviteten som den finansierat och dennes donation kan då ses som inträdesbiljetten men utifrån dennes maximerade betalningsförmåga. Hit räknas exempelvis **mecenatskap**.

Detta resonemang ligger nära de studier som visar att många av besökarna till konst och kultur egentligen är beredda att betala ett större belopp än det givna biljettpriset, för institutionens optionsvärde, existensvärde och arvedel. En av de första studierna av **betalningsviljan** bland kulturkonsumenter inbegrep besökarna till Konglige Teater i Köpenhamn. Studien visar att besökarna sammanräknat var beredda att betala motsvarande belopp som teatern hade i offentligt stöd.<sup>159</sup> Även studier från Göteborgs universitet av Vara konserthus och Akvarellmuseet på Tjörn visar på att besökarna har en betalningsvilja över det givna biljettpriset.<sup>160</sup>

I en svensk kontext omfördelas medlen indirekt via skattesystemet, den som betalar mer i skatt betalar indirekt ett högre biljettpris. Men man skulle kunna använda ett helt individualiserat betalningssystem som låter besökarna **betala efter förmåga**. Sådana system används vid vissa museer i USA, exempelvis Metropolitan museum of modern art. Entrén är fri och man får donera ett valfritt belopp, men det ges också ett riktpreis för vilket donationsbelopp som anses korrekt. Det sociala trycket nyttjas genom att donationen ger en liten knapp man får sätta på bröstet som signalerar vilka som betalat respektive avstått. Utvärderingar av denna typ av finansieringsmodell eller hur offentlig verksamhet kan bidra till ett framväxande av sådana modeller har inte hittats för kulturområdet. En studie av ett frivilligt betalningssystem för skidspår, i svensk kontext, visar att man kan generera betydande intäkter genom att utforma ett signalsystem som anspelar på gruppsyck, skuld och skam. Studien visar också att en signal om att avgiften är obligatorisk, men utan eftergifter, gör att fler bidrar än i ett system där bidraget kommuniceras som helt frivilligt.<sup>161</sup>

Vad gäller mecenatskap och differentierad prissättning generellt finns mycket kvar att undersöka. Centrala frågeställningar är hur dessa kan utformas, hur konjunkturkänsligt ett sådant system skulle bli och hur maktfördelning och inflytande mellan finansiär och konstnär skulle fördelas.<sup>162</sup>

---

<sup>156</sup> Sveriges radio 2009.

<sup>157</sup> Arts Council England 2012b.

<sup>158</sup> Arts Council England 2012c.

<sup>159</sup> Hansen 1997.

<sup>160</sup> Armbrecht 2009, Armbrecht och Andersson 2010.

<sup>161</sup> Heldt 2010.

<sup>162</sup> Ekström 2011.

#### 4.4.4 Exempel på drivkrafter i konsumtionsledet

**Ideellt engagemang.** Exempelen på det ideella engagemanget för kultur i Sverige är otaliga. Här väljs ett för att exemplifiera de positiva effekterna av altruism. Under perioden 1948-1965 fanns en folkrörelsebaserad ideell verksamhet kallad Boklotteriet. Boklotteriets syfte var att sprida kvalitetslitteratur till en bred allmänhet. Även om de högsta vinsterna utgjordes av bilar och TV-apparater till utlandsresor och konst så var det böcker som utgjorde merparten av vinsterna. Om man köpte ett visst antal lotter var man garanterad en bok. Boklotteriet gav också ut egna böcker och överskottet av hela verksamheten gick till författarstipendier och konstinköp. 1965 ombildades Boklotteriet till stiftelsen Litteraturfrämjandet som levde kvar till 1992 och som bl.a. skapade En bok för alla.<sup>163</sup> Ideellt engagemang som sprider kultur karaktäriseras av altruistiska värderingar. Den engagerade individen upplever en egen nytta genom att bidra till andras kulturupplevelser.

**Ekonomiska incitament.** Litteraturutredningens (SOU 2012:10, SOU 2012:65) utvärderingar av läsandet de senaste decennierna visar på att sänkta priser (momsen på böcker sänktes 2002) inte fångat fler läsare, men att de vana läsarna läser mer. Litteraturutredningen konstaterar också att andelen vuxna som *aldrig* läser böcker har ökat med tio procentenheter mellan 1990 och 2010, samt att de internationella undersökningarna PISA (2010) och PIRLS (2006) båda visar på att läsförmågan hos barn och unga har minskat generellt. Pojkar hamnar allt längre efter flickor och skillnaderna mellan socioekonomiska grupper ökar (SOU 2012:65).

I en forskarrapport från Göteborgs universitet undersöks hur fritt inträde respektive entréavgifter till museer påverkar vilka grupper som besöker ett museum. Resultaten pekar på att fritt inträde lockat besökare från museets socialt underrepresenterade målgrupper men att också en mycket låg avgift innebär att dessa besökare uteblir (Lampi och Orth 2008).

**Sammanfattande analys.** I detta avsnitt har presenterats offentliga insatser som räntefria lån för att stimulera privatpersoners konstkonsumtion. Administrationen av lånen är förstås en transaktionskostnad som läggs på det offentliga, men systemet verkar ha genererat goda effekter. Punktskatter på den konsumtion vars producenter drar nytta av externa effekter av exempelvis en regions kulturutbud är ett system som breder ut sig, även här uppstår tydliga transaktionskostnader för administration och dylikt. Effekterna framstår som positiva, men frågor kvarstår om hur medlen bäst kan användas för att utveckla lokalsamhället.

#### 4.5 Mäklarfunktioner som styrmedel

Informationsasymmetrier finns mellan både kulturskapare och näringsliv och mellan kulturkonsument och kulturskapare. Enligt rapporter som tar upp ämnet samverkan mellan näringsliv och kulturliv, bland annat betänkandet från den senaste kulturpolitiska utredningen och Kulturbryggans delrapport, är behovet av mäklarfunktioner för att överbrygga kunskapsglappet mellan dessa tre parter stort.<sup>164</sup> Centralt är ökad kunskap hos näringsliv om vilka värden som kultur kan bidra med till företagets verksamhet. För kulturverksamheter handlar det om att hitta ett språkbruk och beskriva sina positiva effekter i kommunikationen gentemot näringsliv. Kunskapsglappet mellan kulturskapare och konsument framstår inte som lika väl utforskat. Studier som identifierar vem kulturkonsumenten är utifrån olika sociala kategorier som ålder, utbildningsnivå, kön etc. finns det gott om. Strukturellt förklaras kulturdeltagande av socialiseringsprocesser, den utbildning eller bildning vi får i unga år av

---

<sup>163</sup> Boklotteriet 2012.

<sup>164</sup> SOU 2009:16, SOU 2012:16.

att ta del av kultur lägger grunden för det vuxna kulturintresset.<sup>165</sup> Om denna insats saknas blir befolkningen mindre kulturaktiva. Utifrån ett strikt marknadsekonomiskt tänkande antas konsumenter vet vad de vill ha, och från detta perspektiv finns inget kunskapsglapp att överbrygga. Men rent praktiska skäl kan också påverka kulturdeltagandet så som tillgänglighet i olika form.

Ett sätt att förbättra kunskap och kommunikation mellan de respektive sektorer är att utveckla mäklarfunktioner. Mäklarfunktioner är en form av specialisering och samlar kunskap och information. I Sverige finns av tradition de regionala konsulenterna på olika konstströksområden, men dessa är främst inriktade på att förmedla kultur till skola/utbildning. I betänkandet från den senaste kulturutredningen specificerar man ett önskemål om att utveckla mäklarskap på regional nivå.<sup>166</sup> För att skapa tillväxt i ekonomin är också specialisering en avgörande faktor för att öka produktiviteten.

I propositionen Tid för kultur beskrivs exempelvis centrumbildningarna som viktiga aktörer med uppgiften att ”verka som mäklare mellan kultur och näringsliv”.<sup>167</sup> Centrumbildningarna i Sverige verkar inom ett tiotal konstströmråden och förmedlar varje år närmare 9 000 direkta uppdrag till kulturskapare.<sup>168</sup> Kostnaderna för mäklarfunktioner kan dock ses som transaktionskostnader för att få finansiering till stånd.

#### 4.5.1 Mäklare mellan näringsliv och kulturskapare

En central faktor för att stimulera näringslivet att öka sina investeringar och bidrag till kulturområdet är att överbrygga kunskapsbristen hos både näringsliv och kulturskapare om vilken nytta respektive kan ha av varandra.<sup>169</sup>

En central svensk organisation som verkar för detta syfte är Kultur och Näringsliv, som sedan 1988 är verksam för att främja sponsring och förmedla kontakter och kunskap mellan företagare och kulturliv.<sup>170</sup> Deras mäklarskap ger intressant nog mervärden i båda riktningarna. Några korta exempel är kulturinstitutioner som ökat sin publik genom att få annonsutrymme i en tidning och ställa ut i en privat galleria. Ett teknikföretags samarbete med ett galleri ledde till ökad försäljning och ökade också galleriets publik. Ett försäkringsbolag har arbetat med ett museum i en utställning om våld och otrygghet bland unga, något som kostar bland andra försäkringsbolaget stora summor.<sup>171</sup>

En litteraturöversikt över forskning och rapporter om konstnärers intervention på arbetsplatser finns i rapporten *Transforming organisations with the arts*.<sup>172</sup> Berthoin Antal har iakttagit att ämnet främst växer inom management-litteraturen. Resultaten från studierna är mångtydiga. Tydligt positiva effekter ses på exempelvis hälsa och kreativitet. Olika konstformer kan vara bättre eller sämre lämpade för olika frågeställningar inom företagen, men det finns även studier som inte påvisar några särskilda effekter. Berthoin Antal efterlyser studier som ställer mer kritiska frågor i allmänhet om

---

<sup>165</sup> Bourdieu 1993.

<sup>166</sup> SOU 2009:16.

<sup>167</sup> Proposition 2009/10:3.

<sup>168</sup> Ibid.

<sup>169</sup> SOU 2012:16.

<sup>170</sup> Kultur och Näringsliv 2012.

<sup>171</sup> Ibid.

<sup>172</sup> Berthoin Antal 2009.

konstnärers interventioner på arbetsplatser och i synnerhet analyser av maktförhållandena inom de studerade organisationerna i relation till interventionen.<sup>173</sup>

På flera håll i världen bedrivs verksamheter med inriktning på att koppla samman kulturliv och näringsliv. I Frankrike finns *Admical*, i USA och New York, *Arts and business council of New York* på Irland *Business to Arts*.<sup>174</sup> Ett annat exempel är *Arts and business* i Storbritannien, finansierad av Arts Council England.<sup>175</sup> Fokus för *Arts and business* är att främja privata investeringar genom sponsorskap och filantropi, samla och förmedla kunskap om möjligheterna med den digitala utvecklingen, samla kunskap om sambandet mellan kultur, varumärke och konsument samt värdet av kultur för företagen. Verksamheten förmedlar också kontakter för volontärarbete och skapar en biblioteksfunktion för en samlad kunskapsbank.<sup>176</sup> Under våren 2012 har man pilottestat att ge lån till företagare inom kulturella och kreativa sektorn till en årsränta om 10 procent. Resultat av detta är att vänta.<sup>177</sup> Arts and business i New York har ett varumärkesregistrerat namn *Business volunteers for the arts*® som förmedlar volontärer från näringslivet till kulturorganisationer. Yrkespersonernas uppdrag är att bidra med affärskunskap så som ekonomiska analyser, kommunikationsstrategier och strategisk planering, beroende på volontärens erfarenhet. Vanligtvis läggs en eller ett par timmar i veckan på arbetet med en kulturorganisation, arbetstid bekostad av volontärens företag eller volontären personligen. Verksamheten har funnits i ett flertal år och uppges ge positiva effekter för båda parterna.

Ytterligare exempel på svenska **regionala mäklarfunktioner** är fonden Innovativ kulturs arbete, ett arbete som lyfts fram som framgångsrikt i utvärderingen av fonden.<sup>178</sup> Kreanova i Västerbotten och Norrbotten, ett offentligt finansierat program med fokus på inkubatorer, entreprenörsutbildning och seminarier.<sup>179</sup>

Att ge näringslivet bättre kunskap om nyttan av konst och kultur är målet för arbetsmetoden **AIRIS**, som innebär intervention av kulturskapare på arbetsplatser. AIRIS har pågått som ett regionalt uppdrag sedan 2002, i nära samarbete med regionens kulturförvaltning, först i regi av Skådebanan Västra Götaland och sedan 2009 i regi av föreningen TILLT. I korthet innebär metoden att konstnärer från olika konstformer paras ihop med företag och offentliga verksamheter och verkar under en period om 10 månader som kreativa konsulter eller förändringsagenter. I princip sedan starten har AIRIS följts av olika forskare, något som i flera fall varit en avgörande faktor för de medverkande företagen att delta.<sup>180</sup> De privata företag som deltagit är verksamma inom skilda branscher som exempelvis matvarubutiker, läkemedelsbolag, gym, kosmetikaföretag, hotell, telekombolag, färjebolag, logistikföretag, drivmedelsproducent, stålproducent, etc.<sup>181</sup>

TILLTs budget ligger på cirka 10 miljoner kronor (2010). Drygt hälften av intäkterna kommer från regionen, staten och EU och knappt hälften, 45 procent, är intäkter från försäljning av de olika tjänsterna och produkterna. Cirka 15 procent av utgifterna går till ersättning för konstnärer.<sup>182</sup> Då

---

<sup>173</sup> Ibid.

<sup>174</sup> Admical 2012, Arts and business council of New York 2012, Business to Arts 2012.

<sup>175</sup> Arts and business 2012.

<sup>176</sup> Ibid.

<sup>177</sup> Creative industry finance 2012.

<sup>178</sup> Innovativ kultur 2010.

<sup>179</sup> Kreanova 2012.

<sup>180</sup> Berthoin Antal 2009.

<sup>181</sup> Berthoin Antal et al 2011.

<sup>182</sup> Berthoin Antal et al 2011.

köpare är både privata och offentliga företag kan dessa intäkter dock inte helt sägas komma från det privata näringslivet, men däremot kommer de offentliga medlen inte från den offentliga kulturbudgeten.

*Transaktionskostnader* uppstår både för deltagande företag och för föreningen TILLT. För att delta i AIRIS tog TILLT ut en deltagaravgift av de engagerade företagen på knappt 400.000 kr, därutöver avsätter medverkande företag också personalens arbetstid. Föreningen rapporterar i utvärderingen att genomslaget för den uppsökande verksamheten varit lågt, dvs. antalet deltagande företag i jämförelse med antal kontaktade företag. Det krävs således en relativt stor arbetsinsats för att hitta deltagare till denna verksamhet.

Resultat från de olika utvärderingarna av AIRIS pekar på positiva effekter. I rapporten *Att vidga sin komfortzon – hur en arbetsplats påverkas av en intervention baserad på konst och kultur*<sup>183</sup> framgår att organisationskulturen på deltagande företag förändrats i riktningen mot ”ett minskat motstånd mot förändringar och ett ökat utrymme för förekomst av en kreativ logik”.<sup>184</sup> Även ”ökad trivsel och förbättrat samarbete inom verksamheten är andra vanligt förekommande effekter. Samtidigt kan vi notera att effekterna under projektiden tycks vara störst på individnivå”.<sup>185</sup>

En effekt som framstår som viktig för deltagande företag är om sjukfrånvaron minskar tack vare interventionen. Det kan innebära ökad ekonomisk effektivitet och sänkta kostnader. Enligt utvärderingen från 2009 kan en viss minskning av korttidssjukfrånvaron konstateras, men det är osäkert hur stor del av den som kan kopplas till AIRIS-projektet, då antalet observationer var begränsat och sjukfrånvaro sannolikt påverkas av många faktorer. Förändringen var dock inte bestående efter att projektet avslutats, vilket kan tyda på ett samband.

En annan effekt som har ett ekonomiskt värde för deltagande företag är PR-värdet av redaktionella tidningsartiklar och TV-inslag om projektet, dvs. inte i form av reklam. De medverkande företagen har själva beräknat PR-värdet baserat på motsvarande kostnad för reklaminslag eller annons i tidning (Dagens Industri). PR-värdet bör dock ses mot bakgrund av nyhetens behag. Sannolikt är att om fler AIRIS-projekt startas så minskar nyhetsvärdet med tiden före respektive projekt.<sup>186</sup>

**Samarbeten mellan offentliga och privata verksamheter i partnerskap** kan ses som en form av mäklarfunktion och skulle kunna ersätta sponsring. Det finns flera olika exempel på hur näringslivet tar ett tydligare ekonomiskt ansvar för lokal och regional utveckling generellt där kultur är en del. Ett sätt som återfinns på flera orter i Sverige är privat-offentligt samägda företag, av kommun och näringsliv, med destinationsutveckling som övergripande syfte. En del finansiering av kulturverksamhet och kulturprojekt verkar ingå, men verkar inte ha en central roll för partnerskapen i nuläget. Då detta system är under framväxande är det av stor intresse att följa utvecklingen och systemets betydelse för konst och kulturlivet.

#### 4.5.2 Mäklare mellan kulturskapare och konsument

**Kulturdirekt** är en ekonomisk förening som ägs av det fria kulturlivet i Stockholms län med stöd från Stockholms stads och Stockholms läns kulturförvaltningar. Föreningens syfte är att underlätta och

---

<sup>183</sup> Finns även en forskarartikel kopplad till denna: Styhre och Eriksson 2008.

<sup>184</sup> Eriksson 2009 s 17.

<sup>185</sup> Ibid.

<sup>186</sup> Eriksson 2009.

stödja arbetet med marknadsföring, information och biljettförsäljning för länets fria kulturliv.<sup>187</sup> Föreningen har en webbplats med biljettförsäljning och ett fysiskt biljettkontor i Kulturhuset i Stockholm.

Föreningen TILLT som referats till ovan driver också en kunskapsförmedling mellan kulturliv och konsument genom **kulturambassadörer**. TILLT organiserar och undervisar drygt 1.000 kulturambassadörer på olika arbetsplatser, och man räknar med att cirka 50.000 personer berörs av ambassadörernas arbete med att marknadsföra, stimulera och sätta kulturengagemang på agendan på dessa företag.<sup>188</sup> Positiva effekter på längre sikt kan förväntas av de nya exponeringsytorna mellan konst och ovana kulturdeltagare som kan skapas genom kulturambassadörerna.

Utöver *transaktionskostnaderna* för själva mäklarfunktionen, så utgör serviceavgifter för biljetter men även mer subtila faktorer som avsaknad av lättillgänglig och samlad information om utbudet potentiella hinder. Dessa kan minska när specialiserade mellanhänder som biljettförsäljare får konkurrens av konstnärerna själva. Denna utveckling är egentligen i strid med effektivitetsökningar som kommer av specialisering i samhället, men utvecklingen speglar förmodligen en otillräcklig konkurrens.

**Sammanfattande analys.** Mäklarfunktioner efterfrågas och verkar ge positiva effekter både för näringslivet som för konstnärer. Både i form av kunskapsförmedling och förbättrad konkurrens. Generellt organiseras mäklarfunktioner lokalt eller regionalt, vilket också föreslagits i den senaste kulturutredningen. Mot bakgrund av de olika exempel på mäklarfunktioner som här ges, vore det i nuläget värdefullt med en nationell kartläggning av de olika mäklarfunktionerna och deras insatser, då mäklarfunktionen otvetydigt är en ren transaktionskostnad kan det finnas samordningsvinster.

---

<sup>187</sup> Kulturdirekt 2008.

<sup>188</sup> Berthoin Antal m. fl. 2011.

## 5. Avslutande reflektioner

Denna rapport får ses som en första orientering till nuläget för att hitta nya finansieringslösningar och främja icke-offentlig finansiering av kultur i Sverige. Mycket grundläggande kartläggning, statistikproduktion och analys behövs ytterligare för att formulera samhällsekonomiskt effektiva finansieringssystem för konst och kultur.

Inledningsvis har de specifika förutsättningarna för produktionen av konst och kultur presenterats. Karaktäristiskt är en vara eller tjänst där både efterfrågan och vinsten på olika sätt är otydlig, de positiva mervärdena, externaliteter, som genereras är svåra att göra greppbara och mätbara. Givet dessa begränsningar är heltäckande finansieringsmodeller svåra att föreslå.

Marknadsekonomiska principer utgår ifrån att individen själv kan se hela värdet av det den konsumerar eller investerar i. Konst och kultur genererar ofta, utöver den individuella upplevelsen, värden för hela samhället eller för grupper av individer. Många konst- och kulturvaror och tjänster är också svåra att avgränsa gentemot konsumenten, jämför exempelvis en radiosändning. Problemet med free-ride har betydande påverkan på intäktsmöjligheterna. Marknadsmisslyckandena för konst och kultur är påverkar områdets ekonomiska situation och möjligheter till finansiering.

Konstformerna har också olika produktionsvillkor, vissa karaktäriseras av små möjligheter till produktivitetsökning, med stegrad produktionskostnader som följd, kallad kostnadssjuka. Under dessa förutsättningar blir konst och kultur dyrare att producera relativt den allmänna prisutvecklingen på marknaden, och därmed ökar kostnaderna relativt kostnader för annan produktion.<sup>189</sup>

Behovet av korrigering är således mångdimensionellt. Men möjligheterna är också som synes i denna rapport mångdimensionella. Näringslivets blygsamma andel kan öka, inte främst med sponsring och direkta medel, men med ökad efterfrågan på konst och kultur, och kunskapsutbyten. Med ökad kunskap om konstens och kulturens betydelse och värde, kan exempelvis industriföretag i högre grad efterfråga kulturskapares kompetens och förmåga. Vinsterna kan vara mer konsumentanpassade produkter, ökad publicitet och marknadsföring eller minskande utgifter för personalvård. I sin delrapport ger Kulturbryggan också ytterligare exempel på behov av mötesplatser och kommunikationsbehov. Det finns redan en mängd pågående verksamhet i denna riktning på regional nivå i Sverige, framförallt mötesplatser och inkubatorer. Varför en kartläggning av dessa vore av värde för att synliggöra eventuella samordningsvinster. Ett närbesläktat exempel är Arts and business New York som organiserar professionellt verkamma i näringslivet som volontärer för att under en tid arbeta ideellt i en kulturorganisation i syfte att förmedla näringslivets affärsmässiga kunskaper till kulturområdet. Detta gränsar också till den kunskapsförmedling som svenska fonden Innovativ kultur bedriver. En slutsats är således att det framförallt är de ekonomiska och informativa styrmedlen som kan bidra till privat finansiering av kulturområdet.

Ett långsiktigt arbete för att öka och bredda kulturkonsumtionen handlar som synes inte nödvändigtvis om sänkta priser, dvs. ytterligare subventioner, då utvärderingen av exempelvis bokmomsen visat att läsningen inte ökat på bredden, utan ökat bland de redan flitiga läsarna. En analys av besökarna till Världskulturmuseet i Göteborg visar att betydligt fler personer från underrepresenterade grupper, som utländsk bakgrund och lägre social klasser, besökte museet när inträdet var fritt. Sammantaget pekar

---

<sup>189</sup> Baumol 1996, Last och Wetzel 2011.

dess två studier på att bildning och kulturträning ska tillhandahållas gratis för att rota ett kulturaktivt beteende, men när ett intresse är skapat är individen ganska prisokänslig. Arts council England har gett räntefria lån för konstinköp till privatpersoner, ett incitament som gett stora positiva effekter och breddat befolkningens konstinköp.

Den snabba teknikutvecklingen möjliggör kommunikation över geografiska gränser och öppnar dörrar för mer direkt demokrati och för att människor med gemensamma intressen på långa avstånd kan hitta varandra. Crowdfunding är ett tydligt växande system för att hitta finansiärer som var och en med mindre medel tillsammans kan sätta stora projekt. Men utvärderingarna visar att de tekniska lösningarna inte överbrygger vikten av personliga nätverk och ”nära och kära” för att få finansiering genom crowdfunding att gå ihop.

Goda resultat från flera länder har framförallt setts inom filmproduktion och branschspecifika lösningar, likt det svenska filmavtalet. En intressant frågeställning för en kommande rapport är att forma branschspecifika lösningar, som inbegriper återinvesteringar från hela kedjan från produktion till konsumtion, också för andra konstformer.



## Referenser

Admical. 2012. <http://www.admical.org/default.asp?contentid=63> (hämtad 2012-09-03)

Albinsson, Staffan. 2012. "Swings and roundabouts: Swedish music copyrights 1980–2009". *Journal of Cultural Economics* DOI: 10.1007/s10824-012-9176-4, published online 12 August 2012.

Arts and business. 2012. *Understanding CSR*  
<http://artsandbusiness.org.uk/Central/Research/Library.aspx> (hämtad 2012-08-27)

Arts and business Council of New York. 2012. Business volunteers for the arts  
<http://www.artsandbusiness-ny.org/volunteerism/bva/default.asp> (hämtad 2012-09-05)

Andreoni, James och Payne Abigail A. 2011. "Is crowding out due entirely to fundraising? Evidence from a panel of charities". *Journal of Public Economics* vol. 95 s. 334–343

Armbrecht, John. 2009. *Att värdera det ovärderliga En studie om kulturinstitutioners värde*. Licentiatuppsats, Göteborgs universitet.

Armbrecht, John och Andersson Tommy D. 2010. *En studie av samhällsekonomin kring Nordiska Akvarellmuseet*, Göteborgs universitet.

Arts Council England. 2012a. <http://www.artscouncil.org.uk/funding/apply-for-funding/creative-industry-finance/>

Arts Council England. 2012b. *Arts Council England Annual Review 2011/12 Grant-in-aid and Lottery annual report and accounts 2011/12*  
[http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/publications/ACE\\_Annual\\_Review\\_2011\\_12.doc](http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/publications/ACE_Annual_Review_2011_12.doc)  
(hämtad 2012-10-05)

Arts Council England. 2012c. <http://www.artscouncil.org.uk/funding/funded-projects/case-studies/takeitaway/> (hämtad 2012-10-05)

Baklien, Bergljot, Franzén, Mikael och Nyhagen Predelli, Line. 2002. *Utvärdering av Stiftelsen framtidens kultur*. Centrum för kulturpolitisk forskning vid Högskolan i Borås och Norsk institutt for by- och regionforskning. <http://www.framtidenskultur.se/sfktuv2002.pdf> (hämtad 2012-10-04)

Banternghansa, Chanont och Graddy, Kathryn. 2011. "The impact of the Droit de Suite in the UK: an empirical analysis". *Journal of cultural economics* vol. 35: 81-100 DOI 10.1007/s10824-010-9134-y

Baumol, William J. och Bowen William G. 1965. "On the performing arts: The anatomy of their economic problems". *American Economic Review* vol. 55: 495-502

Baumol, William J. 1996. "Children of performing arts, the economic dilemma". *Journal of cultural economics* vol. 20: 183-206

Baumol, William J. 2006. "The arts in the 'New Economy'". I Ginsburgh, Victor och Throsby, David

- (red.), *Handbook of the economics of art and culture* (s. 473–506). Amsterdam: Elsevier
- Becker, Gary S. 1957. *The economics of discrimination*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Becker, Gary S. 1974. "A theory of social interactions". *Journal of Political Economy*, vol. 82, s. 1063–93.
- Belleflamme, Paul, Lambert, Thomas och Schwienbacher, Armin. 2010. "Crowdfunding: An Industrial Organization Perspective". *Workshop paper*.  
[http://economix.fr/pdf/workshops/2010\\_dbm/Belleflamme\\_al.pdf](http://economix.fr/pdf/workshops/2010_dbm/Belleflamme_al.pdf)  
 (hämtad 2012-05-22)
- Belleflamme, Paul. Lambert, Thomas. och Schwienbacher, Armin. 2011. "Crowdfunding: Tapping the Right Crowd". Konferenspaper 2011-02-13, (hämtad 2012-05-07)  
[http://www2.dse.unibo.it/dsa/seminari/610/Crowdfunding\\_BLS\\_13Feb2011.pdf](http://www2.dse.unibo.it/dsa/seminari/610/Crowdfunding_BLS_13Feb2011.pdf)
- Berthoin Antal, Ariane. 2009. *A research framework for evaluating the effects of artistic interventions in organisations*. Göteborg: TILLT Europe. [www.wzb.eu/sites/default/files/u30/researchreport.pdf](http://www.wzb.eu/sites/default/files/u30/researchreport.pdf)  
 (hämtad 2012-09-20)
- Berthoin Antal, Ariane. Gómez de la Iglesia, Roberto och Vives Almandoz, Miren. 2011 *Managing artistic interventions in organisations: a comparative study of programmes in Europe*. TILLTEUROPE, 2nd edition, updated and expanded 2011.
- Boklotteriet. 2012. <http://sv.wikipedia.org/wiki/Boklotteriet> (hämtad 2012-11-01)
- Bourdieu, Pierre. 1993. *Kultursociologiska texter*. Stockholm: Brutus Östlings bokförlag.
- Brooks, Arthur C. 2006. "Nonprofit Firms in the performing arts". I Victor Ginsburgh och Throsby David (red.), *Handbook of the economics of art and culture* (s. 473–506). Amsterdam: Elsevier.
- Buchanan James M. 1965. "Economic Theory of Clubs". *Economica*, New Series, Vol. 32, No. 125 s. 1-14
- Business to Arts. 2012. <http://www.businesstoarts.ie/arts/index.php> (hämtad 2012-09-03)
- Champarnaud Luc, Victor Ginsburgh och Philippe Michel (2008) "Can cultural education replace arts subsidization?" *Journal of Cultural Economics*, vol. 32, upplaga 2, s. 109-26.
- Children's art tax. 2012. [http://www.cra-arc.gc.ca/artscredit/#\\_Toc288625238](http://www.cra-arc.gc.ca/artscredit/#_Toc288625238) (hämtad 2012-08-26)
- Choi, David. Gray, Edmund och Gray, Edmund R. 2011. *Values-centered entrepreneurs and their companies*. New York: Routledge.
- Creative industry finance. 2012. [www.creativeindustryfinance.org.uk](http://www.creativeindustryfinance.org.uk)
- Crowdsourcing.org. 2012. *Crowdfunding industry report, Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms*. Crowdsourcing.org

- Dagens Nyheter. 2010-12-09. "Spotifys pengar fördelas ojämnt", <http://www.dn.se/kultur-noje/nyheter/spotifys-pengar-fordelas-ojamnt> (hämtad 2012-03-27)
- Dagens Nyheter. 2010-11-11. "Turistskatt övervägs i Åre", <http://www.dn.se/nyheter/sverige/turistskatt-overvags-i-are>" (hämtad 2012-03-27)
- Dagens Nyheter. 2011-11-24. "Flera bakslag för Spotify". <http://www.dn.se/ekonomi/flera-bakslag-for-spotify> (hämtad 2012-03-27)
- Dagens Nyheter. 2012-02-07. "Sajt gör småpengar till storidéer", <http://www.dn.se/ekonomi/sajt-gor-smapengar-till-storideer> (hämtad 2012-11-19)
- Dagens Nyheter. 2012-07-30. "Här betalas konsten av privatpersoner". <http://www.dn.se/kultur-noje/konst-form/har-betalas-konsten-av-privatpersoner?rm=print> (hämtad 2012-11-19)
- Dahlström, Margareta. 2008. "Filmturism – möten mellan kultur och näring i globaliseringens tid". I *Globalisering och kultur*, Kolmodin, Anne (red), ITPS.
- DCMS. 2012. Department for culture, media and sport <http://www.lottery.culture.gov.uk/> (hämtad 2012-10-07)
- Dokko Jane K. 2009 *Does the NEA Crowd Out Private Charitable Contributions to the Arts? National Tax Journal*, vol. LXII, No. 1. s. 57-75.
- Dramaten. 2012. Årsredovisning 2011.
- Elvin-Nowak, Ylva och Thomsson Helene. 2003. *Att göra kön – Om vårt våldsamma behov av att vara kvinnor och män*. Albert Bonniers förlag.
- Eriksson, Michael. 2009. *Att vidga sin komfortzon – hur en arbetsplats påverkas av en intervention baserad på konst och kultur En studie av AIRIS år 2005-2008 (inklusive Genklang Vara år 2006-2008)*. Stiftelsen IMIT.
- Ekström, Andreas. 2011. "Revanschens gåvor", "Konsten och kapitalet" och "Vi ska alla bli mecenater", *Sydsvenska Dagbladet* 2011-04-26/27, (hämtad 2012-03-20)
- ESF-rådet. 2012. <http://www.esf.se/sv/Projektbank/Behallare-for-projekt/Stockholm/Mikrofinansiering---en-social-innovation-for-arbetsmarknadsintegrering/> (hämtad 2012-05-07)
- Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Fokus. 2012-03-28. "Tillsammans" <http://www.fokus.se/2012/03/tillsammans/> (hämtad 2012-11-19)
- Gefle dagblad. 2012-02-09. "Vilken kultur vill du satsa en 50-lapp på?" <http://gd.se/kultur/kulturkronikor/1.4365963-vilken-kultur-vill-du-satsa-en-50-lapp-pa-> (hämtad 2012-05-14).

Glass, Harry. 2012. "Film funding tax scheme abuse may be costing HM Revenue & Customs '£5bn at least" *Thisismoney.co.uk* 2012-06-21

<http://www.thisismoney.co.uk/money/news/article-2162591/K2-tax-scheme-Film-funding-tax-scheme-abuse-risking-inland-revenue-5bn-least.html> (hämtad 2012-10-02)

Gray, Charles M. 2008 "Financing the Nonprofit Performing Arts: Economic Theory, Empirical Evidence, and US Practice". Konferenspaper baserad på Heilbrun & Gray 3e upplaga av Heilbrun, J., & Gray C.M. (2001). *The Economics of Art and Culture*, 2nd ed., Cambridge University Press, för konferensen *International Seminar of Policies for the Financing in Performing Arts* Bogotá, Colombia, Mars 2008.

Hansen, Trine Bille. 1997. "The Willingness-to-Pay for the Royal Theatre in Copenhagen as a Public Good". *Journal of Cultural Economics*, 1997, vol. 21:1, s. 1-28

Hansmann, Henry och Santili, Marina. 1997. "Authors' and artists' moral rights: a comparative legal and economic analysis". *Journal of Legal Studies* 26, 95-143.

Heilbrun, James, och Gray Charles M. 1993. *The economics of art and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Heldt, Tobias. 2010. "Financing recreational infrastructure with micropayments and donations : A pilot study on Cross-country ski track preparations in Sweden". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 10, No. 3, 386-394.

Heldt, Tobias och Klerby, Anna. 2011. *Peace & Love 2010 – Värderade och icke-värderade ekonomiska effekter*. Högskolan Dalarna arbetsrapport nr 2011:2.

Hellekant, Johan. 2012. "Filmavtalet blir stympat" *Svenska Dagbladet* 2012-01-24.

Hewison, Robert. 2010. "In an era of austerity, reasons to fund the arts". *The art newspaper* utgåva 215, juli-augusti 2010, publicerad online: 6 juli 2010, <http://www.theartnewspaper.com/articles/In-an-era-of-austerity-reasons-to-fund-the-arts/21121>, (hämtad 2012-06-18)

HM Revenue & Custom. 2012. <http://www.deadline.com/2012/06/u-k-film-finance-schemes-under-inquiry-report/> (hämtad 2012-10-10)

Howe, Jeff. 2006. "The rise of crowdsourcing" *Wired Magazine* juni 2006, Upplaga 14.06.

Hunziker Keller, Claudia (2003) "Mäzenin, Stifterin oder Sponsorin? Die Migros und ihre Förderungstätigkeit im Berich 'Bildende Kunst'". I Katja Girschik, Albrecht Ritschl och Thomas Welskopp (red.) *Der Migros-Kosmos: Zur Geschichte eines aussergewöhnlichen Schweizer Unternehmens*, Baden: Verlag für Kultur und Geschichte.

Innovativ kultur. 2012a. [www.innovativkultur.se](http://www.innovativkultur.se)

Innovativ kultur. 2012b. *Innovativ kultur – Dokumentation från de första tre åren 2011-12-13*

- Johansson, Emily och Hall, Erik. 2010. *Rapport summativ utvärdering av Fonden för Innovativ Kultur*. Kulturförvaltningen Stockholms stad oktober 2010.
- Khanna, Jyoti och Sandler, Todd. 2000. "Partners in giving: The crowding-in effects of UK government grants". *European Economic Review*, vol 44: 1543-1556
- Kickstarter. 2012. [www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com) (hämtad 2012-03-20)
- Klerby, Anna och Näslund, Lovisa. 2011. *Alla mår bra? Arbetsmiljöundersökning av svensk film och tv-drama 2010 Resultat av enkätundersökning*. Film&TV-producenterna och Teaterförbundet.
- Konstnärsnämnden. 2011. *Konstnärernas inkomster, arbetsmarknad och försörjningsmönster med bilaga Konstnärernas sjukskrivningar, arbetsskador och pensioner*
- Knopper, Steve. 2009. "Live Nation Ticket Fees Anger Concertgoers" *Rolling Stone*, 2/19/2009, upplaga: 1072.
- Kultur och Näringsliv. 2012. <http://www.kulturnaringsliv.se>
- Kulturanalys. 2012. *Samhällets utgifter för kultur 2010–2011*. Kulturfakta 2012:1, Myndigheten för kulturanalys.
- Kulturbryggan. 2012. *Att angöra en kulturbrygga*. Delbetänkande av kommittén Kulturbryggan, SOU 2012:16. Stockholm: Fritzes.
- Kulturdirekt. 2008. Pressmeddelande, [www.kulturdirekt.se](http://www.kulturdirekt.se)
- Kulturrådet. 2010. *Kulturens finansiering 2008-2009*, Kulturen i siffror 2010:7
- Kulturstiftelsen. 2012. [www.kulturstiftelsen.se](http://www.kulturstiftelsen.se)
- Lemercier, Fabien. 2011. "French film financing system under threat". *Cineuropa* (<http://cineuropa.org/2011/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=210788>) (hämtad: 2012-03-20)
- Lampi Elina och Orth, Matilda. 2008. "Who visits the museums? A comparison between stated preferences and observed effects of entrance fees" *Working paper No 298 School of Business, Economics and Law, Göteborgs universitet*.
- Landes, William M. och Levine, Daniel. B. 2006. "The economic analysis of Art Law". I Ginsburgh, Victor och Throsby, David (red.), *Handbook of the economics of art and culture* (s. 211–251). Amsterdam: Elsevier.
- Lang, Kevin. 1986. "A Language Theory of Discrimination". *Quarterly Journal of Economics*, May 1986, nr. 101, upplaga 2, s. 363-82
- Last, Anne-Kathrin och Wetzel, Heike. 2011. "Baumol's cost disease, efficiency, and productivity in the performing arts: an analysis of german public theaters" *Journal of cultural economics* vol 35 s. 185-201.

- Lindeborg, Lisbeth. 1991. *Kultur som lokaliseringsfaktor*, (Ds 1991:22) Industridepartementet.
- Lindqvist, Katja. 2005. *Att göra det främmande till sitt. Konstnärer och arbetsplaster i samarbetsprojekt*. Stockholms universitet.
- Lindqvist, Katja. 2008. "Näringslivets stöd till kulturen ännu blygsamt". I Beckman, Svante och Månsson, Sten, (red) *KulturSverige 2009, Problemanalys och statistik*. s. 99-102.
- Lindqvist, Katja. 2010. *Utvärdering av bonussystem för det fria kulturlivet i Stockholm 2008-2010*.
- Litvin, Stephen W., Crotts, John C. Blackwell, Calvin och Styles, Alan K. 2006 "Expenditures of Accommodations Tax Revenue: A South Carolina Study", *Journal of Travel Research*. November no 45: 150-157.
- Litteraturutredningen. 2012a. *Läsarnas marknad, marknadens läsare - en forskningsantologi* SOU 2012:10
- Litteraturutredningen. 2012b. *Läsandets kultur* SOU 2012:65
- Mas-Colell, Andreu, Whinston, Michael D. och Green Jerry R. 1995. *Microeconomic theory*. New York: Oxford University Press.
- Martell, Christine R. 2004. "Dedicated funding for arts, culture and science". *Public Finance and Management*, 4(1), 2004 pp. 50-74
- Mervy-Manner, Natalie. 2011. "Turistskatt sprider sig i Europa" *Besöksliv* 2011-01-20 <http://www.besoksliv.se/artikel/turistskatt-sprider-sig-i-europa-20293> (hämtad 2012-03-27)
- Musgrave, Richard A. 1987. "Merit goods". I *The new palgrave dictionary of economics*, vol. 3. s. 452-453, London: Macmillan.
- Nacka kommun. 2012. "Förslag till ny finansieringsmodell för folkbiblioteks-verksamheten i Nacka kommun". Tjänsteskrivelse 2012, kultur- och utbildningsförvaltningen.
- NEA. 2007. *How the United States funds the arts National Endowments for the Arts* [www.nea.gov](http://www.nea.gov) (hämtad 2012-08-20)
- Nielsén, Tobias. 2009. *Allt räknas – om rabatter och erbjudanden till filmproduktion i Europa*. QNB Analys & Kommunikation AB.
- Nobelmuseet. 2012. Årsredovisning 2011.
- Norska kulturdepartementet. 2012. *Pressmeddelande*. Norska kulturdepartementet 2012-05-25, nr 48/2012.
- Olsberg, Jonathan. 2008. *Future Policy and Strategy for Sweden's Film Sector*. 2008-11-27, Film&TV-producenterna och Film i Väst.

- Ordanini, Andrea. 2009. "Crowd Funding: Customers as Investors". *Wall Street Journal* 2009-03-23 (hämtad 2012-03-20)
- Osman, Neil. 2012. <http://neiloseman.com/?p=1651>, <http://neiloseman.com/?p=1695> (hämtad 2012-04-03, 2012-10-09)
- Otter, Charlotte. 2011. "Ticketprices go through the roof". *Music Week*, 2011-04-02, upplaga 13, s 5.
- Pallas, Hynek. 2012. "Filmskatt gav biboom i Polen" *Svenska Dagbladet* 2012-01-30. [http://www.svd.se/kultur/filmskatt-gav-biboom-i-polen\\_6807035.svd](http://www.svd.se/kultur/filmskatt-gav-biboom-i-polen_6807035.svd) (hämtad 2012-02-12)
- Peacock, Alan. 2006. "The arts and economic policy". I Victor A. Ginsburgh och David Throsby (red.), *Handbook of the economics of art and culture*. Amsterdam: Elsevier.
- Pine, Joseph och Gilmore, James H. 1999. *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Plazewski Jerzy. 2010. Polish Cinema – A return to market economy. Jerzy Plazewski i antologin *Polish Cinema Now!* red. Mateusz Werner. Warszawa: Adam Mickiewicz Institute.
- Proposition 2009/10:1 *Jobba Sverige ur krisen*, Stockholm, Finansdepartementet.
- Proposition 2009/10:3, *Tid för kultur*, Stockholm, Kulturdepartementet.
- Ramic, Hasan. 2012. "Live nation mot världsdominans" *Nöjesguiden* 2012-09-07 <http://nojesguiden.se/artiklar/live-nation-mot-varldsdominans> (hämtad 2012-09-21)
- Rizzo, Ilde och Throsby, David. 2006. "Cultural Heritage: Economic analysis and public policy". I Ginsburgh Victor A. och Throsby, David (red.), *Handbook of the economics of art and culture*. Amsterdam: Elsevier.
- Rother, Lynn. 2009. "Die Kunstförderung der Deutschen Bank. Mittel zum Zweck? Das Konzept 'Kunst am Arbeitsplatz' am Beispiel der Frankfurter Konzernzentrale". (Promoting the Arts at the Deutsche Bank: Means to an End? Implementing the Concept of Art in the Workplace at the Bank's Headquarters in Frankfurt), *Zeitschrift für Unternehmensgeschichte*, v. 54, iss. 2, s. 158-78.
- Rushton, Michael. 2004. "Culture and public finance". *Public Finance and Management*, nr. 4(1), 2004 s. 1-20.
- Rättviks turistbyrå. 2012. [www.rattvikturism.se](http://www.rattvikturism.se)
- Sandler, Todd och Tschirhart, John. 1997. "Club Theory: Thirty Years Later". *Public Choice*, Vol. 93, No. 3/4 s. 335-355
- Seaman, Bruce. 2006. "Empirical studies of demand for the performing arts". i Victor Ginsburgh och Throsby, David (red.), *Handbook of the economics of art and culture*. Amsterdam: Elsevier.
- Skatteverket. 2102. *Moms inom kulturområdet*. SKV 562 utgåva 5.

Smith, Thomas More. 2007. "The impact of government funding on private contributions to nonprofit performing arts organizations". *Annals of Public and Cooperative Economics* 78:1 2007

SOU 2007:32 *Tillväxt genom turistnäringen*

SOU 2009:73 *Vägval för filmen*

Stigler, George och Becker, Gary. 1977. "De gustibus no est disputandum". *American Economic Review* nr. 67 s. 76-90

Stockholms stad. 2010. *Tjänsteutlåtande* dnr. 1.1/4736/2010 datum 2010-11-27

Styhre, Alexander och Eriksson, Michael. 2008. "Bring in the Arts and Get the Creativity for Free. A Study of the Artists in Residence Project." *Creativity and Innovation Management* 17(1): 47-57.

Surowiecki, James. 2007. *Massans vishet: hur det kommer sig att flera stycken är smartare än några få och hur kollektiv klokskap formar affärsverksamheter, ekonomier, samhällen och nationer*. Santérus Förlag, Finland.

Svenska Dagbladet 2012-04-12 "Givmildhet på nätet sponsrar kultur",  
[http://www.svd.se/kultur/givmildhet-pa-natet-sponsrar-kultur\\_6990973.svd](http://www.svd.se/kultur/givmildhet-pa-natet-sponsrar-kultur_6990973.svd) (hämtad 2012-11-19)

Svenska Filminstitutet. 2003. *Hur kan filmavtalets finansiering breddas? Svenska Filminstitutets förslag till nya finansieringsmöjligheter*

Svenska filminstitutet. 2012. *Årsredovisning 2011*

Sveriges radio. 2009. Radioprogrammet Kulturnytt 2009-04-23  
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=478&artikel=2786492> (hämtad 2012-10-05)

Sveriges radio. 2012. Radioprogrammet Kaliber 2012-04-22  
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=86&artikel=5073151> (hämtad 2012-10-05)

ter Kuile, Franciscus Alexander. 2011. *The State of Crowdfunding: A Review of Business Models and Platforms*. Master-uppsats, Amsterdams universitet, 14 November 2011.

Towse, Ruth. 2006. "Copyright and creativity: An application of cultural economics". *Review of Economic Research on Copyright Issues*, nr. 3(2) s. 83–91.

Undervisnings- och kulturministeriet. 2012.  
[http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/rahoitus\\_ja\\_ohjaus/?lang=s](http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/rahoitus_ja_ohjaus/?lang=s) (hämtad 2012-09-23)

Throsby David. 2006. "Introduction and overview". I Victor Ginsburgh & David Throsby (red.), *Handbook of the economics of art and culture*. Amsterdam: Elsevier.

Tillväxtanalys. 2009. *Kulturnärings i svensk statistik* Dnr. 2009/054

Vaccaro, Don. 2009. "Ticket Monster?" *Billboard*; 2/14/2009, nr. 121 upplaga 6, s. 4



Valentin, Max. 2012. Intervju, 2012-02-07

Vargas, Jose Antonio. 2008. "Obama raised half a billion online". *Washington Post*, 20(11), 2008.  
<http://www2.paologentiloni.it/wp-content/uploads/2008/11/obama-raisedhalf-a-billion-online.doc>  
(Hämtad 2012-08-26)

Wilkerson, Michael. 2012. "Using the Arts to Pay for the Arts: A Proposed New Public Funding Model, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 42:3, 103-115