

RIJKS MUSEUM BIJZONDER BINNENLANDS PRODUCT

DE ECONOMISCHE WAARDE EN IMPACT
VAN HET NIEUWE RIJKSMUSEUM

AUGUSTUS 2013

VOORWOORD

Fine art is the finest investment

Kunst en cultuur, waaronder musea, worden gerekend tot de zachte kwaliteiten van een samenleving. Echter, zonder deze kan geen land bestaan. De langverwachte heropening van het Rijksmuseum is internationaal geprezen. De BBC berichtte over 'a triumph of curatorial intelligence and sensitivity', CNN meldde 'the Rijksmuseum is reborn', The Wall Street Journal observeerde dat 'a great museum enters a new Golden Age', en The Times kopte op de voorpagina: 'The Rijksmuseum rocks'. The Art Newspaper vatte alle wereldwijde lof treffend samen: 'The new Rijksmuseum is, in short, a triumph.' Deze lofzang straalt niet alleen af op het museum, maar ook op stad en land. De hotels zijn blij en de KLM heeft er baat bij. Immers, bezoekers van het Rijks zijn bezoekers aan de stad.

Dit rapport – dat is opgesteld door Booz & Company – biedt een eerste inventarisatie van de economische impact van de verbouwing en heropening van het Rijksmuseum. De cijfers zijn de cijfers. Daarnaast geeft het rapport inzicht in minder meetbare waarden. Hoe sterk is de impuls en wat is de bijvangst?

Het moge duidelijk zijn dat de investering in het nieuwe Rijksmuseum grote effecten heeft, die verder reiken dan de muren van het gebouw. Naast de lovende kritieken mag het Rijksmuseum zich vanaf de eerste dag in een enorme publieke belangstelling en een breed draagvlak van begunstigers verheugen. Deze resultaten tonen aan dat een aloude wijsheid van J. Paul Getty niets aan waarde heeft verloren: fine art is the finest investment.

Wim Pijbes
Hoofddirecteur Rijksmuseum

Hein van Beuningen
Vice President Booz & Company

INHOUD

VOORWOORD 3

SAMENVATTING 6

INTRODUCTIE 7

BEKNOPT OVERZICHT METHODOLOGIE 8

1. ECONOMISCHE IMPACT VAN HET RIJSMUSEUM 13

1.1 BESTEDINGEN VAN RIJSMUSEUMBEZOEKERS 13

1.2 BESTEDINGEN RIJSMUSEUM TEN BEHOEVE VAN DE LOPENDE EXPLOITATIE 15

1.3 BESTEDINGEN RIJSMUSEUM TEN BEHOEVE VAN DE VERBOUWING EN INRICHTING 15

1.4 TOTALE ECONOMISCHE IMPACT 17

1.5 IMPLICATIES VOOR WERKGELEGENHEID 17

1.6 SAMENVATTING ECONOMISCHE IMPACT 19

2. MAATSCHAPPELIJKE IMPACT VAN HET RIJSMUSEUM 23

2.1 LOKAAL 23

2.2 NATIONAAL 27

2.3 INTERNATIONAAL 29

2.4 SAMENVATTING MAATSCHAPPELIJKE IMPACT 30

NOTEN 31

BIJLAGEN

A GERAADPLEEGDE LITERATUUR 34

B OVERZICHT VAN GEÏNTERVIEWDE PERSONEN EN INTERVIEWVRAGEN 36

C METHODOLOGIE ECONOMISCHE IMPACTANALYSE 40

D METHODOLOGIE GRONDPRUJSANALYSE 46

E OPZET EN RESULTATEN ENQUÊTE RIJSMUSEUMBEZOEKERS 52

F AANNAMES RIJSMUSEUMBESTEDINGEN EN -BEZOEKERS 56

G VERGELIJKINGSONDERZOEK CULTURELE SECTOR EIA 60

H OVERZICHT BEGUNSTIGERS RIJSMUSEUM 62

SAMENVATTING

Het nieuwe Rijksmuseum vormt een belangrijke factor in de Nederlandse economie.

- Het Rijksmuseum genereert in de periode 2003–2017 een BBP-bijdrage van circa € 3,0 miljard, waarvan € 1,9 miljard uit bezoekersbestedingen, € 720 miljoen uit bestedingen ten behoeve van de lopende exploitatie en € 360 miljoen uit de renovatiewerkzaamheden.
- De jaarlijkse economische impact van het Rijksmuseum stijgt vanaf 2013 als gevolg van de renovatie met € 90 miljoen per jaar, voor 80% gedreven door hogere impact van bezoekersbestedingen.
- Deze economische impact vertaalt zich ook in werkgelegenheid: het Rijksmuseum zorgde in de renovatieperiode jaarlijks voor gemiddeld 2.600 FTE werkgelegenheid in Nederland, na renovatie stijgt dit tot een stabiel niveau van 3.700 FTE.

De waarde van het Rijksmuseum ligt echter niet alleen in het geld dat het oplevert, maar ook in de minder goed kwantificeerbare ‘maatschappelijke impact’ die het museum heeft op lokaal, nationaal en internationaal niveau.

- Op lokaal, Amsterdams niveau, betekent de kwaliteitsimpuls die van het Rijksmuseum uitgaat dat voorzieningen op het gebied van cultuur, infrastructuur en natuur naar een hoger niveau worden getild.
- De heropening van het Rijksmuseum draagt zo bij aan een vergrote aantrekkelijkheid van Amsterdam voor (inter)nationale bezoekers en bedrijven.
- Op nationaal niveau functioneert het Rijksmuseum volgens de geïnterviewde experts, met zijn combinatie van kunst en nationale geschiedenis, als een icoon van nationale identiteit – de monumentale huisvesting maakt het museum beeldbepalend voor het land. Het Rijksmuseum is de plaats waar bezoekers kunnen leren over de geschiedenis van Nederland, zich kunnen laten inspireren en de verbeelding de vrije loop kunnen laten.
- Daarnaast speelt het Rijksmuseum onder andere met zijn vooraanstaande conservering- en restauratieactiviteiten een belangrijke rol als wetenschappelijk instituut. Zowel in het opleiden van nieuwe vaklieden en wetenschappers als in het toepassen van wetenschappelijk onderzoek.
- Ook speelt het Rijksmuseum in de verbinding met bedrijfsleven, kennisinstellingen, fondsen en schenkers een aanjagende rol voor innovatie op het gebied van design en productontwikkeling.

- Op internationaal niveau speelt het Rijksmuseum een belangrijke rol in het vergroten van het aanzien dat Amsterdam en bijgevolg Nederland internationaal geniet. De heropening heeft de status van het museum in de internationale wereld bevestigd, het Rijksmuseum staat te boek als een van ’s werelds ‘must visit museum’.
- Daarbij vormt het Rijksmuseum een belangrijke schakel voor het leggen van meervoudige verbindingen tussen steden en bedrijven op economisch en politiek vlak, zowel lokaal, nationaal als internationaal.

Het Rijksmuseum is van grote waarde als culturele instelling met een significante economische impact en als monument waarvan de waarde het economische overstijgt. Het monumentale gebouw, bij opening in 1885 het grootste bouwwerk in het land, is – helemaal nu het in zijn originele luister is hersteld – het icoon van de natie en de verbeelding van al het goede dat Nederland heeft voortgebracht.

INTRODUCTIE

Culturele instellingen leveren op vele manieren een bijdrage aan welzijn en welvaart in Nederland. Musea vormen daarin geen uitzondering. Als bewaarplaats van waardevolle objecten fungeren musea allereerst als hoeders van collectieve verworvenheden. Als zodanig bieden ze houvast voor de beleving van nationale, regionale of lokale identiteit en vervullen ze een educatieve rol richting autochtone en allochtone Nederlanders en toeristen. Musea dagen uit tot reflectie, geven ruimte aan verbeelding, laten mensen genieten van schoonheid en elkaars gezelschap en stimuleren creativiteit. En: musea spelen als werkgever en via direct en indirecte bestedingen een belangrijke en meetbare rol in de economie.

In april 2013 benaderde het Rijksmuseum Booz & Company voor ondersteuning bij het bepalen van de maatschappelijke en economische impact van het Rijksmuseum. Daarbij wilde het Rijksmuseum niet alleen aandacht besteden aan de investeringen die de afgelopen jaren in het museum zijn gedaan, maar ook aan de effecten van deze investeringen op de middellange termijn. Om deze reden beperkt het onderzoek zich niet tot de renovatieperiode van 2003 tot en met 2013, maar kijkt het ook een aantal jaar vooruit.

Weliswaar valt de grootschalige reconstructie van het Museumplein in 1999 buiten de scope van dit onderzoek, de impact van de heropening van het Rijksmuseum kan niet los worden gezien van de gedaantewisseling die het Museumplein de afgelopen jaren heeft ondergaan. De recentelijk uitgevoerde verbouwingen van het Stedelijk Museum, het Van Gogh Museum en Het Concertgebouw hebben de aantrekkelijkheid van het Museumplein verder vergroot. Hoewel in deze studie het zwaartepunt bij de impact van het Rijksmuseum ligt, wordt, waar relevant, ook de samenhang met andere culturele instellingen aan het Museumplein besproken.

Het voorliggende rapport bevat drie delen. Na enkele korte inleidende observaties van methodologische aard wordt in hoofdstuk 1 de economische impact van het Rijksmuseum op de Nederlandse economie bepaald. In hoofdstuk 2 wordt de maatschappelijke impact van het Rijksmuseum besproken. Gedetailleerde informatie over methodologie en gebruikte aannames worden in de bijlagen genoemd.

BEKNOPT OVERZICHT METHODOLOGIE

Dit rapport is gebaseerd op kwalitatief en kwantitatief onderzoek en de combinatie van beide. Het kwalitatief onderzoek omvat literatuurstudie (zie bijlage A) en interviews met experts uit de culturele sector, lokale en nationale overheidsinstanties, ondernemers, economen en de directie van het Rijksmuseum (zie bijlage B). Deze gesprekken hebben zich geconcentreerd op de vraag naar de toegevoegde waarde van het Rijksmuseum vanuit het gezichtspunt van sponsors, partners, overheden respectievelijk belangenverenigingen. Daarnaast is, waar relevant, een verdiepingsslag gemaakt op het gebied van marktdynamiek, bijvoorbeeld over de ontwikkelingen in de markt voor hotels of het commercieel vastgoed. Citaten van geïnterviewde personen worden in het vervolg van het document tussen enkele aanhalingstekens gezet (*'citaat'*).

Methodologie economische impactanalyse

Bij de kwantificering van de economische impact van het Rijksmuseum wordt gebruik gemaakt van de systematiek en begrippen van een zogenaamde 'economische impactanalyse' (EIA). Een dergelijke analyse meet de totale economische impact van een initiële besteding door rekening te houden met zogenaamde rimpeleffecten in de economie en te compenseren voor het feit dat bestedingen via import naar het buitenland weglekken. Een initiële besteding in een bepaalde sector leidt niet alleen tot verhoogde vraag in die sector, maar ook in alle andere sectoren die van de gestimuleerde sector afhankelijk zijn. De omvang van deze effecten wordt bepaald op basis van zogenaamde 'multipliers', getallen die de verhouding tussen initiële besteding en het economisch effect daarvan weergeven. Meer detail over de EIA-methodologie en de berekening van multipliers is beschikbaar in bijlage C.

Voor- en nadelen van een economische impactanalyse

Een EIA heeft als voordeel dat het een (ook in de culturele sector) beproefde en veelvuldig gebruikte methode is, gebaseerd op feitelijke macro-economische grootheden. Het gebruik van deze gestandaardiseerde methodologie betekent dat het mogelijk is om de uitkomsten van EIA's met elkaar te vergelijken. De EIA heeft ook het voordeel dat het in staat is de economische impact van een uniek evenement of instelling te bepalen. Dit komt omdat de tijd en geografische scope van de analyse goed zijn af te bakenen. Als derde is de analyse aantrekkelijk vanuit een praktisch oogpunt: de benodigde (macro-)economische data over bestedingen en multipliers zijn vaak goed voorhanden.

De EIA-methode kent echter ook een aantal bezwaren. In de eerste plaats is het de vraag of multipliers het totale economische effect van een initiële besteding niet overschatten. In theorie zou er een meer dan proportioneel effect van een besteding uit moeten gaan, maar of dat in de praktijk het geval is wordt door sommige economen betwijfeld. In de tweede plaats wordt betwijfeld of een initiële besteding een zinvol uitgangspunt is om de waarde van een activiteit te bepalen. Stel dat de Nederlandse overheid € 1 miljoen uitgeeft aan het graven en het onmiddellijk daarna dichtgooien van kuilen. Eenieder kan aanvoelen dat een dergelijke activiteit geen waarde toevoegt. Dit extreme voorbeeld laat zien dat de (omvang van de) initiële besteding niet zonder meer bepalend is voor de waarde van de activiteit.

In de derde plaats meet een EIA niet de kosten van de besteding of de opportuniteitskosten ervan. In het voorgaande voorbeeld: de kosten van het heffen van € 1 miljoen belastingen worden buiten beschouwing gelaten evenals een alternatieve aanwending van deze € 1 miljoen, bijvoorbeeld om de staatsschuld af te lossen.

Alternatieve methode

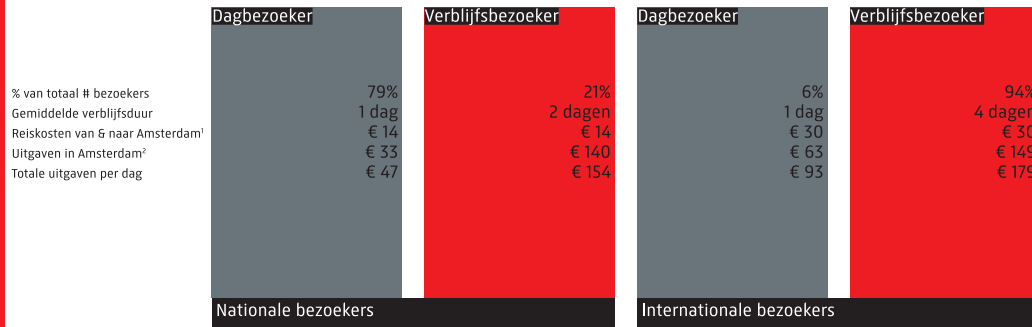
Om deze kritiek op de EIA te ondervangen hebben we getracht om, naast de gangbare analyse op basis van multipliers, een alternatieve methode toe te passen (zie bijlage D). Recent onderzoek van het Centraal Plan Bureau concludeert dat de waarde van voorzieningen zoals musea wordt weerspiegeld in grondprijzen.¹ Door te berekenen welk gedeelte van de grondprijzen voor residentieel, commercieel en winkelvastgoed op en rond het Museumplein kan worden verklaard door musea is het mogelijk om te komen tot een waarde-bepaling van de musea aan het plein.

De grondprijsmethode heeft als voordeel dat het een bestaande waardering van de nabijheid van een voorziening gebruikt als basis voor de berekening van toegevoegde waarde van die voorziening. Dit betekent dat het gevaar voor over- of onderschatting veel geringer is dan bij een EIA. Maar de methode heeft ook nadelen. In de eerste plaats biedt de methode minder mogelijkheden om het effect van unieke events of instellingen *sec* te isoleren. Voor dit onderzoek is dit nadeel direct evident: het is mogelijk het economische effect van de kunstmusea aan het Museumplein te berekenen, een onderscheid tussen het Rijksmuseum, het Van Gogh Museum en het Stedelijk Museum kan niet worden gemaakt. Verder geldt dat de uitkomsten van een dergelijke grondprijsanalyse moeilijk zijn te vergelijken met uitkomsten van andere impact analyses, bijvoorbeeld op basis van een EIA. In de derde plaats is de data die voor een grondprijsanalyse nodig is niet eenvoudig verkrijgbaar. Prijzen, oppervlakten en eigenschappen van individuele panden zijn voor residentieel vastgoed beschikbaar via het Kadaster. Voor commercieel- en winkelvastgoed zijn deze gegevens niet op een dergelijk gedetailleerd niveau beschikbaar dat er een statistisch significant verband kan worden berekend.

De grondprijs-analyse in bijlage D is derhalve onvolledig, omdat alleen residentieel vastgoed wordt meegewogen en commercieel- en winkelvastgoed buiten beschouwing blijven. Evengoed is deze analyse toegevoegd omdat het een belangrijke, alternatieve manier is om (een deel van) de economische impact te berekenen.

1 ECONOMISCHE IMPACT
VAN HET RIJSMUSEUM

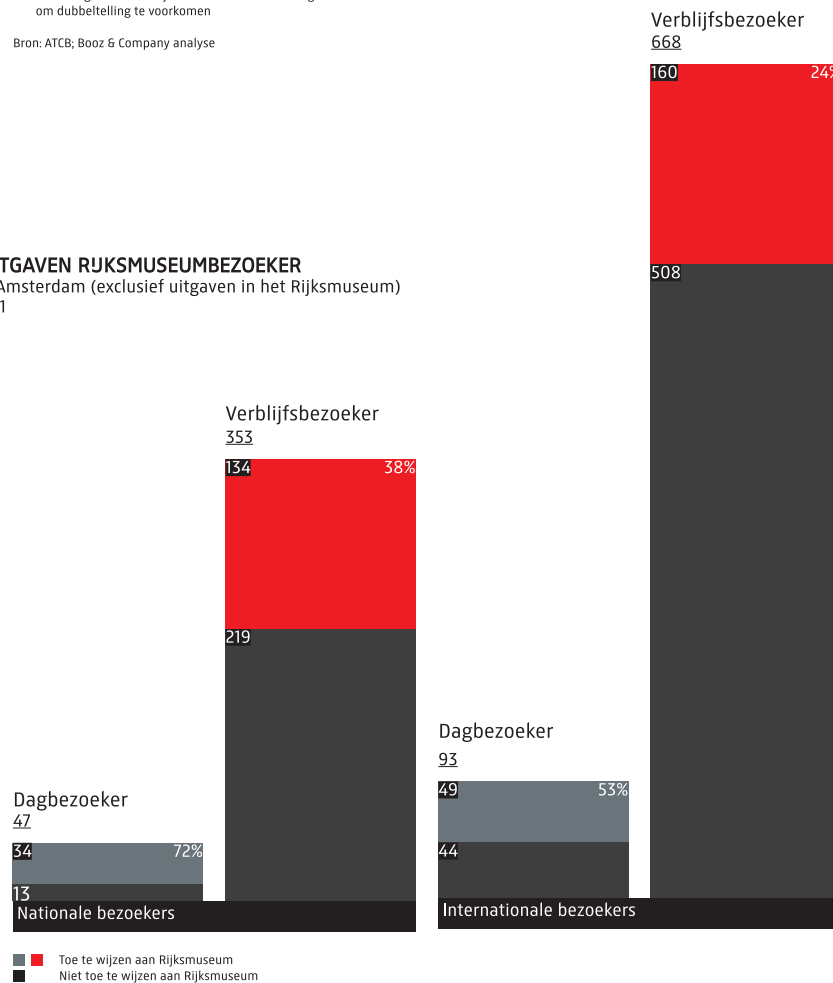
FIG 1 BEZOEKERSPROFIEL RIJKSMUSEUM 2011



- 1 Alleen het deel van de bestedingen dat in Nederland wordt gedaan
- 2 Exclusief bestedingen in het Rijksmuseum; de impact van bestedingen in het Rijksmuseum is verdisconteerd in de bestedingen van het Rijksmuseum zelf en is hier geëlimineerd om dubbeltelling te voorkomen

Bron: ATCB; Booz & Company analyse

FIG 2 GEMIDDELDE UITGAVEN RIJKSMUSEUMBEZOEKER
Tijdens verblijf in Amsterdam (exclusief uitgaven in het Rijksmuseum)
€ per persoon, 2011



- Toe te wijzen aan Rijksmuseum
- Niet toe te wijzen aan Rijksmuseum

Bron: Rijksmuseum enquête Booz & Company; ATCB; Booz & Company analyse

1 ECONOMISCHE IMPACT VAN HET RIJKSMUSEUM

De economische impact van het Rijksmuseum wordt bepaald op basis van de methodiek van de economische impactanalyse (EIA). Daarbij wordt naar twee aspecten gekeken: enerzijds het deel van de totale bestedingen van Rijksmuseumbezoekers dat kan worden toegewezen aan het Rijksmuseum, anderzijds de bestedingen die het Rijksmuseum zelf heeft gedaan en verwacht te doen in de periode 2003–2017. Binnen deze tweede categorie wordt onderscheid gemaakt tussen bestedingen ten behoeve van de lopende museumexploitatie en bestedingen ten behoeve van de verbouwing en inrichting. In de volgende paragrafen worden niet alleen de directe, maar ook de indirecte en geïnduceerde effecten van deze bestedingen op de Nederlandse economie bepaald. De economische toegevoegde waarde van het Rijksmuseum wordt berekend in termen van bijdrage aan het Bruto Binnenlands Product (BBP), cumulatief over de periode alsook per jaar.

1.1 BESTEDINGEN VAN RIJKSMUSEUMBEZOEKERS

Bij het bepalen van de impact van bestedingen van Rijksmuseumbezoekers wordt onderscheid gemaakt tussen vier typen bezoekers, elk met hun eigen typische profiel en bestedingspatroon (zie FIG 1, voor meer detail zie bijlage F, §1.3).

De periode 2003–2012 gaat uit van de gerealiseerde bezoekersaantallen. In deze jaren bezochten gemiddeld 923.000 bezoekers per jaar het Rijksmuseum (exclusief de bezoekers van de collectie die op Schiphol tentoon wordt gesteld), waarvan circa 30% nationaal en 70% internationaal. Voor de jaren 2013 en 2014 is uitgegaan van een sterke stijging van het aantal bezoekers naar 1,5 respectievelijk 1,7 miljoen, vooral gedreven door een sterke stijging van nationale bezoekers (de verdeling in deze jaren is circa 50/50). Deze prognoses lijken vooralsnog aan de conservatieve kant.

Voor de jaren 2015–2017 is uitgegaan van 1,5 miljoen bezoekers, het minimale aantal bezoekers dat nodig is om een sluitende begroting te realiseren. De verhouding tussen nationale en internationale bezoekers zal in deze jaren naar verwachting verschuiven, al zal het relatieve aandeel van nationale bezoekers groter blijven dan voor de heropening (circa 40%, vs. 30% voor de heropening). Gedetailleerde bezoekersaantallen zijn te vinden in bijlage F, §1.2 van dit rapport.

In juni 2013 is onder bezoekers van het Rijksmuseum geënquêteerd om te bepalen welk gedeelte van de bezoekersbestedingen op conto van het Rijksmuseum kan worden geschreven. In totaal is ruim duizend bezoekers gevraagd naar de reden(en) van hun bezoek aan Amsterdam en het relatieve belang daarvan. FIG 2 geeft de resultaten grafisch weer. Bij nationale dagtoeristen, die het Rijksmuseum bezoeken, wordt ~73% van het bezoek aan Amsterdam gedreven door het Rijksmuseum. Circa de helft van alle nationale bezoekers komt uitsluitend voor het Rijksmuseum naar Amsterdam, de resterende 50% combineert een bezoek aan het Rijksmuseum met familiebezoek, winkelen of een andere culturele activiteit zoals de populaire musical over het leven van André Hazes. Ook voor internationale dagtoeristen wordt het bezoek aan Amsterdam in hoge mate gedreven door het Rijksmuseum: ~53%. Bij (inter)nationale verblijfsbezoekers ligt de motivatie lager – 38% respectievelijk 24% – wat samenhangt met een breder scala aan motivatoren voor bezoek als gevolg van de langere verblijfsduur.

Een vermenigvuldiging van het aantal Rijksmuseumbezoekers met dat gedeelte van hun bestedingen dat op conto van het Rijksmuseum kan worden geschreven resulteert in een totale initiële besteding in de periode 2003–2017 van € 2,0 miljard. Deze bestedingen leiden

FIG 3 BESTEDINGEN VAN RIJKSMUSEUM TEN BEHOEVE VAN DE LOPENDE EXPLOITATIE
Per sector in de Nederlandse economie, 2003–2017

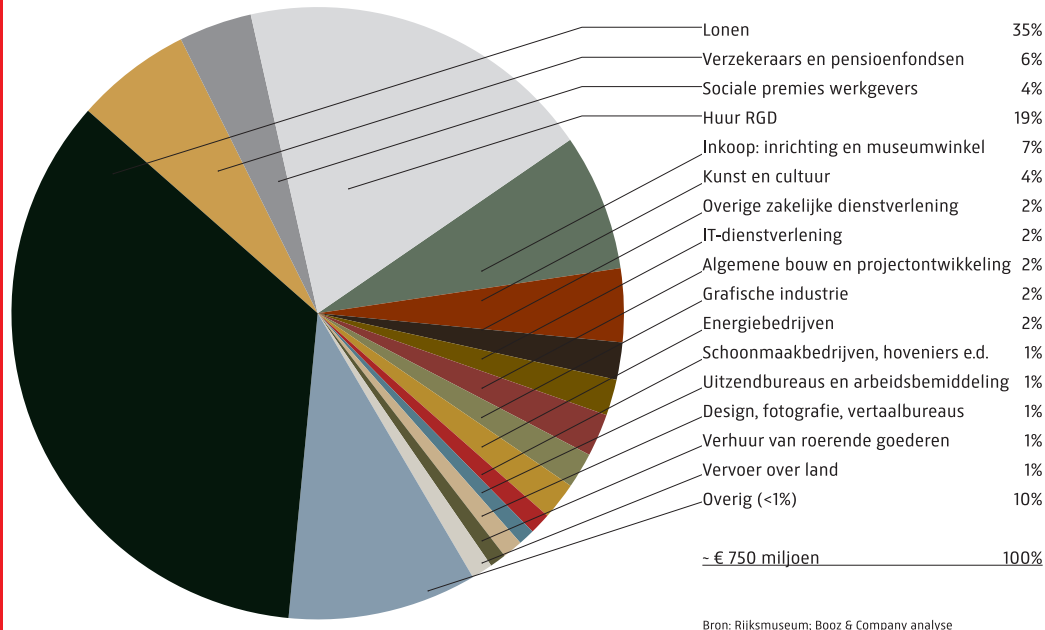
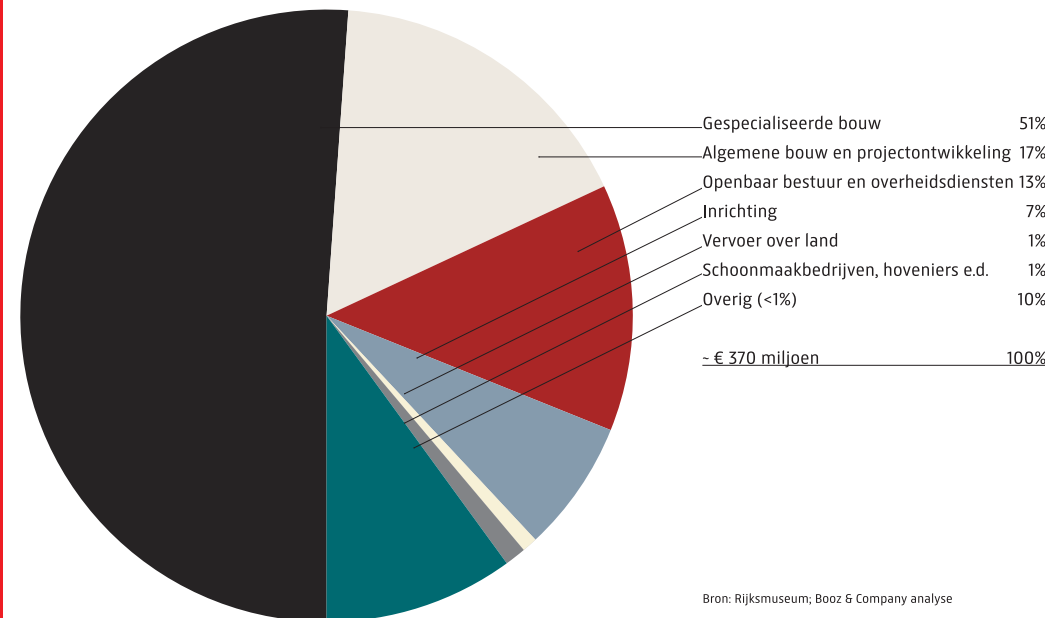


FIG 4 BESTEDINGEN VAN RIJKSMUSEUM TEN BEHOEVE VAN DE VERBOUWING EN INRICHTING
Per sector in de Nederlandse economie, 2003–2017



via indirecte en geïnduceerde effecten tot totale economische activiteit van € 3,9 miljard, met een BBP-bijdrage van € 1,9 miljard.² Afhankelijk van of de indirecte en geïnduceerde effecten wel of niet worden meegenomen komt dit neer op circa 5–10% van de totale toeristenbestedingen in Amsterdam per jaar.³

Gegeven de huidige bezoekersaantallen van het Rijksmuseum lijkt deze inschatting van de economische impact aan de conservatieve kant, in ieder geval voor de jaren 2013–2017. Elke additionele Rijksmuseumbezoeker levert gemiddeld via directe, indirecte en geïnduceerde effecten een bijdrage aan het BBP van circa € 110. Indien het Rijksmuseum op termijn uitkomt op een bezoekersniveau van 2,0 miljoen dan betekent dat additionele BBP-impact van € 55 miljoen per jaar. Iedere additionele 100.000 bezoekers boven de 1,5 miljoen bezoekers levert € 11 miljoen op.

1.2 BESTEDINGEN RIJKSMUSEUM TEN BEHOEVE VAN DE LOPENDE EXPLOITATIE

Naast omvangrijke bestedingen ten behoeve van de renovatie heeft het Rijksmuseum in de periode 2003–2017 totale cumulatieve directe bestedingen van circa € 800 miljoen ten behoeve van de lopende exploitatie gedaan. In deze periode kocht het Rijksmuseum voor circa € 50 miljoen kunst in het buitenland, onder andere op veilingen in Londen en New York. Deze kunst aankopen komen niet ten goede aan de Nederlandse economie en worden niet meegenomen in het bepalen van de economische impact van het Rijksmuseum op de Nederlandse economie. FIG 3 geeft een grafisch overzicht van de verdeling van de bestedingen ten behoeve van de lopende exploitatie over de sectoren van de Nederlandse economie (voor meer detail, zie bijlage F, §1.1).

Vermenigvuldigd met relevante multipliers leiden deze bestedingen per sector tot totale economische activiteit van ruim € 1,0 miljard, met een BBP-bijdrage van € 720 miljoen. Dit omvat directe, indirecte en geïnduceerde effecten.

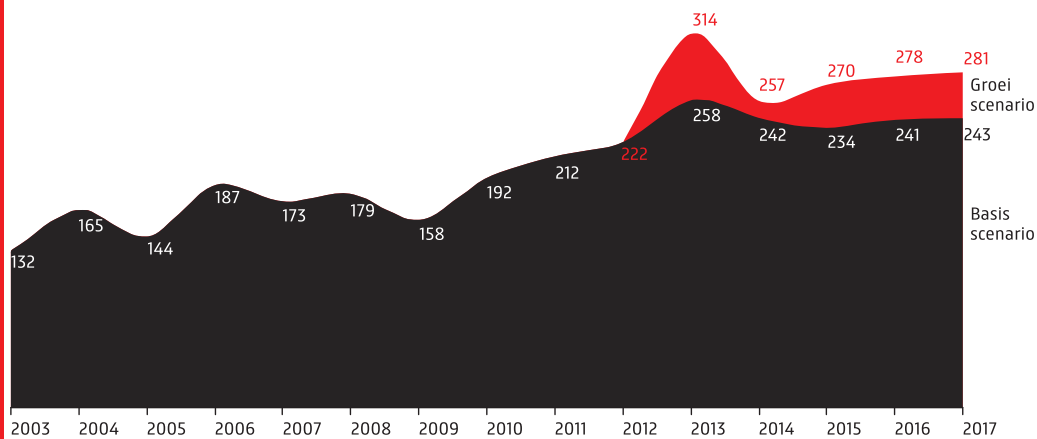
1.3 BESTEDINGEN RIJKSMUSEUM TEN BEHOEVE VAN DE VERBOUWING EN INRICHTING

In de periode 2003–2013 is er totaal € 375 miljoen besteed aan de renovatie van het Rijksmuseum, een combinatie van eigen bijdrage van het Rijksmuseum en bijdragen vanuit OC&W, de Rijksgebouwendienst en sponsors. Hoewel bestedingen van laatstgenoemde partijen niet voor rekening van het Rijksmuseum zelf zijn gekomen, worden ze in de analyse volledig meegenomen. Immers, de bestedingen zijn wel volledig ten behoeve van het Rijksmuseum gedaan.

Bij berekening van de impact van de renovatie op de Nederlandse economie moet ongeveer € 5,0 miljoen buiten beschouwing worden gelaten, omdat het bestedingen in het buitenland betreft (onder andere voor architect Wilmotte & Associés, de aanschaf van vitrines en voor kunst aankopen).⁴ De resterende bestedingen van € 370 miljoen zijn overwegend gedaan in de bouwsector (67%). Bestedingen in de sector Openbaar bestuur en overheidsdiensten betreffen de rentebetalingen voor de lening van OC&W en circa € 5,0 miljoen leges en parkeergelden aan het Stadsdeel Amsterdam Zuid. FIG 4 geeft een grafisch overzicht van de totale bestedingen per sector van de Nederlandse economie (voor meer detail, zie bijlage F, §1.1).

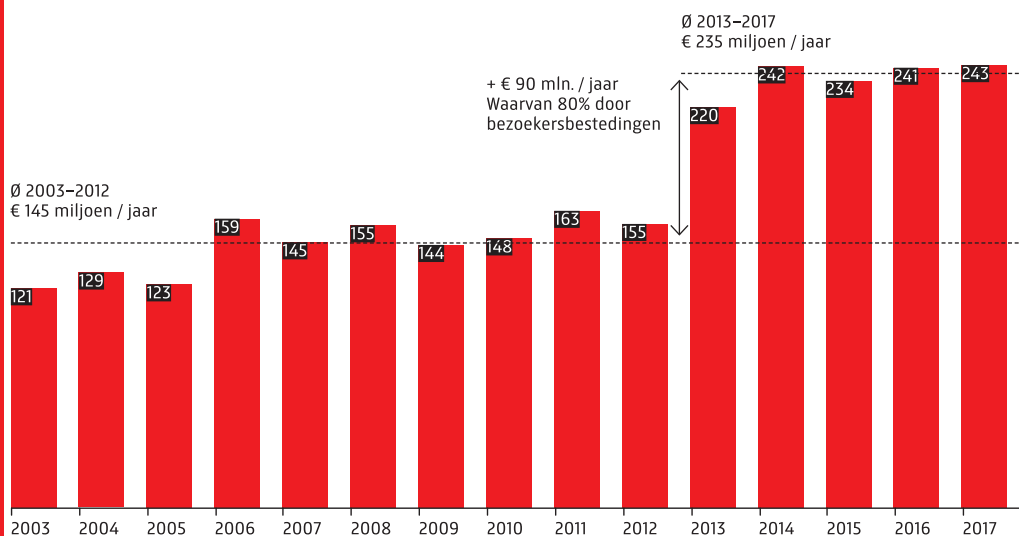
Vermenigvuldigd met relevante multipliers leiden deze bestedingen per sector tot totale economische activiteit van € 720 miljoen, met een BBP-bijdrage van € 360 miljoen. Deze bedragen omvatten directe, indirecte en geïnduceerde effecten.

FIG 5 **TOTALE ECONOMISCHE IMPACT VAN HET RIJKSMUSEUM**
In € miljoen BBP, 2003–2017



Bron: Rijksmuseum; Booz & Company analyse

FIG 6 **TOTALE ECONOMISCHE IMPACT VAN HET RIJKSMUSEUM**
exclusief bestedingen ten behoeve van verbouwing en inrichting
In € miljoen BBP, 2003–2017 (basisscenario, 2015–2017
op basis van geprognosticeerde minimale bezoekersaantallen)



Bron: Rijksmuseum; ATCB; CBS; Booz & Company analyse

1.4 TOTALE ECONOMISCHE IMPACT

Het totale gezamenlijke effect van bestedingen van het Rijksmuseum (hetzij ten behoeve van lopende exploitatie, hetzij ten behoeve van de renovatie) en dat gedeelte van toeristenbestedingen dat aan het Rijksmuseum kan worden toegeschreven is in de periode 2003–2017 circa € 5,7 mld. Deze totale economische activiteit heeft een BBP-bijdrage van circa € 3,0 miljard in de periode 2003–2017: een BBP-bijdrage van gemiddeld € 200 miljoen per jaar.⁵

Dit basisscenario gaat uit van een conservatief aantal bezoekers voor de jaren 2013–2017. Gegeven het feit dat elke additionele bezoeker gemiddeld € 110 bijdraagt aan het BBP is het mogelijk om de economische impact van verschillende bezoekersaantallen te bepalen. Het in FIG 5 geschetste 'groei-scenario' gaat, onder andere op basis van de meest recente bezoekcijfers, uit van 2 miljoen bezoekers in 2013 en 1,8 miljoen bezoekers voor de periode daarna. In dit scenario bedraagt de economische impact van het Rijksmuseum totaal circa € 3,2 miljard.

De economische impact van het Rijksmuseum laat in beide scenario's een duidelijke opgaande lijn zien. Deze opgaande lijn wordt des te duidelijker als wordt gecorrigeerd voor het eenmalige effect van de renovatiebestedingen. Immers, de renovatie van 2003–2013 vertaalt zich voor de periode vanaf 2013 in hogere bezoekersaantallen en, bijgevolg, een groter exploitatiebudget. FIG 6 laat voor het basisscenario zien dat vanaf 2012 de economische impact van het Rijksmuseum significant hoger ligt dan in voorgaande jaren. Deze stijging is het gevolg van de renovatie. De BBP-impact van het Rijksmuseum stijgt in dit scenario structureel met ongeveer € 90 miljoen per jaar, waarvan 80% uit additionele bestedingen van bezoekers bestaat en 20% wordt veroorzaakt door een groter exploitatiebudget. In het groei-scenario stijgt de BBP-impact van het Rijksmuseum met € 130 miljoen per jaar.

1.5 IMPLICATIES VOOR WERKGELEGENHEID

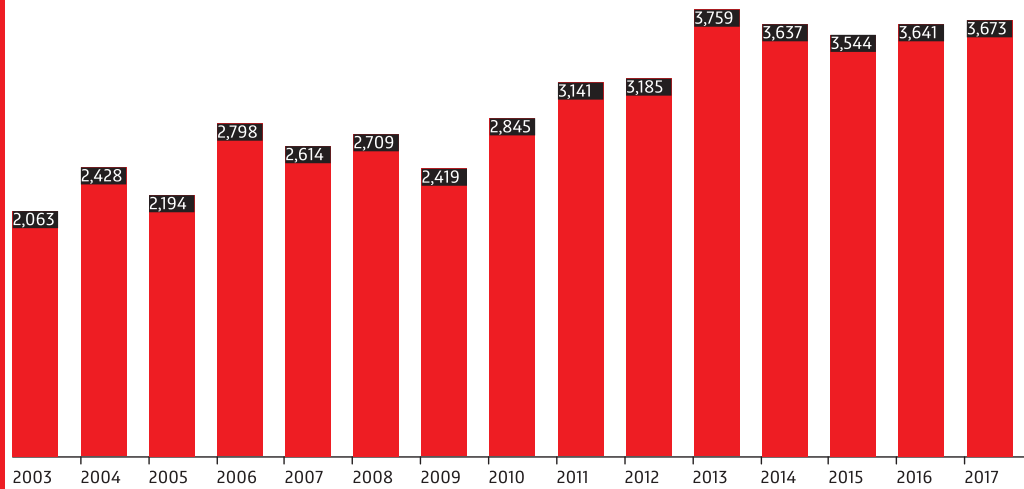
Bijdrage aan werkgelegenheid

Lonen vormen een aanzienlijk gedeelte van de bestedingen die het Rijksmuseum ten behoeve van de lopende exploitatie doet. Ultimo 2012 waren er 350 FTE in dienst bij het Rijksmuseum, waarvan het merendeel binnen de afdelingen Facilitair Bedrijf, Bureau Collecties en Conservering & Restauratie.

Uit de voorafgaande analyse is duidelijk geworden dat het Rijksmuseum een impact heeft die veel groter is dan de eigen bestedingen. Dat geldt zeker ook voor de werkgelegenheid. Zo zijn de renovatiewerkzaamheden een significante bron van werkgelegenheid geweest en leiden bestedingen van Rijksmuseumbezoekers tot werkgelegenheid in de toeristische sector.

Het is mogelijk om op basis van de totale economische impact van directe, indirecte en geïnduceerde effecten te bepalen wat de totale bijdrage is van het Rijksmuseum aan de werkgelegenheid in Nederland (zie bijlage C voor meer details). FIG 7 geeft de werkgelegenheid in FTE weer die er in de onderzoeksperiode in het basisscenario op conto van het Rijksmuseum kan worden geschreven. Gemiddeld zorgde het Rijksmuseum in de renovatieperiode voor een werkgelegenheid van circa 2.600 FTE per jaar. Vanaf 2013 wordt verwacht dat het Rijksmuseum jaarlijks verantwoordelijk is voor circa 3.700 FTE aan werkgelegenheid.

FIG 7 **TOTALE IMPACT OP WERKGELEGENHEID VAN HET RIJKSMUSEUM**
In FTE, 2003–2017 (basisscenario, 2015–2017 op basis van geprognosticeerde minimale bezoekersaantallen)



Bron: Rijksmuseum; ATCB; CBS; Booz & Company analyse

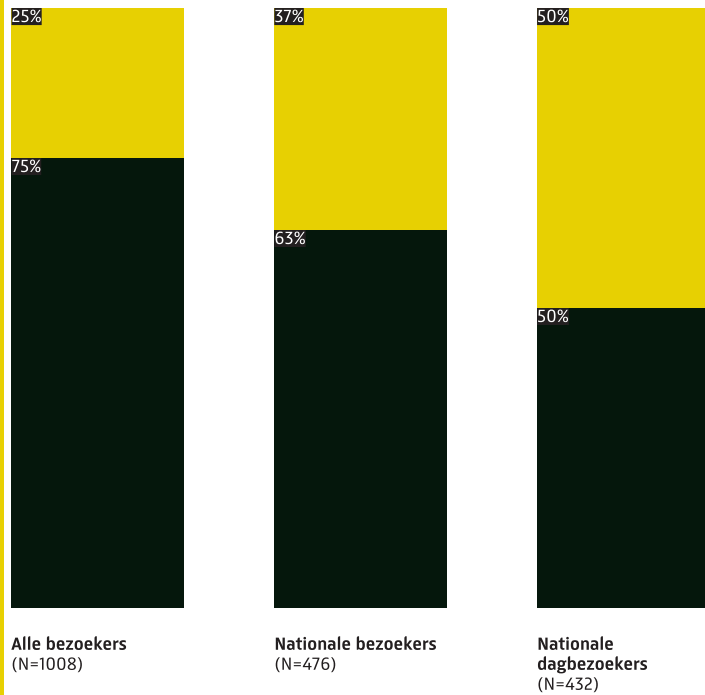
1.6 SAMENVATTING ECONOMISCHE IMPACT

In dit hoofdstuk is de economische impact van het Rijksmuseum bepaald. De belangrijkste bevindingen van dit hoofdstuk zijn:

- Het Rijksmuseum heeft in het basisscenario in de periode 2003–2017 een BBP-bijdrage van circa € 3,0 miljard, waarvan € 1,9 miljard uit bezoekersbestedingen, € 720 miljoen uit bestedingen ten behoeve van de lopende exploitatie en € 360 miljoen uit de renovatiewerkzaamheden
- De jaarlijkse economische impact van het Rijksmuseum stijgt vanaf 2013 als gevolg van de renovatie met € 90 miljoen per jaar, voor 80% gedreven door de impact van hogere totale bezoekersbestedingen
- Het Rijksmuseum was in de renovatieperiode jaarlijks verantwoordelijk voor 2.600 FTE werkgelegenheid in Nederland, na renovatie stijgt dit tot een stabiel niveau van 3.700 FTE

2 MAATSCHAPPELIJKE IMPACT VAN HET RIJSMUSEUM

FIG 8 **BEZOEK AAN AMSTERDAM UITSLUITEND GEMOTIVEERD DOOR RIJKSMUSEUM**
Als percentage van totaal aantal Rijksmuseumbezoekers



■ Komt uitsluitend voor het Rijksmuseum
■ Komt ook voor andere zaken

Deze cijfers zijn gebaseerd op Rijksmuseumbezoekers en niet representatief voor gemiddelde toeristen in Amsterdam

Bron: Rijksmuseum enquête Booz & Company

2 MAATSCHAPPELIJKE IMPACT VAN HET RIJKSMUSEUM

In het voorgaande hoofdstuk is de economische impact van het Rijksmuseum gekwantificeerd. Hoofdstuk 2 richt zich op de minder tastbare manier waarop het museum impact heeft, de ‘maatschappelijke impact’ van het Rijksmuseum op lokaal, nationaal en internationaal niveau. De in dit hoofdstuk geschetste bevindingen zijn tot stand gekomen op basis van literatuurstudie, een enquête onder circa 1.000 Rijksmuseumbezoekers in juni 2013 en circa 40 interviews die met het oog op dit rapport zijn verricht (zie respectievelijk bijlages A en B en E).

2.1 LOKAAL

Versterking van netwerk van wederzijds afhankelijke voorzieningen

Het Rijksmuseum is een belangrijke motivatie voor bezoek aan Amsterdam. Uit de enquête die in het kader van dit rapport onder Rijksmuseumbezoekers is verricht blijkt dat 25% van hen uitsluitend vanwege het Rijksmuseum naar Amsterdam komt, van de nationale dagtoeristen zelfs 50% (zie FIG 8). Gegeven de bezoekersaantallen in de eerste helft van 2013 betekent dit dat circa 500.000 unieke Amsterdam-bezoekers in 2013 direct aan het Rijksmuseum kunnen worden toegeschreven.⁶

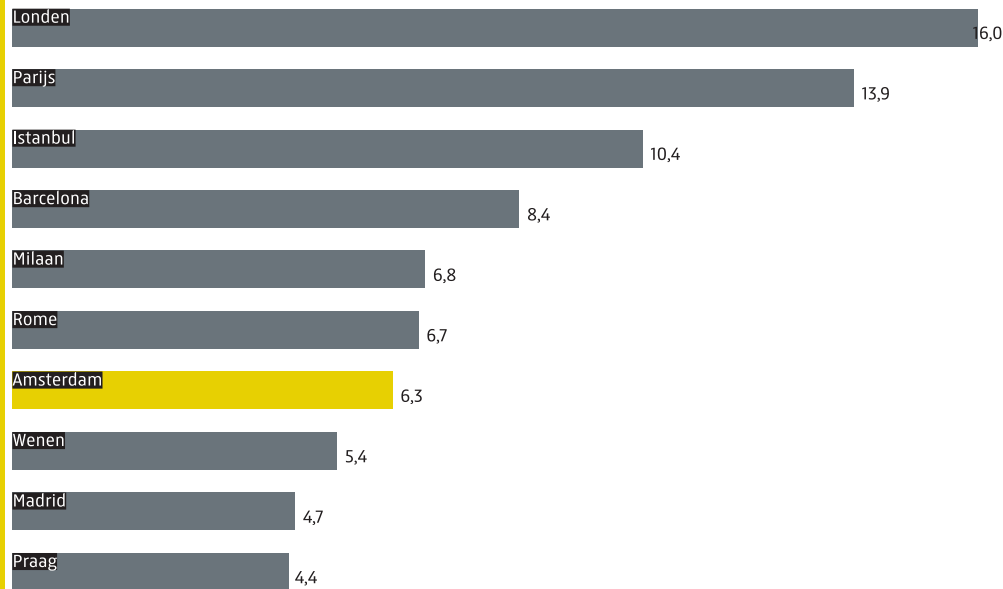
De aantrekkelijkheid van Amsterdam wordt uiteraard niet exclusief bepaald door het Rijksmuseum, maar door een veelvoud van factoren, waaronder bereikbaarheid met vliegtuig en/of trein, kwaliteit van (technologische) infrastructuur, nabijheid van natuurgebieden, het aanbod van cultuur en entertainment (positief) en overlast, verloedering en onveiligheid (negatief).⁷ Deze factoren zijn op dusdanige wijze met elkaar verbonden dat de aantrekkelijkheid van Amsterdam niet zonder meer op conto van een van de factoren kan worden geschreven. Cultuur, natuur en infrastructuur zijn wederzijds versterkende voorzieningen, die ervoor zorgen dat het totaal meer is dan de som der delen. Zoals een geïnterviewde expert observeerde is één museum aardig, maar meerdere musea een museumkwartier.

Een (combinatie van een) aantal factoren kan daarbij als zogenaamde ‘hygiënefactor’ werken: een onvoldoende attractieve culturele sector resulteert dan in een merkbare verzwakking van de concurrentiepositie. Omgekeerd kan excellentie in één domein een positief effect hebben op de aantrekkelijkheid van alle andere factoren. Het Rijksmuseum wordt door geïnterviewden gepercipieerd als van een dergelijke ‘excellente’ en hoge kwaliteit dat het in staat is het hele netwerk van wederzijds afhankelijke voorzieningen naar een hoger niveau te tillen. Als een van de meest vooraanstaande kunstinstellingen van Amsterdam draagt het Rijksmuseum zo merkbaar bij aan versterking van de concurrentiepositie van de stad.

Trekpleister voor internationale bezoekers

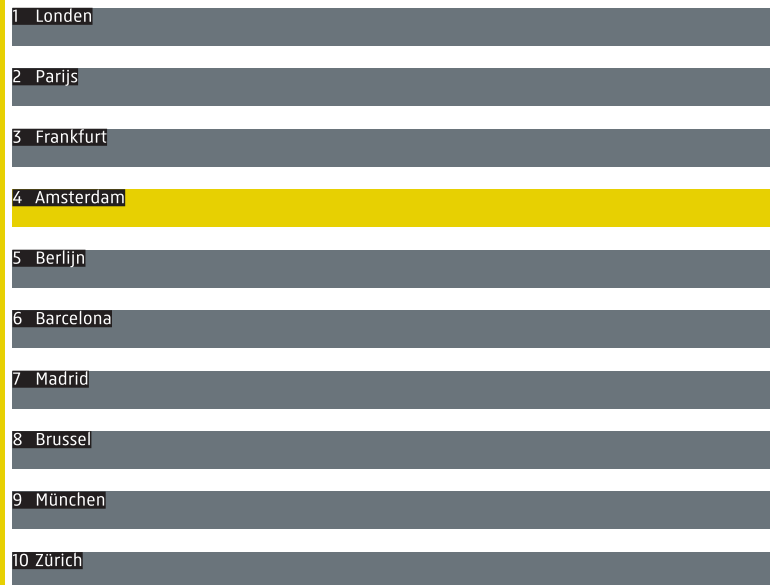
De aantrekkelijkheid van Amsterdam is zichtbaar in de positie op de markt voor internationaal toerisme. Uit onderzoek van het CBS blijkt dat Nederland op hoofdlijnen vier belangrijke trekpleisters voor internationale bezoekers kent: het grootstedelijke gebied van de Randstad, de kuststreken, de Veluwe en de Friese meren. Binnen die eerste categorie is Amsterdam veruit de belangrijkste bestemming: van de 5,1 miljoen internationale bezoekers die in 2011 Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht bezocht, kwam circa 85% voor rekening van Amsterdam.⁸

FIG 9 **TOP 10 EUROPESE BESTEMMINGSSTEDEN**
Aantal overnachtende bezoekers in miljoenen, 2013



Bron: Mastercard Global Destination Cities Index 2013

FIG 10 **TOP 10 EUROPESE STEDEN**
Vestigingsklimaat voor bedrijven 2011



Bron: Cushman & Wakefield European Cities Monitor 2011

Op dit moment bevindt Amsterdam zich in het middenveld van de grootste Europese bestemmingssteden (zie FIG 9). Uit de interviews komt naar voren dat de concurrentie met wereldsteden als Londen en Parijs beperkt is, deze steden behoren qua omvang en allure tot een andere categorie. Amsterdam bevindt zich qua schaal en beleving veel meer op het niveau van steden als Milaan, Rome, Wenen en Madrid. De concurrentie in dit segment is intensief en neemt op middellange termijn alleen maar toe. Met name Oost-Europese steden als Praag, Budapest en St. Petersburg winnen aan populariteit.

Om de positie van Amsterdam te behouden zijn structurele investeringen nodig. Het afgelopen decennium is dit op grote schaal gedaan, vooral op het gebied van infrastructuur en cultuur. Investeringen in de culturele sector hebben zich vooral geconcentreerd rond het Museumplein, waar het Stedelijk Museum, het Rijksmuseum, het Van Gogh Museum én Het Concertgebouw renovaties achter de rug hebben. Het is op dit moment nog te vroeg om profijt te trekken van de meeste investeringen in de infrastructuur van de stad. De vergrote bereikbaarheid van de binnenstad als gevolg van de verbouwing van het Centraal Station en de aanleg van de Noord-Zuid lijn zal pas vanaf 2017 merkbaar worden. Ook de effecten van het uitbreiden van het aantal hotelkamers met circa 15.000 kamers zal in de komende jaren pas zichtbaar worden.

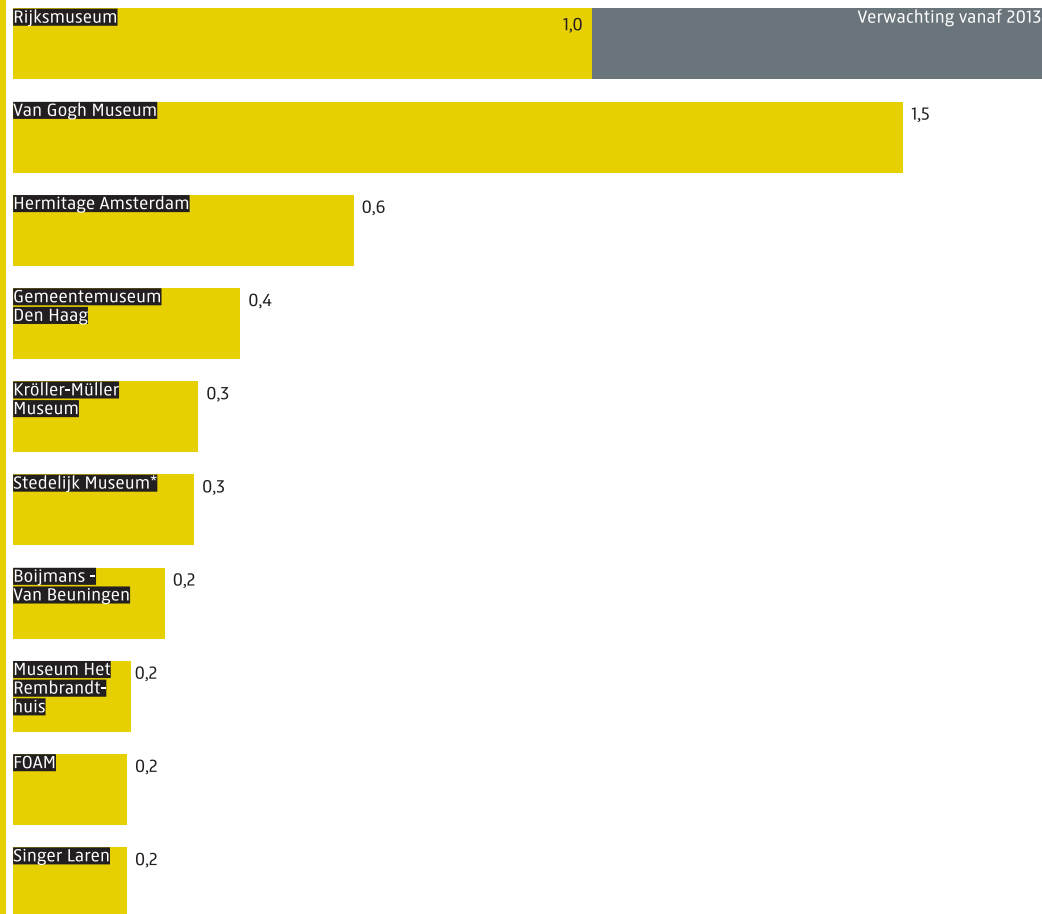
De heropening van het Rijksmuseum draagt zonder meer bij aan een vergrote aantrekkelijkheid van Amsterdam als bestemming voor internationale toeristen. Sinds de heropening blijkt het Rijksmuseum vooral populair bij Europese toeristen (met name Fransen en Britten), maar ook bij Japanners, Chinezen en Amerikanen. De overweldigende belangstelling in de (inter)nationale pers heeft voor een ware hype rondom het Rijksmuseum gezorgd. Maar ook op lange termijn is de verwachting van geïnterviewden dat het Rijksmuseum zal zorgen voor structureel grotere bezoekersaantallen uit zowel binnen- als buitenland. In hoofdstuk 1, §1.1 is dit toeristische effect gekwantificeerd.

Aantrekkelijke vestigingsplaats voor bedrijven

Een sterk ontwikkelde culturele sector is niet alleen belangrijk voor het aantrekken van toeristen, maar ook voor het aantrekken van bedrijven. Op dit moment heeft Amsterdam een van de meest aantrekkelijke vestigingsklimaten voor bedrijven in Europa, na Londen, Parijs en Frankfurt (zie FIG 10). Uit onderzoek van Cushman & Wakefield blijkt dat voor bedrijven toegang tot de lokale markt, kwaliteit van de beroepsbevolking en de kwaliteit van telecommunicatie de belangrijkste overwegingen voor vestiging zijn. Maar ook de kwaliteit van leven voor medewerkers is een belangrijke factor in de besluitvorming.⁹

De kwaliteit van leven is gerelateerd aan de beschikbaarheid (en kwaliteit) van medische zorg, secundaire arbeidsvoorwaarden, maar ook aan toegang tot cultuur en entertainment. Experts op het gebied van commercieel vastgoed bevestigen dat vastgoedprijzen in steden met een attractief cultureel aanbod hoger liggen dan in steden waar dat minder het geval is. Voor dit indirect effect is 'aanwezigheid belangrijker dan nabijheid': het gaat om de mogelijkheid gebruik te kunnen maken van culturele voorzieningen, niet zozeer om het feit dat de opera of het museum om de hoek van het kantoorpand ligt. Het commerciële vastgoed aan het Museumplein ondervindt echter ook een direct effect van de nabijheid van de musea. De klasse en het statuut van de culturele instellingen aan het Museumplein straalt af op het vastgoed en zorgt er voor dat de buurt de meest vooraanstaande kantoorlocatie van Amsterdam is. Een bruisende culturele sector met prestigieuze musea als het Rijksmuseum levert zo een positieve bijdrage aan het vestigingsklimaat en de waarde van het vastgoed in Amsterdam.

FIG 11 TOP 10 NEDERLANDSE KUNSTMUSEA
Per jaar



Bron: Nederlandse Museumvereniging, december 2012
* Opening Stedelijk Museum september 2012

2.2 NATIONAAL

Het Rijksmuseum heeft niet alleen lokaal, in Amsterdam, een maatschappelijk effect. Ook nationaal heeft het museum impact (zie fig. 11).

Unieke ervaring van nationale geschiedenis

Het Rijksmuseum is, net als de meeste andere musea, een bewaarplaats van historische voorwerpen. Naast schilder- en beeldhouwwerken beslaat de collectie een breed palet aan historische gebruiks- en decoratievoorwerpen. Deze objecten maken het Rijksmuseum tot belangrijke bron van historische kennis over Nederland. De ontwikkeling van bijvoorbeeld wapentuig of scheepsbouw kan worden getraceerd aan de hand van de voorwerpen in de collectie van het museum. Daarnaast geeft de collectie inzicht in het leven van alledag in het Holland van voorbije tijden. Kleding, inrichting en werktechnieken worden zichtbaar geïllustreerd in de vele schetsen en schilderijen die het museum rijk is. In dit opzicht is het Rijksmuseum de 'ziel van Nederland'.

Volgens filosofe Martha Nussbaum zorgen (kunst)musea voor een unieke vormende ervaring.¹⁰ Immers: de ruimte van het museum is de ruimte van de verbeelding. Door de combinatie van kunstwerken en historische gebruiksvoorwerpen wordt de nieuwsgierigheid geprikkeld: wat doen deze Staalmeesters bij deze tafel? Hoe werkte een klok in de 17e eeuw? Het Rijksmuseum vervult in dit opzicht een educatieve functie. Bezoekers leren de (nationale) historie kennen aan de hand van de tastbare overblijfselen van die geschiedenis.

Nieuwe technieken voor conservering en restauratie

De collectie van het Rijksmuseum biedt niet alleen inzicht in het leven in vroeger tijden, maar ook in de manier waarop indertijd materialen werden gebruikt. Deze kennis kan vervolgens worden ingezet bij conservering en restauratie van nationaal erfgoed. In de bredere maatschappelijke discussie over de kenniseconomie staat valorisatie steeds meer centraal: kennis moet niet alleen omwille van zichzelf worden vergaard, maar ook worden aangewend om welvaart en welzijn te vergroten. Samenwerking met de Universiteit van Amsterdam ('UvA') en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed ('RCE') stelt het Rijksmuseum in staat om (fundamenteel) onderzoek en praktijk nauw op elkaar te betrekken. Een dergelijk samenwerkingsverband is uniek voor Nederland, maar ook voor de wereld.

Het Rijksmuseum weet op het gebied van conservering en restauratie ook gebruik te maken van kennis en ervaring uit het bedrijfsleven. Een van de sponsors, Eye Wish Opticiens, heeft zich specifiek toegelegd op onderzoek en conservering van glaskunst, een bijzondere samenwerking waarbij naast financiële steun ook gebruik wordt gemaakt van de expertise van de sponsor. In deze, en andere, facetten kan het museum rekenen op een groot vertrouwen van bedrijven, fondsen en schenkers, die zich met trots aan het Rijksmuseum verbinden.

Educatie van specialistische vaklieden

De samenwerking met de opleiding tot restauratiekundige van de UvA betekent dat het Rijksmuseum een plek is waar jonge mensen een specialistisch ambacht kunnen leren. De restauratie van veel objecten uit de collectie tijdens de renovatie van het gebouw heeft jonge restauratoren de gelegenheid gegeven belangrijke werkervaring op te doen.

De renovatie van het Rijksmuseum gaf niet alleen de afdeling Conservering & Restauratie een nieuwe impuls. Ook de betrokken aannemers ondervonden een merkbaar effect. Het werk aan het Rijksmuseum betekende een belangrijke inkomstenbron in een periode van laagconjunctuur in de bouwsector en bood veel mogelijkheden voor ontwikkeling van vakmanschap. Jonge restauratoren hebben als 'leermeester-gezel' kennis kunnen maken met verschillende typen restauratiewerkzaamheden en vaardigheden ontwikkeld die het nationale culturele erfgoed ook voor de toekomst veilig stellen – aldus geïnterviewden uit de bouwsector.

FIG 12 THE TIMES, THE WORLD'S 50 GREATEST GALLERIES (2013)

1	The Uffizi Gallery, Florence	'The Uffizi is packed with masterpieces'
2	The Prado Museum, Madrid	'Here is what unquestionably counts as the finest single collection of Spanish art'
3	The State Hermitage Museum, St Petersburg	'The collection of more than three million objects must surely count among the most spectacular in the world'
4	The Museum of Modern Art, New York	'The history of Modernism is being discussed by all its main players'
5	The Kunstmuseum, Basel	'The oldest public municipal museum in the world'
6	The Metropolitan Museum of Art, New York	'New York's Metropolitan Museum of Art is the jewel in the city's artistic crown'
7	The Kunsthistorisches Museum, Vienna	'Home to the great art collection of the Habsburgs'
8	The Louvre, Paris	'It's a bit like riffling through an art-history book but finding that the illustrations are all the original pieces'
9	The National Gallery, London	'A collection of early Renaissance wonders which surpasses any other outside Italy'
10	The Frick Collection, New York	'Astonishing works of art are displayed in what is, essentially, a domestic setting'
11	The Rijksmuseum, Amsterdam	'The new Rijksmuseum is a triumph'
12	The Borghese Gallery, Rome	'Dramatic masterworks of classical antiquity'
13	The Van Gogh Museum, Amsterdam	'The Van Gogh museum celebrates the exhilarating imagination and impetuous force of a painter'
14	Musée d'Orsay, Paris	'Its collection of French 19th-century art consists of a wonderful array of the great Impressionists'
15	Yale Center For British Art, Connecticut	'The largest collection of British art outside of Britain'

Bron: The Times 2013

Renovatie als bron van innovatie

De renovatie van het Rijksmuseum heeft vanwege schaal en complexiteit geleid tot bouwkundige vernieuwingen, die ook in andere projecten kunnen worden toegepast. Het gebruik van warmte-koude-opslag in de grond betekent dat het Rijksmuseum duurzaam is qua energieverbruik, zonder dat concessies zijn gedaan aan de kwaliteit van de temperatuur- en vochtigheidsregeling. Ook het gebruik van de ondergrondse ring om het gebouw heen betekent een vergroting van de duurzaamheid: reparaties of vervanging van componenten in bijvoorbeeld de luchtverversingsinstallatie zijn mogelijk zonder aanpassingen in het monumentale pand zelf.

De renovatie heeft aannemers in staat gesteld te investeren in nieuwe technologieën. Zo heeft Koninklijke Woudenberg geïnvesteerd in technologie die kan worden gebruikt om op basis van een driedimensionale scan een replica van een beeldhouwwerk te maken. Deze technologie is toegepast voor de vernieuwing van een timpaan in de gevel en is nu ook voor andere restauratiewerkzaamheden in Nederland beschikbaar.

De renovatie heeft daarnaast geleid tot nieuwe productontwikkeling. Het Rijksmuseum heeft samen met Philips gewerkt aan het ontwikkelen van LED-verlichting, waarvan naar verwachting ook andere (inter)nationale musea gebruik zullen maken. Douwe Egberts heeft op basis van het rijke VOC-verleden van Nederland speciaal voor het Rijksmuseum een unieke koffieblend ontwikkeld, die alleen in het Rijksmuseum-café beschikbaar is. Ook AkzoNobel heeft voor de renovatie speciale producten ontwikkeld, in dit geval een voor het Rijksmuseum op maat gemaakte kleurenwaaier voor verf en coatings. Tot slot worden via de internationaal geprezen website meer dan 150.000 hoge resolutie beelden van de Rijksmuseumcollectie beschikbaar gesteld voor nieuwe creatieve toepassingen, zoals onder andere te zien was in de presentatie van Droog Design op de Salone del Mobile in Milaan.

2.3 INTERNATIONAAL

Naast lokaal en nationaal heeft het Rijksmuseum ook internationaal impact.

'The inauguration of a curatorial revolution'

De renovatie heeft de positie van het Rijksmuseum als een van de 'must visit museums' in de wereld versterkt. Simon Schama spreekt in de Financial Times van de 'inauguration of a curatorial revolution.' The Times plaatst het Rijksmuseum op nummer 11 in de lijst van *The world's 50 greatest galleries* en spreekt van 'a triumph' (zie FIG 12). Het feit dat het Rijksmuseum gastheer was voor de meest recente vergadering van de Bizot-groep, het gezelschap van directeuren van de meest vooraanstaande musea ter wereld, getuigt van de vooraanstaande positie van het Rijksmuseum in de internationale museale wereld – net als het feit dat het Rijksmuseum als eerste in Europa de Tiffany & Co. Foundation wist te verbinden aan zijn bijzondere juwelencollectie.

Meervoudige verbindingen

Daarnaast spelen volgens een geïnterviewde expert culturele instellingen in het algemeen, en het Rijksmuseum in het bijzonder, een belangrijke rol bij het leggen van 'meervoudige verbindingen' tussen steden op economisch en politiek vlak. Het uitlenen van kunstwerken aan musea in bijvoorbeeld Sao Paulo, Los Angeles en Vancouver is een springplank gebleken voor het ontwikkelen van samenwerkingsverbanden met deze steden. Internationaal vooraanstaande musea als het Rijksmuseum en het Van Gogh Museum bieden ook toegang tot grootstedelijke overlegorganen, zoals het samenwerkingsverband achter het 'World Cities Culture Report'. Dergelijke fora bieden mogelijkheden voor beleidsmakers om inzichten uit te wisselen en mogelijkheden voor samenwerking te verkennen.

Niet alleen de politiek, ook het bedrijfsleven spint garen bij dergelijke initiatieven. Nederlandse bedrijven zijn in staat om hun internationale zakenpartners de rijkdom van de nationale historie en identiteit te laten zien en zo hun internationale netwerk te versterken. Een geïnterviewde uit het bedrijfsleven stelt dat Vermeer's *Brieflezende vrouw* een 'geweldige ambassadeur voor ons product' is gebleken. En het feit dat er in de pers wordt gesproken van 'hemels licht' heeft een hoge internationale marktwaarde voor Nederlandse bedrijven als Philips. Ook ING had wereldwijd bereik met een YouTube-film van een speciale 'Rijksmuseum-flashmob'. Het Rijksmuseum is op deze wijze een katalysator voor internationale economische activiteit.

2.4 SAMENVATTING MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

In dit hoofdstuk is de maatschappelijke impact van het Rijksmuseum op lokaal, nationaal en internationaal niveau geëxpliciteerd. De belangrijkste bevindingen van dit hoofdstuk zijn:

Lokaal

- Het nieuwe Rijksmuseum is van een dergelijk hoog niveau dat het in staat moet zijn voorzieningen op het gebied van cultuur, infrastructuur en natuur in Amsterdam naar een hoger plan te tillen
- De heropening van het Rijksmuseum draagt bij aan een vergrote aantrekkelijkheid van Amsterdam voor (inter)nationale bezoekers en bedrijven

Nationaal

- Het Rijksmuseum is door zijn combinatie van kunst en nationale geschiedenis een icoon van de Nederlandse identiteit – de monumentale huisvesting maakt het museum beeldbepalend voor de natie
- Het Rijksmuseum speelt met haar vooraanstaande conservering- en restauratieactiviteiten een rol in het opleiden van nieuwe vaklieden en het toepassen van wetenschappelijk onderzoek
- Het Rijksmuseum speelt in de verbinding met bedrijfsleven, kennisinstellingen, fondsen en schenkers een aanjagende rol voor innovatie op het gebied van onder andere design en productontwikkeling

Internationaal

- De heropening van het Rijksmuseum versterkt de statuur van het museum in de internationale wereld als een van 's werelds 'must visit museums'
- Culturele instellingen in het algemeen, en het Rijksmuseum in het bijzonder, spelen een belangrijke rol bij het leggen van meervoudige verbindingen tussen steden op economisch en politiek vlak

NOTEN

- | | | | |
|---|---|----|--|
| 1 | Groot, H. de, Marlet, G., Teulings, C., Vermeulen, W. (2010). <i>Stad en Land</i> , Den Haag: CPB. | 5 | Deze totale economische impact is inclusief het negatieve effect die de renovatie heeft gehad op het Spiegelkwartier. Lubbe & Larsen schatten in hun onderzoek naar het effect van de vertraagde oplevering van het Rijksmuseum dat de ondernemers in het Spiegelkwartier jaarlijks circa € 2,5 mln omzet derven als gevolg van de sluiting van de passage. Deze kwantificering corrigeert voor autonome ontwikkelingen in de antiekmarkt. Aangenomen dat 60% van deze omzet bestaat uit BBP-bijdrage betekent dit een negatief effect op het BBP van circa € 1 mln per jaar in de periode 2003–2013. In tegenstelling tot Lubbe & Larsen wordt in deze analyse er niet van uitgegaan dat deze bestedingen elders in Amsterdam plaatsvinden. |
| 2 | De totale bestedingen van internationale verblijfsbezoekers lijken aan de hoge kant. Dit wordt veroorzaakt door de hoge gemiddelde verblijfsduur die in dit rapport wordt gehanteerd, namelijk 4 nachten. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek verblijven internationale verblijfs-toeristen gemiddeld 1,9 nachten in Nederland, een significante afwijking ten opzichte van de resultaten van de steekproef onder Rijksmuseumbezoekers in 2011 van Amsterdam Marketing. Om zoveel mogelijk gebruik te maken van integraal verzamelde gegevens is gekozen om de gemiddelde verblijfstijd van 4 nachten te hanteren – mogelijk met een overschatting van de toeristische impact tot gevolg. Uitgaande van een verblijfstijd van 1,9 dagen in plaats van 4 dagen is de BBP-bijdrage van het Rijksmuseum via bezoekersbestedingen circa € 1.1 miljard in plaats van € 1.9 miljard. | 6 | Extrapolatie op basis van 775.000 bezoekers tussen 13 april en 30 juni 2013, exclusief circa 10% dat in Amsterdam woonachtig is en 5% dat als onderdeel van een school-excursie in Amsterdam is; van de resterende bezoekers komt 25% exclusief vanwege het Rijksmuseum naar Amsterdam. |
| 3 | Amsterdam Onderzoek en Statistiek schat toegevoegde waarde van toeristische bestedingen in Amsterdam op circa € 1,4 mld; directe bestedingen ad € 64 miljoen betekent een 'share of wallet' van circa 5%; inclusief indirecte en geïnduceerde effecten loopt de 'share of wallet' op tot circa 10%. | 7 | Amsterdam Bureau Onderzoek en Statistiek (2012) <i>Metropoolregio Amsterdam in cijfers 2012</i> . |
| 4 | Bestedingen aan architecten Cruz y Ortiz ad circa € 17 miljoen zijn via een Nederlandse B.V. gelopen en worden derhalve in deze analyse volledig tot bestedingen binnen Nederland gerekend. | 8 | Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (2012), <i>Kerncijfers 2012 Gastvrijheidseconomie</i> . |
| | | 9 | Cushman Wakefield (2011), <i>European Cities Monitor 2011</i> : Toegang tot markten, klanten of cliënten, aanwezigheid van gekwalificeerde staf en kwaliteit van telecommunicatie zijn voor bedrijven de belangrijkste overwegingen bij de keuze van een vestigingsplaats (60%, 53% resp. 52%); levenskwaliteit en fiscaal regime spelen een ondergeschikte, maar nog altijd belangrijke rol (20% resp. 16%) |
| | | 10 | Nussbaum, M.C. (2012). <i>Not for Profit. Why Democracy Needs the Humanities</i> . Princeton: Princeton University Press. |

BJLAGEN

A GERAADPLEEGDE LITERATUUR

A

Americans for the Arts (2012). *National Arts Index 2012: An Annual Measure of the Vitality of the Arts and Culture in the United States: 1998–2010*, Washington: Americans for the Arts.

Arts Council of England (2002). *Measuring the economic and social impact of the arts: a review*, London: Arts Council of England.

Arts Council of England (2012). *Measuring the economic benefits of arts and culture. Practical guidance on research methodologies for arts and cultural organizations* London: Arts Council of England.

Arts Council of England (2013). *The Contribution of the Arts and Culture to the National Economy*, London: Arts Council of England.

Australian Bureau of Statistics (1995). *Information Paper: Australian National Accounts: Introduction to Input-Output Multipliers*, Canberra: Australian Bureau of Statistics.

B

Baarsma, B. (2012). *Reken je niet rijk. Over economische waardering van baten van monumenten-zorg*, Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.

Bennett, T. (1995). *The Birth of the Museum: History, Theory and Politics*, London: Routledge.

Biggar Economics (2010). *National Museums Scotland Economic Impact Study*.

Black, G. (2011). *Transforming Museums in the 21st Century*, London: Routledge.

Bonn, M.A., Harrington, J. (2008), *A comparison of three economic impact models for applied hospitality and tourism research*, Tourism Economics.

Boswell, D., Evans, J. (1999). *Representing the Nation: A Reader: Histories, Heritage, Museums*, London: Routledge.

Bourdieu, P. (1986). 'The Forms of Capital', in: Richardson, J.E. (ed.), *Handbook of the Theory of Research for the Sociology of Education* (Greenwood Press), p.241–258 (trans. Richard Nice).

British Broadcasting Corporation (2013). *The Economic Value of the BBC: 2011/12. A Report by the BBC*, London: BBC.

Broek, A. van den (2013). *Kunstminnend Nederland? Interesse en bezoek, drempels en ervaringen. Het culturele draagvlak, deel 12*, Den Haag: SCP.

C

Campbell-Johnson, R. (2013). *The World's 50 Greatest Galleries*, The Times, May 4, 2013.

Cardenete, M.A., Sancho, F. (2011). *Estimating and comparing multiplier matrices: the role of resources and the role of technology*, International Input-Output Conference Alexandria 2011.

Cushman & Wakefield (2011). *European Cities Monitor 2011*.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2011). *Toerisme en recreatie in cijfers 2011*, Den Haag: CBS.

D

Department for Culture, Media and Sport (2010). *Measuring the value of culture: a report to the Department for Culture Media and Sport*, London: Department for Culture, Media and Sport.

G

Gemeente Amsterdam (2008). *Economische Effecten vertraagde oplevering Rijksmuseum*, Amsterdam: Gemeente Amsterdam.

Groot, H. de, Marlet, G., Teulings, C., Vermeulen, W. (2010). *Stad en Land*, Den Haag: CPB.

L

Van Leeuwen, E., Bos, E., Vleugel, J. (2001), *Regionale input-outputanalyse: in welke regio's en sectoren heeft een vraagimpuls het hoogste rendement?*, Den Haag: LEI.

Liverpool City Council (2007). *Measuring the economic impacts of Liverpool European Capital of Culture*, Liverpool: Liverpool City Council.

Los Angeles County Economic Development Corporation (2012). *Pacific Standard Time: Art in L.A. 1945–1980*.

Lubbe & Larsen (2008). *Economische effecten vertraagde oplevering Rijksmuseum Amsterdam*, Amsterdam: *Economic Impact Analysis*, Los Angeles: LAEDC.

Lui, J.C. (2006) *The economic impact of Hawai'i museums and cultural attractions in a tourist economy*, School of travel industry management, University of Hawaii.

M

Marlet, G., Poort, J. (2011). *De Waarde van Cultuur in Cijfers*, Utrecht: Atlas voor Gemeenten.

Marlet, G., Poort, J., van Woerkens, C. (2011). *De Schat van de Stad, Welvaartseffecten van de Nederlandse Musea*, Utrecht: Atlas voor Gemeenten.

Mayor of London (2013). *World Cities Culture Report 2012*, London: BOP Consulting.

McLennan, W., *Information paper: Australian national accounts: Introduction to input-output multipliers*, Australian Bureau of Statistics.

Van der Meulen, J., Boskamp, J., Daems, E., Goossens, R., Oostrom, C., van den Tillaart, J., Oldenboom, E.R., de Boer, W.J.J. (2012) *De bijdrage van sport aan de Nederlandse economie*, CBS.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2012). *Cultuur in Beeld*, Den Haag.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2012). *Cultuur in Cijfers*, Den Haag.

Mt. Auburn Associates, Economic Development Research Group (2002), *Economic Impact of the Museum of fine Arts, Boston*.

N

Netherlands Museum Association (2011). *More than worth it. The Social Significance of Museums*, Amsterdam: Netherlands Museum Association.

Nussbaum, M.C. (2012). *Not for Profit. Why Democracy Needs the Humanities*. Princeton: Princeton University Press.

O

Oxford Economics (2012). *The Economic Impact of London 2012 Olympic and Paralympic Games*, London: Oxford Economics.

P–S

Puffelen, F. van, Hietbrink, S. (1985). *Meer dan een miljard. De economische betekenis van de professionele kunsten in Amsterdam*, Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.

Schnabel, P. (2010). 'Cultureel erfgoed sociaal en politiek gezien', in: *Erfgoed NU. Neerlands Hoop. Erfgoed en Politiek*, Amsterdam: Erfgoed Nederland.

T

Travers, T., Glaister, S. (2004). *Valuing Museums. Impact and Innovation among National Museums*, London: National Museum Directors Conference.

Travers, T. (2006), *Museums and galleries in Britain, Economic, social and creative impacts*, London: London School of Economics.

Tyrrell, T.J., Johnston, R.J., (2001). 'A Framework for Assessing Direct Economic Impacts of Tourist Events: Distinguishing Origins, Destinations, and Causes of Expenditures', in: *Journal of Travel Research*, vol.40, p.94–100.

Brondata

Amsterdam Toerisme en Congres Bureau (2012) *Bezoekersonderzoek Amsterdam 2011, bezoekersprofiel voor het Rijksmuseum*.

Amsterdam Toerisme en Congres Bureau (2012) *Amsterdam Bezoekersprofiel, Bezoekersonderzoek Amsterdam*.

Amsterdam Bureau Onderzoek en Statistiek (2012) *Metropoolregio Amsterdam in cijfers 2012*.

Amsterdam Bureau Onderzoek en Statistiek (2012) *Jaarboek, Cultuur en Monumenten*.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2012) *Toerisme en recreatie in cijfers 2012*.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2011) *Toerisme in Nederland 2011*.

Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (2009) *De buitenlandse toerist uitgelicht, onderzoek inkomend toerisme 2009*.

Rijksmuseum, Afdeling Finance en Control

Nederlandse Museum Vereniging

Schiphol Airport Charges and Conditions (2012).

B OVERZICHT VAN GEÏNTERVIEWDE PERSONEN EN INTERVIEWVRAGEN

B1.1 OVERZICHT VAN GEÏNTERVIEWDE PERSONEN

RIJKSMUSEUM	drs. Wim Pijbes drs. Taco Dibbits drs. Erik van Ginkel mr. Hendrikje Crebolder drs. Marjolijn Meynen dr. Robert van Langh drs. Chris Vogelzang	Hoofddirecteur Rijksmuseum Directeur Collecties Rijksmuseum Zakelijk Directeur Rijksmuseum Afdelingshoofd Development Afdelingshoofd Communicatie & Marketing Afdelingshoofd Conservering en Restauratie Lid Marketing Adviesraad Rijksmuseum	BEDRUFSLIJDEN	Marcel van Aelst drs. Hans Bakker drs. Harry Hendriks	Lid Raad van bestuur Okura Group President-directeur Amsterdam RAI Executive Chairman Global Government and Public Affairs Philips
MUSEUMPLEIN E.O.	Hans Barnhoorn Vincent Geerling Rik van Koetsveld Cunie Out mr. Simon Reinink drs. Axel Rüger	Directeur Richemont Benelux Voorzitter Vereniging Spiegelkwartier Voormalig Zakelijk Directeur Van Gogh Museum Straatmanager Spiegelkwartier Algemeen Directeur Concertgebouw Directeur Van Gogh Museum		ir. Henk Markerink drs. Fleur Mooren Jos Nijhuis RA drs. Coen van Oostrom drs. ing. Peter Pieters Ton Poppes ing. William Swinkels drs. Jop Ubbens drs. Cor van Zadelhoff	Algemeen Directeur Amsterdam Arena Directeur Strategie Stage Entertainment President en CEO Schiphol Group CEO OVG Real Estate Directeur Koninklijke Woudenberg Voorzitter Horeca Nederland Afdeling Amsterdam Directeur Kuijpers Installaties Directeur Christie's Amsterdam Oprichter DTZ Zadelhoff
CULTUUR	drs. Melle Daamen drs. Joris van Dijk Simone van den Ende dr. Adriana Esmeijer drs. Geraldine Fabrikant drs. Donald Hyslop dr. Martijn Sanders prof. dr. Paul Schnabel dr. Cas Smithuijsen	Directeur Stadsschouwburg Amsterdam Algemeen Directeur Madurodam Hoofd Kunst & Cultuur en Drama AVRO Directeur Prins Bernhard Cultuurfonds Freelance journalist Head of Regeneration & Partnerships, Tate Modern Voorzitter Holland Festival / Vereniging Rembrandt Voormalig Directeur Sociaal en Cultureel Planbureau Directeur Boekmanstichting			
OVERHEID EN OVERHEIDSINSTANTIES	Frans van der Avert drs. Carolien Gehrels drs. Marc Hamelers Conrad van Tiggelen	Algemeen Directeur Amsterdam Marketing Wethouder Amsterdam Regioambassadeur Noordwest Ministerie van EZ Directeur Marketing – NBTC Holland Marketing			
ECONOMEN	prof. dr. Barbara Baarsma prof. dr. Bas Jacobs prof. dr. Arjo Klamer prof. dr. Greg Richards prof. dr. Coen Teulings	Algemeen Directeur SEO Hoogleraar Erasmus Universiteit Hoogleraar Erasmus Universiteit Hoogleraar Universiteit van Tilburg Voormalig Directeur CPB			

B1.2 OVERZICHT BELANGRIJKSTE INTERVIEWVRAGEN

Positie Rijksmuseum

- Wat is in uw optiek de maatschappelijke waarde / impact van culturele instellingen in het algemeen en musea in het bijzonder?
 - Economisch: waarde met een meetbare financiële impact op cash en/of waarde van activa
 - Sociaal: impact als gevolg van de positie van culturele instellingen / musea in netwerken
 - Cultureel: waarde in termen van menselijke competenties (bijv. kennis en kunde) en goederen (bijv. kunstwerken, maar ook toegepaste technologie)
- Waarin schuilt de specifieke maatschappelijke waarde / impact van het Rijksmuseum?
- Wat maakt het Rijksmuseum uniek versus andere culturele instellingen, bijv. Van Gogh / Stadsschouwburg / Het Concertgebouw?
- Is er in de verhouding versus andere culturele instellingen sprake van concurrentie en complementariteit? Hoe geldt dat voor uw instelling?
- Wat is de merkwaarde van het Rijksmuseum? Hoe verhoudt deze merkwaarde zich ten opzichte van andere Nederlandse merken als Van Gogh, de Floriade, etc.?

Betekenis renovatie

- Op welke wijze betekent de renovatie van het Rijksmuseum continuering van de impact van het Rijksmuseum? Zijn er gebieden waar de renovatie discontinuïteit met historische impact betekent? En alternatief: betekent de renovatie uitbreiding van de impact van het Rijksmuseum?
 - Op welke wijze draagt het Rijksmuseum bij aan innovatie?
 - Renovatie (bijv. op het gebied van engineering, etc.)
- Museologie / curatologie (bijv. op het gebied van belichting, inrichting, etc.)
- Kan deze innovatie ook in andere situaties worden toegepast en zo worden verzilverd? Is dit alleen binnen Nederland, of ook in het buitenland?
- Is er in de samenwerking met het Rijksmuseum sprake van wederzijdse versterking van kwaliteiten? Zo ja, op welke wijze?
- Wat heeft de heropening van het Rijksmuseum betekend voor de inkomsten van uw organisatie (bijv. in PC Hoofdstraat, Spiegelkwartier, Horeca)? Wat voor soort inkomsten zijn dit, d.w.z.: in welke mate zijn dit additionele bestedingen in A'dam i.p.v. een verschuiving van bestedingen binnen A'dam?
- Zou de impact van de renovatie groter kunnen zijn? En zo ja, wat is hier dan de beperkende factor?

Aantrekkelijkheid van Amsterdam / Nederland

- Welke factoren spelen een rol bij de aantrekkelijkheid van Amsterdam / Nederland? Verschillen deze afhankelijk van de doelgroep (toeristen, bedrijven, evenementen)?
- Wat drijft de keuze voor bezoek aan Amsterdam / Nederland? Verschillen deze afhankelijk van de doelgroep (toeristen, bedrijven, evenementen)?
- Wat zijn de belangrijkste concurrenten voor Amsterdam / Nederland? Verschilt dat afhankelijk van de doelgroep (toeristen, bedrijven, evenementen)?
- Wat is het profiel van Amsterdam als het gaat om het aantrekken van toeristen, bedrijven, evenementen ('seks, drugs, rock & roll', 'cultuurstad', etc.)?
- Hoe belangrijk is cultuur voor de aantrekkelijkheid van Amsterdam / Nederland? En hoe is het cultureel aanbod van Amsterdam /Nederland vergeleken met andere steden? Is Amsterdam / Nederland bovengemiddeld goed bedeed?
- Hoe belangrijk is het Rijksmuseum voor de aantrekkelijkheid van Amsterdam / Nederland?

- Heeft de renovatie van het Rijksmuseum de aantrekkelijkheid van Amsterdam / Nederland vergroot? Is hier een meetbaar effect van uitgegaan? En is dit een structureel effect, of slechts tijdelijk?
- Wat is in uw ogen het belangrijkste obstakel voor blijvende aantrekkelijkheid van Amsterdam / Nederland? Welke investeringen zouden vanuit de stad / Rijksoverheid in de stad moeten worden gedaan?

Toerisme

- In het toerisme naar Nederland zien we een splitsing tussen toerisme naar grootstedelijke gebieden en 'natuurbestemmingen' (i.e. stranden, Veluwe en Friese meren). Vindt er tussen deze bestemmingslocaties veel verkeer plaats (bijv. toeristen op strandvakantie die een dag naar het Rijksmuseum gaan)?
- Hoe heeft (de verbouwing) van het Rijksmuseum impact op toeristenstromen buiten Amsterdam?
 - Hoe groot is de impact van toeristen op de omzet van uw organisatie?
 - Gemiddelde prijs van hotelkamer?
 - Gemiddelde inkomsten per luchthavenbezoeker?
 - Gemiddelde bestedingen van toeristen in de stad Amsterdam?
 - Gemiddelde reiskosten van / naar Amsterdam?
- Speelt in uw opinie het Rijksmuseum een belangrijke / merkbare rol voor toeristen om een bezoek aan Nederland te overwegen?
- Heeft de heropening van het Rijksmuseum een merkbaar effect gehad op de toeristenstromen richting Nederland? Verschilt dat effect per vervoersstroom (vliegtuig / trein / auto / anderszins)?
- Heeft uw organisatie een merkbaar effect ondervonden van de heropening van het Rijksmuseum? Indien ja, verwacht u dat dit een tijdelijk of min of meer blijvend karakter zal hebben? Is het kwantificeerbaar / gekwantificeerd?
- Meet uw organisatie het effect van grote events (cultureel, sportief, concerten of anderszins) op de toestroom van toeristen / reizigers? Indien ja, hoe verhouden de effecten van verschillende typen events (bijv. sport vs. cultuur) zich tot elkaar?
- Is bekend of het Rijksmuseum met grote events in het verleden (bijv. Rembrandt-Caravaggio in 2006) een merkbaar effect in toeristenstroom naar Amsterdam heeft gerealiseerd? Is dat ooit gekwantificeerd?
- Als het Rijksmuseum weg zou vallen wat zou dan de impact zijn op toerisme in Nederland / Amsterdam?

Betekenis voor belanghebbenden

- Is uw organisatie economisch afhankelijk van het Rijksmuseum? Zo ja, op welke wijze (bijv. direct als leverancier of partner, of indirect via bezoekersstromen)?
- Hoe belangrijk is deze economische afhankelijkheid voor uw organisatie? Hoeveel omzet en werkgelegenheid is hiermee gemoeid?
- Op welke wijze heeft uw organisatie baat bij de samenwerking met het Rijksmuseum en vice versa?
- Heeft de samenwerking met het Rijksmuseum uw organisatie in staat gesteld om investeringen te doen die ook buiten de samenwerking met het Rijksmuseum waarde hebben? Zo ja, wat voor soort investeringen zijn dit geweest?
- Heeft uw organisatie ook domeinen waarin het concurreert met het Rijksmuseum? Zo ja, welke?
- Wat de renovatie voor economische impact gehad op uw organisatie?
- Heeft uw organisatie naast economische baten / kosten nog non-financiële baten / kosten als gevolg van het Rijksmuseum?

C METHODOLOGIE ECONOMISCHE IMPACTANALYSE

C1.1 ECONOMISCHE IMPACTANALYSE EN AFBAKENING

Een economische impactanalyse (EIA) onderzoekt het effect van een initiële besteding op een economie. Bij een economische impact analyse is afbakening van de tijdsperiode en het geografisch gebied van groot belang. In deze studie worden de effecten van de bestedingen van het Rijksmuseum en zijn bezoekers op de Nederlandse economie gemeten. De analyse richt zich op vijftien jaar (2003–2017) en is geografisch beperkt tot de Nederlandse landsgrenzen.

C1.2 NIVEAUS VAN METING

Het effect van initiële bestedingen in EIA's wordt uitgedrukt in economische activiteit. Deze economische activiteit kan op verschillende niveaus gemeten worden: het totaal van activiteit of 'productie' dat ontstaat binnen Nederland of alleen dat deel van economische activiteit, dat geldt als toegevoegde waarde aan het Bruto Binnenland Product (BBP). In FIG 13 is te zien dat economische activiteit uit verschillende componenten bestaat en dat bij een meting op het niveau van productie meer componenten worden meegenomen dan bij een meting op het niveau van BBP. Import wordt in geen van beide metingen meegenomen omdat de economische effecten van import buiten de geografische scope vallen.

Naast het economische effect op productie en BBP kunnen de effecten van initiële bestedingen op werkgelegenheid worden bepaald. Deze effecten worden veroorzaakt door de toegenomen economische activiteit als gevolg van de initiële besteding: meer economische activiteit betekent meer werkgelegenheid.

Op ieder meetniveau worden drie effecten onderscheiden: een direct, een indirect en een geïnduceerd effect. Directe effecten vormen de eerste ronde impact van bestedingen, in dit geval van zowel het Rijksmuseum als zijn bezoekers. Indirecte effecten zijn secundaire effecten als gevolg van de impact van de initiële bestedingen van het Rijksmuseum en zijn bezoekers op de waardeketen (bijvoorbeeld het bouwbedrijf dat materialen koopt, of het restaurant dat inkopen doet). Geïnduceerde effecten zijn secundaire effecten als gevolg van het feit dat de directe en indirecte effecten leiden tot meer besteedbaar inkomen bij consumenten (bijvoorbeeld de bouwvakker die betrokken is bij de renovatie of de ober in het restaurant).

C1.3 INPUT-OUTPUT MULTIPLIERS

De directe, indirecte en geïnduceerde effecten worden berekend met behulp van multipliers. Multipliers geven weer hoe groot het effect van een initiële besteding in bepaalde sector is voor de totale economie. Iedere sector heeft eigen multipliers voor directe, indirecte en geïnduceerde effecten.

De multipliers, die in deze analyse worden gebruikt zijn bepaald op basis van de zogenaamde 'input-output tabel' (IOT) van het CBS (zie FIG 14). Deze tabel geeft een schematisch overzicht van de Nederlandse economie.

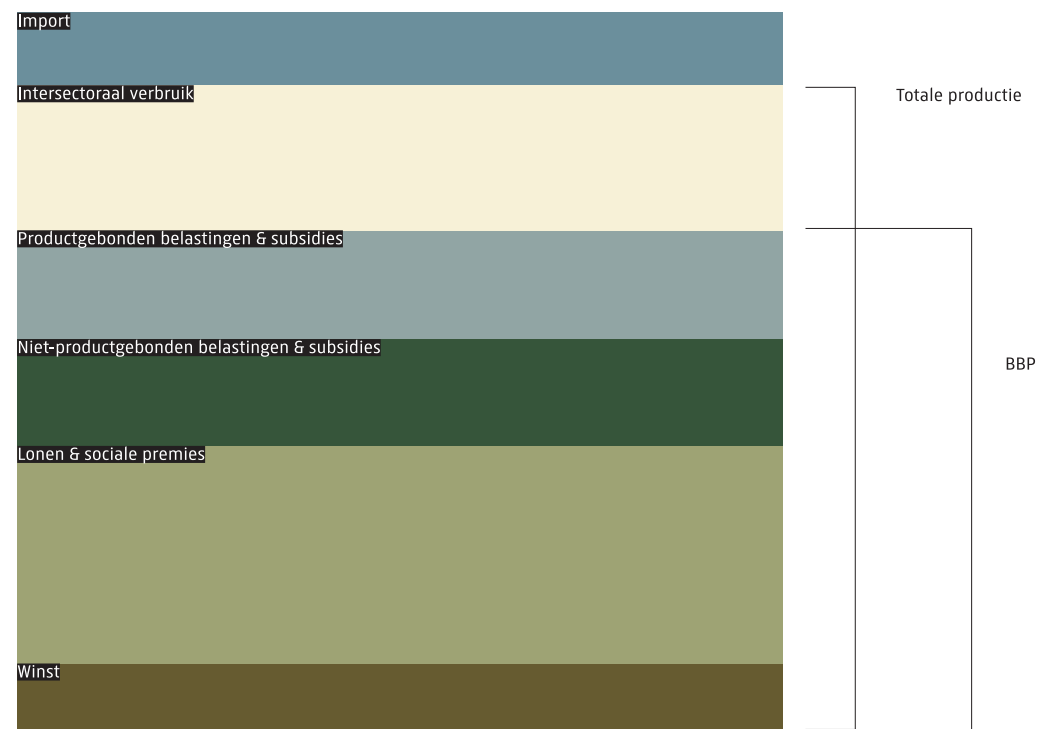
Q1 geeft de intersectorale dependentie weer en laat zien hoe aanbod en gebruik tussen de verschillende sectoren zich tot elkaar verhouden. Q2 geeft weer hoeveel er uit iedere sector naar het eindgebruik van bijvoorbeeld huishoudens of overheid gaat. De optelsom van Q1 en Q2 geeft het totale verbruik in de gehele economie weer. In Q3 wordt de primaire input opgeteld, dit zijn alle geldstromen die naast de aankoop van goederen en diensten uit andere sectoren en het buitenland leiden tot de eindprijs van een product. Hierbij kan worden gedacht aan lonen binnen de eigen sector, maar ook belastingen en subsidies. Q4 geeft weer hoeveel van de primaire input rechtstreeks op gaat in eindgebruik.

De stroken in het midden weerspiegelen de im- en export – deze waarden worden buiten beschouwing gelaten in de EIA omdat de impact van im- en export buiten de geografische scope valt.

Rechtsonder tellen de totalen van alle (niet-)product gebonden belastingen en subsidies, lonen en sociale premies en de winst op tot het Bruto Binnenlands Product.

De IOT dient als basis voor het berekenen van BBP- en productiemultipliers. Met behulp van een Leontief inverse matrixcalculatie kunnen Q1 en Q3 worden omgezet in multipliers voor de verschillende sectoren. Voor meer informatie over multiplierberekeningen en de wiskundige verantwoording hiervan kan het werk van econoom Wassily Leontief (1905–1999) geraadpleegd worden. Een praktische uitleg van het berekenen van input-output

FIG 13 COMPONENTEN VAN ECONOMISCHE ACTIVITEIT



Bron: CBS; Booz & Company analyse

multipliers is onder andere te vinden bij het Australian Bureau of Statistics.¹ Voor de werkgelegenheidsmultiplier wordt er naast de IOT gebruikt gemaakt van gegevens over het aantal FTE's dat in iedere sector werkzaam is. Door het aantal FTE's per eenheid productie te combineren met de IOT kan het effect van een toename van bestedingen op de werkgelegenheid in iedere sector worden berekend.

Bij het berekenen van multipliers op basis van de input-output tabel worden drie aannames gemaakt. Ten eerste dat de effecten van een individuele organisatie of evenement gelijk zijn aan de effecten op sectoraal niveau. Dat betekent dat er geen rekening wordt gehouden met het unieke profiel van de individuele organisatie.

De tweede aanname is dat de totale productie van iedere sector zich volgens een lineaire en homogene functie ontwikkelt; een extra eenheid productie vraagt altijd een vaste input van de andere sectoren, ongeacht of de productie groeit van 0 naar 1 of van 1000 naar 1001 – er wordt dus geen rekening gehouden met eventuele schaalvoordelen. De laatste aanname is dat het aanbod van de verschillende sectoren volledig prijselastisch is en de groei van vraag niet leidt tot prijsgroei.

Deze studie maakt gebruik van multipliers die voortkomen uit de laatst beschikbare input-output tabel van de Nederlandse economie uit 2011. De berekende multipliers verhouden zich naar verwachting tot multipliers van andere landen/regio's als Australië, Ierland en Schotland. Variatie in multipliers tussen verschillende geografische gebieden kan worden verklaard door verschil in omvang van economie, de verhouding tussen diensten en goederen in een economie en/of de handelsbalans, die de ratio tussen invoer en uitvoer van een economie weergeeft.

De 2011 multipliers kunnen voor de gehele referentieperiode worden gebruikt omdat multipliers over tijd stabiel zijn. Instabiliteit kan ontslaan als gevolg van technologische innovatie, ingrijpende schaalvergroting en het ontstaan of verdwijnen van producten binnen een sector.

C1.4 TOEPASSING

Door alle initiële bestedingen per sector te vermenigvuldigen met de multipliers voor iedere sector kan de impact op de totale economie worden vastgesteld.

De initiële bestedingen in deze studie bestaan uit bestedingen die door het Rijksmuseum zelf worden gedaan en bestedingen die door de bezoekers van het museum worden gedaan.

De bestedingen van het Rijksmuseum omvatten zowel de bestedingen ten behoeve van de lopende museum-exploitatie als de bestedingen die gedaan zijn in het kader van de renovatie, met uitzondering van de bestedingen buiten Nederland – import wordt niet meegenomen in de analyse omdat de effecten van import buiten de geografische scope van dit onderzoek vallen.

Voor de bestedingen van de bezoekers geldt dat alleen dát deel wordt meegeteld, dat toe te schrijven is aan het Rijksmuseum. Naast het Rijksmuseum hebben toeristen vaak andere redenen om naar Amsterdam te komen. De bestedingen die een bezoeker van het Rijksmuseum doet om te overnachten, te eten of bijvoorbeeld te parkeren in Amsterdam, zijn daarom voor een deel toe te schrijven aan het Rijksmuseum en voor een deel aan de overige drijfveren voor bezoek. Het aandeel van bestedingen dat is toe te schrijven aan het Rijksmuseum wisselt per bezoekersgroep en is vastgesteld op basis van een enquête onder duizend bezoekers van het Rijksmuseum (zie bijlage E).

De uitgaven die bezoekers in het Rijksmuseum doen (bijvoorbeeld de toegangsbewijzen en aankopen in de museumwinkel) worden niet meegenomen in de analyse van de bezoekersuitgaven omdat deze museuminkomsten ook worden 'geteld' binnen de analyse van de bestedingen van het Rijksmuseum.

De bestedingen ten behoeve van de lopende museumexploitatie en de verbouwing en inrichting alsmede de bestedingen van Rijksmuseumbezoekers zijn uitgesplitst over de verschillende sectoren in de Nederlandse economie. De sectorale classificatie is gebaseerd op de gestandaardiseerde SBI-codes uit 2008, die ook is gebruikt in de IOT-tabel op basis waarvan de multipliers zijn bepaald. De verdeling van de bestedingen van het Rijksmuseum per sector is opgenomen in bijlage E. De bestedingen per sector in FIG 3 & 4 zijn vermenigvuldigd met de multipliers om te komen tot de direct, indirect en geïnduceerde impact voor de totale economie. De verschillende multipliers per sector zijn te vinden in TABEL 1.

FIG 14 SCHEMATISCH OVERZICHT VAN EEN INPUT-OUTPUT TABEL

		Gebruik			Finaal gebruik				Totaal
		Sector 1	Sector 2	Sector 3	Export	Huishoudens	Overheid	Investeringen	
Aanbod	Sector 1								
	Sector 2		Q1				Q2		
	Sector 3								
	Import								
Primaire input	Productgebonden belasting & subsidies								
	Niet-productgebonden belasting & subsidies								
	Loon & sociale premies		Q3				Q4		
	Winst								
Totaal		Totale productie				Totaal nationale finale bestedingen			
									Totaal verbruik
									BBP

Bron: CBS; Booz & Company analyse

TABEL 1 GEBRUIKTE MULTIPLIERS

	PRODUCTIE MULTIPLIERS	BBP MULTIPLIERS	WERKGELEGENHEID MULTIPLIERS
Algemene bouw en projectontwikkeling	2,279	0,776	10,990
Autohandel en -reparatie	1,854	0,781	12,114
Banken	1,604	0,747	5,803
Beveiligings- en opsporingsdiensten	2,088	0,943	16,381
Design, fotografie, vertaalbureaus	1,893	0,717	10,369
Detailhandel	2,129	0,867	23,324
Diensten op het gebied van informatie	2,272	0,893	15,225
Energiebedrijven	1,995	0,723	3,507
Gespecialiseerde bouw	1,858	0,761	12,435
Gezondheidszorg	1,696	0,908	13,988
Goederen en diensten n.e.g.	1,756	0,695	10,111
Grafische industrie	1,828	0,688	10,197
Groothandel en handelsbemiddeling	1,780	0,798	10,041
Holdings en managementadviesbureaus	2,358	0,831	21,526
Ideële, belangen-, hobbyverenigingen	2,048	0,909	16,715
IT-dienstverlening	2,161	0,900	14,712
Kunst en cultuur	2,161	0,841	14,172
Logiesverstrekking	1,945	0,843	16,091
Onderwijs	1,888	0,950	16,034
Openbaar bestuur en overheidsdiensten	1,988	0,885	12,034
Opslag en dienstverlening voor vervoer	1,906	0,893	10,829
Overige financiële dienstverlening	1,867	0,929	12,559
Overige zakelijke dienstverlening	2,053	0,740	16,371
Post en koeriers	1,692	0,756	13,762
Reclamewezen en marktonderzoek	2,217	0,742	16,161
Reparatie en installatie van machines	1,790	0,600	8,146
Restaurants en cafés	1,849	0,796	15,119
Schoonmaakbedrijven, hoveniers e.d.	1,935	0,872	20,828
Telecommunicatie	1,825	0,753	6,266
Uitgeverijen	1,922	0,807	10,135
Uitzendbureaus en arbeidsbemiddeling	1,916	0,963	22,600
Verhuur van en handel in onroerend goed	1,746	0,900	4,414
Verhuur van roerende goederen	1,807	0,843	7,449
Vervoer door de lucht	2,032	0,291	7,644
Vervoer over land	1,900	0,818	12,989
Verzekeraars en pensioenfondsen	2,020	0,871	8,977
Verzorging en welzijn	1,951	0,940	22,393
Waterleidingbedrijven	1,955	0,831	8,454

Bron: CBS; Booz & Company analyse

D METHODOLOGIE GRONDPRJUSANALYSE

D1.1 THEORIE

De EIA-methodiek is, zoals opgemerkt, niet onomstreden. In de eerste plaats is het de vraag of multipliers het effect van initiële bestedingen niet overschatten. Sommige economen betwijfelen of de rimpeleffecten die multipliers omschrijven in de werkelijkheid wel voorkomen. In de tweede plaats is het de vraag of de bestedingen van het Rijksmuseum een geschikt uitgangspunt zijn voor het bepalen van de economische impact van het Rijksmuseum. In het hoofdstuk 'Beknopt overzicht methodologie' werd opgemerkt dat het de vraag is of (de omvang van) een initiële besteding bepalend is voor de waarde van die activiteit. Om aan deze kritiek tegemoet te komen is in deze bijlage de economische impact van het Rijksmuseum bepaald op basis van een alternatieve methode: de grondprijs.

Belangrijk is om op te merken dat de grondprijsanalyse de economische waarde op een andere manier bepaalt dan de economische impactanalyse. In FIG 15 is te zien dat beide methodes de impact van het Rijksmuseum op een ander meetniveau weergeven. De EIA-methode drukt de impact van het museum uit in BBP (een optelsom van winsten, belastingen en lonen en sociale premies), terwijl de alternatieve methode de toegevoegde waarde van het museum in een nauwe definitie (winst) weergeeft. Vanwege de fundamentele verschillen in aanpak is het ondoenlijk om de uitkomsten in detail te vergelijken. Ook als de, in de ogen van sommige economen dubieuze, indirect en geïnduceerde effecten van de EIA buiten beschouwing worden gelaten, blijft er een behoorlijk verschil tussen de twee methodes bestaan.

De grondprijsanalyse is gebaseerd op de visie dat grondprijzen de gepercipieerde kwaliteit van hun omgeving reflecteren. De waarde van voorzieningen in- en karakteristieken van een gebied zijn af te lezen uit de grondprijzen in de nabije omgeving. Het Rijksmuseum is een voorbeeld van een omgevingselement dat invloed uitoefent op de grondprijzen in zijn omgeving. Het Rijksmuseum biedt immers niet alleen voorzieningen waar mensen uit de buurt gebruik van kunnen maken, maar is bovendien een Rijksmonument dat het stadsgezicht verrijkt.

Vanwege de hoge correlatie tussen grond- en vastgoedprijzen en beperkte beschikbaarheid van grondprijzen maken de meeste grondprijsanalyses gebruik van vastgoedprijzen. Door vastgoedprijzen te ontleden in elementen die gekoppeld zijn aan de bebouwing zelf (bijvoorbeeld het vloeroppervlak of de aanwezigheid van een CV) en in elementen die met de omgeving te maken hebben (bijvoorbeeld de hoeveelheid groen of de aanwezigheid van voorzieningen), kan het effect de afzonderlijke elementen op de vastgoedprijs worden berekend. Dit wordt de hedonische prijsmethode genoemd.

De hedonische prijsmethode maakt gebruik van regressieanalyse. Een regressieanalyse is een statistische techniek voor het analyseren van mogelijke samenhang tussen variabelen. In de grondprijsanalyse wordt de relatie van een specifiek omgevingscomponent tot de afhankelijke variabele, de vastgoedprijs per m², geïsoleerd van de overige omgevingscomponenten.

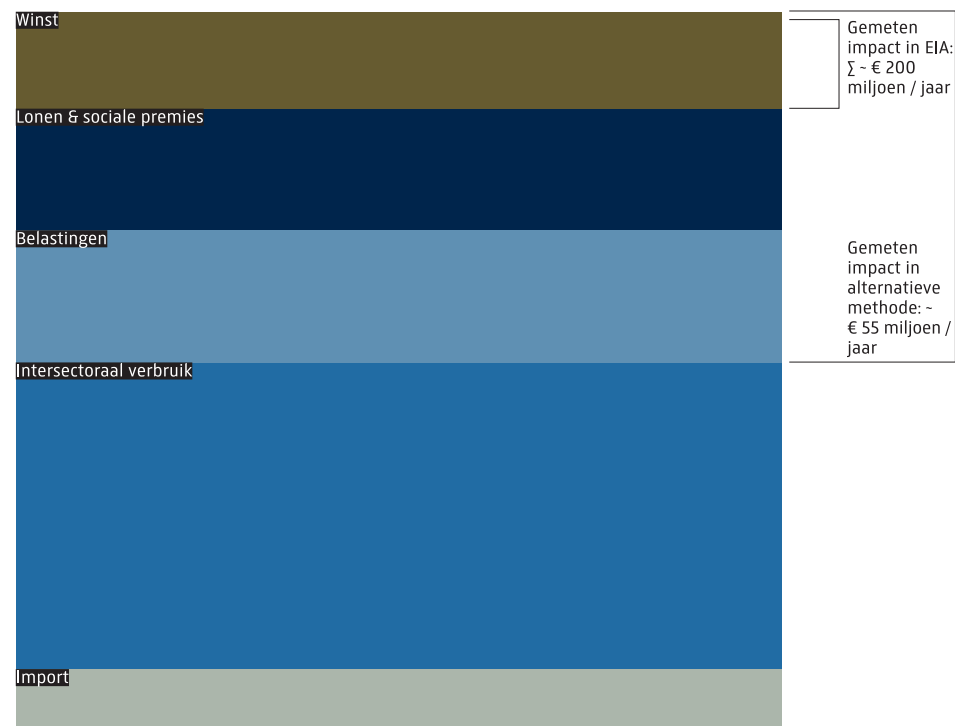
Het effect van beeldende kunstmusea, zoals het Rijksmuseum, op de waarde van residentieel vastgoed in Nederland is in 2010 berekend door de Atlas voor Gemeenten. De berekening van de economische impact van het Rijksmuseum sluit aan bij deze bevindingen van de Atlas voor Gemeenten. In §1.2 van deze bijlage wordt deze analyse gedetailleerd omschreven.

Net als residentieel vastgoed wordt ook de waarde van kantoor- en winkelpanden gedreven door omgevingscomponenten zoals het Rijksmuseum. Omdat er voor commercieel en winkelvastgoed niet genoeg datapunten beschikbaar zijn om een betrouwbaar en significant statistisch effect te meten zal de analyse – naast de statistische analyse van residentieel vastgoed – het effect op de prijs van overige vastgoedvormen op een kwalitatieve manier trachten te benaderen.

D1.2 RESIDENTIEEL VASTGOED

In 'De Schat van de Stad' omschrijft de Atlas voor Gemeenten het effect van de nabijheid van musea op woningprijzen. Dit effect is het grootst voor woningen in de directe omgeving van musea en neemt af naar mate woningen verder van musea verwijderd zijn. Huizen die meer dan 5 minuten met de auto van musea verwijderd zijn, ondervinden geen significant prijseffect. In FIG 16 is te zien dat het prijseffect effect € 82 per m² is voor huizen die op 1 minuut reistijd van een museum liggen en dat dit effect afneemt al naar gelang de afstand groter wordt.

FIG 15 GEMETEN IMPACT



Bron: Booz & Company analyse

De economische waarde van het museum kan worden bepaald door het prijs surplus per m² te vermenigvuldigen met het aantal woningen dat binnen die reisafstand tot het museum. Deze waarde moet worden beschouwd als de netto contante waarde van alle toekomstige baten die een bewoner heeft van de (nabijheid van de) voorziening, in dit geval het museum. Deze netto contante waarde kan door vermenigvuldiging met een relevante discontovoet vertaald worden naar een jaarlijkse toegevoegde waarde.

Als deze inzichten worden toegepast op het Museumplein dan blijkt dat vrijwel alle woningen binnen de ring, ten zuiden van het U een prijseffect ondervinden van de aanwezigheid van het Museumkwartier (zie FIG 17). Daarbij hebben woningen die verder van het Museumplein zijn gelegen duidelijk een minder groot prijseffect dan woningen aan en om het Museumplein. In dit gebied bevinden zich circa 260 duizend woningen met een gemiddeld woonoppervlak van 155 m² – een totaal woonoppervlak van ongeveer 40 miljoen m². De binnenste ring met een prijseffect van € 82 per m² is de kleinste ring en beslaat slechts 4% van het totale effectgebied. De overige ringen beslaan van binnen naar buiten 12%, 20%, 28% en 36% van het effectgebied.

Vermenigvuldiging van het prijs surplus in iedere ring met het woningoppervlak in de relevante ring levert in totaal een netto contante waarde op van ruim € 1 miljard.

Dit onderzoek hanteert een discontovoet van 5.5%, conform de methodiek van het CPB in 'Stad en Land'.² Hiermee komt de jaarlijkse toegevoegde waarde van het Museumplein op residentieel vastgoed uit op € 55 miljoen.

Hierbij moet opgemerkt worden dat de genoemde prijseffecten landelijke gemiddelden zijn. Omdat het Museumplein grote en zeer hoogwaardige musea biedt en meer bekendheid geniet dan de gemiddelde Nederlandse musea, is het aannemelijk dat het prijseffect van het Museumplein hoger ligt dan het landelijk gemiddelde. Door te rekenen met het effect van € 5–82 per m² geeft dit onderzoek een ondergrens weer van de impact van het Museumplein op de prijs van residentieel vastgoed in Amsterdam. De grondprijsmethodologie biedt geen aanknopingspunt om de bijdrage van alleen het Rijksmuseum te specificeren.

Het effect van de heropening van het Rijksmuseum op de prijzen van residentieel vastgoed in Amsterdam is moeilijk op voorhand in te schatten. Het is mogelijk dat bij een nieuwe analyse in 2014 of 2015 een meetbare stijging van de waarde van kunstmusea in Amsterdam wordt vastgesteld. Maar het is ook mogelijk dat de verwachte waardeverhoging als gevolg van de heropening reeds in het prijsniveau van 2010 is verdisconteerd en dat het in §D1.2 gebruikt prijs surplus de heropening reeds reflecteert. Voor een inschatting van de impact van de heropening is het op dit moment nog te vroeg.

D1.3 COMMERCIEEL VASTGOED

Dat de aanwezigheid van kunstmusea ook een opwaarts effect heeft op de prijs van commercieel vastgoed wordt bevestigd door experts in de vastgoedmarkt. Prijzen voor commercieel vastgoed liggen in Amsterdam hoger dan in de rest van de Randstad, niet alleen vanwege de betere bereikbaarheid maar ook vanwege de grotere diversiteit aan en hogere kwaliteit van culturele voorzieningen.

Het is belangrijk een onderscheid te maken in verschillende typen commercieel vastgoed. Voor bedrijfspanden speelt aanwezigheid van kunstmusea een belangrijkere rol dan nabijheid: een attractief cultureel aanbod maakt een stad aantrekkelijker voor medewerkers en deze attractiviteit vertaalt zich, indirect, in een hogere vastgoedprijs. Echter, een bedrijfspand is niet per se meer waard omdat het naast een kunstmuseum ligt. Voor winkelvastgoed ligt dat anders. Nabijheid van (kunst)musea is voor winkeliers van groot belang, omdat musea winkelbezoek genereren. Ondernemers in de P.C. Hooftstraat en het Spiegelkwartier merkten het effect van de heropening van het Rijksmuseum onmiddellijk in aantallen winkelbezoekers.

De omvang van dit effect is moeilijk te bepalen. Daar waar transacties in residentieel vastgoed gedetailleerd worden gedocumenteerd bij het Kadaster geldt dit in veel mindere mate voor transacties in commercieel vastgoed. Om te bepalen wat het effect is van (de nabijheid van) kunstmusea is een overzicht nodig van individuele panden met details over prijs, oppervlakte, gebruiksfunctie en de aan-/afwezigheid van andere prijsbepalende factoren zoals restaurants, luchthaven, parkeergelegenheid, etc.. Een dergelijk overzicht is voor de commerciële vastgoedmarkt niet beschikbaar en kan binnen de tijdsgrenzen van de huidige analyse niet worden opgesteld. Een onderbouwde inschatting van het effect van het Rijksmuseum op prijzen van commercieel vastgoed is derhalve niet mogelijk.

FIG 16 COËFFICIËNTEN VOOR DE RELATIE TUSSEN DE NABUHEID VAN MUSEA EN HUIZENPRIJZEN
Voor verschillende reistijden per auto

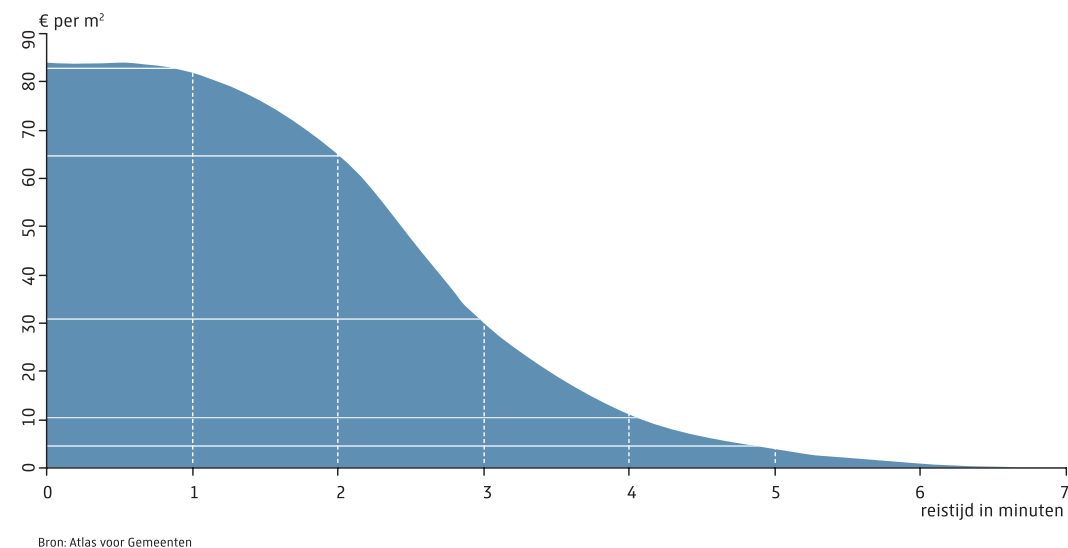
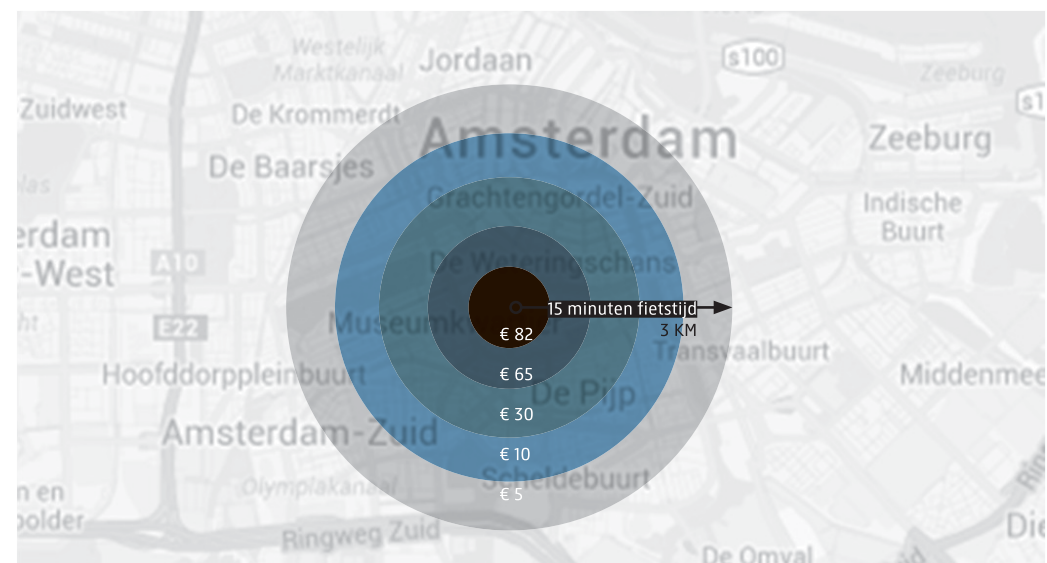


FIG 17 AFSTAND TOT HET MUSEUMPLEIN



D1.4 CONCLUSIE

De grondprijsanalyse biedt geen volledige inschatting van de economische impact van het Rijksmuseum. Een conservatieve inschatting van de impact van het Museumplein op residentiële vastgoed prijzen is echter wel mogelijk gebleken. Hiermee weerspiegelen de resultaten van deze analyse een absolute ondergrens van de impact van het Museumplein: ten minste € 55 miljoen per jaar, maar waarschijnlijk groter. Hiermee is nog geen uitspraak gedaan over de waarde van het Rijksmuseum.

De auteurs zijn prof. dr. Coen Teulings erkentelijk voor zijn bijdrage aan deze alternatieve analyse.

NOTEN

- 1 Australian Bureau of Statistics (1995). Information Paper: Australian National Accounts: Introduction to Input-Output Multipliers, Canberra: Australian Bureau of Statistics.
- 2 Groot, H. de, Marlet, G., Teulings, C., Vermeulen, W. (2010). Stad en Land, Den Haag: CPB, p.60.

FIG 18 ENQUÊTEVRAGEN

WHICH QUALIFICATION BEST DESCRIBES YOU?	<ul style="list-style-type: none"> Cultural tourist Art lover Family with kids Cultural sector -professional School-goer Potential Rijksmuseum friend 	ARE YOU FROM AMSTERDAM?	<ul style="list-style-type: none"> Yes No
WHAT AGE ARE YOU?	<ul style="list-style-type: none"> 0-18 19-30 30-50 50-70 70+ 	HOW LONG ARE YOU STAYING IN AMSTERDAM?	<ul style="list-style-type: none"> Just for one day For more than one day
IS THIS YOUR FIRST VISIT TO THE RIJKSMUSEUM SINCE ITS OPENING?	<ul style="list-style-type: none"> Yes No 	PLEASE ALLOCATE 10 POINTS ON HOW IMPORTANT THE FOLLOWING FACTORS WERE IN YOUR DECISION TO VISIT AMSTERDAM	<ul style="list-style-type: none"> Historical city center Rijksmuseum Van Gogh Museum Stedelijk Museum Concertgebouw Anne Frank House Other museum / cultural activity Bars and clubs Coffee shops and drugs Other entertainment Shopping Visiting family / friends Other motivation
ARE YOU A DUTCH RESIDENT OR INTERNATIONAL VISITOR?	<ul style="list-style-type: none"> Dutch resident International visitor 		

Bron: Rijksmuseum enquête Booz & Company

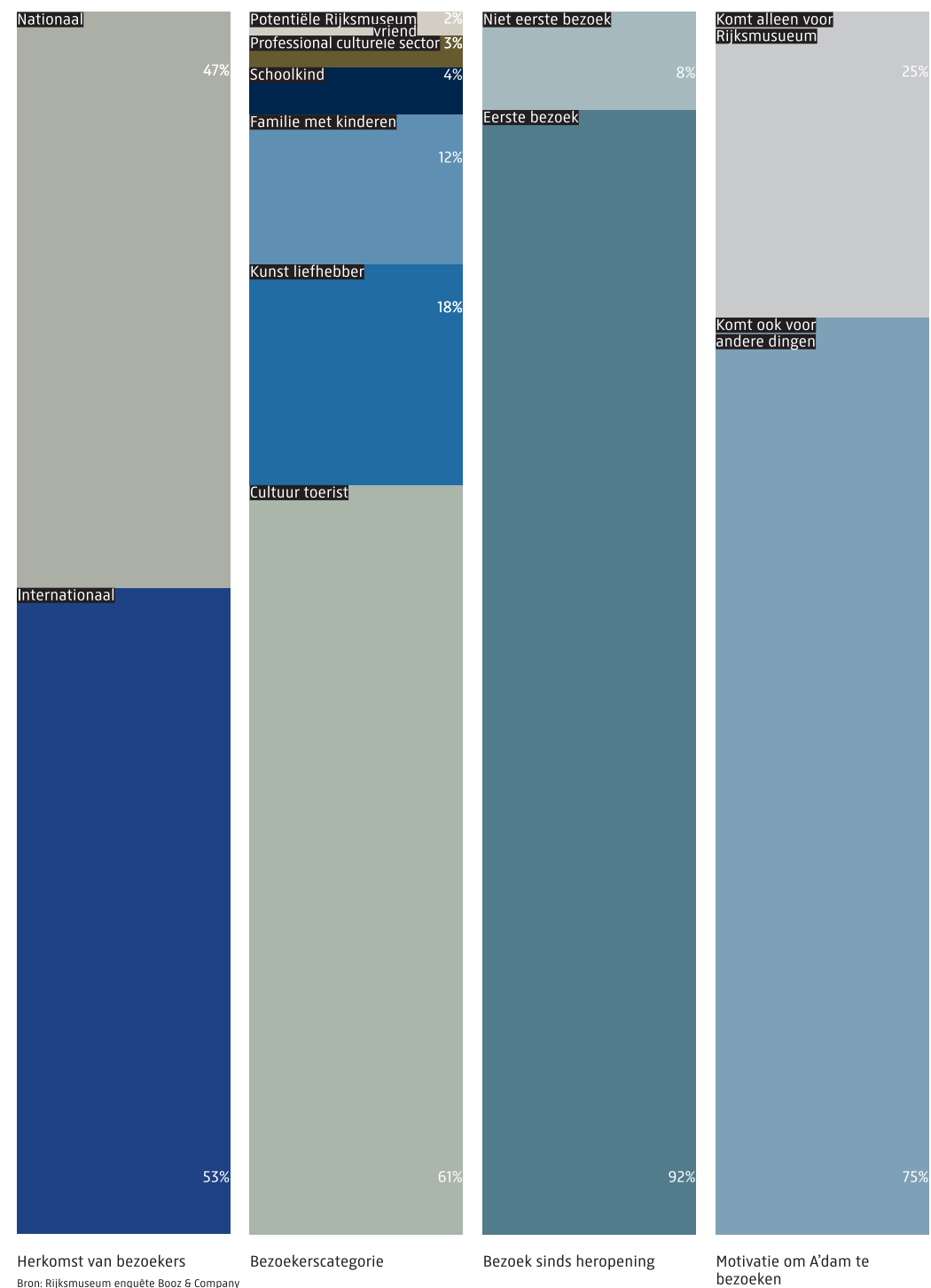
E OPZET EN RESULTATEN ENQUÊTE RIJKSMUSEUMBEZOEKERS

Op zaterdag 15 juni en woensdag 26 juni 2013 vulden tussen 10:00 en 15:00 uur 1126 Rijksmuseumbezoekers een enquête in. De respondenten bevonden zich in de wachtrij buiten en in de hal van het Rijksmuseum. De respondenten vulden een gestandaardiseerde vragenlijst van zeven vragen in (zie FIG 18). De vraag over leeftijd (vraag #2) werd op woensdag 26 juni toegevoegd en is op 15 juli niet gesteld.

Exclusief incomplete vragenlijsten en in Amsterdam woonachtige respondenten (met antwoord 'ja' op vraag #5) resteert een totaal aantal ondervraagden van 1008 bezoekers. FIG 19 geeft een schematisch overzicht van de uitkomsten.

De resultaten in FIG 19 bevestigen verwachtingen over de verhouding tussen (inter)nationale dag- en verblijfsbezoekers, die zijn gebaseerd op een inschatting van het Rijksmuseum en de cijfers van het ATCB. Bovendien komen de relatieve aantallen in de verschillende bezoekerscategorieën overeen met de aannames van het Rijksmuseum. Verder valt het op dat 8% van de bezoekers aangeeft het museum sinds de heropening al eens eerder bezocht te hebben. Er zijn twee verklaringen voor dit resultaat: het hoge percentage herhaalbezoek kan worden gedreven door museumkaarthouders die het museum in de eerste maanden na de heropening meermalen kort bezochten, of het hoge percentage kan worden gedreven door bezoekers die de vraag verkeerd hebben geïnterpreteerd als een vraag naar algemeen herhaalbezoek, los van de heropening. Een andere belangrijke conclusie die uit FIG 19 kan worden getrokken is dat 25% van de Rijksmuseumbezoekers uitsluitend vanwege voorgenomen bezoek aan het Rijksmuseum naar Amsterdam afreist.

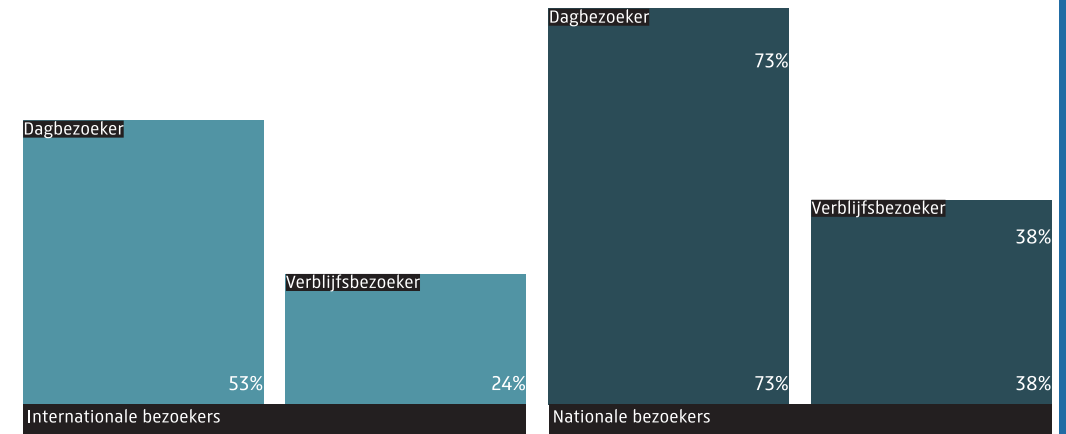
FIG 19 ENQUÊTE RESULTATEN



De uitkomsten van vraag 7 zijn gebruikt als directe input voor de berekening van de economische impact van bezoekersbestedingen. De mate waarin het Rijksmuseum de motivatie was voor een bezoek aan Amsterdam is gebruikt om te bepalen welk gedeelte van de bezoekersbestedingen op conto van het Rijksmuseum kunnen worden geschreven. Het gemiddelde van de score van het Rijksmuseum op vraag 7 is in FIG 20 per bezoekerstype weergegeven.

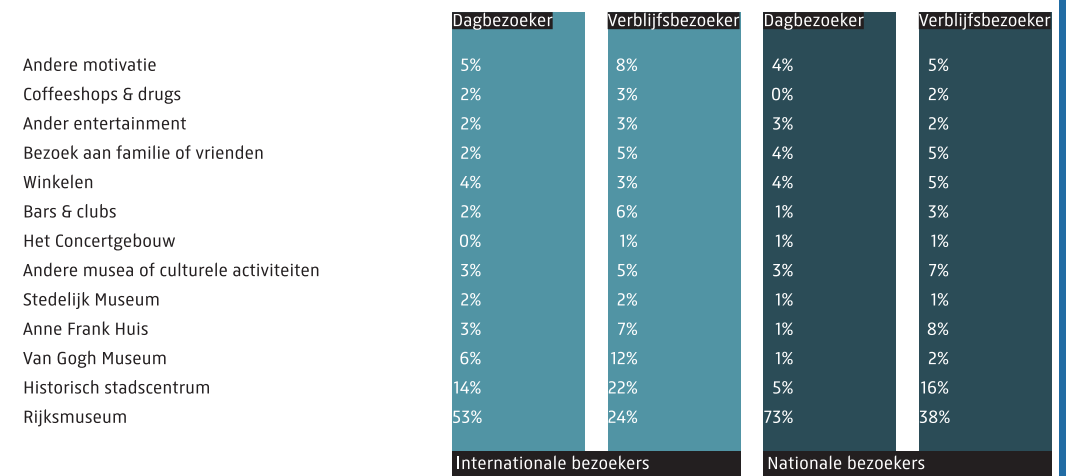
De volledige lijst met het relatieve belang van de verschillende motivatoren is in FIG 21 weergegeven. Nota bene: deze cijfers zijn gebaseerd op preferenties van Rijksmuseumbezoekers en vormen geen representatieve afspiegeling voor de preferenties van toeristen in Amsterdam.

FIG 20 **PERCENTAGE VAN MOTIVATIE OM AMSTERDAM TE BEZOEKEN BEPAALD DOOR HET RIJKSMUSEUM**
Voor (inter)nationale dag- en verblijfsbezoekers



Bron: Rijksmuseum enquête Booz & Company

FIG 21 **MOTIVATIE VAN RIJKSMUSEUMBEZOEKERS OM AMSTERDAM TE BEZOEKEN**
Per Rijksmuseumbezoekerstype



Bron: Rijksmuseum enquête Booz & Company

F AANNAMES RIJKSMUSEUMBESTEDINGEN EN -BEZOEKERS

F1.1 BESTEDINGEN RIJKSMUSEUM

Om de economische impact van het Rijksmuseum te bepalen van de bestedingen van het Rijksmuseum verdeeld over de verschillende sectoren in de Nederlandse economie. Daarvoor is gebruik gemaakt van gestandaardiseerde SBI-codes uit 2008, die ook zijn gebruikt in de IOT-tabel op basis waarvan de multipliers zijn bepaald. TABELLEN 2 & 3 geven de verdeling weer van de Rijksmuseumbestedingen per sector van de Nederlandse economie. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen Rijksmuseumbestedingen ten behoeve van de lopende exploitatie respectievelijk het renovatieproject.

F1.2 BEZOEKERSAANTALLEN RIJKSMUSEUM

De economische impact van bestedingen van Rijksmuseumbezoekers is gebaseerd op aannames over het aantal bezoekers. FIG 22 geeft deze aannames weer. Voor de periode 2003–2012 is uitgegaan van de daadwerkelijke bezoekersaantallen, voor 2013–2017 van de ramingen van het Rijksmuseum. Het Rijksmuseum maakt in haar rapportage geen onderscheid tussen dag- en verblijfbezoekers, enkel tussen nationale en internationale bezoekers. Een onderzoek dat Amsterdam Marketing in 2011 onder Rijksmuseumbezoekers heeft verricht maakt wel onderscheid tussen dag- en verblijfsbezoekers. De analyse gaat uit van een constante verhouding dag- versus verblijfsbezoekers binnen de categorieën nationale respectievelijk internationale bezoeker. Aangenomen is dat in alle jaren 79% van de nationale bezoekers een dagbezoeker is en dat 6% van de internationale bezoekers een dagbezoeker is.

TABEL 2 RIJKSMUSEUM BESTEDINGEN TEN BEHOEVE VAN DE LOPENDE EXPLOITATIE PER SECTOR

Sector	Bestedingen 2003–2017	Uitleg
Lonen	244.800	
Openbaar bestuur en overheidsdiensten	133.100	Huur RGD
Invoer goederen	47.000	Kunstaankopen buiten NL
Groothandel en handelsbemiddeling	46.900	O.a. inrichting
Verzekeraars en pensioenfondsen	40.000	Verzekering van reizende tentoonstellingen
Gewogen gemiddelde RM	35.100	Niet gespecificeerde bestedingen
Sociale premies werkgevers	31.000	Verplichte afdrachten werkgevers
Kunst en cultuur	24.800	Kunstaankopen binnen NL
Overige zakelijke dienstverlening	15.800	Niet-gespecificeerde dienstverlening als advies bureaus maar ook evenementen organisatie
IT-dienstverlening	14.000	Automatisering
Algemene bouw en projectontwikkeling	13.000	Afbouw Philipsvleugel
Grafische industrie	12.300	Drukwerk
Energiebedrijven	11.400	Gas en elektra
Schoonmaakbedrijven, hoveniers e.d.	10.300	
Uitzendbureaus en arbeidsbemiddeling	9.800	
Design, fotografie, vertaalbureaus	7.800	
Verhuur van roerende goederen	6.600	O.a. huur audio apparatuur
Reparatie en installatie van machines	6.100	Onderhoud
Reclamewezen en marktonderzoek	5.200	PR
Telecommunicatie	4.500	Kosten telecommunicatie personeel
Vervoer over land	4.100	Vervoer tentoonstellingen en representatie
Goederen en diensten niet eerder genoemd	4.000	Niet gespecificeerde bestedingen
Diensten op het gebied van informatie	3.200	Website content
Overige financiële dienstverlening	2.500	O.a. accountant
Autohandel en -reparatie	2.100	Directie auto
Restaurants en cafés	2.000	Representatie
Beveiligings- en opsporingsdiensten	1.800	Beveiliging
Post en koeriers	1.700	Porti
Gezondheidszorg	1.700	O.a. Arbo densten
Detailhandel	1.300	O.a. kerstpakketten
Banken	1.100	Toeslag passen en credit cards
Vervoer door de lucht	700	Representatie
Onderwijs	700	Productie nieuwe onderwijsproducten
Waterleidingbedrijven	600	Water
Ideële, belangen-, hobbyverenigingen	600	Lidmaatschap en contributies
Logiesverstrekking	500	Representatie
Niet-product gebonden belastingen	500	
Opslag en dienstverlening voor vervoer	400	Reizende tentoonstellingen
Verhuur van en handel in onroerend goed	200	Museumwinkel Museumplein
Holdings en managementadviesbureaus	200	O.a. herziening functieomschrijvingen
Verzorging en welzijn	200	O.a. kinderopvang
Uitgeverijen	100	Drukwerk
TOTAAL	753.000	

F1.3 BEZOEKERSBESTEDINGEN RIJKSMUSEUM

In FIG 23 is te zien welke aannames zijn gemaakt met betrekking tot de specifieke bestedingen van de verschillende typen bezoekers.

De gemiddelde verblijfsduur is afkomstig uit het onderzoek van voor het Rijksmuseum van het ATCB. Hierbij moet opgemerkt worden dat een gemiddelde verblijfsduur van internationale verblijfstoeristen van 4 dagen aan de hoge kant lijkt, gegeven de gemiddelde verblijfsduur van 1.9 nachten die het CBS voor 2011 publiceert. Het verschil met de CBS-data kan worden verklaard door het feit dat het CBS uitsluitend hotel, pension en jeugdaccommodatie overnachtingen meeneemt, terwijl het ATCB ook overnachtingen in andere accommodaties en bij vrienden en familie meetelt. In dit onderzoek zullen de ATCB-data gebruikt worden omwille van dataconsistentie en -integriteit. De reiskosten van de nationale bezoekers zijn gebaseerd op de door het ATCB gepubliceerde gegevens over vervoerstypen en de verdeling van bezoekers over de verschillende provincies in combinatie met de afstanden over de weg van de provinciale hoofdsteden, huidige benzineprijzen en openbaarvervoertarieven van NS en Connexion. De reiskosten van internationale bezoekers weerspiegelen uitsluitend de uitgaven die binnen Nederland gedaan zijn. Deze zijn gebaseerd op dezelfde gegevens als de nationale reiskosten, plus de landings- en belastingtarieven van Schiphol.

De bestedingen aan overnachtingen, voeding & drank, vervoer & parkeren binnen Amsterdam, winkelen, attracties & musea, theater & concerten, coffeeshops, uitgaan en overige zijn gebaseerd op de specifieke totale uitgaven van Rijksmuseumbezoekers zoals omschreven in het bezoekersprofiel voor het Rijksmuseum van het ATCB voor 2011 en verdeling van toeristische bestedingen zoals beschreven in het algemene bezoekersprofiel voor Amsterdam.

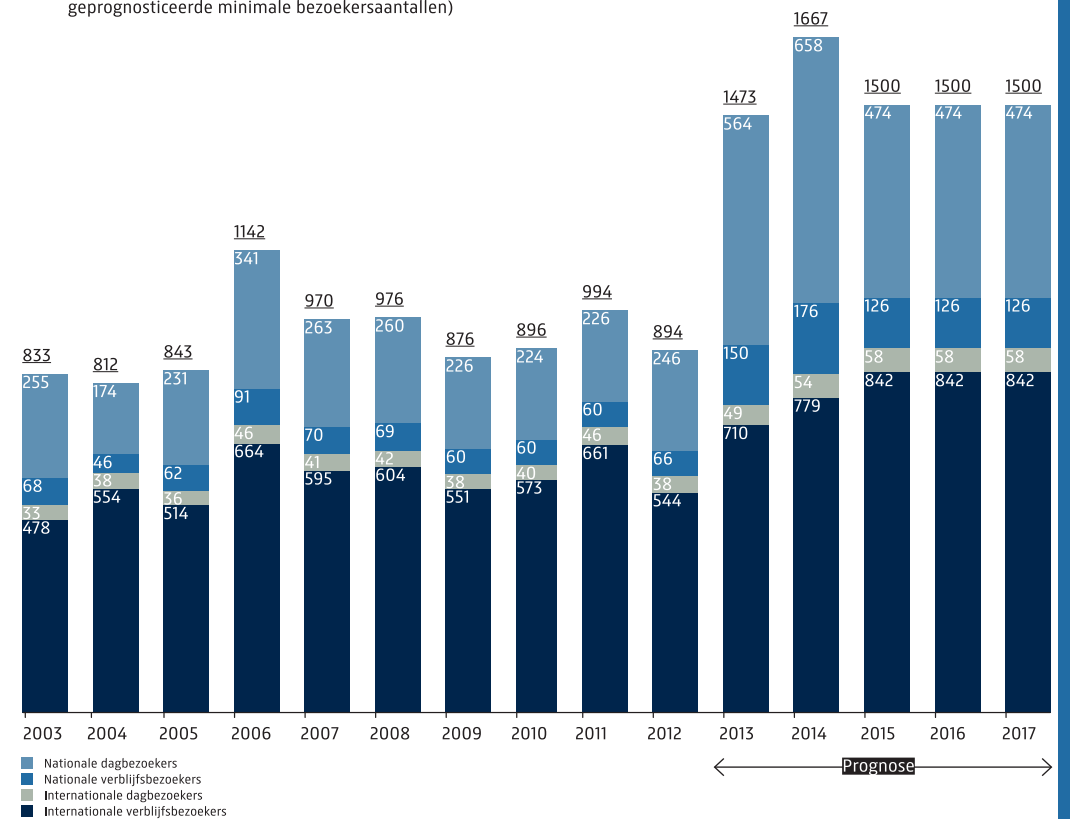
De uitgaven in het Rijksmuseum worden van de bestedingen afgetrokken omdat de circulatie van deze euro's in de Nederlandse economie reeds wordt geteld binnen de analyse van de bestedingen van het Rijksmuseum. De uitgaven van het Rijksmuseum zijn rechtstreeks afkomstig uit de verlies- en winstrekening van het Rijksmuseum en de toekomstprognoses van het museum.

De waarden in de tabel geven de bezoekersbestedingen voor 2011 weer. Voor de jaren 2003–2012 zijn de bestedingen met behulp van een inflatiecorrectie berekend, daarnaast is er gerekend met een inflatie voor 2013–2017 die gebaseerd op is de gemiddelden tussen 2003 en 2012.

TABEL 3 RIJKSMUSEUM BESTEDINGEN TEN BEHOEVE VAN DE VERBOUWING EN INRICHTING PER SECTOR

Sector	Bestedingen 2003–2017	Uitleg
Gespecialiseerde bouw	187.600	Stucwerk, fundering, handschilderingen en overige speciale bouw
Algemene bouw en projectontwikkeling	63.400	Reguliere bouwwerkzaamheden
Openbaar bestuur en overheidsdiensten	46.100	Rente RGD
Gewogen gemiddelde HNR	36.500	Niet gespecificeerde bestedingen
Groothandel en handelsbemiddeling	25.800	O.a. inrichting
Invoer goederen	6.700	Inkoop vitrines, buitenlandse interieur architect en kunst aankopen buiten NL
Vervoer over land	4.000	Verhuizing
Schoonmaakbedrijven, hoveniers e.d.	4.000	O.a. aanleg tuin
Overige zakelijke dienstverlening	1.100	O.a. adviesbureaus
Kunst en cultuur	200	Aankoop kunst binnen NL
TOTAAL	375.000	

FIG 22 BEZOEKERSAANTALLEN RIJKSMUSEUM
In duizend, 2003–2017 (2015–2017 op basis van geprognosticeerde minimale bezoekersaantallen)



Bron: Rijksmuseum

G VERGELIJKINGSONDERZOEK CULTURELE SECTOR EIA

Om aan te sluiten bij diverse bestaande economische impactanalyses van culturele instellingen is er een benchmark studie gedaan. Het voornaamste verschil tussen de economische impactanalyse van het Rijksmuseum en de meeste bestaande impactanalyses van culturele instellingen is het meetniveau. Voorliggend rapport drukt de impact van het Rijksmuseum uit in BBP (toegevoegde waarde tegen marktprijzen), terwijl de meeste analyses impact meten op het niveau van totale economische productie (hierin wordt ook het intersectorale verkeer van goederen en diensten meegenomen, zie FIG 12 in bijlage C). De keuze om impact te meten op BBP-niveau is gedreven door de wens om dubbeltellingen te voorkomen, hetgeen zeker het geval is als intersectoraal verkeer van goederen en diensten wordt meegenomen.

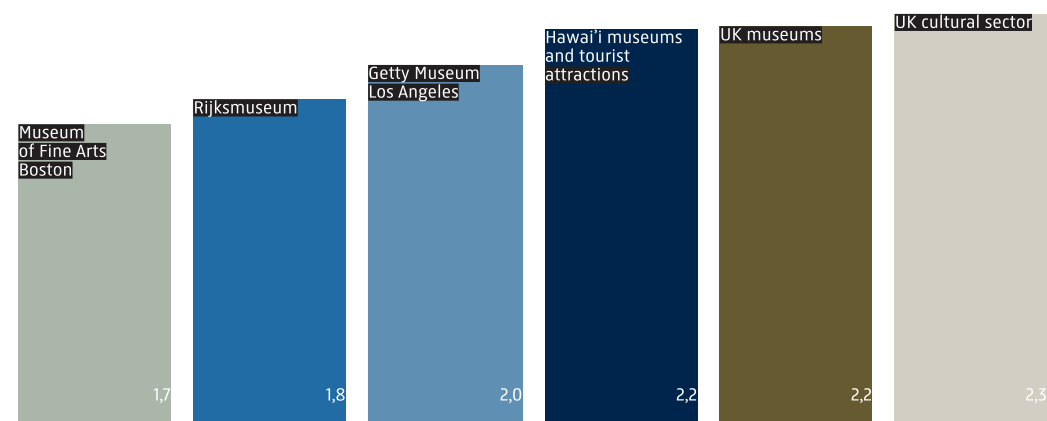
FIG 24 geeft een vergelijking weer tussen de Rijksmuseum-multiplier versus multipliers van andere culturele instellingen. Het is van belang om op te merken dat de multipliers in FIG 24, inclusief de afgebeelde multiplier voor het Rijksmuseum, productie multipliers zijn – en geen BBP-multipliers. Productiemultipliers zijn groter dan BBP multipliers omdat ze, naast de BBP-componenten ook het intersectorale verbruik meten (zie FIG 14 in bijlage C). FIG 24 laat zien dat de Rijksmuseum-multiplier van 1,8 goed aansluit bij multipliers van andere culturele instellingen. De multipliers verschillen onderling van elkaar. Deze verschillen kunnen worden verklaard door onderliggende verschillen in de economische structuur van landen (Nederlands vs. Verenigde Staten en Verenigd Koninkrijk) alsmede verschillende bestedingspatronen van individuele instellingen (musea vs. attracties en andere bedrijfseconomische activiteit in de culturele sector).

FIG 23 **BESTEDINGEN PER BEZOEKERSTYPE**
In € per persoon gedurende het gehele verblijf

	Internationale bezoekers		Nationale bezoekers	
	Dagbezoeker	Verblijfsbezoeker	Dagbezoeker	Verblijfsbezoeker
Verblijfsduur in dagen	1	4	1	2,3
Reiskosten van & naar Amsterdam (gedeelte in NL)	€ 30	€ 30	€ 14	€ 14
Overnachting		€ 179		€ 97
Voeding & drank		€ 99		€ 54
Vervoer & parkeren in Amsterdam		€ 25		€ 14
Winkelen		€ 121		€ 65
Attracties & musea		€ 47		€ 25
Theater & concerten		€ 45		€ 24
Coffeeshops		€ 27		€ 15
Uitgaan		€ 68		€ 37
Overig / niet gespecificeerd	€ 77	€ 41	€ 46	€ 22
Subtotaal	€ 107	€ 681	€ 60	€ 366
Uitgaven in het Rijksmuseum	€ 13	€ 13	€ 13	€ 13
Totaal	€ 93	€ 668	€ 46	€ 353

Bron: Rijksmuseum; ATCB; Booz & Company analyse

FIG 24 **MULTIPLIER VERGELIJKING**



- 1 Een steekproef van 118 deelnemende musea
- 2 De totale culturele sector in het Verenigd Koninkrijk; uitgeverijen, opname van muziek, podiumkunsten, ondersteuning van podiumkunsten, beeldende kunsten, operatie van kunstfaciliteiten

Bron: Mt. Auburn Associates, Economic Development Research Group (2002); Booz & Company Analyse; Los Angeles County Economic Development Corporation (2012); Lui, J.C. (2006); Travers, T. (2006); Arts Council of England (2002)

H OVERZICHT BEGUNSTIGERS RIJKSMUSEUM

Weldoeners

Staat der Nederlanden
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties
Gemeente Amsterdam

Founder

Philips

Hoofdsponsors

BankGiro Loterij
ING
KPN

Sponsors

AkzoNobel
Baker & McKenzie Amsterdam N.V.
Eye Wish Opticiens
Heineken
Koninklijke Douwe Egberts B.V.
Pon

Partners

Cisco
JT International Company Netherlands B.V.
KLM Royal Dutch Airlines

Fondsen

Vereniging Rembrandt
Stichting Nationaal Fonds Kunstbezit
Prins Bernhard Cultuurfonds
SNS REAAL Fonds
VSBfonds
Mondriaan Fonds
Bank of America Merrill Lynch Art Conservation Project
Cornelis Kruseman-J.M.C. Ising Stichting
F.G. Waller-Fonds
Getty Foundation
Gieskes-Strijbis Fonds
Jaffé-Pierson Stichting
M.A.O.C. Gravin van Bylandt Stichting
PACCAR Foundation
Samuel H. Kress Foundation
Stichting Daendels
Stichting dr Hendrik Muller's Vaderlandsch Fonds
Stichting Elise Mathilde Fonds
Stichting Maatschappij tot Nut van 't Algemeen

Stichting Zabawas
TEFAF Museum Restoration Fund
Tiffany & Co. Foundation
Turing Foundation

Koninklijk Oudheidkundig Genootschap
Koninklijke Bibliotheek
Koninklijke Marine
Nederlands Instituut voor Militaire Historie
Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek
Vereniging van Vrienden der Aziatische Kunst

Schenkers

Rijksmuseum Fonds

J.W. Edwin Vom Rath Fonds
M.J. Drabbe Fonds
Paul Huf Fonds
Veluvine Molijn de Groot Fonds
Goslings NieuwBeerta Fonds
Suman Fonds
Ebus Fonds
Gerhards Fonds
Bank ten Cate & Cie. Fonds
Scato Gockinga Fonds
Angelina Ognibeni-Jan van Hulsen
Frits en Phine Verhaaff Fonds
Manfred & Hanna Heiting Fonds
Johan Huizinga Fonds
Receptuurboeken Fonds
Sem Presser Fonds
A.E. van Kampen Fonds
Bas ten Haaf Fonds
Van der Vossen-Delbrück Fonds
Sara Geertruida Aalders-Huender Fonds
Maria Adriana Aalders Fonds
J.A.J. en M.A. Risseeuw Fonds
Willy van der Mandele Fonds
Knecht-Drenth Fonds
Migeliën Gerritzen Fonds
Staal aan Zee, Tata Steel Nederland B.V.
Sylvia en Carel Willink Fonds
Bestuursfonds Hollandse Meesters
Johanna Kast-Michel Fonds
Vandenbroek Foundation
Virtutis Opus Fonds
Flora Fonds
Fonds 1975
Dr. Anton C.R. Dreesmann Fonds
Irma Theodora Fonds
Familie M.B.T. de Groot
H & H Fonds
Fonds Delfts Aardewerk

Fonds De Haseth-Möller
Linda H. and George M. Kaufman
Juwelenfonds
van Marle Fonds
Fonds De Zuidroute
Familie Staal Fonds
Don Quixote Fondation
Bervoets Fonds
Kindereducatie Fonds
Vincent Mentzel Fonds
Fonds Beukenhorst
Paul en Hanneke Van Den Hoek Fonds
Freek & Hella de Jonge Fonds
Ernst Nijkerk Fonds
de Vink Family
Familie Wientjes
Stichting Kramer-Lems
Charlotte en Joop van Caldenborgh
Stichting Greidanus - Formijne
Willem F.C. Stevens Fonds
Decorative Art Fund
Ton & Judy van Heuzen-Dijksma Fonds
Bert & Lammie Fonds
Elise Wessels Fonds
Fonds Haute Couture
Het AutoBinck Fonds
Familie Van Ogtrop Fonds
Gerard Krans
Familie W. Cordia
Familie M. van Poecke
Stichting de Grimmschors

Rijksmuseum International Circle
Rijksvrienden
Rijkspatronen
Anonieme schenkers

COLOFON

RJKS MUSEUM

booz&co.

Uitgave Amsterdam, augustus 2013

Auteur Booz & Company

Hein van Beuningen, Tim Tieleman

Ontwerp Irma Boom Office

Beeld Rijksmuseum

Druk Lenoirschuring, Amstelveen

© Erik Smits

© Arie de Leeuw

© Sander Stoepker

KLEUREN GEBASEERD OP KAREL APPEL | JAN ASSELJN | GEORGE HENDRIK BREITNER | PAUL JOSEPH CONSTANTIN GABRIËL |
GEERTGEN TOT SINT JANS | FRANS POST | ADRIAEN VAN DE VENNE | JOHANNES VERMEER | JOHANNES VERSPRONCK