



Om kunstsamlinger og kulturlivets kreativitet i norske bedrifter

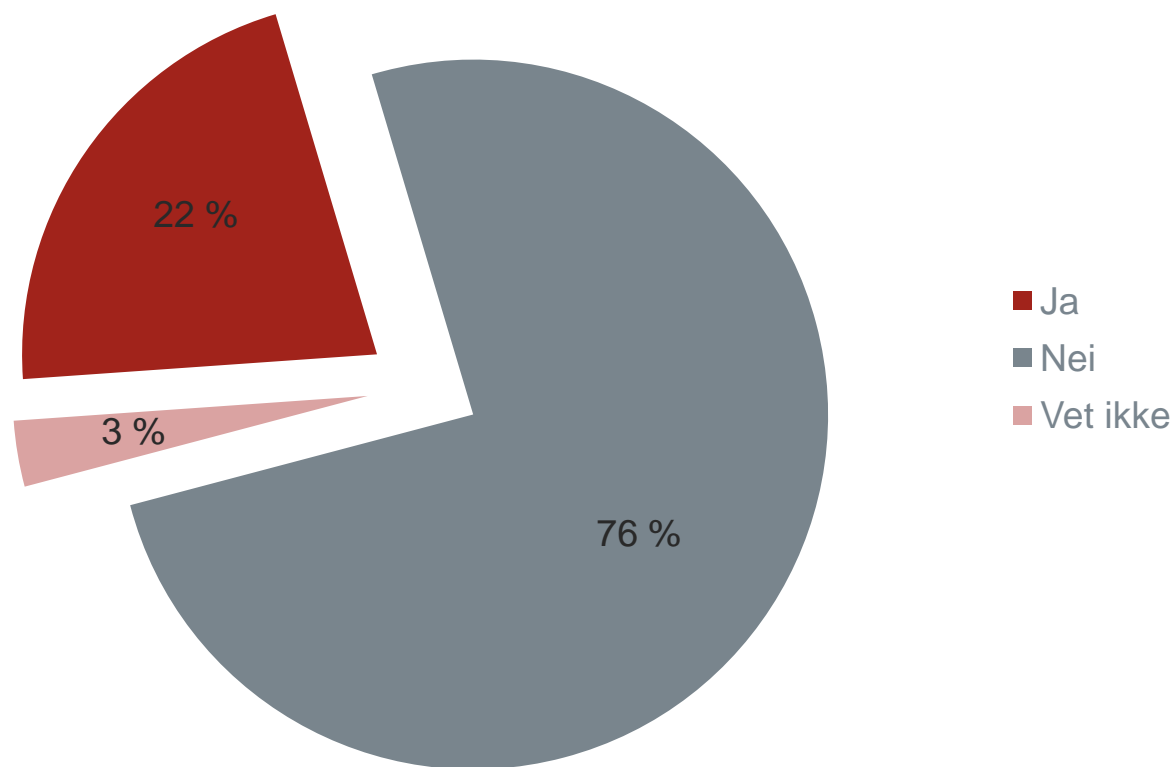
Ved direktør Elizabeth Bjørn-Hansen, Forum for kultur og næringsliv og prof. Anne-Britt Gran, Handelshøyskolen BI

Tekniske kommentarer og metode for tre undersøkelser à 2000 bedriftsledere

- Datainnsamling
 - a) september 2005, b) mars 2009 c) september 2009
- Antall respondenter
 - 2000 bedriftsledere i hver undersøkelse
- Metode for datainnsamling
 - Telefonintervjuer (CATI)
- Utvalgsmetode
 - Representativt tilfeldighetsutvalg med følgende kvoter
 - minst 100 respondenter i hvert fylke
 - minst 100 respondenter med 100 ansatte eller mer
 - maks 300 respondenter med to ansatte eller færre
- Kvoteutvalg gir i utgangspunktet en geografisk skjevhet i utvalget sammenlignet med populasjonen. Resultatene er derfor vektet i henhold til den geografiske fordelingen i Bedrifts- og Foretaksregisteret (SSB). Eksempel:
 - Verdien av et svar fra en respondent i Oslo er 2,613614
 - Verdien av et svar fra en respondent i Finnmark er 0,303052

Kunstsamlinger i norske bedrifter – hvilke, hvor og hvorfor?

Har din bedrift anskaffet seg kunstobjekter, slik som maleri, grafikk, fotografier, skulpturer etc. i løpet av de siste 10 årene?

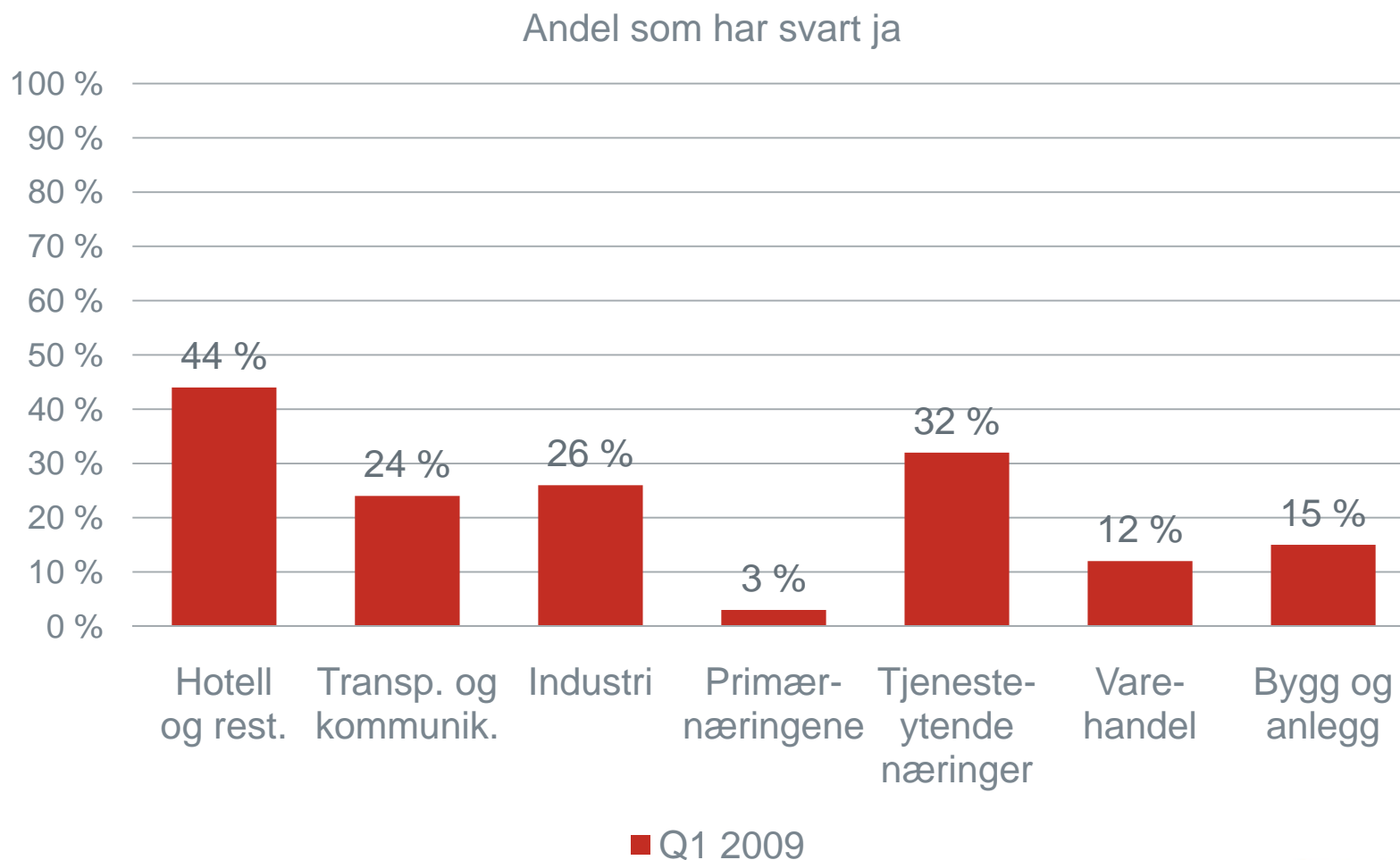


ANALYSE & KOMMUNIKASJON



n=2000

Har din bedrift anskaffet seg kunstobjekter, slik som maleri, grafikk, fotografier, skulpturer etc. i løpet av de siste 10 årene?



Fordelt på bedriftens bransje*

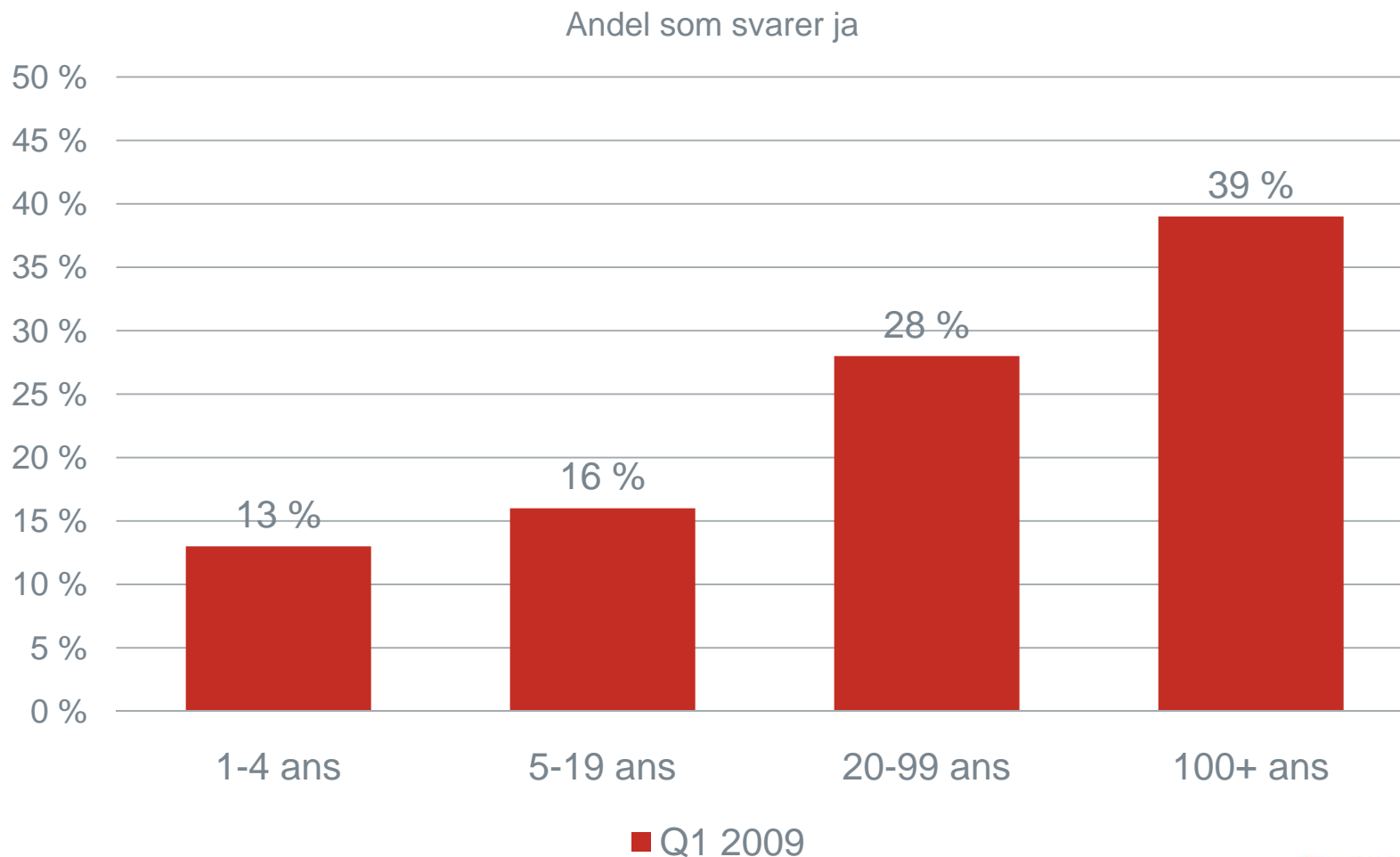
n = 2000

*) = Signifikant på 0,05-nivå

ANALYSE & KOMMUNIKASJON



Har din bedrift anskaffet seg kunstobjekter, slik som maleri, grafikk, fotografier, skulpturer etc. i løpet av de siste 10 årene?



Fordelt på bedriftens størrelse*

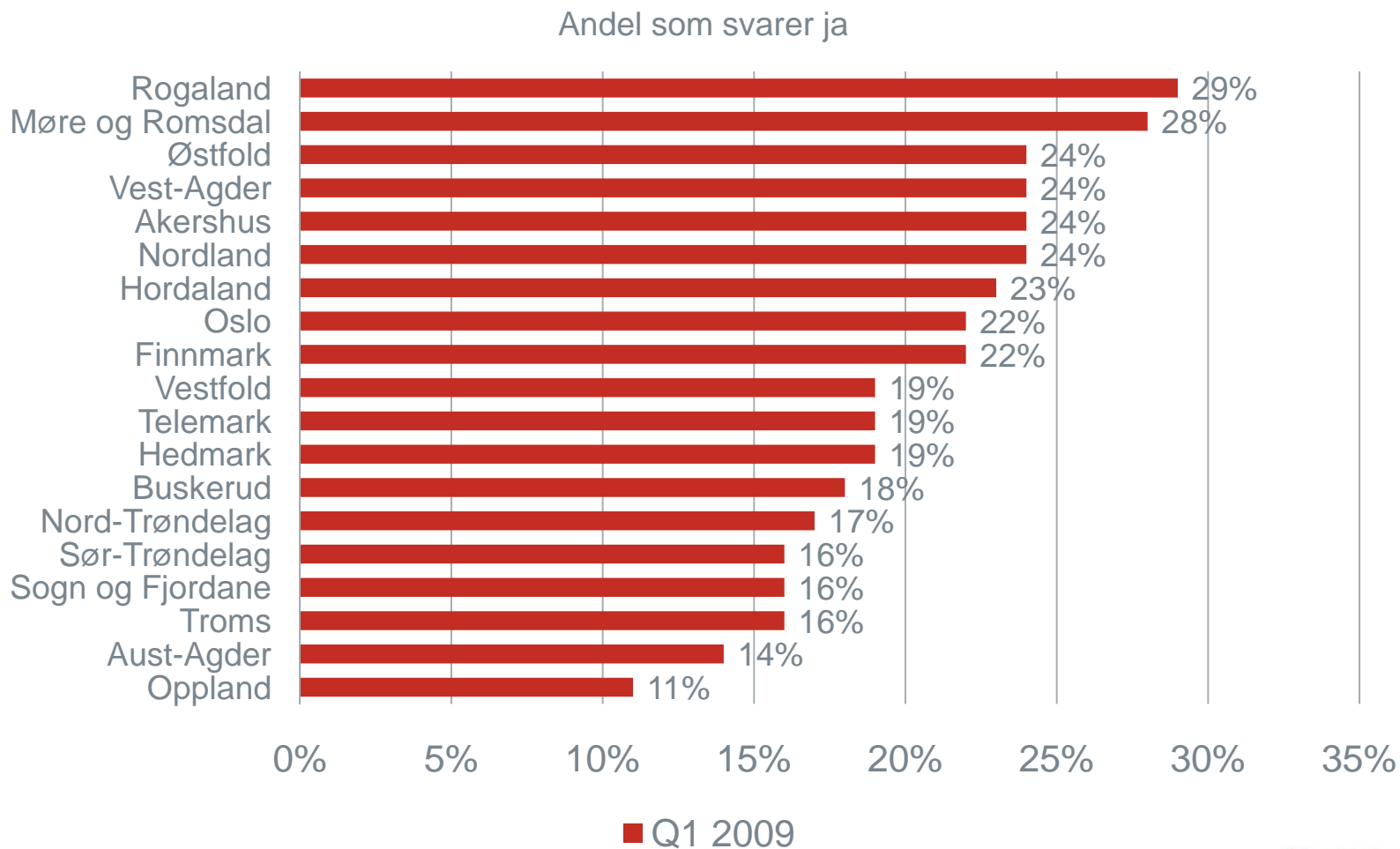
n = 2000

*) = Signifikant på 0,05-nivå

ANALYSE & KOMMUNIKASJON



Har din bedrift anskaffet seg kunstobjekter, slik som maleri, grafikk, fotografier, skulpturer etc. i løpet av de siste 10 årene?

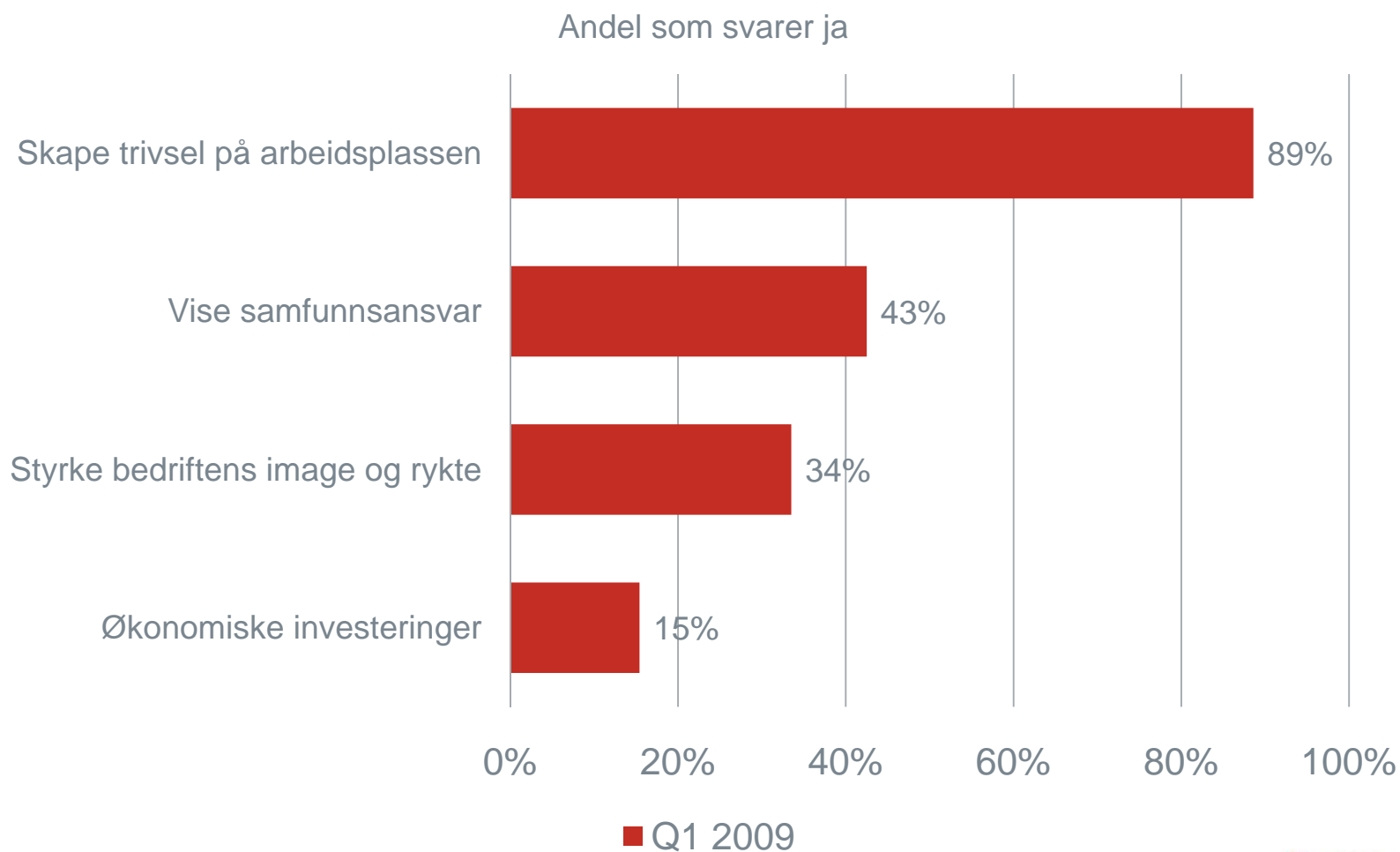


Fordelt på fylke
n = 2000

ANALYSE & KOMMUNIKASJON



Hvilke av følgende forhold er årsak til at bedriften har anskaffet disse kunstobjektene?



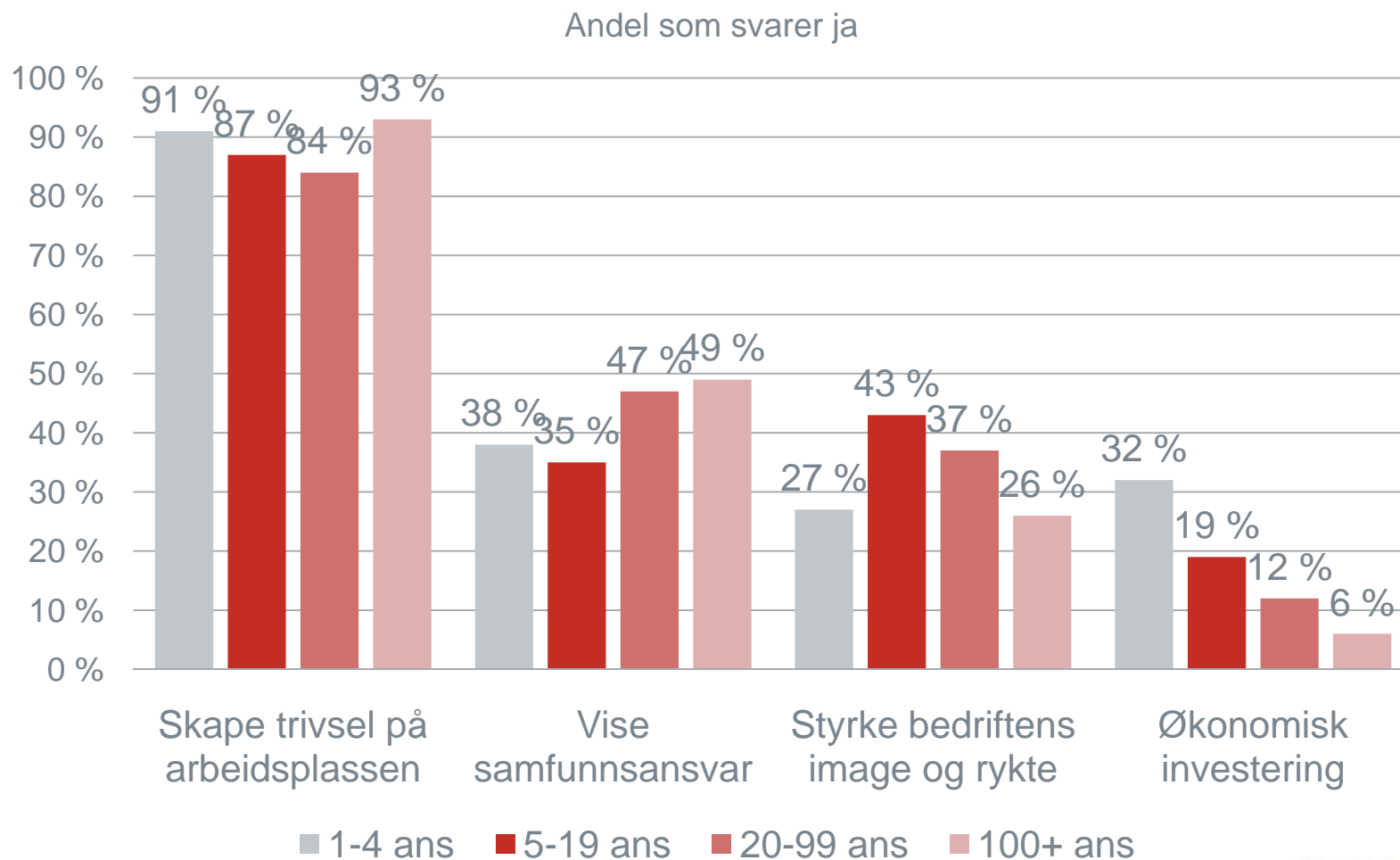
ANALYSE & KOMMUNIKASJON



Filter: Har anskaffet kunstobjekter siste 10 år 22%

n = 430

Hvilke av følgende forhold er årsak til at bedriften har anskaffet disse kunstobjektene?



Fordelt på bedriftens størrelse

ANALYSE & KOMMUNIKASJON

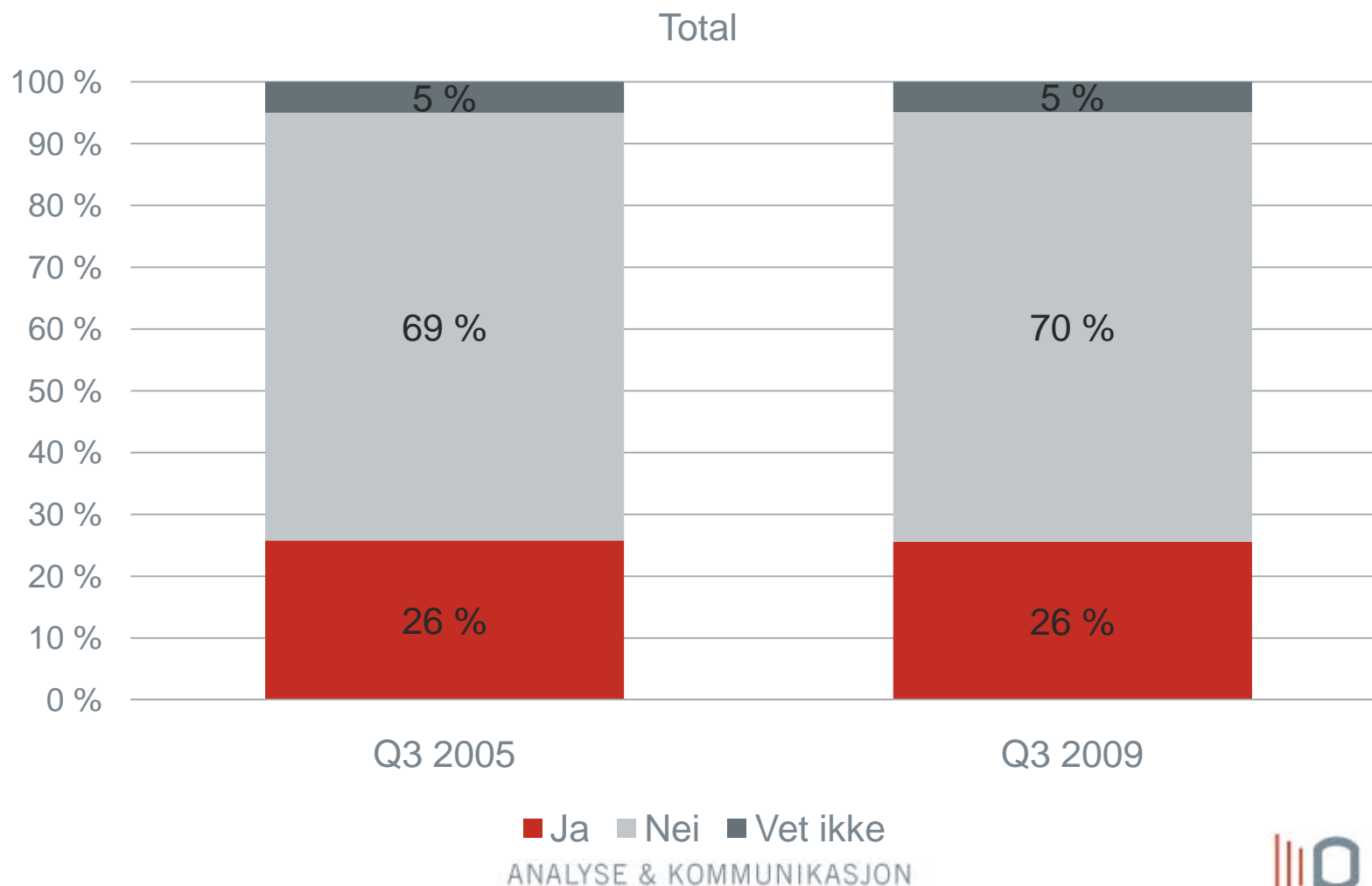
Filter: Har anskaffet kunstobjekter siste 10 år 22%

n = 430



Troen på kulturlivets kreativitet i norske
bedrifter i september 2005 og
september 2009 – før og etter finanskrisen

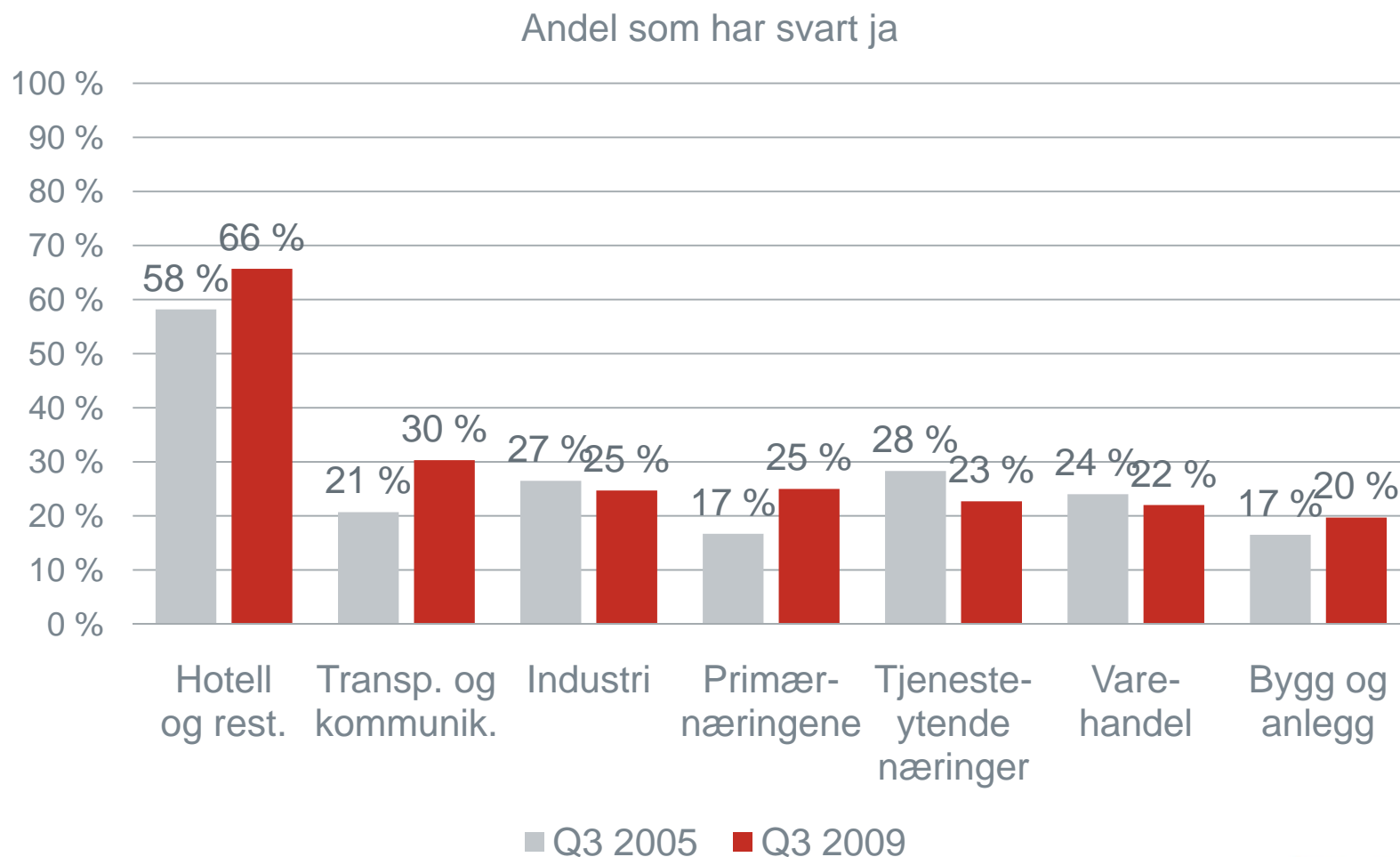
Tror du at kulturlivets kreativitet kommer til å bli en viktig ressurs for din bedrift i fremtiden?



N = 2000 per undersøkelse



Tror du at kulturlivets kreativitet kommer til å bli en viktig ressurs for din bedrift i fremtiden?

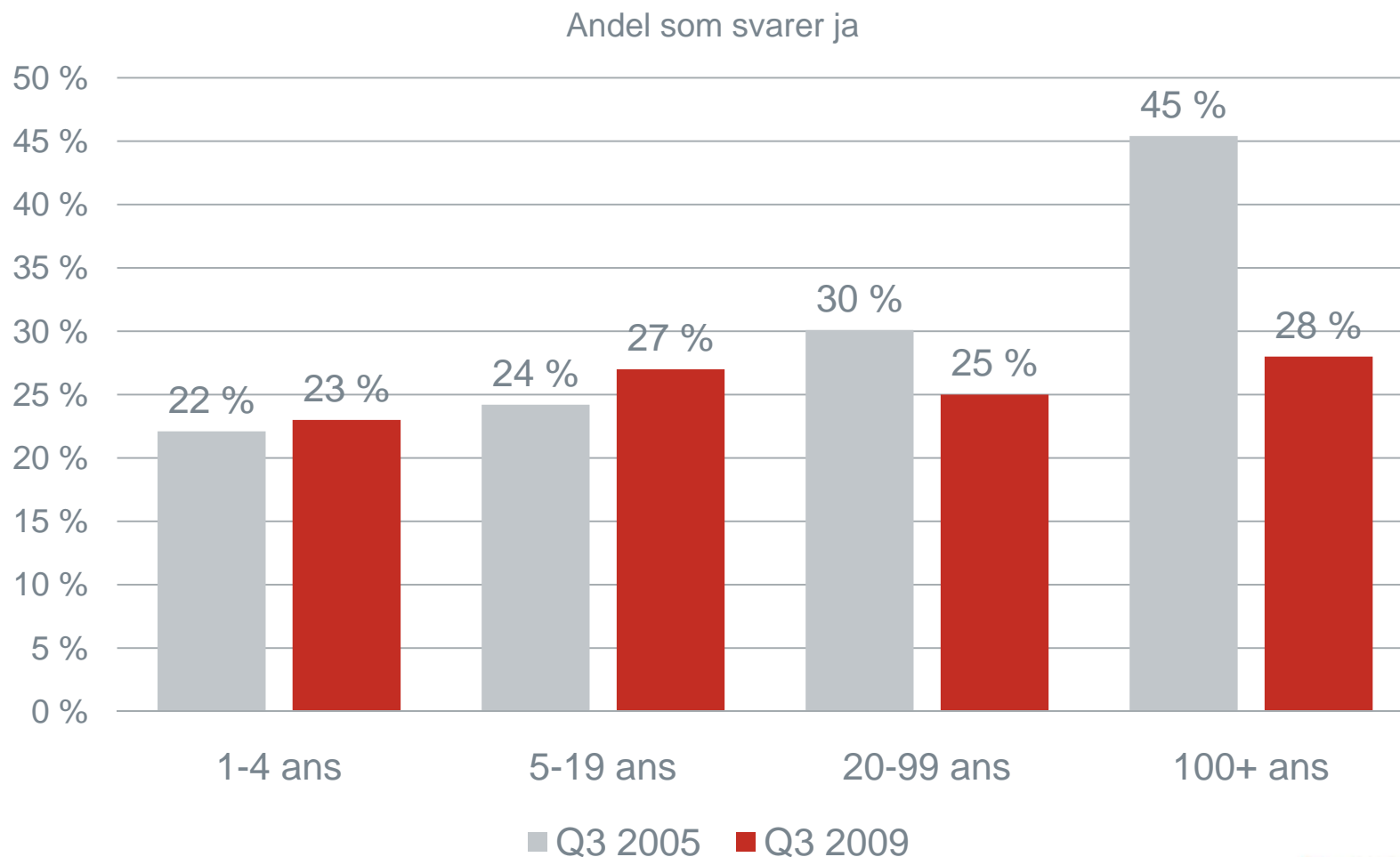


Fordelt på bedriftens bransje
N = 2000 per undersøkelse

ANALYSE & KOMMUNIKASJON



Tror du at kulturlivets kreativitet kommer til å bli en viktig ressurs for din bedrift i fremtiden?

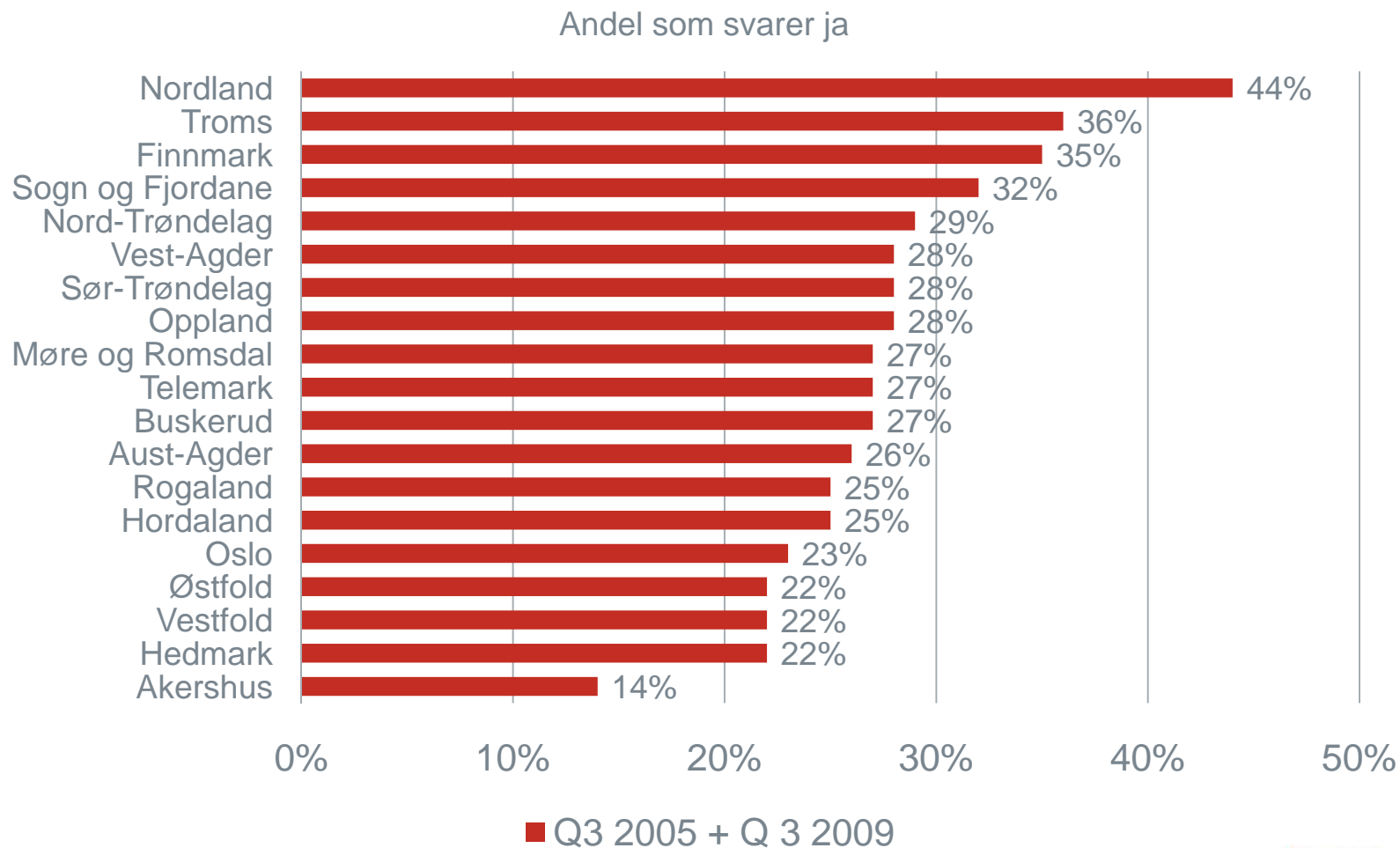


Fordelt på bedriftens størrelse
N = 2000 per undersøkelse

ANALYSE & KOMMUNIKASJON



Tror du at kulturlivets kreativitet kommer til å bli en viktig ressurs for din bedrift i fremtiden?



Fordelt på fylke*

N = 4000

*) = Signifikant på 0,05 nivå

ANALYSE & KOMMUNIKASJON

