

Gerard Marlet  
Roderik Ponds

---

# **De waarde van kunst en cultuur in Amsterdam**

---



De waarde van kunst en cultuur in Amsterdam

Eindredactie en opmaak: M Tekst & Beeld

Atlas voor gemeenten  
Postbus 9627  
3506 GP UTRECHT  
T 030 2656438  
F 030 2656439  
E [info@atlasvoorgemeenten.nl](mailto:info@atlasvoorgemeenten.nl)  
I [www.atlasvoorgemeenten.nl](http://www.atlasvoorgemeenten.nl)

Dit onderzoek is uitgevoerd op verzoek van en met financiële steun van de gemeente Amsterdam. De visies en conclusies weergegeven in dit rapport zijn die van Atlas voor gemeenten en komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van de opdrachtgever.

© auteursrecht Atlas voor gemeenten, 23 juni 2011

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

De waarde van kunst en cultuur in Amsterdam



---

## Inhoud

Samenvatting en conclusies	7
1 De betekenis van cultuur voor de stad	12
2 De maatschappelijke waarden van cultuur	16
3 Podiumkunsten	19
3.1 Gebruikswaarde	19
3.2 Optiewaarde	20
3.3 Bestaanswaarde	22
3.4 Economische waarde	23
3.5 Sociale waarde	24
4 Musea	26
4.1 Gebruikswaarde	26
4.2 Optiewaarde	27
4.3 Economische waarde	29
5 Historisch erfgoed	31
5.1 Optiewaarde	32
5.2 Gebruikswaarde	32
5.3 Economische waarde	33
6 De welvaartseffecten van bezuinigen op cultuur	35
6.1 De voorgenomen bezuinigingen	35
6.2 Impact op het aanbod aan podiumkunsten	37
6.3 Impact op gedrag van theaters en gezelschappen	39
6.4 Verlies aan aanbod en welvaart	39





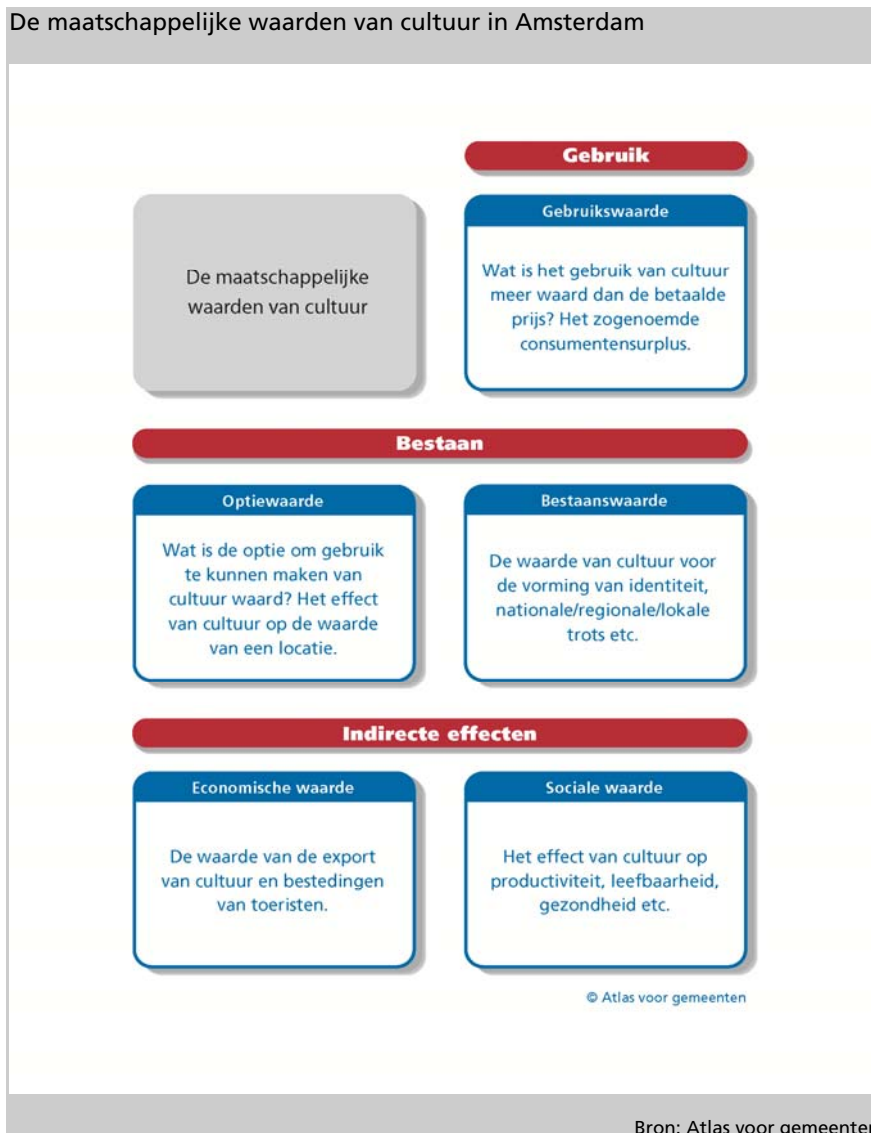
## Samenvatting en conclusies

Het culturele aanbod in Amsterdam levert een jaarlijkse welvaartswinst op van ongeveer € 500 miljoen. Alle podiumkunsten, musea en monumenten in Amsterdam tezamen dragen jaarlijks dus voor ongeveer € 500 miljoen bij aan de Nederlandse welvaart. Dat is meer dan alle (Rijks- en gemeentelijke) subsidies die jaarlijks in het culturele aanbod van Amsterdam worden gestopt. Dat culturele aanbod in Amsterdam levert de maatschappij dus meer op dan het de belastingbetaler jaarlijks aan subsidies kost.

De verwachte jaarlijkse welvaartswinst van € 500 miljoen resulteert – over een periode van 30 jaar en bij een reële rente van 4% - in een totale maatschappelijke waarde van het culturele aanbod in Amsterdam van om en nabij de € 9 miljard. Dat is een optelling van alle in dit rapport berekende maatschappelijke waarden van het aanbod aan podiumkunsten, musea en het historisch erfgoed in de stad. Dat betekent dat Amsterdam ongeveer een vijfde deel van de totale waarde van dat culturele aanbod in Nederland voor haar rekening neemt.

De berekende welvaartswinst van het culturele aanbod in Amsterdam is enerzijds in *cash*, zoals het economische effect van de bestedingen van de toeristen die op het culturele aanbod in Amsterdam afkomen. Anderzijds bestaat die welvaartswinst uit het in geld uitgedrukte ‘nut’ dat mensen aan het culturele aanbod in Amsterdam ontlenen. Dat nut komt voort uit het genot en geluk dat mensen ontlenen aan een bezoek aan de cultuur in Amsterdam, en uit het woongenot van mensen die graag in Amsterdam willen wonen vanwege het culturele aanbod, en de sociale effecten die daar mogelijk van uitgaan.

Voor deze berekening is uitgegaan van de vijf maatschappelijke waarden van cultuur die in onderstaand schema zijn samengevat. Er zijn drie hoofdcategorieën: de waarde die mensen hechten aan het gebruik van cultuur in Amsterdam, de waarde die mensen hechten aan het bestaan van cultuur in Amsterdam (los van het gebruik ervan) en de indirecte – sociale en economische – effecten die van de kunst en cultuur in Amsterdam kunnen uitgaan.



De gebruikswaarde gaat ervan uit dat mensen hun bezoek aan culturele instellingen meer waarderen dan het bedrag dat ze ervoor betalen (het consumentensurplus). De optiewaarde ontstaat omdat mensen bereid zijn meer te betalen voor een woonplek in de buurt van cultureel aanbod in Amsterdam. Daarmee anticiperen ze op het toekomstige genot en geluk dat

ze aan cultuur ontleen, en op de positieve sociale en economische effecten die van kunst en cultuur uitgaan.

Daarnaast wordt het bestaan van cultuur in Amsterdam mogelijk ook nog gewaardeerd door mensen die de culturele instellingen niet bezoeken, en er ook niet voor in (de buurt van) Amsterdam willen wonen. Dat is de bestaanswaarde.

Tot slot trekt het culturele aanbod in Amsterdam toeristen aan, die geld uitgeven en zo de Nederlandse economie stimuleren. Ook dat leidt tot een welvaartswinst, die deels is toe te schrijven aan de culturele instellingen in Amsterdam. Datzelfde geldt voor de sociale effecten die mogelijk van de culturele instellingen uitgaan, zoals een gunstig effect op onderwijsprestaties, productiviteit, gezondheid en leefbaarheid.

In onderstaande tabel zijn die – in dit rapport becijferde – maatschappelijke waarden van cultuur in Amsterdam per culturele sector samengevat:

De maatschappelijke waarde van cultuur in Amsterdam (2009, in € miljoen)					
	Gebruik	Bestaan	Indirect	Totale waarde (NCW)	Jaarlijkse welvaartswinst
Podiumkunsten	157	4014	5	€ 4,2 mld	€ 241 mln
Musea	132	394	994	€ 1,5 mld	€ 88 mln
Erfgoed (monumenten)	75	1049	1997	€ 3,1 mld	€ 180 mln
<b>Totaal</b>				<b>€ 8,8 mld</b>	<b>€ 509 mln</b>

Bron: Atlas voor gemeenten

De gebruikswaarde van de podiumkunsten in Amsterdam is berekend op € 157 miljoen. De optiewaarde – de bereidheid om te betalen voor de nabijheid van de Amsterdamse podia – is minstens € 4 miljard. De economische waarde van de podiumkunsten in Amsterdam is slechts € 5 miljoen, omdat er nauwelijks toeristen op die podia blijken af te komen. Dat brengt de totale maatschappelijke waarde van de Amsterdamse

podiumkunsten op € 4,2 miljard. De bestaanswaarde en de sociale waarde van de Amsterdamse podiumkunsten zijn niet bekend, maar die voegen naar verwachting niet veel meer toe aan de totale maatschappelijke waarde van de Amsterdamse podiumkunsten, omdat die (deels) al in de berekende optiewaarde zitten. Een maatschappelijke waarde van € 4,2 miljard komt overeen met een jaarlijkse welvaartswinst van ongeveer € 240 miljoen. De maatschappelijke baten van de Amsterdamse podiumkunsten zijn dus in elk geval hoger dan de maatschappelijke kosten, die in 2009 € 142 miljoen bedroegen (rechtstreekse Rijks- en gemeentesubsidies aan de Amsterdamse podia, of indirect via de gezelschappen).

Voor de Amsterdamse musea is het verschil tussen maatschappelijke kosten en baten minder groot. De jaarlijkse welvaartswinst van die Amsterdamse musea is berekend op € 88 miljoen, terwijl er in 2009 in totaal € 69 miljoen aan overheidssubsidies in de Amsterdamse musea werd gestopt. Die Amsterdamse musea zijn in totaal € 1,5 miljard waard. De (lokale) optiewaarde van die musea is veel lager dan de optiewaarde van de podiumkunsten. Dat komt omdat mensen voor musea bereid zijn relatief ver te reizen (een dagje uit), terwijl men concerten en theaters vaker wil bezoeken, en om die reden het liefst dicht in de buurt heeft. Daar staat tegenover dat de Amsterdamse musea een relatief hoge economische waarde hebben: de Amsterdamse musea zijn voor veel buitenlandse toeristen dé reden om Nederland te bezoeken, waardoor de bestedingseffecten relatief groot zijn, bijna € 1 miljard (Netto Contante Waarde).

Dat geldt ook voor het historische erfgoed in Amsterdam, dat zowel een hoge economische waarde (€ 2 miljard) als een hoge optiewaarde (€ 1 miljard) heeft. Ook dat erfgoed is een belangrijke reden voor toeristen om Nederland te bezoeken en hier te verblijven. Daardoor zijn de bestedingseffecten relatief hoog. Maar ook de bereidheid om te betalen voor een woonplek in Amsterdam wordt deels veroorzaakt door het in de stad aanwezige historische erfgoed. Daardoor is ook de optiewaarde van het historische erfgoed relatief hoog. Die waarde is naar verwachting ook nog een onderschatting omdat de berekening alleen gebaseerd is op de Rijksmonumenten in Amsterdam, en niet op de overige monumentale panden, grachten etc., waarvoor geen data beschikbaar waren.

Naast de inwoners van Amsterdam en de buitenlandse toeristen hecht ook de rest van Nederland waarde aan het historische erfgoed in Amsterdam,

maar de bijbehorende gebruikswaarde is relatief gering, circa € 75 miljoen. Dat brengt de totale waarde van het historische erfgoed in Amsterdam op € 3,1 miljard, wat overeen komt met een jaarlijkse welvaartswinst van € 180 miljoen.

Dat brengt de totale waarde van het in dit rapport onderzochte Amsterdamse culturele aanbod op 8,8 miljard. Dat komt zoals gezegd overeen met een jaarlijkse bijdrage aan de nationale welvaart van € 500 miljoen. Dat is de totale jaarlijkse welvaartswinst die van de culturele sectoren in Amsterdam die in dit onderzoek zijn meegenomen uitgaat. Een deel van die welvaartswinst komt terecht bij de toeristische sector, en via belastingen in de schatkist. Het grootste deel van die economische waarde van cultuur in Amsterdam slaat naar verwachting dan ook landelijk en niet lokaal neer. Ook de gebruikswaarde komt grotendeels (bij de bezoekers van) buiten Amsterdam terecht. De optiewaarde komt tot slot vooral bij de inwoners van Amsterdam terecht, die deze waarde vervolgens weer (deels) doorgeven aan particuliere huiseigenaren, woningcorporaties en, via lokale belastingen, aan de gemeente.

Dat culturele aanbod in Amsterdam levert de maatschappij dus meer op dan het de belastingbetaler jaarlijks aan subsidies kost. Maar dat betekent niet dat iedere euro die in de cultuursector wordt gestopt zich ook automatisch terugbetaalt. En dat betekent ook niet automatisch dat bezuinigen op cultuur welvaartsverlagend is. Daarom is in dit onderzoek ook uitgerekend welk deel van de welvaartswinst van kunst en cultuur in Amsterdam verloren gaat als gevolg van de voorgenomen bezuinigingen.

De gemeente Amsterdam heeft becijferd dat op basis van de huidige plannen op de Amsterdamse podiumkunsten vanaf 2013 in totaal zo'n € 22,5 miljoen per jaar zal worden bezuinigd, en op de Amsterdamse musea in totaal circa € 3,5 miljoen per jaar. De precieze allocatie van de bezuinigingen op musea is echter (nog) niet bekend, waardoor de berekeningen zich hebben beperkt tot de impact van de bezuinigingen op de podiumkunsten. Daarbij is ook rekening gehouden met de voorgenomen btw-verhoging. De uitkomst van die berekeningen bleek in hoge mate afhankelijk te zijn van de vraag hoe de gezelschappen en de podia gaan reageren op de bezuinigingen.

Als de Amsterdamse gezelschappen en podia er in het geheel niet in slagen de lagere subsidieopbrengsten te compenseren met kostenreductie en hogere inkomsten uit alternatieve (private) financieringsbronnen kost dat de stad jaarlijks circa 20% van het totale (gesubsidieerde en ongesubsidieerde) aanbod aan uitvoeringen in de podiumkunsten. Daarnaast zullen ook in de rest van het land minder uitvoeringen plaatsvinden, omdat de Amsterdamse gezelschappen daar ook minder zullen gaan aanbieden. Dat zou bij elkaar, en onder een aantal aannames, overeenkomen met een totaal welvaartsverlies van ruim € 50 miljoen per jaar. In dat scenario zijn de maatschappelijke kosten van de bezuinigingen dus beduidend hoger dan de maatschappelijke besparing door de bezuinigingen op de overheidsuitgaven (€ 22,5 miljoen), waardoor die bezuinigingen per saldo de welvaart zullen verlagen.

In een scenario waarin de Amsterdamse gezelschappen erin slagen 5% te besparen op de kosten, en de Amsterdamse podia er tegelijkertijd in slagen een vergelijkbare efficiëntiewinst te behalen én de overige inkomsten substantieel (door een mix van 20% extra sponsorinkomsten, 3% meer inkomsten uit kaartverkoop en 5% meer inkomens uit externe verhuur) te verhogen, is een omslagpunt bereikt. In dat scenario slaat de balans naar de andere kant uit, en liggen de maatschappelijke kosten van de bezuinigingen onder de maatschappelijke besparing van € 22,5 miljoen.

Het welvaartsverlies van de voorgenomen bezuinigingen op de podiumkunsten in Amsterdam is dus weliswaar groter dan wat de besparingen opleveren, als die bezuinigingen (deels) door de sector kunnen worden opgevangen met meer private middelen en een reductie van kosten, kan de schade per saldo meevallen. Vanuit Amsterdams perspectief is dat echter een ander verhaal. Het grootste deel van de schade van de bezuinigingen op de Amsterdamse podiumkunsten komt bij de inwoners van de stad Amsterdam terecht. Die schade zal zich uiteindelijk (deels) vertalen in lagere vastgoedprijzen en voor een deel – via lokale belastingen – doorgegeven worden aan de gemeente. De besparing als gevolg van de bezuinigingen op de podiumkunsten komt echter grotendeels in de Schatkist terecht.

## 1 De betekenis van cultuur voor de stad

Vroeger gingen mensen om de fabrieken wonen. Waar het werk was woonden de mensen. Ofwel: wonen volgde werken. Die tijd is voorbij. Door opeenvolgende transportrevoluties (trein, auto, vliegtuig, hogesnelheidslijn, internet) is het mogelijk steeds verder van huis te gaan werken. Dat betekent omgekeerd ook dat het steeds makkelijker is om een woonplek te kiezen, verder weg van het werk. Of zelfs onafhankelijk van de plek van het werk, op een plek in het land van waaruit zoveel mogelijk banen binnen acceptabele tijd te bereiken zijn; de huidige baan, de huidige baan van de partner, de toekomstige baan, de toekomstige baan van de partner, etc.

Als de plek van het werk niet meer doorslaggevend is in de woonplaatskeuze kunnen andere factoren een rol gaan spelen. Mensen gaan in toenemende mate wonen waar de kwaliteit van de woonomgeving hoog is. Voor sommige mensen betekent dat een zo groot mogelijk huis in een zo groen mogelijke omgeving. Anderen wonen liever in een stad. Maar ook de kwaliteit van die woonsteden varieert. Mensen kiezen een woonstad die ze aantrekkelijk vinden. Dat is meestal een veilige stad, met veel historie en stedelijke voorzieningen. Zoals culturele voorzieningen.

Cultuur speelt zo een prominente rol in de concurrentiepositie van steden. Steden die een groot en gevarieerd aanbod aan cultuur hebben zijn over het algemeen ook de populaire woonsteden.<sup>1</sup> Die steden hebben de grootste aantrekkingskracht op hoger opgeleiden en mensen uit de hogere inkomensgroepen. In onderstaande grafiek is dat weergegeven met de relatie tussen het aanbod aan podiumkunsten in een stad en het aandeel mensen uit de zogenoemde creatieve klasse.<sup>2</sup> Uit figuur 1.2 blijkt dat er in steden met een groter aanbod aan concerten en theatervoorstellingen (ofwel: uitvoeringen in de podiumkunsten) over het algemeen meer creatieve, hoogopgeleide mensen wonen dan in steden die op het culturele vlak minder te bieden hebben. Amsterdam spant wat dat betreft de kroon.

---

<sup>1</sup> G.A. Marlet, 2009: *De aantrekkelijke stad* (VOC Uitgevers Nijmegen).

<sup>2</sup> Dat zijn in feite hoogopgeleiden die werken in een hooggekwalificeerde baan: G.A. Marlet, C.M.C.M., van Woerkens, 2007: *The Dutch Creative class and how it fosters urban employment growth*, in: *Urban Studies*, 44, 13, pp. 2605-2626.





Succesvolle steden zijn over het algemeen steden waar veel te kiezen valt. Waar mensen 's avonds spontaan terecht kunnen in een van de vele theaters, concertgebouwen, poppodia en jazzcafés. Zonder daarvoor maanden van tevoren een kaartje te hoeven kopen. Het zijn de zogenoemde *walking cities*; steden waarvan de inwoners op loop- of fietsafstand van hun huis een gevarieerd aanbod aan cultuur, horeca en andere voorzieningen in een historische, esthetische binnenstad kunnen bereiken. Die steden worden door de economisch kansrijke bevolkingsgroepen de meest aantrekkelijke woonsteden gevonden.

Die steden doen het om die reden ook economisch beter. Want waar wonen steeds minder het werken volgt, volgt werken wel steeds vaker 'het wonen'. De ondernemer heeft het niet langer voor het zeggen in de vestigingsbeslissing, dat is steeds vaker de werknemer. Waar productieve werknemers graag willen wonen, groeien bedrijven en vestigen zich (nieuwe) bedrijven. Waar hoogopgeleide, creatieve mensen wonen neemt de werkgelegenheid over het algemeen meer toe.<sup>3</sup> Aan dat verband tussen de hoogopgeleide, creatieve bevolking in de stad en de groei van de werkgelegenheid liggen in theorie vier mechanismen ten grondslag:

1. Mensen met meer kennis en vaardigheden zijn productiever, waardoor bedrijven 'goedkoper kunnen produceren', zich in de buurt van die hoogopgeleide, creatieve mensen vestigen, en de werkgelegenheid daar zal toenemen.<sup>4</sup>
2. Hoogopgeleiden geven meer geld uit in de plaatselijke horeca, detailhandel en theaters waarmee ze de werkgelegenheid bevorderen, vooral de laagopgeleide werkgelegenheid (*trickle down*).<sup>5</sup>
3. Mensen met een hogere opleiding zijn eerder geneigd om vanuit hun woonhuis een eigen bedrijf te starten.<sup>6</sup>
4. Steden met veel hoogopgeleiden passen zich beter aan nieuwe economische omstandigheden, zoals een economische recessie, aan

---

<sup>3</sup> G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers Nijmegen).

<sup>4</sup> Glaeser, E.L. J. Scheinkman, A.Schleifer, 1995: *Economic growth in a cross-section of cities*, in: *Journal of monetary economics*, 36, p. 117-143.

<sup>5</sup> P. Aghion, P. Bolton, 1997: *A theory of trickle-down growth and development*, in: *The Review of Economic Studies*, 64, pp. 151-172.

<sup>6</sup> R.R. Nelson, S.G. Winter, 1982: *An evolutionary theory of economic performance* (Cambridge University Press, Cambridge).

omdat hoogopgeleiden creatiever zijn in het zoeken naar alternatieven.<sup>7</sup>

Cultuur in de stad is dus niet alleen goed voor de concurrentiepositie van een stad in de strijd om het aantrekken van kansrijke bevolkingsgroepen. Indirect is cultuur in de stad ook van belang voor de lokale economie. Beide mechanismen zorgen er voor dat steden met veel kunst en cultuur in trek zijn bij mensen en bedrijven. Daardoor is het mogelijk om de maatschappelijke waarde van kunst en cultuur in geld uit te drukken op basis van de zogenoemde hedonische prijsmethode.<sup>8</sup> Die methode gaat ervan uit dat de waarde van publieke goederen neerslaat in de waarde van het vastgoed en de grond in de buurt daarvan.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> E.L. Glaeser, 2005: *Reinventing Boston: 1630-2003*, in: *Journal of Economic Geography*, 5, 2, pp. 119-153.

<sup>8</sup> S. Rosen, 1974: 'Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition', in: *Journal of Political Economy*, 82, pp.34-55.

<sup>9</sup> Zie ook: H. de Groot, G. Marlet, C. Teulings, W. Vermeulen, 2010: *Stad en land* (Cpb, Den Haag).

---

## 2 De maatschappelijke waarden van cultuur

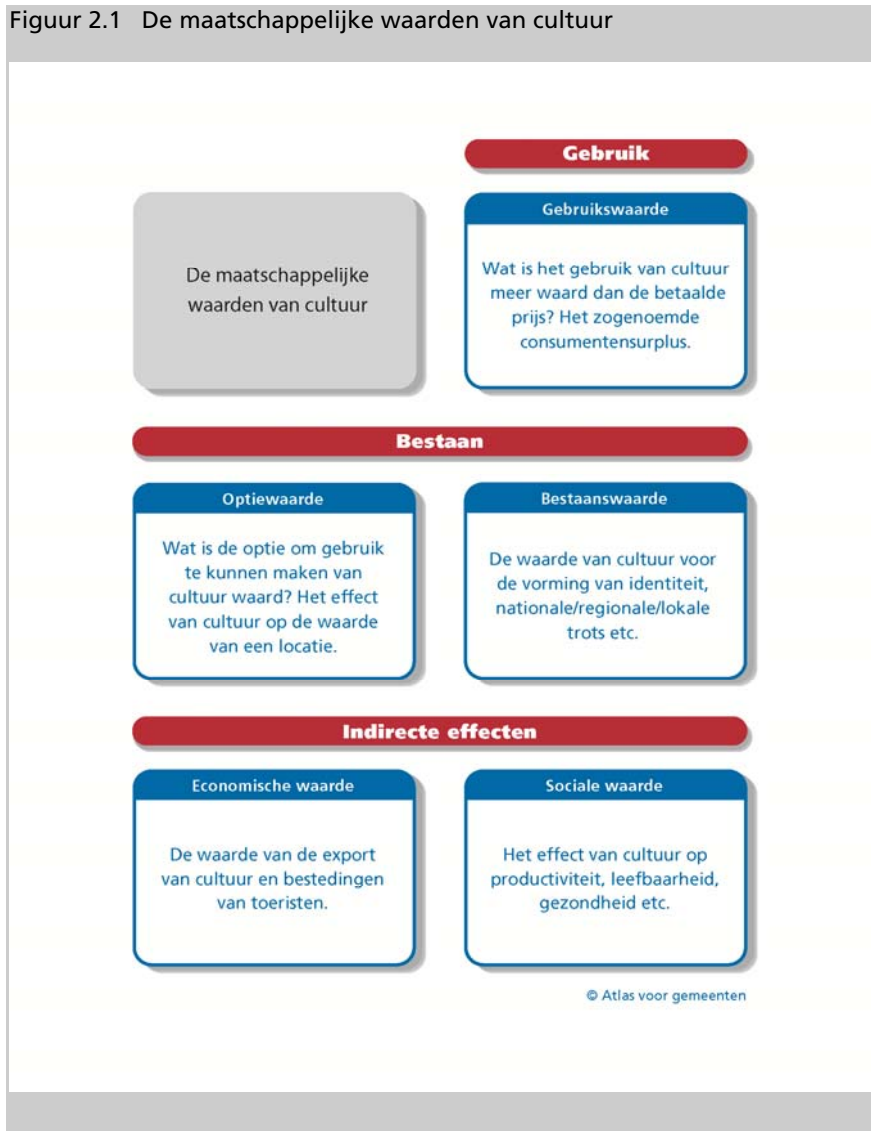
In dit rapport wordt de maatschappelijke waarde van het culturele aanbod in Amsterdam berekend. Voor dergelijke berekeningen is het gebruikelijk om een breed welvaartsbegrip te hanteren, zoals ook gangbaar is in maatschappelijke kosten-batenanalyses, en in de beleidseconomie.

Alle maatschappelijke effecten die gevolgen hebben voor de welvaart van consumenten (consumentensurplus) en bedrijven (producentensurplus) worden in kaart gebracht. Het gaat dus niet alleen om financiële baten die als klinkende munt meetellen in het bruto stedelijk product. Voor een deel van de effecten zal dat wel het geval zijn, bijvoorbeeld de winst op de toeristische bestedingen die zijn toe te rekenen aan cultuur (producentensurplus). Voor een ander deel, bijvoorbeeld het genot dat consumenten ontleen aan een theaterbezoek, is dat niet het geval.

In eerdere studies werden vijf waarden van cultuur onderscheiden. Die waarden zijn samengevat in figuur 2.1. Allereerst is er de gebruikswaarde. Mensen hebben het ervoor over om voor een optreden of bezichtiging een kaartje te kopen, een reis af te leggen en een bepaalde tijd te verblijven. Die kosten voor reis en verblijf weerspiegelen een deel van de waarde die mensen aan het culturele aanbod hechten. De meeste mensen hebben namelijk meer voor het optreden of de bezichtiging over dan het ze feitelijk kost. Het verschil is het consumentensurplus, de eerste maatschappelijke waarde van het culturele aanbod in Amsterdam.

Ook de mogelijkheid om cultuur te bezoeken, los van de vraag of dat bezoek ook echt plaatsvindt, heeft een waarde. Mensen die graag naar een culturele uiting gaan, zorgen ervoor dat ze in de buurt van dat culturele aanbod wonen. Mensen en bedrijven zijn bereid een hogere prijs te betalen voor een locatie in een stad of wijk met een groot cultureel aanbod. Op die manier waarderen ze de aanwezigheid van cultuur in hun woonomgeving. Die optiewaarde, de tweede maatschappelijke waarde van het culturele aanbod, slaat neer in de waarde van grond op dergelijke woonlocaties. Die residuele grondwaarde levert een inschatting op van de optiewaarde van het culturele aanbod in Amsterdam, en wordt berekend met de zogenoemde hedonische prijsmethode.

Figuur 2.1 De maatschappelijke waarden van cultuur



Daarnaast heeft het culturele aanbod in Amsterdam een indirecte economische waarde. Die waarde bestaat uit de bestedingen van buitenlandse toeristen die bijvoorbeeld vanwege het Rijksmuseum of de Amsterdamse grachtengordel Nederland bezoeken. Dit is de derde maatschappelijke waarde van het culturele aanbod in een stad. Ook die economische waarde van het culturele aanbod in Amsterdam wordt in het kader van dit onderzoek zo gedetailleerd mogelijk berekend.

Tot slot heeft cultuur een sociale waarde. Zo zal het culturele aanbod in Amsterdam bijdragen aan de cultuureducatie op scholen en daarbuiten. Op die manier zorgt cultuur voor betere onderwijsprestaties en een hogere productiviteit onder de bevolking, en mogelijk zelfs voor een betere gezondheid en minder leefbaarheidsproblemen in de buurt. Daarnaast vertegenwoordigt de simpele aanwezigheid van cultuur in Amsterdam een waarde, omdat het kan bijdragen aan de lokale en nationale identiteit, trots en dergelijke.

Voor dit onderzoek wordt uitgegaan van deze vijf waarden, en de bijbehorende grondslagen. Ervaring leert dat de gebruikswaarde, optiewaarde en economische waarde van cultuur samen verreweg de grootste bedragen vertegenwoordigen. Daarom is de berekening van die waarden in dit onderzoek zo precies mogelijk uitgevoerd. Zowel de bestaanswaarde als de educatieve waarde van het culturele aanbod in Amsterdam zijn lastig te berekenen en kunnen hooguit globaal worden ingeschat op basis van kengetallen.

Het onderzoek beperkt zich overigens tot de culturele sectoren waarvoor voldoende data beschikbaar waren: podiumkunsten (hoofdstuk 3), musea (hoofdstuk 4) en historisch erfgoed (hoofdstuk 5) in de stad.

In het laatste hoofdstuk wordt een inschatting gemaakt van het maatschappelijke effect van de voorgenomen bezuinigingen op cultuur in Amsterdam. Wat leveren die besparingen op? En wat kosten ze maatschappelijk, in termen van welvaartsverlies?

### 3 Podiumkunsten

Amsterdam heeft op dit moment volgens de database van Atlas voor gemeenten 142 podia waarvan er – op basis van de gebruikte gegevens van de gemeenten Amsterdam – 20 subsidie van het rijk/en of gemeente krijgen. De 142 podia vormen 14% van het totale aantal podia in Nederland. De Amsterdamse podia verzorgden in 2009 in totaal bijna 14.000 uitvoeringen. Dat komt neer op zo'n 18 uitvoeringen per duizend inwoners. Daarmee biedt de stad Amsterdam verreweg het grootste aanbod aan podiumkunsten van alle steden in Nederland.<sup>10</sup> Al die uitvoeringen in de podiumkunsten trokken in 2009 gezamenlijk zo'n 3,3 miljoen bezoekers.<sup>11</sup>

---

#### 3.1 Gebruikswaarde

Omdat exacte cijfers over de herkomst en de verblijfskosten van de Amsterdamse theaterbezoekers voor dit onderzoek niet beschikbaar waren, is de gebruikswaarde gebaseerd op kengetallen. Voor de berekening van de gebruikswaarde van de podiumkunsten in Amsterdam is uitgegaan van 3,3 miljoen bezoekers per jaar, die gemiddeld 15 kilometer reizen en daarvoor gemiddeld een half uur nodig hebben.<sup>12</sup> Er wordt vanuit gegaan dat een kwart van die bezoekers per fiets of te voet reist, en daarvoor niets betaalt. Voor die bezoekers blijven alleen de kosten voor reistijd over. Verder is het uitgangspunt dat mensen gemiddeld € 15 voor hun kaartje betalen,<sup>13</sup> en 2 uur in het theater verblijven.

De reistijdwaardering voor een uur reistijd is gebaseerd op cijfers van Rijkswaterstaat, en bedragen € 6,20 per uur voor reizen per auto en € 5,55

---

<sup>10</sup> Vgl. G.A. Marlet, C.M.C.M. van Woerkens, 2011: Atlas voor gemeenten 2011. (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

<sup>11</sup> Voor slechts 10% van de Amsterdamse podia waren de bezoekerscijfers bekend. Dat waren vooral de grotere podia die in 2009 per voorstelling meer dan 400 bezoekers trokken. Van de uitvoeringen op de kleinere podia waarvoor geen bezoekers bekend waren is aangenomen dat die gemiddeld 150 bezoekers per voorstelling trokken. Die schatting is gebaseerd op: C. Langeveld, 2006: Economie van het theater. Vestiging, prijsvorming en economies of scale in een wereld met bezieling (Langeveld Consultancy BV, Breda), p.284.

<sup>12</sup> C. Langeveld, 2006: Economie van het theater. Vestiging, prijsvorming en economies of scale in een wereld met bezieling (Langeveld Consultancy BV, Breda), p.54.

<sup>13</sup> Gebaseerd op gemiddelde recette per bezoeker in 2003. Bron: C. Langeveld, 2006: Economie van het theater. Vestiging, prijsvorming en economies of scale in een wereld met bezieling (Langeveld Consultancy BV, Breda), p. 279.

per uur voor reizen per OV.<sup>14</sup> Voor de berekening is een gemiddelde tijdwaardering van € 6 per uur genomen. Voor de kosten van reizen per OV is uitgegaan van de staffel waarmee NS werkt, 12 cent per kilometer. Voor de auto is de fiscale aftrek van 19 cent per kilometer gebruikt. Bij vervoer per auto is bovendien uitgegaan van een gemiddelde bezetting van anderhalve persoon per auto. De gemiddelde kosten per kilometer voor een reis naar een podium per auto en OV komen dan op 12,5 cent.

Dat brengt de gemiddelde gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten op € 43,41 per bezoek aan een podium. Dat bedrag bestaat uit € 1,41 aan reiskosten, € 3 aan kosten voor reistijd, € 24 aan kosten voor verblijfstijd, en € 15 entreprijs. De bereidheid om te betalen voor zo'n bezoek ligt echter nog hoger. Algemeen wordt aangenomen dat het consumentensurplus voor culturele activiteiten 25% bedraagt,<sup>15</sup> wat in dit geval overeen komt met bijna € 11 per bezoek.

De vraag is welk deel van het consumentensurplus van bijna € 11 per bezoek mag worden ingeboekt als welvaartswinst van de Amsterdamse podia. Economen gaan ervan uit dat het consumentensurplus van een dergelijke tijdsbesteding 25% hoger ligt dan dat van een alternatieve tijdsbesteding.<sup>16</sup> Dat betekent dat van het consumentensurplus van € 11 per bezoek € 2,75 mag worden aangemerkt als welvaartswinst. Bij 3,3 miljoen bezoekers is dit deel van de welvaartswinst (de gebruikswaarde) van de Amsterdamse podiumkunsten dus ongeveer € 9 miljoen per jaar. De Netto Contante Waarde (NCW) daarvan is – bij een periode van 30 jaar en een reële rentevoet van 4% - € 155 miljoen.

---

### 3.2 Optiewaarde

Voor het berekenen van de optiewaarde van de podiumkunsten in Amsterdam is het van belang om te weten op welke plek in de stad de (uitvoeringen op de) podia zich bevinden, en of mensen bereid zijn om meer te betalen in de buurt van die uitvoeringen in de podiumkunsten. Om

---

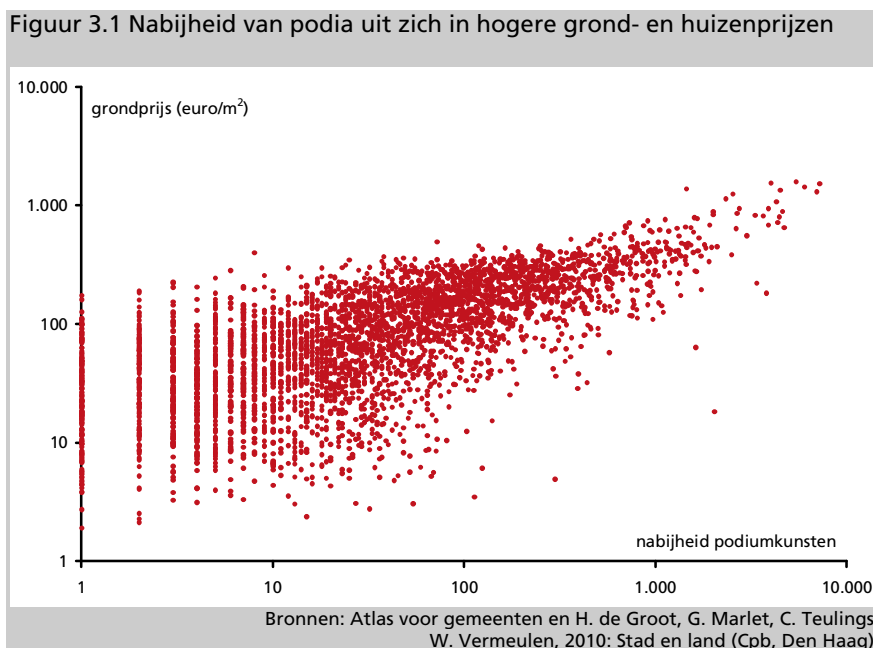
<sup>14</sup> De reden dat reistijd per OV lager gewaardeerd wordt, is dat de tijd in het openbaar vervoer nuttiger kan worden besteed dan in de auto. Mogelijk speelt ook een verschil in het gemiddelde inkomsten van OV-reizigers en automobilisten een rol.

<sup>15</sup> J.N.T. Weda, I.J. Akker, J.P. Poort, C.C. Koopmans, 2009: MKBA Erfgoed en Locatie. Locatiegerelateerde consumptie van cultureel erfgoed informatie (SEO, Amsterdam), p.26.

<sup>16</sup> Ibidem.

dat te kunnen berekenen is voor alle woonlocaties in Amsterdam (en daarbuiten) berekend hoeveel uitvoeringen in de podiumkunsten zich in de nabijheid daarvan bevinden. Hierbij is rekening gehouden met de bereidheid om te reizen voor een concert of theatervoorstelling.

Die indicator voor de nabijheid van podiumkunsten is vervolgens met regressieanalyses in verband gebracht met de grond- en huizenprijzen op de woonlocaties in Amsterdam, en daarbuiten. Daarbij is gebruikgemaakt van de hedonische prijsmodellen uit eerder onderzoek naar de aantrekkingskracht van steden,<sup>17</sup> en uit een recent samenwerkingsproject met het Centraal Planbureau over de waarde van 'stad en land'.<sup>18</sup> Uit die modellen bleek dat de nabijheid van podiumkunsten een belangrijke verklaring biedt voor de verschillen in grond- en huizenprijzen tussen woonlocaties. In figuur 3.1 is dat resultaat gestileerd weergegeven: hoe meer uitvoeringen in de podiumkunsten in de buurt, hoe groter de bereidheid om te betalen voor de grond op zo'n woonlocatie.



<sup>17</sup> Zie: G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers, Nijmegen).

<sup>18</sup> H. de Groot, G. Marlet, C. Teulings, W. Vermeulen, 2010: Stad en land (Cpb, Den Haag).



Met de uitkomsten uit die modellen is het mogelijk om de optiewaarde van de podiumkunsten in Amsterdam te bepalen. De waarde van de uitvoeringen op de Amsterdamse podia loopt tussen beide modellen echter nogal uiteen. Op basis van de analyse met grondprijzen is het totale aanbod aan podiumkunsten in Amsterdam meer dan eens zoveel waard dan op basis van het model met de huizenprijzen. Er is voor gekozen om voor dit onderzoek uit te gaan van de laagste waarde uit het huizenprijsmodel, omdat daarmee zo goed mogelijk wordt voorkomen dat er als gevolg van een *omitted variable bias* in de modellen sprake is van een overschatting van de waarde van de podiumkunsten. Van dat resultaat is ook nog het prijsopdrijvende effect van de hypotheekrenteaftrek op de woningmarkt afgetrokken.

Dat brengt de totale optiewaarde van de Amsterdam podiumkunsten op € 4 miljard. Dat is eerder een conservatieve inschatting dan een overschatting. Niet alleen omdat het model met de laagste uitkomst is gekozen, maar ook omdat de bereidheid om te betalen voor de nabijheid van podia voor huurders niet is meegenomen. Die waarde is waarschijnlijk (veel?) lager dan de waarde die mensen met een koopwoning hechten aan de nabijheid van een podium, maar die waarde is niet nul. De bereidheid om te betalen voor een huis in de buurt van de Amsterdamse podia is dus *minstens* € 4 miljard, hetgeen overeen komt met een jaarlijkse welvaartswinst van € 232 miljoen.

---

### 3.3 Bestaanswaarde

Bij de gebruikswaarde wordt uitgegaan van de waarde die bezoekers aan de podiumkunsten aan dat bezoek hechten. De optiewaarde laat zien in welke mate mensen de optie om van die podiumkunsten gebruik te kunnen maken waarderen, los van het feitelijke gebruik daarvan. Beide waardes zijn communicerende vaten omdat mensen een deel van hun ervaren consumentensurplus zullen vertalen in een hogere bereidheid om te betalen voor een woning in de buurt van de Amsterdamse podia. Daarnaast is het nog denkbaar dat ook mensen die nooit gebruik maken van de Amsterdamse podia, en er ook in hun woongedrag geen rekening houden, waarde hechten aan het bestaan van die Amsterdamse podiumkunsten.

Het is echter vrijwel onmogelijk om die bestaanswaarde te berekenen. Naar verwachting is die waarde ook relatief klein, mogelijk zelfs nul. In dit

onderzoek is er in elk geval van uitgegaan dat de volledige waarde die de niet-gebruikers aan de podiumkunsten hechten aan het bestaan van die podiumkunsten in de optiewaarde zit, en er dus geen extra waarde aan het bestaan van de podiumkunsten in Nederland – los van de locatie ervan – wordt toegekend.

---

### 3.4 Economische waarde

Als de gebruikswaarde en de bestaanswaarde van de Amsterdamse podia samen worden genomen is het totale aanbod aan podiumkunsten dus al meer dan € 4 miljard waard. Daar komt dan nog de economische waarde van de podia als gevolg van de bestedingen van buitenlandse toeristen – die Amsterdam bijvoorbeeld vanwege het Concertgebouw bezoeken – bij.

Volgens het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) is het bezoek aan podiumkunsten geen overheersende reden voor verblijfstoeristen om Nederland te bezoeken.<sup>19</sup> Ook volgens een enquête onder bezoekers van Amsterdam speelt het bezoek aan de Amsterdamse podia geen rol bij dat bezoek.<sup>20</sup> Dat is opmerkelijk, want het aandeel buitenlandse bezoekers aan de Amsterdamse podia is weliswaar niet hoog, maar ook niet nul.

Voor enkele podia uit Amsterdam is de herkomst van bezoekers bekend. Daaruit blijkt dat het aandeel buitenlandse bezoekers inderdaad laag is. Zelfs in het Concertgebouw komt gemiddeld maar 1,6% van de bezoekers uit het buitenland. Dat geldt ook voor de meeste andere grote podia in Amsterdam waarvoor de gegevens bekend zijn. Bij de kleine podia ligt dat percentage ver onder de 1%. Er wordt voor de berekeningen vanuit gegaan dat gemiddeld 1% van de bezoekers aan de Amsterdamse podia uit het buitenland komt, ofwel circa 33 duizend bezoekers per jaar.

Uit onderzoek over de Nederlandse musea weten we dat ongeveer 15% van de buitenlandse bezoekers aan een museum ook om die reden naar Nederland is gekomen.<sup>21</sup> We zijn ervan uitgegaan dat dat ook voor de podia

---

<sup>19</sup> Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, 2010: Onderzoek Inkomend Toerisme 2009: De Buitenlandse Toerist Uitgelicht.

<sup>20</sup> ATCB, Amsterdam Visitors Profile Edition 2008.

<sup>21</sup> G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

geldt. Dat zou betekenen dat Amsterdam jaarlijks ongeveer 5000 extra toeristen trekt als gevolg van de in Nederland aanwezige podia.

Een verblijfstoerist besteedt gemiddeld € 490 per persoon, waarvan iets meer dan € 400 ten goede komt aan de Nederlandse economie en de rest aan bijvoorbeeld buitenlandse luchtvaartmaatschappijen. Uitgaande van een gemiddelde belastingopbrengst van 10% komt jaarlijks zo'n € 40 per verblijfstoerist terecht in de algemene middelen. Wordt daarnaast een bescheiden winst van 5% verondersteld in de toeristische industrie van Amsterdam, dan komt de totale welvaartswinst uit op zo'n € 60 per verblijfstoerist.

Dat betekent dat de welvaartswinst van de Amsterdamse podia als gevolg van extra toeristische bestedingen in 2009 uitkwam op € 300.000, wat overeenkomt met een Netto Contante Waarde van circa € 5 miljoen. Die economische waarde van de Amsterdamse podia staat dus in geen verhouding tot de gebruiks- en bestaanswaarde.

---

### **3.5 Sociale waarde**

De rol van de podiumkunsten in het cultuuronderwijs is niet bekend, evenals het aandeel schoolklassen in het podiumbezoek. Dat aandeel is naar verwachting overigens klein, waardoor de educatieve waarde van de Amsterdamse podiumkunsten niet erg veel meer zal bijdragen aan de totale maatschappelijke waarde. Dat geldt ook voor de overige sociale waarden, zoals het effect van podiumkunsten op de gezondheid en de leefbaarheid in de wijk. Als die effect er al zijn, dan zijn ze naar verwachting voor een deel meegenomen in de hierboven berekende optiewaarde, omdat mensen naar verwachting anticiperen op die positieve uitstralingseffecten van de podia, en er dus in hun woonbeslissing rekening mee houden.

---

### **3.6 Conclusie**

Dat brengt de totale maatschappelijke waarde van de Amsterdamse podiumkunsten op minstens € 4,2 miljard, waarvan het grootste deel in de grond terecht komt. Die waarde van € 4,2 miljard komt overeen met een jaarlijkse welvaartswinst van ongeveer € 240 miljoen. De maatschappelijke

baten van de Amsterdamse podiumkunsten zijn dus in elk geval hoger dan de maatschappelijke kosten, die iets meer dan € 142 miljoen per jaar bedragen. Iets meer, omdat die € 142 miljoen de overheidssubsidies zijn die door gemeente en Rijk – rechtreeks naar de podia, of indirect via de gezelschappen – in de Amsterdamse podiumkunsten worden gestopt. De subsidies van de provincies zijn niet bekend, maar die vormen over het algemeen een zeer klein aandeel van de totale subsidies aan de podiumkunsten.<sup>22</sup>

Tabel 3.1 De maatschappelijke waarde van de Amsterdamse podiumkunsten

	Netto Contante Waarde (€ miljoen)	Jaarlijkse welvaartswinst (€ miljoen)
Gebruikswaarde	157	9
Optiewaarde	4014	232
Economische waarde	5	0
TOTAAL	4.176	241

Bron: Atlas voor gemeenten

<sup>22</sup> Zie: N. van den Berg, G. Marlet, R. Ponds, C. van Woerkens, 2011: Podiumpeiler 2011. Jaarlijkse monitor voor de podiumkunsten en de muziekindustrie (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

---

## 4 Musea

Volgens de Nederlandse Museumvereniging zijn er in Amsterdam 75 museale instellingen. Dat is 6% van het totaal van 1254 museale instellingen in Nederland.<sup>23</sup> Van die 75 museale instellingen zijn er 32 aangesloten bij de Museumkaart. Van de meeste daarvan (23) zijn de bezoekersaantallen bekend: 5,3 miljoen bezoeken in 2009.<sup>24</sup> Onder die 23 musea bevinden zich de grootste musea in Amsterdam. Van de overige 52 Amsterdamse musea is aangenomen dat het aantal bezoeken op het Nederlandse gemiddelde ligt. Dat brengt het totaal aantal bezoeken aan de Amsterdamse musea op 5,9 miljoen in 2009. Voor zeven grote musea is bekend welk deel van het aantal bezoeken buitenlandse toeristen betreft: 51%.<sup>25</sup> Er is aangenomen dat dit percentage voor alle Amsterdamse musea geldt. Dat betekent dat de Amsterdamse musea in 2009 door 3 miljoen buitenlandse toeristen zijn bezocht en door 2,9 miljoen Nederlanders.

---

### 4.1 Gebruikswaarde

Voor die 2,9 miljoen binnenlandse bezoeken is berekend welke waarde die mensen hechten aan dat bezoek, bovenop de totale prijs die ze voor dat bezoek hebben moeten betalen. Voor de berekening van dat consumentensurplus is ervan uitgegaan dat de binnenlandse bezoekers aan de Amsterdamse musea gemiddeld even ver en lang reizen als de gemiddelde museumbezoeker in Nederland en ook een even hoge entreprijs betalen als gemiddeld.<sup>26</sup> Op basis van die uitgangspunten 'betalen' de bezoekers aan de Amsterdamse musea gemiddeld € 42,35 per bezoek (zie tabel 4.1). In totaal waren die binnenlandse bezoekers in 2009 € 122 miljoen aan reis- en verblijfskosten kwijt. Het consumentensurplus daarover is 6,25%,<sup>27</sup> ofwel € 8 miljoen.

---

<sup>23</sup> G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

<sup>24</sup> Bron: Nederlandse Museumvereniging.

<sup>25</sup> Bron: Museana.

<sup>26</sup> Bron: G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

<sup>27</sup> J.N.T. Weda, I.J. Akker, J.P. Poort, C.C. Koopmans, 2009: MKBA Erfgoed en Locatie. Locatiegerelateerde consumptie van cultureel erfgoed informatie (SEO, Amsterdam).

Tabel 4.1 De gebruikswaarde van de Amsterdamse musea

	Per bezoek (€)	Totaal (€ miljoen)
Reistijd	6,03	17
Reiskosten	7,89	23
Verblijfstijd	25,53	74
Entreprijs	2,91	8
Totaal	42,35	122
Consumentensurplus		8
Netto Contante Waarde		132

Bron: Atlas voor gemeenten

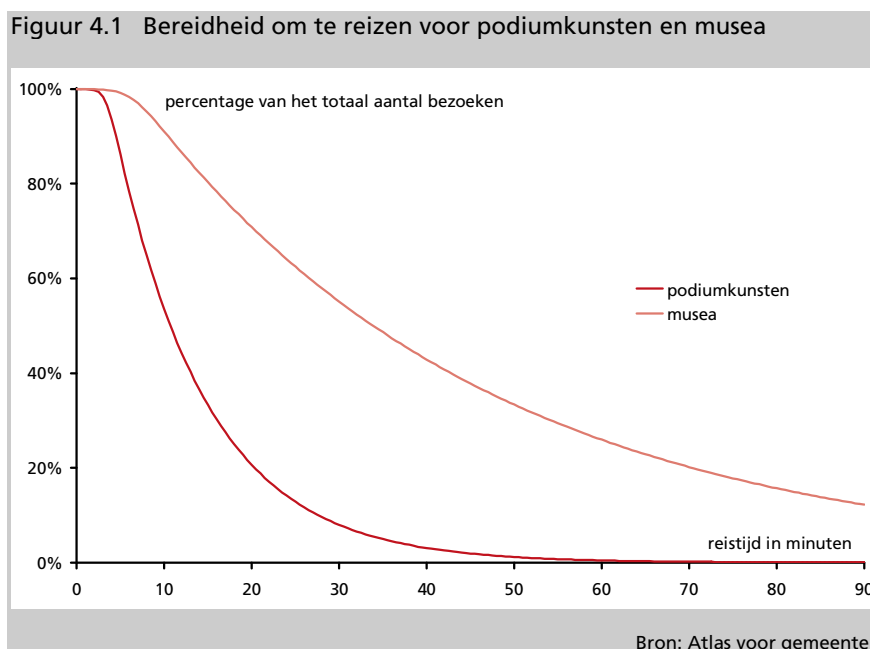
De bezoekers van de Amsterdamse musea hadden in 2009 dus € 8 miljoen meer over voor hun bezoek dan ze aan reis- en verblijfstijd en kosten kwijt waren. De Netto Contante Waarde daarvan is € 132 miljoen. Dat is de totale gebruikswaarde van de Amsterdamse musea. Dit resultaat moet beschouwd worden als een ondergrens van de totale gebruikswaarde van de Amsterdamse musea omdat het virtuele bezoek (via internet) niet is meegeteld.

## 4.2 Optiewaarde

Net als bij de podiumkunsten is er ook sprake van een significante samenhang tussen de nabijheid van musea (voor beeldende kunst) en de grond- en woningprijzen op de woonlocaties in de buurt.<sup>28</sup> Dat duidt erop dat mensen waarde hechten aan de mogelijkheid om een museum te bezoeken, of dat ze er waarde aan hechten dat familie, vrienden en andere gasten zo'n museum kunnen bezoeken, of dat ze simpelweg identiteit en status ontlenen aan een woning in de buurt van een museum voor beeldende kunst. Hoe dan ook, het simpele feit dat er musea in de buurt zijn wordt door sommige mensen gewaardeerd. Op basis van de hedonische prijsmethode – en gecorrigeerd voor de invloed van de hypotheek-renteaf trek – is de bereidheid om te betalen voor een huis in de buurt van de Amsterdamse musea bijna € 400 miljoen.

<sup>28</sup> G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

Dat is een veel minder groot bedrag dan de optiewaarde van de podiumkunsten in Amsterdam, die tien keer zo hoog was (zie hoofdstuk 3). De reden daarvoor is dat de meeste mensen voor musea bereid zijn verder te reizen dan voor podiumkunsten (zie figuur 4.1), waardoor ze daar in hun verhuisbeslissing veel minder rekening mee hoeven te houden. Museumbezoek is voor de meeste mensen een uitje, een dagtrip, terwijl het bezoek aan een concert of theatervoorstelling tot het periodieke uitgaansleven van de stedelijke bevolking behoort. Daarom houden de meeste mensen bij hun woonplaatskeuze meer rekening met de nabijheid van podia dan met de nabijheid van musea voor beeldende kunst.



Maar ook de simpele aanwezigheid van musea vertegenwoordigt dus een waarde, los van het gebruik ervan. Die optiewaarde is gebaseerd op de waarde die mensen in de buurt van een museum daaraan hechten. Het is denkbaar dat ook mensen die geen gebruik maken van zo'n museum en er niet in de buurt wonen, waarde hechten aan het bestaan van de kunstcollectie in de Amsterdamse musea. Mensen kunnen waarde hechten aan die collectie zonder die kunst zelf te bekijken of in de buurt ervan te willen wonen.

Als dat zo is, is de hier berekende € 0,5 miljard aan gebruiks- en optiewaarde een onderschatting van de maatschappelijke waarde van de Amsterdamse musea. De vraag is echter hoe groot die onderschatting is. Om die vraag te kunnen beantwoorden zou een complexe enquête nodig zijn waaruit moet kunnen worden afgeleid wat niet-gebruikers, niet-Amsterdammers voor het behoud van de musea in Amsterdam over hebben. Een dergelijke enquête is ooit in Finland uitgevoerd.<sup>29</sup>

---

### 4.3 Economische waarde

Naast de waarde die mensen aan de Amsterdamse musea hechten gaan er van die musea ook nog indirecte effecten uit. De bijdrage van de musea aan het onderwijs is bijvoorbeeld een van die (sociale) effecten. Maar ook de bestedingen van de toeristen die op de Amsterdamse musea afkomen. Die sociale waarde van de Amsterdamse effecten kon niet worden berekend, maar zal voor een deel verdisconteerd zitten in de hierboven berekende optiewaarde omdat mensen anticiperen op de positieve effecten die van musea kunnen uitgaan. De economische effecten zijn wel additionele effecten, en konden wel worden berekend.

De Amsterdamse musea vormen een belangrijke beweegreden voor buitenlandse toeristen om een vakantie in Nederland door te brengen. Zonder die musea zou een substantieel deel van de toeristen kiezen voor een andere bestemming, of zijn verblijf aan Nederland bekorten. Het is plausibel te veronderstellen dat de toeristen die museumbezoek als belangrijkste activiteit noemen, weg zouden blijven wanneer Nederland geen musea te bieden zou hebben.

Van de 4,6 miljoen buitenlandse verblijfstoeristen die Amsterdam in 2008 bezochten, gaf 20,7% aan dat voornamelijk vanwege de in Amsterdam aanwezige musea te hebben gedaan.<sup>30</sup> Dat betekent dat de Amsterdamse musea bijna 1 miljoen verblijfstoeristen naar Nederland hebben getrokken. De totale besteding van alle verblijfstoeristen in Nederland bedroeg in 2009 € 4,8 miljard, € 484 per persoon, waarvan € 400 ten goede kwam aan de Nederlandse economie. De overige € 0,8 miljard kwam ten goede aan

---

<sup>29</sup> Tohmo, T. (2004), *Economic value of a local museum: Factors of willingness-to-pay*, Journal of Socio-Economics, 33, pp. 229-240.

<sup>30</sup> ATCB, Amsterdam Visitors Profile Edition 2008.



buitenlandse luchtvaartmaatschappijen. Als de toeristen die door de Amsterdamse musea naar Nederland zijn gekomen dat bedrag besteden, komt het totale bestedingseffect uit op € 384 miljoen per jaar.

Welk deel van die € 384 miljoen aan jaarlijkse bestedingen is welvaartswinst? De inkoop van grondstoffen, maar ook verdringing op de arbeidsmarkt en andere markten heeft tot gevolg dat het welvaartseffect van deze bestedingen een beperkt deel is van de bestedingen zelf. De welvaartseffecten die deze bestedingen voor Nederland opleveren bestaan uit de belastingopbrengsten (btw en accijnzen) en de overwinsten van hotels, restaurants, reisorganisaties en souvenirwinkels waar het bedrag wordt besteed. Uitgaande van een gemiddelde belastingopbrengst van 10%<sup>31</sup> en een winst van 5% voor de toeristische industrie, komt de totale welvaartswinst voor Nederland uit op zo'n € 57 miljoen per jaar. Uitgaande van een reële groeivoet van 1,5% en een reële discontovoet van 5,5%, bedraagt de Netto Contante Waarde van dit effect (gemeten over 30 jaar) € 994 miljoen. Dat is de totale economische waarde van de Amsterdamse musea.

---

#### 4.4 Conclusie

Dat brengt de totale maatschappelijke waarde van de Amsterdamse musea op ruim € 1,5 miljard (zie tabel 4.2), hetgeen overeenkomt met een jaarlijkse welvaartswinst van € 88 miljoen. Het grootste deel daarvan (de economische waarde) komt terecht in de toeristische industrie en, via belastingen, in de schatkist. Ook de gebruikswaarde komt vooral terecht (bij de bezoekers van) buiten Amsterdam. Alleen de optiewaarde slaat grotendeels lokaal neer. In eerste instantie bij de inwoners van de stad, maar die geven die waarde weer door aan de particuliere huiseigenaren, de woningcorporaties en, via lokale belastingen, de gemeente Amsterdam.

---

<sup>31</sup> Voor bijvoorbeeld eten en non-alcoholische dranken, personenvervoer en overnachtingen geldt het lage tarief van 6%. Voor alcoholische dranken zijn er juist weer accijnzen. Voorts zijn er toeristenbelastingen.

Tabel 4.2 De maatschappelijke waarde van de Amsterdamse musea

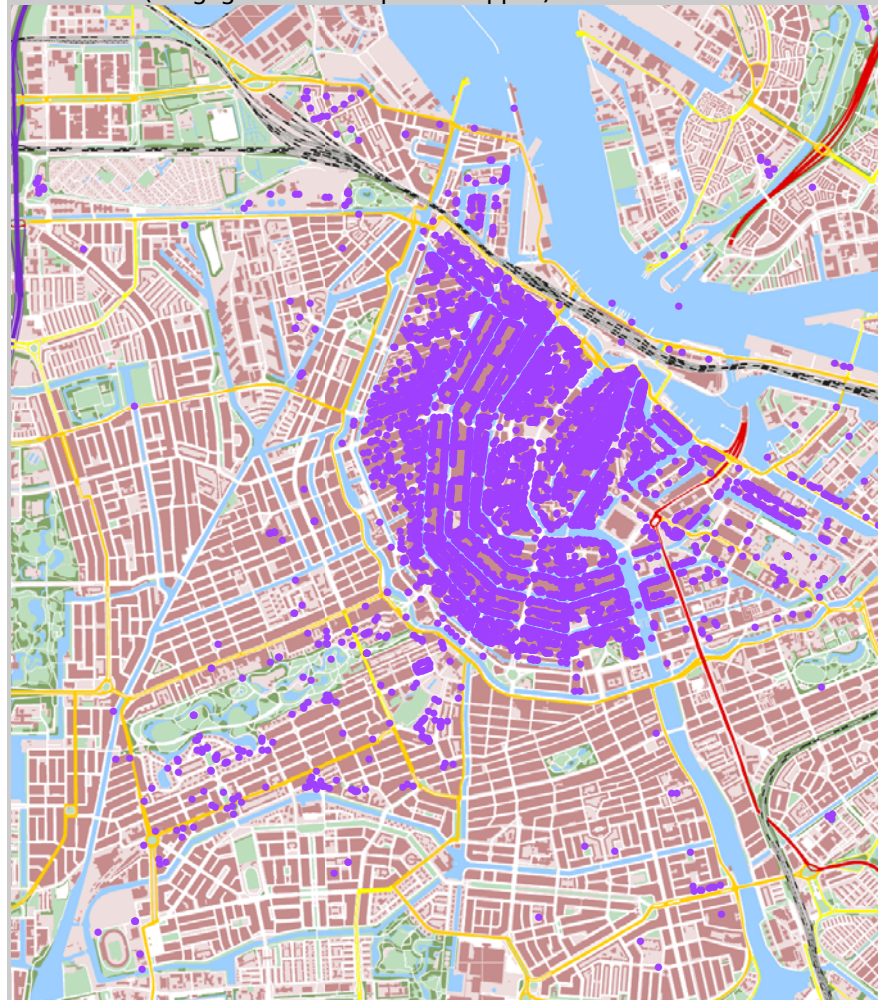
	Netto Contante Waarde (€ miljoen)	Jaarlijkse Welvaartswinst (€ miljoen)
Gebruikswaarde	132	8
Optiewaarde	394	23
Economische waarde	994	57
TOTAAL	1.520	88

Bron: Atlas voor gemeenten

## 5 Historisch erfgoed

Als indicator voor het in Amsterdam aanwezige historische erfgoed is het aantal Rijksmonumenten in die stad gebruikt. Volgens de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed telde Amsterdam op 1 januari 2011 7086 van die monumenten. Onderstaande kaart laat zien dat die monumenten zich vooral binnen de grachtengordel bevinden.

Kaart 5.1 Locaties historisch erfgoed (Rijksmonumenten) in Amsterdam (aangegeven met de paarse stippen)



Bron: Atlas voor gemeenten op basis van data van de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed

## 5.1 Optiewaarde

Uit eerder onderzoek is bekend dat een monumentale binnenstad voor mensen een reden kan zijn om in een bepaalde stad te gaan wonen.<sup>32</sup> Uit onderzoek naar de determinanten van grondprijzen bleek recent dat die monumenten ook een belangrijke verklaring bieden voor de hoogte van de grondprijzen op woonlocaties in de buurt daarvan.<sup>33</sup> Een vergelijkbare analyse, maar dan met huizenprijzen, komt op een vergelijkbare bijdrage van monumenten aan de waarde van een woonlocatie uit.<sup>34</sup>

Uit die huizenprijzmodellen blijkt dat ook de bereidheid om te betalen voor een woonplek in Amsterdam deels wordt veroorzaakt door het in de stad aanwezige historische erfgoed. De optiewaarde van het historische erfgoed in Amsterdam is zelfs relatief hoog; ruim € 1 miljard, hetgeen overeen komt met een jaarlijkse welvaartswinst van circa € 170 miljoen. Die waarde van het erfgoed is naar verwachting ook nog een onderschatting, omdat de berekening alleen gebaseerd is op de Rijksmonumenten in Amsterdam, en niet op de overige (gemeentelijke) monumentale panden, grachten etc., waarvoor geen precieze data beschikbaar waren.

---

## 5.2 Gebruikswaarde

Behalve de inwoners van Amsterdam hecht ook de rest van Nederland waarschijnlijk waarde aan het historische erfgoed in Amsterdam. Die waarde kan worden ingeschat op basis van het jaarlijkse aantal bezoekers aan Amsterdam dat de stad vanwege dat erfgoed bezoekt. Jaarlijks bezoeken ongeveer 4,5 miljoen Nederlandse dagjesmensen de stad Amsterdam.<sup>35</sup> Daarvan geeft 24,4% aan dat ze dat doen vanwege de cultuurhistorie, de oude stad en de grachten.<sup>36</sup> Dat betekent dat jaarlijks ruim 1,1 miljoen mensen de moeite nemen om voor dat erfgoed naar Amsterdam te komen.

---

<sup>32</sup> G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers Nijmegen)

<sup>33</sup> H. de Groot, G. Marlet, C. Teulings, W. Vermeulen, 2010: Stad en land (Cpb, Den Haag).

<sup>34</sup> G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De waarde van cultuur voor de stad, in: Atlas voor gemeenten 2011 (VOC Uitgevers, Nijmegen).

<sup>35</sup> Amsterdam Toerisme & Congres Bureau, 2009: Bezoekers van Amsterdam 2008. Aantallen, museum- en attractiebezoek, bestedingen, hotelcapaciteit en –bezetting, werkgelegenheid.

<sup>36</sup> ATCB, 2008: Amsterdam Visitors Profile Edition.

Cijfers over de kosten die die mensen daarvoor maken zijn er niet. Daarom zijn de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten globaal ingeschat op basis van de aanname dat de dagjesmensen gemiddeld 70 kilometer enkel reis reizen, en daar gemiddeld 1 uur over doen. Ook is ervan uitgegaan dat ze gemiddeld 4 uur in Amsterdam verblijven om het historische erfgoed te aanschouwen door een stadswandeling te maken, of een rondvaart over de grachten te maken.

Als met dezelfde kosten voor een reis en dezelfde waarde voor reis- en verblijfstijd wordt gerekend als bij de berekening van de gebruikswaarde van de podiumkunsten en de musea, komt een gemiddeld erfgoedbezoek aan Amsterdam uit op € 62,75. In totaliteit betekent dat dat Nederlanders jaarlijks bereid zijn om € 69 miljoen te betalen voor het historische erfgoed in Amsterdam. Het consumentensurplus daarover is naar schatting € 4 miljoen per jaar (zie hoofdstuk 3 voor een uitleg van die formule). Die jaarlijkse welvaartswinst van € 4 miljoen komt overeen met een totale gebruikswaarde van het historische erfgoed in Amsterdam van circa € 75 miljoen (NCW).

Het is net als bij musea de vraag of er daarnaast ook door niet-Amsterdammers en niet-bezoekers aan Amsterdam nog waarde wordt gehecht aan het Amsterdamse erfgoed. En net zoals bij die musea is ervan uitgegaan dat die bestaanswaarde nihil is.

---

### 5.3 Economische waarde

Erfgoed is ook een belangrijke reden voor toeristen om Nederland te bezoeken, en hier te verblijven. Daardoor zijn de bestedingseffecten relatief hoog. Van de 4,6 miljoen buitenlandse verblijfstoeristen die Amsterdam in 2008 aandeden,<sup>37</sup> is uit een enquête bekend dat maar liefst 41,6% dat primair heeft gedaan vanwege 'de cultuurhistorie, de oude stad en de grachten' in Amsterdam.<sup>38</sup> Dat zijn bijna 2 miljoen toeristen die Amsterdam, en dus ons land, niet hadden bezocht als er geen historisch erfgoed zou zijn geweest.

---

<sup>37</sup> Amsterdam Toerisme & Congres Bureau, 2009: Bezoekers van Amsterdam 2008. Aantallen, museum- en attractiebezoek, bestedingen, hotelcapaciteit en -bezetting, werkgelegenheid.

<sup>38</sup> ATCB, 2008: Amsterdam Visitors Profile Edition.

Het is zoals gezegd bekend dat een verblijfstoerist gedurende zijn verblijf gemiddeld € 400 besteedt, waarmee hij € 60 aan de nationale welvaart toevoegt (zie hoofdstuk 4). De economische winst van het historische erfgoed in Amsterdam is per jaar dan dus ongeveer € 115 miljoen, wat overeenkomt met een maatschappelijk waarde van circa € 2 miljard (Netto Contante Waarde).

Tot slot zouden er ook van het historische erfgoed diverse sociale effecten kunnen uitgaan. Net als bij de musea wordt echter aangenomen dat als die er al zijn, die (deels) in de hierboven berekende optiewaarde zitten en nauwelijks nog additionele waarde toevoegen.

---

## 5.4 Conclusie

Dat brengt de totale maatschappelijke waarde van het historische erfgoed in Amsterdam op ruim € 3 miljard (zie tabel 5.1), wat een jaarlijkse welvaartswinst vertegenwoordigt van ongeveer € 180 miljoen. Het grootste deel daarvan komt wederom bij de toeristische industrie en in de schatkist terecht. Alleen de optiewaarde slaat grotendeels lokaal neer.

Tabel 5.1 De maatschappelijke waarde van het historische erfgoed in Amsterdam

	Netto Contante Waarde (€ miljoen)	Jaarlijkse welvaartswinst (€ miljoen)
Gebruikswaarde	75	4
Optiewaarde	1049	61
Economische waarde	1997	115
TOTAAL	3121	180

Bron: Atlas voor gemeenten

---

## 6 Welvaartseffecten en impact van bezuinigen op cultuur

De totale maatschappelijke waarde van het Amsterdamse aanbod aan podiumkunsten (hoofdstuk 3), musea (hoofdstuk 4) en historisch erfgoed (hoofdstuk 5) is bijna € 9 miljard. Dat komt – over een periode van 30 jaar en bij een reële rente van 4% - overeen met een jaarlijkse welvaartswinst van circa € 500 miljoen.

Die welvaartswinst van het culturele aanbod in Amsterdam is niet alleen in *cash*, zoals de bestedingen van de toeristen die op het culturele aanbod in Amsterdam afkomen, maar bestaat ook uit het in geld uitgedrukte ‘nut’ dat mensen aan het culturele aanbod in Amsterdam ontlene. Dat is het gemonetariseerde genot en geluk dat mensen ontlene aan een bezoek aan de cultuur in Amsterdam, maar ook het woongenot van mensen die graag in Amsterdam willen wonen vanwege het culturele aanbod, en de sociale effecten die daar mogelijk van uitgaan.

Een deel van die welvaartswinst (de economische waarde) komt terecht bij de toeristische sector, en via belastingen in de Schatkist. Het grootste deel van die economische waarde van cultuur in Amsterdam slaat naar verwachting dan ook landelijk, en niet lokaal, neer. Ook de gebruikswaarde komt grotendeels (bij de bezoekers van) buiten Amsterdam terecht. Die gebruikswaarde is niet in *cash* maar in ‘nut’.

De optiewaarde komt wel vooral bij de inwoners van Amsterdam terecht, die die waarde vervolgens weer (deels) doorgeven aan particuliere huiseigenaren, woningcorporaties en, via lokale belastingen, aan de gemeente. Voor een precieze allocatie van de welvaartswinst – en de betekenis daarvan voor de financiering van kunst en cultuur – is overigens aanvullend onderzoek nodig, dat buiten de *scope* van dit onderzoek valt.

De vraag in dit onderzoek is tot slot welk deel van de waarde van de Amsterdamse cultuur verloren gaat als gevolg van de voorgenomen bezuinigingen op kunst en cultuur. En waar dat verlies terecht komt.

---

## 6.1 De voorgenomen bezuinigingen

De gemeente Amsterdam heeft becijferd dat op de Amsterdamse (uitvoeringen in de) podiumkunsten in totaal € 22,5 miljoen per jaar zal worden bezuinigd, waarvan € 17,8 miljoen door OC&W en de fondsen en de rest door de gemeente Amsterdam. Op de Amsterdamse musea zijn de bezuinigingen in totaal naar verwachting circa € 3,5 miljoen per jaar. Omdat de maatschappelijke baten van het culturele aanbod in Amsterdam hoger zijn dan de maatschappelijke kosten is het verleidelijk om te denken dat bezuinigingen per definitie welvaartsverlagend zijn. Maar zo vanzelfsprekend is dat niet.

Om het welvaartsverlies van de bezuinigingen te kunnen inschatten zijn modellen ontwikkeld, waarmee het effect van die bezuinigingen op het culturele aanbod in Amsterdam zo goed mogelijk kan worden ingeschat. De uitkomst uit die modellen is een afname van het aanbod van, en bezoekers aan, de culturele instellingen in Amsterdam. De uitkomst uit die modellen kan vervolgens worden vertaald in een welvaartsverlies op basis van de in hoofdstuk 3 tot en met 5 berekende maatschappelijke waarden van de Amsterdamse cultuur.

De modellen zijn in eerste instantie ontwikkeld voor de Amsterdamse podia en gezelschappen. Op vergelijkbare wijze zouden ook de maatschappelijke effecten van de bezuinigingen op de Amsterdamse musea kunnen worden doorgerekend. Hiervoor ontbraken echter de benodigde gedetailleerde gegevens over de (kosten- en opbrengstenstructuur van de) Amsterdamse musea, alsmede over de precieze allocatie van de voorgenomen bezuinigingen. Het onderzoek naar het effect van de bezuinigingen beperkt zich daardoor tot de podiumkunsten in Amsterdam, waarvoor door de gemeente Amsterdam wel gegevens konden worden verstrekt.

De voorgenomen bezuinigingen van het Rijk en de gemeente hebben op twee manieren impact op het aanbod aan podiumkunsten in Amsterdam: via



de podia die voorstellingen aan het publiek aanbieden, en via de producerende gezelschappen die voorstellingen aan de podia aanbieden.

Op basis van de aangeleverde data van de gemeente Amsterdam is de aanname dat het Rijk (OCW-BIS en FPK samen) € 17,8 miljoen bezuinigt op de Amsterdamse gezelschappen, en de gemeente Amsterdam € 4,7 miljoen op de Amsterdamse podia (en een klein deel theaters). Dat laatste is een grove inschatting (10% van het totale budget) omdat cijfers over gemeentelijke bezuinigingen nog niet bekend zijn. Hierbij dient opgemerkt te worden dat het wegvallen van een gezelschap uit de BIS niet automatisch betekent dat er helemaal geen rijkssubsidie voor dit gezelschap is. Dit gezelschap zal immers een aanvraag voor subsidie gaan doen bij het Fonds Podiumkunsten en bij honorering alsnog subsidie krijgen. Dit effect kan echter (nog) niet worden meegenomen omdat de verdeling van deze middelen nog niet bekend is. De aanname dat er niets uit het FPK naar Amsterdamse gezelschappen gaat is niet erg reeel. Tegelijkertijd wordt de omvang van het fonds wel kleiner waardoor het bedrag en/of de kans op toekenning ook kleiner wordt.

Het effect van die bezuinigingen op het aanbod van gezelschappen en theaters in Amsterdam is zoals gezegd berekend aan de hand van een model. De basis van dit model zijn de gemiddelde kosten- en opbrengstenfuncties van de theaters en gezelschappen, die zijn afgeleid van de financiële gegevens over die theaters en gezelschappen. Het model schat het aantal voorstellingen/uitvoeringen die worden aangeboden gegeven de kosten- en opbrengstenfunctie. Door de bezuinigingen veranderen deze functies en daarmee het aantal aangeboden voorstellingen, die vervolgens weer worden vertaald naar aantallen bezoekers.

De gezelschappen zijn 'toeleveranciers' van de theaters. De uitvoeringen van gezelschappen vinden immers (voor een belangrijk deel) plaats in (gesubsidieerde) theaters. Als door bezuinigingen zowel theaters als gezelschappen minder uitvoeringen aanbieden betreft dit dus voor een deel dezelfde uitvoeringen die niet meer worden aangeboden. Voor het netto-effect op het aanbod kan het lager aanbod van gezelschappen niet zomaar bij het lagere aanbod van de theaters worden opgeteld omdat er dan dus dubbelstellingen zullen plaatsvinden.

---

## 6.2 Impact op het aanbod aan podiumkunsten

De kosten- en opbrengstfuncties van theaters en gezelschappen bestaan uit twee elementen: vaste kosten/opbrengsten en variabele kosten/opbrengsten. Variabele kosten en opbrengsten ‘schalen’ mee met het aantal voorstellingen dat wordt aangeboden: de recettes en reis- en opbouwkosten zijn voorbeelden van respectievelijk variabele opbrengsten en kosten. Onder vaste kosten worden de kosten verstaan die onafhankelijk zijn van het aantal voorstellingen dat een theater aanbiedt. Hier worden bijvoorbeeld de kosten van het theatergebouw bij een theater verstaan. Aan de opbrengstentkant gaat het hier ondermeer over subsidies en sponsoring. Dat zijn opbrengsten die niet direct veranderen als een theater besluit minder voorstellingen aan te bieden.

De centrale aanname in het model is dat theaters niet streven naar winstmaximalisatie maar naar *output*maximalisatie: gegeven de opbrengsten en kostenfuncties wordt er gestreefd naar een zo groot (en breed) mogelijk aanbod van podiumkunsten. Er is dus geen winstdoelstelling, hetgeen overigens vaak ook een expliciete of impliciete eis is van verstrekkers van subsidies en giften.<sup>39</sup>

Het aanbod wordt bepaald door het aantal voorstellingen waarop ‘break-even’ wordt gedraaid: de kosten zijn gelijk aan de opbrengsten. Hierbij is er van uitgegaan dat bij een gemiddelde voorstelling de variabele kosten hoger zijn dan de variabele opbrengsten. De vaste inkomsten na aftrek van de vaste kosten creëren als het ware een reserve waarmee voor een gemiddelde voorspelling het verschil tussen variabele kosten en opbrengsten wordt gecorrigeerd. Als de subsidies lager worden, is die compensatie voor een aantal voorstellingen niet meer toereikend en zal het aanbod lager worden

In het model wordt (impliciet) uitgegaan van een constante vraagfunctie; meer voorstellingen leiden automatisch tot meer publiek. In de praktijk is de vraag uiteraard niet oneindig, maar omdat de aangekondigde bezuinigingen naar alle waarschijnlijkheid zullen leiden tot een lager aanbod is de aanname van een constante vraagfunctie aanvaardbaar. De kans is immers klein dat

---

<sup>39</sup> Zie ook: M. Kerste, J. Poort, N. Rosenboom, J. Weda, 2011: Cultuur naar vermogen. Aard, gebruik en toepasbaarheid van generiek instrumentarium voor ondersteuning van de Nederlandse cultuur. SEO Economisch Onderzoek, Amsterdam.

bij een lager aanbod de vraag naar voorstellingen sterker zal dalen dan het aanbod.

In het basismodel kan vervolgens de impact van de bezuinigingen en de BTW-verhoging worden geïntroduceerd. Zowel de bezuinigingen als de BTW-verhoging hebben impact op de opbrengstenfunctie. De bezuinigingen op subsidies zorgen voor een daling van de vaste inkomsten.

De BTW-verhoging heeft tot gevolg dat de variabele inkomsten lager worden. Per voorstelling wordt nu immers minder geld opgehaald. Theaters hebben twee 'uitersten' om om te gaan met de BTW-verhoging. Enerzijds kan deze volledig door worden belast aan het publiek, wat leidt tot een hogere prijs en – afhankelijk van de prijselasticiteit – tot een daling van het gemiddeld aantal bezoekers per voorstelling. Anderzijds kan door de theaters worden besloten om de prijs voor bezoekers gelijk te houden, waarmee de recette per bezoeker en daarmee per gemiddelde voorstelling lager worden. In beide gevallen is de impact hetzelfde: een daling van de variabele inkomsten van de theaters.

Door beide maatregelen ontstaat er een nieuw *break even* punt, met minder voorstellingen en lagere totale kosten en opbrengsten. Bij een gelijkblijvende kostenstructuur, en zonder additionele inkomsten, zorgen lagere subsidies en een BTW-verhoging dus voor een lager aanbod aan podiumkunsten in Amsterdam.

---

### **6.3 Impact op gedrag van theaters en gezelschappen**

De aanname dat theaters en gezelschappen helemaal niet reageren op de bezuinigingen lijkt echter niet realistisch. De sector zal naar verwachting proberen te anticiperen op de bezuinigingen en de BTW-verhoging door kosten te verlagen en alternatieve inkomstenbronnen aan te boren.

Theaters en gezelschappen kunnen verschillende acties ondernemen die zowel de kosten als de opbrengstenfunctie veranderen. Op de eerste plaats kan worden geprobeerd om efficiënter te werken. Dit kan op twee manieren: door de vaste kosten te verlagen (bv. door te besparen op personeelskosten in de overhead) en door een efficiëntere bedrijfsvoering

rond voorstellingen, waarmee de variabele kosten per voorstelling lager worden.

Op de tweede plaats kunnen theaters en gezelschappen proberen de eigen verdien capaciteit te verhogen. Hiermee kan mogelijk (een deel van) de daling van de vaste inkomsten uit subsidies worden gecompenseerd. Dit kan bijvoorbeeld door het aantrekken van (extra) sponsors, mecenaat en het vaker verhuren van theaters aan externe partijen. Hiernaast kan worden geprobeerd de variabele inkomsten te verhogen door bijvoorbeeld meer prijsdifferentiatie in te voeren.

Het gevolg van de veranderende kosten- en opbrengstfuncties is dat er een nieuw *break even* punt ontstaat met een hoger aantal uitvoeringen in de podiumkunsten ten opzichte van het aanbod na de bezuinigingen. Met andere woorden: door efficiëntieverbeteringen en meer eigen inkomsten kan een deel van de maatschappelijke impact van de bezuinigingen worden ondervangen.

---

## 6.4 De Amsterdamse gezelschappen

Voor het doorrekenen van het effect van bezuinigingen was het zoals gezegd noodzakelijk dat de kosten- en opbrengststructuur van die gezelschappen bekend is. Dat was voor 36 van de 100 Amsterdamse gezelschappen (inclusief duidelijke podiumkunstfestivals als Its en 5 days off) het geval. Voor die 36 gezelschappen was ook een inschatting van de gemeente bekend over de impact van de Rijksbijdragen op de inkomsten van die gezelschappen; in totaal € 5,8 miljoen. Daarnaast is aangenomen dat de gemeente € 1,9 miljoen bezuinigt op dezelfde gezelschappen, en dat de btw-verhoging wordt doorgevoerd. Hierbij dient nogmaals benadrukt te worden dat daarbij geen rekening is gehouden met de mogelijkheid dat die gezelschappen een deel van de korting op hun inkomsten van het Rijk weten te compenseren via het Nederland Fonds voor de Podiumkunsten of andere (private) fondsen.

Onder die aanname leiden de bezuinigingen van het Rijk tot een afname van het aantal voorstellingen dat de Amsterdamse gezelschappen in de toekomst (peiljaar: 2013) zullen gaan spelen. Nu spelen de genoemde 36 gezelschappen 4187 voorstellingen per jaar. In de toekomst zullen dat er 829

minder zijn, een afname van bijna twintig procent. Dat komt – op basis van de in hoofdstuk 3 berekende maatschappelijke waarde en de overeenkomstige bijdrage van de podiumkunsten aan de welvaart – overeen met een totaal welvaartsverlies van € 10,8 miljoen per jaar. Daar stonden in totaal zoals gezegd € 7,7 miljoen aan bezuinigingen tegenover.

Het belangrijkste deel van die bezuinigingen betreft Rijksbezuinigingen (€ 5,8 miljoen). Het belangrijkste deel van het negatieve welvaartseffect daarvan komt echter – onder de aannames die hierboven zijn beschreven – terecht in Amsterdam. Van de 4187 voorstellingen die de 36 Amsterdamse gezelschappen jaarlijks spelen worden er namelijk 1940 in Amsterdam gespeeld, 1704 in de rest van Nederland en 543 in het buitenland.

Als die voorstellingen in Amsterdamse podia niet gecompenseerd worden door andere voorstellingen is het welvaartsverlies voor de stad € 6,7 miljoen per jaar. Het grootste deel daarvan bestaat uit het verlies aan optiewaarde (zie hoofdstuk 3). Dat betekent dat met name de inwoners van de stad Amsterdam hier schade aan ondervinden, een schade die zich uiteindelijk vooral zal vertalen in lagere vastgoedprijzen en uiteindelijk voor een deel – via lokale belastingen – doorgegeven wordt aan de gemeente. Deze conclusies hebben alleen betrekking op de 36 meegenomen gezelschappen. Op basis van het totale subsidie-bedrag dat naar de 100 gezelschappen gaat kan het effect op het aanbod voorstellingen en daarmee gepaard gaande welvaartsverlies worden ‘meegeschaald’ om ook een inschatting voor het totaal van de gezelschappen te krijgen. Op basis van deze methode zou het verlies voor de stad 1179 voorstellingen (een welvaartsverlies van € 20,7 miljoen) en voor de rest van Nederland 1035 betekenen (met een welvaartsverlies van € 12,3 miljoen).

---

## **6.5 Het netto-effect op het aanbod van de Amsterdamse podia**

Naast een lager aanbod van de gezelschappen, leiden bezuinigingen - op basis van de modeluitkomsten - bij de Amsterdamse podia ook tot een lager aanbod uitvoeringen. De vraag is uiteraard met hoeveel en wat de uiteindelijke netto impact is op het aanbod. De netto impact van de bezuinigingen op het aanbod aan podiumkunsten in Amsterdam wordt bepaald door het verschil tussen het initiële effect van bezuinigingen, én de

mate waarin theaters en gezelschappen erin slagen lagere kosten en/of hogere opbrengsten te realiseren. Het initiele effect is de som van de impact op de gezelschappen en op de theaters waarbij gecorrigeerd is voor 'dubbeltellingen' omdat een deel van de geschrapte voorstellingen van de gezelschappen immers plaatsvindt bij een theater dat dezelfde voorstellingen zal schrappen. De vraag is hierbij, met andere woorden, wat de overlap is tussen deze voorstellingen. Op basis van gegevens van de NAPK<sup>40</sup> is de aanname dat deze overlap 50% van alle uitvoeringen van de gezelschappen betreft. Het totale netto effect is dan dus de som van de het lagere aanbod van de podia en dat deel van het lagere aanbod van de gezelschappen dat op andere locaties dan deze podia wordt uitgevoerd (50% van de in vorige paragraaf genoemde aantallen voor Amsterdam en de rest van Nederland).

De vraag is vervolgens hoeveel voorstellingen de Amsterdamse podia als gevolg van de bezuinigingen uiteindelijk gaan schrappen. Dit is afhankelijk van de mogelijkheden die podia hebben om efficiënter te gaan werken en zo te besparen, of om extra inkomsten te verwerven via sponsoring, commerciële activiteiten of met meer prijsdifferentie. Om inzicht te hebben in het effect van deze acties zijn er een aantal 'scenario's meegenomen in de berekening. Deze scenario's verschillen in het aantal acties dat podia kunnen doen: sponsorinkomsten verhogen; efficiëntieslag; introductie slimmere prijsdifferentiatie en de verhoging van de indirecte opbrengsten. Voor de gezelschappen is in al deze scenario's alleen een efficiencywinst van 5% meegenomen. Voor theaters is een breder spectrum aan acties meegenomen.

Allereerst kunnen theater hun sponsorinkomsten vergroten. Sponsorinkomsten zijn op dit moment met 2% een relatief klein deel van de totale inkomsten van de podia. De aanname is dat het mogelijk is deze sponsorinkomsten met 20% te verhogen. Bij gelijkblijvende overige inkomsten betekent een verhoging met 20% dat sponsoring rond 2,4% van de toekomstige inkomsten zou beslaan, wat een relatief beperkt bedrag per theater impliceert<sup>41</sup>. Hierbij dient te worden opgemerkt dat grotere en prestigieuze podia makkelijker sponsoren kunnen aantrekken dan kleinere.<sup>42</sup> Hiernaast geldt dat professioneel werven van sponsoren zelf ook geld kost – zo staat bij de goede doelen organisaties tegenover elke opgehaalde euro

---

<sup>40</sup> NAPK 2010: – *Facts and figures 2005 tot en met 2008*

<sup>41</sup> Voor een gemiddeld Nederlands theater (inclusief poppodia) betekent dit een verhoging van tussen de 10.000 en 12.000 Euro.

<sup>42</sup> Lievens, B. en K. Segers, 2003: *Zaken voor de kunst: onderzoek naar de mechanismen en processen van bedrijfssponsoring binnen de muziek en podiumkunsten in Vlaanderen*.

15 cent wervingskosten.<sup>43</sup> Hiernaast zijn bedrijven in tijden van economische crisis terughoudender als het gaat om sponsoring.

Door efficiënter te werken kunnen de kosten worden verlaagd voor theaters. Op de korte termijn zijn de kosten voor het gebouw grotendeels vast. Wel zou het mogelijk moeten zijn om te kunnen besparen op personeelskosten. Deze ruimte is echter relatief beperkt en een groter voordeel dan 5% op de personeelskosten wordt over het algemeen dan ook als te positief te gezien.

De introductie van een slimmer prijsbeleid kan voor extra inkomsten bij een gelijkblijvend aantal bezoekers leiden. Door een sterkere prijsdifferentiatie naar zitlocatie, tijdstip van de voorstelling en tijdstip van bestellen kan de gemiddelde opbrengst per kaartje worden verhoogd. Hierbij dient te worden opgemerkt dat dit uiteraard investeringen met zich mee brengt maar waarschijnlijk ook een gewenningsperiode voor de consument. Het effect op de gemiddelde opbrengst per kaartje is daarom met 3% relatief laag gehouden.

Tenslotte zouden theaters (nog) actiever kunnen worden op het gebied van bijvoorbeeld de verhuur van zalen aan derden (en daarmee ook de horeca-opbrengsten proberen te vergroten). Hiermee is in één scenario rekening gehouden door met 5% extra opbrengsten op dit gebied te rekenen.

Tabel 6.1. laat het netto-effect op het podiumkunstenaanbod in Amsterdam zien onder de verschillende scenario's. Dit effect is dus inclusief het effect van de bezuinigingen op de gezelschappen – gecorrigeerd voor dubbeltellingen. Als de Amsterdamse podia er in het geheel niet in slagen om de lagere subsidieopbrengsten te compenseren met kostenreductie en/of hogere inkomsten uit alternatieve financieringsbronnen kost dat de stad jaarlijks 20% van het aanbod aan podiumkunsten (zie tabel 6.1). Onder de aanname dat het hier gaat om gemiddelde voorstellingen met een gemiddeld aantal bezoekers (en een gemiddelde herkomst van die bezoekers) leidt dit tot een welvaartsverlies van meer dan € 50 miljoen per jaar (22 % van de jaarlijkse welvaartswinst van € 240 miljoen, zie hoofdstuk 3).

---

<sup>43</sup> Op basis van gegevens over alle goede doelen aangesloten bij het CBf – in 2009 stonden tegenover € 1,3 miljard private giften, € 205 miljoen kosten voor fondsverwerving.

Tabel 6.1 Impact van bezuinigingen op podiumkunstenaanbod in Amsterdam

Scenario	Gezelschap	Theater	Netto-impact aanbod	% totaal aanbod Amsterdam	Verlies aan welvaart
1	Geen reactie	Geen reactie	-2708	-20%	-53,7
2	5% efficiëntiewinst	Sponsorinkomsten +20%	-2.331	-17%	-44,4
3	5% efficiëntiewinst	Sponsorinkomsten +20% en 5% efficiëntiewinst	-1.684	-12%	-33,1
4	5% efficiëntiewinst	Sponsorinkomsten +20% ; 5% efficiëntiewinst en prijsstrategie +3%	-1.354	-10%	-27,3
5	5% efficiëntiewinst	Sponsorinkomsten +20% ; 5% efficiëntiewinst; prijsstrategie +3% en indirecte opbrengsten +5%	-914	-7%	-19,6

In dit scenario zijn de maatschappelijke kosten van de bezuinigingen dus hoger dan de maatschappelijke besparing op de overheidsuitgaven, waarmee de voorgenomen bezuinigingen de welvaart in dit scenario per saldo verlagen. Vanuit welvaartsoptiek zijn die bezuinigingen in dat scenario onverstandig.

In een scenario (scenario 2 in tabel 6.1) waarin de podia erin slagen om hun sponsorinkomsten met 20% te verhogen, en hun personeelskosten met 5% te verlagen, liggen de maatschappelijke kosten van de bezuinigingen met € 33 miljoen echter al een stuk lager, al zijn ze nog wel hoger dan voorgenomen bezuinigingen. In het *best case* scenario (scenario 5 in tabel 6.1) leiden de bezuinigingen zelfs tot een welvaartsverlies dat kleiner is dan de voorgenomen bezuinigingen, hoewel het aanbod wel lager is geworden.

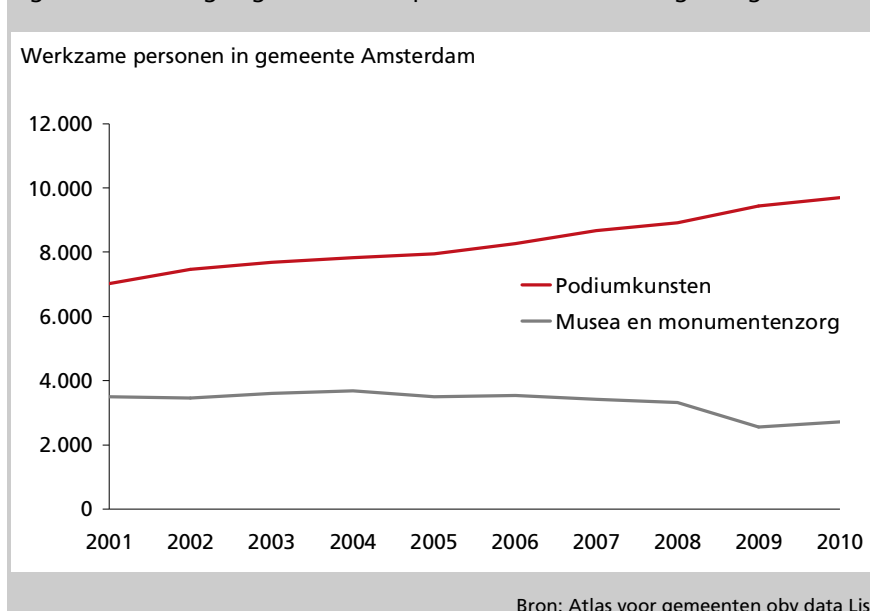


Bij het berekenen van het welvaartseffect is uitgegaan van een gemiddelde voorstelling – met andere woorden het welvaartsverlies van een dansvoorstelling is gelijk gesteld aan dat van een toneelvoorstelling. Hoewel type voorstellingen verschillen in het aantal bezoekers en daarmee de gebruikswaarde, zou het kunnen dat een mogelijk verschil in optiewaarde dit verschil weer compenseert. Omdat op dit moment inzicht hierin ontbreekt is het verdedigbaar om uit te gaan van een gemiddelde voorstelling. Dit betekent daarnaast ook dat er niet is gekeken naar de mogelijke welvaartseffecten van veranderingen in de diversiteit van het aanbod en ook niet naar eventuele afgeleide effecten op bijvoorbeeld cultuureducatie.

## 6.6 Werkgelegenheidseffect

Het verlies aan werkgelegenheid wordt niet bij de effecten van de bezuinigingen meegenomen. De culturele sector is een belangrijke werkgever voor de stad Amsterdam, waar ruim twaalf duizend banen mee gemoeid zijn. Dat is ruim 2,3% van de totale werkgelegenheid in de stad. Vooral in de podiumkunsten is dat aantal banen de laatste jaren gestaag toegenomen (zie figuur 6.1).

Figuur 6.1 Werkgelegenheid in de podiumkunsten neemt gestaag toe



Als de culturele activiteiten door de bezuinigingen afnemen, kost dat vanzelfsprekend banen. Dat zal – net als bij de sluiting van een pillenfabriek – tijdelijk tot extra werkloosheid en verlies van productiviteit leiden. Maar economen gaan er vanuit dat de economie op termijn haar evenwicht hervindt, en iedereen elders weer aan het werk komt, of zich anderszins ten dienste stelt aan de maatschappij. Daarom mag dat effect niet als extra welvaartsverlies bij de berekening worden opgeteld. Alleen als mensen structureel werkloos zouden worden, én niet productief zouden zijn als vrijwilliger of in het informele circuit, is er sprake van een extra welvaartsverlies.