

Gerard Marlet, Roderik Ponds
Joost Poort, Clemens van Woerkens

Cultuurkaart Utrecht

Het belang van kunst en cultuur voor de stad Utrecht



Cultuurkaart Utrecht

Eindredactie: Nadine van den Berg

Atlas voor gemeenten
Postbus 9627
3506 GP UTRECHT
T 030 2656438
F 030 2656439
E info@atlasvoorgemeenten.nl
I www.atlasvoorgemeenten.nl

© Atlas voor gemeenten, 2017

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

Cultuurkaart Utrecht

Het belang van kunst en cultuur voor de stad Utrecht

Inhoud

Samenvatting en conclusies	7
1 Inleiding	10
2 De betekenis van cultuur voor de stad	13
3 De culturele positie van Utrecht	20
4 De aantrekkingskracht van Utrecht	31
5 De vijf maatschappelijke waarden van cultuur	40
6 Kosten en baten van het culturele aanbod in Utrecht	47
7 Podiumkunsten (inclusief <i>arthouse</i> -film)	53
8 Musea	71
Bijlage: overzicht instellingen en subsidies	76
Bijlage: indicatoren	79

Samenvatting en conclusies

Het culturele aanbod is – naast de beschikbaarheid van werk, de natuurlijke ligging, de universiteit en de historische binnenstad – een van de vijf fundamenteën onder de aantrekkingskracht van de stad Utrecht, en de enige waar de gemeente substantieel invloed op kan uitoefenen. Tegen de landelijke trend in – en na een periode van afname – is het culturele aanbod in Utrecht sinds 2013 bovendien weer toegenomen.

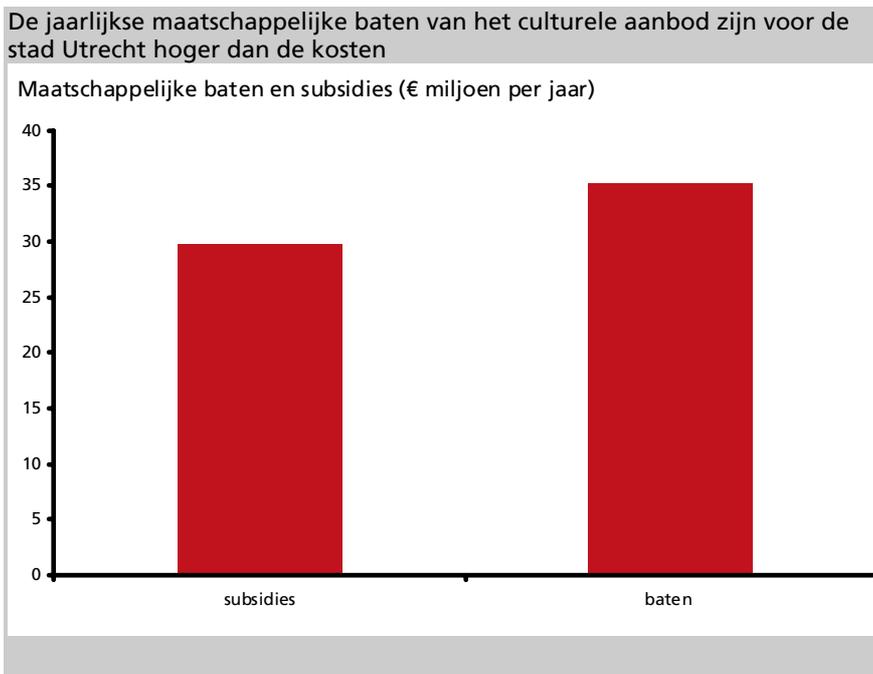
Dat heeft er mede voor gezorgd dat Utrecht haar aantrekkingskracht de laatste tien jaar het meest van alle Nederlandse steden heeft zien verbeteren, en haar tweede plek op de ranglijst van meest aantrekkelijke steden van Nederland nog steviger in handen heeft gekregen. Zonder dat culturele aanbod zou Utrecht op die ranglijst van meest aantrekkelijke steden niet op de tweede maar op de tiende plaats staan. Het ruime aanbod in Utrecht leidt bovendien tot een relatief grote cultuurdeelname onder de bevolking van Utrecht; groter dan in veel andere steden in Nederland.

Utrecht heeft vooral een bovengemiddeld aanbod aan podiumkunsten en film. Ook biedt de stad relatief veel culturele festivals en historisch erfgoed (monumenten). De beeldende kunsten blijven daar duidelijk bij achter; zowel het aantal musea voor beeldende kunst als het aantal galerieën in de stad ligt lager dan gemiddeld in andere (vergelijkbare) steden in Nederland.

In dit rapport zijn de maatschappelijke baten van het culturele aanbod in Utrecht berekend en afgezet tegen de jaarlijkse subsidies van de gemeente. Voor de maatschappelijke kosten-batenanalyse (MKBA) is een breed welvaartsbegrip gehanteerd, zoals gangbaar is in de beleidseconomie. Het gaat dan niet alleen om financiële baten zoals de toegevoegde waarde op de bestedingen van toeristen die op de culturele instellingen afkomen, maar ook om het genot dat de bewoners van de stad aan het culturele aanbod ontleen en de sociale effecten die daarvan uitgaan.

Uit deze eerste berekening – op basis van conservatieve aannames – blijkt dat de maatschappelijke baten van het culturele aanbod voor de stad Utrecht in 2015 groter waren dan de kosten voor de gemeente; tegenover dertig miljoen euro aan gemeentelijke subsidies aan de culturele instellingen die in de berekeningen konden worden meegenomen stond een jaarlijkse welvaartswinst van ongeveer vijfendertig miljoen euro; een maatschappelijk

rendement van meer dan vijftien procent. Een dergelijk maatschappelijk rendement is niet evident en hoger dan in veel andere steden en sectoren.



De meeste baten van kunst en cultuur komen bij de inwoners van de stad terecht. Verder investeren in kunst en cultuur is dan ook vooral investeren in het groeiend aantal (potentiële) inwoners van de stad en de aantrekkingskracht van die stad op bewoners en bedrijven; toeristen die op het culturele aanbod afkomen leveren de stad Utrecht relatief beperkte baten op.

Met het positieve maatschappelijke rendement zijn de uitgaven van de gemeente Utrecht aan kunst en cultuur die in dit onderzoek zijn betrokken maatschappelijk te rechtvaardigen. Maar nog niet alle door de gemeente gesubsidieerde culturele instellingen zijn in deze MKBA betrokken; met name belangrijke subsidieontvangers in de cultuureducatie, amateurkunst en de wijkcultuurhuizen ontbreken nog in de berekening van de maatschappelijke baten voor de stad. Daarmee ontbreekt tevens een gedetailleerde inschatting

van de sociale effecten van kunst en cultuur voor de stad Utrecht, zoals het belang van kunst en cultuur voor (de sociale cohesie in) de Utrechtse wijken.

Bovendien konden niet alle maatschappelijke baten in de berekeningen worden meegenomen; de educatieve waarde en de (voor de musea potentieel belangrijke) bestaanswaarde zijn nog niet uitgerekend omdat die vragen om een arbeidsintensieve *survey*. In de tweede fase van deze MKBA moeten deze aspecten prioriteit krijgen. Pas daarna is er een volledig beeld van de maatschappelijke kosten en baten van het culturele aanbod in Utrecht, en kunnen goed onderbouwde conclusies worden getrokken over toekomstige gemeentelijke investeringen in kunst en cultuur.

1 Inleiding

Het culturele aanbod is een van de fundamenten onder de aantrekkingskracht van de stad Utrecht. Volgens de jaarlijkse *Atlas voor gemeenten* is Utrecht na Amsterdam de op een na meest aantrekkelijke stad van Nederland; onder andere door het culturele aanbod. En Utrecht stond op de Cultuurindex uit 2012 op de derde plaats van alle steden in Nederland.¹ Die index was echter gebaseerd op gegevens over 2010.² En sindsdien is er veel veranderd.

Culturele instellingen zijn onder druk komen te staan door bezuinigingen van het Rijk en lagere overheden. En volgens het Ministerie van OCW staat Utrecht voor wat betreft de uitgaven aan cultuur slechts op de 8^{ste} plaats van de negen culturele centrumsteden in Nederland.³ De vierde stad van Nederland laat alleen Enschede achter zich (zie hoofdstuk 6). Het gaat dan vanzelfsprekend om de uitgaven per inwoner, wat automatisch betekent dat als de groei van de stad Utrecht doorzet (zie figuur 1.1), de verwachte 400.000 inwoners worden gehaald, en de uitgaven aan kunst en cultuur gelijk blijven, Utrecht binnen afzienbare tijd op de laatste plaats zal staan. De vraag is dus of het huidige aanbod nog past bij de omvang van de stad. Of schiet dat aanbod inmiddels tekort, en moet er geld bij om de stad verder te kunnen laten groeien, zoals een commissie onder leiding van Carolien Gehrels voorstelt?⁴ En zo ja, wat krijgt de stad daar dan voor terug?

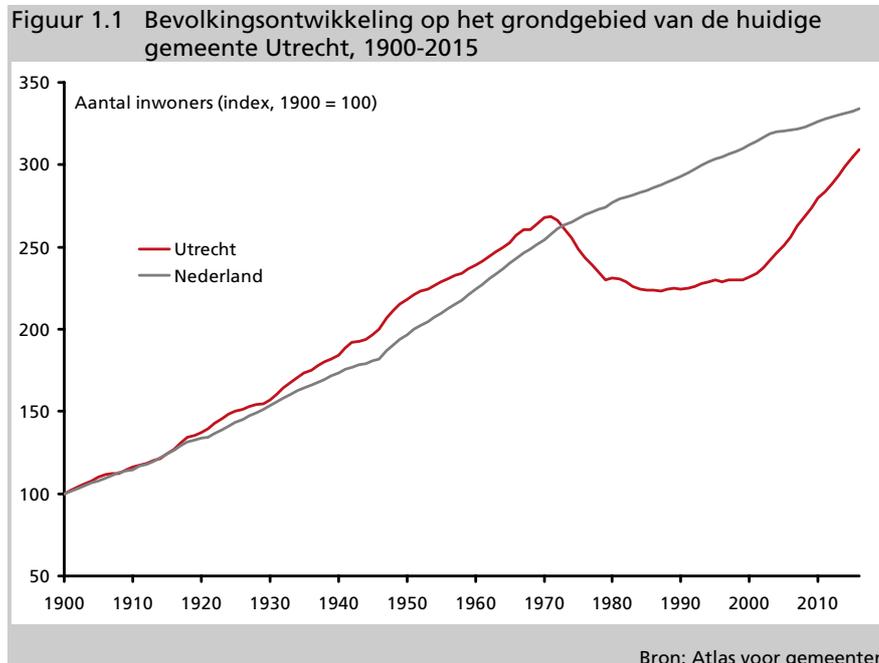
Om op deze vragen een onderbouwd antwoord te kunnen geven is gedegen onderzoek nodig naar het belang van kunst en cultuur voor de stad Utrecht. Een cruciale vraag daarbij is hoe de uitgaven van de gemeente aan kunst en cultuur zich verhouden tot de opbrengsten voor de stad. Ofwel: Wat is het saldo van maatschappelijke kosten en baten? Daarvoor is een zogenoemde maatschappelijke kostenbatenanalyse (MKBA) van het Utrechtse cultuurbeleid nodig. Zo'n MKBA beperkt zich niet tot de financiële waarden van kunst en cultuur, maar hanteert een breed welvaartsbegrip, waarbinnen alle maatschappelijke waarden van kunst en cultuur vallen.

¹ G. Marlet, R. Ponds, J. Poort, C. van Woerkens, 2012: De CultuurKaart van Nederland. Methodologische verantwoording (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

² Inmiddels wordt in samenwerking met Boekman gewerkt aan een actualisatie van die regionale cultuurindex. Het resultaat wordt eind 2017 gepubliceerd.

³ Ministerie van OCW, 2016: Cultuur in beeld.

⁴ Onderzoeks- en adviesteam TivoliVredenburg, 2016: Ruimte voor TivoliVredenburg.



Anders dan vaak wordt gedacht, zit er geen tegenstelling tussen de waarde die liefhebbers van kunst, cultuur en erfgoed eraan hechten, en de methoden die over het algemeen worden gehanteerd om de waarde ervan te berekenen. Zonder liefhebbers zou een waardeberekening per definitie op nul uitkomen. Het gaat in een MKBA namelijk niet alleen om financiële baten zoals de toegevoegde waarde op de bestedingen van toeristen die op de culturele instellingen en evenementen afkomen, maar bijvoorbeeld ook om het genot dat de bewoners van een stad aan kunst en cultuur ontleen, het effect van kunst en cultuur op de aantrekkingskracht van de stad op mensen en bedrijven, en de positieve sociale effecten die van kunst en cultuur uit kunnen gaan in de Utrechtse wijken.

Om alle aspecten van de maatschappelijke baten van kunst en cultuur voor de stad in zo'n MKBA te kunnen meenemen is gedetailleerd empirisch onderzoek nodig. Dat gebeurt in twee fasen. In fase 1 worden de minst arbeidsintensieve onderdelen van de MKBA voor een beperkt aantal culturele sectoren uitgevoerd. Die zogenoemde kentallen-MKBA levert al een eerste beeld op van het belang van kunst en cultuur voor de stad Utrecht. Daarna worden in fase 2 de arbeidsintensieve *survey*-onderdelen van de MKBA in

meer detail ingevuld en worden de gebruikte kentallen vervangen door specifieke getallen voor de Utrechtse culturele instellingen. In dit rapport wordt verslag gedaan van deze eerste fase van het onderzoek. Daarbij wordt ook aangegeven welke vervolgstappen nodig zijn om de MKBA in fase 2 verder te verfijnen.

In het vervolg van dit rapport wordt het belang van kunst en cultuur voor de stad Utrecht verder onderzocht. In het volgende hoofdstuk wordt allereerst een algemeen overzicht gegeven van het belang van kunst en cultuur voor steden. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 het culturele aanbod in Utrecht vergeleken met dat in andere, vergelijkbare steden. Tevens wordt de cultuurdeelname onder de bevolking van Utrecht in kaart gebracht en wordt het belang van cultuur in Utrecht voor de regio nader bekeken. In hoofdstuk 4 wordt het belang van cultuur voor de aantrekkingskracht van de stad verder onderzocht. En vanaf hoofdstuk 5 worden de maatschappelijke baten van het culturele aanbod in Utrecht berekend en vergeleken met de subsidies die de gemeente aan de culturele instellingen geeft.

2 De betekenis van cultuur voor de stad

Vroeger gingen mensen in de buurt van fabrieken wonen. Waar het werk was, woonden de mensen. Die tijd is voorbij. Door opeenvolgende transportrevoluties is het mogelijk steeds verder van huis te gaan werken. Dat betekent omgekeerd ook dat het steeds makkelijker is een woonplek te kiezen, verder weg van het werk. Op een plek in het land van waaruit zoveel mogelijk banen binnen acceptabele tijd te bereiken zijn; de huidige baan, de huidige baan van de partner, de toekomstige baan, de toekomstige baan van de partner, et cetera.

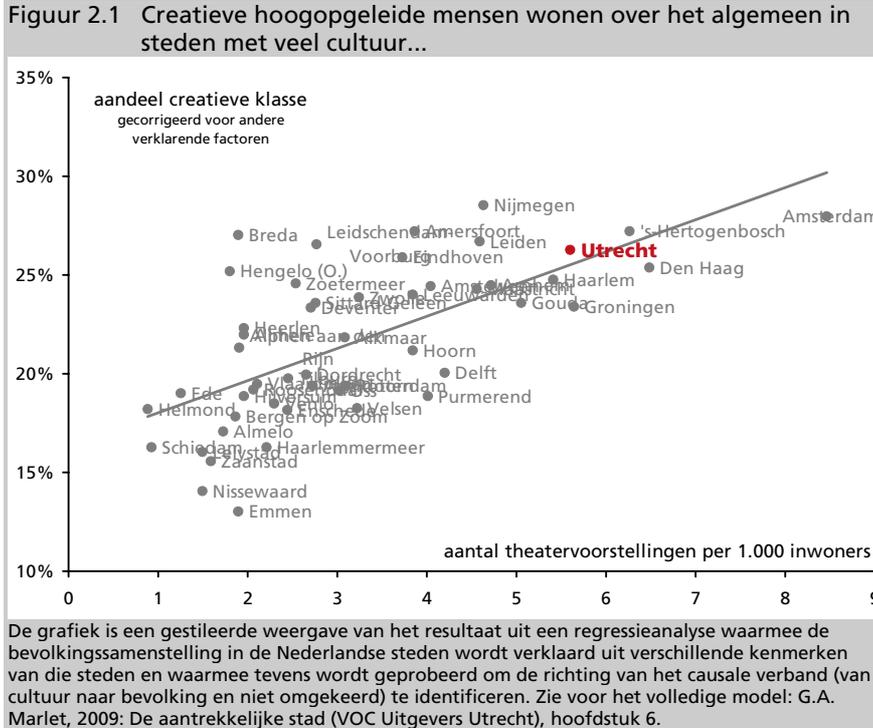
Als de plek van het werk niet meer doorslaggevend is in de woonplaatskeuze kunnen andere factoren een rol gaan spelen. Mensen gaan in toenemende mate wonen waar de kwaliteit van de woonomgeving hoog is. Voor sommige mensen betekent dat een zo groot mogelijk huis in een zo groen mogelijke omgeving. Anderen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

Cultuur speelt zo een prominente rol in de concurrentiepositie van steden. Steden met een groot en gevarieerd aanbod aan cultuur zijn over het algemeen ook de populaire woonsteden.⁵ Deze steden hebben de grootste aantrekkingskracht op hoger opgeleiden en mensen uit de hogere inkomensgroepen.

In figuur 2.1 is dit weergegeven met de relatie tussen het aanbod aan podiumkunsten in een stad en het aandeel mensen uit de zogenoemde creatieve klasse.⁶ Uit de grafiek blijkt dat er in steden met meer uitvoeringen in de podiumkunsten over het algemeen meer creatieve, hoogopgeleide mensen wonen dan in steden die op het culturele vlak minder te bieden hebben. Dat geldt ook voor Utrecht, zo blijkt uit figuur 2.1. De bevolkingssamenstelling was daar ten tijde van het onderzoek naar de aantrekkelijke stad iets gunstiger dan op basis van het culturele aanbod te verwachten was.

⁵ G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers, Utrecht).

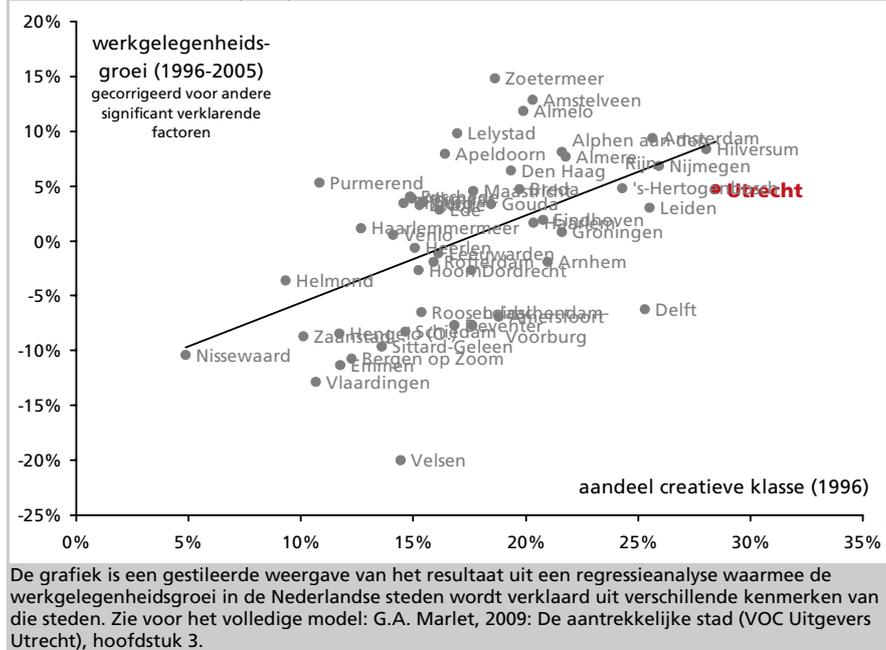
⁶ Dat zijn in feite mensen die werken in een hooggekwalificeerde baan. Zie voor de gebruikte definitie: G.A. Marlet, C.M.C.M., van Woerkens, 2007: The Dutch Creative class and how it fosters urban employment growth, in: Urban Studies, 44, 13, pp. 2605-2626.



Aantrekkelijke woonsteden doen het ook economisch beter. Want waar wonen steeds minder het werken volgt, volgt werken wel steeds vaker het wonen. De ondernemer heeft het niet langer voor het zeggen in de vestigingsbeslissing, dat is steeds vaker de werknemer. Waar productieve werknemers graag willen wonen, groeien bedrijven en vestigen zich (nieuwe) bedrijven en neemt de werkgelegenheid over het algemeen meer toe (zie figuur 2.2).⁷ In Utrecht lag die werkgelegenheids groei in de onderzochte periode iets onder het niveau van wat op basis van de voorraad *human capital* verwacht zou mogen worden.

⁷ R.E. Lucas, 1988: On the mechanism of economic development, in: Journal of monetary economics, 22, pp. 3-42.

Figuur 2.2 ... en in steden met veel creatieve, hoogopgeleide mensen groeit de werkgelegenheid harder

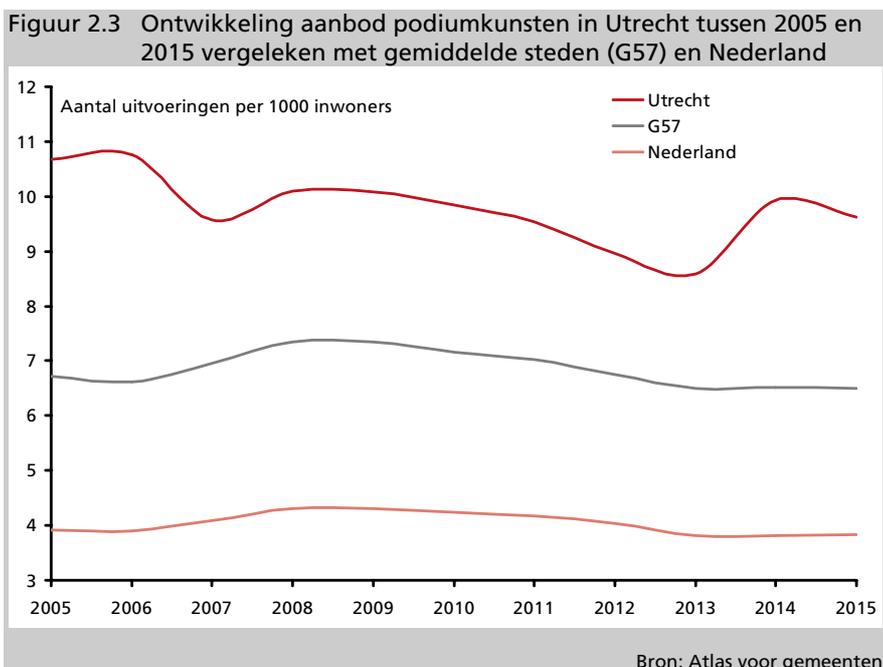


Figuur 2.2 laat zien dat steden met een grote creatieve klasse – wat over het algemeen de steden zijn met een groot cultureel aanbod (zie figuur 2.1) – in de periode erna over het algemeen ook meer werkgelegenheids-groei kennen. Veel cultuur in de stad is dus niet alleen goed voor de concurrentiepositie van die stad in de strijd om het aantrekken van kansrijke bevolkingsgroepen; indirect is cultuur in de stad ook van belang voor de lokale economie. Het is daarbij altijd de vraag wie daarvan profiteren. Recent onderzoek laat zien dat steden met veel cultuur en (mede daardoor) veel hoger opgeleiden over het algemeen ook meer banen aan de onderkant van de arbeidsmarkt bieden, waardoor indirect ook mensen met een lagere opleiding die minder kansrijk zijn op de arbeidsmarkt en vaak in de mindere wijken van de stad wonen zouden moeten kunnen profiteren van het culturele aanbod in het centrum van de stad. Echter, er zijn allerlei belemmeringen die ervoor zorgen dat dat ‘proces van doorsijpelen’ verstoord kan worden.⁸ Het is de opgave van steden die investeren in hun aantrekkingskracht om die belemmeringen weg

⁸ Zie: G. Marlet, R. Ponds, C. van Woerkens, 2015: De hoogopgeleide stad en de arbeidsmarkt voor laagopgeleiden, in: Economisch Statistische Berichten, 100, 4705, pp. 134-137.

te nemen, zodat zoveel mogelijk mensen profiteren van de (economische) kansen die de stad biedt.

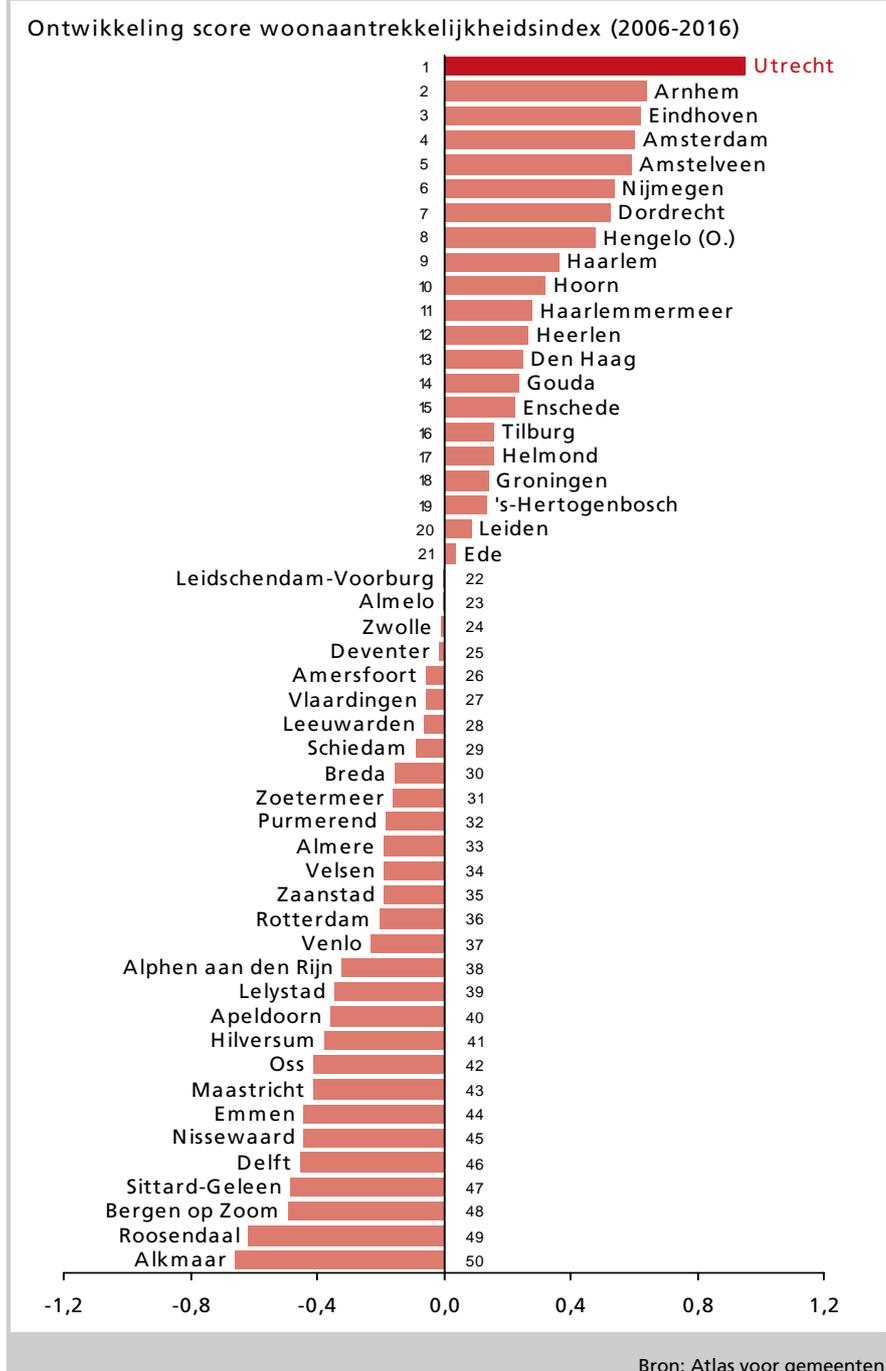
Het culturele aanbod is een van de fundamenten onder de aantrekkingskracht van steden. Maar culturele instellingen in de Nederlandse steden zijn onder druk komen te staan door bezuinigingen van het Rijk en gemeenten. Daarmee is het culturele aanbod in veel steden uitgehold,⁹ waarmee het gevaar bestaat dat het fundament onder de aantrekkingskracht en economische vitaliteit van een stad wordt weggeslagen. Ook in Utrecht is het aanbod – afgemeten aan het aantal uitvoeringen in de podiumkunsten – de laatste tien jaar afgenomen, hoewel dat aanbod sinds 2013 weer wat lijkt toe te nemen (zie figuur 2.3).¹⁰



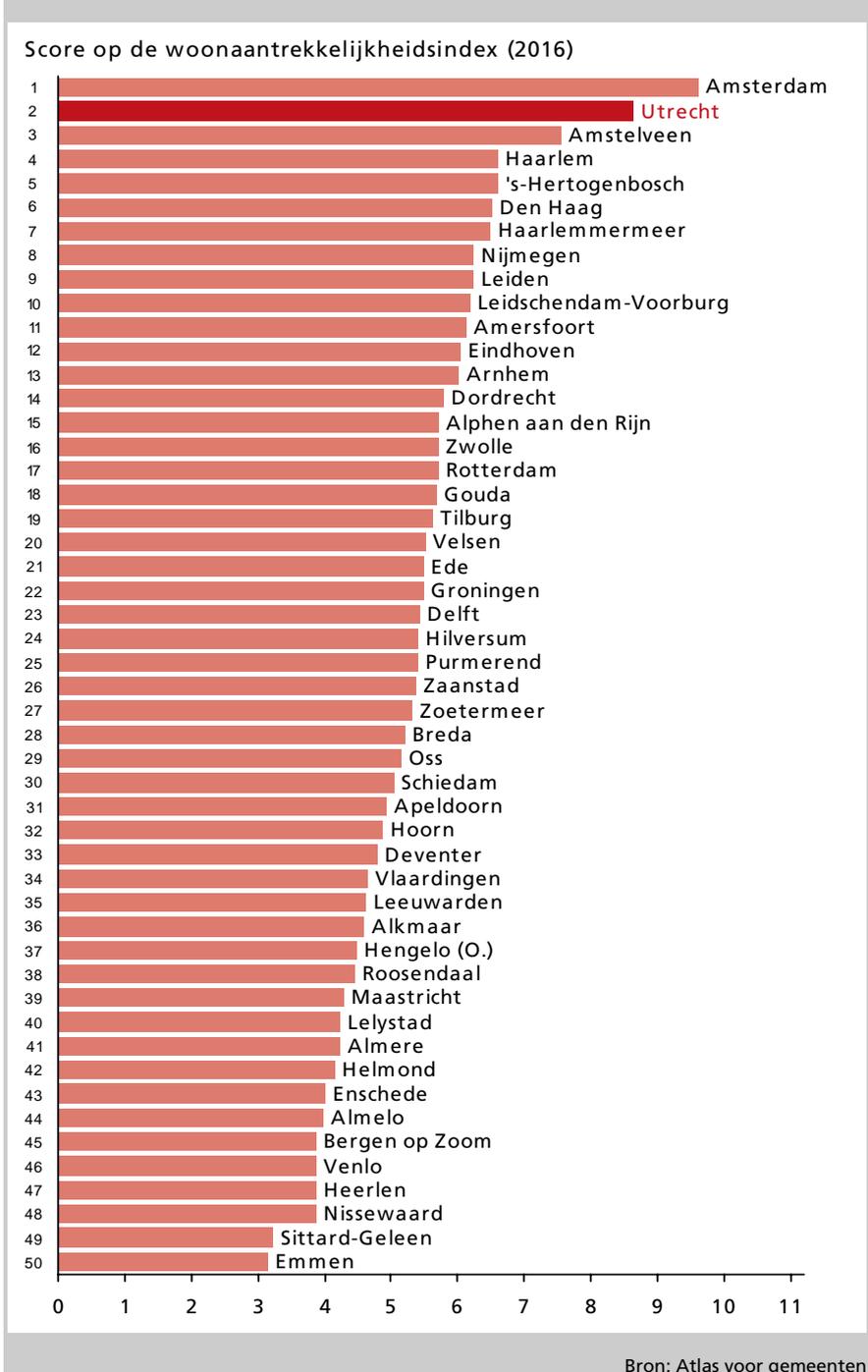
⁹ G.A. Marlet, 2015: Kassa of kaalslag? De veerkracht van de culturele sector, in: Boekman, 105, pp. 20-23.

¹⁰ Deze cijfers lopen tot 2015. In maart 2017 is een actualisatie van deze cijfers tot 2016 mogelijk. Dan wordt duidelijk of de neergaande trend inderdaad gekeerd is.

Figuur 2.4 Ontwikkeling van de aantrekkingskracht van Nederlandse steden (G50), 2006-2016



Figuur 2.5 De aantrekkingskracht van Nederlandse steden (G50), 2016



In veel andere steden is de ontwikkeling van het culturele aanbod ongunstiger geweest dan in Utrecht. Dat heeft er mede – naast een relatieve verbetering van de bereikbaarheid en een afname van de onveiligheid in de stad – voor gezorgd dat de relatieve aantrekkingskracht van de stad Utrecht de laatste jaren is toegenomen (figuur 2.4). En daarmee heeft Utrecht de tweede plaats op de ranglijst van meest aantrekkelijke steden van Nederland nog steviger in handen gekregen (figuur 2.5). Dat is echter geen garantie voor de toekomst. Groei en krimp zijn niet persistent en over langere termijn (langer dan tien jaar) niet of nauwelijks te voorspellen.¹¹ Er kan veel gebeuren waardoor ineens alles anders is, en de concurrentiepositie van de stad er minder rooskleurig uitziet.

Zonder het culturele aanbod in de stad zou Utrecht op de ranglijst van meest aantrekkelijke steden bijvoorbeeld niet tweede maar tiende staan. En het gaat hier vanzelfsprekend om de relatieve omvang van het culturele aanbod. Per inwoner dus; want het gaat om de beschikbaarheid, diversiteit en keuzemogelijkheden die de inwoners van de stad gemiddeld hebben, in vergelijking tot die in andere steden. Als de verwachte groei van de stad Utrecht naar 400.000 inwoners inderdaad doorzet, neemt het aanbod per inwoner vanzelfsprekend af. En daarmee noodzakelijkerwijze ook de op deze wijze berekende relatieve aantrekkingskracht van de stad. En die aantrekkingskracht is weer een voorwaarde voor het kunnen realiseren van de ambitieuze groeiverwachting die de stad heeft.

¹¹ W. Vermeulen, C. Teulings, G. Marlet, H. de Groot, 2016: Groei & Krimp. Waar moeten we bouwen - en waar vooral niet? (VOC Uitgevers, Nijmegen).

3 De culturele positie van Utrecht

In dit hoofdstuk worden het culturele aanbod en de cultuurdeelname in Utrecht vergeleken met andere steden in Nederland. Wat is het aanbod aan kunst en cultuur in Utrecht? En hoe verhoudt dat aanbod zich tot dat in andere steden? Dat levert inzicht op in de relatief sterke en zwakke punten van het culturele aanbod in de stad. In de volgende hoofdstukken wordt vervolgens berekend wat dat culturele aanbod betekent voor de stad Utrecht.

Utrecht wordt behalve met het gemiddelde van de G4 (de vier grote steden; Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht) ook vergeleken met het gemiddelde van de andere universiteitssteden én met het gemiddelde van de andere culturele centrumsteden (de G9).¹² Daarbij wordt ingegaan op de podiumkunsten, het erfgoed (monumenten en musea), de beeldende kunst (galerieën, kunstenaars en musea), de letteren (boekhandels en bibliotheken), de film en de culturele festivals. Het aanbod is zoveel mogelijk vergeleken over het jaar 2015.¹³

Uit de figuren 3.1 tot en met 3.4 blijkt allereerst dat Utrecht vergeleken met de steden in de *benchmarks* jaarlijks een groter aanbod aan uitvoeringen in de podiumkunsten biedt.¹⁴ Alleen ten opzichte van het gemiddelde van de G4 ligt dat aanbod iets lager, wat het gevolg is van het feit dat het (relatief grote) aanbod in Amsterdam in dat gemiddelde relatief zwaar meetelt. Utrecht biedt jaarlijks vooral veel popconcerten (figuur 3.2). Het aantal klassieke concerten en theatervoorstellingen¹⁵ blijft in Utrecht juist achter bij het gemiddelde van de benchmarks (figuur 3.3 en 3.4).

Wat betreft het erfgoed (figuur 3.5 tot en met 3.7) is het beeld wisselend. Als het gaat om (Rijks)monumenten heeft Utrecht iets meer historische

¹² De G9 zijn Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Eindhoven, Arnhem, Enschede, Groningen en Maastricht.

¹³ In een aantal gevallen zijn – omdat recentere bronnen niet voorhanden waren – oudere data gebruikt, zoals bij antiquariaten. In het geval van Stadsschouwburg Utrecht zijn cijfers over 2013 gebruikt omdat dat het laatste jaar was dat die volledig open was.

¹⁴ In de vergelijking zijn niet alleen uitvoeringen op zelfstandige podia meegeteld, maar ook uitvoeringen in de podiumkunsten op andere locaties in de stad. Om te worden opgenomen in de cultuurdatabase moeten die een minimum aantal uitvoeringen in de professionele podiumkunsten per jaar aanbieden, lid zijn van een van de brancheverenigingen, of hun aanbod aanmelden bij het Nederlands Uitburo. Zie voor de landelijk gehanteerde definitie en criteria: N. van den Berg, G. Marlet, R. Ponds, C. van Woerkens, 2011: Podiumpeiler 2011. Monitor voor de podiumkunsten en de muziekindustrie (MCN/TIN, Amsterdam).

¹⁵ Zie de bijlage voor onderverdeling van uitvoeringen in de podiumkunsten in drie categorieën.

(Rijks)monumenten (figuur 3.5) en vooral meer archeologische monumenten (figuur 3.6) dan veel andere steden. Het aantal cultuurhistorische musea (figuur 3.7) blijft echter achter bij dat aantal in andere steden.¹⁶ Ook het aanbod aan musea voor beeldende kunst (figuur 3.8) blijft daarbij achter. Die conclusie wordt versterkt door de vergelijking op andere indicatoren voor de beeldende kunst; ook voor wat betreft het aantal kunstenaars (figuur 3.9) en galerieën (figuur 3.10) in de stad blijft Utrecht achter bij het gemiddelde van de andere universiteitssteden en de G9.

Het aantal bioscoopstoelen per inwoner is in Utrecht groter dan het gemiddelde van andere steden (figuur 3.11) en er zijn ook meer doeken in filmhuizen (figuur 3.12) dan gemiddeld in veel andere steden. Voor de letteren is het beeld van Utrecht ook positief (zie figuur 3.13 tot en met 3.15). Ten opzichte van het gemiddelde van de andere steden heeft Utrecht meer vestigingen van bibliotheken,¹⁷ en meer boekwinkels en antiquariaten per inwoner. Tot slot biedt Utrecht ook meer culturele evenementen dan andere steden (figuur 3.16).

De figuren 3.17 en 3.18 laten zien dat het relatief grote aanbod er ook toe leidt dat de cultuurdeelname onder de inwoners van Utrecht groter is dan in andere steden. Zowel het bezoek aan uitvoeringen in de podiumkunsten als het bezoek aan musea¹⁸ is groter dan in de andere steden. Het is mogelijk om te achterhalen wat de achtergronden van die grotere dan gemiddelde cultuurdeelname zijn. Dan blijkt dat dat behalve door het relatief grote aanbod in de stad Utrecht ook komt door het grote culturele aanbod in de buurt van Utrecht (de rest van de Randstad) en door de samenstelling van de bevolking van Utrecht.¹⁹

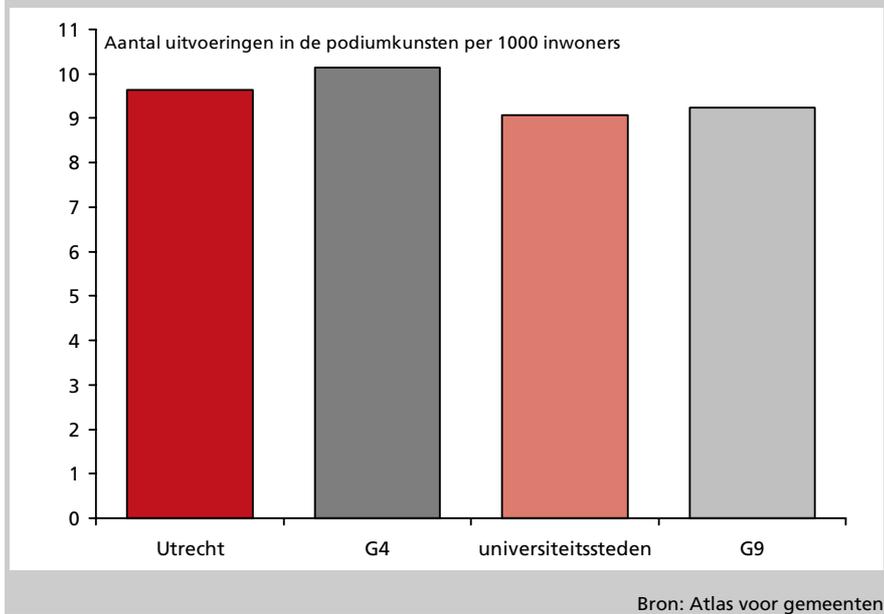
¹⁶ In de vergelijking is – door gebrek aan goede landsdekkende gegevens – geen rekening gehouden met de kwaliteit van het aanbod en het bezoek aan musea.

¹⁷ Er is geen rekening gehouden met de omvang van de vestigingen van bibliotheken en alleen het aantal publiek toegankelijke vestigingen van bibliotheken is in de vergelijking meegenomen, en niet – vanwege gebrek aan landsdekkende gegevens daarover – het aantal uitleningen of het aantal dependances in buurthuizen, scholen, et cetera.

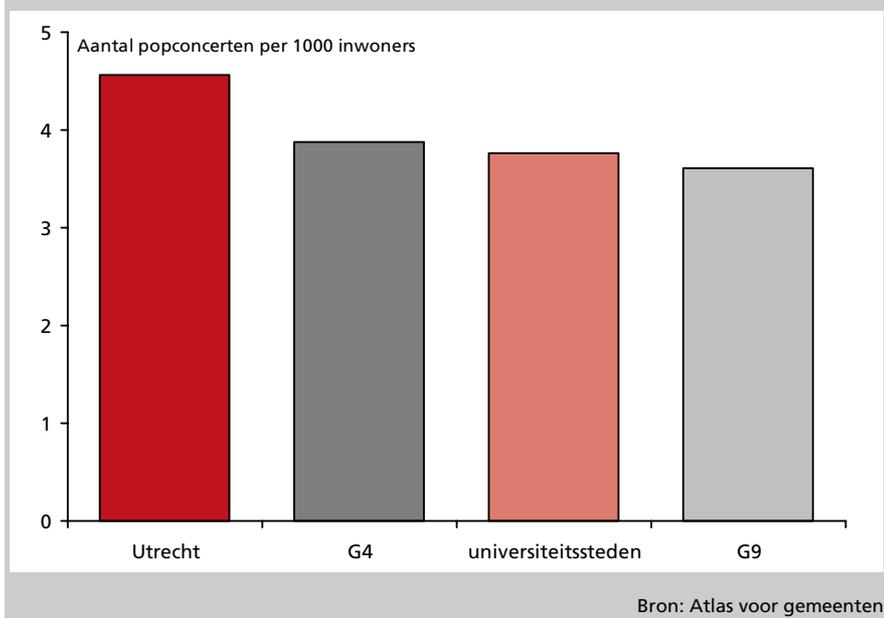
¹⁸ Het betreft hier de gemiddelde cultuurdeelname van de inwoners van Utrecht (op basis van een bewerkte enquête van het Sociaal en Cultureel Planbureau); ongeacht waar dat bezoek plaatsvindt (kan dus ook buiten Utrecht zijn). Zie de bijlage.

¹⁹ G. Marlet, C. van Woerkens, 2011: Cultuur in Utrecht. De culturele positie van de provincie Utrecht (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

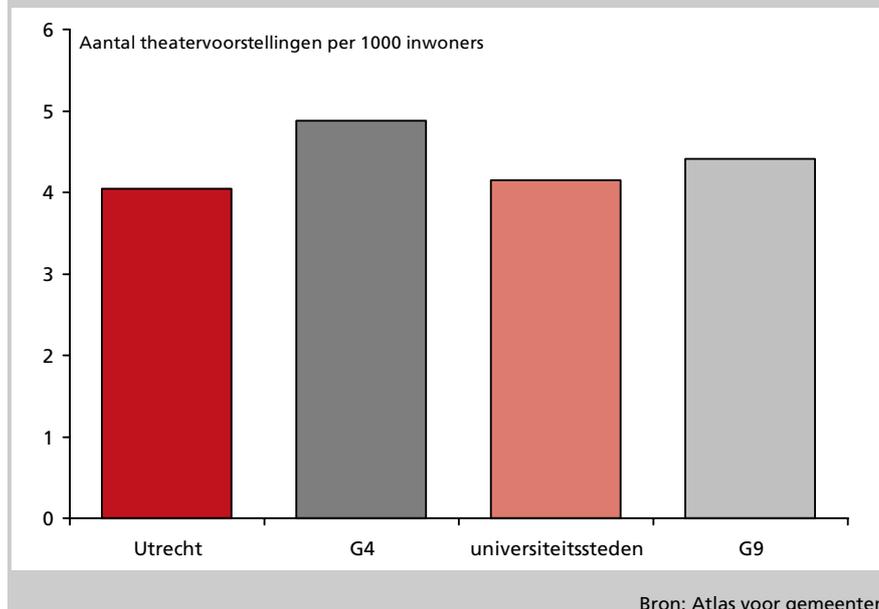
Figuur 3.1 Podiumkunsten



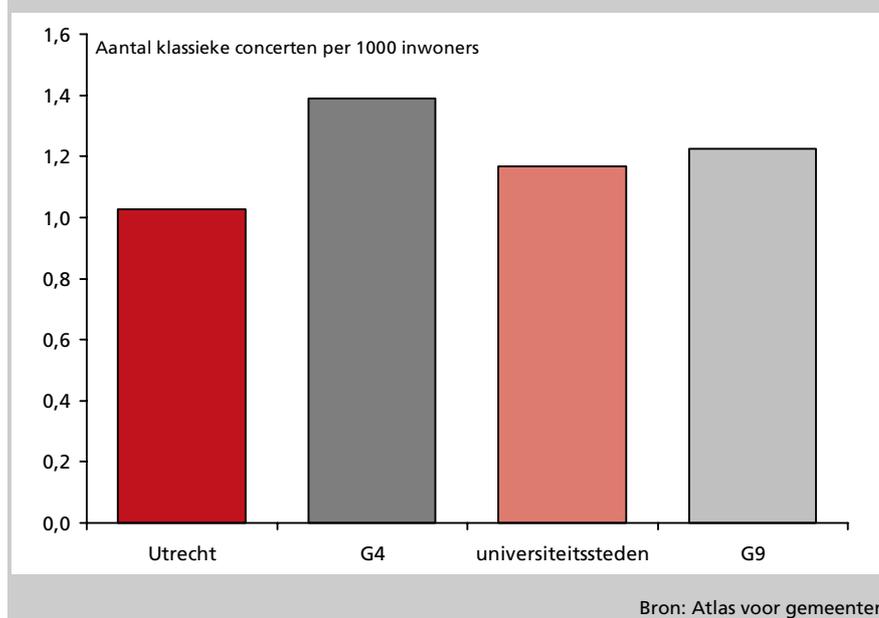
Figuur 3.2 Popmuziek



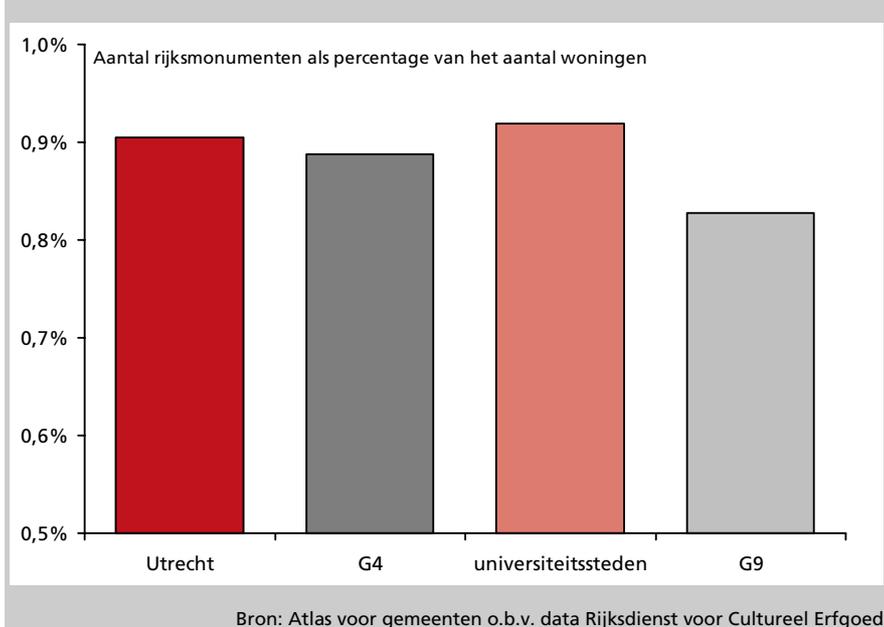
Figuur 3.3 Theatervoorstellingen



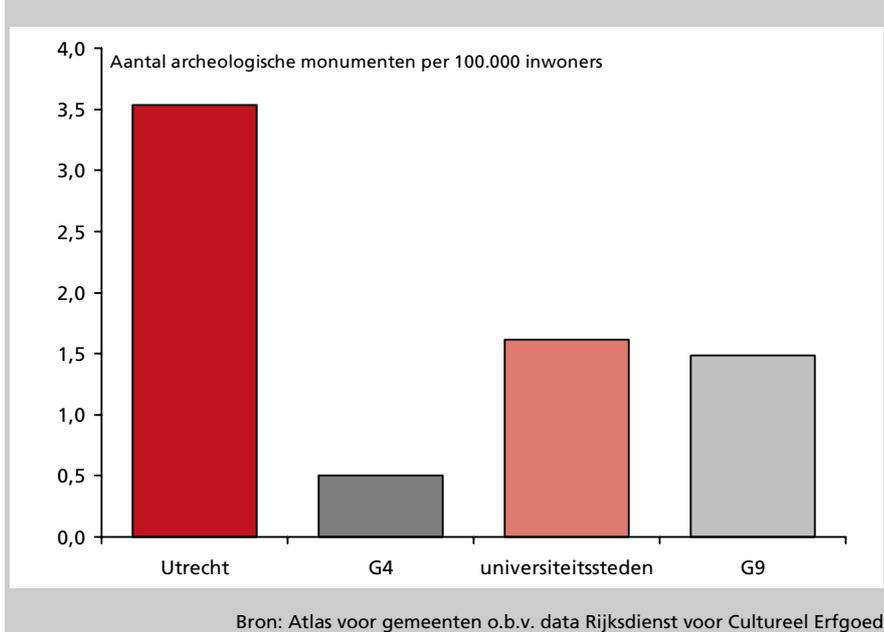
Figuur 3.4 Klassieke muziek



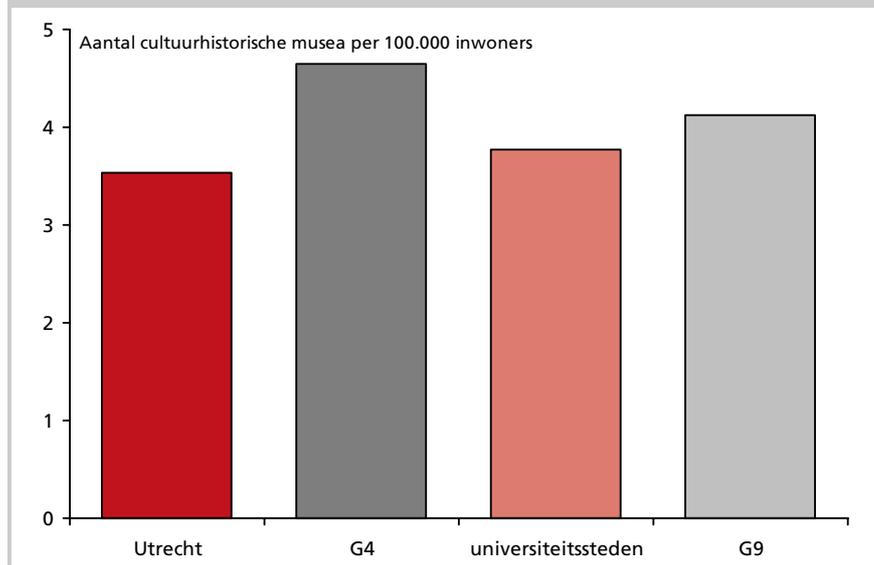
Figuur 3.5 Historische monumenten



Figuur 3.6 Archeologische monumenten

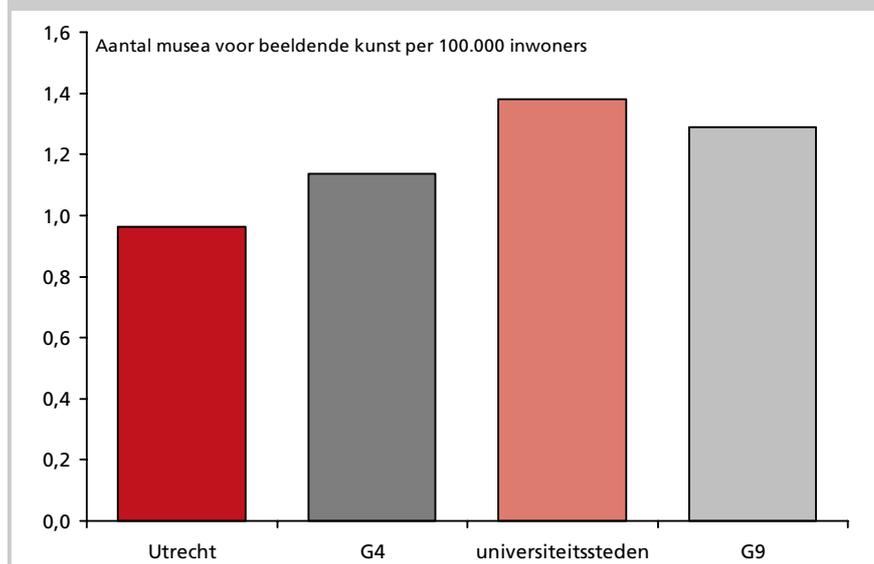


Figuur 3.7 Cultuurhistorische musea



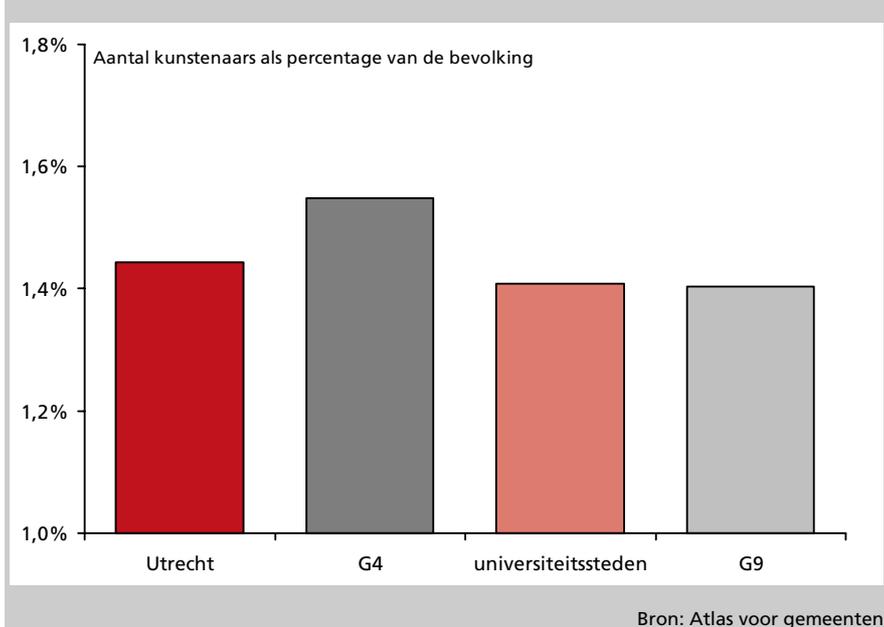
Bron: Atlas voor gemeenten o.b.v. data Nederlandse Museumvereniging

Figuur 3.8 Musea voor beeldende kunst

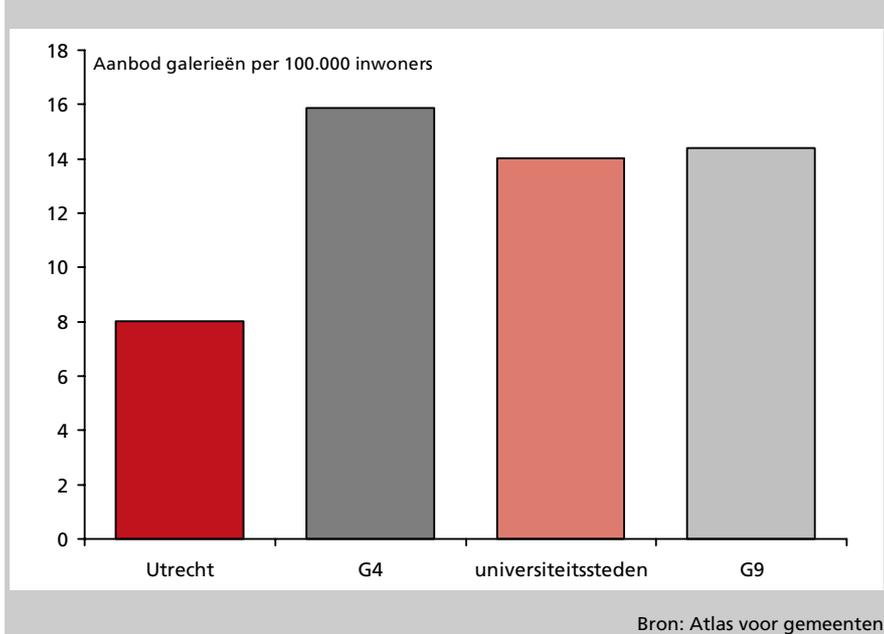


Bron: Atlas voor gemeenten o.b.v. data Nederlandse Museumvereniging

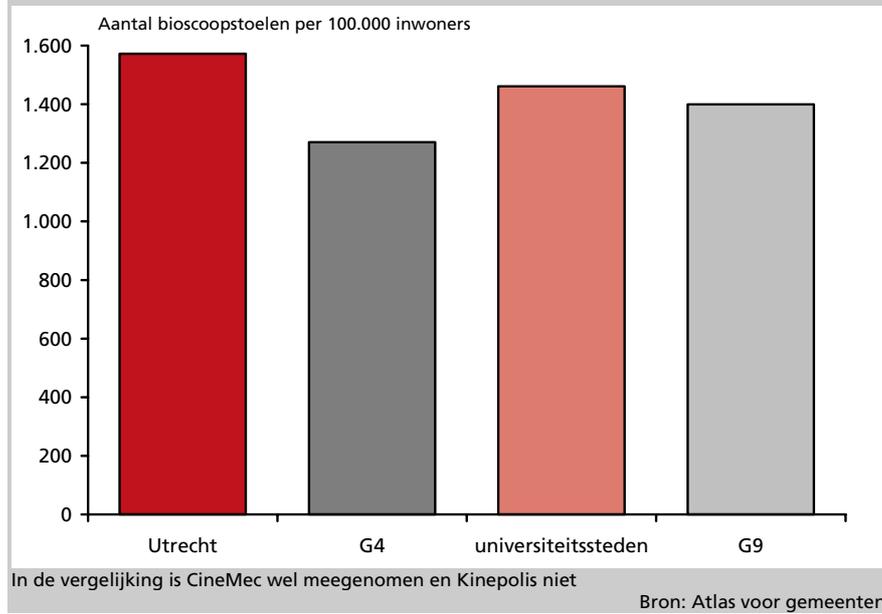
Figuur 3.9 Kunstenaars



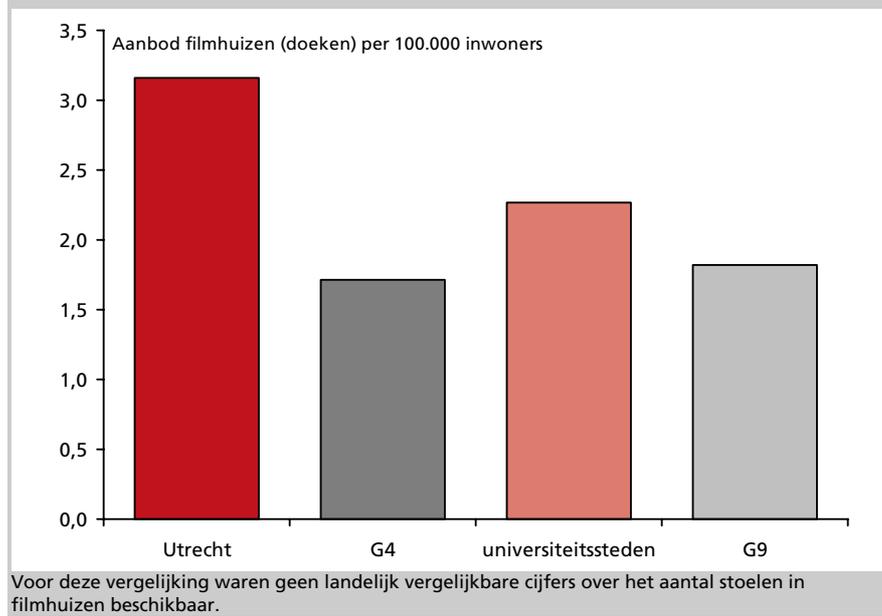
Figuur 3.10 Galerieën



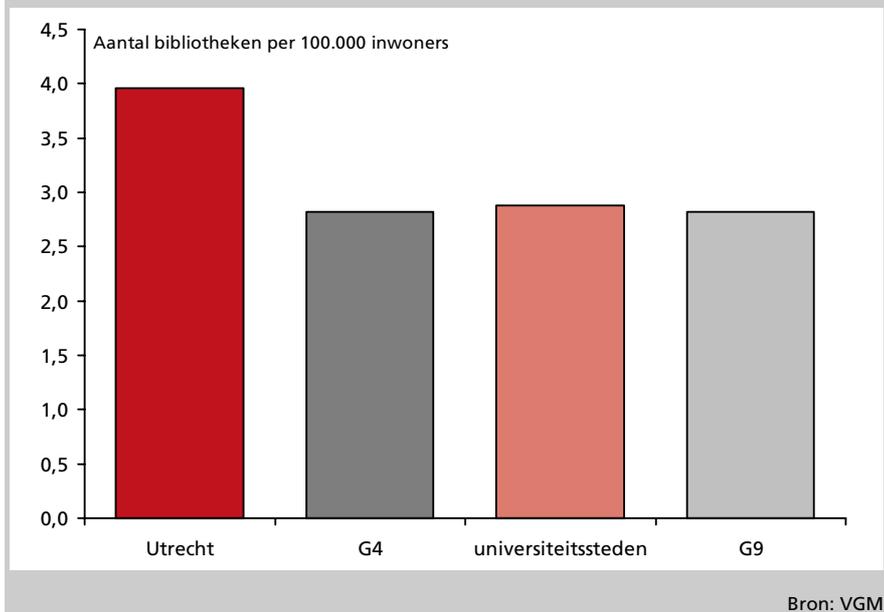
Figuur 3.11 Bioscoopstoelen



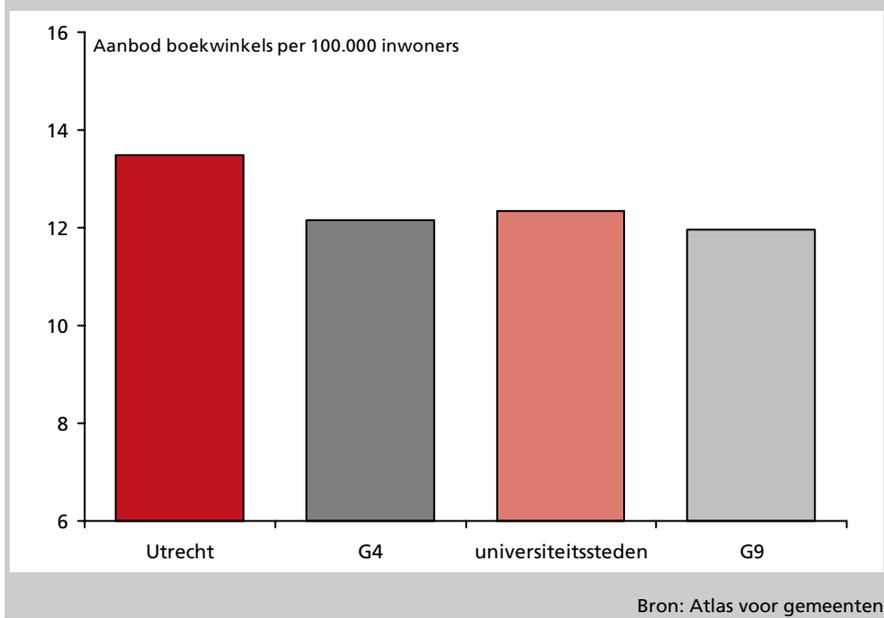
Figuur 3.12 Doeken in filmhuizen



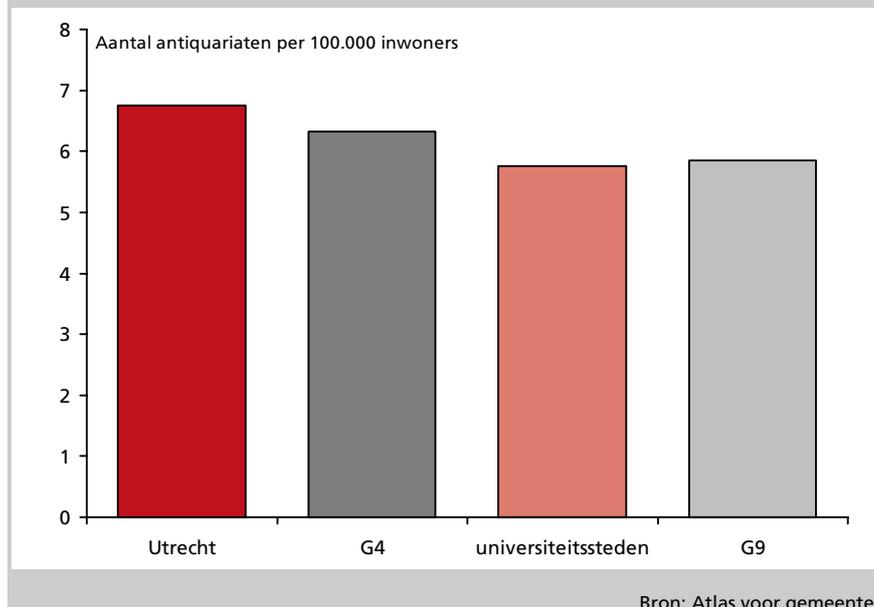
Figuur 3.13 Vestigingen bibliotheken



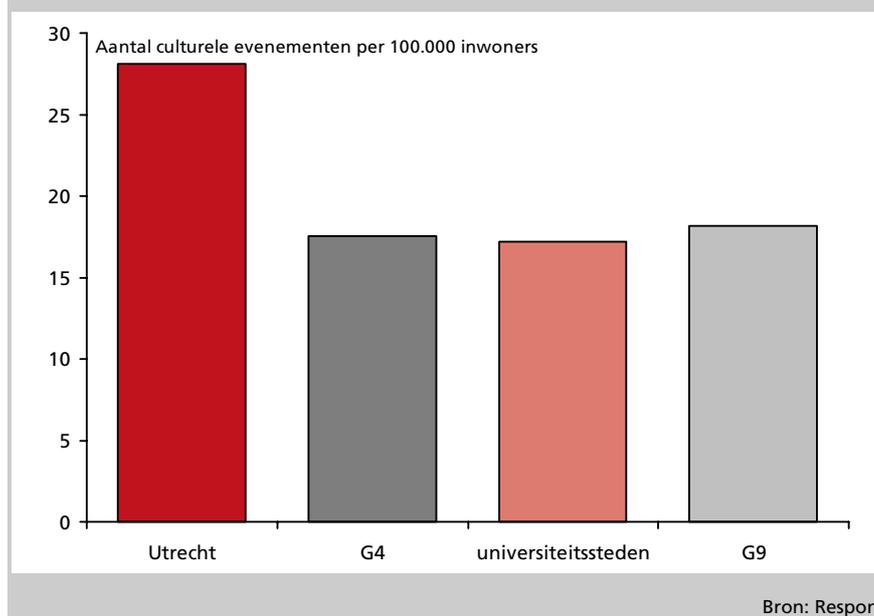
Figuur 3.14 Boekwinkels



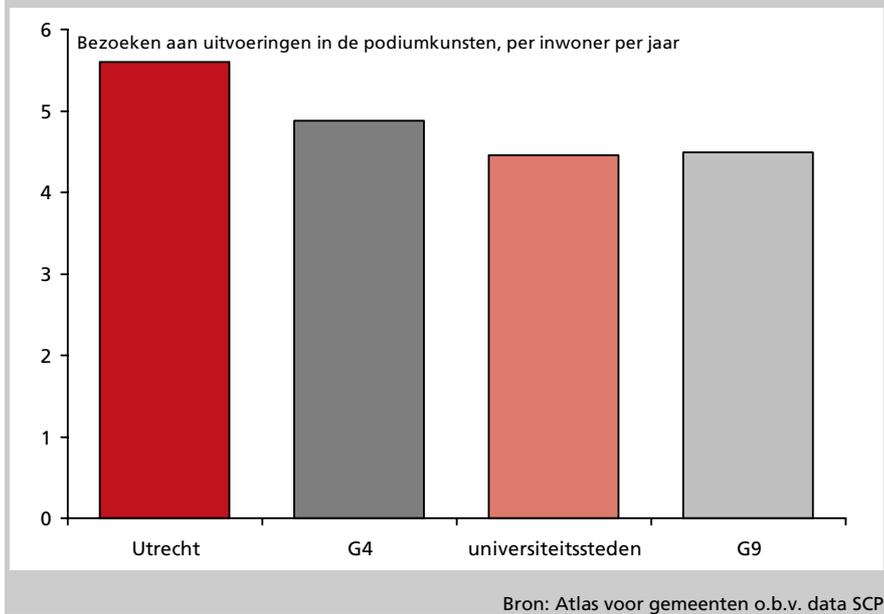
Figuur 3.15 Antiquariaten



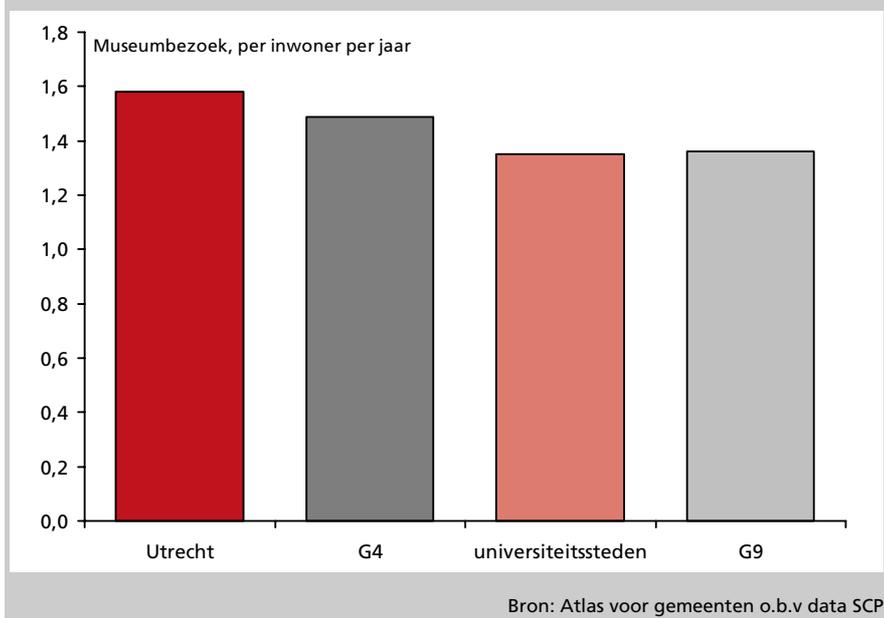
Figuur 3.16 Culturele evenementen



Figuur 3.17 Bezoek aan podiumkunsten



Figuur 3.18 Museumbezoek



4 De aantrekkingskracht van Utrecht

Cultuur speelt over het algemeen een prominente rol in de concurrentiepositie van steden. Steden met een groot en gevarieerd cultureel aanbod zijn over het algemeen ook de populaire woonsteden. Die steden hebben de grootste aantrekkingskracht op verhuizende huishoudens. En bovendien gaat het in die steden ook economisch vaak beter.

In dit hoofdstuk wordt de aantrekkingskracht van de stad Utrecht nader geanalyseerd. Die aantrekkingskracht wordt vergeleken met andere steden in Nederland. Onderzocht wordt welke factoren de relatieve aantrekkingskracht van Utrecht ten opzichte van die andere steden verklaren, en welke rol het culturele aanbod daarin speelt. Daarmee wordt de vraag beantwoord wat het belang van cultuur is voor de aantrekkingskracht van Utrecht. Vervolgens wordt ook het indirecte belang van cultuur voor het vestigingsklimaat en de economische vitaliteit van de stad geanalyseerd. Allereerst wordt het model dat daarbij is gebruikt geïntroduceerd.

4.1 Wat verklaart de aantrekkingskracht van steden?

Om verschillen in aantrekkingskracht tussen Nederlandse steden te onderzoeken is een zogenoemde hedonische prijsanalyse uitgevoerd. Met die methode wordt gekeken naar verschillen in huizenprijzen omdat die een goede graadmeter zijn voor verschillen in aantrekkingskracht tussen woonlocaties (op 4-positie-postcodeniveau). Met een regressieanalyse is vervolgens achterhaald welke factoren die verschillen verklaren.

Daarmee wordt niet alleen duidelijk welke factoren (statistisch significant) verantwoordelijk zijn voor de verschillen in aantrekkingskracht tussen woonlocaties, maar ook wat de bereidheid van mensen is om voor die factoren – zoals (culturele) voorzieningen – te betalen (*Willingness To Pay*, WTP). Daarmee vormt dit hedonische prijsmodel tevens een onmisbare ingrediënt voor een berekening van de maatschappelijke baten van cultuur in hoofdstuk 6.

De resultaten uit het statistische onderzoek zijn gepubliceerd in *Regional Studies*,²⁰ in tabel 4.1 zijn de uitkomsten gestileerd weergegeven.

Tabel 4.1 Wat bepaalt de aantrekkingskracht van een stad?²¹

	Figuur 4.1	Statistische samenhang met verschillen in huizenprijzen (op 4-posities- postcodeniveau)
ECONOMIE		
Bereikbaarheid van banen	2	+
Nabijheid treinstation	2	+
WOONOMGEVING		
Woningen		
Aandeel vrijstaande woningen	6	+
Aandeel tweekappers	6	+
Aandeel tussenwoningen	6	-
Aandeel appartementen	6	-
Aandeel sociale huurwoningen	6	-
Voorzieningen		
Nabijheid van het centrum van de stad	5	+
Nabijheid winkels voor dagelijkse boodschappen	5	+
Nabijheid winkels voor mode en luxe	5	+
Nabijheid uitvoeringen podiumkunsten	3	+
Nabijheid musea voor beeldende kunst	3	+
Nabijheid cultuurhistorische musea	3	+
Aantal cafés	5	+
Culinaire kwaliteit	5	+
Historisch erfgoed (aandeel Rijksmonumenten)	4	+
Aanwezigheid universiteit	8	+
Natuur		
Nabijheid Noordzeekust	7	+
Nabijheid natuurgebieden	7	+
Oppervlakte water in de woonomgeving	7	+
OVERLAST EN ONVEILIGHEID		
Overlast en onveiligheid (samengestelde index)	9	-
Geweldsmisdrijven	9	-

Een + betekent dat die factor positief samenhangt met de aantrekkingskracht van een stad.

Een - betekent dat die factor daar negatief mee samenhangt.

Met cijfers is aangegeven bij welke categorie (welk staafje) in figuur 4.1 een bepaalde indicator meetelt.

²⁰ H. Garretsen, G. Marlet, 2016: Amenities and the Attraction of Dutch Cities, in: *Regional Studies*, p. 1-13. Zie ook: G.A. Marlet, 2009: *De aantrekkelijke stad* (VOC Uitgevers, Nijmegen), hoofdstuk 5 en 6.

²¹ Zie voor de bijbehorende coëfficiënten – die tevens dienen als wegingsfactor voor de analyses in dit hoofdstuk: H. Garretsen, G. Marlet, 2016: Amenities and the Attraction of Dutch Cities, in: *Regional Studies*, p. 1-13.

Naast de bereikbaarheid van banen (en de nabijheid van een treinstation) blijkt ook het culturele aanbod in een stad van groot belang te zijn voor de aantrekkingskracht van de stad. Daarbij blijkt het vooral te gaan om het aanbod aan uitvoeringen in de podiumkunsten en om de nabijheid van musea voor beeldende kunst en cultuurhistorische musea. Ook biedt de aanwezigheid van historisch erfgoed, afgemeten aan het aantal Rijksmonumenten, een significante verklaring voor de aantrekkingskracht van een stad.

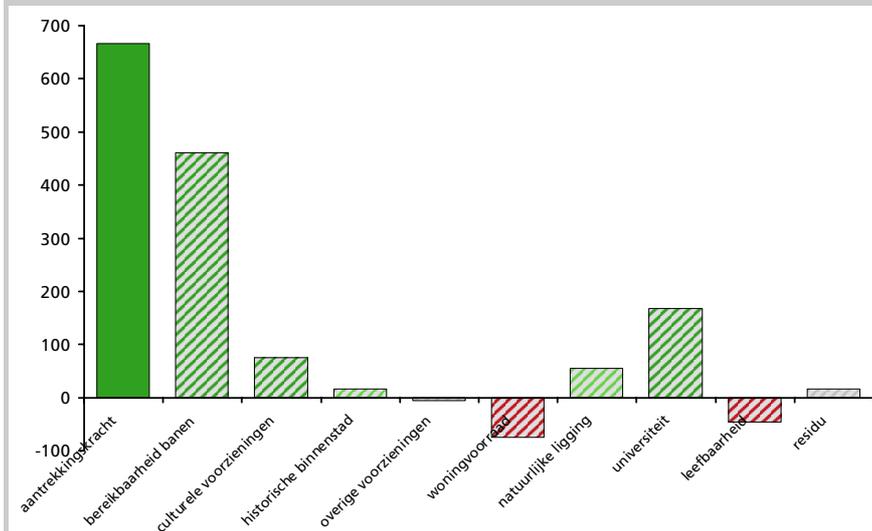
Behalve het culturele aanbod in een stad doen ook andere voorzieningen ertoe bij het verklaren van verschillen in aantrekkingskracht tussen steden. Zo bieden de nabijheid van winkels, het aantal cafés en de culinaire kwaliteit van de restaurants in de stad een significante verklaring. Daarnaast doet ook de ligging van een stad – en daarmee de bereikbaarheid van natuur vanuit de stad – er toe. Van de zogenoemde *disamenities* blijken vooral de indicatoren voor geweld in de stad en overlast en onveiligheid in de directe woonomgeving een negatieve invloed te hebben op de aantrekkingskracht van een stad.

4.2 Wat verklaart de aantrekkingskracht van Utrecht?

De in tabel 4.1 getoonde indicatoren zijn gemiddeld van invloed op de verschillen in aantrekkingskracht tussen Nederlandse steden. De vraag is welke van die factoren specifiek voor Utrecht van belang zijn bij het verklaren van de bovengemiddelde aantrekkingskracht van de stad. Om daar een uitspraak over te kunnen doen zijn de modeluitkomsten die in de vorige paragraaf werden gepresenteerd vertaald naar de specifieke situatie in Utrecht. De uitkomsten daarvan staan in figuur 4.1.

Het linkerstaafje in figuur 4.1 laat zien dat de aantrekkingskracht van Utrecht op verhuizende huishoudens (afgemeten aan de gemiddelde huizenprijzen) veel groter is dan het gemiddelde van de steden (de 50 grootste gemeenten) in Nederland. De overige staafjes in de grafiek laten zien hoe die relatief grote aantrekkingskracht van Utrecht te verklaren is. Opgestapeld zijn die negen staafjes precies even hoog als het linker staafje in de grafiek.

Figuur 4.1 De relatief grote aantrekkingskracht van Utrecht verklaard



Op de y-as staat de gemiddelde prijs per vierkante meter. De linkerstaaf laat zien in welke mate de prijzen van woningen in Utrecht afwijken van het gemiddelde van de Nederlandse steden (de 50 grootste gemeenten). De overige staafjes laten zien hoe die afwijking te verklaren is. Staafje omhoog: biedt positieve verklaring voor de relatieve aantrekkingskracht van de stad Utrecht. Staafje naar beneden: biedt negatieve verklaring voor de relatieve aantrekkingskracht van de stad Utrecht. Zie tabel 4.1 voor de indicatoren die bij de verschillende categorieën/staafjes zijn meegeteld.

Uit figuur 4.1 blijkt dat vooral de gunstige geografische ligging van Utrecht een positief effect heeft op de aantrekkingskracht van de stad. Door die ligging is er voor de (potentiële) inwoners van Utrecht meer natuur in de buurt en zijn er veel meer banen binnen acceptabele tijd te bereiken dan gemiddeld voor de inwoners van de andere steden in het land. Daardoor zijn ook de carrièrekansen voor de (potentiële) inwoners van Utrecht groter zijn dan gemiddeld.

Behalve de geografie heeft ook de geschiedenis Utrecht een relatief grote aantrekkingskracht opgeleverd. De aanwezigheid van de universiteit en de historische binnenstad in Utrecht leveren een belangrijke bijdrage aan de bovengemiddelde aantrekkingskracht van de stad.

Het culturele aanbod is de vijfde pijler waarop de aantrekkingskracht van Utrecht rust en de enige die met gemeentelijk beleid op substantiële wijze te beïnvloeden is.²²

Op de overige stedelijke voorzieningen scoort Utrecht benedengemiddeld. Dat geldt ook voor de woningvoorraad en de leefbaarheid in Utrecht. In zijn totaliteit verklaart het totale model de relatieve aantrekkingskracht van Utrecht goed; het onverklaarde deel (het zogenoemde residu; het laatste staafje in figuur 4.1) ligt maar net boven nul.

De conclusie uit dit deel van de analyse is dat Utrecht haar bovengemiddelde aantrekkingskracht vooral te danken heeft aan factoren die buiten de invloedssfeer van de stad liggen; de gunstige ligging ten opzichte van grote concentraties banen en natuurgebieden. Daarnaast vormen ook de universiteit, de historische binnenstad én het culturele aanbod in de stad belangrijke fundamenten onder de relatief grote aantrekkingskracht van de stad Utrecht.

In hoofdstuk 6 en verder wordt berekend wat dat de stad jaarlijks oplevert. Maar in de volgende paragraaf wordt allereerst geanalyseerd hoe de relatief grote aantrekkingskracht van de stad Utrecht zich vertaalt in een gunstig vestigingsklimaat voor bedrijven en extra werkgelegenheid.

4.3 Van aantrekkingskracht naar economische vitaliteit

Figuur 2.2 in hoofdstuk 2 liet zien dat steden met een grote creatieve klasse ook meer werkgelegenheids groei kennen. En steden met een groot en gevarieerd cultureel aanbod hebben een relatief grote aantrekkingskracht op creatieve, hoogopgeleide mensen (zie figuur 2.1). Dat effect van cultuur op werkgelegenheids groei is dus indirect en loopt van het culturele aanbod naar de voorraad *human capital* in de stad (het aantal mensen dat deel uitmaakt van de creatieve klasse, als percentage van de beroepsbevolking) en vervolgens naar werkgelegenheids groei. Sinds het beroemde boek van Richard Florida²³

²² Er zijn natuurlijk voorbeelden van steden die hun historische binnenstad hebben zien verdwijnen of verpauperen, of die juist hebben opgeknapt, en met investeringen in bereikbaarheid zijn ook de voor- en nadelen van geografische ligging te beïnvloeden; maar beide – monumentenzorg en grote infrastructurele projecten – zijn hoofdzakelijk Rijksbeleid.

²³ R. Florida, 2002: *The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life* (Basic Books, New York).

is er veel geschreven over het vermeende belang van creatieve mensen (en bedrijven) in de stad. Er is weliswaar veel scepsis over de *creative capital* theorie,²⁴ maar empirisch is voor Nederland het belang van creatieve mensen in de stad wel aangetoond.²⁵

Een deel van de relatie tussen *human capital* en werkgelegenheidsgroei loopt van creatieve mensen naar creatieve bedrijven; waar veel creatieve mensen wonen worden veel creatieve bedrijven gestart, of vestigen zich bestaande creatieve bedrijven. En veel creatieve bedrijven in de stad kunnen op hun beurt weer voor *spillover*-effecten zorgen, en zo de werkgelegenheid in andere sectoren stimuleren.²⁶

Een ander deel van de relatie loopt van *human capital* naar werkgelegenheidsgroei in andere dan de creatieve sectoren. Aan het verband tussen de hoogopgeleide, creatieve bevolking in de stad (*human capital*) en de groei van de werkgelegenheid in die sectoren liggen vier mechanismen ten grondslag:

1. Mensen met meer kennis en vaardigheden zijn productiever, waardoor bedrijven daar 'goedkoper kunnen produceren', zich in de buurt van die hoogopgeleide, creatieve mensen vestigen, en de werkgelegenheid daar zal toenemen.²⁷
2. Hoogopgeleiden geven meer geld uit in de plaatselijke horeca, detailhandel en theaters waarmee ze de werkgelegenheid bevorderen, vooral de laagopgeleide werkgelegenheid (*trickle down*).²⁸
3. Mensen met een hogere opleiding zijn eerder geneigd vanuit hun woonhuis een eigen bedrijf te starten en door te groeien in de stad waar ze hun bedrijf begonnen zijn (waarmee ze in die stad dus werkgelegenheid creëren).²⁹

²⁴ E.L. Glaeser, 2004: Review of Richard Florida's *The rise of the creative class*.

²⁵ G.A. Marlet, C.M.C.M. van Woerkens, 2007: *The Dutch Creative class and how it fosters urban employment growth*, in: *Urban Studies*, 44, 13, pp. 2605-2626.

²⁶ E. Stam, J. de Jong, G. Marlet, 2008: *Creative industries in the Netherlands: structure, development, innovativeness and effects on urban growth*, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 90 (2): 119-132.

²⁷ E.L. Glaeser, J. Scheinkman, A. Schleifer, 1995: *Economic growth in a cross-section of cities*, in: *Journal of monetary economics*, 36, pp. 117-143.

²⁸ P. Aghion, P. Bolton, 1997: *A theory of trickle-down growth and development*, in: *The Review of Economic Studies*, 64, pp. 151-172.

²⁹ R.R. Nelson, S.G. Winter, 1982: *An evolutionary theory of economic performance* (Cambridge University Press, Cambridge).

4. Steden met veel hoogopgeleiden passen zich beter aan nieuwe economische omstandigheden aan, zoals een economische recessie, omdat hoogopgeleiden creatiever zijn in het zoeken naar alternatieven.³⁰

Op basis van de regressiemodellen die ten grondslag lagen aan de figuren 2.1 en 2.2 is het mogelijk om een globale inschatting te maken van de structurele werkgelegenheidseffecten die – indirect, op basis van de hierboven beschreven mechanismen – van het culturele aanbod in Utrecht uitgaan. Dat is overigens alleen mogelijk voor de podiumkunsten omdat die culturele sector de enige is waarvoor dat mechanisme op dit moment overtuigend is aangetoond en bovendien is die inschatting inmiddels behoorlijk verouderd (zie ook de kadertekst).

De werkgelegenheidseffecten van kunst en cultuur

Over het wel of niet meetellen van werkgelegenheidseffecten in een MKBA is al lange tijd een wetenschappelijk debat gaande. Omdat er in deze eerste fase van de MKBA voor is gekozen om steeds conservatieve aannames en voorzichtige inschattingen te maken zijn de werkgelegenheidseffecten niet als welvaartseffecten ingeboekt; met uitzondering van de effecten die via de bestedingen van de toeristen die op het culturele aanbod in Utrecht afkomen lopen. Er zijn argumenten om dat uiteindelijk wel te doen, maar daar is dan wel eerst aanvullend onderzoek voor nodig. Allereerst dient een onderbouwde aanname worden gedaan over het deel van de werkgelegenheidseffecten dat daarbij mag worden ingeboekt,³¹ en bovendien dienen de indirecte werkgelegenheidseffecten voor alle culturele sectoren – en niet alleen voor de podiumkunsten zoals in deze paragraaf gebeurt – met actuele gegevens te worden ingeschat.

De coëfficiënt voor de relatie tussen het aantal uitvoeringen per duizend inwoners in de podiumkunsten in een stad en de omvang van de creatieve klasse is 0,0099.³² In Utrecht waren er in 2005 ongeveer 10,7 uitvoeringen in de podiumkunsten per 1000 inwoners (per jaar). Als gevolg van dat aanbod podiumkunsten behoorde in Utrecht ongeveer 10,6% (10,7 maal 0,0099) van de beroepsbevolking extra tot de creatieve klasse dan wanneer er geen cultuur in de stad zou zijn. De totale beroepsbevolking in Utrecht bestond in 2005 uit ruim 136.000 personen. Dat betekent dat bijna 14.400 'leden' van

³⁰ E.L. Glaeser, 2005: Reinventing Boston: 1630-2003, in: Journal of Economic Geography, 5, 2, p. 119-153.

³¹ Zie voor een eerste aanzet daartoe: C. Koopmans, G. Marlet, R. Ponds, J. Poort., 2014: De baten van de Monumentenzorg (Atlas voor gemeenten/SEO, Utrecht/Amsterdam).

³² G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers Nijmegen), p.320.

de creatieve klasse in Utrecht daar niet hadden gewoond als er geen culturele instellingen zouden zijn. Daarmee zou het aandeel creatieve klasse onder de beroepsbevolking in Utrecht niet circa 35% maar circa 25% zijn geweest. Dat lijkt een forse afname, maar in een stad met relatief weinig cultureel aanbod zoals Almere behoorde in 2010 minder dan twintig procent tot de creatieve klasse en in Emmen slechts tien procent.³³

De coëfficiënt voor de relatie tussen de omvang van de creatieve klasse en de werkgelegenheidsgroei over tien jaar was 0,69.³⁴ Dat betekent dat Utrecht in tien jaar tijd (tussen 2015 en 2005) naar verwachting 7,3% (10,6% maal 0,69) meer werkgelegenheidsgroei heeft gekend als gevolg van de aanwezige voorraad *human capital* die het gevolg is van het culturele aanbod in de stad. Op basis van een totaal aantal banen in 2005 van ruim 200.000 betekent dit een toename van ruim 14.800 banen. De totale banengroei over die periode bedroeg 49.000. Dat zou betekenen dat bijna een derde deel van de banengroei in Utrecht indirect het gevolg is geweest van het culturele aanbod in de stad. Ofwel: dat deel van de banengroei had niet plaatsgevonden als de stad geen cultureel aanbod had gehad.

Behalve de indirecte werkgelegenheidseffecten via het effect op *human capital* in andere sectoren is de culturele sector zelf ook een belangrijke werkgever voor de stad. Met de culturele sector in de stad Utrecht zijn ruim 5200 banen gemoeid (zie figuur 4.2).³⁵ Dat is ongeveer 2,1% van de totale werkgelegenheid in de stad. Tussen 2005 en 2015 bestond de groei van de werkgelegenheid in de culturele sector uit ruim 2.400 banen. Het is aannemelijk dat deze groei voor een belangrijk deel in de indirecte groei van de werkgelegenheid zit die hierboven werd berekend. Een optelling van beide werkgelegenheidseffecten – wat zou leiden tot een totaal van 20.000 (14.800 + 5200) banen die aan de culturele sector kan worden toegeschreven – is dan ook deels een dubbel telling. Dat totale aantal zal in werkelijkheid ergens tussen de 5000 en 20.000 banen liggen.

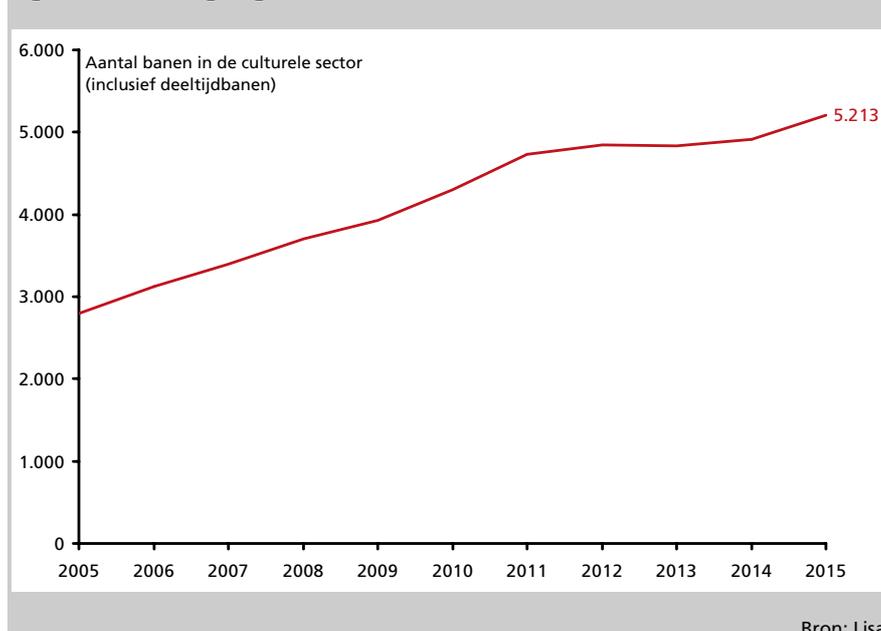
³³ G.A. Marlet, C.M.C.M. van Woerkens, 2011: Atlas voor gemeenten 2011, Thema Cultuur (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

³⁴ G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers Nijmegen), p.146.

³⁵ Bron: Lisa. Dat is inclusief deeltijdbanen, dus ook een toename van het aandeel deeltijdwerk kan volgens deze statistiek tot een toename van het aantal banen leiden. Dat is dus niet per se hetzelfde als een toename van het aantal fte. De banen in de volgende subsectoren zijn meegeteld: Dienstverlening voor uitvoerende kunst, Schrijven en overige scheppende kunst, Beoefening van podiumkunst, Producenten van podiumkunst, Theaters en schouwburgen, Evenementenhallen, Monumentenzorg, Kunstuitleningcentra, Overige culturele uitleencentra en openbare archieven, Musea, Kunstgalerieën en –expositieruimten, Openbare bibliotheken.

Als de culturele sector er niet zou zijn, kost dat Utrecht vanzelfsprekend weer een deel van die banen. Dat zal – net als bij de sluiting van een fabriek – tijdelijk tot extra werkloosheid en verlies van productiviteit leiden. Maar economen gaan ervan uit dat de economie op termijn haar evenwicht hervindt, en iedereen elders (in een andere sector of elders in het land) weer aan het werk komt, of zich anderszins ten dienste stelt van de maatschappij. Daarom mag het werkgelegenheidseffect dat direct of indirect van de culturele sector uitgaat niet (volledig) als economisch (welvaarts)effect aan de culturele sector in Utrecht worden toegerekend. Alleen als mensen zonder die culturele sector, en de werkgelegenheidseffecten die daarvan uitgaan, structureel werkloos zouden zijn, én niet productief zouden zijn als vrijwilliger of in het informele circuit, is er sprake van een welvaartseffect dat aan de culturele sector mag worden toegeschreven.

Figuur 4.2 Werkgelegenheid in de culturele sectoren in Utrecht



In het volgende hoofdstuk wordt verder op die welvaartseffecten van cultuur ingegaan. Daaruit volgt dat vooralsnog alleen de extra banen die het gevolg zijn van de bezoekers aan de culturele evenementen in de stad meetellen in deze MKBA (zie ook de kadertekst eerder in dit hoofdstuk).

5 De vijf maatschappelijke waarden van cultuur

In de vorige hoofdstukken werd het culturele aanbod in Utrecht in kaart gebracht en vergeleken met dat in andere steden (hoofdstuk 3). Ook werd het effect daarvan op de aantrekkingskracht van de stad Utrecht geanalyseerd (hoofdstuk 4). In de rest van dit rapport wordt de maatschappelijke waarde daarvan, en de resulterende welvaartseffecten, berekend. Daarbij wordt een breed welvaartsbegrip gehanteerd, zoals gangbaar is in maatschappelijke kosten-batenanalyses (MKBA) en in de beleidseconomie. Het gaat dan niet alleen om financiële baten zoals de toegevoegde waarde op de bestedingen van toeristen die op de culturele instelling in Utrecht afkomen, maar (vooral) ook om het genot dat de bewoners van de stad aan het culturele aanbod ontleen en de ‘zachte’ sociale effecten die daarvan uitgaan.

Bij het berekenen van de maatschappelijke waarde en de welvaartseffecten van cultuur voor een stad is het van belang alleen die effecten mee te nemen die niet zouden optreden als er geen cultuur zou zijn. Want anders is er sprake van een *overschatting* van het maatschappelijke belang van cultuur. Bovendien is het van belang om *alle* maatschappelijke waarden en welvaartseffecten van cultuur mee te nemen, en niet alleen de zuiver economische waarden. Want anders is er sprake van een (forse) *onderschatting*. Veel studies die de maatschappelijke impact van cultuur berekenen, beperken zich tot de economische effecten van cultuur. Als de feitelijke welvaartswinst van culturele evenementen voor een stad wordt berekend blijkt steeds weer dat de financiële baten maar een relatief klein deel van de totale maatschappelijke baten van kunst en cultuur zijn.

De maatschappelijke waarde van het culturele aanbod voor een stad begint bij het feit dat mensen van cultuur genieten, en daardoor graag culturele instellingen en evenementen bezoeken. Om die reden willen mensen – en in hun kielzog bedrijven – in een stad met een groot en gevarieerd cultureel aanbod wonen. Alle maatschappelijke effecten die gevolgen hebben voor de welvaart van consumenten (consumentensurplus) en bedrijven (producentensurplus) leveren de stad een maatschappelijke baat op, en moeten bij een MKBA in kaart worden gebracht. Het gaat dus niet alleen om financiële baten die als klinkende munt meetellen in het bruto stedelijk product. Voor een deel van de effecten zal dat wel het geval zijn, bijvoorbeeld de winst op de toeristische bestedingen die zijn toe te rekenen

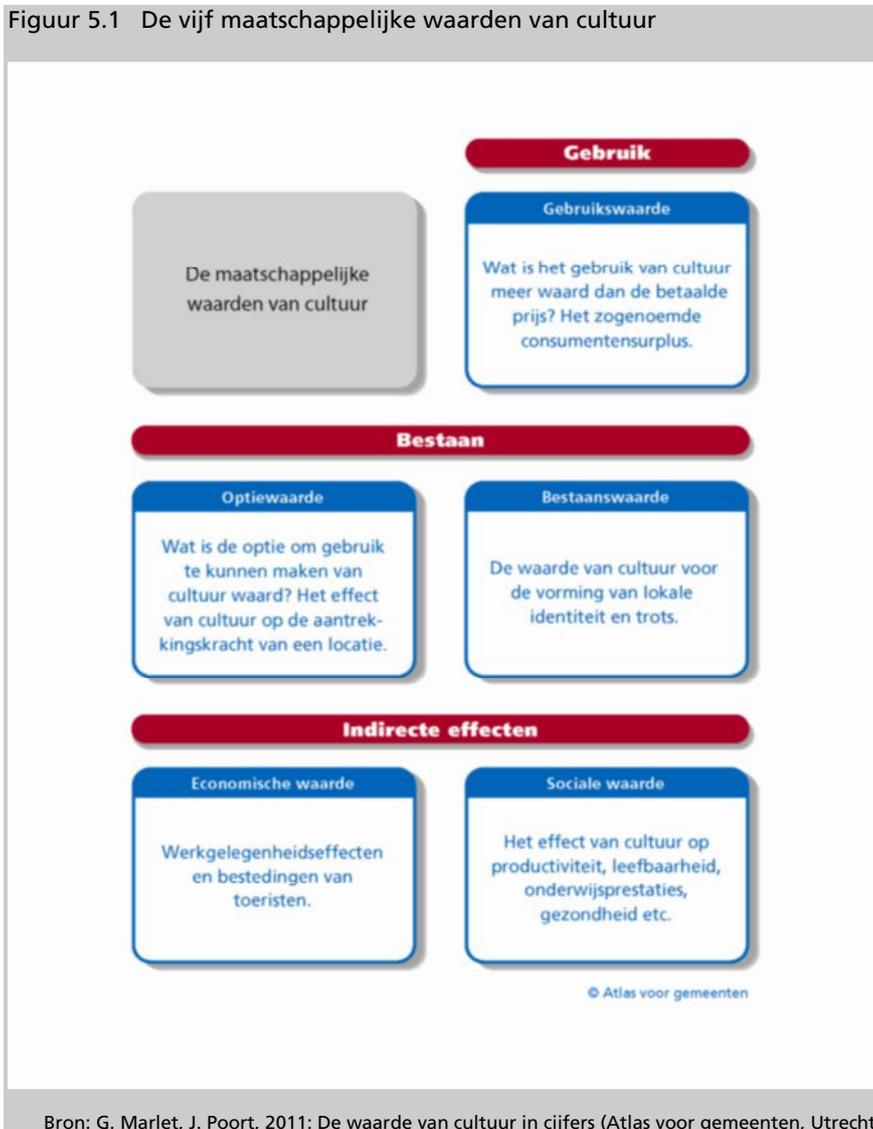
aan cultuur (producentensurplus). Voor een ander deel, bijvoorbeeld het genot dat consumenten ontleen aan een theaterbezoek (het consumentensurplus), is dat niet het geval.

In een eerdere studie naar de maatschappelijke waarde van kunst en cultuur zijn vijf (categorieën van) maatschappelijke waarden van kunst en cultuur onderscheiden; de gebruikswaarde, de optiewaarde, de bestaanswaarde, de economische waarde en de sociale waarde.³⁶ Die categorieën vormen de basis voor de welvaarteffecten van het culturele aanbod in Utrecht, die in het volgende hoofdstuk worden berekend, en zijn schematisch weergegeven in figuur 5.1.

Allereerst is er de **gebruikswaarde**. Mensen hebben het ervoor over om een kaartje te kopen voor een optreden of bezichtiging, een reis af te leggen en een bepaalde tijd te verblijven. Die kosten voor reis en verblijf weerspiegelen een deel van de waarde die mensen aan het culturele aanbod hechten. De meeste mensen hebben namelijk meer voor het optreden of de bezichtiging over dan het ze feitelijk kost. Het verschil is het consumentensurplus; de eerste maatschappelijke waarde van het culturele aanbod in Utrecht. De welvaartswinst daarvan voor de stad is het verschil tussen het consumentensurplus dat met het bezoeken van een culturele activiteit gepaard gaat, en het consumentensurplus van een alternatieve activiteit die een persoon had ondernomen als er geen cultuur was geweest. Vanuit het perspectief van Utrecht mag alleen de gebruikswaarde van de inwoners van de stad Utrecht worden meegeteld. De gebruikswaarde van de bezoekers die elders uit het land komen wordt in de MKBA als welvaartswinst voor de rest van Nederland beschouwd.

³⁶ G. Marlet, J. Poort, 2011: De waarde van cultuur in cijfers (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

Figuur 5.1 De vijf maatschappelijke waarden van cultuur



Ook de mogelijkheid om cultuur te bezoeken, los van de vraag of dat bezoek ook echt plaatsvindt, heeft een waarde. Mensen die graag naar een culturele uiting gaan, zorgen ervoor dat ze in de buurt van culturele instellingen wonen. Mensen (en bedrijven) blijken bereid te zijn om een hogere prijs te betalen voor een locatie in een stad of wijk met veel cultureel aanbod. Op die manier waarderen ze (met hun bereidheid om te betalen

voor zo'n locatie – de WTP) de aanwezigheid van cultuur in hun woonomgeving en anticiperen ze op de positieve effecten die van cultuur(deelname) uitgaan. Die zogenoemde **optiewaarde** van kunst en cultuur slaat neer in de waarde van grond op dergelijke (woon)locaties. Die (residuele) grondwaarde levert een inschatting op van de optiewaarde van het culturele aanbod in Utrecht, en wordt berekend met het hedonische prijsmodel dat in het vorige hoofdstuk werd geïntroduceerd. Voor Utrecht telt alleen de optiewaarde van de inwoners van die stad mee. Een deel van die optiewaarde van het culturele aanbod van Utrecht slaat echter neer in de rest van de regio, omdat ook de inwoners van de omliggende gemeenten baat hebben bij de nabijheid van cultuur in Utrecht.

Daarnaast vertegenwoordigt de simpele aanwezigheid van cultuur in Utrecht al een waarde, los van gebruik of (woon)gedrag. Dat is de zogenoemde **bestaanswaarde** van kunst en cultuur, die ontstaat doordat bijvoorbeeld de collecties van de lokale musea kunnen bijdragen aan de lokale identiteit en trots. Bij de berekening van deze bestaanswaarde is het van groot belang om dat deel van deze additionele waarde te berekenen dat niet al in de gebruiks- en optiewaarde is meegerekend. Als mensen bijvoorbeeld trots zijn op de collectie van het Centraal Museum of Museum Catharijneconvent, en daar identiteit aan ontlend, ligt het immers voor de hand dat ze die musea ook gaan bezoeken om de collectie met eigen ogen te aanschouwen. Ook ligt het voor de hand dat die musea in dat geval een rol spelen bij hun besluit om in Utrecht te gaan en blijven wonen. In die gevallen wordt (een deel van) de bestaanswaarde van de Utrechtse musea meegerekend bij de gebruikswaarde en de optiewaarde. Het is vervolgens niet eenvoudig om de additionele bestaanswaarde geïsoleerd te berekenen. Dat kan alleen met een geavanceerde *survey* (zie kader). Die maakt nog geen onderdeel uit van deze eerste fase van de MKBA van het culturele aanbod in Utrecht, maar zal in de tweede fase prioriteit krijgen.

Het berekenen van de additionele bestaanswaarde van musea

Het gaat hierbij om de bestaanswaarde van musea, bovenop de gebruikswaarde en de optiewaarde. De kernvraag daarbij is wat de extra maatschappelijke waarde is van het (in publieke handen hebben en houden van) de collectie van musea. Die waarde wordt achterhaald met een geavanceerde enquête. Daarvoor wordt aangesloten bij de methode die is gebruikt in Fins onderzoek.³⁷ Daarin is voor een Fins museum op basis van een enquête met de zogenoemde CV-methode uitgezocht wat de gemiddelde bereidheid om te betalen voor het in stand houden van dat museum was. Die bereidheid om te betalen bleek hoger te liggen dan de feitelijke bijdrage van de (lokale) belastingbetaler aan dat museum, en veel hoger dan wat aan de kassa van dat museum aan kaartjes wordt verkocht. Dat resultaat bewijst allereerst het bestaan van een gebruiks- en optiewaarde. Echter, van mensen die in die enquête aangaven nooit naar het museum te gaan, was de helft bereid te betalen voor het in stand houden van dat museum. Van dat resultaat is de 'bestaanswaarde' van dat museum af te leiden. Het probleem van deze enquête was echter dat alleen mensen werden geënquêteerd in de stad waar het museum zich bevindt, zonder daarbij rekening te houden met de afstand tussen de woonplek en de locatie van het museum. Daardoor kan de uitkomst ook nog (deels) een uitdrukking zijn van de optiewaarde. Het is immers denkbaar dat iemand nooit een museum bezoekt, maar wel waarde hecht aan de mogelijkheid om dat museum ooit te bezoeken, en er dus in zijn woonplaatskeuze rekening mee heeft gehouden. Als ook mensen van buiten de stad waar het museum zich bevindt waren geënquêteerd, of als rekening was gehouden met de woonlocatie van de geënquêteerde ten opzichte van het betreffende museum, dan was (een deel van) de bereidheid om te betalen van de niet-bezoekers onder de geënquêteerden eenvoudiger als bestaanswaarde te interpreteren. Daarmee zal bij het ontwerp van de enquête voor het achterhalen van de bestaanswaarde van de Utrechtse musea rekening worden gehouden.

Het culturele aanbod in Utrecht heeft zoals gezegd ook een *economische waarde*. Die waarde bestaat allereerst uit de bestedingen van toeristen die de stad bijvoorbeeld vanwege een museum bezoeken. Hierbij wordt zowel naar buitenlandse toeristen als naar Nederlandse bezoekers uit andere gemeenten gekeken. Nederlandse bezoekers van buiten de stad Utrecht zorgen met hun bestedingen voor extra economische waarde voor de stad Utrecht.³⁸ Dat gaat echter ten koste van de rest van Nederland, omdat mensen die Utrecht bezoeken vanwege het culturele aanbod anders elders iets anders hadden gedaan. Vanuit het perspectief van Nederland is het saldo dan nul; het gaat immers alleen om verplaatsing van bestedingen die anders op een andere plek waren gedaan. Vanuit het perspectief van de stad is dit wel een baat van cultuur.

³⁷ T. Tohmo, 2004: Economic value of a local museum: Factors of willingness-to-pay, Journal of Socio-Economics, 33, pp. 229-240.

³⁸ Naast positieve effecten kunnen er ook negatieve effecten van toeristen op de leefbaarheid uitgaan – zie hiervoor bijvoorbeeld: M. de Baerdemaeker, F. Vastmans, B. Vandekerckhove, 2012: De sociaal-economische impact van het onroerend erfgoed (beleid) in Vlaanderen (Centrum voor Economische Studië, KU, Leuven).

Daarnaast gaan van de culturele sector werkgelegenheidseffecten uit (zie het vorige hoofdstuk). Behalve de indirecte werkgelegenheidseffecten via het effect op *human capital* in andere sectoren is de culturele sector zelf ook een belangrijke werkgever voor de stad. Zoals aangegeven in paragraaf 4.3 mogen deze banen niet worden meegerekend in een maatschappelijke effectenstudie (zie ook de kadertekst in die paragraaf). Het uitgangspunt daarbij is dat als die banen er niet zouden zijn geweest, mensen elders in het land aan het werk zouden komen, of in Utrecht in een andere sector. Hiervoor zijn twee redenen.

1. Inwoners van de stad Utrecht zouden in de hypothetische situatie dat er geen cultuur zou zijn iets anders in hun vrije tijd doen (bijvoorbeeld extra naar een restaurant gaan). Deze bestedingen zouden dan ook voor extra vraag naar arbeid hebben gezorgd, waardoor bijvoorbeeld de cateringmedewerker van de Stadsschouwburg Utrecht in dit geval in een restaurant zou hebben gewerkt.
2. Het deel van de banen dat bezet wordt door hoger opgeleiden en dat wegvalt mag niet tot de welvaartseffecten worden gerekend. Deze mensen zijn onder andere in Utrecht komen wonen en werken als gevolg van de aanwezige culturele voorzieningen. Als deze er niet zouden zijn (geweest) zouden ze (deels) elders hebben gewoond en niet werkloos zijn geweest in Utrecht. Door het wegvallen van culturele voorzieningen zou er uiteraard wel welvaartsverlies zijn die loopt via een lagere aantrekkingskracht van de stad en daarmee een kleinere voorraad *human capital*. De banen van die aantrekkingskracht worden echter al gemonetariseerd in de optiewaarde en zijn hier niet additioneel.

Tot slot heeft cultuur een **sociale waarde**. Zo zullen de culturele instellingen in de stad mogelijk bijdragen aan de cultuureducatie op scholen en daarbuiten. En de centra voor cultuureducatie en de wijkcultuurcentra zijn puur gericht op cultuurdeelname en dus de sociale waarde van kunst en cultuur. Op die manier zorgt cultuur mogelijk voor betere onderwijsprestaties en een hogere productiviteit onder de bevolking, en voor een betere gezondheid en minder leefbaarheidsproblemen in de wijken van de stad. Het berekenen van deze sociale waarden is echter niet eenvoudig en is vooralsnog achterwege gelaten. In fase 2 van deze MKBA

heeft het berekenen van de (sociale) waarde van cultuureducatie en de educatieve waarde van musea prioriteit (zie kader).

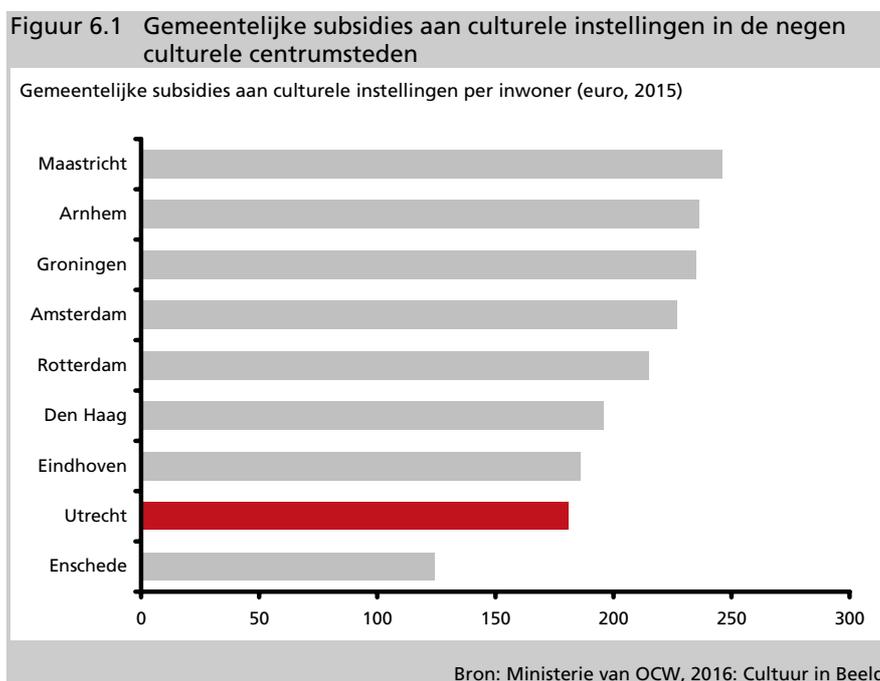
Het berekenen van de sociale waarde van cultuureducatie

Om de (sociale) waarde van cultuureducatie, amateurkunst en de wijkcultuurcentra in de stad te kunnen berekenen is informatie nodig over het aantal deelnemers aan de culturele activiteiten in die culturele centra, hun tijdsbesteding daaraan en hun woonplek. Op die manier kan niet alleen de gebruikswaarde maar ook de (belangrijk veronderstelde) sociale waarde van deze culturele sector worden berekend. Daarvoor zal de cultuurdeelname met regressieanalyses in verband worden gebracht met bijvoorbeeld gezondheid en werkloosheid. Op die manier kan worden onderzocht of er een relatie is tussen kunst en cultuur en de arbeidsparticipatie, gezondheid en leefbaarheid in de buurt. Om tevens de sociale (educatieve) waarde van de overige professionele instellingen (zoals podia, musea en filmhuizen) in Utrecht te kunnen berekenen wordt de bijdrage van de Utrechtse instellingen aan het reguliere lesprogramma op de Utrechtse scholen in kaart gebracht, waarna het effect daarvan wordt berekend en gemonetariseerd. Voor wat betreft de daarbij te hanteren onderzoeksmethode wordt aangesloten bij eerdere studies naar de maatschappelijke waarde van musea en de maatschappelijke baten van de zogenoemde Brede School.³⁹

³⁹ G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht).; V. Larsen, G. Marlet (in samenwerking met Berenschot en Oberon), 2007: Maatschappelijke kostenbatenanalyse Brede School (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

6 Kosten en baten van het culturele aanbod in Utrecht

Volgens het CBS waren de totale uitgaven aan cultuur van de gemeente Utrecht in 2015 zestig miljoen euro, wat neerkomt op € 181 per inwoner. De omvang van die gemeentelijke subsidie (per inwoner) blijkt voor Utrecht lager te liggen dan vrijwel alle andere steden van de G9, de culturele centrumsteden van Nederland (figuur 6.1).



Van deze zestig miljoen euro gaat er € 38 miljoen naar structurele subsidies aan culturele instellingen die onder 'Culturele Zaken' vallen (een instelling als de bibliotheek valt bijvoorbeeld onder een andere afdeling). Van de € 38 miljoen aan structurele gemeentelijke subsidie in Utrecht ging bijna dertig miljoen naar de instellingen die zijn meegenomen in de berekeningen in dit hoofdstuk (79% van alle structurele subsidies). In de bijlage is aangegeven welke instellingen wel en niet zijn meegenomen en van welk subsidiebedrag en bezoekersaantal is uitgegaan.⁴⁰

⁴⁰ Naast structurele subsidies zijn er ook incidentele subsidies geweest (€ 3,4 miljoen) en bovendien is er mogelijk ook sprake van indirecte subsidies in de vorm van lager dan marktconforme huren

Tabel 6.1 Gemeentelijke subsidie (€ miljoen) van de gemeente Utrecht aan cultuur in 2015: totaal en wat is meegenomen in dit onderzoek

Subsidies gemeente Utrecht	Totaal	Meegenomen in onderzoek	Aandeel van totale budget
Totaal structureel	37,8	29,8	79%
Totaal incidenteel	3,4		
Totaal	41,2	32,1	72%

Bron: gemeente Utrecht; Atlas voor gemeenten

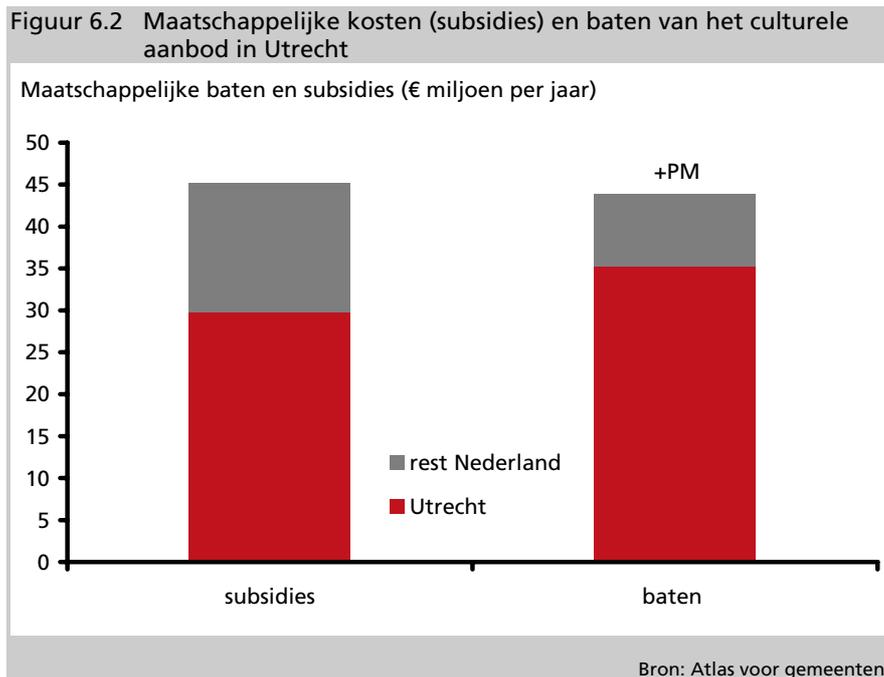
De niet meegenomen subsidies gaan naar de sectoren cultuureducatie en amateurkunst, letteren en beeldende kunst (buiten musea en inclusief vormgeving) en overige activiteiten (zoals Culturele Zondagen). Deze sectoren zijn buiten beschouwing gelaten omdat voor de berekening van de maatschappelijke waarde ervan aanvullende data en andere onderzoeksmethoden nodig zijn (zie ook de kadertekst in het vorige hoofdstuk).

Voor de berekening van de waarde van cultuur wordt uitgegaan van de vijf waarden van kunst en cultuur die in het vorige hoofdstuk werden beschreven, en de bijbehorende grondslagen en welvaartseffecten. De ervaring leert dat de gebruikswaarde, optiewaarde en economische waarde van cultuur samen verreweg de grootste bedragen vertegenwoordigen. Bovendien is voor het meten van de bestaanswaarde en de sociale waarde van cultuur aanvullend onderzoek noodzakelijk. Daarom beperkt de berekening van de maatschappelijke waarde van cultuur in Utrecht zich tot de gebruikswaarde, de optiewaarde en de economische waarde. In de onderstaande figuur staat daarom een zogenaamde PM-post (Pro Memorie) bij de baten.

Figuur 6.2 en tabel 6.2 laten de eindresultaten van de berekeningen zien. In hoofdstuk 7 tot en met 8 worden per sector de berekeningen toegelicht. Alle berekeningen hebben betrekking op gegevens over 2015. De totale maatschappelijke baten voor de stad Utrecht van het gesubsidieerde culturaanbod bedragen ruim € 35,2 miljoen per jaar. Omdat de subsidie aan

voor het maatschappelijke vastgoed en de bijbehorende opportuniteitskosten. Beide zijn (nog) niet meegenomen in deze MKBA, omdat omvang en impact daarvan niet bekend zijn. In fase 2 van het onderzoek kan dit nader worden onderzocht.

de instellingen die dat aanbod verzorgen € 29,8 miljoen bedraagt, is het saldo € 5,4 miljoen positief. Het maatschappelijk rendement bedraagt daarmee ruim vijftien procent. De investeringen (in de vorm van subsidies) van de stad Utrecht in het aanbod cultuur zijn vanuit welvaartseconomisch perspectief dan ook te verantwoorden.



Voor een deel is dat rendement (zo) positief omdat naast de gemeente ook het Rijk (en andere partijen zoals de universiteit of de NS samen met Prorail) een deel van het aanbod subsidiëren – bijvoorbeeld in het geval van Museum Catharijneconvent, het Universiteitsmuseum en het Spoorwegmuseum. In totaal gaat dat voor de meegenomen instellingen om een kleine € 11 miljoen subsidies van het Rijk⁴¹ en een klein deel van de provincie en € 4,5 miljoen van andere partijen: gezamenlijk € 15,4 miljoen.

⁴¹ Indirect wordt een deel van deze subsidies uiteraard ook door de inwoners en bedrijven uit de stad Utrecht betaald. In de gemeente Utrecht woont twee procent van alle Nederlanders. Uitgaande van dit aandeel zou dit betekenen dat ruim € 200.000 van de € 11 miljoen indirect door Utrecht zelf is opgebracht.

Vanuit het perspectief van Utrecht is dat gunstig omdat in die gevallen een belangrijk deel van de baten aan (de inwoners van) de stad Utrecht toevallen terwijl de kosten door het Rijk worden gedragen. Daar staat tegenover dat een deel van baten van het aanbod in de stad Utrecht toevalt aan de rest van Nederland: € 8,6 miljoen. Dit resulteert in een saldo voor de rest van Nederland van -€ 6,8 miljoen.

Tabel 6.2 Maatschappelijke kosten en baten van het culturele aanbod in Utrecht voor de stad en de rest van Nederland (€ miljoen)

	Subsidies	Baten	Saldo
Stad Utrecht	29,8	35,2	5,4
Rest van NL	15,4	8,6	-6,8
Totaal	45,2	43,8+PM	-1,4+PM

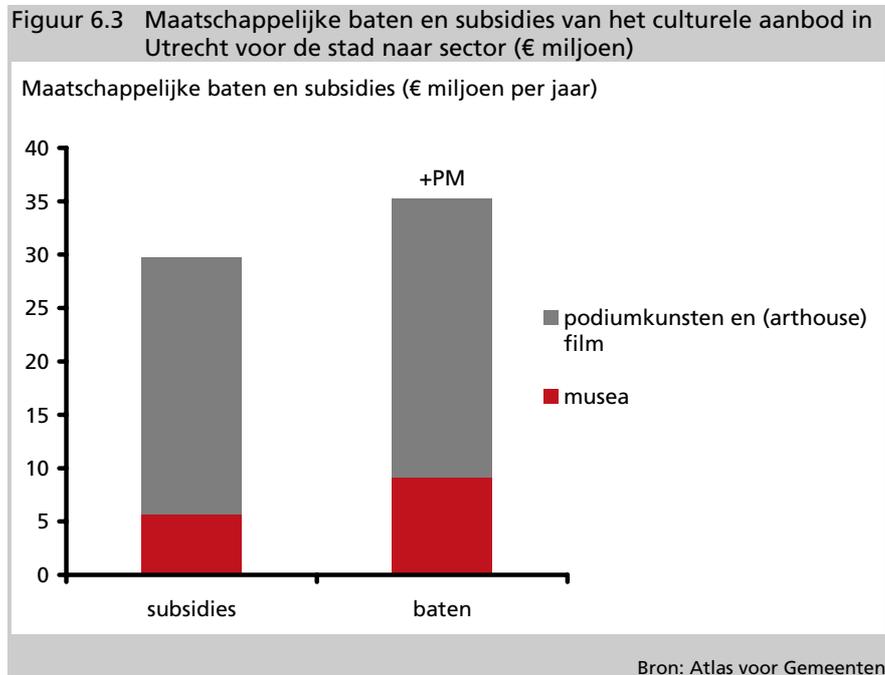
Bron: Atlas voor gemeenten

Het grootste deel van de € 35,2 miljoen aan baten voor de stad Utrecht komt voor rekening van de podiumkunsten (inclusief *arthouse*-films): € 26,1 miljoen (zie figuur 6.3 en tabel 6.3). De baten van de musea bedragen € 9,1 miljoen per jaar. Zowel voor de podiumkunsten als de musea zijn de maatschappelijke baten hoger dan de gemeentelijke subsidies.

Tabel 6.3 Maatschappelijke baten en subsidies van het culturele aanbod in Utrecht voor de stad naar sector (€ miljoen)

Sector	Subsidies	Baten	Saldo
Podiumkunsten en (<i>arthouse</i>) film	24,1	26,1	2,0
Musea	5,7	9,1	3,4
Totaal	29,8	35,2+PM	5,4+PM

Bron: Atlas voor gemeenten



Voor de rest van Nederland zijn de baten van het aanbod cultuur in Utrecht ook het grootst voor de podiumkunsten (inclusief *arthouse*-film; zie tabel 6.4 en figuur 6.4). Dat komt voor een belangrijk deel door de gezelschappen uit de stad die elders in het land uitvoeringen verzorgen, waardoor de baten voor de rest van Nederland hoger liggen dan de subsidies. De baten van de musea in Utrecht voor de rest van Nederland liggen daarentegen (fors) lager dan de subsidies. Dit zijn per saldo de sectoren waar de rest van Nederland een relatief groot deel van de kosten draagt terwijl de baten vooral in de stad terechtkomen.

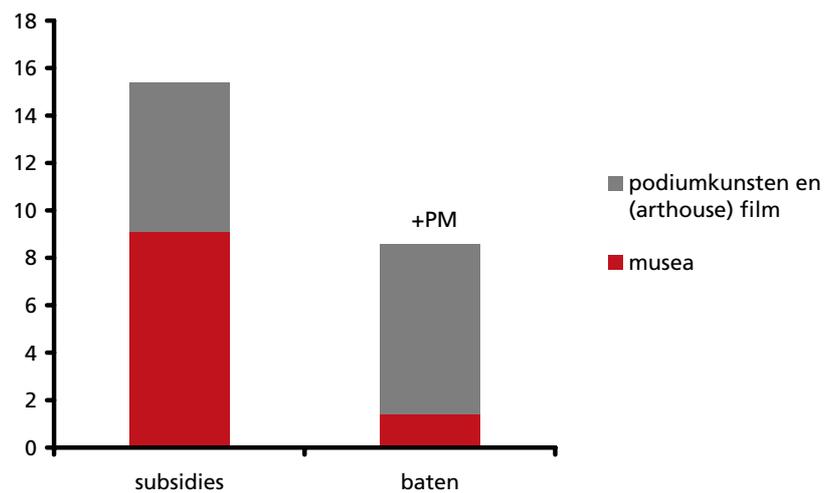
Tabel 6.4 Maatschappelijke kosten en baten van het culturele aanbod in Utrecht voor de rest van Nederland naar sector (€ miljoen)

Sector	Subsidies	Baten	Saldo
Podiumkunsten (inclusief gezelschappen en festivals)	6,3	7,2	0,9
Musea	9,1	1,4	-7,7
Totaal	15,4	8,6+PM	-6,8+PM

Bron: Atlas voor gemeenten

Figuur 6.4 Maatschappelijke kosten en baten van het culturele aanbod in Utrecht voor de rest van Nederland naar sector (€ miljoen)

Maatschappelijke baten en subsidies (€ miljoen per jaar)



Bron: Atlas voor gemeenten

7 Podiumkunsten (inclusief *arthouse*-film)

De baten van de gesubsidieerde podiumkunsten in Utrecht worden voor podia (inclusief filmhuis 't Hoogt), festivals en gezelschappen berekend. Het is daarbij van belang om dubbel telling te voorkomen: dezelfde baten kunnen ten onrechte twee keer worden meegeteld als er bijvoorbeeld geen rekening wordt gehouden met het feit dat een deel van uitvoeringen op de Utrechtse podia wordt uitgevoerd door Utrechtse gezelschappen. Dezelfde uitvoering zit in dat geval zowel in de baten van de podia als van de gezelschappen.

7.1 Podia

Er zijn twaalf gesubsidieerde podia meegenomen: de twee grotere (Stadsschouwburg Utrecht en TivoliVredenburg) en tien middelgrote en kleine podia: Theater Kikker, De Helling, Ekko, Zaterdagmiddagmuziek Domkerk, Het Wilde Westen (Cereolfabriek), RASA, Werftheater, concerten in de Pieterskerk en de Nicolaïkerk en DB's (Ruis). Voor het gesubsidieerde aanbod (*arthouse*-film) is 't Hoogt meegenomen.

De optiewaarde van film en festivals

De kosten en baten van de filmsector (*arthouse*-films) en de culturele festivals zijn in deze MKBA bij de podiumkunsten meegeteld. De reden daarvoor is dat het gaat om relatief weinig instellingen en er nog onzekerheden zijn over de maatschappelijke baten daarvan. Zo is de educatieve waarde nog niet in de analyses meegenomen (zie de aparte kadertekst daarover) en is er onduidelijkheid over een eventuele optiewaarde van *arthouse*-film en culturele festivals. In het vervolgonderzoek moet die optiewaarde aandacht krijgen door op basis van het aantal uitvoeringen tijdens de culturele festivals en het aantal vertoningen in filmhuizen, op basis van landsdekkende data, met een hedonische prijsanalyse uit te rekenen of er een optiewaarde is, en zo ja, hoe hoog die is. Met de huidige beschikbare data (aantal festivals en filmhuizen) kon een dergelijke optiewaarde van *arthouse*-film en culturele festivals nog niet worden aangetoond.

Gezamenlijk trokken deze podia (inclusief 't Hoogt) 1,23 miljoen bezoekers⁴² in 2015 en ontvingen zij € 20,2 miljoen aan subsidie (zie de bijlage voor de gegevens per instelling). Van deze podia is achtereenvolgens

⁴² Onder bezoekers wordt hier het totaal mensen bedoeld dat een bezoek heeft gebracht aan een culturele instelling. Iemand kan uiteraard meerdere keren per jaar een bezoek brengen aan een culturele instelling: dat wordt elke keer opnieuw als een bezoeker geteld.

de gebruikswaarde, de optiewaarde en de economische waarde berekend. De som van deze drie waarden bepaalt de omvang van de maatschappelijke baten.

Gebruikswaarde

Bij de gebruikswaarde staat het zogenoemde consumentensurplus centraal: wat hebben mensen meer over voor een bezoek aan een uitvoering in de podiumkunsten dan ze er feitelijk voor betalen? De gebruikswaarde is feitelijk de meerwaarde die mensen ervaren van het bezoek aan een podium ten opzichte van een alternatieve tijdsbesteding. Om die te berekenen wordt uitgegaan van de waarde in euro's van de totale inspanningen die een gemiddelde bezoeker zich getroost – in tijd en geld – voor het reizen naar en het verblijven in een theater of concertzaal: de zogenaamde gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten.

De generaliseerde reis- en verblijfskosten bestaan uit de kosten voor het entreebewijs en de reis, en de 'kosten' of waarde van de tijd die mensen doorbrengen in het podium en van de reis er naartoe. De totale kosten van de reis bestaan uit reistijd en feitelijke reiskosten. Voor bezoekers uit Utrecht is uitgegaan van een gemiddelde reistijd van bijna tien minuten. De waarde van deze reistijd is gebaseerd op kentallen van Rijkswaterstaat (zie ook de kadertekst) en bedraagt € 6,20 per uur voor reizen per auto en € 5,55 per uur voor reizen per OV. De reden dat reistijd per OV lager gewaardeerd wordt, is dat de tijd in het openbaar vervoer nuttiger kan worden besteed dan in de auto. Mogelijk speelt daarnaast ook een verschil in het gemiddelde inkomen van OV-reizigers en automobilisten een rol.

Kentallen vervangen door specifieke cijfers over Utrecht

Om de MKBA preciezer te maken kunnen de gebruikte kentallen in de zogenoemde kentallen-MKBA worden vervangen door specifieke cijfers over Utrecht en de Utrechtse culturele instellingen. Er zijn bijvoorbeeld redenen om aan te nemen dat de gemiddelde reis- en verblijfsduur alsmede de gemiddelde waarde per uur waar in deze eerste fase van de MKBA van is uitgegaan op een onderschatting berusten omdat mensen tijdens de vele festivals in de stad bijvoorbeeld langer dan gemiddeld blijven of omdat de bezoekers aan het culturele aanbod in Utrecht een hoger dan gemiddeld inkomen hebben. Om daar in de tweede fase van de MKBA meer precieze inschattingen van te maken is veel aanvullende informatie nodig over de (bezoekers aan de) culturele instellingen in Utrecht, zoals hun woonlocatie, persoonskenmerken, betaalde entreprijs, gemiddelde verblijfsduur, et cetera.

Daarnaast zijn er nog de reiskosten. Er wordt van uitgegaan dat een kwart van de bezoekers per fiets of te voet reist, en daarvoor niets betaalt. De overige bezoekers komen met het OV en met de auto. Voor de kosten van reizen per OV is uitgegaan van de staffel waarmee de NS werkt; 12 cent per kilometer. Voor de auto is de fiscale aftrek van 19 cent per kilometer gebruikt. Bij vervoer per auto is bovendien uitgegaan van een gemiddelde bezetting van anderhalve persoon per auto. De gemiddelde kosten per kilometer voor een reis naar een podium per auto en OV komen dan op 12,5 cent. Verder is aangenomen dat een reis gemiddeld negen kilometer bedraagt.

Daar komen dan nog de entreprijs van gemiddeld € 14,23⁴³ en de 'waarde' van de uren die worden doorgebracht in de podia zelf bij. Er is uitgegaan van een gemiddeld verblijf van twee uur. De waarde van een uur in een podium verblijven wordt ingeschat op € 12,35. Dat is gebaseerd op het netto uurloon van een Nederlander,⁴⁴ en ligt hoger dan de waarde van een uur reistijd.⁴⁵

Bij elkaar opgeteld bedragen de op deze manier berekende gemiddelde totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten voor een bezoeker uit Utrecht € 40,86 per bezoek (zie tabel 7.1). Omdat mensen van buiten de stad verder moeten reizen, zijn de kosten in geld en tijd van de reis hoger. Voor de gemiddelde reistijd voor een bezoeker van buiten de stad is uitgegaan van 25 minuten (auto) tot veertig minuten (OV) en voor de afstand is uitgegaan van dertig kilometer. De generaliseerde reis- en verblijfskosten voor bezoekers van buiten de stad zijn € 45,72 per bezoek.

Van de 1,2 miljoen bezoekers aan de gesubsidieerde podia in 2015 kwamen er bijna 570.000 uit de stad zelf, 620.000 uit de rest van Nederland en ruim

⁴³ Een gewogen gemiddelde over de podia waarvoor dit bekend was. In fase 2 van deze MKBA zullen de in deze berekening gebruikte globale kentallen worden vervangen door preciezere cijfers voor de Utrechtse culturele instellingen. Zie de kadertekst hierover.

⁴⁴ G. Marlet, J. Poort, 2011: De waarde van cultuur in cijfers (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

⁴⁵ De reden voor het verschil in grondslag tussen reis- en verblijfstijd is dat het bezoek aan een podium onverdeelde aandacht vraagt, terwijl de reis ook gebruikt wordt om te bellen, lezen, werken, et cetera. Het gebruik van het gemiddelde uurloon is hiernaast in twee opzichten een versimpeling. Enerzijds zou voor niet-werkenden, zoals gepensioneerden en kinderen uitgegaan moeten worden van een lager bedrag. Daar staat tegenover dat het podiumpubliek gemiddeld hoger opgeleid is dan de gemiddelde Nederlander, waardoor het uurloon juist hoger zou zijn dan het gemiddelde. Omdat het precieze aandeel niet-werkenden en hoger opgeleiden onder de bezoekers niet bekend zijn, is ervoor gekozen voor alle bezoekers te rekenen met het gemiddelde uurloon.

43.000 uit het buitenland.⁴⁶ De totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van bezoekers uit de stad Utrecht komt daarmee op ruim € 23 miljoen en voor bezoekers uit de rest van Nederland ruim € 28 miljoen. De Nederlandse bezoekers van de Utrechtse podia hebben er gezamenlijk dus ruim € 51 miljoen voor over om van dit aanbod te genieten, drie keer het bedrag dat wordt betaald voor de entreekaarten (in totaal naar schatting € 17 miljoen).

Tabel 7.1 De gebruikswaarde van podia in Utrecht per bezoek

	Bezoeker uit Utrecht	Bezoeker uit de rest van Nederland
Reistijd	€ 0,84	€ 2,94
Reiskosten	€ 1,09	€ 3,85
Verblijfstijd	€ 24,70	€ 24,70
Entreprijs	€ 14,23	€ 14,23
Totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten	€ 40,86	€ 45,72
Consumentensurplus	€ 10,22	€ 11,43
Welvaartseffect van consumentensurplus	€ 2,55	€ 2,86

Bron: Atlas voor gemeenten

De bereidheid om te betalen voor zo'n bezoek ligt echter nog hoger. Algemeen wordt aangenomen dat dit consumentensurplus voor culturele activiteiten 25% van de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten bedraagt,⁴⁷ wat in dit geval overeenkomt met € 10,22 per bezoek van een inwoner uit Utrecht en € 11,43 voor een bezoeker uit de rest van Nederland.

De vraag is vervolgens welk deel van het consumentensurplus mag worden ingeboekt als welvaartswinst van de Utrechtse podia. Aangenomen wordt dat het consumentensurplus van een dergelijke tijdsbesteding 25% hoger ligt dan dat van een alternatieve tijdsbesteding.⁴⁸ Als er geen podia zouden zijn, zouden dezelfde mensen immers iets anders gaan doen, waar ze ook van

⁴⁶ Van de grotere podia (TivoliVredenburg, Stadsschouwburg Utrecht, Theater Kikker, Ekko en De Helling) is de herkomst van de bezoekers bekend, voor de kleine podia is aangenomen dat de herkomst van de bezoekers (in %) vergelijkbaar is met het gemiddelde van Theater Kikker, Ekko en De Helling.

⁴⁷ G. Marlet, J. Poort, 2011: De waarde van cultuur in cijfers (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

⁴⁸ Ibidem.

genieten, maar minder dan van het bezoek aan het podium (anders zouden ze daar niet in eerste instantie voor kiezen). De meerwaarde van (het consumentensurplus van) het podiumbezoek ten opzichte van (het consumentensurplus van) de alternatieve tijdsbesteding is de welvaartswinst. Uitgaande van een meerwaarde van 25% bedraagt deze welvaartswinst € 2,55 (25% van € 10,22) per bezoek voor een inwoner uit Utrecht en € 2,86 (25% van € 11,43) voor een bezoeker uit de rest van Nederland. De welvaartswinst van de gebruikswaarde voor de inwoners van Utrecht bedraagt daarmee € 1,4 miljoen (een kleine 570.000 bezoekers vermenigvuldigd met € 2,55). De welvaartswinst van de gebruikswaarde voor bezoekers uit de rest van Nederland € 1,8 miljoen (620.000 * € 2,86).

Het aanbod podiumkunsten genereert ook gebruikswaarde voor buitenlandse bezoekers, maar deze baten 'verdwijnen' naar het buitenland waardoor deze niet meetellen voor de baten in de stad Utrecht of de rest van Nederland. Buitenlandse bezoekers genereren voor de stad en de rest van het land wel baten via de bestedingen (economische waarde). Deze worden verderop berekend.

Optiewaarde

Voor het berekenen van de optiewaarde van de podiumkunsten in Utrecht is het van belang om te weten op welke plek in de stad de (uitvoeringen op de) podia zich bevinden, en of mensen bereid zijn om meer te betalen als zij in de buurt van die podia wonen. Om dat te kunnen berekenen is gekeken hoeveel uitvoeringen in de podiumkunsten in de gesubsidieerde podia zich in de nabijheid bevinden van (alle) woonlocaties in Utrecht (en daarbuiten). Er is rekening gehouden met de bereidheid om te reizen voor een concert of theatervoorstelling.

De indicator voor de nabijheid van podiumkunsten is vervolgens met regressieanalyses in verband gebracht met de grond- en huizenprijzen op de woonlocaties in Utrecht, en daarbuiten. Daarbij is gebruikgemaakt van de hedonische prijsmodellen uit eerder onderzoek naar de aantrekkingskracht van steden,⁴⁹ en uit een samenwerkingsproject met het Centraal Planbureau over de waarde van 'stad en land'.⁵⁰ Uit die modellen bleek dat de nabijheid

⁴⁹ G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers, Nijmegen); H. Garretsen, G. Marlet, 2016: Amenities and the Attraction of Dutch Cities, in: Regional Studies, pp. 1-13.

⁵⁰ H. de Groot, G. Marlet, C. Teulings, W. Vermeulen, 2010: Stad en land (CPB, Den Haag).

van podiumkunsten een belangrijke verklaring biedt voor de verschillen in grond- en huizenprijzen.

Op basis van de coëfficiënt uit het meest actuele model – en gecorrigeerd voor het prijsopdrijvende effect van de hypotheekrenteaftrek en andere factoren die grond- en huizenprijzverschillen verklaren – is de totale optiewaarde van de Utrechtse podia die in deze MKBA zijn meegenomen berekend op € 375 miljoen voor de stad Utrecht en € 17,3 miljoen voor de direct omliggende gemeenten

De bereidheid om te betalen voor een huis in de buurt van de gesubsidieerde Utrechtse podia is in totaal dus € 375 miljoen. Deze optiewaarde is de waarde die mensen hechten aan het bestaan van dit aanbod in de stad: nu maar ook in de toekomst. Het is de zogenoemde Netto Contante Waarde van de meerwaarde om in de buurt van het aanbod podiumkunsten te wonen: die optiewaarde komt in principe elk jaar terug. Omgerekend naar de welvaartswinst per jaar bedraagt de optiewaarde: € 21,6 miljoen per jaar voor de inwoners van de stad.⁵¹ De jaarlijkse welvaartswinst van de podiumkunsten in Utrecht voor de rest van Nederland (voornamelijk gemeenten in de directe nabijheid) bedraagt € 1,0 miljoen per jaar.

Economische waarde

De economische waarde bestaat uit de bestedingen van mensen die Utrecht bezoeken vanwege de podia. De Utrechtse podia trokken 620.000 bezoekers uit de rest van Nederland en 43.000 bezoekers uit het buitenland. Omdat bezoekers in (bijna) alle gevallen vooraf een kaartje moeten kopen wordt aangenomen dat al deze bezoekers zonder het bestaan van podia niet naar Utrecht waren gegaan. Op basis van onderzoeken naar de bestedingen van dag- en verblijfstoeristen uit binnen- en buitenland blijkt dat de gemiddelde binnenlandse bezoeker aan Utrecht € 50,36 besteedt per bezoek en de gemiddelde buitenlandse bezoeker € 121,22.⁵² Dat brengt de totale additionele bestedingen in de stad Utrecht op € 36,4 miljoen, waarvan € 31,2 miljoen voor rekening komt van binnenlandse bezoekers en € 5,2 miljoen voor rekening van buitenlandse bezoekers.

⁵¹ Hierbij is het totale bedrag van € 375 miljoen omgerekend naar de waarde per jaar door gebruik te maken van een reële discontovoet van 4% en uit te gaan van een periode van 30 jaar.

⁵² Bronnen: NBTC NIPO, 2014: Continue vakantie onderzoek en NBTC, 2014: Onderzoek inkomend toerisme. De bedragen zijn een gewogen gemiddelde van de uitgaven dagbezoekers en verblijfstoeristen. Buitenlandse dagbezoekers zijn (vaak) bezoekers die elders in Nederland verblijven (vaak Amsterdam) en ook een dag in Utrecht doorbrengen.

Bestedingen zijn echter niet hetzelfde als welvaartswinst. Onder welvaartswinst wordt verstaan: de additionele winst (na aftrek van alle kosten) van bedrijven en de belastingopbrengsten voor gemeente en Rijk. In lijn met eerder onderzoek naar de maatschappelijke baten van cultuur, is ervan uitgegaan dat vijf procent welvaartswinst is in de vorm van bedrijfswinst van ondernemers.⁵³ Het gaat hier overigens niet om de bruto winstmarge op de verkoop, maar de netto overwinst na aftrek van alle vaste kosten en kapitaallasten. Buitenlandse bezoekers brengen hiernaast ook additionele belastingopbrengsten op wat eveneens een welvaartswinst is. Het gaat daarbij hoofdzakelijk om belastingen zoals de btw en accijnzen, die in de landelijke schatkist vloeien. Deze belastingopbrengsten gelden alleen als welvaartswinst bij bestedingen van buitenlandse bezoekers. Bij binnenlandse bezoekers gaat om het een verschuiving van de uitgaven wat voor de landelijke schatkist niet uitmaakt.

De jaarlijkse welvaartswinst voor de stad Utrecht komt dan in totaal uit op € 1,8 miljoen (5% van de totale additionele bestedingen). Daarvan is € 1,6 miljoen afkomstig van binnenlandse bezoekers. Voor de rest van Nederland is dat deel juist welvaartsverlies omdat deze bestedingen anders elders in Nederland waren gedaan. Hoewel er nog wel additionele inkomsten voor het Rijk zijn vanuit de belastingopbrengsten van bestedingen door buitenlandse bezoekers (€ 0,5 miljoen) is het netto resultaat voor de rest van Nederland negatief: -€ 1 miljoen.

De economische baten voor de stad Utrecht zijn vergelijkbaar met de gebruikswaarde, terwijl in veel steden de gebruikswaarde vaak hoger is dan de economische baten. Dat komt omdat de Utrechtse podia relatief veel bezoekers van buiten de stad trekken.

De totale baten van de podia

De totale baten van de gesubsidieerde podia voor de stad Utrecht bedragen daarmee € 24,9 miljoen (tabel 7.2). Deze baten bestaan uit de gebruikswaarde, de optiewaarde en de economische waarde, waarvan de optiewaarde met € 21,6 miljoen verreweg de grootste is. De gebruikswaarde en de economische waarde zijn met respectievelijk € 1,5 miljoen en € 1,8 miljoen vergelijkbaar.

⁵³ G. Marlet, J. Poort en C. van Woerkens, 2011: De Schat van de Stad (Atlas voor gemeenten en SEO, in opdracht van de Nederlandse Museumvereniging).

De baten voor de rest van Nederland bedragen € 1,8 miljoen. De optiewaarde en economische waarden bedragen respectievelijk € 1,0 miljoen en -€ 1,0 miljoen en vallen daarmee tegen elkaar weg waardoor de totale baten per jaar gelijk zijn aan de gebruikswaarde (€ 1,8 miljoen).

Tabel 7.2 De maatschappelijke baten van de podia in Utrecht voor de stad en de rest van Nederland (€ miljoen, jaarlijkse welvaartswinst)

	Stad	Rest Nederland
Gebruikswaarde	1,5	1,8
Optiewaarde	21,6	1,0
Economische waarde	1,8	-1,0
TOTAAL	24,9	1,8

Bron: Atlas voor gemeenten

De jaarlijkse gemeentelijke subsidie voor de podia (inclusief 't Hoogt) bedraagt € 20,2 miljoen. De baten van deze subsidies voor de stad (€ 24,9 miljoen) liggen hoger dan de kosten. Het maatschappelijke rendement voor de stad is dus positief. Ook voor de rest van het land is er sprake van een positief effect: de baten (€ 1,8 miljoen) zijn fors hoger dan de (beperkte) subsidie (€ 150.000) die door het Rijk en/of de provincie wordt toegekend aan de Utrechtse podia.

7.2 Festivals

Podia zijn echter niet het enige onderdeel van podiumkunsten dat gesubsidieerd wordt: ook festivals en gezelschappen ontvangen subsidie van de gemeente Utrecht. Een deel van de uitvoeringen op deze festivals en van deze gezelschappen vindt plaats op de gesubsidieerde podia. De baten van de podia, festivals en gezelschappen kunnen daarom niet zomaar bij elkaar worden opgeteld. De baten van dezelfde uitvoering en de bezoekers daaraan zouden dan immers twee keer worden meegeteld in de totale baten. Voor zowel de festivals als de gezelschappen worden daarom eerst de baten los berekend en vervolgens wordt bepaald welk deel van deze baten additioneel is.

In de berekeningen van de baten van de festivals zijn de volgende festivals meegenomen: Festival Oude Muziek, SPRING Festival, Gaudeamus

Muziekweek, Storm/Tweetakt, Le Guess Who?, Internationaal Kamermuziek Festival en het Café Theater Festival. Daarnaast zijn hierbij ook het Nederlands Filmfestival en het Holland Animation Film Festival meegenomen (zie de kadertekst aan het begin van dit hoofdstuk). Gezamenlijk trokken deze festivals ruim 355.000 bezoekers en ontvingen zij € 1,8 miljoen subsidie van de gemeente en € 2,4 miljoen subsidie van het Rijk en de provincie (zie de bijlage voor details per festival).

Gebruikswaarde

Van deze ruim 355.000 bezoekers kwamen er 172.000 uit de stad Utrecht, 169.000 uit de rest van Nederland en 16.000 uit het buitenland. De gebruikswaarde voor deze bezoekers is op dezelfde manier berekend als bij de podia. Het enige verschil is dat de gemiddeld betaalde entreprijs met € 8,55 lager ligt dan bij de podia en dat de gemiddelde verblijfsduur niet twee uur is maar drie uur. Hierdoor zijn de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten per bezoek hoger dan voor de podia (€ 47,54 voor bezoekers uit de stad en € 52,40 voor bezoekers van buiten de stad). In totaal bedragen de op deze manier berekende gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten voor alle bezoekers uit de stad € 8,2 miljoen en voor bezoekers van buiten de stad € 8,9 miljoen.

De welvaartsbaten (over het consumentensurplus van de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten) zijn per bezoek € 2,97 voor een bezoeker uit de stad en € 3,27 voor een bezoeker van buiten de stad. Dit brengt de welvaartsbaten van de gebruikswaarde van bezoekers uit de stad Utrecht op ruim € 0,5 miljoen en voor bezoekers van buiten de stad ook op een kleine € 0,6 miljoen.

Optiewaarde

Het door festivals georganiseerde aanbod genereert ook een optiewaarde. De optiewaarde is de waarde die mensen hechten aan de mogelijkheid om nu en in de toekomst van het aanbod te kunnen genieten. De vraag is echter of elk festival optiewaarde genereert. Een festival is immers per definitie tijdelijk waardoor het aanbod ook tijdelijk is. Daarbij is het voortbestaan van een festival in de toekomst over het algemeen een stuk onzekerder dan het voortbestaan van een podium. Dat komt ook naar voren in de onderzoeken naar effecten van festivals op grond- en huizenprijzen. In tegenstelling tot het aanbod op de podia is er geen positief effect gevonden van het aanbod op festivals – waardoor er vooralsnog van wordt uitgegaan dat er geen

optiewaarde is (zie ook de kadertekst aan het begin van het hoofdstuk) voor festivals bovenop het aanbod in de podia zelf. Wel is het zo dat een deel van het aanbod op de podia onderdeel kan zijn van een festival. Dit deel van de uitvoeringen op festivals genereert daarmee – via de podia – wel een optiewaarde.

De vraag is vervolgens welk deel van het aanbod van de festivals in podia plaatsvindt en op die manier optiewaarde genereert. Hierbij is alleen uitgegaan van de festivals voor podiumkunsten omdat er voor filmhuizen vooralsnog evenmin een optiewaarde is gevonden. Op basis van informatie van de festivals zelf en de locaties van de activiteiten van de festivals blijkt dat gemiddeld 38% van het aanbod op bestaande podia plaatsvindt en 62% daarbuiten (variërend van gebouwen die geen podium zijn tot tenten/tijdelijke podia en in de open lucht). Dat betekent dat 38% van het aanbod aan festivals volgens deze benadering een optiewaarde creëert.

De vervolgvraag is hoe groot die optiewaarde is; welk percentage van de optiewaarde van de podia komt voor rekening van het aanbod dat dankzij festivals op die podia ontstaat? De aanname is dat dit percentage gelijk is aan het aandeel bezoekers aan festivals in de podia van het totaal aantal bezoekers aan de podia. Uitgaande van 38% van alle bezoekers uit Utrecht gaat het om 36.000 bezoekers uit de stad zelf (38% van de 96.000 Utrechtse bezoekers van festivals). Deze 36.000 bezoekers vormen een kleine zeven procent van alle bezoekers uit de stad aan de Utrechtse podia (36.000 als percentage van 530.000 bezoekers). Dat zou betekenen dat de optiewaarde van het aanbod podiumkunsten van de festivals € 1,4 miljoen bedraagt. Op dezelfde wijze is de optiewaarde voor bezoekers van buiten de stad Utrecht berekend: die komt uit op een kleine € 50.000.

Economische waarde

De totale bestedingen van bezoekers aan de festivals (podiumkunsten en film) zijn € 10,4 miljoen waarvan € 8,5 miljoen door binnenlandse bezoekers en € 1,9 miljoen door buitenlandse bezoekers.⁵⁴ De welvaartswinst voor de stad Utrecht bestaat uit de (over)winst op deze bestedingen, die op vijf procent wordt verondersteld. Dit leidt tot een welvaartswinst van € 0,5 miljoen, waarvan € 0,4 miljoen door binnenlandse bezoekers.

⁵⁴ Hierbij is net als bij de podia uitgegaan van gemiddelde bestedingen per bezoek van een binnenlandse en buitenlandse bezoeker aan de stad

De rest van Nederland profiteert in de vorm van extra belastingopbrengsten voor het Rijk van de buitenlandse bezoekers: een kleine € 0,2 miljoen. Omdat de welvaartswinst van binnenlandse bezoekers aan de stad Utrecht (€ 0,4 miljoen), welvaartsverlies voor de rest van Nederland betekent leidt dit tot een netto welvaartsverlies van € 0,2 miljoen.

De totale baten van festivals

Gezamenlijk bedraagt de jaarlijkse welvaartswinst van festivals op het gebied van de podiumkunsten voor de stad Utrecht € 2,4 miljoen. Dit betekent dat voor de stad Utrecht de jaarlijkse welvaartswinst van festivals hoger is dan de jaarlijkse subsidies van € 1,9 miljoen. Voor de rest van Nederland is de jaarlijkse welvaartswinst € 0,4 miljoen (tabel 7.3); lager dan de subsidies uit de rest van Nederland (€ 2,4 miljoen).

Tabel 7.3 De maatschappelijke baten van de festivals voor podiumkunsten in Utrecht voor de stad en de rest van Nederland (€ miljoen, jaarlijkse welvaartswinst)

	Stad	Rest Nederland
Gebruikswaarde	0,5	0,6
Optiewaarde	1,4	0,0
Economische waarde	0,5	-0,2
TOTAAL	2,4	0,4

Bron: Atlas voor gemeenten

Een deel van de baten van de festivals zit, zoals eerder aangegeven, ook in de baten van de podia. Voor een correct beeld van de baten van de podiumkunsten als geheel moet hiervoor worden gecorrigeerd en alleen de additionele baten worden meegenomen.⁵⁵ De additionele baten zijn de baten die voortkomen uit het aanbod buiten de podia.

Bij de berekening van de optiewaarde werd duidelijk dat van het aanbod buiten de podia geen optiewaarde te verwachten is. Voor de gebruikswaarde geldt dat alleen bezoekers van optredens buiten de podia een additionele welvaartswinst opleveren. Het gaat naar schatting om 77% van alle bezoekers (zie de berekening van de optiewaarde van festivals). Dit betekent dat van zowel de gebruikswaarde als de economische waarde 77% als additioneel mag worden gezien. Dat brengt de totale additionele baten van

⁵⁵ Feitelijk is een deel van het aanbod twee keer gesubsidieerd door de gemeente: zowel het podium als de organisatie van het festival.

festivals op € 0,8 miljoen voor de stad en voor de rest van Nederland op € 0,2 miljoen

Tabel 7.4 De baten van de festivals in Utrecht voor zover niet meegeteld in de baten van de podia (jaarlijkse welvaartswinst in € miljoen)

	Stad Utrecht	Rest van Nederland
Gebruikswaarde	0,4	0,4
Optiewaarde	0,0	0,0
Economische waarde	0,4	-0,2
TOTAAL	0,8	0,2

Bron: Atlas voor gemeenten

7.3 Gezelschappen

In totaal zijn er veertien gezelschappen meegenomen in de analyse (zie de bijlage). Bij elkaar trokken de uitvoeringen van deze gezelschappen ruim 220.000 bezoekers en bedroeg de subsidie van de gemeente ruim € 2,0 miljoen en die van het Rijk € 3,7 miljoen. De gezelschappen spelen hun uitvoeringen voor een belangrijk deel buiten de stad en genereren daarmee logischerwijs ook een groot deel van hun baten buiten de stad.

Van vijf gezelschappen is de verdeling van bezoekers naar speellocatie bekend: 27% in de stad Utrecht, 67% elders in Nederland en 6% in het buitenland. Er is aangenomen dat het (gewogen) gemiddelde van deze vijf gezelschappen ook van toepassing kan worden verklaard op de andere negen. Op basis daarvan is het aantal bezoekers in Utrecht ruim 60.000, in de rest van Nederland 147.000 en in het buitenland 13.000.

Gebruikswaarde

Om de welvaartswinst van de gebruikswaarde van de bezoekers aan de gezelschappen voor de stad Utrecht te berekenen moet rekening worden gehouden met de mogelijkheid dat inwoners van Utrecht niet alleen in Utrecht naar de gezelschappen gaan maar ook in andere steden. Om de gebruikswaarde te berekenen is het dus nodig om de bezoekers te verdelen naar zowel speellocatie (Utrecht of buiten Utrecht) als woonlocatie (Utrecht of buiten Utrecht).

Een deel van de gezelschappen speelt in de podia waarvan de gebruikswaarde al is berekend en dus niet als additioneel geldt. Om de additionele waarde te kunnen bepalen is het dus ook nodig om in te schatten welk deel van de bezoekers in de stad Utrecht naar podia gaat die al zijn meegenomen in de berekening en welke deel naar andere locaties gaat. Voor vijf gezelschappen zijn gegevens bekend over speellocaties en de herkomst van bezoekers. Door de (gewogen) gemiddelden hierover ook van toepassing te verklaren op de andere gezelschappen is tabel 7.5 geconstrueerd.

Vervolgens kan de gebruikswaarde voor de inwoners van de stad Utrecht en inwoners van de rest van Nederland worden berekend op basis van de welvaartswinst over de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten per bezoek. Deze is voor bezoekers aan uitvoeringen in Utrecht gelijk verondersteld aan die van bezoekers aan een podium (zie paragraaf 7.1). Voor de uitvoeringen in podia buiten de stad Utrecht is er vanuit gegaan dat de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten voor een bezoeker woonachtig in Utrecht gelijk is aan die van een bezoeker van buiten Utrecht aan de stad Utrecht.

Tabel 7.5 Herkomst en speellocatie van bezoekers aan Utrechtse gezelschappen

Bezoekers woonachtig in:				
Speellocatie:	Utrecht	Rest NL	Buitenland	Totaal
Utrecht (in podia)	19.813	22.248		42.061
Utrecht elders	8.638	9.699		18.337
Rest Nederland	20.504 ⁵⁶	126.713		147.217
Buitenland			12.863	12.863
Totaal	48.955	158.659	12.863	220.477

⁵⁶ Op basis van opgave gemeente Utrecht.

Dit resulteert in een welvaartswinst van de gebruikswaarde van bewoners in Utrecht aan gezelschappen in Utrecht van ruim € 70.000 (19.813 + 8638 bezoekers vermenigvuldigd met de gemiddelde welvaartswinst van € 2,59). Daar bovenop komt dan de welvaartswinst van bezoeken van inwoners uit Utrecht naar uitvoeringen buiten de stad en die bedraagt bijna € 60.000 (20.504 vermenigvuldigd met de gemiddelde welvaartswinst van € 2,89). Dit brengt de totale gebruikswaarde op € 130.000 voor de stad Utrecht.

De welvaartswinst van de gebruikswaarde voor inwoners van buiten Utrecht aan uitvoeringen in de stad bedraagt ruim € 90.000 (32.000 vermenigvuldigd met de gemiddelde welvaartswinst van € 2,89). Daar bovenop komt de gebruikswaarde die Utrechtse gezelschappen genereren bij bezoekers van buiten de stad op speellocaties buiten de stad. Deze bedraagt naar schatting € 330.000 (een kleine 127.000 bezoekers vermenigvuldigd met de gemiddelde welvaartswinst van € 2,59). In totaal is de gebruikswaarde voor inwoners van buiten de stad € 0,4 miljoen.

Optiewaarde

De optiewaarde van de gezelschappen slaat neer op de speellocaties van de podia waar de uitvoeringen plaatsvinden. Voor de stad is dat (voor een belangrijk deel) al gemeten in de optiewaarde van de Utrechtse podia. Maar de gezelschappen spelen voor een groot deel ook buiten de stad en genereren daarmee in andere gemeenten optiewaarde.

De omvang van de optiewaarde van de uitvoeringen is ingeschat aan de hand van het aantal bezoekers en de gemiddelde optiewaarde per bezoeker.⁵⁷ Op basis van de ruim 28.000 bezoekers uit de stad Utrecht aan uitvoeringen van (Utrechtse) gezelschappen zou dit een optiewaarde opleveren die overeenkomt met een jaarlijkse welvaartswinst van € 1,1 miljoen.

Op basis van nationale gemiddelden⁵⁸ over de optiewaarde in relatie tot het aantal bezoekers is ook een inschatting gemaakt van de optiewaarde die de gezelschappen genereren in andere gemeenten. Daarbij komt nog een beperkte waarde van het aanbod in de stad Utrecht dat een optiewaarde

⁵⁷ Concreet is het totaal aantal bezoekers vermenigvuldigd met de verhouding tussen de totale optiewaarde van de podia en het totaal aantal bezoekers uit Utrecht aan de podia.

⁵⁸ Zie hiervoor: G. Marlet, J. Poort, 2011: De waarde van cultuur in cijfers (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

vertegenwoordigt in de buurgemeenten. Gezamenlijk bedraagt deze optiewaarde naar schatting € 4,8 miljoen⁵⁹ per jaar.

Economische waarde

Daarbij komt dan nog de economische waarde van de gezelschappen. Er is vanuit gegaan dat buitenlandse toeristen niet specifiek voor een Utrechts gezelschap naar Nederland zijn gekomen. Buitenlandse bezoekers aan de Utrechtse gezelschappen zijn dan ook de bezoekers aan de uitvoeringen van de gezelschappen in het buitenland.

Dat maakt dat de economische waarde het verschil is tussen de bezoekers van buiten de stad Utrecht aan de stad Utrecht en de bezoekers uit de stad Utrecht naar elders. Er komen 32.000 bezoekers van buiten de stad naar Utrecht wat tot additionele bestedingen van € 1,6 miljoen leidt. De welvaartswinst hiervan bedraagt € 80.000. Omgekeerd bedragen de bestedingen van inwoners van Utrecht elders in het land als gevolg van de 21.000 bezoekers van een uitvoering € 1,0 miljoen – wat een welvaartsverlies voor de stad betekent van € 50.000. Het netto effect voor de stad is daarmee dus € 30.000 en voor de rest van Nederland -€ 30.000.

De totale baten van gezelschappen

Gezamenlijk bedraagt de jaarlijkse welvaartswinst van de gezelschappen voor de stad Utrecht € 1,2 miljoen (zie tabel 7.6). Dit betekent dat voor de stad Utrecht de jaarlijkse welvaartswinst van gezelschappen duidelijk lager is dan de jaarlijkse subsidies van € 2,0 miljoen. Dat komt voor een belangrijk deel omdat een groot deel van de uitvoeringen (en daarmee de baten) buiten de stad plaatsvinden. De baten voor de rest van Nederland bedragen € 5,2 miljoen per jaar wat juist fors hoger is dan € 3,7 miljoen aan subsidies uit de rest van Nederland.

⁵⁹ Gebaseerd op de verhouding tussen totale optiewaarde en totaal aantal bezoekers aan de podiumkunsten in Nederland vermenigvuldigd met de ruim 127.000 bezoekers uit de rest van Nederland aan uitvoeringen buiten Utrecht.

Tabel 7.6 De maatschappelijke baten van de gezelschappen in Utrecht voor de stad en rest van Nederland (€ miljoen, jaarlijkse welvaartswinst)

	Stad Utrecht	Rest Nederland
Gebruikswaarde	0,1	0,4
Optiewaarde	1,1	4,8
Economische waarde	0,03	-0,03
TOTAAL	1,2	5,2

Bron: Atlas voor gemeenten

Een deel van de baten van de gezelschappen voor de stad Utrecht zit, zoals ook bij de festivals ook in de baten van de podia. Voor een correct beeld van de baten van de gezelschappen moet hiervoor worden gecorrigeerd en alleen de additionele baten worden meegenomen.⁶⁰ De additionele baten zijn de baten die voortkomen uit uitvoeringen buiten de meegenomen podia.

Voor de gebruikswaarde gaat om het dertig procent van de gebruikswaarde (zie tabel 7.5)⁶¹ van de bezoekers uit Utrecht naar de uitvoeringen in Utrecht en honderd procent van de gebruikswaarde van bezoeken van inwoners van Utrecht buiten Utrecht. Dit leidt tot een additionele gebruikswaarde voor de stad van € 80.000. Voor bezoekers van buiten Utrecht geldt dat alleen de gebruikswaarde van bezoeken aan Utrecht in de podia die al zijn meegenomen een dubbel telling is. Die dubbel telling bedraagt ook zeventig procent, waardoor slechts € 30.000 (30% van € 90.000) kan mee worden geteld – waardoor de additionele gebruikswaarde op € 110.000 per jaar komt.

Op basis van de verdeling van bezoekers aan de podia die zijn meegenomen in de eerdere analyse (70%) en andere locaties (30%) is de additionele optiewaarde voor de stad bepaald. Die komt op € 0,3 miljoen per jaar (30% van € 1,2 miljoen). De optiewaarde buiten de stad is vrijwel volledig additioneel omdat die grotendeels afkomstig is van uitvoeringen in andere steden. Uitzondering is dat deel van de optiewaarde in de omliggende gemeenten van Utrecht door het aanbod van Utrecht. Deze dubbel telling bedraagt € 40.000 waardoor de totale additionele optiewaarde met een kleine € 4,8 miljoen vrijwel gelijk blijft.

⁶⁰ Feitelijk is een deel van het aanbod twee keer gesubsidieerd door de gemeente: zowel het podium als de organisatie van het festival.

⁶¹ Van de ongeveer 28.500 bezoekers uit Utrecht aan uitvoeringen in de stad Utrecht zijn er ruim 19.800 gegaan naar uitvoeringen in de podia die in de eerdere berekening zijn meegenomen.

Van de economische waarde voor de stad is alleen dat deel additioneel dat komt door bezoekers aan uitvoeringen buiten de podia die al zijn meegenomen (30% van de berekende economische waarde). Dit zorgt ervoor dat van de € 80.000 baten van bezoekers van buiten de stad € 20.000 additioneel is. Omdat de baten van bezoekers uit Utrecht in andere steden wel volledig additioneel zijn wordt het saldo -€ 30.000 (€ 20.000 baten voor de stad min € 50.000 baten voor de rest van Nederland). Voor de rest van Nederland betekent dit een een netto positief saldo van € 30.000.

Dat brengt de totale additionele baten van gezelschappen op € 0,4 miljoen per jaar voor de stad (zie tabel 7.7). Voor de rest van Nederland zijn vrijwel alle baten additioneel: 5,2 miljoen per jaar

Tabel 7.7 De baten van de gezelschappen in Utrecht voor zover niet meegeteld in de baten van de podia (€ miljoen, jaarlijkse welvaartswinst)

Jaarlijkse welvaarts-winst (€ miljoen)	Stad Utrecht	Rest van Nederland
Gebruikswaarde	0,1	0,4
Optiewaarde	0,3	4,8
Economische waarde	-0,03	0,03
TOTAAL	0,4	5,2

Bron: Atlas voor gemeenten

7.4 De baten van podiumkunsten (inclusief *arthouse-film*)

Voor een correct beeld van de totale baten van de podiumkunsten (inclusief *arthouse-film*) moeten de baten van de podia dus worden opgeteld bij de baten van de festivals en gezelschappen voor zover die nog niet in de baten van de podia zitten.⁶² Uit tabel 7.8 blijkt dat de maatschappelijke baten van de totale podiumkunsten en gesubsidieerde film voor de stad Utrecht € 26,1 miljoen per jaar bedraagt. De jaarlijkse gemeentelijke subsidie voor de totale

⁶² De impliciete aanname is dat zonder subsidie een Utrechts gezelschap of festival het aanbod uitvoeringen op de Utrechtse podia afneemt. Het zou in theorie kunnen dat als het aanbod van Utrechtse gezelschappen in de stad wegvalt de podia een alternatief aanbod programmeren. De welvaartswinst van een dergelijk aanbod is naar verwachting lager (want het is 'tweede keus', wat zich bijvoorbeeld uit in veel minder bezoekers). De vraag is daarnaast of dit alternatieve aanbod gefinancierd zou zijn en of dat wel zonder subsidie zou kunnen bestaan.

podiumkunsten (inclusief film) bedraagt € 24,1 miljoen waardoor er sprake is van een maatschappelijk rendabele besteding van deze uitgaven.

Tabel 7.8 De maatschappelijke baten van de podiumkunsten in Utrecht voor de stad en rest van Nederland (€ miljoen, jaarlijkse welvaartswinst)

	Stad	Rest Nederland
Podia	24,9	1,8
Festivals voor zover additioneel	0,8	0,2
Gezelschappen voor zover additioneel	0,4	5,2
TOTAAL	26,1	7,2

Bron: Atlas voor gemeenten

De maatschappelijke baten van de totale podiumkunsten in de stad Utrecht voor de rest van Nederland bedragen € 7,2 miljoen per jaar. De jaarlijkse subsidies van het Rijk en de provincie voor de podiumkunsten in Utrecht bedragen € 5,1 miljoen waardoor er ook sprake is van een netto welvaartswinst (de baten zijn hoger dan de kosten in de vorm van subsidies) voor de rest van Nederland. Dat de baten voor de rest van Nederland relatief hoog zijn is vooral het gevolg van Utrechtse gezelschappen die een belangrijk deel van de tijd buiten de stad spelen en daar welvaartseffecten genereren.

8 Musea

Voor het berekenen van de maatschappelijke baten van musea zijn de volgende musea meegenomen: Centraal Museum, Museum Speelklok, het Volksbuurtmuseum, het Spoorwegmuseum, Museum Catharijneconvent en het Universiteitsmuseum. De eerste drie musea ontvangen gezamenlijk van de gemeente € 8,1 miljoen subsidie (zie de bijlage voor een overzicht). Van deze € 8,1 miljoen wordt € 2,4 miljoen aangewend voor de collectie van het Centraal Museum (aankoop, restauratie, documentatie en conservatoren). In lijn met eerder onderzoek wordt dit deel van de subsidie niet meegerekend omdat tegenover deze bedragen (het in stand houden van) de waarde van de collectie staat.⁶³ De overige drie musea krijgen geen subsidie van de gemeente. Museum Catharijneconvent wordt door het Rijk gesubsidieerd (€ 4,7 miljoen) en de andere twee door de universiteit en de NS en Prorail (respectievelijk € 2,7 miljoen en € 1,8 miljoen).

Gebruikswaarde

De gemiddelde gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van een museumbezoek liggen hoger dan in het geval van de podia. Dat komt omdat er wordt uitgegaan van een gemiddelde verblijfsduur van drie uur (in plaats van twee uur) en omdat de gemiddelde reistijd en -kosten voor mensen van buiten de stad Utrecht hoger ligt (gemiddeld namelijk 42,4 minuten).⁶⁴ De reisbereidheid voor het bezoek van een museum ligt hoger waardoor een museumbezoek eerder een dagje uit is dan het bezoek van een uitvoering in de podiumkunsten (wat eerder een avondje uit is). Wel ligt de gemiddelde entreprijs met € 7,02⁶⁵ wat lager. Voor een bezoeker uit de stad Utrecht komen de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten gemiddeld op € 46,01 en voor een bezoeker van buiten de stad op € 55,59 (zie tabel 8.1). Het consumentensurplus hiervan is 25%: respectievelijk € 11,50 en € 13,90. De welvaartswinst hiervan is (wederom) 25%: respectievelijk € 2,88 voor een bezoeker uit de stad en € 3,47 voor een bezoeker uit de rest van Nederland.

⁶³ De aanname is dan dat uitgaven om de collectie uit te breiden en in stand te houden zich direct vertalen in een hogere financiële waarde van deze collectie. Onder de aanname dat het effect van deze uitgaven op de financiële waarde van collectie gelijk is aan de uitgaven kunnen deze tegen elkaar worden 'weggestreepd'. Zie voor uitgebreide toelichting: G. Marlet e.a., 2011: De schat van de stad (Utrecht, Atlas voor gemeenten).

⁶⁴ Op basis van gegevens over woonplek en museumbezoek van museumjaarkaarthouders.

⁶⁵ Gewogen gemiddelde over alle musea (en bezoekers).

Tabel 8.1 De gemiddelde gebruikswaarde per bezoek aan de Utrechtse musea

	Bezoeker uit Utrecht	Bezoeker uit de rest van Nederland
Reistijd	€ 0,83	€ 4,98
Reiskosten	€ 1,09	€ 6,52
Verblijfstijd	€ 37,06	€ 37,06
Entreprijs	€ 7,02	€ 7,02
Totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten	€ 46,01	€ 55,59
Consumentensurplus	€ 11,50	€ 13,90
Welvaartseffect van consumentensurplus	€ 2,88	€ 3,47

Bron: Atlas voor gemeenten

Van de kleine één miljoen bezoekers komen er 182.000 uit de stad Utrecht, 756.000 uit de rest van Nederland en 57.000 uit het buitenland. De totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten voor bezoekers uit de stad bedragen € 8,4 miljoen en voor bezoekers van buiten de stad € 42 miljoen. In totaal hebben zij er jaarlijks dus circa vijftig miljoen euro voor over om een Utrechts museum te bezoeken. De maatschappelijke baten via de gebruikswaarde voor de stad Utrecht bedragen dan ruim € 0,5 miljoen per jaar (187.000 bezoekers vermenigvuldigd met het gemiddelde welvaartseffect per bezoek). Voor de rest van Nederland ligt dit bedrag met ruim € 2,6 miljoen per jaar meer dan vijf keer zo hoog (zie tabel 8.2).

Optiewaarde

Net als bij de podiumkunsten is er ook sprake van een significante samenhang tussen de nabijheid van musea voor beeldende kunst en de grond- en woningprijzen op woonlocaties in de buurt.⁶⁶ Dat duidt erop dat mensen waarde hechten aan de mogelijkheid om een museum te bezoeken, of dat ze er waarde aan hechten dat familie, vrienden en andere gasten zo'n museum kunnen bezoeken, of dat ze simpelweg identiteit en status ontlenen aan een woning in de buurt van een museum. Hoe dan ook, het simpele feit dat er musea in de buurt zijn wordt door sommige mensen gewaardeerd. Op basis van de hedonische prijsmethode – en gecorrigeerd voor de invloed van

⁶⁶ G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

de hypotheekrenteaftrek en andere factoren die de grondprijs bepalen (zie het vorige hoofdstuk) – is de bereidheid om te betalen voor een huis in de buurt van de Utrechtse musea € 110 miljoen wat overeenkomt met een jaarlijkse welvaartswinst van € 6,3 miljoen.⁶⁷ Dit bedrag slaat volledig in de stad zelf neer (zie tabel 8.2).

Dat is een minder groot bedrag dan de optiewaarde van de podiumkunsten, die bijna drie-en-een-half keer zo hoog was. De reden daarvoor is dat de meeste mensen bereid zijn om verder te reizen voor musea dan voor podiumkunsten, waardoor ze daar in hun verhuisbeslissing veel minder rekening mee hoeven te houden. Museumbezoek is voor de meeste mensen een uitje, een dagtrip, terwijl het bezoek aan een concert of theatervoorstelling tot het reguliere uitgaansleven van de stedelijke bevolking behoort. Daarom houden de meeste mensen bij hun woonplaatskeuze meer rekening met de nabijheid van podia dan met de nabijheid van musea.

Economische waarde

Naast de waarde die mensen aan het bezoek van musea hechten, en het effect van het museum op de aantrekkingskracht van Utrecht, gaan er van dat museum ook nog indirecte economische effecten uit. De aanwezigheid van musea vormt een van de beweegredenen voor binnen- en buitenlandse toeristen om de stad te bezoeken. Zonder musea zou een substantieel deel van de toeristen mogelijk kiezen voor een andere bestemming, of zijn verblijf aan Nederland inkorten. Hierbij wordt verondersteld dat voor de bezoekers van buiten de stad die naar een museum in Utrecht gaan dit ook tot de belangrijkste motieven voor de komst naar de stad behoort. Dit impliceert dat deze bezoekers weg zouden blijven uit Utrecht wanneer de stad geen museum te bieden zou hebben.

In totaal komen er 757.000 bezoekers uit de rest van Nederland en 57.000 uit het buitenland naar de Utrechtse musea. Op basis van de gemiddelde besteding per dag van een binnenlandse bezoeker (€ 50,36) en van een buitenlandse bezoeker (€ 121,22) komen de additionele bestedingen in de stad uit op € 45 miljoen. Daarvan komt ruim € 38 miljoen voor rekening van binnenlandse bezoekers en een kleine zeven miljoen voor rekening van de buitenlandse bezoekers.

⁶⁷ Hierbij is het totale bedrag van € 110 miljoen omgerekend naar de waarde per jaar door gebruik te maken van een reële discontovoet van 4% en uit te gaan van een periode van 30 jaar.

Ook hier geldt (net als bij de podiumkunsten) dat bestedingen niet gelijk zijn aan welvaartswinst. Uitgaande van vijf procent netto winst en tien procent belastingopbrengst (voor het Rijk) is de totale welvaartswinst voor Utrecht € 2,3 miljoen per jaar (zie tabel 8.2).

Voor de rest van Nederland is er een netto welvaartsverlies van € 1,2 miljoen per jaar. Dit komt doordat de bezoekers van buiten Utrecht in een situatie zonder Utrechtse musea hun geld elders in Nederland hadden uitgegeven (en de winst over die uitgaven komt nu in Utrecht terecht en niet in de rest van Nederland). Daar staat weliswaar de belastingopbrengst voor het Rijk van de buitenlandse toeristen tegenover, maar omdat het over relatief weinig toeristen gaat is die beperkt.

Totale waarde musea

Dat brengt de totale berekende jaarlijkse welvaartswinst van de Utrechtse musea voor de stad zelf op € 9,1 miljoen, waarvan de optiewaarde en de economische de belangrijkste onderdelen zijn (zie tabel 8.2). De jaarlijkse gemeentelijke subsidie voor de musea bedraagt € 5,7 miljoen (exclusief de subsidie voor de collectiefunctie) waardoor vanuit het perspectief van de stad de maatschappelijke baten van de musea (net als bij de podiumkunsten) hoger zijn dan de maatschappelijke kosten in de vorm van subsidies. Dat dit saldo positief is echter wel voor een belangrijk deel het gevolg van het feit dat een deel van het aanbod door het Rijk en door andere partijen wordt gefinancierd. Daarmee wordt een belangrijk deel van de kosten dus door andere partijen dan de stad zelf gedragen terwijl de baten wel voor een groot deel neerslaan in de stad. De baten voor de rest van Nederland (tabel 8.2) bedragen € 1,4 miljoen per jaar terwijl de subsidie van het Rijk en andere partijen € 9,1 miljoen bedraagt.

Tabel 8.2 De maatschappelijke baten van de musea in Utrecht voor de stad en de rest van Nederland (€ miljoen, jaarlijkse welvaartswinst)

	Stad	Rest Nederland
Gebruikswaarde	0,5	2,6
Optiewaarde	6,3	0,0
Economische waarde	2,3	-1,2
TOTAAL	9,1+PM	1,4+PM

Een deel van de maatschappelijke effecten van musea (met name de bestaanswaarde en de sociale waarde) is nog niet bekend (zie hoofdstuk 6). Omdat voor de berekening van deze baten aanvullend onderzoek nodig is (zie de kaderteksten hierover in hoofdstuk 5) zijn deze in tabel 8.2 met een zogenaamde PM-post weergegeven.

Bijlage: overzicht instellingen en subsidies

Onderstaande tabellen geven een overzicht van de gesubsidieerde culturele instellingen, de omvang van de (structurele) subsidie die ze ontvangen van de gemeente (in 2015) en het aantal bezoekers. Tabel 0.1 en tabel 0.2 betreffen de instellingen die zijn meegenomen in de berekening van de baten van cultuur. Tabel 0.3 zijn de instellingen die subsidie ontvangen maar niet zijn meegenomen (ook geen bezoekersaantallen). Naast gemeentelijke subsidies ontvangen sommige instellingen ook (of soms zelfs alleen) subsidie van het rijk, zoals Museum Catharijneconvent en het Nederlands Filmfestival, of van andere partijen zoals het Spoorwegmuseum.

Tabel 0.1 Culturele instellingen die zijn meegenomen in de analyse

Sector	Instelling	Subsidie gemeente	Bezoekers
Podiumkunsten: podia	TivoliVredenburg	€ 10.247.000	762.604 ⁶⁸
	Stadsschouwburg		
	Utrecht	€ 6.425.000	205.286
	Theater Kikker	€ 1.409.872	20.593
	RASA	€ 730.000	38.907
	De Helling	€ 318.150	49.131
	Ekko	€ 297.218	54.000
	Het Wilde Westen	€ 269.806	5.600
	Ruis - DB's	€ 50.000	13.677
	Culturele evenementen.		
	Nicolaïkerk	€ 15.000	2.314
	Domkerk		
	zat.middagmuziek	€ 13.000	11.640
Pieterskerkconcerten	€ 6.500	3.100	
Werftheater	€ 6.000	6.489	
Totaal podia		€ 20.889.546	1.173.341
Podiumkunsten: festivals	Festival Oude Muziek	€ 407.228	85.015
	SPRING Festival	€ 394.833	20.292
	Gaudeamus	€ 250.000	4.241
	Storm - Tweetakt	€ 196.945	34.110
	Le Guess Who?	€ 75.000	14.456
	Internationaal Kamer- muziek Festival	€ 55.000	8.500
	CaféTheaterFestival	€ 16.830	15.000
Totaal festivals		€ 1.395.836	181.614

Bron: gemeente Utrecht

⁶⁸ Over 2013 in verband met verbouwing in 2014 en 2015.

Tabel 0.2 Culturele instellingen die zijn meegenomen in de analyse

Sector	Instelling	Subsidie gemeente	Bezoekers
Podiumkunsten: gezelschappen	Theater Utrecht	€ 500.000	14.719
	Filiaal	€ 395.964	30.941
	Dox	€ 245.773	32.227
	Aluin	€ 125.000	17.883
	NUT	€ 125.000	16.944
	Rosa Ensemble	€ 100.000	3.500
	Roodnoot	€ 100.000	1.922
	De Warme Winkel	€ 100.000	10.247
	Insomnio	€ 85.000	5.518
	Stuim/Schweigman	€ 80.000	10.437
	De Dansers	€ 75.000	24.166
	Ned. Bachvereniging	€ 40.024	34.372
	Holland Baroque	€ 30.588	15.901
	Utr. String Quartet	€ 22.666	1.700
Totaal gezelschappen		€ 2.025.015	220.477
Musea	Centraal Museum	€ 7.234.000 ⁶⁹	290.000 ⁷⁰
	Museum Speelklok	€ 718.385	95.748
	Volksbuurtmuseum	€ 119.253	7.117
	Universiteitsmuseum	€ 0	110.000
	Spoorwegmuseum	€ 0	420.000
	Museum		
	Catharijneconvent	€ 0	73.500
Totaal musea		€ 8.071.638	1.021.365
Totaal film	't Hoogt	€ 406.565	57.125
	Nederlands		
	Filmfestival	€ 365.337	146.188
	Holland Animation Film Festival	€ 76.903	28.714
Totaal film		€ 848.805	232.027
Totaal		€ 32.128.840	2.828.824

Bron: gemeente Utrecht

⁶⁹ Waarvan € 2,4 miljoen voor collectiebeheer.⁷⁰ Over 2016 in plaats van 2015 in verband met de verbouwing in 2015.

Tabel 0.3 Culturele instellingen die niet zijn meegenomen in de analyse

Sector	Instelling	Subsidie gemeente
Amateurkunst en cultuureducatie	ZIMIHC	€ 808.881
	STUT	€ 282.481
	Via Vinex	€ 231.250
Overig	Culturele zondagen	€ 1.367.486
	RTV Utrecht	€ 645.292
	Cultuur 19	€ 209.747
	Cultuurhuis kanaleiland	€ 200.000
	SWK	€ 181.314
	Coöperatie	€ 150.000
	Het Huis	€ 86.156
	Muziekhuis Utrecht	€ 75.000
	Sophia	€ 48.546
	Liszt Concours	€ 38.317
	Dutch harp festival	€ 27.500
	kunstliefde	€ 27.247
	Utr. Klokkenspelvereniging	€ 8.413
	Beeldende kunst, vormgeving, mode	Bak
Impakt		€ 179.514
Casco		€ 119.366
Room with a View		€ 100.000
Kapitaal		€ 95.208
Fotodok		€ 75.000
Kunstlicht op Straat		€ 30.000
Letteren	Het Literatuurhuis	€ 225.000
	Utrechtse dichtersgilde	€ 13.168
TOTAAL		€ 5.694.886

Bron: gemeente Utrecht

Bijlage: indicatoren

In deze bijlage zijn de indicatoren die zijn gebruikt voor het in kaart brengen van het culturele aanbod en de cultuurdeelname in Utrecht uitgebreid beschreven.

Podiumkunsten

Het aantal theatervoorstellingen en concerten in de gemeente, opgesplitst in drie categorieën: theater, klassieke muziek en popmuziek. Onder de categorie theater vallen toneel, ballet, dans, cabaret, musical. Onder popmuziek vallen ook jazz, lichte muziek en wereldmuziek. Klassieke muziek bevat ook de categorie opera. Voor het aanbod podiumkunsten is gebruikgemaakt van het aantal voorstellingen in de theaters en poppodia die aangesloten zijn bij de Vereniging voor Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD), de Vereniging Nederlandse Poppodia en Festivals (VNPF), het Nederlands Uitburo of die opgenomen zijn in het bestand van EM-Cultuur en waarvoor de data bij de afzonderlijke instellingen verzameld zijn.

Historische monumenten

Het aantal Rijksmonumenten (objecten) in de gemeente als percentage van het aantal woningen (bron: Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed).

Archeologische monumenten

Het aantal archeologische monumenten (objecten) in de gemeente per 100.000 inwoners (bron: Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed).

Cultuurhistorische musea

Het aantal cultuurhistorische musea in de gemeente per 100.000 inwoners gebaseerd op de data van de Nederlandse Museumvereniging.⁷¹

Musea beeldende kunst

Het aantal musea voor beeldende kunst in de gemeente per 100.000 inwoners gebaseerd op de data van de Nederlandse Museumvereniging.⁷²

⁷¹ Zie voor meer informatie: G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

⁷² Idem.

Kunstenaars

Onder kunstenaars vallen schrijvers, ontwerpers en vormgevers, interieurarchitecten, componisten en musici, regisseurs, schilders en beeldhouwers, fotografen, dansers, artiesten en acteurs. Voor het bepalen van het aantal kunstenaars als percentage van de beroepsbevolking is gebruikgemaakt van de adresbestanden van verschillende kunstenaarsverenigingen, zoals Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers, GKf fotografen, Beroepsvereniging Nederlandse Interieurarchitecten, CNV Kunstenbond, Componisten 96, Gemeenschap Beeldende Kunstenaars, FNV KIEM, Nederlandse Kring van Beeldhouwers, Nederlandse Vakgroep Keramisten, Nederlandse Vereniging van Muziekinstrumentenmakers, Vereniging van Schrijvers en Vertalers en Beroepsvereniging van Beeldende Kunstenaars. Uit de adresbestanden van die verenigingen is het aantal artistieke beroepen per gemeente samengesteld. Het aantal leden van de kunstenaarsbonden is daarvoor dus als indicatie genomen. Omdat die cijfers opgeteld lager uitkwamen dan het landelijke cijfer (de gebruikte lidmaatschaps cijfers hebben natuurlijk geen 100% dekking), is dat aantal herschaald op basis van de provinciale cijfers die wel via het CBS verkrijgbaar zijn. Behalve het aantal kunstenaars in de stad als percentage van de beroepsbevolking is ook het ruimtelijke gemiddelde meegenomen waarin dus ook het aantal kunstenaars in de regio meetelt.

Galerieën

Het aantal kunstgalerieën in de gemeente per 100.000 inwoners (bron: Nederlandse Galerie Associatie, Gouden Gids, LISA).

Bioscoopstoelen

Het aantal bioscoopstoelen per 100.000 inwoners (bron: Nederlandse vereniging van Bioscoopexploitanten).

Doeken in filmhuizen

Het aantal filmdoeken per 100.000 inwoners (bron: Nederlandse vereniging van Bioscoopexploitanten).

Bibliotheken

Aantal (vestigingen van) bibliotheken per 1.000 inwoners (bron: Vereniging van Openbare Bibliotheken).

Boekwinkels

Het aantal boekwinkels in de gemeente per 100.000 inwoners (bron: Lijstenboek).

Antiquariaten

Het aantal antiquariaten in de gemeente per 100.000 inwoners (bron: Gouden Gids, Boek en boek).

Culturele evenementen

Het aantal publieksevenementen in de gemeente per 100.000 inwoners. Onder publieksevenementen vallen evenementen uit de categorieën beeldende kunst, maatschappij/sociaal/cultuur en podiumkunsten (bron: Respons). Daarvan zijn alleen de categorieën beeldende kunst en podiumkunsten meegenomen. Een publieksevenement wordt als volgt gedefinieerd: 'Een gebeurtenis met een begin- en einddatum, die op één of meerdere locaties plaatsvindt, verplaatsbaar is en waarbij de bezoekers specifiek voor de activiteiten komen.' In het overzicht van het aantal evenementen per gemeente is uitgegaan van evenementen die een minimum bezoekaantal hebben van 5000.

Bezoek aan podiumkunsten

Het aantal keren dat inwoners van een gemeente naar verwachting een bezoek brengen aan een concert of theatervoorstelling. Daarbij zijn alle voorstellingen die vallen onder de podiumkunsten meegenomen: toneel, cabaret, dans, opera, musical en concerten (pop, jazz, klassiek). Het cultuurbereik is gebaseerd op de AVO-enquête (Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek) van het SCP. Uit die enquête volgen behalve het jaarlijkse bezoek aan culturele instellingen, ook de persoonskenmerken van de respondent.⁷³ Daarmee is een meervoudige regressieanalyse uitgevoerd. Uit die analyse blijkt dat het bezoek aan concerten en theatervoorstellingen zowel kan worden verklaard uit persoonskenmerken, vooral het opleidingsniveau, als uit het theateraanbod. Hoger of middelbaar opgeleiden bezoeken significant vaker een concert of theater. Datzelfde geldt voor jongeren tot 30 jaar. Tussen 30 en 50 jaar is de bezoekfrequentie significant lager, net als onder niet-westerse allochtonen. Ook het regionale aanbod podiumkunsten blijkt het cultuurbereik significant positief te beïnvloeden. Op basis van de coëfficiënten uit die

⁷³ A. van den Broek, 2005: Cultuurminnaars en cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed (Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag).

regressieanalyse en de bevolkingssamenstelling en het theateraanbod in de gemeente is het gemiddelde cultuurbereik per gemeente geschat.

Museumbezoek

Zie definitie 'Bezoek aan podiumkunsten'.

Creatieve klasse

De creatieve klasse in een stad blijkt de beste indicator te zijn voor de voorraad *human capital*.⁷⁴ Daarom is als indicator voor dat menselijk kapitaal de omvang van de creatieve klasse als percentage van de beroepsbevolking genomen. De Nederlandse creatieve klasse is gebaseerd op het werk van Richard Florida, dat door de samenstellers van de Atlas uitgebreid getoetst is voor en bijgesteld is op basis van de Nederlandse situatie.⁷⁵ De Nederlandse creatieve klasse bestaat allereerst uit bedenkers van creatieve ideeën, zoals wetenschappers en onderzoekers, innovatieve ICT'ers, ingenieurs, architecten, tv-makers, journalisten en *bohemians* zoals musici, vormgevers, schrijvers en kunstenaars. Ook de uitvoerders van creatieve ideeën in kennisintensieve economische sectoren zijn tot de creatieve klasse gerekend: managers, specialisten, assistenten en verkopers van creatieve ideeën in de wetenschap, de geneeskunde, de high-tech en ICT, financiële, organisatorische, bedrijfskundige en juridische dienstverlening en creatieve sectoren zoals design en kunst. De cijfers over de beroepen die tot de creatieve klasse behoren zijn op gemeenteniveau verkregen uit de Enquête Beroepsbevolking (EBB) van het CBS. Voor het samenstellen van de Nederlandse creatieve klasse zijn niet de standaard beroepsgroepen van het CBS, maar alle 1211 beroepen die in de EBB-enquête voorkomen één voor één onderverdeeld in creatieve klasse, overheid, service klasse en arbeidersklasse. Omdat de enquête wordt gehouden onder een relatief klein deel van de bevolking, en ook de creatieve klasse maar een deel van de totale beroepsbevolking is, ontstaat een relatief grote statistische onzekerheid. Voor kleinere gemeenten vertoont het aandeel van de creatieve klasse om die reden relatief grote schommelingen door de tijd. Om die onzekerheden zo min mogelijk te laten doorwerken in de gepresenteerde data is een driejaarsgemiddelde gepresenteerd.

⁷⁴ G.A. Marlet, C.M.C.M., van Woerkens, 2007: *The Dutch Creative class and how it fosters urban employment growth*, in: *Urban Studies*, 44, 13, pp. 2605-2626.

⁷⁵ Zie: G.A. Marlet, C.M.C.M. van Woerkens, *Het economisch belang van de creatieve klasse*, in: ESB, 11-6-2004, pp. 280-283.