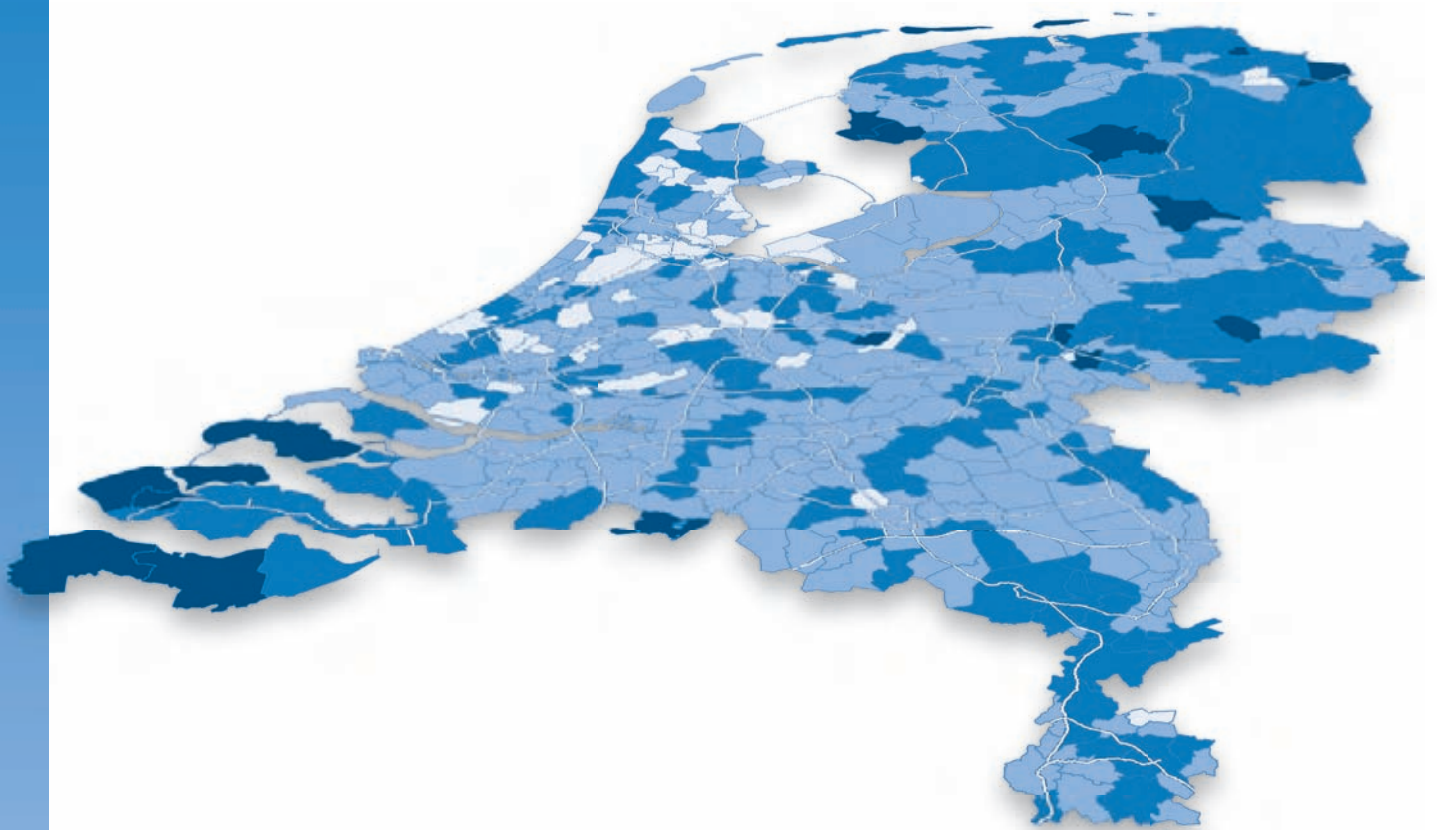




# Deel I

## De betekenis van cultuur voor de stad



# De betekenis van cultuur voor de stad

Gerard Marlet & Clemens van Woerkens

“De Kunst is geen regeringszaak” luidt de vaak aangehaalde uitspraak van Thorbecke waar hij vervolgens aan toevoegde: “in zooverre de Regering geen oordeel, noch eenig gezag heeft op het gebied der kunst.” Die uitspraak is nog steeds illustratief voor de spagaat waarin cultuurbeleidsmakers verkeren; cultuur moet enerzijds autonoom zijn, maar anderzijds maatschappelijk zinvol om overheidssubsidies te kunnen legitimeren. Want de cultuursector is verslaafd aan overheidssubsidies en tegelijkertijd allergisch voor overheidsbemoeienis; de belastingbetaler mag dokken voor cultuur, maar zich niet bemoeien met de vraag of dat geld ook goed besteed wordt. Sinds de cultuurnota van Rick van der Ploeg, waarin cultuur voor jongeren en allochtonen voorrang kregen bij het uitdelen van geld, lijkt er steeds meer aandacht te komen voor het maatschappelijk belang van cultuur. Het kabinet Balkenende IV wil zelfs het profijitbeginsel introduceren en het lijkt erop dat de maatschappelijke kostenbatenanalyse (mkba) ook bij cultuurinvesteringen haar intrede gaat doen.<sup>1</sup> Dat is ook logisch, want elke euro belastinginkomsten kan maar één keer worden uitgegeven. En waarom zou die euro op voorhand beter besteed zijn aan een theatergezelschap of muziekcentrum dan aan een snelweg, zwembad of aan belastingverlaging?

Dergelijke afwegingen spelen niet alleen op rijksniveau, maar ook lokaal. Ook lokale beleidsmakers worstelen met de vraag of geld gestopt moet worden in cultuur, fietspaden, parken of veiligheid. Als al voor cultuur wordt gekozen, is het nog de vraag of dat geld naar een groot cultureel project in de binnenstad, een megabioscoop aan de snelweg of kleinschalige cultuur in de wijk moet gaan. Die afweging kan alleen objectief worden gemaakt als het maatschappelijke nut van cultuur op een of andere manier kan worden berekend en gewaarborgd.

Deze *Atlas voor gemeenten* heeft cultuur als thema. Dat betekent niet alleen dat het culturele aanbod en de mate van cultuurdeelname in de 50 grootste gemeenten uitgebreid in kaart worden gebracht (zie de delen II en III van deze Atlas). Ook analyseert en inventariseert deze inleiding (deel I) de mogelijke betekenis van cultuur voor de stad. Wat is het belang van cultuur voor de stad? En hoe kunnen steden het beste investeren in cultuur?

Die vragen houden haast vanzelf een inperking van het begrip cultuur in. De stad bestaat immers bij de gratie van schaalvoordelen en locatiegebondenheid. Het gaat in deze inleiding dan ook om culturele instellingen en uitingen die locatiegebonden zijn, zoals theaters, musea, festivals, monumenten en architectuur. Het gaat dus niet om de ruime definitie van cultuur als een systeem van gedeelde normen en waarden. Ook gaat het niet over culturele uitingen via de publieke omroep of de nieuwe media. Van dat type cultuur wordt aangenomen dat ze voor elke stad in gelijke mate voorradig zijn en dus voor steden niet onderscheidend kunnen zijn, noch voor steden onderling, noch voor de stad ten opzichte van het ommeland.

<sup>1</sup> G. Marlet, J. Poost, F. Laverman, 2007, De Kunst van investeren in Cultuur (SEO/Stichting Atlas voor gemeenten, Amsterdam/Utrecht).

## 1.1 Wat is het belang van cultuur voor de stad?

In de eerste strofe onder het kopje 'Kunst en cultuur' in het regeerakkoord van het kabinet Balkenende IV worden zo'n beetje alle mogelijke effecten van cultuur genoemd die voorkomen in de rijke nationale en internationale literatuur over dit thema. Kunst en cultuur zouden mensen verbinden en inspireren, ze zouden bijdragen aan de sociale samenhang en een vitale economie, ze zouden een bron zijn van creativiteit en het vestigingsklimaat versterken en ze zouden essentieel zijn voor het creëren van trots en gemeenschapsgevoel. Aan cultuur worden dus individuele, sociale en economische effecten toegeschreven.<sup>2</sup> De vraag is welke van die zegeningen van cultuur van belang zijn voor de stad. Deze paragraaf beschrijft en – waar mogelijk – meet daarom het belang van cultuur voor de stad aan de hand van vier categorieën effecten van cultuur.<sup>3</sup>

### Cultuur zorgt voor individuele waardering en ontwikkeling

*"All art is quite useless"*, weerde Oscar Wilde zijn critici af, *"the only excuse for making a useless thing is that one admires it intensely."* Hoewel de economische effecten van cultuur voor de stad meestal toegeschreven worden aan toerisme en de aantrekkingskracht op bedrijven, begint het belang van cultuur voor de stad in eerste instantie bij de bewondering en waardering van inwoners van de stad voor cultuur en het genot dat de (potentiële) cultuurconsument in de stad eraan beleeft.

Het ligt voor de hand daarbij vooral te denken aan het genot dat een bezoeker van een theater, museum of concertgebouw beleeft aan een optreden of mooi kunstwerk. Toch is dat effect van cultuur voor de stad ingewikkelder dan op het eerste gezicht zou lijken. Allereerst is dat genot voor de meeste mensen veel meer waard dan de (gesubsidieerde) prijs die bij de kassa wordt betaald. Dat verschil wordt in de economie het consumentensurplus genoemd. En bovendien blijken mensen niet alleen waarde te hechten aan het feitelijke bezoek van cultuur maar ook aan *de mogelijkheid* om van cultuur te kunnen gaan genieten. Niet alleen voor zichzelf, maar ook voor de overige gezinsleden en zelfs voor toekomstige generaties. De aanwezigheid van cultuur vertegenwoordigt met andere woorden een soort optiewaarde; alleen al de mogelijkheid om in de stad een theater te kunnen bezoeken waarderen mensen dus. Dat betekent bijvoorbeeld dat een theater niet vol hoeft te zitten om van waarde te zijn voor de stad.

Mensen in een stad blijken bereid te zijn om – naast het kaartje aan de kassa – extra belasting te betalen voor het instandhouden van een theater in de stad.<sup>4</sup> De omvang van die bereidheid om te betalen voor cultuur is niet gemakkelijk te berekenen, maar via een omweg blijkt dat toch mogelijk te zijn. Vanwege de optiewaarde en het consumentensurplus vinden mensen het namelijk belangrijk dat cultuur zich in de stad en/of woonomgeving bevindt, net als parken, goede scholen en veiligheid. Bovendien uit die aanwezigheid van cultuur zich in trots op de stad en woonomgeving en een gunstig imago van de stad. Er zijn zelfs studies die beweren dat mensen die deelnemen aan culturele activiteiten zich gelukkiger voelen en zowel mentaal als fysiek gezonder zijn.<sup>5</sup>

<sup>2</sup> Indeling afgeleid van: G. Marlet, J. Poort, F. Laverman, 2007, De Kunst van investeren in Cultuur (SEO/Stichting Atlas voor gemeenten, Amsterdam/Utrecht).

<sup>3</sup> Het gaat hier dus om de effecten van cultuur voor de stad. Voorzover dat daarmee geen overlap vertoont, blijft het belang van cultuur voor Nederland, alsmede voor het land in internationaal perspectief, in deze analyse buiten beschouwing.

<sup>4</sup> Zie bijvoorbeeld: C. Throsby, 1982, Social and economic benefits from regional investment in arts facilities: theory and application.

<sup>5</sup> Zie voor een overzicht: J. Ruiz, 2004, A literature Review of the evidence base for culture, the arts and sport policy (Social Research, Edinburgh), pp. 61-68.

Met die mogelijke (toekomstige) voordelen van cultuur in de stad (of wijk) houden mensen naar verwachting rekening in hun woongedrag. Dat woongedrag komt tot uitdrukking in de huizenprijzen. Mensen zijn – met andere woorden – bereid extra te betalen voor een huis in een stad met veel cultureel aanbod. Via die huizenprijzen is het dan ook – met de zogenoemde hedonische prijsmethode – mogelijk om de waarde van cultuur te berekenen.

Voor Nederland is in 2002 een begin gemaakt met een dergelijke analyse.<sup>6</sup> Op basis van de nieuwste versie van die modellen zouden inwoners van Amsterdam samen bereid zijn om per jaar zo'n € 5 miljoen voor een gemiddeld podium (theater of concertzaal) te betalen.<sup>7</sup> Dat bedrag ligt fors hoger dan de opbrengsten uit de kaartverkoop van een gemiddeld podium die al eens op circa € 250.000 per jaar zijn becijferd (zie tabel 1.1),<sup>8</sup> en lijken dan ook verreweg de belangrijkste baat van cultuur in de stad.<sup>9</sup>

Vermoedelijk heeft dat in de eerste plaats te maken met het feit dat langs de route van de woningprijzen een aantal effecten tegelijk wordt gemeten: het samenspel van consumenten-surplus, optiewaarde en bestaanswaarde komt waarschijnlijk grotendeels of geheel in de woningprijzen terecht. Juist degenen die veel waarde hechten aan de mogelijkheid naar het Concertgebouw te gaan, zijn bereid om meer te betalen voor een woning in Amsterdam. Maar ook effecten op de sociale cohesie kunnen via een beter woonklimaat leiden tot hogere woningprijzen. Zelfs is het niet ondenkbaar dat mensen in hun betalingsbereidheid voor een woning in een culturele stad, bewust of onbewust, vooruitlopen op de wetenschap dat hun kinderen zich beter kunnen ontwikkelen, gezonder zijn, in veilige buurten wonen en meer kansen hebben op de arbeidsmarkt.

## Cultuur stimuleert toerisme

De meeste studies die naar de economische effecten van cultuur voor de stad kijken, richten zich op de directe werkgelegenheidseffecten bij cultuurinstellingen én vooral het belang van cultuur voor het aantrekken van toeristen. De bezoekers van een theater, museum of festival geven immers niet alleen geld uit bij de kassa van die culturele instelling, maar ook in de plaatselijke horeca en, als ze van ver komen, de hotels. Op die manier stimuleren ze de stedelijke economie.

De economische effecten van toerisme en extra bestedingen lijken vooral van musea en cultureel erfgoed verwacht te mogen worden, want daar komen bezoekers van buiten de stad op af.<sup>10</sup> Er zijn, zowel in binnen- als buitenland, zeer uiteenlopende schattingen van dit type economische baten van cultuur.<sup>11</sup> Voor de Amsterdamse cultuursector is dat bestedingseffect al eens berekend

<sup>6</sup> G. Marlet, I. Tames, 2002, *Muziek in de stad* (NYFER, Breukelen).

<sup>7</sup> Enerzijds is dit een onderschatting van de maatschappelijke waardering voor theaters omdat hier alleen de betalingsbereidheid van mensen met een koopwoning is meegenomen en de waarde die mensen in een huurwoning aan cultuur in de stad hechten voorlopig op nul is gesteld. Anderzijds kan sprake zijn van een overschatting, omdat in meervoudige modellen die de verschillen in huizenprijzen moeten verklaren het risico van onderspecificatie op de loer ligt waardoor in de coëfficiënt van het theateeraanbod mogelijk ook andere amenities in de stad die niet gekwantificeerd in het model konden worden opgenomen meegewogen worden.

<sup>8</sup> KPMG, 1996, *De kunsten gewaardeerd. De maatschappelijke en economische betekenis van de professionele kunsten voor Amsterdam*.

<sup>9</sup> Dit zou ook een legitimering van het profijtbeginsel kunnen zijn, hoewel hier allerlei haken en ogen aan zitten. Zie ook: G. Marlet, J. Poort, F. Laverman, 2007, *De kunst van investeren in cultuur* (SEO / Stichting Atlas voor gemeenten, Amsterdam / Utrecht).

<sup>10</sup> Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen, 2006: *Destinatie Holland. De buitenlandse toerist nader bekeken* (Leidschendam).

<sup>11</sup> Bijvoorbeeld in: C. Mitchell, 1993, *Economic Impacts of the Arts: Theatre Festivals in Small Ontario Communities*, in: *Journal of Cultural Economics*, 17, pp. 55-67; J. Palmer, 2002, *Bread and Circuses: The local Benefits of Sports and Cultural Businesses*, C.D. Howe Institute Commentary, 161; SEO, 1985, *De economische betekenis van professionele kunst in Amsterdam*; STOGO, 1993, *De economische betekenis van de professionele kunst in Utrecht*; KPMG, 1996, *De kunsten gewaardeerd. De maatschappelijke en economische betekenis van de professionele kunsten voor Amsterdam*.

op € 16 per museumbezoeker en € 1,50 per theaterbezoeker. Het gemiddelde bestedingseffect voor een theater in Amsterdam kwam zo uit op circa € 60.000, en voor een gemiddeld museum op € 1,8 miljoen per jaar.<sup>12</sup>

Dergelijke bedragen gelden voor de Amsterdamse musea, maar mogen zeker niet zomaar doorgetrokken worden naar andere steden. Vanwege de schaalvoordelen en het imago van die stad zal een (extra) museum in Amsterdam naar verwachting veel meer (internationale) toeristen trekken dan een museum in een andere stad. Tussen musea en monumenten zijn dan ook grote verschillen te verwachten als het gaat om het effect op toerisme. Het succesverhaal van Guggenheim in het Noord-Spaanse Bilbao, verantwoordelijk voor een toename van het aantal toeristen in Bilbao met meer dan 50% in 3 jaar,<sup>13</sup> zal op weinig andere musea van toepassing zijn en al helemaal niet opgaan voor kleine musea die gericht zijn op de lokale of regionale cultuur en geschiedenis, waarvan de bestedingseffecten eerder in de buurt van nul zullen liggen (zie tabel 1.1).

### Cultuur is een vestigingsfactor

Lange tijd werden investeringen in cultuur vooral gelegitimeerd met bovengenoemde bestedingseffecten in combinatie met de claim dat cultuur bedrijven zou aantrekken. Cultuur als vestigingsfactor dus. De empirische bewijsvoering voor die claim is echter verre van overtuigend. In vrijwel alle ranglijstjes op basis van enquêtes die naar de belangrijkste vestigingsfactoren van bedrijven vragen, bungelt de aanwezigheid van cultuur onderaan.<sup>14</sup> Beschouwd vanuit de productiefunctie voor bedrijven ligt het ook niet erg voor de hand dat zij rechtstreeks op cultuur zouden afkomen. Afgezien van het heilzame effect van een avondje Concertgebouw of Circustheater voor een zakenrelatie, is het moeilijk te bedenken hoe ze daarmee hun winst zouden kunnen vergroten.

Er is echter één belangrijke uitzondering. Bedrijven kunnen in hun vestigingsgedrag anticiperen op het woonklimaat in een stad of regio waar hun potentiële werknemers op afkomen.<sup>15</sup> Want juist de link tussen cultuur en de aantrekkingskracht van een stad of regio op een hoogopgeleide, creatieve bevolking is overtuigend aan te tonen. Dat geldt ook voor de relatie tussen de aanwezigheid van een hoogopgeleide, creatieve bevolking in een stad of regio en de groei van de werkgelegenheid. Verschillende studies in binnen- en buitenland tonen aan dat mensen, vooral mensen met een hogere opleiding,<sup>16</sup> willen wonen in steden met een gevarieerd cultureel aanbod. Met name tussen de aanwezigheid van podiumkunsten en het aantrekken van bevolking naar een stad is een verband aangetoond.<sup>17</sup>

<sup>12</sup> Dat verschil tussen musea en theaters komt omdat het bij bestedingseffecten gaat om bestedingen van mensen van buiten de stad, die zonder de culturele instelling geen geld in de stad zouden hebben uitgegeven. Bestedingen van stedelingen zelf die naar het theater gaan, vallen niet onder de economische effecten van cultuur, omdat ervan wordt uitgegaan dat die bezoekers de bestedingen ook zonder de aanwezigheid van het theater gedaan had.

<sup>13</sup> Plaza, 2000, Evaluating the influence of a large cultural artefact in the attraction of tourism: the Guggenheim Museum Bilbao Case Study.

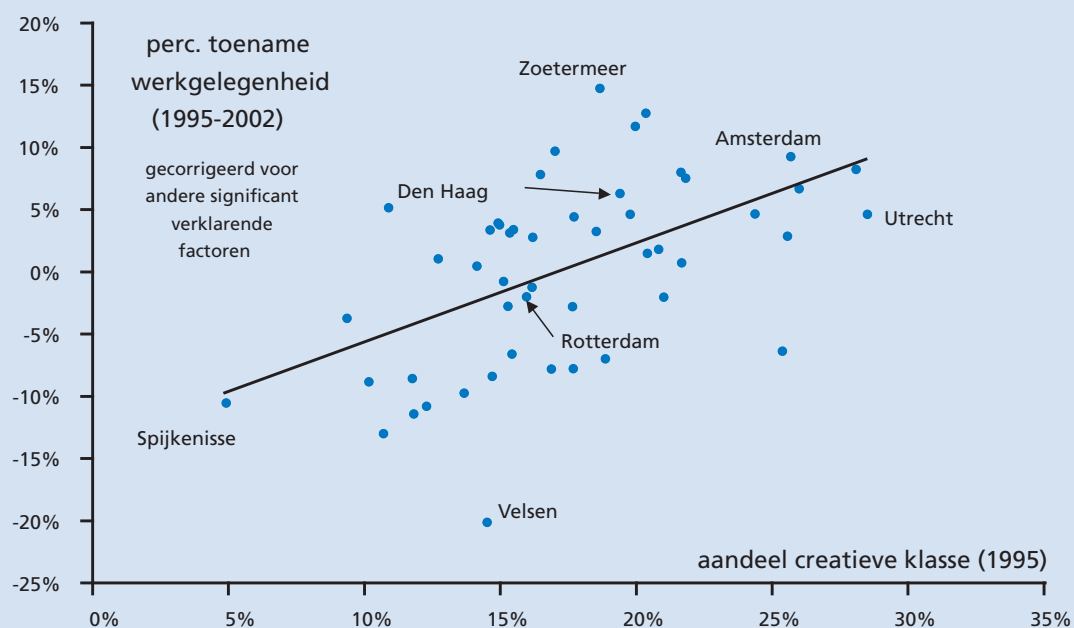
<sup>14</sup> J. Heilbrun, C. Gray, 1998, The economics of art and culture, an American perspective (Cambridge University Press, Cambridge); B. Grabow, 1989, Weiche Standortfaktoren.

<sup>15</sup> D. Cwi, 1980, The role of the arts in urban economic development (Economic Research Division, Washington DC), S. Zukin, 1995, The cultures of cities (Oxford, Blackwell Publishers); Engert, 1997, Kunst, Kultur und Kreativität in einer Metropole.

<sup>16</sup> E. Coslor, 2001, Work hard, play hard: the role of nightlife in creating dynamic cities.

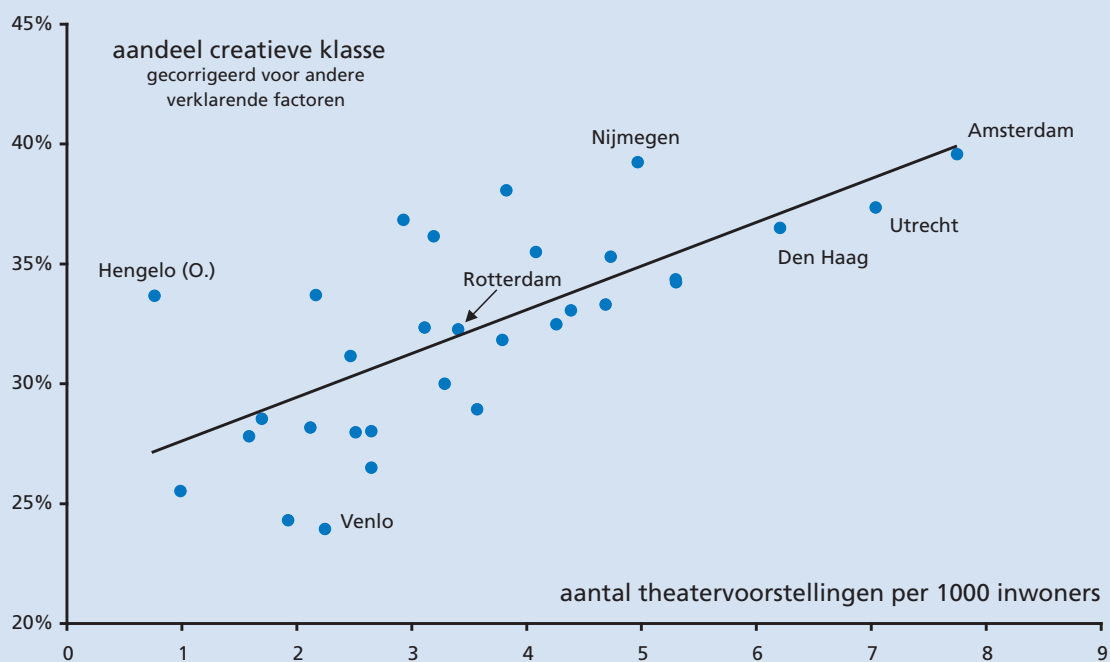
<sup>17</sup> E. Glaeser, J. Kolko, A. Saiz, 2001. Consumer City, in: Journal of Economic Geography, pp.27-50; T. Clark, 2003, Urban amenities: lakes, opera, and juice bars do they drive development?, in: The city as an entertainment Machine, Reserach in Urban Policy, 9, pp. 103-140.

**Figuur 1.1 Een creatieve, hoogopgeleide bevolking gaat samen met meer werkgelegenheids groei in de stad...**



De figuur toont het gestileerde resultaat van een meervoudige regressieanalyse. Zie de ranglijsten in deel III van deze Atlas voor de positie van alle gemeenten in de grafiek op de indicatoren op de x-as en de y-as.

**Figuur 1.2 ...en die creatieve hoogopgeleide bevolking woont vooral in steden met veel cultuur.**



De figuur toont het gestileerde resultaat van een meervoudige regressieanalyse. Zie de ranglijsten in deel III van deze Atlas voor de positie van alle gemeenten in de grafiek op de indicatoren op de x-as en de y-as.



Figuur 1.1 laat zien dat in steden in Nederland met veel creatieve, hoogopgeleide mensen onder de bevolking de werkgelegenheid gemiddeld genomen meer toeneemt, en figuur 1.2 laat zien dat die creatieve hoogopgeleide bevolking vooral woont in steden met veel cultuur. Het economische belang van cultuur als vestigingsfactor loopt dus niet direct van cultuur naar het aantrekken van bedrijven, maar *indirect* via de aantrekkingskracht van cultuur op hoogopgeleide, creatieve mensen.<sup>18</sup>

In Nederland blijken overigens niet alleen steden met veel theaters en concertzalen (zoals getoond in figuur 1.2), maar ook steden met veel historisch erfgoed (gemeten als het aantal rijksmonumenten) in trek te zijn bij hoogopgeleiden. Musea en festivals in de stad blijken die aantrekkingskracht niet meetbaar te vergroten.<sup>19</sup>

Cultuur in de stad kan behalve via het aantrekken van hoogopgeleide, creatieve mensen in theorie nog op een tweede manier de voorraad *human capital* vergroten. De aanwezigheid van culturele instellingen zoals theaters, maar bijvoorbeeld ook horeca in de esthetisch aantrekkelijke omgeving van een historische binnenstad, zijn dé plekken waar creatieve, hoogopgeleide mensen elkaar ontmoeten, ideeën uitwisselen, en zo elkaars kennis en creativiteit en het onderlinge vertrouwen vergroten. Cultuur is in die visie een ontmoetingsplaats en een broedplaats voor nieuwe ideeën.<sup>20</sup> Als bedrijven die ideeën vervolgens te gelde weten te maken, leidt die kennisaccumulatie tot meer economische voorspoed in de stad, de regio en/of het land waar de culturele instellingen zich bevinden.

### Cultuur emancipeert, integreert en bevordert de sociale cohesie

In de internationale wetenschappelijke literatuur wordt het sociale belang van cultuur breed uitgemeten. Cultuur zou mensen een spiegel voorhouden, in aanraking brengen met afwijkende denkbeelden en hen daardoor tolerant en flexibel maken. Dat zou o.a. via een grotere flexibiliteit en meer productiviteit op de werkvloer te merken zijn. Op basis van die veronderstelling is in een internationale cross-sectie-analyse bijvoorbeeld gemeten dat de economische groei in landen met veel cultureel erfgoed (*world cultural heritage* volgens Unesco) gemiddeld hoger is dan in landen met minder erfgoed.<sup>21</sup>

Dergelijke sociale effecten lijken misschien minder relevant vanuit het perspectief van de stad, maar ook voor de directe woonomgeving kan cultuur volgens deze visie belangrijk zijn; als cultuur bevolkingsgroepen integreert, heeft dat mogelijk positieve effecten op de sociale samenhang en de leefbaarheid in de buurt. Bovendien kunnen culturele evenementen naar verluid de trots op de eigen cultuur en de buurt vergroten en zo het zelfvertrouwen en de collectieve identiteit versterken.<sup>22</sup>

<sup>18</sup> Zie ook; G. Marlet, C. van Woerkens, 2004, Skills and creativity in a Cross-section of Dutch Cities, Discussion Paper Series 04-29, Utrecht School of Economics, Universiteit Utrecht [FORTHCOMING IN URBAN STUDIES].

<sup>19</sup> G. Marlet, I. Tames, C. van Woerkens, 2006, Cultuur als vestigingsfactor, in: S. Raes, B. Hofstede, 2006, Creatief vermogen. De economische potentie van cultuur en creativiteit (Elsevier, Den Haag); G. Marlet, C. van Woerkens, 2005, Tolerance, aesthetics, amenities or jobs? Dutch city attraction to the creative class, Discussion Paper Series 05-33, Utrecht School of Economics, Universiteit Utrecht.

<sup>20</sup> J. Jacobs, 1984, Cities and the wealth of nations (New York, Random House); S. Zukin, 1995, The cultures of cities (Oxford, Blackwell Publishers); R. Florida, 2002, The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life (Basic Books, New York).

<sup>21</sup> J. R. Faria, M. Leon-Ledesma, 2004. Cultural heritage and growth.

<sup>22</sup> D.J. Costello, 1998. The economic and social impact of the Arts on Urban Community Development. Thesis (Ph. D.)—University of Pittsburgh; J. Stanziola, 1999, Arts, government and community revitalization, Ashgate: Aldershot, U.K).

Cultuur wordt beleidsmatig dan ook steeds vaker ingezet voor de aanpak van achterstandswijken en speelt ook een rol in de aanpak van probleemwijken die het nieuwe kabinet ambieert.<sup>23</sup> Verschillende studies beweren inderdaad dat deelname aan culturele activiteiten in de buurt leidt tot meer zelfvertrouwen, meer sociale contacten en een groter gevoel van veiligheid in en tevredenheid met de woonomgeving. Er zijn zelfs studies die beweren dat jongeren die deelnemen aan culturele activiteiten minder vaak crimineel zijn.<sup>24</sup> Door het gebrek aan landsdekkende data over cultuur in de buurt en cultuureducatie op school beperkt empirisch onderzoek naar de sociale effecten van cultuur zich tot op heden echter noodgedwongen tot case studies. Die case studies leveren vooralsnog geen overtuigende bewijzen op voor die veronderstelde sociale effecten van cultuur.<sup>25</sup>

Onderstaande tabel (1.1) vat alle in deze paragraaf genoemde effecten van cultuur voor de stad samen, en geeft waar mogelijk een globale inschatting van de orde van grootte van die effecten in euro's.

<b>Tabel 1.1 Mogelijke welvaartseffecten van cultuur voor de stad</b>				
	<b>Podiumkunsten</b>	<b>Musea</b>	<b>Festivals</b>	<b>Monumenten en historisch erfgoed</b>
<b>Opbrengst uit kaartverkoop</b>	€	€	0	0
<b>Consumenten-surplus, optiewaarde en vergroting aantrekkingskracht van de stad</b>	€€€	0/?	0/?	€€
<b>Bestedingen van toeristen</b>	€	0/€€€	€	€
<b>Sociale effecten</b>	?	?	?	0

De tabel biedt geen uitputtend overzicht, maar beperkt zich tot de effecten van cultuur die naar verwachting het belangrijkste zijn voor de stad. Waar mogelijk zijn indicaties gegeven van de orde van grootte van de effecten in euro's. Die indicaties zijn verre van volledig en de genoemde verhoudingen behoeven verdere verfijning; voor een volledige vulling van het schema is nog veel specifiek Nederlands empirisch onderzoek nodig. De verhoudingen en – waar die ontbreken – de plussen en minnen, bieden echter al wel een interessante aanzet voor een afwegingskader voor stedelijke investeringen in cultuur. Zo blijkt uit de tabel dat musea vooral belangrijk zijn voor een stad als daar toeristen op afkomen. Het belang van de aanwezigheid van podiumkunsten

<sup>23</sup> Zie voor een uitgebreide analyse van de problemen in Nederlandse wijken: G. Marlet, C. Van Woerkens, 2007: Op weg naar Early Warning. Omvang, oorzaak en ontwikkeling van problemen in de wijk (Stichting Atlas voor gemeenten, Utrecht).

<sup>24</sup> Zie voor een overzicht: J. Ruiz, 2004, A literature Review of the evidence base for culture, the arts and sport policy. *Social Research*. pp. 61-68.

<sup>25</sup> F. Haanstra, 2000, Dutch Studies of the Effects of Arts Education Programs on School Success, in: *Studies in Art Education*, 42, 1, pp. 20-35.



hangt daarentegen vooral af van de waardering van de inwoners van de stad zelf en de vergrote aantrekkingskracht van de stad. De volgende paragraaf gaat op basis van dit afwegingskader verder in op de kunst van investeren in cultuur in de stad.

## 1.2 De kunst van investeren in cultuur

Ondanks de vrij uitvoerige opsomming van het maatschappelijk belang van cultuur richten de voorgenomen beleidsmaatregelen onder het kopje 'Kunst en cultuur' in het regeerakkoord van het kabinet Balkenende IV zich vooral op de hierboven besproken sociale functie van cultuur, zoals op wat de Raad voor Cultuur 'cultureel burgerschap' noemt.<sup>26</sup> Zoals uit de inventarisatie in de voorgaande paragraaf al bleek, lijken vooralsnog echter vooral de individuele en economische effecten van cultuur meetbaar van belang te zijn voor (de inwoners van) de stad.

Maar landelijk cultuurbeleid is dan ook niet primair gericht op dat lokale belang, hoewel de implicaties daarvan voor de verschillen tussen steden natuurlijk wel van groot belang kunnen zijn. Zo is de eventuele uitbreiding van het aantal lokale theatergezelschappen zonder reisverplichting gunstig voor de stad waar die zich gaan vestigen, maar ongunstig voor de omliggende steden die buiten de boot vallen. De grootste investeringen in locatiegebonden culturele instellingen vinden echter niet plaats door de rijksoverheid, maar door de lokale overheid. Gezien de reikwijdte van de effecten van cultuur is dat (met uitzondering van musea) vanuit economisch en welvaartstheoretisch perspectief ook terecht. De vraag is vervolgens hoe die lokale overheden het beste in cultuur kunnen investeren.<sup>27</sup>

Daarom volgen hierna enkele bespiegelingen over die hoe-vraag, waarbij de vier effecten van cultuur op de stad (zie tabel 1.1) impliciet het afwegingskader vormen. Die bespiegelingen zijn gestructureerd aan de hand van drie mogelijke beleidsafwegingen en dilemma's voor het stedelijke cultuurbeleid.

### 1.2.1 Deelname of aanbod?

Een deel van de in de vorige paragraaf gepresenteerde effecten loopt via (actieve of passieve) *deelname* aan cultuur, voor een ander deel is de *aanwezigheid* van cultuur in de stad voldoende om het effect te laten optreden. Die aanwezigheid van (*presence*) en deelname aan cultuur (*participation*) zijn in een Amerikaanse studie al eens als de belangrijkste onderdelen van de culturele vitaliteit van steden en wijken genoemd.<sup>28</sup> In onderstaand schema zijn de vier besproken hoofdeffecten van cultuur gerangschikt als mogelijke uitkomst van deelname aan cultuur en/of de aanwezigheid van cultuur in de stad.

<sup>26</sup> Raad voor cultuur, 2007, Innoveren, participeren! Advies agenda cultuurbeleid & culturele basisinfrastructuur (Den Haag).

<sup>27</sup> Zie voor bespiegelingen over deze vraag vanuit een nationaal perspectief en in het kader van een maatschappelijke kostenbatenanalyse (mkba) voor cultuur: G. Marlet, J.Poort, F.Laverman, 2007, De kunst van investeren in cultuur (SEO / Stichting Atlas voor gemeenten, Amsterdam / Utrecht).

<sup>28</sup> M. Jackson, F. Kabwasa-Green, J. Herranz, 2006, Cultural Vitality in communities: interpretation and indicators (The Urban Institute, Washington).

Tabel 1.2 Waar komen de effecten van cultuur vandaan?			
	Actieve deelname	Passieve deelname	Aanwezigheid van cultuur
Cultuur zorgt voor individuele waardering en ontwikkeling	●	●	●
Cultuur emancipeert, integreert en bevordert de sociale cohesie	●	●	
Cultuur trekt toeristen en bestedingen aan		●	●
Cultuur is een vestigingsfactor			●

De individuele waardering voor cultuur (en de afgeleide effecten op persoonlijke ontwikkeling) lijkt op het eerste gezicht afhankelijk van actieve of passieve deelname aan cultuur van die inwoner van de stad, maar die is niet noodzakelijk. Puur aan de aanwezigheid van cultuur wordt zoals gezegd door veel mensen al waarde toegekend: de optiewaarde. Ofwel: de mogelijkheid om er 'gebruik' van te kunnen maken. Bovendien waarderen mensen de esthetiek van monumenten, architectuur en cultureel erfgoed in de stad.

De sociale effecten van cultuur op de integratie van verschillende bevolkingsgroepen en de sociale samenhang in stad of wijk loopt wel vooral via (actieve) deelname.<sup>29</sup> Voor toeristische bestedingen in de stad lijkt (passieve) deelname noodzakelijk, hoewel ook de aanwezigheid van cultureel erfgoed zoals mooie architectuur en een historische binnenstad voldoende is om toeristen naar de stad te lokken.<sup>30</sup> Ook voor de aantrekkingskracht van cultuur op verhuizende bedrijven en huishoudens is de aanwezigheid van cultuur in de stad voldoende en daadwerkelijke deelname niet noodzakelijk.

De effecten die aan cultuur in de stad worden toegeschreven lopen dus enerzijds via deelname aan cultuur. Anderzijds lopen ze ook simpelweg via de aanwezigheid van cultuur in de stad, het aanbod dus. Om te weten welke steden en gemeenten in Nederland het meest profiteren van cultuur zijn dus twee vragen van belang: Waar is het culturele aanbod het grootst? En in welke steden nemen de inwoners het meest deel aan cultuur?

<sup>29</sup> J. Guetzkow, 2002, How the Arts Impact Communities: An introduction to the literature on arts impact studies. *Working Paper Series*, 20. (Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies), p. 5.

<sup>30</sup> Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen, 2006, *Destinatie Holland. De buitenlandse toerist nader bekeken* (Leidschendam).

In de kaarten 1.1 en 1.2 is het aanbod van theaters en musea voor heel Nederland in kaart gebracht (zie deel IV van deze Atlas voor een bespreking van de gebruikte data). De kaarten beperken zich niet tot het aanbod in de gemeente zelf, maar nemen ook het aanbod in de omliggende gemeenten mee, voorzover dat binnen acceptabele reistijd ligt (op basis van een zogenoemd ruimtelijk gemiddelde).

Uit kaart 1.1 blijkt dat het aanbod concerten en theatervoorstellingen het grootst is voor de inwoners van de steden, en van suburbane gemeenten net buiten de steden. Vooral in de regio's Amsterdam en Utrecht kent de culturele infrastructuur een hoge dichtheid. Voor de inwoners van de noordvleugel van de Randstad is het culturele aanbod naar verwachting ongeveer eens zo groot als voor de inwoners in de zuidvleugel. Buiten de Randstad concentreren de podiumkunsten zich in Groningen, Nijmegen en in de Brabantse steden (zie ook de ranglijsten in deel III van deze Atlas). Ondanks dat de meeste musea zich in de steden bevinden, blijkt de regionale beschikbaarheid van musea per inwoner vaak juist in de gemeenten buiten de steden, en buiten de Randstad, groot te zijn (kaart 1.2). Vooral in het noorden van het land en in delen van Overijssel en Gelderland, hebben de inwoners relatief veel musea 'tot hun beschikking'. Het zuiden van het land blijft daar duidelijk bij achter.

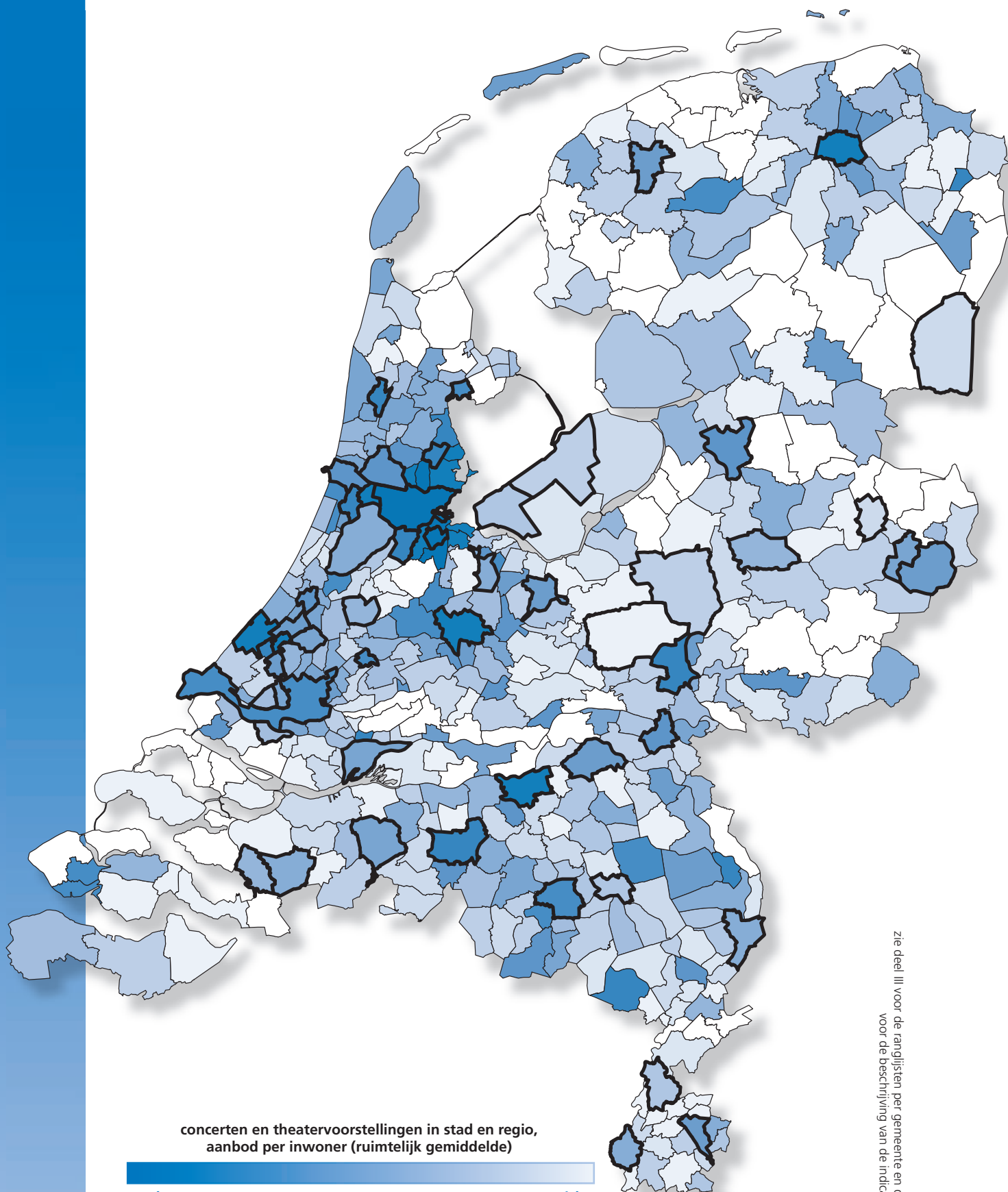
In de kaarten 1.3 en 1.4 is het cultuurbereik per gemeente in kaart gebracht (zie deel IV van deze Atlas voor een bespreking van de gebruikte data). Welk deel van de bevolking in de stad of gemeente gaat hoe vaak naar een museum of een theatervoorstelling?

Uit kaart 1.3 blijkt dat het bezoek aan podiumkunsten in de steden hoger is dan in het ommeland. Inwoners van steden bezoeken jaarlijks gemiddeld ongeveer vijftig procent vaker een concert of theater dan inwoners van overige gemeenten. Het cultuurbereik in suburbane gemeenten dichtbij de grote steden is weer hoger dan dat in de meer landelijk en perifeer gelegen gemeenten. Dat heeft behalve met het gemiddeld hogere opleidingsniveau te maken hebben met het goed bereikbare aanbod in de steden (zie tabel 1.3).

Tussen de steden bestaan belangrijke verschillen. Van de grote steden in de Randstad blijken vooral de inwoners van Utrecht en Amsterdam frequente theaterbezoekers te zijn. De Rotterdammer gaat gemiddeld half zo vaak naar voorstellingen en het cultuurbereik in Den Haag ligt daartussenin. Die verschillen worden voor het grootste deel verklaard door de bevolkingssamenstelling van die steden (zie tabel 1.3).

Uit kaart 1.4 blijkt tot slot dat ook het museumbezoek in steden gemiddeld hoger is dan in het ommeland, maar het verschil is minder geprononceerd dan bij het bezoek aan theaters en concerten. De bevolking van steden is weliswaar gemiddeld hoogopgeleid, maar in steden wonen gemiddeld ook veel jongeren. Terwijl juist de bevolkingsgroep vanaf veertig jaar veel musea blijkt te bezoeken (zie tabel 1.3). Daarom is juist ook in kleinere gemeenten in Gelderland en Overijssel het museumbezoek opvallend hoog. Het relatief hoge museumbezoek in Gelderland wordt bovendien verklaard door het relatief grote museumaanbod in die regio (zie kaart 1.2). In veel andere regio's zijn er – ondanks het feit dat het museumbezoek deels afhankelijk is van het aanbod – naar verwachting juist belangrijke verschillen tussen het museumbezoek en het regionale aanbod van musea. Die verschillen tussen vraag en aanbod zijn in elk geval groter dan bij concerten en theatervoorstellingen.

Kaart 1.1 Aanbod podiumkunsten



concerten en theatervoorstellingen in stad en regio,  
aanbod per inwoner (ruimtelijk gemiddelde)

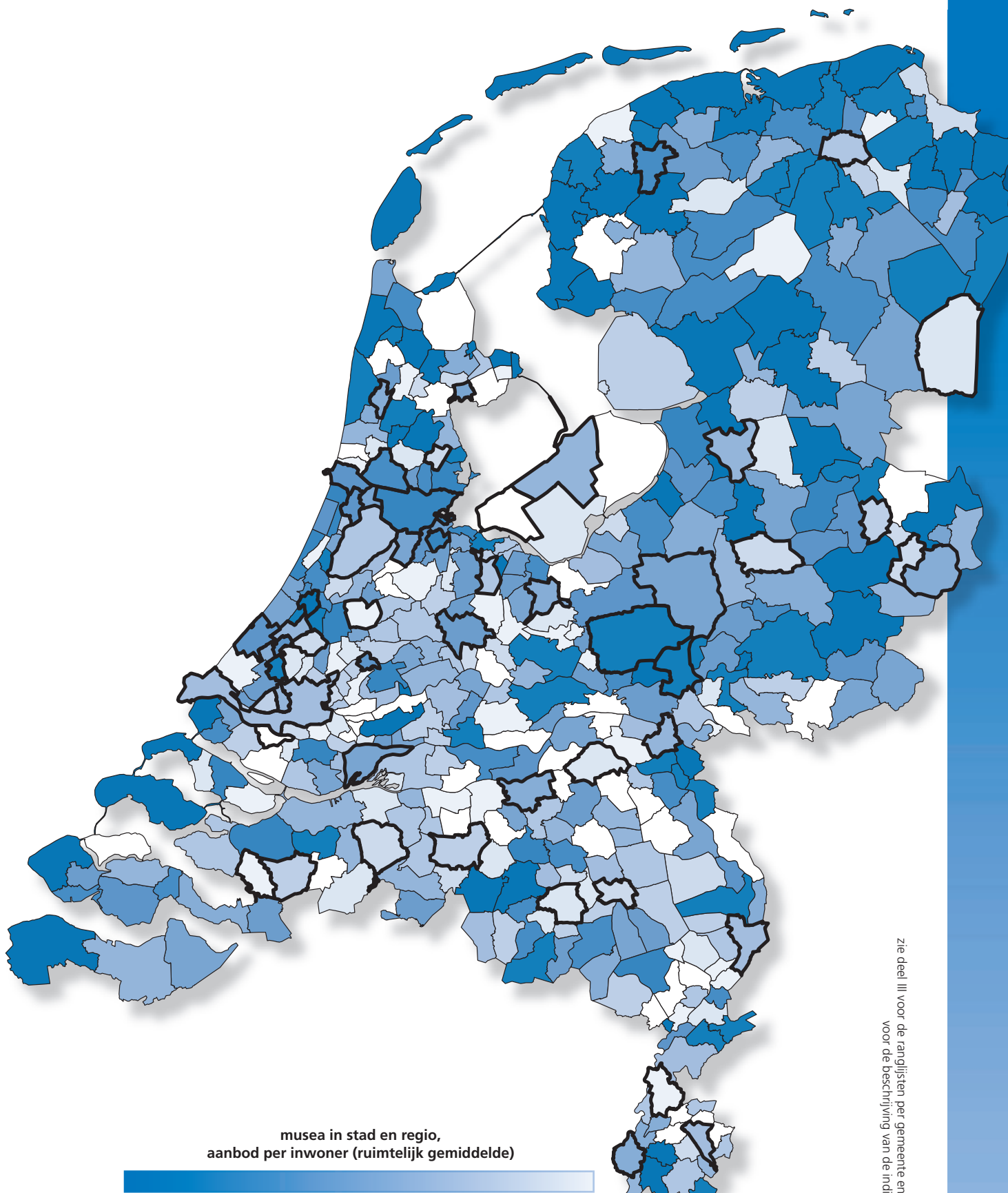
**Donker:**

de inwoners van de gemeente  
hebben relatief veel aanbod  
binnen handbereik

**Licht:**

de inwoners van de gemeente  
hebben relatief weinig aanbod  
binnen handbereik

zie deel III voor de ranglijsten per gemeente en deel IV  
voor de beschrijving van de indicatoren



musea in stad en regio,  
aanbod per inwoner (ruimtelijk gemiddelde)

**Donker:**

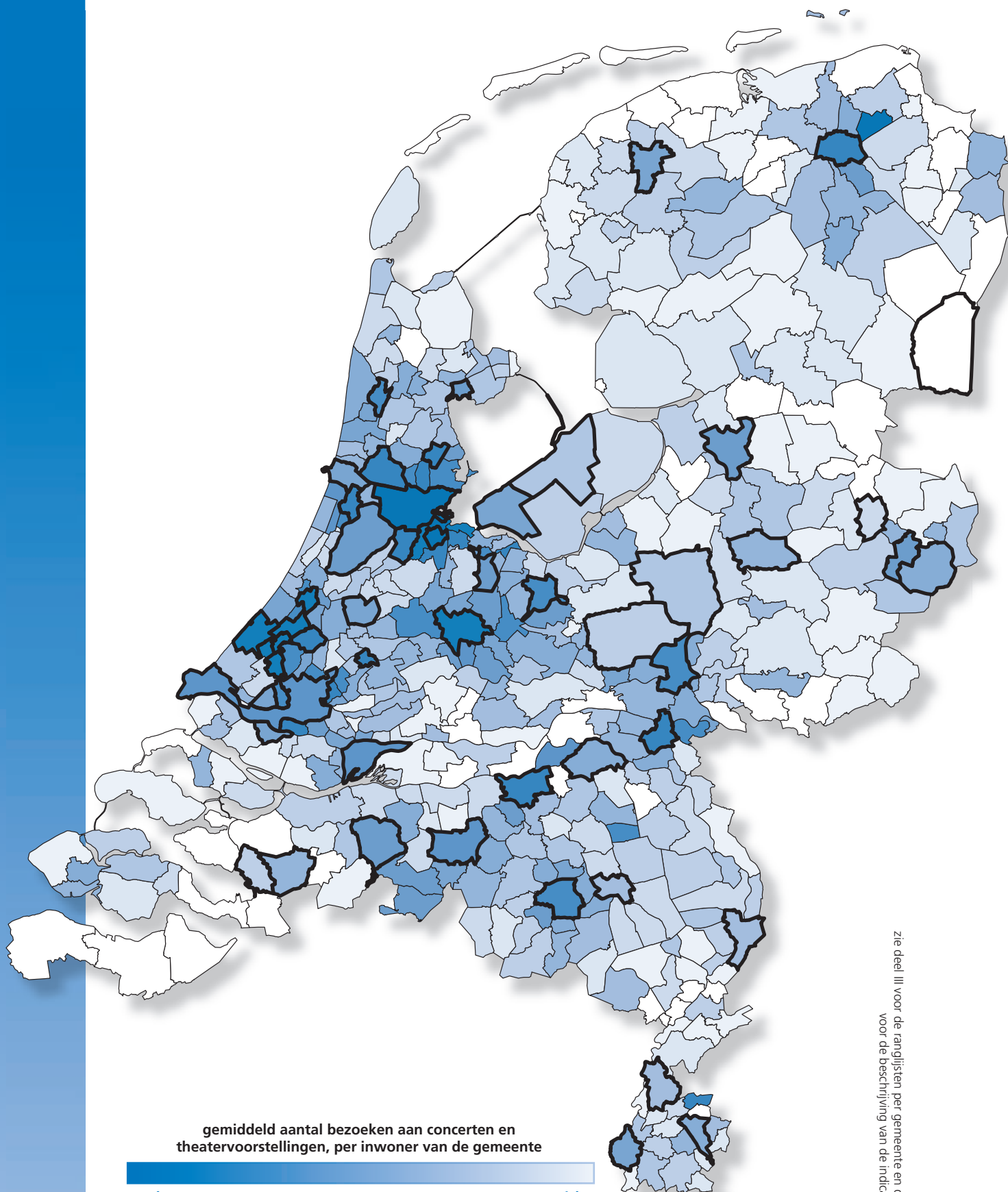
de inwoners van de gemeente hebben relatief veel aanbod binnen handbereik

**Licht:**

de inwoners van de gemeente hebben relatief weinig aanbod binnen handbereik

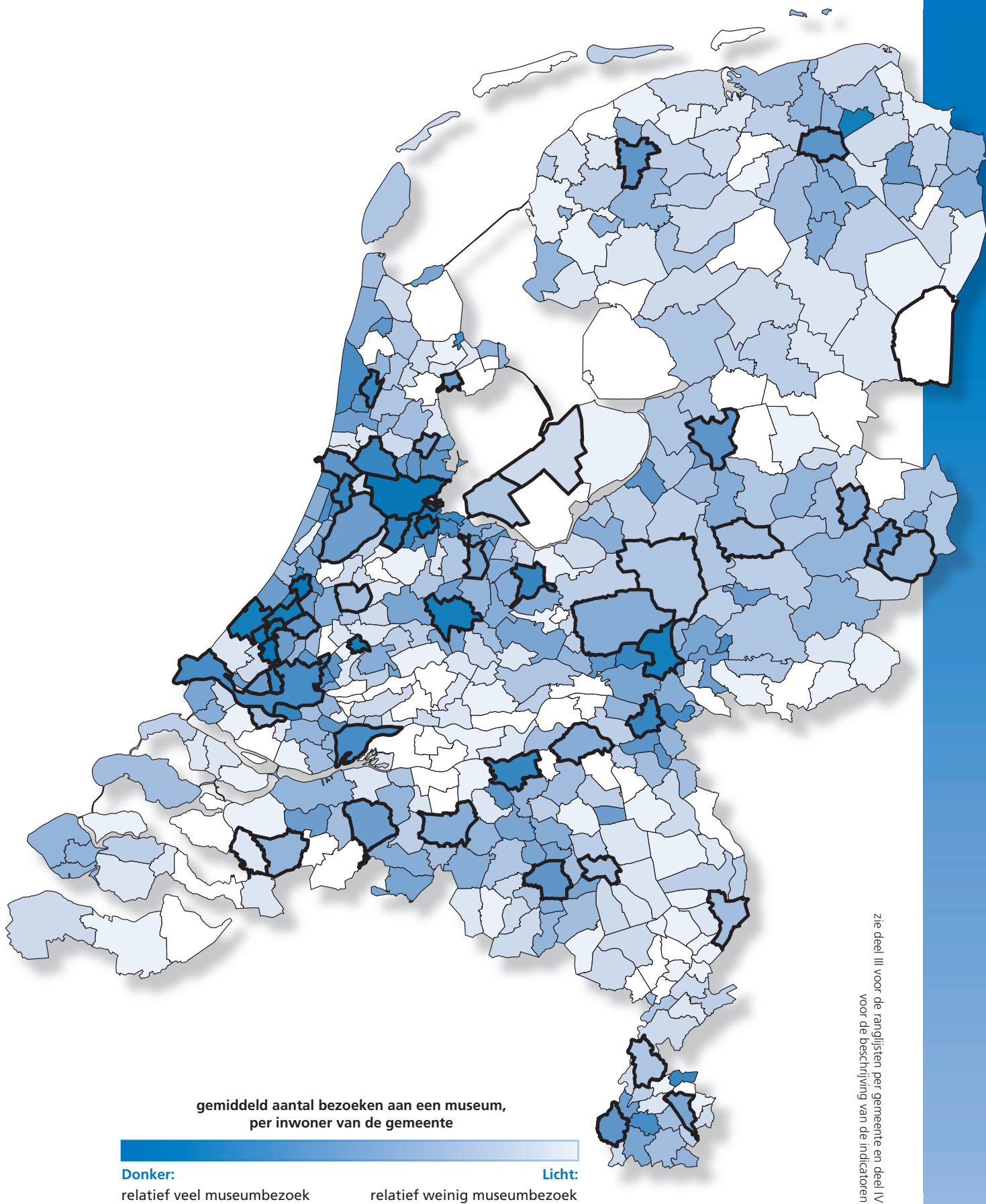
zie deel III voor de ranglijsten per gemeente en deel IV voor de beschrijving van de indicatoren

Kaart 1.3 Theater- en concertbezoek



zie deel III voor de ranglijsten per gemeente en deel IV  
voor de beschrijving van de indicatoren







**Tabel 1.3** Wat verklaart het cultuurbereik (passieve deelname) in een stad?

	Theater- en concertbezoek	Museumbezoek
Aanbod podiumkunsten (ruimtelijk gemiddelde)	+	
Museumaanbod (ruimtelijk gemiddelde)		+
Aandeel bevolking < 30 jaar	+	
Aandeel bevolking 30-50 jaar	-	
Aandeel bevolking 40+		+
Aandeel bevolking met middelbare en hogere opleiding	+	+
Aandeel bevolking met middelbare en hogere opleiding in steden met veel cultuuraanbod	+	+
Aandeel niet-westerse allochtonen	-	

+ Significant positief van invloed op cultuurdeelname  
 - Significant negatief van invloed op cultuurdeelname

De gepresenteerde kaarten laten niet alleen zien welke steden en gemeenten op het moment het meeste baat hebben bij de culturele landkaart van Nederland. Ze kunnen echter ook aanknopingspunten bieden voor het culturele investeringsprogramma in steden en regio's. Die investeringen zouden zich kunnen concentreren op de punten waar het in een bepaalde stad op dit moment aan ontbreekt: aanbod of deelname. Het is echter niet gezegd dat investeringen in aanbod in steden met weinig aanbod de beste investering is. Dat zal sterk afhangen van het soort cultuur en de vraag hoe belangrijk schaalvoordelen zijn (zie hierna). Bovendien lijkt in de meeste gevallen een combinatie van investeringen in aanbod en deelname het beste recept omdat beide sterke interactie met elkaar vertonen. Zo verhoogt deelname aan cultuur op jonge leeftijd de waarde die mensen op latere leeftijd toekennen aan de aanwezigheid van cultuur in de stad.<sup>31</sup> Investeren in deelname levert dus niet alleen de daaraan in tabel 1.2 toegeschreven effecten op, maar zal ook de waarde van de aanwezige cultuur in de stad (het consumentensurplus en de optiewaarde) op termijn verhogen. En omgekeerd is de mate waarin de stedelijke bevolking deelneemt aan cultuur – naast de karakteristieken van die bevolking – voor een deel weer afhankelijk van het aanbod in stad en regio (zie tabel 1.3).

### 1.2.2 Wijk, stad of regio?

Als de keuze van een stad valt op investeringen in het culturele aanbod is vervolgens het schaalniveau van die investeringen van groot belang. Moet geïnvesteerd worden in cultuur in wijken? Of juist in de binnenstad? Of kan geprofiteerd worden van het aanbod in naburige steden?

Investeren in cultuur in wijken lijkt op dit moment in de mode te zijn. Leefbaarheid in wijken is in Nederland weer een actueel thema; het kabinet Balkenende IV wil van de Nederlandse probleemwijken in tien jaar tijd prachtwijken maken. Behalve de sloophamer wordt ook cultuur

<sup>31</sup> L. Lévy-Garboua, C. Montmarquette, 2002, The demand for the arts. *Cirano Scientific Series*.

vaak ingezet in het wijkenbeleid. Zoals in paragraaf 1.2 is beschreven worden aan cultuur weleens positieve effecten op de leefbaarheid en sociale cohesie in de wijk toegeschreven. Bovendien kan cultuur zorgen voor *gentrification* (zie pagina 26) en regeneratie van de wijk. Maar betekent dat ook automatisch dat investeringen zich het beste kunnen richten op cultuur in de wijk, in plaats van cultuur in de binnenstad of de regio?

Dat is nog maar de vraag. Over de effectiviteit van cultuur in de buurt is nog onvoldoende bekend (zie paragraaf 1.1). In elk geval blijkt dat een theater in de stad wel en een theater in de wijk niet (extra) meetbaar van invloed is op de aantrekkingskracht van die wijk. Met andere woorden: als het gaat om woonaantrekkelijkheid profiteren alle wijken in de stad van een theater in de stad, maar de wijk waarin dat theater ligt, profiteert niet meer dan de andere wijken in de stad (zie tabel 1.4).

Vanwege de schaalvoordelen is er dan ook veel voor te zeggen om het culturele aanbod juist in de binnensteden te blijven concentreren. Vanuit het perspectief van het kasboek van het theater zelf is een goed bereikbare locatie buiten de stad misschien optimaal. Vanuit het perspectief van het belang van de stad zou echter bijvoorbeeld de Utrechtse investering in de uitbreiding van Muziekcentrum Vredenburg ('het Muziekpaleis') weleens veel effectiever kunnen zijn dan een investering in een theater in de nieuwe wijk Leidsche Rijn. Bij dit soort afwegingen hoeven een optimaal rendement van het een theater en optimalisering van het maatschappelijk belang voor de stad dus niet parallel te lopen.

Ook het regionale aanbod podiumkunsten (zoals opgenomen in kaart 1.1) blijkt overigens van invloed te zijn op de aantrekkingskracht van een stad (zie tabel 1.4). Dat betekent dus dat Haarlemmermeer meeprofiteert van het aanbod in Amsterdam, en Arnhem van dat in Nijmegen. Dat effect is echter veel kleiner dan dat van het cultuuraanbod in de eigen stad; een stad als Arnhem kan dan ook niet volledig vertrouwen op investeren in podiumkunsten in het nabijgelegen Nijmegen. Als alleen Nijmegen zou investeren in cultuur verbetert de relatieve vestigingsaantrekkelijkheid van Arnhem ten opzichte van bijvoorbeeld Apeldoorn weliswaar, maar ten opzichte van Nijmegen verslechtert die. Een stad als Arnhem doet er dan ook beter aan zelf te investeren in het stedelijke cultuuraanbod.

**Tabel 1.4 De locatie van cultuur en het effect op de aantrekkingskracht van de stad**

Aantrekkingskracht van	In de wijk	In de stad	In de regio
Podiumkunsten	(0) <sup>i</sup>	(+) <sup>ii</sup>	(+) <sup>iv</sup>
Musea	(0) <sup>i</sup>	(0) <sup>ii</sup>	(0) <sup>iv</sup>
Festivals	(?)	(0) <sup>ii</sup>	(?)
Monumenten en historisch erfgoed	(+) <sup>i</sup>	(+) <sup>ii</sup>	(0) <sup>iv</sup>
Kunstenars	(+) <sup>i</sup>	(0) <sup>iii</sup>	(0) <sup>iii</sup>

Bronnen:

<sup>i</sup> G. Marlet, C. van Woerkens, 2007: Op weg naar Early Warning. Omvang, oorzaak en ontwikkeling van problemen in de wijk (Stichting Atlas voor gemeenten, Utrecht).

<sup>ii</sup> G. Marlet, I. Tames, C. van Woerkens 2006, Cultuur als vestigingsfactor, in: S.Raes, B. Hofstede, 2006: Creatief vermogen. De economische potentie van cultuur en creativiteit (Elsevier, Den Haag).

<sup>iii</sup> G. Marlet, C. van Woerkens, 2005, Tolerance, aesthetics, amenities or jobs? Dutch city attraction to the creative class, Discussion Paper Series 05-33, Utrecht School of Economics, Universiteit Utrecht

<sup>iv</sup> nog niet gepubliceerd

Wat hebben mensen in achterstandswijken, die vaak helemaal niet geïnteresseerd zijn in cultuur, aan cultuur in de binnenstad? Allereerst kan de deelname aan cultuur niet alleen vergroot worden met een cultureel buurtcentrum maar ook met het verbeteren van de toegankelijkheid van het aanbod in de binnenstad. Maar het belangrijkste is dat de laagopgeleide bevolking in achterstandswijken indirect kan profiteren van de aantrekkingskracht van de culturele stad op toeristen en een hoogopgeleide bevolking. Zowel de bestedingen van toeristen als de aantrekkingskracht van een hoogopgeleide bevolking op bedrijven zal uiteindelijk juist veel werkgelegenheid voor laagopgeleiden in horeca, detailhandel en andere verzorgende sectoren opleveren (*trickle down*). Zelfs vanuit het perspectief van de bestrijding van achterstanden en revitalisering van probleemwijken zijn investeringen in cultuur in de binnenstad waarschijnlijk indirect van belang.

Daarop is in elk geval één uitzondering. Bij het fenomeen van *gentrification* speelt cultuur een belangrijke rol. Als kunstenaarsscenes zich in een bepaalde wijk vestigen en daar culturele instellingen stichten zoals alternatieve theaters, filmhuizen of galerieën, dan kan dat voor andere mensen reden zijn om graag in zo'n wijk te willen wonen. Dit proces van *gentrification* kan ervoor zorgen dat voormalige achterstandswijken een gezondere bevolkingsmix krijgen met meer koopkracht. Mensen gaan de huizen in zo'n wijk opknappen en besteden er meer, zodat ook de wijk het economisch beter gaat doen.<sup>32</sup> Bekende Nederlandse voorbeelden van gegentrificeerde wijken zijn De Pijp in Amsterdam en Lombok in Utrecht, en internationaal wordt altijd gewezen op Mitte en Prenzlauer Berg in Berlijn.<sup>33</sup>

Voor Nederland is empirisch aangetoond dat kunstenaars in de wijk de aantrekkingskracht van de wijk kunnen vergroten (zie tabel 1.4),<sup>34</sup> terwijl dat effect op stadsniveau juist niet meetbaar is. Hier lijkt het juiste schaalniveau van eventuele investeringen dus wel de wijk te zijn. Dat resultaat mag overigens beleidsmatig niet zonder meer leiden tot de conclusie dat investeringen in kunstenaars in de wijk automatisch de aantrekkingskracht vergroten. In een achterstandswijk nabij het centrum met veel vooroorlogse woningen is de kans veel groter dat dit effect optreedt dan in de Amsterdamse Bijlmer of het Utrechtse Overvecht. Kunstenaars in de wijk lijken vooral in combinatie met architectuur en monumenten (in de zin van een historische en esthetisch aantrekkelijke woningvoorraad) een succesvol recept te kunnen zijn voor spontane revitalisering van de wijk. En bovendien moeten er nogal wat 'eisen' gesteld worden aan die kunstenaars. Het effect op de wijk loopt immers via de zichtbare culturele en culinaire uitingen in de wijk. Daarvoor is het dus noodzakelijk dat kunstenaars zich openstellen naar de wijk. Van kunstenaars die zich in een oude fabrieksloods afzonderen van de buitenwereld zal dat effect niet uitgaan.

### 1.2.3 Musea, theaters of festivals?

Als investeringen in het culturele aanbod in de (binnen)stad een goed idee zijn, is vervolgens de vraag in welke 'soort' cultuur dan geïnvesteerd moet worden. Dat is ten dele afhankelijk van het doel van de investering. Is het doel om toerisme te bevorderen dan liggen investeringen

<sup>32</sup> J. Kolko, 2000, *The economics of gentrification* (MIMEO, Harvard University); J. Guetzkow, 2002, *How the Arts Impact Communities: An introduction to the literature on arts impact studies*. Working Paper Series, 20. (Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies), p. 19.

<sup>33</sup> M. Bernt, A. Holm, 2002, *Gentrification in Ostdeutschland: der Fall Prenzlauer Berg*. In: *Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften (DfK)*, 41 Jg. 2002/II, 125-150).

<sup>34</sup> Een kanttekening over de richting van de causaliteit is hier op zijn plaats; is de aantrekkingskracht groter vanwege de kunstenaars, of gaan de kunstenaars wonen in aantrekkelijke wijken?

in musea en monumenten meer voor de hand dan investeringen in theaters. Toeristen blijken immers vooral op musea en monumenten af te komen en veel minder op podiumkunsten (zie paragraaf 2.1). Is het echter de bedoeling om met investeringen in cultuur de eigen inwoners te bedienen, en de vestigingsaantrekkelijkheid voor bedrijven en huishoudens te vergroten, dan liggen investeringen in theaters meer voor de hand.

Het effect van podiumkunsten op de aantrekkingskracht van steden op hoogopgeleide, creatieve bevolking is vrij overtuigend bewezen (zie paragraaf 1.1 en tabel 1.4), terwijl musea geen meetbaar effect op die aantrekkingskracht hebben. Musea zijn in tegenstelling tot theaters vaak niet op de plaatselijke bevolking gericht; ze zijn 's avonds meestal niet open en kunnen dus ook geen ontmoetingsplaats zijn voor de plaatselijke bevolking. Of zoals Frans Haks het treffend zei tijdens de opening van het Pleinmuseum op het Neude in Utrecht: *“De openingstijden van de klassieke musea zijn eigenlijk belachelijk. Op tijden dat iedereen werkt zijn zij open.”* Als de openingstijden van musea worden verruimd, de horecafunctie wordt versterkt en ze beter geïntegreerd worden in de (historische) binnenstad is het natuurlijk wel denkbaar om ook met musea de aantrekkingskracht van steden te vergroten.<sup>35</sup>

Er zijn naar verwachting echter grote regionale verschillen in de kans op succes van dergelijke investeringen. Een extra museum in Amsterdam zal naar verwachting meer effect hebben op het toerisme en de bestedingen dan een extra museum in Almere of Heerlen. Dat heeft te maken met de schaalvoordelen die noodzakelijk zijn om toeristen aan te trekken; een enkel museum is over het algemeen (er zijn dus uitzonderingen zoals Guggenheim nabij Bilbao) onvoldoende om een grote stroom toeristen naar de stad te lokken. Daarvoor is een zekere omvang van het culturele aanbod nodig inclusief andere redenen voor een toerist om een stad te bezoeken zoals een historische binnenstad, een goed klimaat of een interessant uitgaansleven. In het Nederlandse perspectief lijken naast Amsterdam niet zo heel veel steden voldoende aantrekkingskracht op buitenlandse toeristen uit te oefenen om investeringen in een museum maatschappelijk rendabel te maken. Dat wil overigens nog niet zeggen dat alle investeringen in musea in Amsterdam moeten plaatsvinden; er kan immers ook een verzadigingsniveau bereikt zijn waarbij een extra museum nauwelijks meer extra toeristen trekt.

Voor veel Nederlandse steden zullen investeringen in podiumkunsten naar verwachting meer opleveren dan investeringen in musea. Het rendement van investeringen in podiumkunsten is zoals gezegd veel minder afhankelijk van toeristen en veel meer van aantrekkingskracht op de (eigen) bevolking. Hoewel de omvang van dat effect zal verschillen tussen steden, en waarschijnlijk afhankelijk is van de ligging van de stad, is hier voor elke stad in Nederland naar verwachting winst te behalen. Het is in dat licht bijvoorbeeld ook begrijpelijk dat het college van Almere heeft besloten geen financiële bijdrage te leveren aan het Annie M.G. Schmidt-huis, maar in plaats daarvan meer te investeren in theater De Roestbak.<sup>36</sup> De stijging van Almere op de jaarlijks in deze *Atlas voor gemeenten* gepresenteerde woonaantrekkelijkheidsindex (zie deel II en III van deze Atlas) die de programmering van dat theater (in tegenstelling tot dat van een nieuw museum) zou opleveren, is illustratief voor het belang van een dergelijke keuze voor specifieke investeringen in cultuur in de stad.

<sup>35</sup> Overigens is deze afweging hier nadrukkelijk gemaakt vanuit het perspectief van de stad. Vanuit landelijk perspectief kan die afweging heel anders uitvallen omdat het cultureel erfgoed in musea net als een canon van de literatuur of de geschiedenis vanuit een landelijk gezichtspunt veel belangrijker kan zijn dan vanuit het perspectief van de stad.

<sup>36</sup> Zie: Binnenlands Bestuur, 26 januari 2007, p. 45.

Vervolgens is het de vraag of het maatschappelijke rendement van theaters het grootst is door te investeren in een groot poppodium, een musicaltheater, een megabioscoop of juist een divers aanbod kleinschalig theater en alternatieve muzikescenes. Daarover zijn de meningen verdeeld.<sup>37</sup> Het ligt voor de hand dat dit per stad en regio verschilt. Datzelfde geldt voor het rendement van een vast theateraanbod versus tijdelijke festivals. Het vaste aanbod heeft als voordeel dat de bewoners van de stad er elke dag en op elk moment van de dag terecht kunnen, zonder dat van te voren te plannen. Juist dat aspect van cultuur blijkt van groot belang te zijn voor de aantrekkingskracht van de stad op een hoogopgeleide, creatieve bevolking. Festivals hebben dat niet en lijken bovendien vaak minder gericht te zijn op de eigen bevolking en meer op toeristen; ze zijn vaak in de zomer als de eigen bevolking op vakantie is. Festivals veroorzaken bovendien vaak veel overlast voor die eigen bevolking zodat er ook een reden is om juist dan op vakantie te gaan. Anderzijds kunnen festivals snel faam verwerven en daarmee het imago van de stad versterken en zo toeristen en bedrijven aantrekken. Maar net als voor musea geldt ook in dit geval waarschijnlijk dat die roem maar voor een zeer klein deel van de festivals is weggelegd, zoals het North Sea Jazz of het Filmfestival van Rotterdam. Tot slot zijn er ook festivals die kenmerken vertonen die overeenkomen met die van de podiumkunsten; een frequent aanbod gericht op de eigen bevolking, te denken valt hierbij aan de Culturele Zondagen in Utrecht.

### 1.3 Conclusie

Effectief investeren in cultuur in de stad is een hele kunst. Het belang van cultuur in de stad is dan misschien overtuigend aangetoond, maar dat wil niet zeggen dat elke investering gegarandeerd succesvol is. De recente discussie over dure lokale investeringen in podia en (als gevolg daarvan) gebrek aan geld voor onder andere een interessante programmering en professioneel zakelijk beleid illustreert dat. Dé opgave voor steden is om met cultuurbeleid de sociale samenhang en individuele ontwikkeling van de bewoners in de stad te vergroten, zonder daarbij het economische belang van cultuur voor de stad uit het oog te verliezen en de rentabiliteit van bijvoorbeeld theaters onder druk te zetten. Dat betekent niet ineens alle middelen verplaatsen van de binnenstad naar de achterstandswijk, en daarmee het aanbod in de binnenstad laten verschromelen en zo de aantrekkingskracht van de stad verkwanselen. Dat betekent ook creatief kijken naar het prijsbeleid van de podia – met het profijtbeginsel en prijsdifferentiatie in de hand kan de verliesgevendheid van theaters wellicht worden aangepakt<sup>38</sup> – maar dat mag niet ten koste gaan van de bereikbaarheid van cultuur voor de inwoners van de stad. En dat mag – tot slot – ook niet ten koste gaan van de variëteit in het aanbod. Als cultuur in de stad zich nog slechts beperkt tot goedverkopend amusement kan dat weliswaar goed zijn voor het kasboek van de podia, maar tegelijkertijd de (naar verwachting veel grotere) economische effecten van cultuur voor de stad frustreren. Een maandenlang uitverkocht musicaltheater in de stad (dat dus niet spontaan door de eigen inwoners te bezoeken is) kon voor de stad wel eens minder baten opleveren dan een kleinschaliger en gevarieerder aanbod dat dagelijks en op elk moment van de dag beschikbaar is voor de inwoners van de stad. Volle zalen zijn – zelfs vanuit economisch perspectief – dus geen garantie voor succes. En ‘lege’ zalen doen niet per se iets af aan het belang van cultuur voor de stad.

<sup>37</sup> T. Clark, 2003, Urban amenities: lakes, opera, and juice bars do they drive development?, in: The city as an entertainment Machine, Research in Urban Policy, 9, pp. 103-140 versus R. Florida, 2002, The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life (Basic Books, New York).

<sup>38</sup> Zie ook: G. Marlet, J. Poort, F. Laverman, 2007, De Kunst van investeren in Cultuur (SEO/Stichting Atlas voor gemeenten, Amsterdam/Utrecht).