

# Att belägga museers värde

*En kunskapsöversikt*



Cw"dgn@i ic" o wuggtu"x@t fg!"Gp"mwpumcru¾xgtukmv0

I¾vgdqt iu"Uvc fu"mwnvwth¾txcnvpkpi

Författare: Klas Grinell

ISBN: 978-91-985955-4-3

Xknn"fw"cpx@pfc"vgzv"gnngt"dknfgt"wt"fgppc"tcr rqtv"ekvgtct"fw<" I¾vgdqt iu"Uvc fu"  
mwnvwth¾txcnvpkpi0"Att belägga museers värde. En kunskapsöversikt.

# Förord

Att prata om värde kan uppfattas som svårt, men museer behöver ändå kunna göra det.

Göteborgs museer tillsammans med Göteborgs Konsthall är Sveriges största kommunala museiorganisation. Fyra museer – Göteborgs konstmuseum, Göteborgs stadsmuseum, Röhsska museet och Sjöfartsmuseet Akvariet – med dryga 1,2 miljoner föremål i samlingarna, 12 miljoner fotografier och många hundratals hyllmeter av arkivmaterial. Tillsammans möter museerna mer än en halv miljon fysiska besök årligen och det fyrdubbla i våra digitala kanaler. Vi levererar skollektioner och programutbud, samverkar med såväl universitetet, folkbildningen, andra förvaltningar och myndigheter som med det lokala civilsamhället. Vi bedriver kunskapsuppbyggnad, har en aktiv samlingsförvaltning och presenterar årligen starka utställningsupplevelser. I våra årliga besöksundersökningar ser vi att vi är efterfrågade, upplevs som intressanta och värda ett besök. Vi har och vi levererar värde.

Precis, som alla andra offentligt finansierade kulturverksamheter funderar samtidigt Göteborgs museer mycket på hur vi ska kunna skapa en rimlig finansiering av vårt omfattande uppdrag. Vi har just nu en stabil offentlig finansiering från kommun, region och stat, men allt pekar på att offentliga budgetar krymper i takt med att kostnaderna för hyror, el och material ökar. Museerna har fonder och gåvor med särskilda ändamål kopplade till alla verksamheter – Göteborg har varit donationernas stad. Vi har också entréavgift och tar ut en del avgifter för visningar med mera. Detta utgör en stor andel av intäkterna, men många samarbeten och många ansökningar med målet att generera extern finansiering bidrar också. Årligen genererar vi ungefär 30% av egenintäkter för att bedriva verksamheterna. År 2023 har vi i budget att generera 45 miljoner kronor i egenintäkter för att kunna bedriva verksamheterna.

För att inte gå vilse och bli en helt projektifierad verksamhet, där utbud som leder till intäkter eller kan generera god extern finansiering helt dominerar, vilket skulle potentiellt kunna påverka museernas ansvar att erbjuda ett allsidigt utbud utifrån sina ämnesområden, och för att ändå hitta ett sätt att prata om vårt värde i olika sammanhang, har den här rapporten tagits fram.

Går det att belägga museers värde? Ja, det går. Det finns till och med starka belägg för att värdet är väldigt högt. Men en modell eller ett perspektiv kan aldrig förklara hela bilden. Klas Grinell presenterar i denna rapport flera modeller som vi kan utgå ifrån när museerna vill tänka på och lyfta fram resonemang om värde. För tala om det måste vi.

*Britta Söderqvist*

*Avdelningschef Göteborgs museer och konsthall*

*Göteborgs Stads kulturförvaltning*

# Innehåll

<b>1</b>	<b>Inledning</b> .....	<b>5</b>
1.1	Metod och upplägg .....	5
1.2	Huvudargument .....	5
<b>2</b>	<b>Vad är ett museum?</b> .....	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Museers värde</b> .....	<b>8</b>
3.1	Museers olika värden.....	9
3.1.1	Användar-fokuserade institutioner .....	9
3.1.2	Effektområden .....	11
3.1.3	Det samhällsekonomiska värdet av tillit.....	12
3.1.4	Museer och lokal utveckling .....	14
3.2	Olika slags ekonomiska värden hos museer .....	15
3.2.1	Marknadsvärde.....	15
3.2.2	Museers bidrag till den lokala ekonomin .....	16
3.2.3	Bruksvärde och icke-bruksvärde .....	17
3.3	Den sociala konstruktionen av värde.....	18
3.3.1	Kulturellt kapital .....	19
3.3.2	Socialt kapital .....	19
<b>4</b>	<b>Museers uppdrag och värde enligt svensk museipolitik...</b>	<b>21</b>
<b>5</b>	<b>Värdet av välbefinnande</b> .....	<b>23</b>
5.1	Att belägga och beräkna värdet av välbefinnande.....	24
<b>6</b>	<b>Museer, hälsa och omsorg</b> .....	<b>27</b>
<b>7</b>	<b>Att ta betalt för museer</b> .....	<b>28</b>
7.1	Värdet av fri entré .....	29
7.2	Breddad finansiering.....	31
<b>8</b>	<b>Sammanfattning</b> .....	<b>33</b>
8.1	Det omsorgsfulla museet .....	33
8.2	Museernas samhällsvärde.....	34

# 1 Inledning

## 1.1 Metod och upplägg

I den här rapporten presenteras modeller och argument för hur museers värde kan beläggas. För att avgränsa vilka modeller och argument som är rimliga att använda i ett svenskt museisammanhang sägs också något om vad ett museum är och vilka uppdrag svenska museer har. Eftersom frågan om finansiering är nära kopplad till värdediskussionen berörs även den.

Rapporten redovisar en genomgång av den internationella litteratur som handlar om museers värde och mer specifikt om hur de olika värden som identifieras eventuellt kan beläggas. Materialet har samlats in genom nyckelordssökningar i de större forskningsdatabaserna, och längs de vägar vidare dessa visat till andra slags rapporter, med fokus på de senaste tio åren. Även svenska utredningar och rapporter relaterade till museers värde har inkluderats i materialet. Rapporten ger ingen systematisk eller fullständig redovisning av det genomgångna materialet, utan nöjer sig med att diskutera det som utifrån frågan om hur svenska museers värde bäst kan diskuteras och beläggas har framstått som relevant.

## 1.2 Huvudargument

Museers värde realiserar i samhället, hos medborgarna. Det sker endera direkt i relation till museets verksamhet, eller i och med att museer bidrar till andras värdeskapande för samhället. Museernas betydelse för skolan är ett tydligt exempel, men museers bidrag till hälsa och välbefinnande är kanske än viktigare ur ett samhällsekonomiskt perspektiv. Museer är dessutom viktiga för en plats attraktionskraft på såväl turister som arbetskraft.

Museers värde består i slutändan av de bidrag de ger till samhällets och de enskilda individernas välbefinnande. Det innebär att beläggen för museers värde måste sökas bland dem som på något sätt påverkas av museernas verksamhet. Det är i sin tur många fler än de som aktivt besöker och deltar i verksamheterna. Det så kallade icke-bruksvärdet av museer är högt, vilket betyder att många människor finner stort värde även i museer de aldrig besöker. Museernas konst och kulturarv är inte bara värdefulla i sig, utan fungerar också som mötesplatser och agenter för att skapa tillhörighet, lärande, perspektiv och självkänsla som alla är viktiga faktorer för såväl personligt, socialt som fysiskt välbefinnande. Museers värde är således bredare än vad som kan fångas i nyttokalkyler – vilket inte hindrar att det ändå kan beskrivas i ekonomiska termer.

Svenska museer har ett av samhällets högsta trovärdighetstal, och är dessutom den kulturform medborgarna helst vill lägga skattepengar på. Det

är ett tydligt belägg för att de är värdefulla. Forskning visar också att museibesök leder till ökat välbefinnande på kort och lång sikt.

Människor som får del av museers verksamhet upplever förbättrat välmående, ökad hälsa, kreativitet, större innovationskraft och djupare delaktighet i samhället. Allt detta är i sin tur omräkningsbart till stora samhällsvärden och över tid även minskade kostnader för allt från vård, missbruk, skadegörelse, ekonomisk brottslighet eller annan kriminalitet. Vissa av dessa effekter kanske inte är registrerbara förrän årtionden efter den avgörande insatsen, vilket gör det ytterst svårt att belägga de orsakssamband som faktiskt finns. Som denna rapport visar finns det samtidigt vetenskapliga studier och rapporter som genom exempel, data och metoder lyckats uttrycka museers värde även i penningtermer. Aktiva museer är som såväl EU som OECD belagt en mycket prisvärd investering för att skapa levande, inkluderande, jämlika och välmående städer och samhällen.

## 2 Vad är ett museum?

År 2017 stiftades Sveriges första museilag (2017:563). Museum definieras där som ”en institution som är öppen för allmänheten och som förvärvar, bevarar, undersöker, förmedlar och ställer ut materiella och immateriella vittnesbörd om människan och människans omvärld.” Museilagen pekar – i linje med många internationella och vedertagna museidefinitioner – ut museernas samlingar som kärna och bas. Den andra tydliga kärnan i lagen är att museer ska vara kunskapsinstitutioner. Lagens syfte är utöver detta att tydliggöra vem som bestämmer över vad i museiverksamheter, och därmed skapa utrymme för en högre grad av självständighet hos museerna. Det innebär i förlängningen att professionen har ansvar för att upprätthålla lagen.

Det traditionella museet byggdes kring stabil sakkunskap organiserad i avgränsade fackfält. 1990-talets offentliga utredningar poängterade att demokrati är något som kräver ständigt deltagande, diskussion, förnyelse och förändring, och framhöll museerna som institutioner där samtidens medborgare kunde bildas. Målet var här inte primärt att förmedla kunskaper utan att skapa reflektion. I och med 2017 års kulturarvspolitik och den där tillhöriga museilagen har rollen som samlingsförvaltande kunskapsinstitutioner åter betonats starkare, utan att för den skull begränsa det demokratiska uppdraget.

Museilagens huvudrubriker ringar in museiuppdraget som bestående av publik verksamhet, kunskapsuppbyggnad och förvaltning av samlingar. Förutom utställningar säger museilagen inget specifikt om vad för slags publik verksamhet ett museum ska bedriva, annat än att den ska ”främja kunskap, kulturupplevelser och fri åsiktsbildning” och därigenom ”utifrån sitt ämnesområde bidra till samhället och dess utveckling” (4§).

För att kunna avgöra hur museer lever upp till sitt samhällsuppdrag behöver det förtydligas vad museernas bidrag är, och hur det kan beläggas och värderas.

### 3 Museers värde

OECD och ICOM lanserade 2019 en gemensam guide om hur lokalpolitiker, civilsamhälle och museer bättre kan ta tillvara museers potential att bidra till lokal utveckling.<sup>1</sup> Guiden är strukturerad kring 5 utvecklingsområden:

- » Ta vara på museer som krafter för lokal ekonomisk utveckling.
- » Utveckla museernas roll för stadsutveckling och stärkande av lokalsamhället.
- » Göra museer till katalysatorer för kulturellt medvetna och kreativa samhällen.
- » Stärka museer som platser för inkludering, hälsa och välbefinnande.
- » Normalisera museernas roll i lokal utveckling.

Dessa utvecklingspotentialer realiseras enligt OECD och ICOM bäst genom en tydlig samverkan mellan lokalpolitik och museer. Genom att involvera museerna i de flesta dimensioner av lokal utveckling och välbefinnande kan lokal politik och förvaltning få ut ett större värde av dem, vilket är vad som menas med den något otydliga formuleringen om att ”normalisera museers roll i lokal utveckling”. Museernas konst och kulturarv spelar viktiga roller som mötesplatser och aktörer för att skapa tillhörighet, lärande, perspektiv och självkänsla som alla är viktiga faktorer för såväl personligt, socialt som fysiskt välbefinnande.

Det ökade politiska intresset för kultur är del av en bredare utmaning av snävt tillväxttänkande. Sedan drygt tio år tillbaka har OECD argumenterat för att makroekonomiska mått som bruttonationalprodukt (BNP) är alltför snäva för att faktiskt säga något om huruvida ett samhälle utvecklas i en positiv riktning. Framgång måste snarare än i krasst ekonomiska termer mätas i välbefinnande och levnadsvillkor för medborgarna, och respektera de planetära gränserna.<sup>2</sup> Därför har OECD i linje med FNs utvecklingsindex (HDI) utvecklat ett mer allomfattande ramverk för att istället för nationalekonomisk volym mäta välbefinnande. Välbefinnande mäts utifrån de elva indikatorerna:

<sup>1</sup> [https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/culture-and-local-development-maximising-the-impact\\_9a855be5-en](https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/culture-and-local-development-maximising-the-impact_9a855be5-en)

<sup>2</sup> Kate Raworth, *Doughnut economics: Seven ways to think like a 21<sup>st</sup>-century economist*, Random House, 2017.



1. inkomster och ekonomiskt välstånd,
2. arbete och sysselsättning,
3. boendeförhållanden,
4. hälsa,
5. balans mellan arbete och fritid,
6. utbildning och färdigheter,
7. sociala nätverk,
8. civilt engagemang,
9. miljö,
10. personlig trygghet,
11. subjektivt välbefinnande.

Genom holistiska nationalekonomiska mått som dessa blir det också möjligt och rimligt att tala om museers samhällsekonomiska värde, till skillnad från i snävare modeller som enbart mäter verksamhetens bidrag till BNP.<sup>3</sup>

## 3.1 Museers olika värden

I denna rapport inbegriper museers värde i enlighet med nationell lagstiftning och internationell praxis inte det monetära värdet av museers samlingar (eftersom det varken är känt eller realiserbart).<sup>4</sup> I stället handlar det om det värde museiverksamheten genererar för samhället i stort.

### 3.1.1 Användar-fokuserade institutioner

Muselogen Graham Black skriver i den inflytelserika boken *Transforming museums in the twenty-first century* att museer måste ta frågan om de är värda sin kostnad på större allvar än tidigare. För att vara relevanta och värdefulla i samtiden och framtiden måste museer ge sina användare möjlighet att 1) ”ta del av och engagera sig i mänsklighetens kulturella minne”, 2) ”stimulera kreativitet och föreställningsförmåga”, 3) ”vara till nytta för hela samhället tack vare det kulturella engagemang man stimulerar”, och 4) ”hjälpa till att stärka lokalsamhället och uppmuntra medborgarna till att engagera sig i samtidens stora frågor”.<sup>5</sup>

Första steget för att ett museum ska kunna fylla en sådan samhällsroll består i att bli användar-fokuserade institutioner, säger Black vidare. Om museer verkligen vill vara av värde för sina användare måste de skapa en atmosfär som bjuder in användarna att ”ifrågasätta, debattera, samarbeta

<sup>3</sup> Klas Grinell, *Eudaimonia: Om det goda livet i klimatomställningens tid*, Fri tanke, 2021, s. 158-60.

<sup>4</sup> Mer om det i avsnitt 3.3.1 Marknadsvärde.

<sup>5</sup> Graham Black, *Transforming museums in the twenty-first Century*, Routledge, 2012, s. 8-9, även Graham Black, (red.) *Museums and the Challenge of Change: Old Institutions in a New World*, Routledge, 2021.

och reflektera”.<sup>6</sup> Den grundläggande frågan för verksamheten är då inte de traditionella ’vad handlar museet om’ eller ’vad vill vi säga’, utan ’vem är verksamheten för’ och ’vad vill vi betyda’. För att kunna vara relevanta för de som bäst behöver tillgång till vad som ibland kallas ’kulturellt kapital’ måste museer skapa längre relationer.<sup>7</sup> Det är först när användare återkommer och börjar se museet och de samlingar det har som en resurs för sina egna intressen som verkligt värde uppstår. För att skapa relationer till invånare som inte är vana vid att känna sig hemma på ett museum måste museet möta dem där de lever och rör sig.

För att bidra med det värde som är unikt för just museer måste hela tiden samlingarna och föremålen stå i fokus, menar Black. Andra offentliga institutioner kan bidra med andra sociala värden. Museets unika sociala bidrag utvecklas i relation till dess samlingar.<sup>8</sup>

Museers värde består förutom i deras förvaltande uppdrag i att de är offentliga institutioner dit alla har tillträde (mot en viss avgift) och där besökarna inte blir bedömda eller värderade.<sup>9</sup> Här spelar det roll vad museerna kallar dem de har värde för, är de publik, besökare, användare eller medskapare? Det är på ett plan bara ord, men samtidigt innehåller de olika orden olika slags föreställningar om de människor som gör bruk av museerna.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup> Black, 2012, s. 11.

<sup>7</sup> Mer om detta i avsnitt 3.4.1 Kulturellt kapital.

<sup>8</sup> Black, 2012, Black 2021.

<sup>9</sup> Barrett, Jennifer *Museums and the public sphere*, Wiley-Blackwood, 2021. Jennie Sievenbring, 2020. *Att öppna dörrar och bygga broar: Kulturens plats för en mer Jämlig Stad*, Göteborgs Stad Kulturförvaltningen, Rapport 2020:2.

<sup>10</sup> Klas Grinell, "Challenging normality: Museums in/as public space" i Annette Stott, Per Rekdal (red.) *Museums and truth*, Cambridge Scholars, 2014.

### 3.1.2 Effektområden

De studier som genomförts visar entydigt på att museer har högt samhällsvärde.<sup>11</sup> Samtidigt finns inget vedertaget sätt att mäta och belägga museernas betydelse och effekter. The American Association of Museums har tagit fram ett mycket ambitiöst program för att kunna mäta museernas effekter. White Oaks Institute samlar data om USA:s museer utifrån 1 025 indikatorer grupperade efter 14 effektområden:

breddat deltagande,  
kulturarvsbevarande,  
stärkt socialt kapital,  
ökad offentlig kunskap,  
stöd till utbildningssektorn,  
främjad social förändring,  
förmedlad offentlig identitet,  
bidrag till ekonomin,  
tillhandahållande av samhällstjänster till företag,  
möjliggörande av personlig utveckling,  
erbjudet personligt andrum,  
välkomnande fritidsaktiviteter,  
utvecklad museiverksamhet,  
byggt museikapital.<sup>12</sup>

Som i många fall landar även detta väldigt breda infång i att varje enskilt museum själva måste bestämma sina egna indikatorer och nyckeltal (*key performance indicators*), samla in data om dessa och jämföra dem över tid och mot andra liknande verksamheter. Men som vi ska se är huvudfrågan vilka nyckeltal som har *validitet* (att det mäter det man vill mäta) och *reliabilitet* (att mätvärdet är tillförlitligt).

Liksom när det handlar om effektområden visar det sig finnas många olika dimensioner av museivärde. Bedömningen av ett museums värde är alltid kopplad till måluppfyllelse och kan därmed inte bestämmas annat än utifrån konkret formulerade uppdrag och mål. Det har i sin tur att göra med att allt utom egenvärden i någon mån är funktionella. Under den senaste

<sup>11</sup> Se kapitel 3.2.

<sup>12</sup> John W. Jacobsen, *Measuring Museum Impact and Performance: Theory and Practice*; Rowman & Littlefield, 2016, s. 34.

femårsperioden har många till exempel engagerat sig för värdet av medie- och informationskunskap och vikten av trovärdig information, vilket ger en delvis ny ingång till museers värde.<sup>13</sup>

Att det kan vara svårt att exakt mäta och belägga effekterna och värdet av museiverksamheter talar inte mot deras värde. De museer som har tydliga uppdrag och mål har lättare att sätta nyckeltal och formulera indikatorer för att utvärdera verksamhetens effekter.

### 3.1.3 Det samhällsekonomiska värdet av tillit

”Trovärdighet och förtroende är framtidens guld. I en värld där det blir allt svårare att avgöra vilken information som är sann och vilken som är designad för att skapa konflikt och oro blir förmågan att väcka tillit oerhört viktig och värdefull. Museerna har den förmågan. Det gör oss attraktiva att samverka med, men det gör oss framför allt angelägna och intressanta för vår publik.”

14

Den svenska allmänheten har mycket högt förtroende för museer. Enligt SOM-undersökningen 2021 är det av offentliga institutioner bara sjukvården som åtnjuter högre förtroende. Som Sveriges museers ordförande Niklas Cserhalmi säger i citatet ovan gör det museerna till viktiga samhällsaktörer. Det ger dem också ett värde för andra. Det är därmed viktigt för museerna att vårda detta värde.<sup>15</sup> Däremot är det ytterst svårt att sätta ett numeriskt värde på en samhällstjänst som offentlig tillit. Enligt en rapport från US-amerikanska National Bureau of Economic Research (NBER) utgjorde socialt kapital, som de främst uttolkar i termer av tillit, drygt 50 % av Sveriges samlade rikedom år 2010. Det är nästan dubbelt så högt som medeltalet i OECD. NBER utgår från att rikedom består av tillgångar som utgörs av såväl byggnader, naturresurser, företag, institutioner, idéer och annat som genererar ekonomiska fördelar. Tillit är alltså en central nationell tillgång. Sveriges mycket höga sociala tillit ger

<sup>13</sup> <https://www.statensmedierad.se/mik-sveriges-kunskapsbank/sok-i-mik-sveriges-kunskapsbank>

<sup>14</sup> Niklas Cserhalmi, "Förord" i *Förtroende, javisst: En rapport om museernas förtroendeskapande och politiskt engagemang*, Sveriges museer, 2022, s. 4.

<sup>15</sup> *Förtroende, javisst: En rapport om museernas förtroendeskapande och politiskt engagemang*, Sveriges museer, 2022.

samma slags fördelar gentemot jämförbara OECD-länder som en 20 % högre BNP per capita skulle gjort.<sup>16</sup>

Det går inte att finna några tydliga data för hur viktiga museer är för den sociala tilliten. År 2021 uppgick Sveriges BNP till 5 440 miljarder kronor.<sup>17</sup> Om den sociala tilliten är värd lika mycket som 20% av BNP är värdet alltså ungefär 1 000 miljarder kronor. Om vi rent hypotetiskt säger att museerna bidrar med 1% av detta värde så skulle värdet bara av den sociala tillit de skapar motsvara 10 miljarder kronor, eller 950 kronor per capita. De totala offentliga museianslagen var omkring 4.7 miljarder (dvs ungefär 450 kronor per invånare). Om man bara ser till tillit är den sociala avkastningen (SROI) av museianslagen enligt detta räkneexempel över 100%.

Som Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågors rapport *Utanförskap och unga* visar har en strukturerad fritid positiva effekter på barns och ungas fysiska och psykiska hälsa. För varje ung person som genom att vinna social tillit undviker att hamna i permanent utanförskap och kriminalitet sparar samhället 23 miljoner kronor.<sup>18</sup> Skola, föreningsliv, fritidsgårdar, bibliotek, museer och andra offentliga institutioner har alla ansvar för att skapa en meningsfull och utvecklande fritid som kan fånga upp dem som inte finner sin plats i skola eller idrottsliv. Samtidigt lyfter rapporten fram föräldrarnas centrala roll och vikten av att därför stärka föräldrarnas möjlighet att ge barn och unga tillgång till konstruktiva livsval.<sup>19</sup> Museer är viktiga platser där föräldrar och barn tillsammans kan finna sådana möjligheter.<sup>20</sup>

Även här påpekas att det saknas data för att visa den mer exakta effekten av enskilda insatser. Ingen insats passar alla – ju bredare utbud av meningsfulla och utvecklande aktiviteter barn och unga får möta, desto större är chansen att var och en hittar något som ger dem kraft att välja en livsväg som leder in i samhället snarare än till utanförskap, missbruk eller kriminalitet. Det finns miljarder att spara på att arbeta preventivt – och givet museernas förmåga att skapa välbefinnande och tillit hos barn, ung och föräldrar pekar allt mot höga SROI-tal för investeringar i museiverksamhet som når dessa grupper. I tider av kris blir samhälls tillit extra viktig. Museer är kunskapsinstitutioner som genom sin trovärdighet därmed också har en

<sup>16</sup> Kirk Hamilton, John F. Helliwell & Michael Woolcock, *NBER working paper series social capital, trust and well-being in the evaluation of wealth*, National Bureau of Economic Research, 2016.

<sup>17</sup> <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/samhallets-ekonomi/bnp-i-sverige>

<sup>18</sup> Ingvar Nilsson & Eva Nilsson Lundmark, *Utanförskap och unga: En socioekonomisk analys av värdet av främjande öppen fritidsverksamhet för unga*, MUCF, 2022, s. 22.

<sup>19</sup> Nilsson & Nilsson Lundmark, *Utanförskap och unga*, s. 80.

<sup>20</sup> I John Falks studier motiverar många det höga värdet de tillskriver museibesök med att det ger dem möjlighet att vara goda föräldrar, Falk, *The value of museums*, s.

funktion i civilförsvaret.<sup>21</sup> Museers värde framträder också i att de ofta blir föremål för angrepp av dem som vill omstörta eller skada samhället.<sup>22</sup>

### 3.1.4 Museer och lokal utveckling

2019 lanserade OECD och ICOM som nämnts ovan en gemensamt framtagen guide om hur museer kan fungera som motorer för lokal utveckling. Som ett led i OECDs ökade värdering av kultur öppnade de också ett särskilt kontor för kulturfrågor, i Venedig. Guiden med titeln *Culture and local development* utgår från studier som visar att museer är viktiga beståndsdelar i skapandet av såväl attraktionskraft som livskvalitet i det lokala. OECD utgår från att välbefinnande, kreativitet och social sammanhållning är grundförutsättningar för en god ekonomisk utveckling, som i sin tur är ett medel för att erbjuda medborgarna ett gott liv.<sup>23</sup>

I OECDs arbete med att stödja ekonomisk tillväxt har kultur gått från att betraktas som en del av avgränsade turism, underhållnings- och nöjesindustrier till att förstås som ett betydelsefullt fundament för det sociala och mänskliga kapital som skapar ekonomisk utveckling och förutsättningar för mänskligt välbefinnande.<sup>24</sup>

Museerna framställs i sin tur som centrala offentliga institutioner där människor kan utveckla hemhörighet och engagemang, och utforska lokala sätt att leva som kanske glömts bort i moderniseringens tid.

Museisamlingar omtalas som resurser för att förstå en plats specifika förutsättningar, tillgångar och utmaningar. De kan till exempel inspirera återskapandet av bortglömda, hållbara hantverk och resurser.

Museers lokala värde realiserar också i verksamhet riktad till fångar för att öppna en väg tillbaks in i samhället som kombinerar utvecklandet av samhällskompetenser med en djupare känsla av tillhörighet och tillit. I guiden görs dock inte några monetära uppskattningar av museers värde för lokal utveckling.<sup>25</sup> Däremot i OECDs rapport *The Culture Fix* från 2022 redovisas tematiskt resultat från hundratals studier och rapporter som entydigt visar på kulturens betydelse för hälsa, livskvalitet och välbefinnande. Slutsatsen av OECD omvärdering av kulturens värde är tydlig: Kultur är ingen avgränsad ekonomisk bransch, det är ett av det goda samhällets fundament.<sup>26</sup>

<sup>21</sup> Klas Grinell, "Museer för samhällsskydd och källtillit" Utställningsetetiskt forum, 2019,

<sup>22</sup> Klas Grinell, "Cultural heritage, borders, and reconciliation" i Mikael Löfgren (red.) *Heritage, Conflict, Dialogue in Belarus and Sweden*, Nätverkstan Kultur, 2022.

<sup>23</sup> <https://www.oecd.org/wise/measuring-well-being-and-progress.htm>

<sup>24</sup> [https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/culture-and-local-development-maximising-the-impact\\_9a855be5-en](https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/culture-and-local-development-maximising-the-impact_9a855be5-en)

<sup>25</sup> [https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/culture-and-local-development-maximising-the-impact\\_9a855be5-en](https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/culture-and-local-development-maximising-the-impact_9a855be5-en)

<sup>26</sup> <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/991bb520-en.pdf?expires=1673431010&id=id&accname=quest&checksum=0CDB92597E51CEE4730960A18617D586>

## 3.2 Olika slags ekonomiska värden hos museer

### 3.2.1 Marknadsvärde

En första fråga är vad av museerna som ska tillskrivas ekonomiska värden. Betraktade som ekonomiska verksamheter framstår museernas samlingar som det allra tydligaste ekonomiska värdet. Det reser frågan om det är önskvärt eller ens möjligt att fastslå och redovisa det monetära värdet av ett museums samlingar. Det är en fråga som diskuterats flitigt, och hade sina förespråkare under 1990-talet. Samtidigt är museerna ofta inte ens juridiska ägare av de föremål de förvaltar. Även i de fall de faktiskt är det säger internationella museiregler att de är att betrakta som förvaltare av konst- och kulturföremål, och därmed endast ska redovisa kostnader och möjliga värden som själva förvaltandet genererar.<sup>27</sup>

Svårigheten med att redovisa kulturarvets värde har illustrerats av vad det skulle innebära om Egypten började föra in värdet av landets kulturarv i sina statsfinanser. Enligt uppskattningar av Hassan Ouda kan Egypten sägas inneha två tredjedelar av världens samlade kulturarvskapital. Vilket, om de inkluderades som statliga tillgångar, skulle göra att Egypten framstod som världens kanske rikaste land. Det förefaller inte rimligt. Värdet av kulturarvet är inte av det slaget att det kan ses som nationalekonomiskt kapital.<sup>28</sup> På samma sätt är det mycket svårt att beräkna värdet av en museisamling. Det har till exempel uppskattats att det skulle ta brittiska National Portrait Gallery 27 årsverken att gå igenom och värdera sin samling av ungefär 97 000 tavlor. Värdet skulle också förändras av själva värderingen. Om alla världens konstsamlingar dessutom skulle göras realiserbara skulle hela konstmarknaden kollapsa och de marknadsmässiga värdena förändras i grunden.<sup>29</sup>

Dessutom har världens museisamlingar till betydande del kommit till genom donationer från människor som förutom att stärka sin position som filantroper velat bidra till samhällets bästa. Att donera samlingar eller medel till ett museum har under hela den moderna epoken utgått från en mer eller mindre uttalad vilja att konsten och kulturen ska vara öppet tillgänglig för allmänheten. Att idag realisera värdet av de samlingar som på detta sätt byggts av filantropiska ambitioner vore att svika donatorernas intentioner – och i många fall också gå emot uttalade villkor.<sup>30</sup>

<sup>27</sup> Sheila Ellwood, "Accounting for what we treasure: economic valuation of public heritage." i Angela M. Labrador & Neil Asher Silberman (red.) *The Oxford Handbook of Public Heritage Theory and Practice*, Oxford University Press, 2018.

<sup>28</sup> Hassan A.G. Ouda, "Towards a Practical Accounting Approach for Heritage Assets: An Alternative Reporting Model for the NPM Practices", *Research Journal of Finance and Accounting* 2:2, 2014.

<sup>29</sup> Ellwood, "Accounting for what we treasure".

<sup>30</sup> Paul van der Grijp, "The sacred gift: Donations from private collectors to public museums" *Museum Anthropology Review*, 8:1, 2014, Thomas Adam, *Buying respectability: Philanthropy and urban society in transnational perspective, 1840s to 1930s*, Indiana University Press, 2009.

Enligt internationella och nationella regler och lagar ska och får museer dessutom endast beakta ”egendomens kulturhistoriska och vetenskapliga värde ur ett långsiktigt perspektiv”.<sup>31</sup> Om detta värde anses begränsat kan föremålet genom gåva överlåtas till annan offentlig verksamhet, eller om detta inte är möjligt destrueras. Ett eventuellt penningvärde ska alltså inte beaktas och kan inte heller realiseras. Kulturavet i stort och därmed även museisamlingar betraktas därför som en resurs en institution förvaltar. Deras samhällsvärde är därmed kopplat till just förvaltandet.

### 3.2.2 Museers bidrag till den lokala ekonomin

Det finns många olika sätt att beräkna specifika verksamheters bidrag till den lokala ekonomin. Museer bidrar med direkta och indirekta arbetstillfällen. Dessutom bidrar de till en Orts besöksnäring genom att öka dess attraktionskraft och att museibesökare reser, äter, handlar och övernattar. Genom bidraget av konst, kultur och kreativitet är museer också del i att skapa det Pier Luigi Sacco kallat innovativa systemövergripande kulturella områden. Den slags bidrag är dock svårbelagda. Forskningsfältet kultur och kreativa näringar (KKN) har sökt förklaringar på de positiva sambanden på samhällsnivå mellan innovation och deltagande i kulturella aktiviteter.<sup>32</sup>

Nästan hälften av alla turistbesökare till Berlin anger museer som ett mycket viktigt besöksskäl. Museibesökarna stannar också nästan dubbelt så länge i staden som genomsnittsbesökaren och genererar därmed mer inkomster till hotell, restauranger och annan näringsverksamhet.<sup>33</sup>

Innan pandemin tog Berlin emot runt 14 miljoner turister. En genomsnittlig turist spenderade kring 2 000 kronor/dag. De 48% som kom för att (bland annat) besöka museer stannade i snitt 4 dagar i staden. Det innebär att de på årsbasis tillförde 53 miljarder kronor till den lokala ekonomin.<sup>34</sup>

National Museums Liverpool har utvecklat metoder och mått för att följa sin ekonomiska och sociala påverkan på närområdet. 2016 räknade man sitt bidrag till den lokala ekonomin till 700 miljoner kronor och 1200

<sup>31</sup> Förordning om statliga museers förfoganden över museiföremål, (2017:564).

<sup>32</sup> Pier Luigi Sacco, *Kultur 3.0: Konst, delaktighet, utveckling*, Nätverkstans skriftserie, 2013.

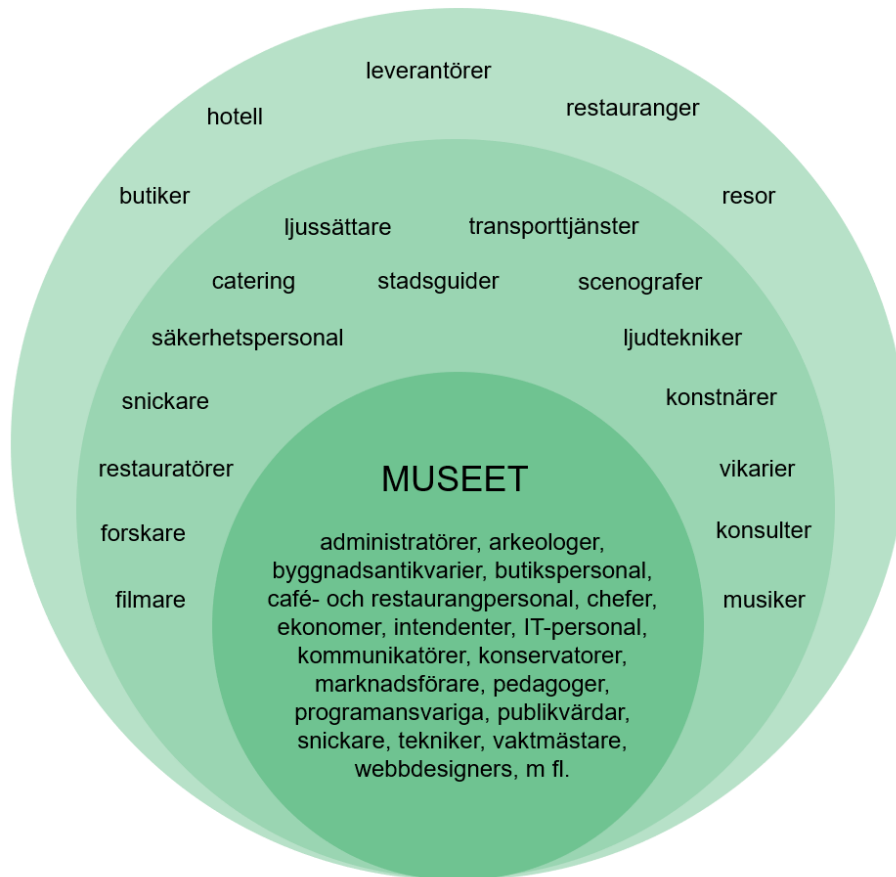
<sup>33</sup> <https://about.visitberlin.de/presse/pressemitteilungen/mehr-als-70-prozent-der-museumsbesucher-sind-touristen>

<sup>34</sup> Uträkningen är min, baserad på uppgifter från <https://about.visitberlin.de/presse/pressemitteilungen/berlin-braucht-seine-gaeste-gemeinsame-aktion-der-berliner>



arbetstillfällen, vid sidan av välbefinnande till ett värde av 1,7 miljarder kronor.<sup>35</sup>

Denna slags bidrag till den lokala ekonomin kan åskådliggöras i nedanstående modell där den inre ringen är själva museet, mellannivån utgörs av de tjänster museet köper och den yttre nivån är de omkringliggande branscher som direkt gynnas av museernas verksamhet.



Figur anpassad från *The Culture fix*, s. 146.

### 3.2.3 Bruksvärde och icke-bruksvärde

Vad gäller museernas ekonomiska samhällsvärde går en grundläggande distinktion mellan *bruksvärde* och så kallat *icke-bruksvärde*.<sup>36</sup> Den värdeskillnad man försöker fånga kan också uttryckas som en skillnad mellan *aktivt* och *passivt bruksvärde*. Det passiva, icke-bruksvärdet är ett sätt att försöka visa hur även de som aldrig tar del av en institution eller

<sup>35</sup> <https://www.liverpoolmuseums.org.uk/special-report-making-difference>

<sup>36</sup> John Armbricht, *The value of cultural institutions: Measurement and description*, PhD-thesis, Göteborgs universitet, 2012.

tjänst fortfarande kan tycka att den är värdefull och uttrycka en vilja att betala för att den ska finnas. Detta icke-bruksvärde består inte sällan av ett *optionsvärde*, det vill säga värdet av att man någon gång i framtiden kan välja att bruka en kulturinstitution. Det kan handla om ett rent *existensvärde*, vilket betecknar något människor tycker ska finnas i ett samhälle oavsett att de själva inte 'brukar' eller ens skulle vilja bruka det i framtiden. Existensvärdet förklaras ibland med att folk tillskriver institutionen i fråga ett *egenvärde*. Det kan också handla om *altruistiskt värde*, vilket innebär att människor är beredda att betala för att det specifika kulturarvet ska finnas tillgängligt för andra utanför ens egen grupp att ta del av.

Besläktat till detta är vad man brukar kalla *testamentesvärde* (*bequest value*), som är det värde som ligger i att institutionen bevaras till kommande generationer, och det eventuella värde de kan komma att finna i det.<sup>37</sup>

De ledande svenska experterna på området, John Armbrrecht och Tommy Andersson, beräknade i en studie från 2010 bruksvärdet i Västra Götalandsregionen av Nordiska akvarellmuseet i Skärhamn på Tjörn till 54 miljoner kronor, och icke-bruksvärdet till 203 miljoner (bestående av 38 miljoner existensvärde, 90 miljoner optionsvärde och 71 miljoner testamentesvärde). De faktiska anslagen till museet var knappt 12 miljoner, vilket alltså skapade 22 gånger så stort socioekonomiskt värde.<sup>38</sup>

Alla dessa olika värden är fortfarande bara individuella värden i så måtto att de försöker fånga vad enskilda individer framför allt som konsument värdesätter. Dessa värden kan sedan omvandlas till samhällliga vinster och besparingar. Däremot kan denna i grunden ekonomiska värdemodell inte riktigt ta i akt medborgarskap, samhällsansvar och andra kollektiva värden.<sup>39</sup>

### 3.3 Den sociala konstruktionen av värde

Klassisk ekonomi fokuserar på utbytet av varor och tjänster. Mycket av det som skapat förutsättningarna för ett varuutbyte har utelämnats ur modeller och kalkyler. Tillit, aktivt medborgarskap, en välmående natur och en rad andra grundläggande förutsättningar har alltför länge hamnat utanför en

<sup>37</sup> Luigi Corvo, Lavinia Pastore, Marco Mastrodascio & Denita Cepiku, "The social return on investment model: a systematic literature review" *Meditari Accountancy Research*, 30:7, 2022, s. 64-65.

<sup>38</sup> John Armbrrecht & Tommy D. Andersson, *En studie av samhällsekonomi kring Nordiska Akvarellmuseet*, Handelshögskolan Göteborg, 2010.

<sup>39</sup> Jody Evans, Kerrie Bridson and Joanna Minkiewicz, *Demonstrating Impact – Four Case Studies of Public Art Museums*, Melbourne Business School, 2013, och Alessandro Bollo, *Report 3 – Measuring Museum Impacts*, The Learning Museum Network Project, 2013

BNP-fokuserad nationalekonomi.<sup>40</sup> Vad som tillskrivs värde skiftar från samhälle till samhälle, 'värde' är alltid vad man brukar kalla en social konstruktion. Det betyder att inget har något inneboende och av alla olika sammanhang oberoende värde. Ett uttalat värde är alltid resultatet av någons aktiva värdering av företeelsen i fråga. Frågan om kulturens och konstens värde är extra komplicerad eftersom kulturen, historien och konsten ger oss grundläggande upplevelser och föreställningar som bidrar till vår förmåga att värdera dem. Kultur och konst bidrar positivt till vår förmåga att själva värdera vad som bidrar till vårt välbefinnande. Att räkna med bruks och icke-bruksvärden riskerar att framställa värden som något befintligt och permanent, snarare än dynamiskt.<sup>41</sup>

### 3.3.1 Kulturellt kapital

Ett sätt att tala om de bredare samhällsvärdena av museer är genom föreställningen om ett individuellt kulturellt kapital som också omsätts i ett socialt kapital. Kulturellt kapital är ett sätt att försöka beskriva de förmågor och symboliska tillgångar som tillåter vissa människor och grupper att definiera vad som är värdefullt och inte. Det är besläktat med bildningens värde. Inom forskningen om kulturens värde finns en inflytelserik användning av begreppet kulturellt kapital som är mer krasst ekonomisk än den vanligare och mer sociologiska förståelsen som angavs ovan. David Throsby talar i klassikern *Economics and Culture* från 2001 om kulturellt kapital som en individuell tillgång som vi tillskansar oss för att likt annat kapital kunna använda för investeringar någon gång i framtiden.<sup>42</sup>

I en sociologisk förståelse består kulturellt kapital av kunskaper, erfarenheter, referenser och sätten att tala och värdera saker. Tillgången till kulturellt kapital är samtidigt nära kopplat till såväl ekonomiskt som socialt kapital. Etablerade grupper tenderar att bevaka sitt kulturella kapital genom att till exempel omvärdera vad som är god smak för att fortsätta exkludera dem som försöker ta sig in. Museer är traditionellt sett uttryck för vad som utgör kulturellt kapital och god smak i samhället. God smak har mindre med konstnärliga kvaliteteter än med sociala hierarkier att göra. Museers värde har utifrån en sådan förståelse bestått i att upprätthålla rådande tolkningar av smak och kvalitet.<sup>43</sup>

### 3.3.2 Socialt kapital

Socialt kapital är ett sätt att försöka uttrycka värden som gör att samhället fungerar. Socialt kapital är det som skapar förutsättningar för samverkan och tillit vilket i sin tur ökar avkastningen på investeringar i samhället. Det har beskrivits som summan av formellt och informellt deltagande i

<sup>40</sup> Kate Raworth, *Doughnut economics*.

<sup>41</sup> John D. Carnwath & Alan S. Brown, *Understanding the value and impacts of cultural experiences: A literature review*, ArtsCouncil England, 2014.

<sup>42</sup> David Throsby, *Economics and culture*, Cambridge University Press, 2001. Den sociologiska förståelsen om vems värden som räknas utgår från Pierre Bourdieu, *La Distinction: Critique sociale du jugement*, Les Éditions de Minuit, 1979.

<sup>43</sup> Tony Bennett, *The birth of the museum: History, theory, politics*, Routledge, 1995.

civilsamhället, mellanmännisklig tillit, institutionell tillit och enskilda individers trovärdighet.<sup>44</sup> Flera har argumenterat för kulturens centrala roll i att skapa socialt kapital, liksom för att mängden socialt kapital korrelerar positivt med såväl ekonomisk som demokratisk utveckling.<sup>45</sup> Att avgränsa och beräkna det ekonomiska värdet av socialt kapital kräver som vi såg från OECDs exempel många och svårfångade indikatorer.

---

<sup>44</sup> Carol Scott, "Museums: Impact and Value" *Cultural Trends*, 15:3, 2006, och Johannes Orłowski & Pamela Wicker, "The monetary value of social capital" *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 57, 2015.

<sup>45</sup> Robert D. Putnam, *Bowling alone: The collapse and revival of American community*, Simon & Schuster, 2000, Dan Hull, *Assessing the value and impact of museums*, Northern Ireland Assembly, Research and Library Service, 2011, Evans et al, *Demonstrating Impact*, och Corvo, "The social return on investment model", Alan S. Brown, "An Architecture of Value", *Grantmakers in the Arts Reader* 17:1, 2006, och John D. Carnwath & Alan S. Brown, *Understanding the value and impacts of cultural experiences: A literature review*, Arts Council England, 2014.

## 4 Museers uppdrag och värde enligt svensk museipolitik

Det är i mötet mellan medborgare och museer som ”intressanta saker händer”, säger man i betänkandet från den museiutredning som arbetade 1993-1994.<sup>46</sup> Så mycket närmare en diskussion museers värde kommer inte den utredningen. Utredarna frågar sig vilken ”nytta och glädje” det kan ge medborgarna att museer samlar föremål, och konstaterar att det behövs en definition av museiuppdraget för att kunna avgöra om museerna fyller sin samhällsroll. Till den internationellt etablerade definitionen vill utredningen lägga meningen: ”Museets syfte är bildning för medborgarna”.<sup>47</sup> Utredningen slår fast att ”Kunskap är till både glädje och nytta, men har ett egenvärde helt oberoende av användning”.<sup>48</sup>

Liksom i kulturpolitiken i stort ställs nytta och egenvärde i motsats till varandra, utan att endera begreppet definieras eller förklaras. Vi kan kanske översätta det till att människor uppnår välbefinnande i lärande och kunskap, oavsett om de har praktisk användning eller ekonomisk nytta av kunskaperna. Utifrån den här rapportens perspektiv kan även de värden som brukar försvaras med termen egenvärde beläggas i individuellt och samhälleligt välbefinnande, och det socioekonomiska värdet kan också uttryckas i monetära termer.

Som ett resultat av en snävare avgränsning återfinns det som handlar om ekonomi i museibetänkandet från 1994 under rubriken ”Vad kostar museiväsendet?”. Begreppet värde relaterar istället till ord som ”kvalitet” och ”uppskattning” och den mest konkreta bestämning av museernas värde man kommer till är att konstatera att ”ett antal objektiva och kritiska instanser – som har till särskild uppgift att kritiskt granska – på det stora hela taget ger museerna kraftfullt beröm.”<sup>49</sup>

SOU 2009:15 *Kraftsamling! – museisamverkan ger resultat* handlar framför allt om hur samverkan skulle kunna skapa effektiviseringar, uppnå synergieffekter och administrativ kvalitetshöjning, vilket i sin tur skulle innebära besparingar. Även här ligger fokus på museernas kostnader, och utredaren menar att den offentliga hyresmodellen ”riskerar att snabbt försämra förutsättningarna att bedriva verksamhet med bibehållen kvalitet eftersom den andel av resurserna som går till personal och övrig verksamhet är förhållandevis liten och marginalerna knappa”.<sup>50</sup> Det övergripande intrycket är att ”behovet av resurser ... bedöms av utredningen vara stort i museisektorn”.<sup>51</sup> Förutom ”bibehållen kvalitet”

<sup>46</sup> *Minne och bildning: museernas uppdrag och organisation*, SOU1994:51, s. 19.

<sup>47</sup> SOU1994:51, s. 30.

<sup>48</sup> SOU1994:51, s. 24.

<sup>49</sup> SOU1994:51, s. 35.

<sup>50</sup> SOU 2009:15 *Kraftsamling! – museisamverkan ger resultat*, s. 21.

<sup>51</sup> SOU 2009:15, s. 74.

förklaras inte vilka samhällsekonomiska värden dessa ökade resurser skulle kunna resultera i.

Samtidigt finns outtalade argument kring värde, till exempel i utredningens förslag att utpeka också samlingar som förvaltas av andra än staten som av särskilt nationellt värde. Förslaget utgår från Storbritanniens system med *designated national collections*. ”Värdet av att svara för en unik samling eller ta på sig en ledande roll inom ett ämnesområde uppmärksammas i dag inte”.<sup>52</sup> För lokala aktörer som till exempel Göteborgs museer skulle en sådan utnämning, även om den inte är kopplad till ekonomiska bidrag, ge andra möjligheter att påvisa sitt nationella värde.

Inte heller i den senaste museiutredningen från 2014/2015 är begreppen värde eller nytta aktiva. Samtidigt konstateras att den museipolitiska styrningsmodellen har ”stora svårigheter att påvisa och beskriva de kvalitativa effekterna och därför blir det allt vanligare med kvantitativa uppgifter om olika faktorer som faktiskt är mätbara”.<sup>53</sup> För att tydliggöra det nationella museiuppdraget föreslog utredningen den museilag som också instiftades 2017.

Inte heller denna utredning har något att säga om det möjliga samhällsekonomiska värdet av en effektivare museipolitik.<sup>54</sup> ”Ur ett förvaltningsperspektiv kan kulturarvens värden och därmed museernas samlingar delas in i samlingar med kunskapsvärde, upplevelsevärde, bruksvärde och existensvärde”.<sup>55</sup> Det samhällsekonomiska värdet av museernas främjande av demokrati och hållbarhet försvinner här in som en obestämmd del av museisamlingarnas bruksvärde. Kulturarvens existensvärde är ett värde som finns oberoende av att ingen kan göra ”anspråk på att kunna definiera deras konkreta nytta i framtiden”.<sup>56</sup>

Genom de olika museiutredningarna framkommer ändå att det i svensk museiförvaltning har blivit alltmer etablerat att uttrycka värde i termer av effekter och nytta, utan att det för den skull utvecklats några tydliga modeller för hur dessa ska beläggas. I flera utredningar har det konstaterats att ”frågor om uppföljning och utvärdering behövde ägnas större uppmärksamhet i framtiden, inte minst när det gällde hur man kunde fånga in kvalitativa förhållanden och långsiktiga effekter”.<sup>57</sup> Bristen på tillräcklig statistik och uppföljning är närmast universell i diskussioner om museers samhällsvärde.

---

<sup>52</sup> SOU 2009:15, avsnitt 5.9, s. 151.

<sup>53</sup> SOU 2015:89, s. 222.

<sup>54</sup> SOU 2015:89, s. 271.

<sup>55</sup> SOU 2015:89, s. 236.

<sup>56</sup> SOU 2015:89, s. 236.

<sup>57</sup> SOU 2015:89, s. 205.

## 4.1 Värdet av välbefinnande

Ett av de mest genomarbetade argumenten för museers värde har nyligen presenterats av den ledande museiforskaren John Falk i boken *The value of museums*. Under de 50 år som Falk varit aktiv som museiforskare har den data om museibesök som ackumulerats varit förvånansvärt konstant. Museernas funktion och värde har trots stora samhällsförändringar bestått. Däremot har förklaringarna av varför besökare uppskattar och litar till museer förändrats.

Falk menar att alla de olika slags värden som olika forskningsinriktningar försökt bestämma, beräkna och belägga (och som presenterats ovan) i grunden handlar om människors välbefinnande. Att uppnå välbefinnande är vår allra mest basala strävan i livet. Falk, som förutom i pedagogik också disputerat i ekologi, hämtar argument för sin tes i evolutionsbiologin. Välbefinnande är enligt honom en biologisk process: allt levande strävar i varje enskild handling efter att nå ett tillstånd av balans (homeostas) och välbefinnande.<sup>58</sup>

Välbefinnande är det mest grundläggande evolutionära värdet. Det värderas av allt levande, oberoende av pengaekonomier eller samhällssystem. Men, i vår värld är det ett faktum att de som har pengar övertygas bäst av argument som hänvisar till pengar. Därför är det enligt Falk nödvändigt att kunna förklara museernas bidrag till välbefinnandet i samhället i monetära termer.

Graden av välbefinnande kan bara mätas hos besökarna. Eftersom alla människor ständigt försöker förbättra sina möjligheter i livet söker de sig till upplevelser som inte bara roar i stunden, utan som upplevs som meningsfulla. Enligt Falk är det våra känslor som i stunden ger olika alternativ ett värde, som i sin tur avgör vad vi väljer. Det gäller lika för muränor, makaker och museibesökare. Ju mer känslomässigt berörda man blir, desto rikare blir minnet av upplevelsen och därmed också dess påverkan på längre sikt.<sup>59</sup>

Människor har alltid förväntningar och mål, och det värde någon finner i en upplevelse avgörs till stor del av om hen kan uppfylla sin egen agenda och få sina behov tillfredsställda. Ett grundläggande mänskligt behov består i att förstå sig själv och sin plats i världen för att kunna skapa sig en reflekterad förståelse av sin sociala och kulturella tillhörighet, skriver

<sup>58</sup> John H. Falk, *The Value of Museums: Enhancing Societal Well-Being*, Rowman & Littlefield, 2022, s. xii.

<sup>59</sup> Falk, *The value of museums*, s. 22-26.

Falk.<sup>60</sup> På germanska språk fångas det Falk omnämner som livslångt lärande än bättre av begreppet bildning.<sup>61</sup> Det är en grundläggande aspekt av att trygga sitt långsiktiga välbefinnande och något som människor alltså är biologiskt kodade att söka.

Välbefinnandet kan enligt Falk kategoriseras som endera fysiskt, socialt, intellektuellt eller personligt. Till skillnad från Abraham Maslows berömda behovshierarki pekar nyare forskning snarare på att våra grundläggande behov alla är i spel i varje livssituation. De som kämpar med att uppnå hälsa och fysiskt välbefinnande har samma behov av bildning och självförverkligande, det vill säga av intellektuellt och personligt välbefinnande, som de med bättre välfärd. De olika behoven är ömsesidigt beroende snarare än steg i en trappa. Museer ska därför inte bara vara för de med välordnade liv. Även för dem med lågt fysiskt och socialt välbefinnande är intellektuellt och personligt välbefinnande viktigt. Genom att vara offentliga institutioner som inte bedömer människor erbjuder museer viktiga vägar till socialt välbefinnande.<sup>62</sup> Ett intressant delresultat från Falks studie är att besökare från mer utsatta levnadsförhållanden värderar värdet av museibesök högre än medianbesökaren. Ju bättre museerna når dessa grupper, desto högre blir välbefinnandevärdet.<sup>63</sup>

Att ha möjlighet att göra en egen agenda och genomföra den verkar vara förknippat med stark känslomässig tillfredsställelse. Att museer är öppna för besökarnas egna val och meningsskapande är därmed en av deras viktigaste kvaliteter. De kan då erbjuda möjligheter till egenmakt även till dem som i många andra livsaspekter mest tvingas reagera på andras agendor. Museer har värde när de låter varje besökare tillfredsställa sina behov av välbefinnande, snarare än när de uppnår en egen agenda.<sup>64</sup>

## 4.2 Att belägga och beräkna värdet av välbefinnande

Värdet av ett museum uppstår där besökarnas agenda överlappar med museets utbud. Men för att kunna belägga och beräkna detta värde gäller det att hitta ett mått som faktiskt mäter just välbefinnande och inte stannar vid löst kopplade indikatorer. Eftersom välbefinnandet är kopplat till vår långsiktiga överlevnadsförmåga realiserar värdet av meningsfulla upplevelser över tid. Även om det är smidigt att mäta effekterna av ett besök på plats har det visat sig vara missvisande, eftersom det som ska beläggas ska ha verkan över tid och kanske inte ens är klart för brukarna i stunden. Värdet av upplevelser mognar fram över tid. Därför måste man

---

<sup>60</sup> Falk, *The value of museums*, s. 25.

<sup>61</sup> Sverker Sörlin, *Till bildningens försvar: den svåra konsten att veta tillsammans*, Natur & Kultur, 2019.

<sup>62</sup> Falk, *The value of museums*, s. 21.

<sup>63</sup> Falk, *The value of museums*, s. 147.

<sup>64</sup> Falk, *The value of museums*, s. 72, se även Ana Mercedes Fernández Dos Reis Díez, "La creación de valor en el museo y la sociomuseología" *Complutum* 26:2, 2015.



enligt Falks 50-åriga erfarenhet vänta minst två till fyra veckor innan man samlar in data för att utvärdera och beräkna värdet av ett museibesök.<sup>65</sup>

Falk är kritisk till användandet av bruks- och icke-bruksvärden. Den slags mätande av potentiell betalningsvilja blir alltför påverkad av vad upplevelsen i fråga brukar kosta. Om ett museibesök brukar kosta tio dollar tenderar folk att uppfatta det som ett slags normalvärde och riktlinje. Men eftersom museientréavgifter nästan alltid är subventionerade ligger den verkliga kostnaden för ett besök ofta två till fem gånger högre än snittpriset. Den dolda subventionen av entréavgifterna leder till att mätningar av betalningsvilja undervärderar vilket värde användarna faktiskt får ut av museer. I marknadsekonomier har folk också lärt sig att likställa pris och värde, varför välbefinnandevärdet av det som är billigt eller gratis undervärderas medan det som är dyrt och exklusivt övervärderas.<sup>66</sup>

För att komma undan dessa svagheter använder Falk det som brukar kallas *split-half*-metod. En slumpvist utvald grupp får uppskatta det monetära värdet av välbefinnanderelaterade systemtjänster (*benefits*). En annan slumpvist utvald grupp får värdera hur mycket välbefinnande ett faktiskt museibesök givit upphov till. För bägge grupperna är det efterfrågade välbefinnandet nedbrutet i personligt, intellektuellt, socialt och fysiskt. För att kunna få ett kvalitativt mått frågas också hur länge välbefinnandeeffekterna varat – någon timme, någon dag, en vecka eller längre.<sup>67</sup>

I Falks studie visar sig personliga och sociala välbefinnandeeffekter i genomsnitt ha verkan i en vecka, medan intellektuella och fysiska välbefinnandeeffekter varat drygt en dag. Detta är i relation till många andra kulturupplevelser längre än vanligt. När värdena från de två olika gruppernas svar i en studie i Finland sammanställdes visade sig ett genomsnittligt museibesök generera ett värde av över 864 euro, det vill säga mer än 50 gånger inträdespriset.<sup>68</sup>

De värden som Falks studie genererat kan också till exempel multipliceras med antalet besökare per år och genom att ställas mot institutionernas årsbudget ge ett SROI-värde (*social return on investment*). För de åtta finska institutioner Falk studerat var SROI utifrån detta beräkningssätt 2 917%.<sup>69</sup> I affärssammanhang brukar ett ROI på tio procent räcka för att få finansiärer till ett projekt. Skillnaden är naturligtvis att även Falks modell fortfarande handlar om uppskattade värden som inte är direkt realiserbara, medan ett faktiskt ROI ger investeraren verkliga pengar tillbaka.

---

<sup>65</sup> Falk, *The value of museums*, s. 134.

<sup>66</sup> Falk, *The value of museums*, s. 138-139.

<sup>67</sup> Falk, *The value of museums*, s. 140ff. Även John Falk, Nicole Claudio, David Meier, *Measuring the public value of Finnish museum experience*, Institute for learning innovation, 2023.

<sup>68</sup> Falk et al, *Measuring the public value of Finnish museum experience*, s. 16, Falk, *The value of museums*, s. 143.

<sup>69</sup> Falk et al, *Measuring the public value of Finnish museum experience*, s. 17.

Förutom att visa hur man kan ta fram faktiska siffror på det välbefinnandevärde ett museum genererar menar Falk att hans modell tydliggör att museers viktigaste uppgift är att generera välbefinnande i samhället. Och som sagt: bara besökarna kan avgöra om museet uppfyller denna uppgift. Samtidigt är välbefinnandebidraget högre hos dem där det ingår i museets uppdrag, mål och mission.

Genom att skapa långsiktigt meningsfulla upplevelser som främjar nyfikenhet, mening, bildning och hopp ger museer samhällsekonomiskt betydande bidrag till bättre samhällen.

## 5 Museer, hälsa och omsorg

Det mest utvecklade och beforskade konkreta välbefinnandevärdet hos museer och kultur generellt finns inom hälsoområdet. Både vad gäller riktade insatser för sjuka, och det förebyggande värdet av att besöka museer, finns tydligt belagda effekter.<sup>70</sup> I stort sett alla befintliga studier visar på tydliga hälsovinster och därmed samhällsekonomiska besparingar av att människor både förebyggande och i behandlingssyfte deltar i kultur generellt och museiaktiviteter specifikt. Inte minst i Storbritannien, Belgien, Nya Zeeland, Australien, Kanada och Japan är olika former av kultur på recept vanliga och framgångsrika.<sup>71</sup> Även här är sambandskedjorna svåra att följa, vilket gör att det ofta snarare handlar om statistiskt belagda samvariationer. Det är knappast möjligt att på den slags behandling göra studier med randomisering, maskering, kontrollgrupper och andra metoder från kliniska prövningar.<sup>72</sup>

När det kommer till exempel till insatser för att komma ur långtidssjukskrivningar visar museiaktiviteter konkreta och mycket goda resultat.<sup>73</sup>

---

<sup>70</sup> Boinkum, B. Konlaan, Lars Olov Bygren., & Sven-Erik Johansson, "Visiting the cinema, concerts, museums or art exhibitions as determinant of survival: A Swedish fourteen-year cohort follow-up", *Scandinavian Journal of Public Health*, 28, 2000, Helen J. Chatterjee & Paul M. Camic, "The health and well-being potential of museums and art galleries", *Arts & Health*, 7:3, 2015, Helen J. Chatterjee & Guy Noble, *Museums, Health and Well-being*, Ashgate, 2013, Linda J. Thomson & Helen J. Chatterjee "Measuring the impact of museum activities on well-being: developing the Museum Well-being Measures Toolkit", *Museum Management and Curatorship*, 30:1, 2015.

<sup>71</sup> Nuala Morse, *The museum as a space of social care*, Routledge, 2021, s. 208.

<sup>72</sup> Lindström Sol, Sofia, Nelhans, Gustaf, Eklund, Johan, Johannisson, Jenny, Blomgren, Roger, "Mapping research on the social impact of the arts: what characterises the field?", *Open Research Europe*, 1: 124, 2022.

<sup>73</sup> Anna Hansen, "Learning to feel well at Jamtli Museum: A case study" *Journal of Adult and Continuing Education* 22:2, 2016.

## 6 Att ta betalt för museer

Till frågan vem som får del av museers värde kopplar frågan om vem som ska bekosta dem. Om värdet framför allt är samhälleligt är det kanske naturligt att tänka sig att det offentliga ska erbjuda museiverksamhet. Om värdet är tydligare individuellt är det kanske rimligt att tänka sig att besökarna själva ska betala vad det kostar? En tredje förekommande modell är att mecenater och sponsorer står för kostnaderna.

Det finns väletablerade ideologiska positioner där den ena polen framhåller att museer ska vara ett alternativ till marknadsekonomi och konsumism och därför menar att museers värde beror av att de är fritt tillgängliga för alla medborgare, utan entréavgifter. Å andra sidan finns de som menar att en verksamhets kvalitet och därmed värde ökar genom att den måste vara en konkurrenskraftig del av marknadsekonomin. Pris ses som en slags ekvivalent för värde. Sponsring och mecenatskap ses oftast som en del av den marknadsekonomiska modellen.<sup>74</sup>

I Sverige låg mecenater bakom inrättandet av ett stort antal museer, framför allt fram till och kring förra sekelskiftet. I samtiden är dock de allra flesta större museer framförallt finansierade genom offentliga medel. Det finns också ett starkt stöd för offentligt finansierade museer hos medborgarna. Inte bara har museer en av de högsta trovärdighetssiffrorna, i en undersökning genomförd i mars 2022 var museer den kulturform flest svenskar ville lägga skattepengar på. Arkiv och litteratur/läsande/språk kom i Novus undersökning på andra respektive tredje plats, men med ganska god marginal efter museerna.<sup>75</sup>

De senaste 30 åren har många tidigare offentliga verksamheter helt eller delvis privatiserats, och även kvarvarande offentliga verksamheter drivs och utvärderas i högre grad utifrån affärsmässiga kriterier. Museer pendlar här mellan att räknas som kunskapsinstitutioner likt bibliotek och arkiv, och besöksmål inom upplevelseindustrin. Museerna själva har tenderat att vilja gå mer åt upplevelsehållet och marknadsför nya utställningar och aktiviteter mer som produkter och upplevelser än som samhällstjänster.<sup>76</sup> Med museilagens inrättande 2017 har museernas kunskapsuppdrag återigen betonats starkare.<sup>77</sup>

Stora, så kallade ”blockbuster”-utställningar har setts som en marknadsekonomisk väg att locka stora besöksskaror och därmed få rejäla intäkter. Men den hollywoodinspirerade blockbustermodellen innehåller svagheter som har lett till att den tappat en del av sin attraktionskraft. Blockbusterns uppdrag att generera intäkter har i flera fall tvingat fram

<sup>74</sup> Doris B. Ash, *Reculturing museums. Embrace conflict, create change*, Routledge, 2022.

<sup>75</sup> Sveriges museer, *Förtroende, javisst!*, s. 15.

<sup>76</sup> Lizette Gradén & Thomas O'Dell, "Hip Heritage and Heritage Pasts: Tensions when re-fashioning museum culture" i Karin M. Ekström, (red.) *Museum marketization: cultural institutions in the neoliberal era*, Routledge, 2020.

<sup>77</sup> Klas Grinell & Anders Högberg, "Lagstadgad kunskap: Om svensk museipolitik och forskning" *Nordisk museologi*, 29:2, 2020.

höga och ibland avskräckande biljettpriser. Många blockbusterförsök har trots påkostad marknadsföring haft svårare än förväntat att nå ut och visat sig bli förlustaffärer. Modellen placerar också museerna i konkurrens med rena eventbolag som kan hyra in sig i andra slags lokaler och inte har kostnaderna av museernas breda uppdrag. Blockbustermodellen riskerar dessutom att ta fokus och trovärdighet från såväl de samlingsvårdande som mer sociala museiuppdragen, och har därför fått tilltagande kritik.<sup>78</sup> Under pandemin visade det sig också hur beroende av inresande besökare modellen varit, vilket också ur klimat- och hållbarhetsperspektiv kan vara problematiskt.<sup>79</sup>

## 6.1 Värdet av fri entré

Inbakad med argumenten för fri entré finns en ofta uttryckt idé om att entréavgifter inte bara handlar om pengar utan i praktiken också är en social tröskel. Ett museum med fri entré välkomnar alla. Ett avgiftsbelagt museum välkomnar bara människor med en viss status och position i samhället, tänker man sig.<sup>80</sup> Men även om studier visar på en samvariation mellan låg inkomst och låg sannolikhet att besöka museer, visar internationella studier att priset väldigt sällan spelar någon avgörande roll för besöksbeslut. Det verkar snarare vara saker som klass, kulturellt kapital, utbildningsnivå och tidsbrist som är de förklarande faktorerna till varför de ekonomiskt mer utsatta inte besöker museer i så hög grad.<sup>81</sup> Ändå menar många förespråkare för socialt engagerade museer att fri entré är en förutsättning för att kunna bli mötesplatser för de mest behövande medborgarna.<sup>82</sup>

I Sverige har de statliga centralmuseerna i två perioder haft fri entré. Statistiken visar att besöksantalet har ökat under dessa perioder. När fri entré återinfördes 2016 ökade antalet besökare till centralmuseerna med 12 procent.<sup>83</sup> Enligt Riksrevisionens granskning uttryckte de berörda museerna att ”arbetet med att nå ut till en ny publik underlättas av fri entré”.<sup>84</sup> Samtidigt menade flera museer att ekonomin urholkades på ett sätt som hade negativ inverkan på verksamheternas kvalitet, trots att de sammantaget kompensades med 80 miljoner kronor. Riksrevisionen konstaterade också att det politiska syftet med fri entré var otydligt, varför det inte heller var lätt att utvärdera vilka effekter det haft. ”Om och i vilken omfattning fri entré också bidragit till att locka nya besökare till dessa

---

<sup>78</sup> Emilia Liu, *Blockbuster exhibitions: The future for Swedish museums?*, MA-thesis, Göteborgs universitet, 2012, och David Dean, *Museum exhibition: Theory and practice*, Routledge, 2015.

<sup>79</sup> Victoria and Albert Museum Annual Report and Accounts 2021-2022, <https://vanda-production-assets.s3.amazonaws.com/2022/07/22/11/22/36/a0c26b56-5b8e-4d97-bda6-e9dd7c182010/VARPT22-220718-accessible.pdf>

<sup>80</sup> Karin M. Ekström, (red.) *Museum marketization: cultural institutions in the neoliberal era*, Routledge, 2020, och Ash, *Reculturing museums*.

<sup>81</sup> Falk, *The value of museums*, Ash, *Reculturing museums*.

<sup>82</sup> Elein Heumann Gurian, *Centering the museum: Writings for the post-covid age*, Routledge, 2021.

<sup>83</sup> *Museer 2019*, Kulturfakta 2020:2, Myndigheten för kulturanalys,

<sup>84</sup> *Fri entré till statliga museer*, RIR 2019:39, Riksrevisionen, s. 6.

museer är dock oklart utifrån befintlig besöksstatistik.”<sup>85</sup> De museimyndigheter som arbetat mer aktivt för att nå museiovana menade också att för att nå dessa ”räcker det inte att enbart införa fri entré för att nå nya besökare, utan det krävs också en genomtänkt och resurssatt satsning från museernas sida för att reformen verkligen ska få genomslag”.<sup>86</sup> Vissa museer menade att det hade varit bättre att få bidrag för att slippa ta betalt för skolprogram, snarare än att erbjuda fri entré för alla vuxna; även turister och välbeställda kulturintresserade. Eftersom ökade besökarantal genererar merkostnader som museerna inte kan täcka med hjälp av ökade intäkter omfördelas resurser och risken är att museerna på sikt får minskade möjligheter att upprätthålla hög kvalitet och relevans, menade Riksrevisionen.<sup>87</sup>

Hade de 80 miljoner fri entré kostade 2016 gjort större nytta om de i stället hade använts för att satsa på att tillgängliggöra museerna för fler målgrupper? Det går inte att få något tydligt svar på en sådan fråga. Däremot är det tydligt, också av den rapport som Kulturanalys gjort när entré återigen införts på de statliga museerna 2023, att fri entré i sig inte är ett tillräckligt verktyg för att nå kulturpolitiska mål om breddad tillgång till konst och kulturarv. De säger till och med att det inte går att se någon ”ökning av andelen besök av ovana besökare på museerna med fri entré i anslutning till reformen”.<sup>88</sup> Det är viktigare att de offentliga museerna har en frivillig och inbjudande karaktär som kan ”vara ett viktigt erbjudande om en tillitsfull offentlig mötesplats för individer som lever med misstro till myndigheter”. Men som Jennie Sievenbring fortsätter resonemanget: ”broar och dörrar öppnar för att länka samman människor – däremot kan de inte göra så att människor väljer att gå över broarna eller igenom dörrarna”. Fri entré kan vara en viktig del av erbjudandet, men lika viktigt är att museer och andra kulturinstitutioner uppfattas som öppna, tillåtande och relativt kravlösa.<sup>8</sup>

Efter att Storbritannien 2001 införde fri entré till sina statliga museer mer än fördubblades besöksantalen under 00-talet, och andelen utlandsturister bland besökarna ökade till 40 procent. Fri entré-reformen tog däremot inte bort socioekonomiska hinder för att besöka ett museum. Det var framförallt fler från samma 15 procent av befolkningen som stod för de ökade inhemska besöksantalen, medan 40 procent av den brittiska befolkningen fortfarande åtta år efter förändringen inte visste att det var gratis att besöka de statliga museerna.<sup>90</sup>

Göteborgs museers och konsthalls egna attitydundersökningar visar på ett liknande sätt att entréavgifter inte är någon avgörande faktor som avhåller människor från att besöka museerna. Samtidigt finns även här en viss

---

<sup>85</sup> *Fri éntre till statliga museer*, s. 7.

<sup>86</sup> *Fri éntre till statliga museer*, s. 29.

<sup>87</sup> *Fri éntre till statliga museer*, s. 42.

<sup>88</sup> *Fri éntre till museer: Effekter på antal museibesök och museibesökens sammansättning*, Myndigheten för kulturanalys, Rapport 2023:1, s. 7.

<sup>89</sup> Jennie Sievenbring, 2020. *Att öppna dörrar och bygga broar: Kulturens plats för en mer jämlik stad*, Göteborgs stad, Kulturförvaltningen, Rapport 2020:2.

<sup>90</sup> <https://www.centreforpublicimpact.org/case-study/free-entry-to-museums-in-the-uk> Andy Martin "The Impact of Free Entry to Museums" *Cultural Trends* 12:47, 2002.

korrespondens mellan stadsdelar med låga medelinkomster och svar om att rabatter skulle vara en faktor som kunde locka till besök. Men inte ens där är det fler än 12-13 procent som säger att det är priset som hindrar besök.<sup>91</sup>

En dominerande väg inte minst i Storbritannien har varit att arbeta med en differentierad prissättning där vissas entréavgifter används för att finansiera riktade insatser mot de grupper för vilka bristande ekonomiskt, kulturellt och socialt kapital kan vara en barriär.<sup>92</sup> Det har visat sig vara ett framgångsrikt sätt att omfördela resurser för att arbeta aktivt för att nå över de kulturella och sociala barriärerna. Samtidigt riskerar riktade insatser för de som har lägre kulturellt och socialt kapital att förstärka dessa gruppers roll som behövande snarare än likvärdiga medborgare. Det kan också leda till att de som får betala uppfattar dem som får riktat stöd som särbehandlade och tärande, och därmed påverka tilliten i samhället negativt.<sup>93</sup>

## 6.2 Breddad finansiering

Väldigt få museer i världen klarar sig utan offentlig finansiering. Men för att få en tryggare ekonomi talar allt fler om att utveckla affärsmodeller där intäkter, anslag, projektmedel, donationer och samproduktion av olika slag ger en institution fler finansiella ben.<sup>94</sup> För att ta tillvara på kulturinstitutionernas potential behöver såväl privat, offentlig som filantropisk finansiering öka, menar OECD i rapporten *The culture fix*. Kultur och kreativa näringar är viktiga motorer för lokal utveckling som både skapar jobb, inkomster och viktiga spill-over-effekter på ekonomin i stort. Alla som beror av dessa effekter måste förstå sitt ansvar för att finansiera de institutioner som skapar ökat välbefinnande, hälsa och social rättvisa.<sup>95</sup>

Samtidigt krymper de offentliga finanserna i de flesta OECD-länder och stöd från olika myndigheter utvecklas dessutom alltmer från direktstöd till omställningsbidrag, inrättande av inkubatorer och andra slags insatser för att skapa självgående verksamheter. Partnerskap och allianser mellan privata och offentliga aktörer blir allt viktigare, men också såväl crowdfunding, sponsring som finansiering från andra politikområden.<sup>96</sup>

Museets näringsverksamheter, som butik och konferens, är starkt begränsade av svensk lagstiftning och får endast drivas utan vinstsyfte och är därför ingen framkomlig finansieringskälla.

---

<sup>91</sup> *Publikundersökning*, Göteborgs museer och konsthall.

<sup>92</sup> Ash, *Reculturing museums*.

<sup>93</sup> Rose Paquet Kinsley, "Inclusion in museums: a matter of social justice", *Museum Management and Curatorship*, 31:5, 2016.

<sup>94</sup> Piotr Bienkowski & Hilary McGowan, *Managing change in museums and galleries: A practical guide*, Routledge, 2021, s. 59-61. Ash, *Reculturing museums*, s. 114, även *The 2019 EMA Annual Report*, European Museum Association, 2019.

<sup>95</sup> <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/991bb520-en.pdf?expires=1673431010&id=id&accname=guest&checksum=0CDB92597E51CEE4730960A18617D586>

<sup>96</sup> *Culture fix*, s. 214-215.

I Frankrike som exempel kommer över hälften av det statliga stödet till kultur från andra departement än kulturdepartementet, med förväntan om att kulturen levererar ekonomisk och social nytta som hjälper till att kostnadseffektivt nå uppsatta politiska mål.<sup>97</sup> Det behövs nya finansieringsmodeller som räknar in kulturens centrala samhällsekonomiska betydelse och öppnar vägar för fler att investera i kultur och museer.

För att kunna locka privata aktörer att bidra till finansieringen måste mottagaren tydligt visa vilken skillnad det enskilda bidraget skulle göra, vilken samhällsnytta den förväntas bidra till och vad som konkret ska finansieras. Det kräver också att den mottagande institutionen har tydliga rutiner för att acceptera större donationer eller stöd som har särskilda villkor riktade till sig. Det är också viktigt att ha klargjort vad som kan erbjudas sponsorer och donatorer i form av tillgång till lokaler, konferensmöjligheter, namngivning av salar eller verksamheter och liknande.<sup>98</sup>

Det finns enligt intresseorganisationen Filantropiskt forum ett växande intresse för filantropi i hela Norden. I en studie konstateras att ”givandet ha blivit mer strategiskt, proaktivt och med större fokus på att uppnå mätbara sociala effekter.”<sup>99</sup>

Den statliga återstartsutredningen SOU 2021:77 menade att stiftelser visat sig mycket viktiga för kulturfinansiering i den nordiska grannländerna. Eftersom liknande stiftelser är ovanliga i Sverige föreslog utredningen att möjligheterna att etablera ”en kulturstiftelse där statliga medel och privata medel matchas” borde utredas vidare. En sådan stiftelse skulle både i sig generera privat kulturfinansiering och kunna inspirera till nya privata kulturstiftelser, var tanken. Men varken politik eller näringsliv har hittills visat sig intresserade av förslaget.<sup>100</sup>

---

<sup>97</sup> *Culture fix*, s. 234.

<sup>98</sup> Johan Wennström, Olof Hugander & Inger Stern, *Fundraisinganalys för Göteborgs konstmuseum: Rapport*, Brakeley Nordic AB, 2021.

<sup>99</sup> *Samhällsförändring och filantropi i ett nordiskt perspektiv: En policysammanfattning från Entreprenörskapsforum*, 2017, s. 12.

<sup>100</sup> *Från kris till kraft: Återstart för kulturen*, SOU 2021:77. Kulturmobilisering Väst, Göteborgs stad & Västra Götalandsregionen, kommande.



# 7 Sammanfattning

## 7.1 Det omsorgsfulla museet

Det finns en bred utveckling där museer snarare än att förstås som museer *om något* går till att vara *för några*.<sup>101</sup> Det samspelar med en bredare utveckling i samhället där allt fler verksamheter satt användarnas behov i centrum och utvecklar sina tjänster och produkter i så nära relation till användarna som möjligt. Det har även lett till att museer börjat tala i termer av ett marknadsorienterat publikfokus. Samtidigt som det är bra att museer utvecklar sina affärsmodeller för att få ett ökat bruksvärde och en bättre finansiering är det viktigt att inte tappa bort det bredare samhällsekonomiska värdet. Det gäller att hålla ihop affärsmodellen och det bredare arbetet för ökat deltagande och samverkan. För att vara relevanta för fler har museer arbetat systematiskt med att involvera tidigare orepresenterade grupper i utställnings- och programverksamhet. Även här är frågan om hur värdet av genomförda insatser ska beläggas aktuell. Samtidigt är det lätt att det skapas en motsättning mellan social samverkan och kommersiell publikutveckling.<sup>102</sup>

För att komma förbi sådana låsningar har Nuala Morse föreslagit att museer kan förstås som platser för social omsorg och omvårdnad (*social care*). Det binder på ett tydligt sätt samman museets traditionella uppdrag att vårda samlingar och kunskap med användarna-i-fokus och välbefinnandemål.<sup>103</sup>

En god omsorg om samhället kan inte mätas i hur många som kommer till museet. Det sätter i stället fokus på omsorgen om andras behov och bidrag.

Värdefulla museer kännetecknas av sin omsorg om allt från samlingarna, kulturarvet och besökarna till medborgarna, personalen, miljön, samhället och välbefinnandet. Ett omsorgsfullt museum inte bara skapar samhällsekonomiskt värde, det kan också fungera som en slags inspirationskälla för vad ett välmående samhälle kan vara.<sup>104</sup> Inte heller välbefinnandemåttet fångar detta djupa samhällsvärde.

Även om museer är viktiga för hälsa och välbefinnande är de bara en del i den ekologi av omsorgsrelationer och -institutioner som behövs för att en människa ska växa till välbefinnande, tillit och ett konstruktivt samhällsengagemang som också inbegriper en medborgerlig omsorg om samhället och dess institutioner.

---

<sup>101</sup> Peter Vergo, (red.), *The New Museology*, Reaktion, 1989, Stephen E. Weil, "From being about something to being for somebody: The ongoing transformation of the American museum" *Daedalus* 128, 1999, Sara Selwood, "What difference do museums make? Producing evidence on the impact of museums" *Critical Quarterly* 44(4), 2002.

<sup>102</sup> Ash, *Reculturing museums*.

<sup>103</sup> Morse, *The museum as a space of social care*.

<sup>104</sup> Morse, *The museum as a space of social care*.

## 7.2 Museernas samhällsvärde

Utifrån den breddade insikten om kulturens samhällsvärde kan det metaforiskt sägas att museer fungerar som moderträd i den kulturella ekologin som ger omsorg och näring till en växande vegetation av kulturuttryck, vilka i sin tur bidrar till social tillit, innovationskraft och välbefinnande.

Museer har också stort värde i platsattraktion och stadsutveckling. Bäst uppfyller museerna sin potential inte bara som moderträd i den kulturella ekologin utan som integrerade delar i den offentliga omsorgsinfrastrukturen som samfällt och integrerat med civilsamhället möjliggör odlandet av resiliens och välbefinnande. Museerna bidrar med de specifika kompetenser och erbjudanden som gör att de har mycket hög tillit och legitimitet hos medborgarna. Det gör museer till centrala tillgångar för att skapa mänskligt och samhälleligt välbefinnande. Museernas värde kan inte bara uttryckas i metaforer, det kan också beläggas och beräknas i reda pengar. Museernas höga socioekonomiska värde visar att investeringar i museer ger mångfaldig avkastning för den som vill bygga resilienta och välmående samhällen (om än inte i form av monetära vinster till investerarna). Museer är en fundamental del i skapandet och upprätthållandet av tillitsfulla och välmående samhällen.

- » Svenska museer har ett av samhällets högsta trovärdighetstal, och är dessutom den kulturform medborgarna helst vill lägga skattepengar på.
- » Museer upplevs av besökarna som platser som främjar deras välbefinnande på kort och lång sikt.
- » Museer bidrar dessutom med viktiga värden i platsattraktion och stadsutveckling.
- » Oavsett vilken specifik modell som används visar omfattande studier att investeringar i museer ger mycket hög socioekonomisk avkastning.
- » Den mest övertygande beräkningen av museers värde i pengar är i dagsläget John Falks välbefinnandemodell, som visar att varje museikrona genererar minst tio gånger så stort socioekonomiskt värde.
- » För att ta tillvara museernas socioekonomiska potential behöver såväl privat, offentlig som filantropisk finansiering öka.

**Kulturförvaltningen**

**Telefon: 031-365 00 00 (kontaktcenter)**

**E-post: [kultur@kultur.goteborg.se](mailto:kultur@kultur.goteborg.se)**

