



De waarde van cultuurstad Utrecht

Een maatschappelijke
kosten-batenanalyse
van de cultuuruitgaven

Gerard Marlet

Roderik Ponds

Joost Poort

Clemens van Woerkens

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, 2018

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

De waarde van cultuurstad Utrecht

Een maatschappelijke kosten-batenanalyse van de cultuuruitgaven

Inhoud

Samenvatting en conclusies	7
1 Inleiding	9
2 De betekenis van cultuur voor stad en regio	12
3 De culturele positie van Utrecht	16
4 De vijf maatschappelijke waarden van cultuur	27
5 Gebruikswaarde	32
6 Optiewaarde	56
7 Bestaanswaarde	67
8 Economische waarde	74
9 Sociale waarde	84
10 Maatschappelijke kosten en baten	93
Bijlage 1: Indicatoren	97
Bijlage 2: Enquête bestaanswaarde	101
Bijlage 3: Gesubsidieerde instellingen	116

Samenvatting en conclusies

Het culturele aanbod in Utrecht 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 (en de enige waar de gemeente substantieel invloed op kan uitoefenen). Een vergelijking met andere steden laat zien dat Utrecht vooral een bovengemiddeld aanbod aan podiumkunsten en film heeft. Ook biedt de stad relatief veel culturele festivals en historisch erfgoed (monumenten). Het aanbod beeldende kunsten is relatief klein; zowel het aantal musea voor beeldende kunst als het aantal galerieën in de stad is lager dan gemiddeld in andere (vergelijkbare) steden in Nederland.

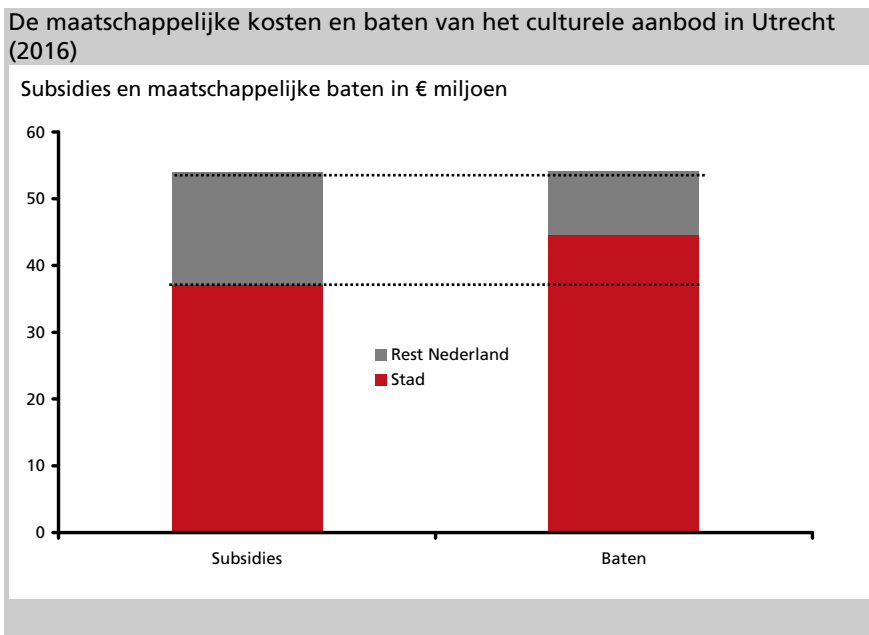
Het over het algemeen bovengemiddelde culturele aanbod zorgt er mede voor dat Utrecht op de tweede plek van de ranglijst van meest aantrekkelijke steden van Nederland staat. Bovendien heeft Utrecht haar aantrekkingskracht de laatste tien jaar het meest van alle Nederlandse steden zien verbeteren. De vraag is echter of dat zo blijft, of het culturele aanbod in Utrecht voldoende groot en gevarieerd is om de huidige en toekomstige bevolkingsgroei bij te houden. Of dat er geïnvesteerd moet worden in een ruimer aanbod. Om die vraag te kunnen beantwoorden is onderzoek nodig naar de omvang en 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?

In dit rapport zijn daarom 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 vooral ook om het genot dat de bewoners van de stad aan het culturele aanbod ontleen en de sociale effecten die daarvan uitgaan.

Voor die analyse zijn veel gedetailleerde gegevens van de gemeente en de Utrechtse culturele instellingen gebruikt. Daarnaast is een uitgebreide literatuurstudie uitgevoerd, zijn complexe statistische analyses gedaan en is een enquête onder een steekproef uit de Utrechtse bevolking gehouden.

Uit het onderzoek blijkt dat de maatschappelijke baten van het culturele aanbod voor de stad Utrecht in 2016 groter waren dan de kosten voor de gemeente; tegenover € 37,1 miljoen aan gemeentelijke subsidies aan de culturele instellingen die in de berekeningen konden worden meegenomen staat een jaarlijkse welvaartswinst van € 44,6 miljoen; een maatschappelijk rendement van rond de twintig procent. Daarmee zijn die uitgaven van de gemeente Utrecht aan kunst en cultuur maatschappelijk te rechtvaardigen.

Daarnaast komt een deel van de baten ook buiten de stad terecht en vooral in de directe omgeving van de stad – in totaal bedragen deze baten € 9,5 miljoen. Maar partijen buiten de gemeente investeren ook in het culturele aanbod van de stad: het Rijk, de provincie en andere partijen, zoals NS en de universiteit. Het bedrag dat daarmee gemoeid is, is hoger dan de maatschappelijke baten die buiten de gemeentegrenzen neerslaan. Per saldo is het saldo van maatschappelijke kosten en baten licht positief.



1 Inleiding

Volgens de jaarlijkse *Atlas voor gemeenten* is Utrecht – na Amsterdam – de op één na aantrekkelijkste stad van Nederland (zie figuur 1.1). Bovendien is die aantrekkingskracht van Utrecht de laatste jaren fors toegenomen (zie figuur 1.2). Het culturele aanbod in een stad is een van de acht indicatoren in de zogenoemde woonaantrekkelijkheidsindex. En ook voor wat betreft dat culturele aanbod per inwoner staat Utrecht tweede achter Amsterdam.¹

Het gaat dus goed met Utrecht. De stad maakt een ongekeerde groei door en is in trek bij jonge, hoogopgeleide mensen. Het culturele aanbod in de stad speelt daarbij een belangrijke rol. De vraag is echter of dat ook zo blijft. Of het voorzieningenniveau de groei van de stad wel bij kan houden. Want anders bestaat het risico dat de wal het schip keert en Utrecht haar relatief gunstige positie uiteindelijk gaat verliezen. Past het culturele aanbod in Utrecht bij de huidige en verwachte omvang van de stad en de regio, en de ambitie om een culturele metropool te worden? Of schiet dat aanbod tekort en moet er geïnvesteerd worden om de stad verder te kunnen laten groeien?²

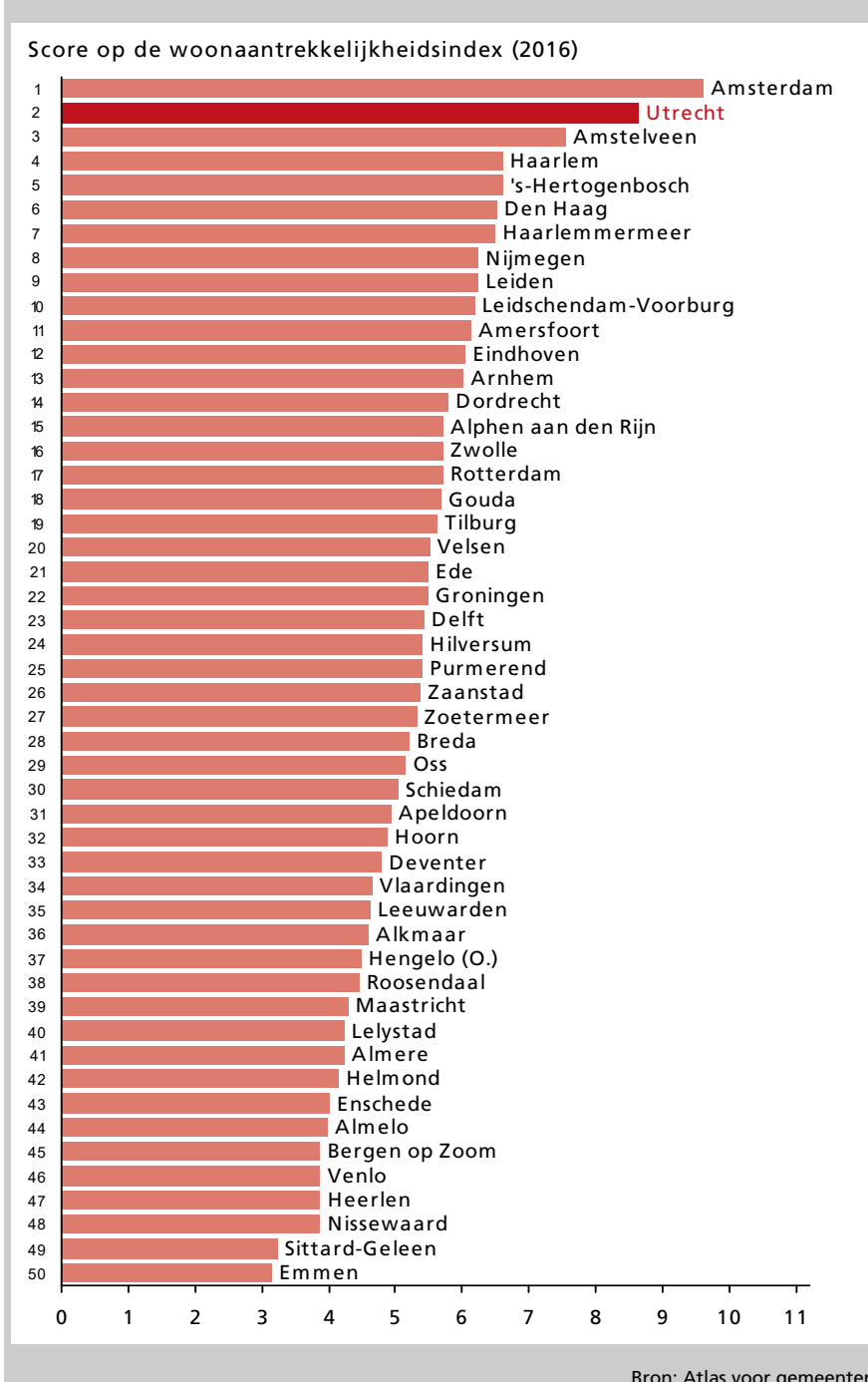
Om die vraag te kunnen beantwoorden is onderzoek nodig naar de omvang en het belang van kunst en cultuur voor de stad Utrecht. Een cruciale vraag daarbij is hoe de uitgaven van de gemeente aan kunst en cultuur zich verhouden tot de opbrengsten voor de stad. Ofwel: Wat is het saldo van maatschappelijke kosten en baten? Daarvoor is een zogenoemde maatschappelijke kosten-batenanalyse (MKBA) van het Utrechtse cultuurbeleid uitgevoerd. Om alle effecten van cultuur voor de stad te kunnen meenemen is uitvoerig onderzoek gedaan op basis van *literatuurstudie*, *statistische analyse* en een *enquête*.

In dit rapport wordt daarvan verslag gedaan. In hoofdstuk 2 wordt allereerst het resultaat van een literatuurstudie naar het belang van cultuur voor steden gepresenteerd. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 het culturele aanbod in Utrecht vergeleken met dat in andere steden. In hoofdstuk 4 tot en met 10 worden de maatschappelijke baten van het culturele aanbod in Utrecht berekend en vergeleken met de subsidies die de gemeente aan de culturele instellingen geeft.

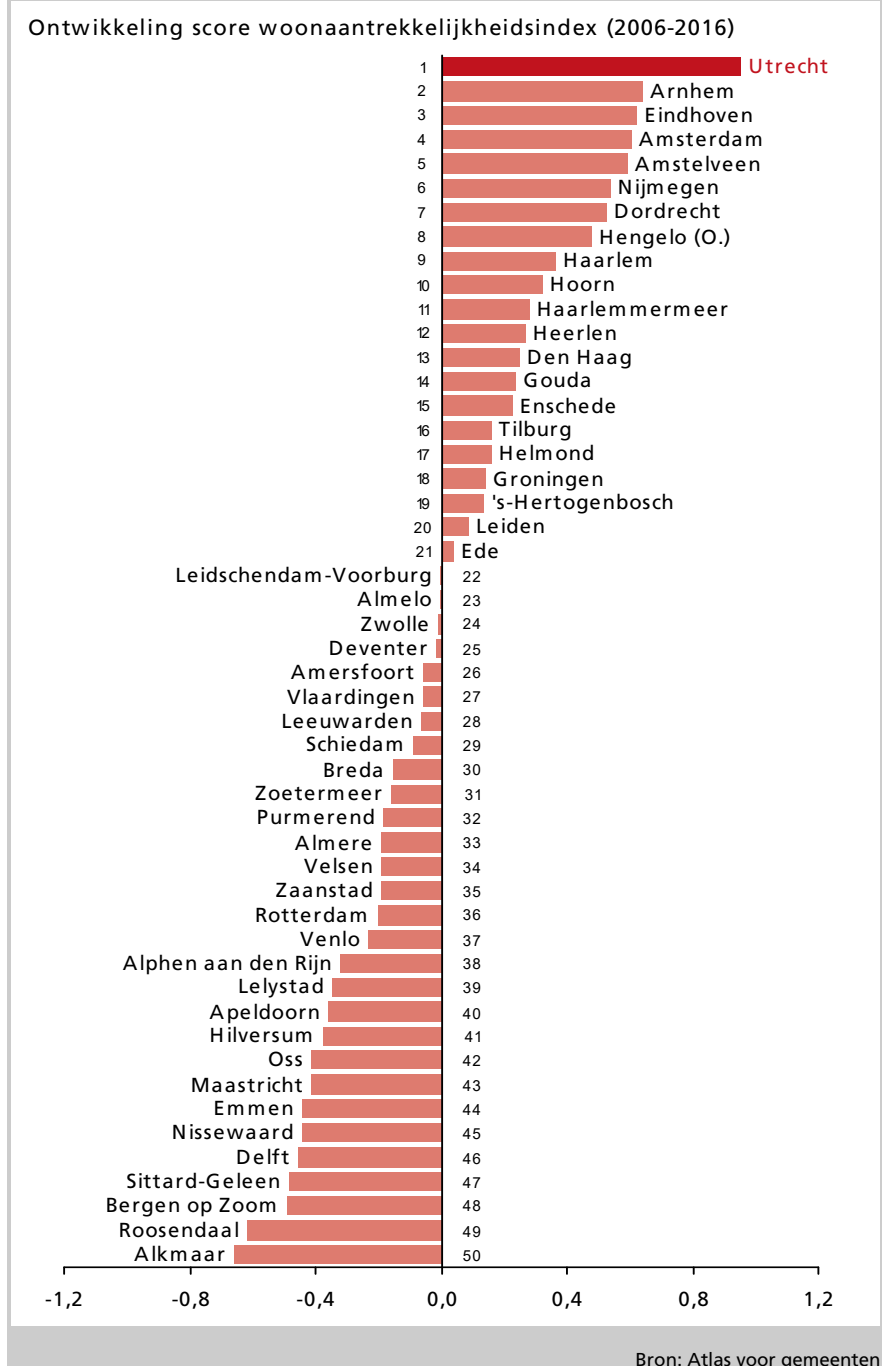
¹ G. Marlet, C. van Woerkens, 2017: *Atlas voor gemeenten* (VOC Uitgevers, Nijmegen).

² Zie voor een advies hierover: Onderzoeks- en adviesteam TivoliVredenburg, 2016: *Ruimte voor TivoliVredenburg*.

Figuur 1.1 De aantrekkingskracht van Nederlandse steden (G50), 2016



Figuur 1.2 Ontwikkeling van de aantrekkingskracht van Nederlandse steden (G50), 2006-2016



2 De betekenis van cultuur voor stad en regio

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 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 (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.³ Deze steden hebben de grootste aantrekkingskracht op hoger opgeleiden en mensen uit de hogere inkomensgroepen.

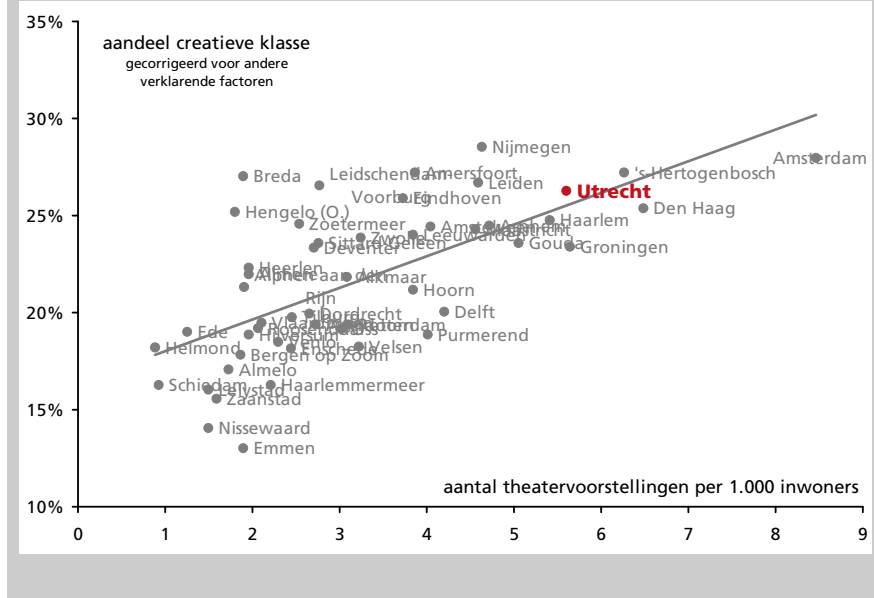
In figuur 2.1 is dit weergegeven met de relatie tussen het aanbod aan podiumkunsten in een stad en het aandeel mensen uit de zogenoemde creatieve klasse; in feite mensen die werken in een hooggekwalificeerde baan.⁴ De grafiek is een gestileerde weergave van het resultaat uit een statistische analyse waarmee de bevolkingssamenstelling in de Nederlandse steden wordt verklaard uit verschillende kenmerken van die steden en waarmee tevens wordt geprobeerd om de richting van het causale verband (van cultuur naar bevolking en niet omgekeerd) te identificeren.⁵ 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.

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

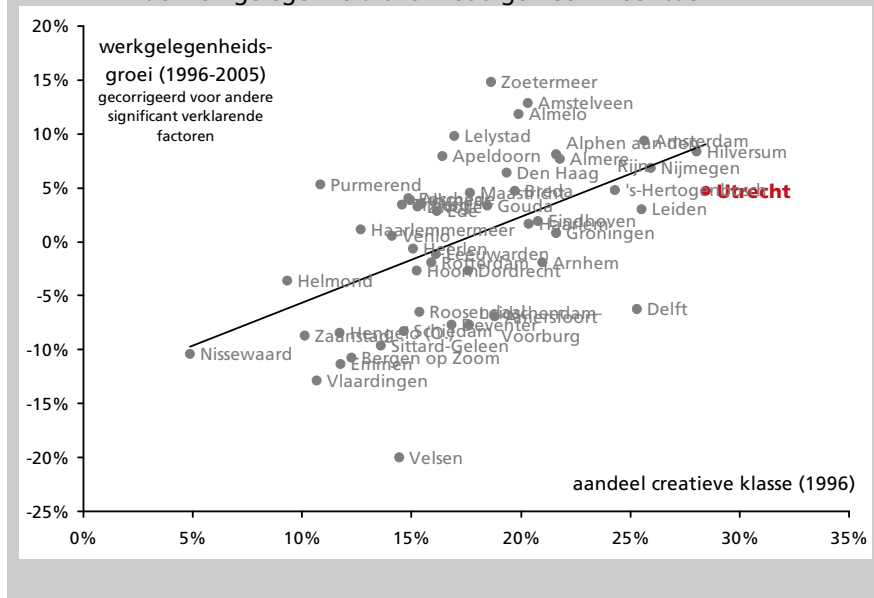
⁴ G.A. Marlet, C.M.C.M. van Woerkens, 2007: The Dutch Creative class and how it fosters urban employment growth, in: *Urban Studies*, 44, 13, pp. 2605-2626.

⁵ G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers, Nijmegen), hoofdstuk 6; H. Garretsen, G. Marlet, 2017: Amenities and the Attraction of Dutch Cities, in: *Regional Studies*, 51, 5, pp. 724-736.

Figuur 2.1 Creatieve hoogopgeleide mensen wonen over het algemeen in steden met veel cultuur...



Figuur 2.2 ... en in steden met veel creatieve, hoogopgeleide mensen neemt de werkgelegenheid over het algemeen meer toe.



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) – over het algemeen meer werkgelegenheids groei kennen. De grafiek is een gestileerde weergave van het resultaat uit een regressieanalyse waarmee de werkgelegenheids groei in de Nederlandse steden wordt verklaard uit verschillende kenmerken van die steden.⁶ Dat effect van cultuur op werkgelegenheids groei is 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 Florida⁷ 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,⁸ maar empirisch is voor Nederland het belang van creatieve mensen in de stad aangetoond.⁹ Een deel van de relatie tussen *human capital* en werkgelegenheids groei 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.¹⁰ Een ander deel van de relatie loopt van *human capital* naar werkgelegenheids groei 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

⁶ G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers, Nijmegen), hoofdstuk 3; 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.

⁷ R. Florida, 2002: *The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life* (Basic Books, New York).

⁸ Bijvoorbeeld: E.L. Glaeser, 2004: Review of Richard Florida's *The rise of the creative class*.

⁹ 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.

¹⁰ 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.

buurt van die hoogopgeleide, creatieve mensen vestigen, en de werkgelegenheid daar zal toenemen.¹¹

2. Hoogopgeleiden geven meer geld uit in de plaatselijke horeca, detailhandel en theaters waarmee ze de werkgelegenheid bevorderen, vooral de laagopgeleide werkgelegenheid (*trickle down*).¹²
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).¹³
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.¹⁴

Veel cultuur in de stad is dus niet alleen goed voor de aantrekkingskracht van die stad op mensen; indirect is het culturele klimaat ook van belang voor het vestigingsklimaat voor bedrijven en dus voor de lokale economie en de economische vitaliteit van de stad. In theorie profiteren alle mensen in de stad daarvan, niet alleen de mensen die van dat culturele aanbod genieten. In steden met veel cultuur en hoger opgeleiden zijn over het algemeen meer banen aan de onderkant van de arbeidsmarkt, waardoor ook mensen met een lagere opleiding die minder kansrijk zijn op de arbeidsmarkt – en vaak in de mindere wijken van de stad wonen – profiteren van het culturele aanbod in het centrum van de stad (*trickle down*).¹⁵ Er zijn – tenminste in Nederlandse steden – echter allerlei belemmeringen die ervoor zorgen dat dat proces van ‘doorsijpelen’ wordt verstoord.¹⁶

¹¹ 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.

¹² P. Aghion, P. Bolton, 1997: A theory of trickle-down growth and development, in: *The Review of Economic Studies*, 64, pp. 151-172.

¹³ R.R. Nelson, S.G. Winter, 1982: *An evolutionary theory of economic performance* (Cambridge University Press, Cambridge).

¹⁴ E.L. Glaeser, 2005: Reinventing Boston: 1630-2003, in: *Journal of Economic Geography*, 5, 2, p. 119-153.

¹⁵ Aghion, P., Bolton, P., 1997: A theory of trickle-down growth and development, in: *The Review of Economic Studies*. 64, p.151-172;

¹⁶ 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; H. Garretsen, G. Marlet, R. Ponds, C. van Woerkens, 2016: Taxi drivers with a PhD? Trickle down, crowding out, and unemployment amongst the lower educated in cities, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 9 (2): 405-422 .

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 en haar omgeving.

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: Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Eindhoven, Arnhem, Enschede, Groningen en Maastricht). Daarbij wordt ingegaan op de podiumkunsten, het erfgoed (monumenten en musea), de beeldende kunst (galerieën, kunstenaars en musea), de letteren (boekhandel en bibliotheken), de film en de culturele festivals. Vanwege het ontbreken van goed vergelijkbare en landsdekkende gegevens kon een dergelijke vergelijking voor de sector cultuureducatie niet worden uitgevoerd. Het aanbod is zoveel mogelijk vergeleken over het jaar 2016. In bijlage 1 staan de definities van de gebruikte indicatoren.

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.¹⁷ 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 theatervoorstellingen¹⁸ blijft in Utrecht juist achter bij het gemiddelde van de benchmarksteden (figuur 3.3 en 3.4).

¹⁷ 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 van Atlas voor gemeenten 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).

¹⁸ Zie bijlage 1 voor de onderverdeling van uitvoeringen in de podiumkunsten in drie categorieën.

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 (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 in andere steden.¹⁹ 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; het aantal kunstenaars is lager dan gemiddeld in de G4 (figuur 3.9) en het aantal galerieën (figuur 3.10) in de stad blijft achter bij het gemiddelde van de G4, 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,²⁰ en meer boekwinkels en antiquariaten per inwoner. En 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 musea²¹ 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.²²

¹⁹ In de vergelijking is – door gebrek aan goede landsdekkende gegevens – geen rekening gehouden met de kwaliteit van het aanbod en het bezoek aan musea.

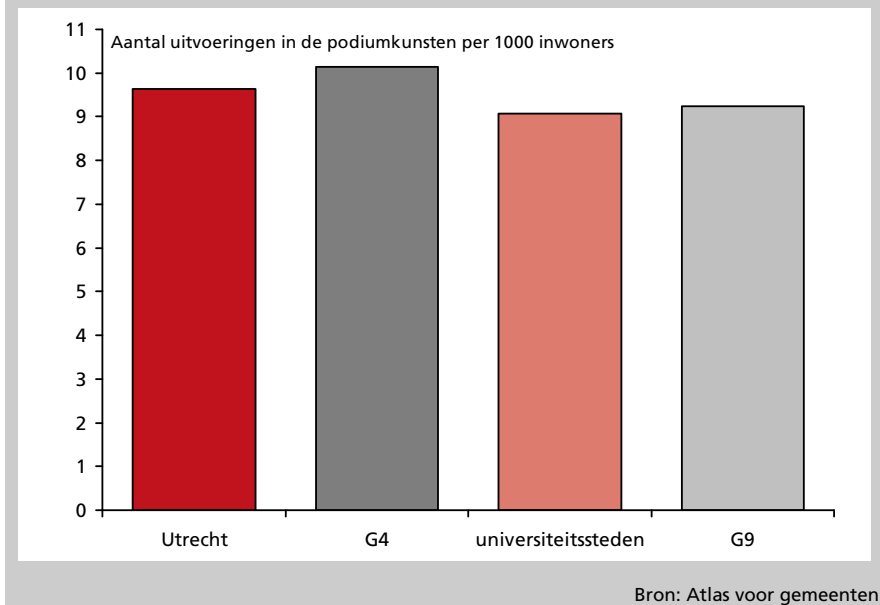
²⁰ Er is geen rekening gehouden met de omvang van de vestigingen van bibliotheken en alleen het aantal publiek toegankelijke vestigingen van bibliotheken is in de vergelijking meegenomen, en niet – vanwege gebrek aan landsdekkende gegevens daarover – het aantal uitleningen of het aantal dependances in buurthuizen, scholen, et cetera.

²¹ 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 bijlage 1.

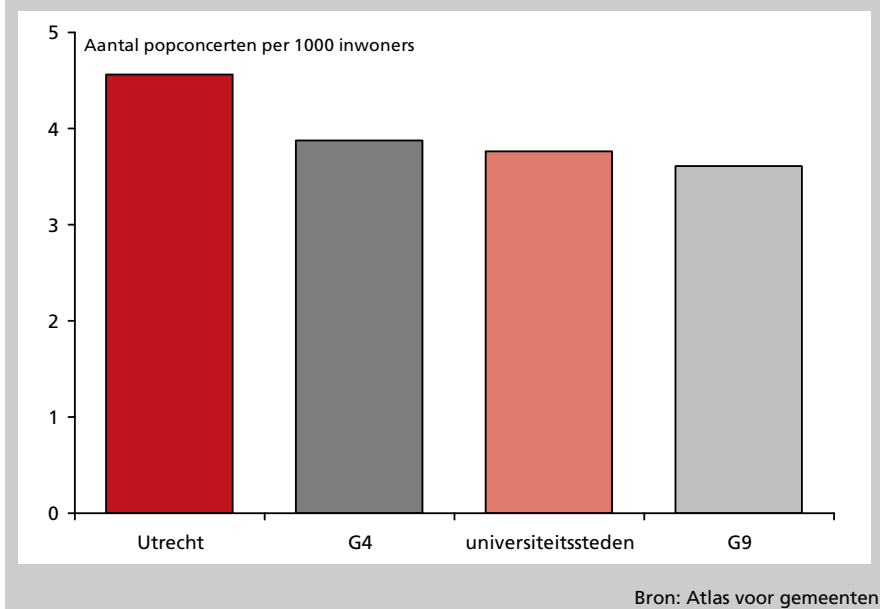
²² G. Marlet, C. van Woerkens, 2011: Cultuur in Utrecht. De culturele positie van de provincie Utrecht (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

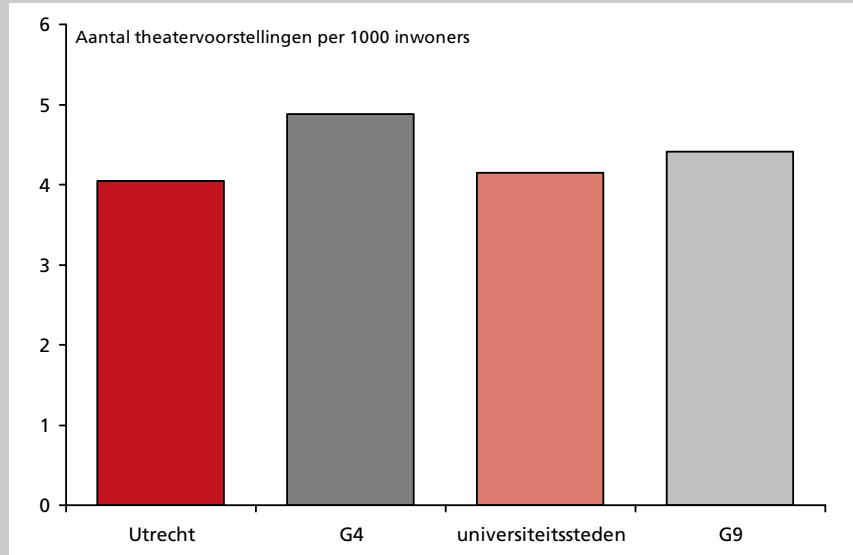
Figuur 3.1 Podiumkunsten



Figuur 3.2 Popmuziek

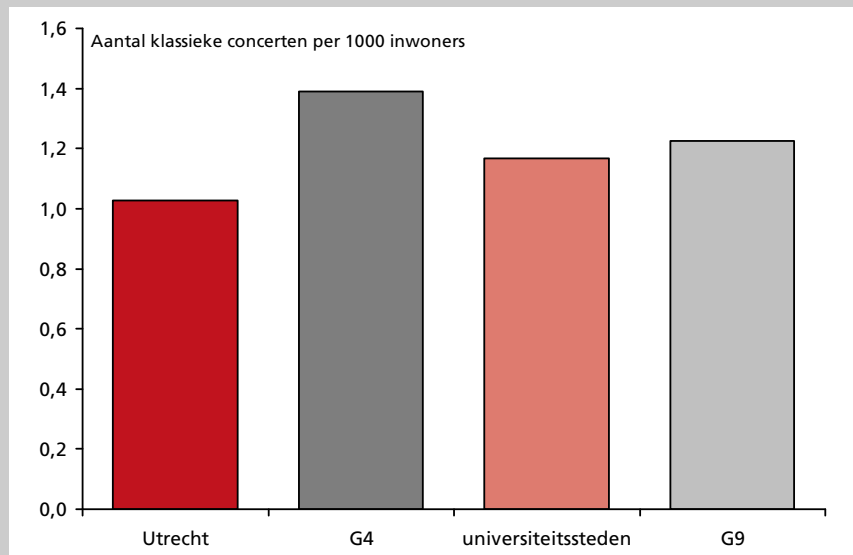


Figuur 3.3 Theatervoorstellingen



Bron: Atlas voor gemeenten

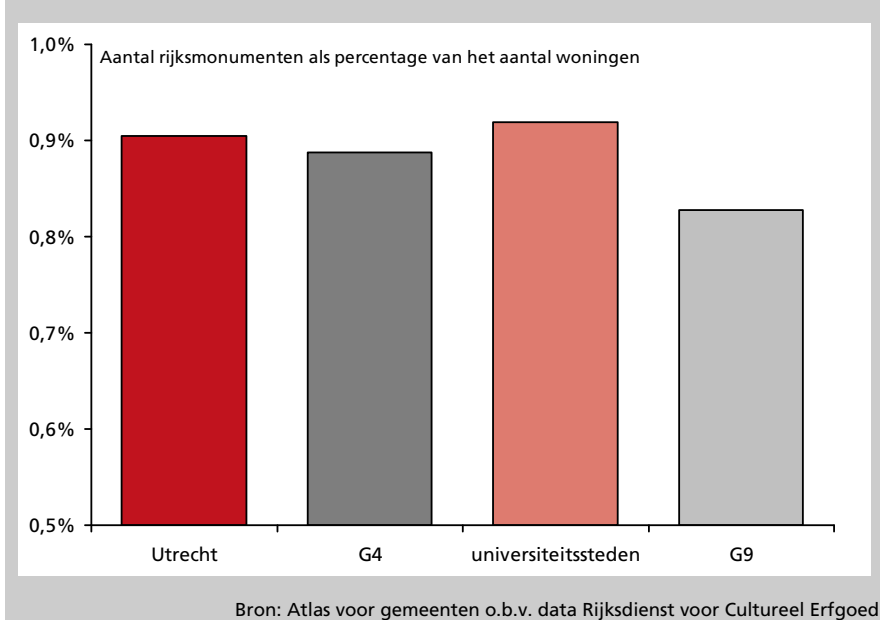
Figuur 3.4 Klassieke muziek



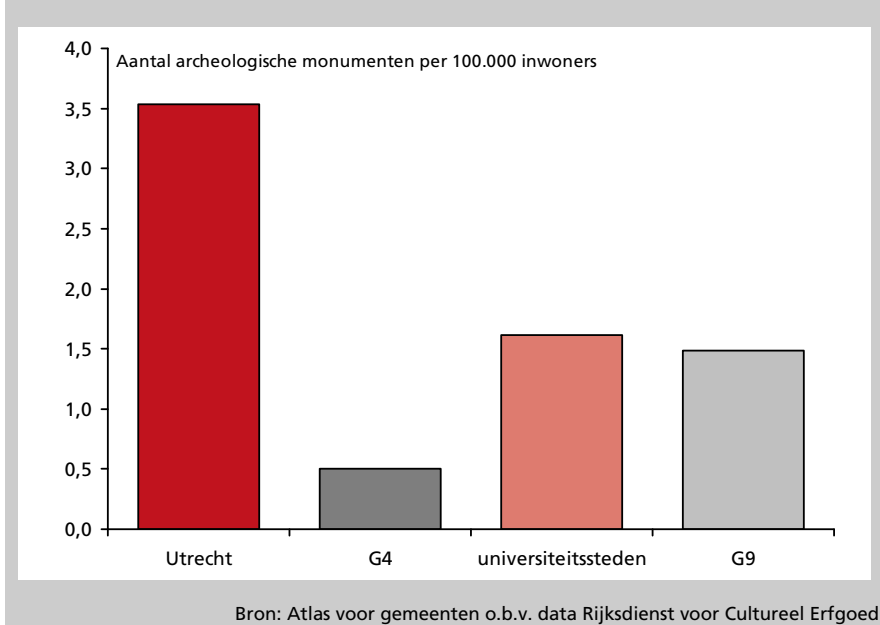
Bron: Atlas voor gemeenten

De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

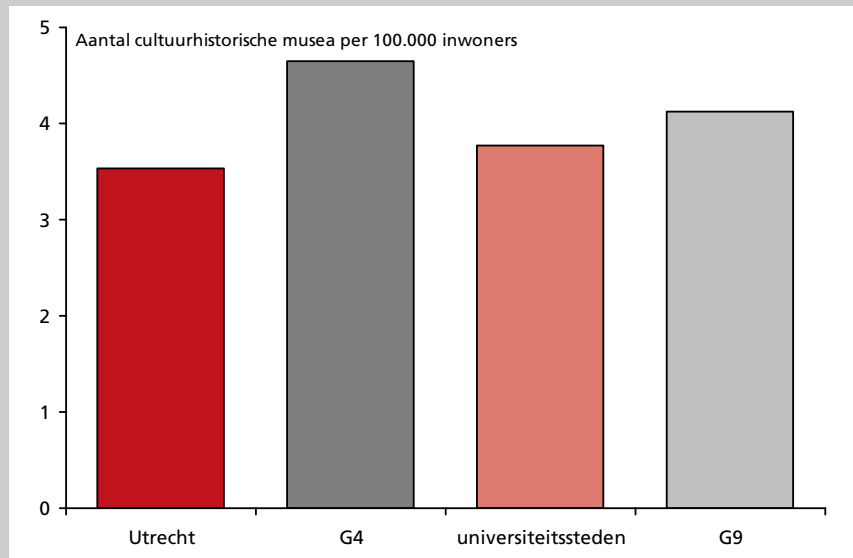
Figuur 3.5 Historische monumenten



Figuur 3.6 Archeologische monumenten

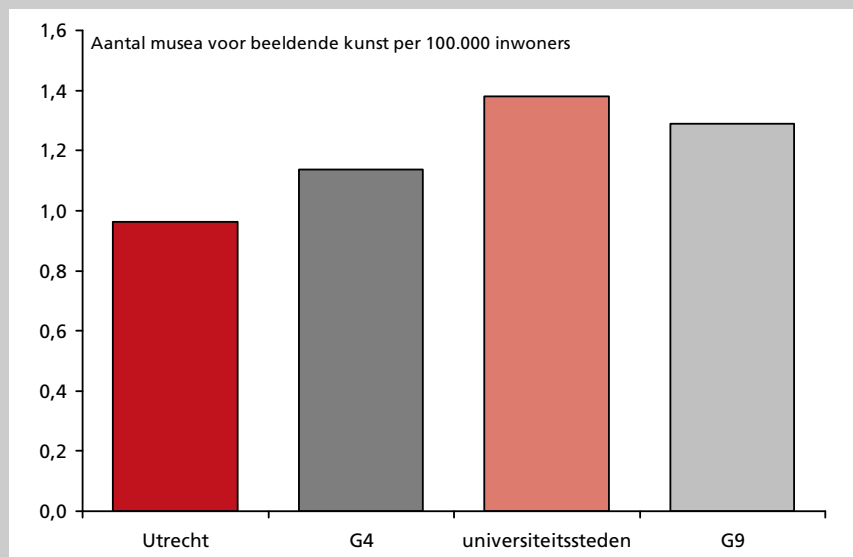


Figuur 3.7 Cultuurhistorische musea



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

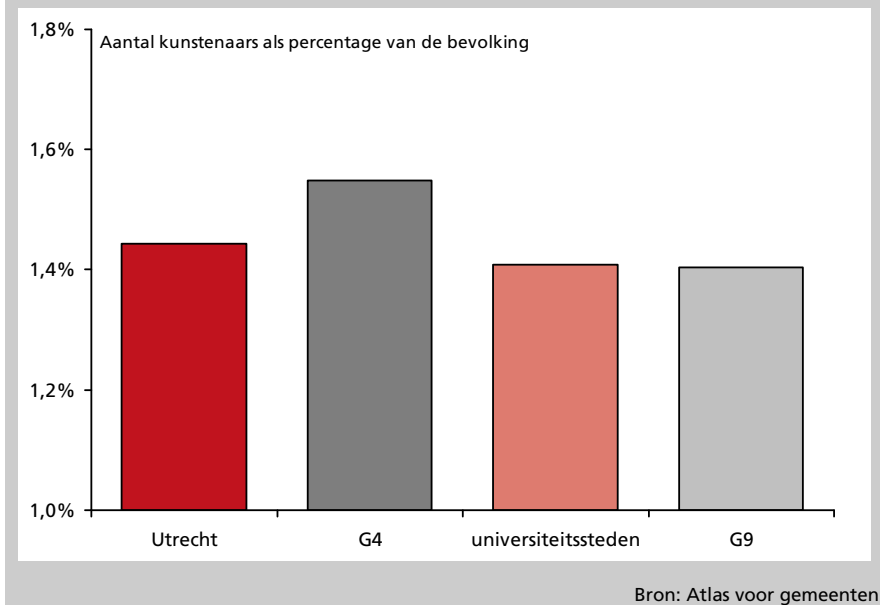
Figuur 3.8 Musea voor beeldende kunst



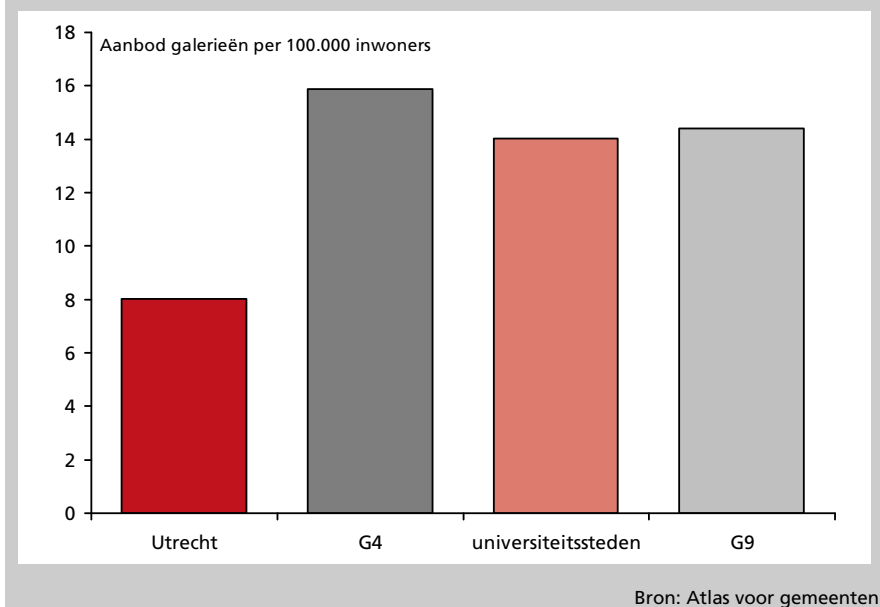
Bron: Atlas voor gemeenten o.b.v. data Nederlandse Museumvereniging

De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

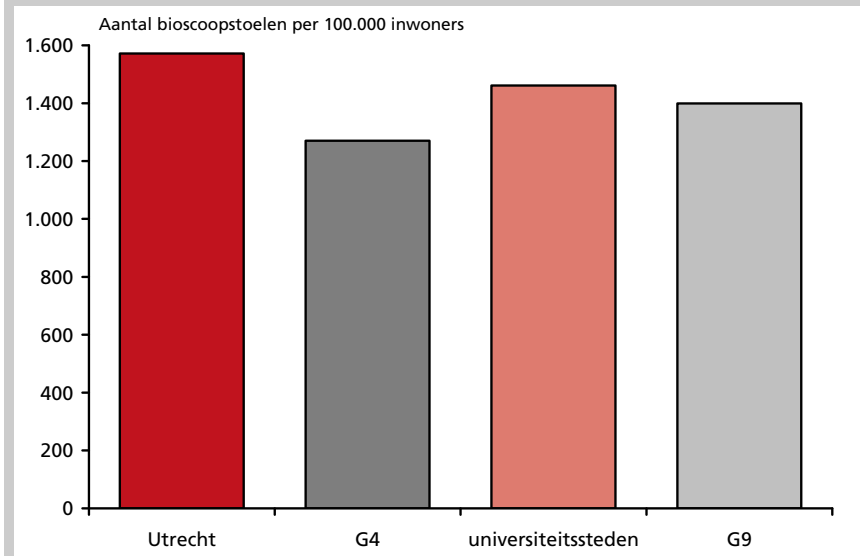
Figuur 3.9 Kunstenaars



Figuur 3.10 Galerieën



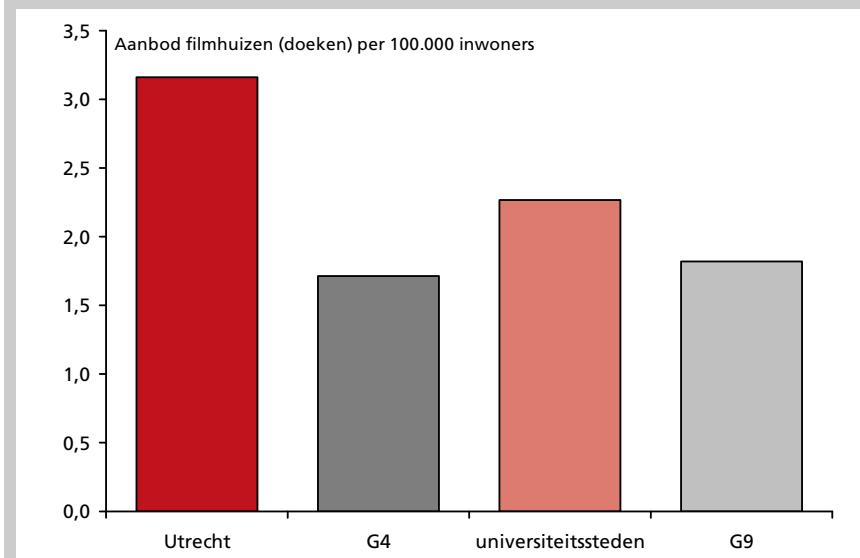
Figuur 3.11 Bioscoopstoelen



In de vergelijking is CineMec wel meegenomen en Kinopolis niet

Bron: Atlas voor gemeenten

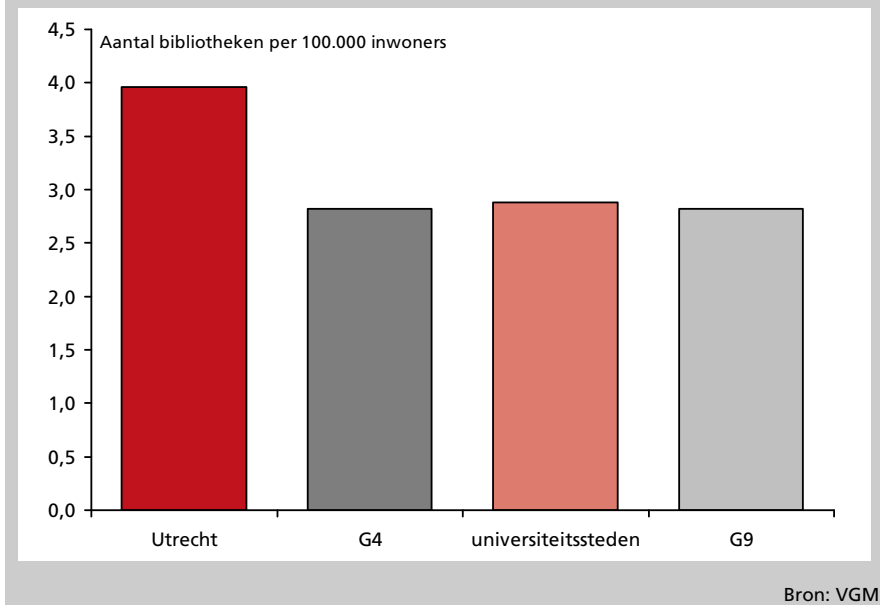
Figuur 3.12 Doeken in filmhuizen



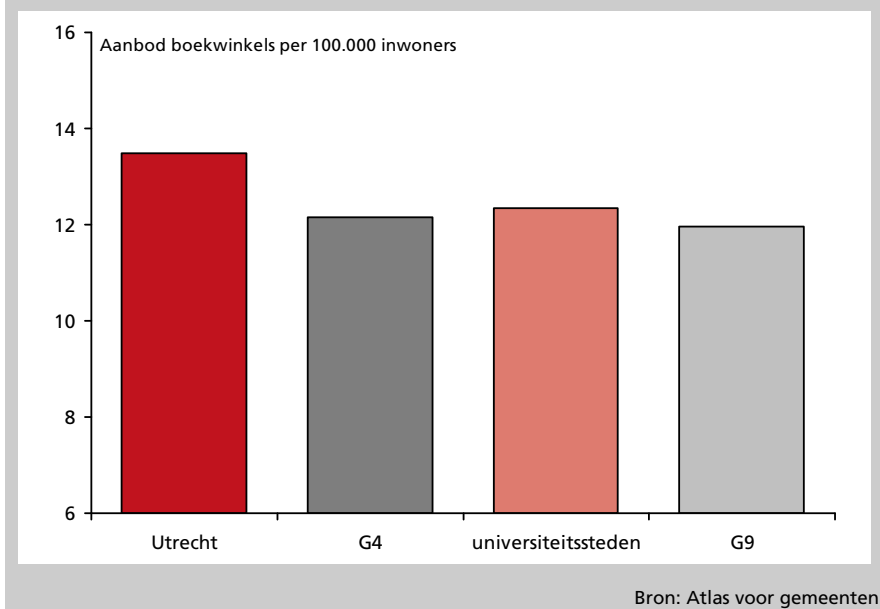
Voor deze vergelijking waren geen landelijk vergelijkbare cijfers over het aantal stoelen in filmhuizen beschikbaar.

De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

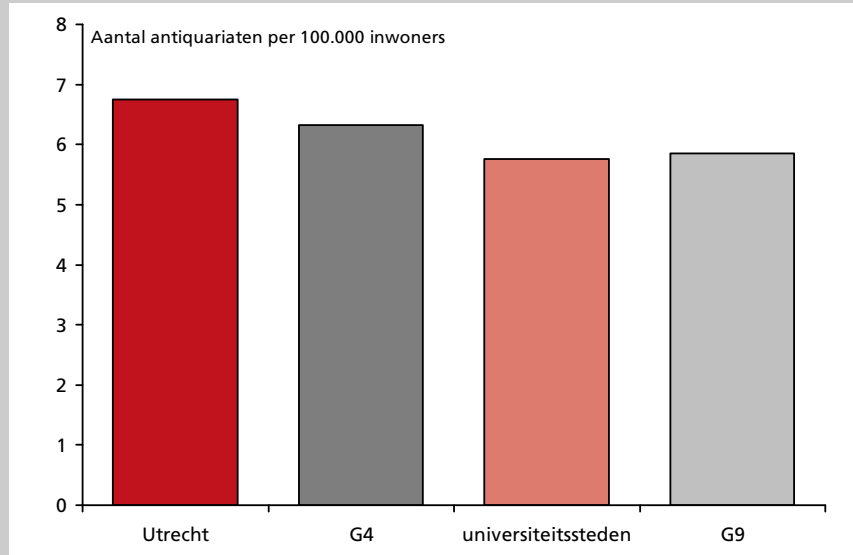
Figuur 3.13 Vestigingen bibliotheken



Figuur 3.14 Boekwinkels

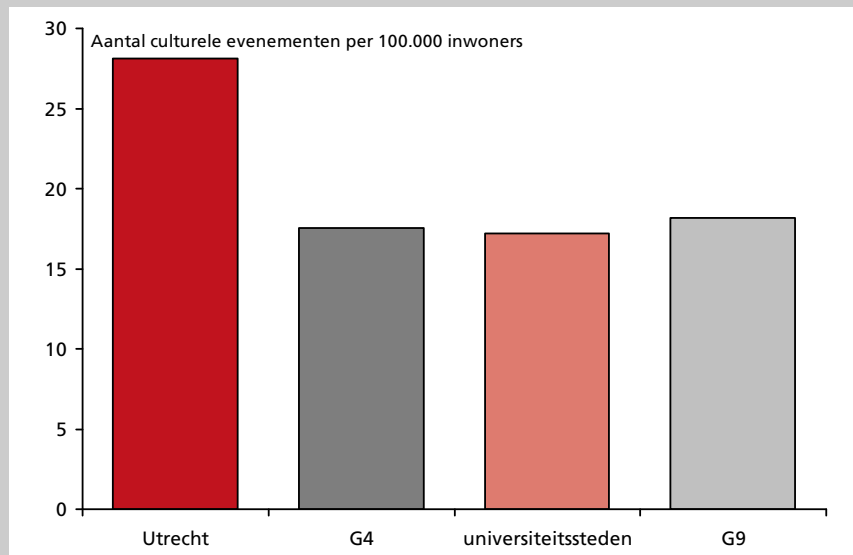


Figuur 3.15 Antiquariaten



Bron: Atlas voor gemeenten

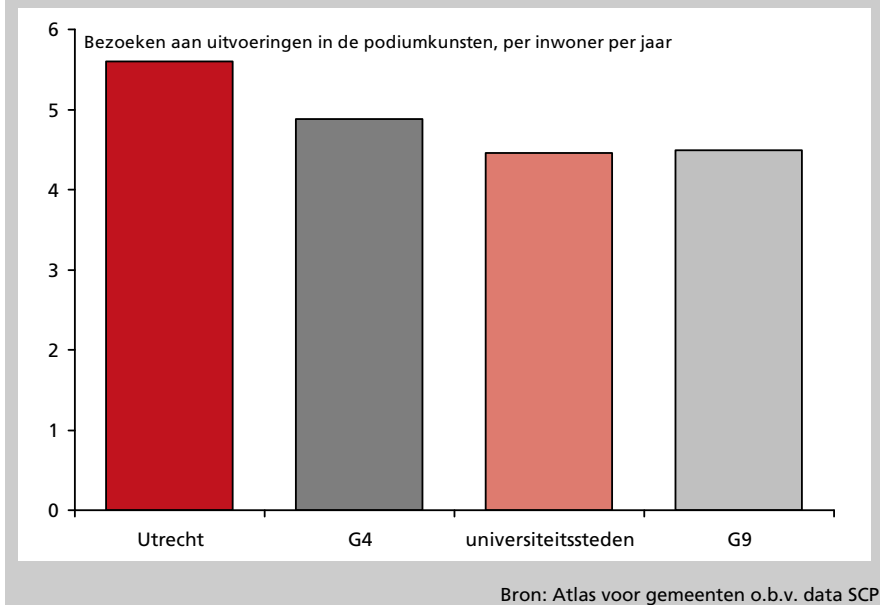
Figuur 3.16 Culturele evenementen



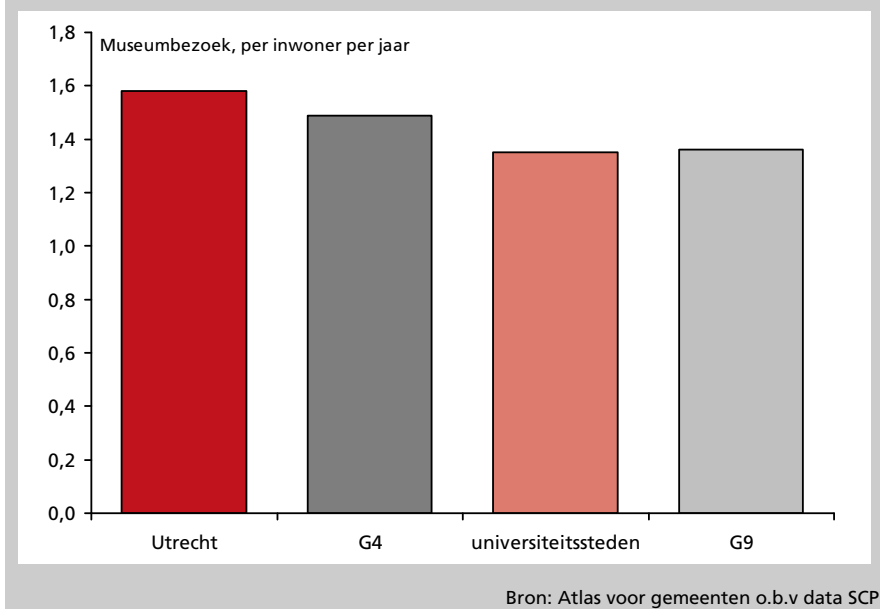
Bron: Respons

De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

Figuur 3.17 Bezoek aan podiumkunsten



Figuur 3.18 Museumbezoek



4 De vijf maatschappelijke waarden van cultuur

In het vorige hoofdstuk werd het culturele aanbod in Utrecht in kaart gebracht en vergeleken met dat in andere steden. In de rest van dit rapport wordt de maatschappelijke waarde daarvan, en de resulterende welvaartseffecten, berekend en in verband gebracht met de maatschappelijke kosten.

Zo'n maatschappelijke kosten-batenanalyse (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. Het gaat dus niet alleen om financiële baten zoals de toegevoegde waarde op de bestedingen van toeristen die op de culturele instellingen en evenementen afkomen, maar (vooral) 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. Anders dan vaak wordt gedacht, zit er dan ook 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.

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, om die vervolgens (fors) te overschatten. Als de feitelijke welvaartswinst van culturele evenementen voor een stad wordt berekend blijkt echter 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

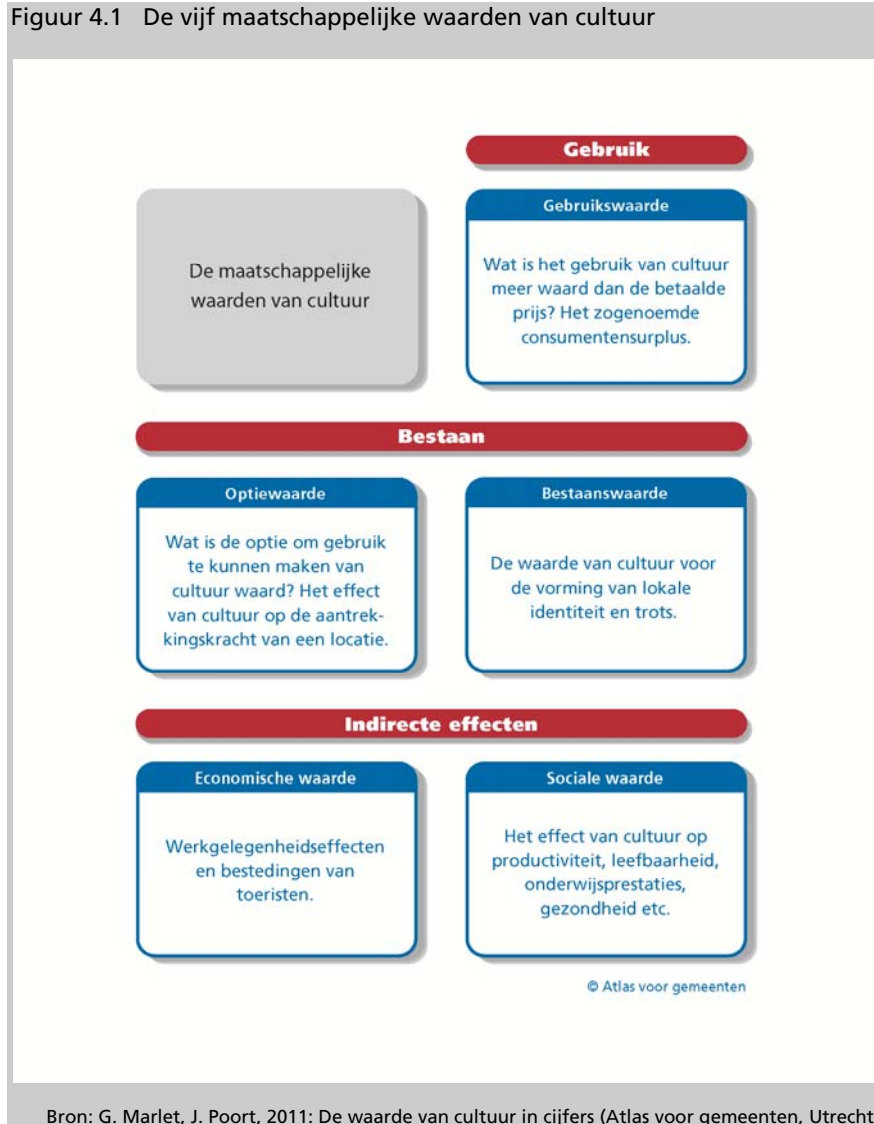
instellingen en evenementen bezoeken. Om die reden willen veel mensen – en in hun kielzog bedrijven – in een stad met een groot en gevarieerd cultureel aanbod wonen. Alle maatschappelijke effecten die gevolgen hebben voor de welvaart van consumenten (consumentensurplus) en bedrijven (producentensurplus) 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.²³ Die categorieën vormen de basis voor de welvaarteffecten van het culturele aanbod in Utrecht, die in de volgende hoofdstukken worden berekend, en zijn schematisch weergegeven in figuur 4.1.

Allereerst is er de **gebruikswaarde**. Mensen zijn bereid om een kaartje te kopen voor het bijwonen van een uitvoering in TivoliVredenburg of de bezichtiging van een expositie in het Centraal Museum. Bovendien hebben zij het ervoor over om daarvoor een reis af te leggen en een bepaalde tijd in het theater of museum 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.

²³ G. Marlet, J. Poort, 2011: De waarde van cultuur in cijfers (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

Figuur 4.1 De vijf maatschappelijke waarden van cultuur



Ook de mogelijkheid om een culturele instelling in Utrecht 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. Met hun bereidheid om te betalen voor zo'n locatie (de

willingness to pay - WTP) waarden ze 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 doorgaans berekend met de zogenoemde hedonische prijsmethode. 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 mogelijk nog 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 ontleen, 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 al meegeteld bij de berekende gebruikswaarde en de optiewaarde. Het is vervolgens niet eenvoudig om de additionele bestaanswaarde geïsoleerd te berekenen. Toch wordt daar in hoofdstuk 7 een poging toe gedaan.

Het culturele aanbod in Utrecht heeft daarnaast zoals gezegd 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.²⁴ Dat gaat echter ten koste van de rest van Nederland,

²⁴ 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 Studiën, KU, Leuven).

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. Daarnaast gaan van de culturele sector werkgelegenheidseffecten uit. Behalve de indirecte werkgelegenheidseffecten via het effect op *human capital* in andere sectoren is de culturele sector zelf natuurlijk ook een belangrijke werkgever voor de stad.

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 vooral 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.

In hoofdstuk 5 tot en met 10 worden die vijf maatschappelijke waarden van het culturele aanbod in Utrecht – en de jaarlijkse welvaartseffecten die daarvan uitgaan – berekend en gemonetariseerd (in euro's uitgedrukt) voor de podiumkunsten, de gesubsidieerde filmsector, de musea (inclusief de presentatie-instellingen) en de centra voor cultuureducatie en amateurkunst. Daarmee heeft deze MKBA betrekking op verreweg het grootste deel (meer dan 95%) van de cultuurbegroting van de gemeente; alleen de lokale omroep en de uitgaven aan letteren en een aantal ondersteunende instellingen ontbreken (zie bijlage 3 voor de in deze studie meegenomen culturele instellingen en de bijbehorende subsidiebedragen).

5 Gebruikswaarde

In dit hoofdstuk wordt de gebruikswaarde van cultuur voor elk van de vier sectoren berekend. De gebruikswaarde van cultuur bestaat uit de meerwaarde die mensen hechten aan een bezoek aan een podium, museum of deelname aan een cursus toneel ten opzichte van een alternatieve tijdsbesteding (zie hoofdstuk 4).

Om deze gebruikswaarde te kwantificeren is het allereerst van belang om de totale inspanningen en kosten die mensen maken voor een gemiddeld bezoek in beeld te krijgen. Dat is meer dan alleen de prijs die is betaald voor de toegang tot een optreden of bezichtiging. Mensen hebben hiernaast immers ook tijd en geld over voor de reis er naar toe en uiteraard ook tijd over voor het bezoek zelf. De tijd en de kosten voor reis en verblijf weerspiegelen een deel van de waarde die mensen aan het culturele aanbod hechten: de zogenaamde gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten.

De meeste mensen hebben meer over voor het optreden of de bezichtiging dan deze gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten.²⁵ Het verschil in de waarde die mensen toekennen aan cultuurbezoek en de totale kosten (inclusief tijd) die ze hebben betaald wordt ook wel het consumentensurplus genoemd. In dit hoofdstuk wordt dit consumentensurplus zo goed mogelijk berekend. Voor het berekenen van de welvaartswinst – wat centraal staat in een maatschappelijke kosten-batenanalyse – moet het consumentensurplus van het bezoek aan cultuur vergeleken worden met het consumentensurplus van een alternatieve activiteit die een persoon had ondernomen als er geen cultuur was geweest. Het verschil tussen die beide is de ‘netto’ welvaartswinst van het bezoek aan cultuur en wordt de gebruikswaarde genoemd.

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. Voor het berekenen van de gebruikswaarde is daarom informatie nodig over het aantal bezoekers en de herkomst van deze bezoekers, de reistijd en –kosten, de gemiddelde verblijfsduur en het betaalde ticket.

²⁵ Omgekeerd geldt dat als mensen de waarde van een potentieel bezoek lager inschatten dan de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten ze ervoor kiezen niet te gaan.

5.1 De herkomst van bezoekers

Tabel 5.1 laat voor elk van de vier sectoren²⁶ het totale aantal bezoekers²⁷ en een uitsplitsing naar herkomst (stad Utrecht, rest van Nederland en het buitenland) zien (zie bijlage 3 voor een overzicht per instelling). Daarbij zijn alleen de ‘reguliere’ bezoekers weergegeven; besloten uitvoeringen voor primair en voortgezet onderwijs zijn buiten beschouwing gelaten.²⁸ Bezoekers uit het buitenland worden voor de berekening van de gebruikswaarde genegeerd. Uiteraard ervaren zij ook een gebruikswaarde, maar omdat deze niet terechtkomt in Utrecht of de rest van Nederland is deze niet relevant voor de kosten en baten voor de stad. Wel relevant zijn de economische baten van de uitgaven van deze buitenlandse bezoekers. Deze komen in hoofdstuk 8 aan bod.

Tabel 5.1 Aantallen bezoekers aan de (gesubsidieerde) culturele instellingen in Utrecht in 2016²⁹

Sector	Aantal bezoekers	Uit Utrecht	Uit rest van Nederland	Uit het buitenland
Musea (incl. presentatie-instellingen)	1.136.373	305.578	780.654	50.142
Podiumkunsten				
- Podia	1.162.121	536.517	584.825	40.779
- Gezelschappen (naar speellocatie)	178.730	52.179	112.857	13.695
- Festivals	202.926	107.434	82.775	12.717
Film (gesubsidieerd, inclusief festivals)	221.500	108.652	107.061	5.787
Cultuureducatie en amateurkunsteducatie (bezoekers en deelnemers)	131.139	121.210	9.929	

Bron: gemeente Utrecht, individuele instellingen; bewerking Atlas voor gemeenten

²⁶ In de bijlage staat een overzicht van de organisaties per sector.

²⁷ Een bezoeker die meer dan één keer per jaar een instelling bezoekt is daarbij ook meerdere keren meegeteld. Het gaat hierbij dus om het totaal aantal bezoeken in een jaar.

²⁸ Omdat dit bezoek voor leerlingen een (verplicht) onderdeel is van het onderwijsprogramma is er van gebruikswaarde geen sprake. De sociale waarde van dit bezoek komt in hoofdstuk 9 aan bod.

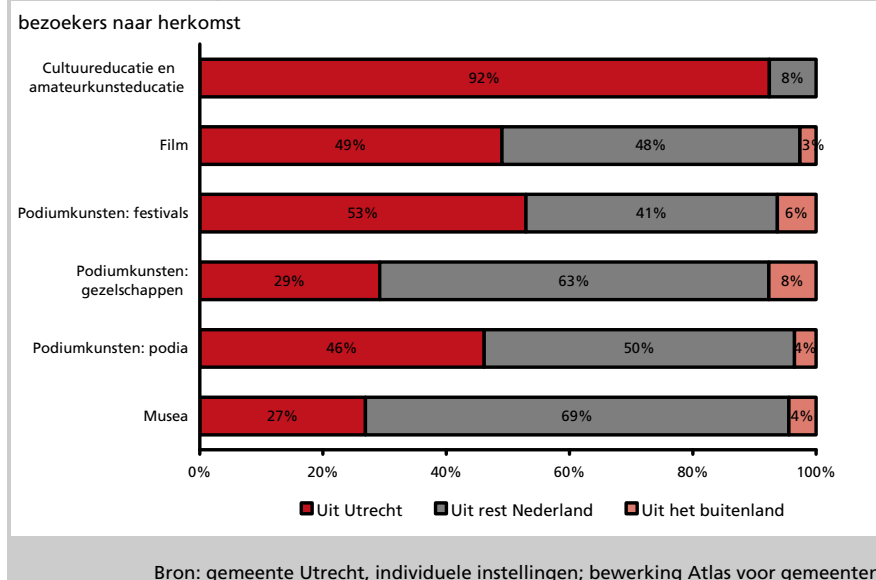
²⁹ Bezoekersaantallen zijn gebaseerd op gegevens die de instellingen zelf bij de gemeente hebben opgegeven. De herkomst van de bezoekers is gebaseerd op jaarverslagen of informatie van de instellingen zelf. In die gevallen waar de herkomst niet bekend was is uitgegaan van het gemiddelde van vergelijkbare instellingen waarvoor het wel bekend was.

De musea (met de presentatie-instellingen) trokken in 2016 ruim 1,1 miljoen bezoekers en dat geldt eveneens voor de podia. Voor de podiumkunsten is er een onderscheid gemaakt naar podia, gezelschappen en festivals. De aantallen bezoekers kunnen hierbij niet zomaar bij elkaar worden opgeteld omdat er voor een deel sprake is van dubbel telling: een bezoeker aan een uitvoering van een gezelschap uit Utrecht in de Stadsschouwburg telt immers zowel mee in de bezoekers aan de podia als in de bezoekers aan de gezelschappen (zie ook paragraaf 5.4).

De (gesubsidieerde) film trok ruim 220.000 bezoekers en de instellingen op het gebied van cultuureducatie en amateurkunsteducatie (o.a. UCK en de wijkcultuurcentra) ruim 130.000 bezoekers. Bij cultuureducatie en amateurkunsteducatie gaat het zowel om bezoekers aan culturele activiteiten (zoals bijvoorbeeld in het Wilde Westen) als om deelnemers aan cursussen en uitvoeringen. Net als bij de andere sectoren geldt dat hier bezoeken van en aan scholen niet zijn meegenomen (maar in hoofdstuk 9 'Sociale waarde' aan bod komen). Evenmin zijn bezoekers aan activiteiten die niets met cultuur te maken hebben (zoals wijk- of buurtinspraakavonden, bijeenkomsten van externe partijen) meegeteld. Sommige instellingen (in het bijzonder ZIMIHC) trekken in de praktijk dan ook meer bezoekers dan hier zijn meegenomen (zie ook de bijlage 3). Omdat dit onderzoek de baten van bezoekers van en deelnemers aan *culturele* activiteiten in beeld brengt zijn bezoekers van andere activiteiten buiten beschouwing gelaten.

Een belangrijk deel van de bezoekers aan de culturele instellingen komt van buiten de stad. De mate waarin verschilt sterk per sector (zie figuur 5.1). Meer dan 73% van alle bezoekers aan de musea komt van buiten Utrecht terwijl dit voor cultuureducatie en amateurkunsteducatie slechts 8% is. Voor de podiumkunsten (podia en festivals) en het gesubsidieerde filmaanbod geldt dat ongeveer de helft van de bezoekers uit de stad zelf komt en de andere helft van buiten. Dat impliceert dat een groot deel van de gebruikswaarde van het culturaanbod in Utrecht buiten de stad zelf terecht komt.

Figuur 5.1 Bezoekers aan de verschillen de sectoren naar herkomst (woonplaats)



5.2 Verblifsduur en entreprijs

De tweede stap bij het berekenen van de gebruikswaarde is een inschatting maken van de gemiddelde verblifsduur en de betaalde entreprijs. Op basis van informatie van (een deel van) de instellingen zelf en jaarverslagen is per sector een inschatting gemaakt van de gemiddelde entreprijs en de gemiddelde verblifsduur.³⁰ De waarde van een uur ergens verblijven wordt ingeschat op € 12,35. Dat is gebaseerd op het netto uurloon van een Nederlander.³¹

Voor de musea, podiumkunsten en film heeft de gebruikswaarde betrekking op de bezoekers. In het geval van amateurkunsteducatie gaat het vooral om de gebruikswaarde van de deelnemers die in hun vrije tijd cursussen volgen

³⁰ Het is goed denkbaar dat bezoekers van buiten de stad langer blijven dan bezoekers uit de stad zelf. Inwoners van de stad kunnen immers tegen lagere reiskosten hetzelfde bezoek nog eens maken. Daarover is echter geen informatie beschikbaar waardoor er wordt uitgegaan van een gelijke verblifsduur. De gegevens over verblifsduur zijn een (naar bezoekers) gewogen gemiddelde over alle instellingen per sector. De verblifsduur per instelling is gebaseerd op opgave van de instelling zelf of een landelijk kengetal. Voor individuele instellingen geldt uiteraard dat de gemiddelde verblifsduur langer of korter kan zijn dan het gemiddelde voor de sector als geheel.

³¹ G. Marlet, J. Poort, 2011: De waarde van cultuur in cijfers (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

of aan het repeteren zijn bij de instellingen die in deze MKBA zijn meegenomen. Het gaat dan over het algemeen om mensen die over een langere periode meerdere keren bijvoorbeeld een toneelstuk volgen. Elke individuele les levert een bepaalde gebruikswaarde op. Daarnaast geven cursisten en leerlingen soms een uitvoering die bezoekers trekken (bijvoorbeeld vrienden, familie of burens) en vinden er in de instellingen open dagen, proeflessen en andere activiteiten zoals festivals plaats die bezoekers trekken. Ook deze bezoekers genereren gebruikswaarde. Bij amateurkunsteducatie bestaat een belangrijk deel van de bezoekers uit kinderen die na schooltijd of in het weekend bijvoorbeeld muzieklessen volgen. De waarde van een uur voor kinderen is ingeschat op 50% van dat van een volwassen persoon: € 6,17.³²

Op basis van de som van de op deze manier gewaardeerde verblijfsduur en de gemiddelde betaalde prijs kan de totale waarde van het verblijf per bezoek worden ingeschat. Deze varieert van ongeveer dertien euro tot ruim 46 euro en vormt een belangrijk deel van de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten (zie tabel 5.2). De tweede component wordt gevormd door totale kosten die met de reis voor en na dit bezoek samenhangen.

³² De berekening van het consumentensurplus voor kinderen gaat ervan uit dat kinderen zelf kiezen voor deze lessen en niet door ouders 'gedwongen' worden om dit te doen.

Tabel 5.2 De waarde van een bezoek: verblijfsduur en entreprijs

Sector	Gemiddelde verblijfsduur	Waarde in euro's van verblijfsduur*	Gemiddelde betaalde prijs	Totale waarde in euro's per bezoek
Musea (inclusief presentatie-instelling)	3 uur	€ 37,05	€ 7,70	€ 44,76
Podiumkunsten				
- Podia	2 uur	€ 24,70	€ 14,57	€ 39,27
- Gezelschappen	2 uur	€ 24,70	€ 14,57	€ 39,27
- Festivals	3 uur	€ 37,05	€ 9,17	€ 46,22
Film (gesubsidieerd)	3 uur	€ 37,05	€ 6,29	€ 43,34
Cultuureducatie en amateurkunsteducatie				
- Bezoekers volwassenen	2,01 uur	€ 24,89	€ 1,65	€ 26,54
- Bezoekers kinderen	1,9 uur	€ 11,46	€ 0,17	€ 11,63
- Deelnemers (per les/instructie) - volwassenen	2,3 uur	€ 28,87	€ 6,16	€ 35,02
- Deelnemers (per les/instructie) - kinderen	1,6 uur	€ 9,96	€ 9,86	€ 19,83

* Waarde per uur € 12,35

5.3 Reistijd en reiskosten

Om de totale reiskosten te bepalen is in principe van alle bezoekers de woonlocatie nodig zodat de exacte reistijd en -afstand van bezoekers van binnen en buiten Utrecht te berekenen is. Deze informatie is echter niet voor handen van alle gesubsidieerde instellingen in Utrecht. Maar deze gegevens zijn wel voor de drie grootste gesubsidieerde instellingen van de stad (TivoliVredenburg, de Stadsschouwburg en het Centraal Museum)

beschikbaar, waardoor de herkomst van de bezoekers op het gedetailleerde 4-positie-postcodeniveau inzichtelijk kan worden gemaakt.³³

De figuren 5.2 tot en met 5.7 laten kaarten zien waar steeds per instelling de herkomst van de bezoekers (op 4-positie-postcodeniveau) als percentage van het totaal aantal bezoekers (eerste kaart) en als percentage van het aantal inwoners in dat postcodegebied³⁴ (tweede kaart) staat weergegeven. De eerste kaart geeft de spreiding en reikwijdte van de bezoekers van de instelling aan, de tweede kaart geeft een indicatie vanuit welke gebieden er relatief veel inwoners komen.

Uit deze kaarten wordt duidelijk dat verreweg het grootste deel van de bezoekers in of nabij de stad Utrecht woont. Daarbij is de gemeentegrens (logischerwijs) geen duidelijke barrière; een groot deel van de bezoekers komt uit gemeenten in de directe omgeving van de stad Utrecht. Zo laat figuur 5.5 bijvoorbeeld zien dat er relatief meer mensen uit De Bilt, Bilthoven en Bunnik de Stadsschouwburg bezoeken dan inwoners uit Leidsche Rijn of Overvecht. Het culturele aanbod in de stad heeft dan ook duidelijk een regionale functie.

Dat de meeste bezoekers van buiten de stad wel uit de omgeving van de stad komen, is op zich goed te verklaren. Hoe verder weg iemand woont, hoe langer de reistijd en hoe groter de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten uiteindelijk zijn. Dat maakt de kans steeds groter dat deze kosten hoger zijn dan de waarde die iemand aan een bezoek hecht. Daar komt bij dat hoe verder weg mensen wonen van het aanbod in Utrecht, hoe groter de kans dat een gelijkwaardig alternatief elders is. Dat is zeker het geval voor de podiumkunsten waarbij een deel van het aanbod in de ene stad op een later moment in het jaar ook te zien is in een andere stad.

³³ De gegevens voor TivoliVredenburg en de Stadsschouwburg hebben formeel betrekking op het postcodegebied waar degene die de kaartjes heeft gekocht woont (in de voorverkoop). Het kan zo zijn dat deze kaartjes deels zijn gebruikt door mensen die elders wonen (als iemand voor een groep vrienden kaarten koopt bijvoorbeeld). Ook is er geen informatie over de herkomst van bezoekers die aan de deur of aan de balie een kaartje hebben gekocht. Voor het Centraal Museum hebben de gegevens betrekking op een onderzoek onder (een continue) steekproef van de bezoekers en dus niet op alle bezoekers die een kaartje hebben gekocht. Bovendien hebben de gegevens alleen betrekking op het Centraal Museum en niet op het aangesloten Nijntje Museum.

³⁴ Omdat de gegevens van het Centraal Museum betrekking hebben op een steekproef zijn de waarden van deze kaart niet te vergelijken met die van de andere twee instellingen. Wel geeft de kaart een goed beeld vanuit welke postcodegebieden relatief veel inwoners naar het museum gaan.

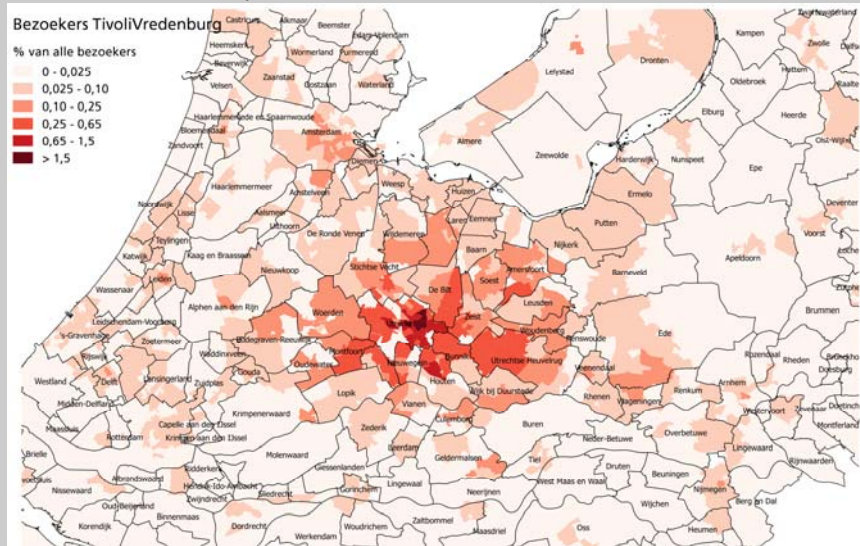
Voor musea ligt dit anders. Op de eerste plaats omdat de collectie van musea in principe bestaat uit unieke stukken (wat in het ene museum staat kan niet in een ander museum staan). Dat zorgt ervoor dat elk museum een uniek aanbod heeft. Maar het aanbod van verschillende musea wordt wel anders gewaardeerd: voor sommige musea hebben mensen een langere reistijd (en hogere kosten) over dan voor andere. Figuur 5.5 en 5.6 laten zien dat de herkomst van de bezoekers van het Centraal Museum een redelijk vergelijkbaar patroon vertoont met dat van de twee grote podia. Het Centraal Museum blijkt vooral een belangrijke regionale functie te hebben en in mindere mate een nationale. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld het Groninger Museum of het Bonnefantenmuseum in Maastricht.³⁵

Op basis van de reistijd tussen de woonlocatie van de bezoekers en de locatie van de drie instellingen is de reistijd per bezoeker in te schatten. In de figuren 5.8 tot en met 5.10 wordt de verdeling van de reistijden van de bezoekers van elk van de drie instellingen weergegeven. Daaruit blijkt dat het aantal bezoekers aan deze drie instellingen sterk samenhangt met de reistijd naar deze instellingen. Hoe korter de reistijd, hoe groter het aandeel mensen in het totaal aantal bezoekers aan die instelling.

³⁵ Zie G. Marlet e.a., 2011: De schat van de stad (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

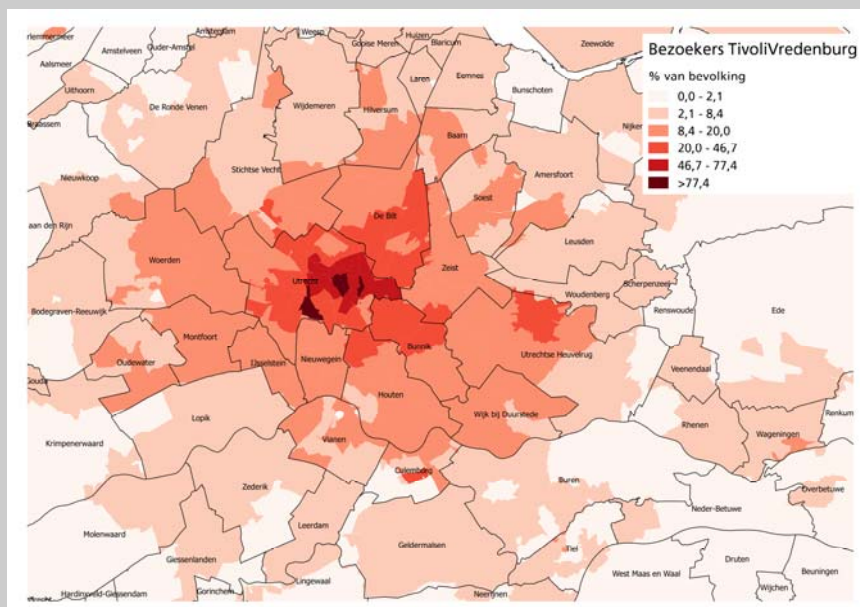
De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

Figuur 5.2 Herkomst bezoekers aan TivoliVredenburg (% van alle bezoekers)



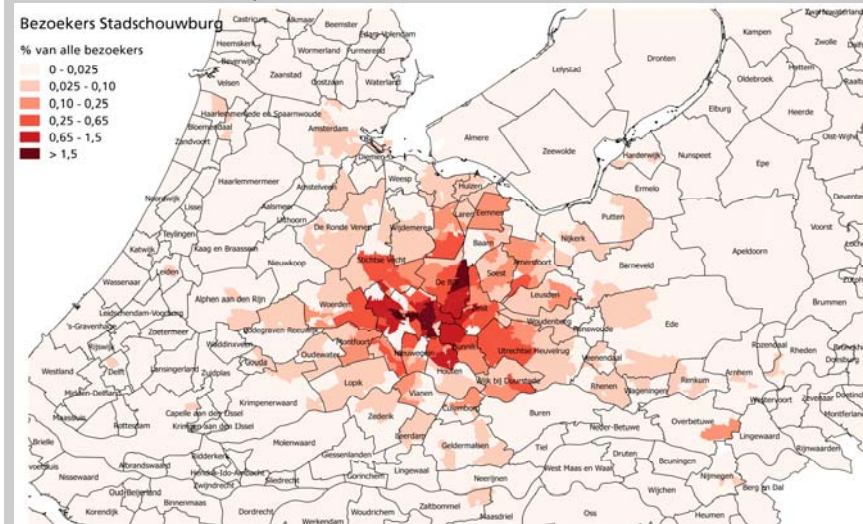
Bron: TivoliVredenburg; Atlas voor gemeenten

Figuur 5.3 Bezoekers TivoliVredenburg als % van inwoners



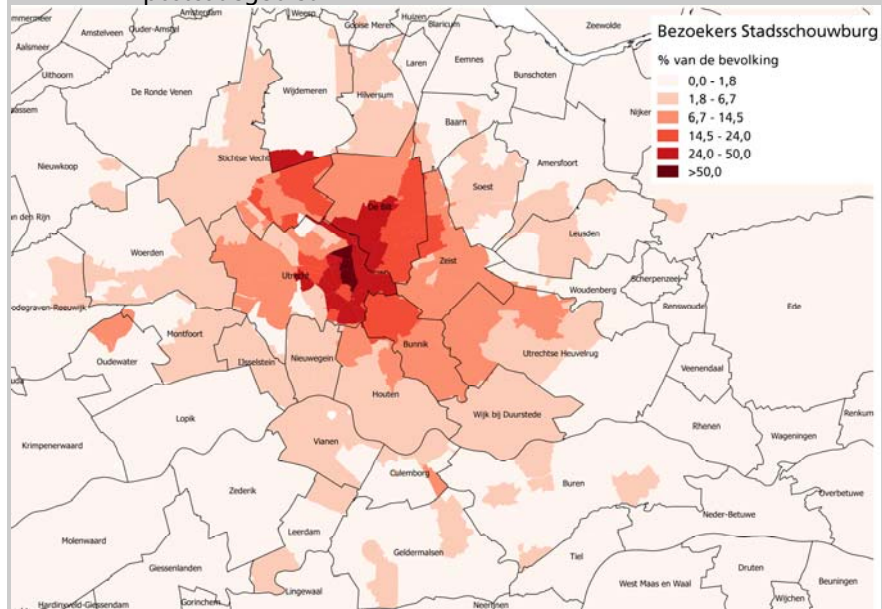
Bron: TivoliVredenburg; Atlas voor gemeenten

Figuur 5.4 Herkomst bezoekers aan de Stadsschouwburg (% van alle bezoekers)



Bron: Stadsschouwburg Utrecht; Atlas voor gemeenten

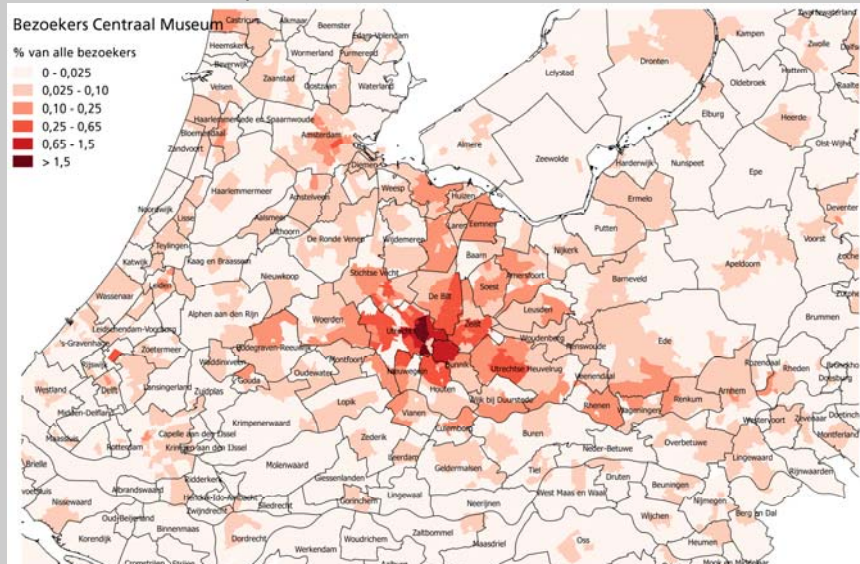
Figuur 5.5 Bezoekers Stadsschouwburg als % van inwoners van het postcodegebied



Bron: Stadsschouwburg Utrecht; Atlas voor gemeenten

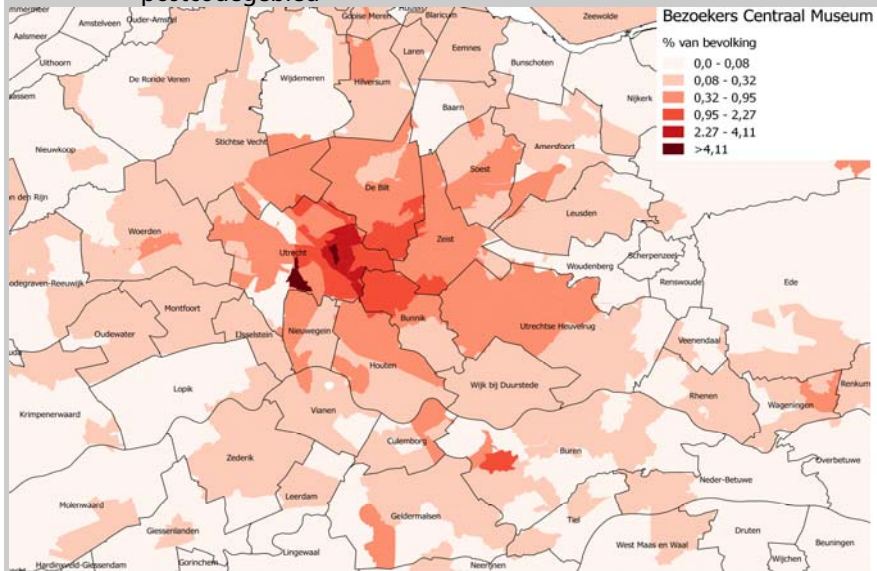
De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

Figuur 5.6 Herkomst bezoekers aan het Centraal Museum (% van alle bezoekers)



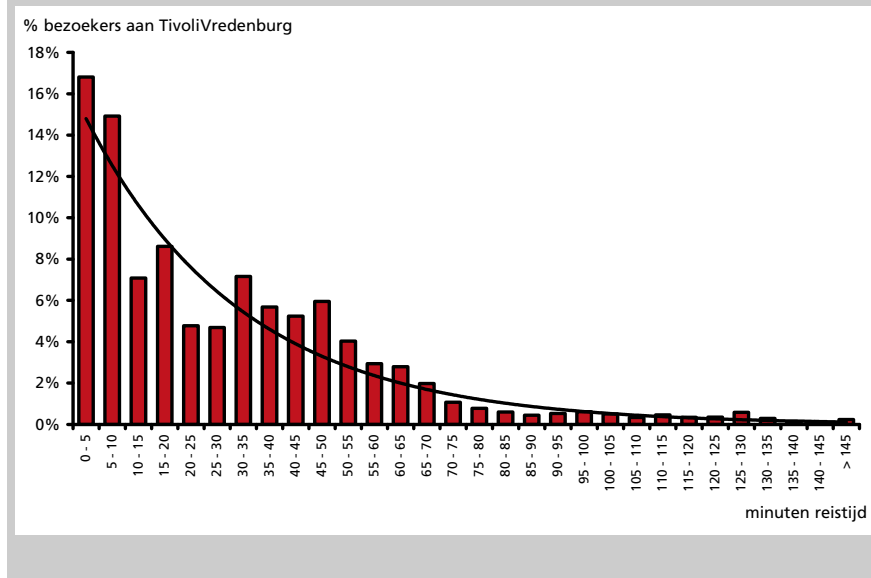
Bron: Centraal Museum; Atlas voor gemeenten

Figuur 5.7 Bezoekers Centraal Museum als % van inwoners van het postcodegebied

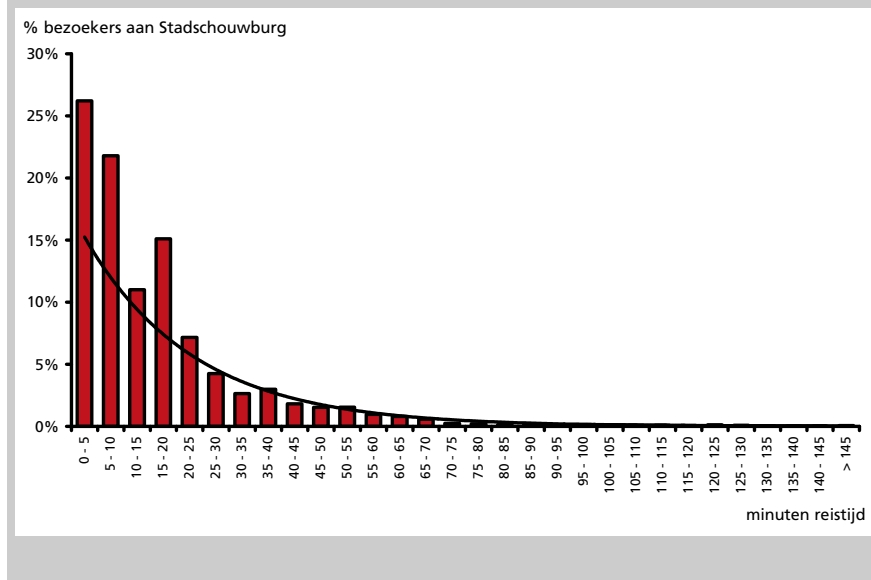


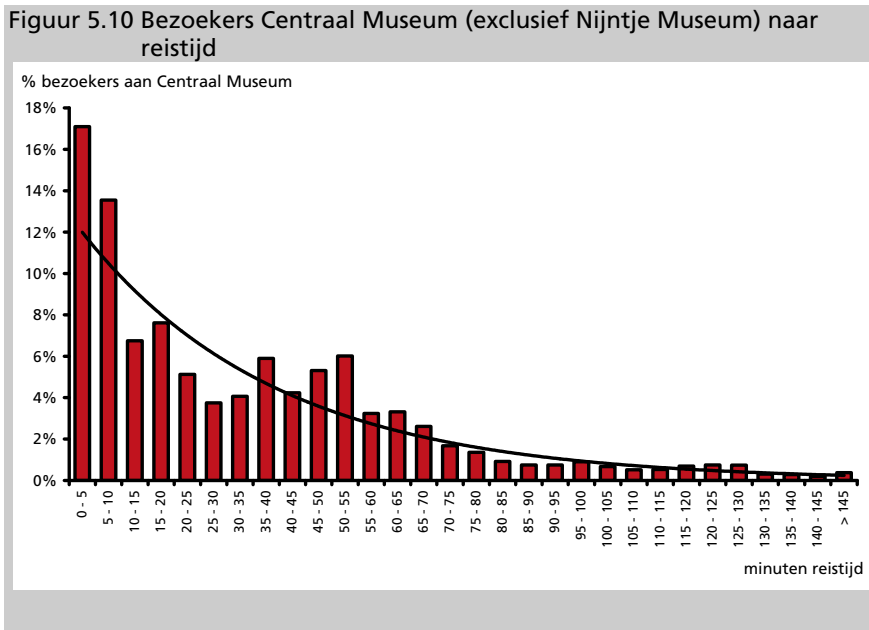
Bron: Centraal Museum; Atlas voor gemeenten

Figuur 5.8 Bezoekers TivoliVredenburg naar reistijd



Figuur 5.9 Bezoekers Stadsschouwburg naar reistijd





Vervolgens is op basis van deze gegevens de gemiddelde reistijd (en op vergelijkbare wijze) ook de gemiddelde afstand in kilometers per bezoeker berekend. Voor de reistijd is gerekend met reistijd zonder congestie (verkeersdrukte en files). Omdat er zeker in de Utrechtse binnenstad in de praktijk veelal wel sprake is van congestie maar vooral ook omdat een deel met de fiets zal komen is aangenomen dat de op deze manier berekende reistijd in de praktijk twee keer zo lang is. Voor bezoekers met de auto van buiten de stad is aangenomen dat zij tot Utrecht zonder congestie reizen en binnen de stad dezelfde reistijd hebben als bezoekers uit de stad Utrecht.

Voor de andere instellingen ontbreken deze gegevens. Daarom is voor de bezoekers van de andere musea uitgegaan van dezelfde reistijd- en afstand als van bezoekers van het Centraal Museum. Voor de andere podiumkunstinstanties is uitgegaan van de reistijd en -afstand van de Stadsschouwburg.³⁶ Voor de sectoren film en amateurkunst en

³⁶ De reden om hiervan uit te gaan en niet van TivoliVredenburg of het gemiddelde van beide is dat het aannemelijker is dat de andere podiumkunstinstanties meer vergelijkbaar zullen zijn met de Stadsschouwburg qua herkomst van de bezoekers dan met TivoliVredenburg. TivoliVredenburg trekt mede door het deels unieke aanbod bezoekers van gemeenten verder weg.

cultuureducatie is aangenomen dat de reistijd en -afstand van de bezoekers van binnen en buiten de stad hetzelfde zijn als voor de podiumkunsten.

Op basis van de modal split (keuze voor type vervoersmiddel) en de waardering van de reistijd en de reiskosten per kilometer is een inschatting te maken van de totale reiskosten per bezoek. Daarbij is voor de waardering van de reistijd uitgegaan van kengetallen van Rijkswaterstaat: € 7,50 per uur voor reizen per auto en € 6,50 per uur voor reizen per OV. De reden dat reistijd per OV lager wordt gewaardeerd is dat de tijd in het openbaar vervoer nuttiger kan worden besteed dan in 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. De reiskosten voor het vervoer per fiets en te voet zijn als nul beschouwd.

Op basis van deze uitgangspunten kunnen per sector de gemiddelde totale genegenariseerde reiskosten per bezoek worden ingeschat – zie tabel 5.3. Deze bedragen voor een bezoeker uit Utrecht € 2,24 voor een museumbezoek en € 2,17 voor een bezoek aan een instelling in een andere sector. Voor een bezoeker van buiten Utrecht bedragen deze respectievelijk € 12,40 en € 9,72. Hierbij is uitgegaan van de kosten voor een enkele reis en niet van de kosten van de heen- en terugreis. De reden hiervoor is dat in de praktijk veel mensen meerdere reisdoelen combineren. Het bezoek aan een podium zal bijvoorbeeld vaak gekoppeld zijn aan een bezoek aan restaurant of café. Of een bezoek aan een museum kan weer gekoppeld zijn aan winkelen of het bezoeken van familie of vrienden. Door de volledige reistijd en -kosten toe te rekenen aan het bezoek aan een culturele instelling kan er sprake zijn van een overschatting. Door uit te gaan van alleen de kosten van een enkele reis zullen de ingeschatte reistijd en -kosten aan de onderkant zitten van de bandbreedte van de feitelijke reistijd en -kosten omdat een deel van de mensen wel alleen voor cultuur deze reis heeft ondernomen.

Tabel 5.3 Gegeneraliseerde reiskosten per bezoeker uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

		Musea	Podiumkunsten, film en cultuureducatie en amateurkunsteducatie
Utrecht	Waardering reistijd	€ 1,99	€ 1,89
	Reiskosten	€ 0,25	€ 0,28
	Totaal per bezoek	€ 2,24	€ 2,17
Rest van Nederland	Waardering reistijd	€ 6,71	€ 5,42
	Reiskosten	€ 5,69	€ 4,30
	Totaal per bezoek	€ 12,40	€ 9,72

5.4 De gebruikswaarde per sector

Op basis van de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten per bezoek en het aantal bezoekers is vervolgens de gebruikswaarde per sector uit te rekenen. Dat wordt gedaan door de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten per sector te berekenen. Vervolgens wordt daarvan het consumentensurplus ingeschat: wat is het de bezoekers meer waard dan de totale reis- en verblijfskosten? Als laatste stap wordt het verschil tussen het consumentensurplus van het bezoek aan cultuur en het consumentensurplus van een alternatieve besteding ingeschat: de gebruikswaarde.³⁷

5.4.1 Musea

De totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van bezoekers uit de stad Utrecht aan de musea bedragen ruim € 14 miljoen en voor bezoekers uit de

³⁷ De berekende bedragen zijn in de tabellen afgerond op honderdduizenden of tienduizenden euro's omwille van de leesbaarheid. Bovendien zijn alle berekeningen inschattingen waarbij heel gedetailleerde bedragen tot schijnnaauwkeurigheid zouden kunnen leiden.

rest van Nederland bijna € 45 miljoen (zie tabel 5.4). De Nederlandse bezoekers van de Utrechtse musea hebben er gezamenlijk dus ten minste € 59 miljoen voor over om van dit aanbod te genieten, ongeveer 7 keer het bedrag dat wordt betaald voor de entreekaarten (in totaal naar schatting ruim € 8 miljoen).

Het totale bedrag dat alle mensen bereid zouden zijn te betalen voor het bezoeken van de musea – het consumentensurplus – ligt nog hoger. Algemeen wordt aangenomen dat dit consumentensurplus voor culturele activiteiten 25% van de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten bedraagt,³⁸ wat overeenkomt met € 3,6 miljoen voor de bezoekers uit Utrecht en ruim € 11,2 miljoen voor bezoekers uit de rest van Nederland. Verder wordt aangenomen dat dit consumentensurplus weer 25% hoger ligt dan het consumentensurplus van een alternatieve tijdsbesteding (die mensen zouden hebben ondernomen in een situatie zonder Utrechtse musea). Daarmee komt de gebruikswaarde van de Utrechtse musea uiteindelijk op € 0,9 miljoen voor de bezoekers uit Utrecht en een kleine € 2,8 miljoen voor bezoekers uit de rest van Nederland.

Tabel 5.4 De gebruikswaarde van musea (en presentatie-instellingen) in Utrecht voor bezoekers uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

	Uit Utrecht	Uit rest Nederland
Kosten verblijf en bezoek	€ 44,76	€ 44,76
Kosten reis	€ 2,24	€ 12,40
Totaal	€ 47,00	€ 57,15
Aantal bezoekers	305.578	780.654
Totale reis- en verblijfskosten	€ 14,4 miljoen	€ 44,6 miljoen
Consumentensurplus	€ 3,6 miljoen	€ 11,2 miljoen
Netto gebruikswaarde	€ 0,9 miljoen	€ 2,8 miljoen

³⁸ G. Marlet, J. Poort, 2011: De waarde van cultuur in cijfers (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

5.4.2 Podiumkunsten

De gebruikswaarde van de podiumkunsten valt in drie subsectoren uiteen: podia, gezelschappen en (podiumkunst)festivals. Een deel van de uitvoeringen op deze festivals en van deze gezelschappen vindt plaats op de gesubsidieerde podia. De gebruikswaarde van de podia, festivals en gezelschappen kunnen daarom niet zomaar bij elkaar worden opgeteld. De gebruikswaarde van dezelfde uitvoering en de bezoekers daaraan zouden dan immers twee keer worden meegeteld in het totaal. Voor zowel de podia, als de festivals en gezelschappen worden daarom eerst de baten los berekend, vervolgens wordt bepaald welk deel van deze baten additioneel is, waarna de totale gebruikswaarde voor de podiumkunsten kan worden bepaald.

Podia

In tabel 5.5 wordt de gebruikswaarde van de Utrechtse podia berekend op een vergelijkbare wijze als voor de musea. De totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten bedragen ruim € 22 miljoen voor bezoekers uit de stad en bijna € 29 miljoen voor bezoekers uit de rest van Nederland. De uiteindelijke gebruikswaarde en bijdrage aan de totale welvaartwinst daarvan is € 1,4 miljoen voor de stad Utrecht en € 1,8 miljoen voor de rest van Nederland.

Tabel 5.5 De gebruikswaarde van de podia in Utrecht voor bezoekers uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

	Uit Utrecht	Uit rest Nederland
Kosten verblijf en bezoek	€ 39,27	€ 39,27
Kosten reis	€ 2,17	€ 9,72
Totaal	€ 41,44	€ 49,00
Aantal bezoekers	536.517	584.825
Totale reis- en verblijfskosten	€ 22,2 miljoen	€ 28,7 miljoen
Consumentensurplus	€ 5,6 miljoen	€ 7,2 miljoen
Netto gebruikswaarde	€ 1,4 miljoen	€ 1,8 miljoen

Gezelschappen

Om de gebruikswaarde van de bezoekers aan de gezelschappen te berekenen is informatie gebruikt over de speellocaties van de gezelschappen. Gezelschappen uit de stad Utrecht treden immers niet alleen op in de stad zelf maar ook daarbuiten – meestal zelfs vaker buiten de stad dan in de stad. Uitvoeringen van gezelschappen in de stad Utrecht trekken zowel bezoekers vanuit de stad Utrecht als van daarbuiten. Omgekeerd is het mogelijk dat inwoners van Utrecht niet in Utrecht naar een uitvoering van een Utrechts gezelschap gaan kijken, maar in een andere stad (bijvoorbeeld omdat ze met vrienden uit die stad gaan, omdat het in Utrecht uitverkocht was of omdat ze op het moment dat het in Utrecht was niet konden). Voor vijf gezelschappen zijn gegevens bekend over speellocaties en de herkomst van bezoekers. Deze informatie is gebruikt om dit ook voor de andere negen gezelschappen in te schatten. Volgens opgave van de gemeente en/of de gezelschappen zelf vindt 67% van de uitvoeringen plaats op de podia die zijn meegenomen onder gesubsidieerde podia en 33% op de overige podia (zoals bijvoorbeeld het theater Paardenkathedraal van Theater Utrecht). Op basis daarvan is het aantal bezoekers te verdelen naar speellocatie en herkomst – zie tabel 5.6.

Tabel 5.6 Bezoekers aan de Utrechtse gezelschappen naar herkomst en speellocatie van de gezelschappen (exclusief buitenland)

	Bezoekers uit Utrecht	Bezoekers uit de rest van Nederland
Speellocatie: Utrecht	44.426	48.426
- <i>waarvan in podia die zijn meegenomen in de analyse</i>	<i>16.096</i>	<i>17.546</i>
- <i>waarvan elders in Utrecht</i>	<i>28.329</i>	<i>30.880</i>
Speellocatie: rest Nederland	18.614	105.645

De gebruikswaarde voor de inwoners van de stad Utrecht en inwoners van de rest van Nederland is vervolgens berekend op basis van de generaliseerde reis- en verblijfskosten per bezoek. Daarbij is voor de

uitvoeringen op podia buiten de stad Utrecht ervan uitgegaan dat de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten voor een bezoeker woonachtig in Utrecht gelijk zijn aan die van een bezoeker van buiten Utrecht aan de stad Utrecht.

De gebruikswaarde van bezoekers uit Utrecht aan gezelschappen uit Utrecht (na correctie voor dubbeltelling) bedraagt uiteindelijk € 130.000 (waarvan € 70.000 door bezoeken aan uitvoeringen in de stad Utrecht en € 60.000 door bezoeken aan uitvoeringen elders in het land). Voor bezoekers van buiten de stad Utrecht is de totale gebruikswaarde € 370.000 (€ 95.000 door bezoeken aan uitvoeringen in de stad Utrecht en € 275.000 door bezoeken elders in het land).

Tabel 5.7 De gebruikswaarde van de gezelschappen in Utrecht voor bezoekers uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

Bezoekers	Uit Utrecht	Uit rest Nederland	Uit Utrecht	Uit rest Nederland
Locatie	Utrecht	Utrecht	Rest Nederland	Rest Nederland
Aantal (na correctie dubbeltelling)	28.329	30.880	18.614	105.645
Reis- en verblijfskosten per bezoek	€ 41,44	€ 49,00	€ 49,00	€ 41,44
Totale reis- en verblijfskosten	€ 1,2 miljoen	€ 1,5 miljoen	€ 0,9 miljoen	€ 4,4 miljoen
Consumentensurplus	€ 290.000	€ 380.000	€ 230.000	€ 1,1 miljoen
Gebruikswaarde	€ 70.000	€ 95.000	€ 60.000	€ 275.000

Festivals

In tabel 5.8 is de gebruikswaarde van de festivals berekend. De gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten per bezoek zijn hoger dan die voor een gemiddeld bezoek aan een podium of gezelschap. De gemiddelde betaalde entree is weliswaar lager maar de verblijfstijd juist wat langer (zie tabel 5.2). De totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten bedragen ruim € 5 miljoen voor bezoekers uit de stad en voor bezoekers uit de rest van Nederland ruim € 4,5 miljoen. De gebruikswaarde en bijdrage aan de totale

welvaartwinst daarvan is € 0,3 miljoen voor de stad Utrecht en € 0,3 miljoen voor de rest van Nederland. Als vervolgens wordt gecorrigeerd voor het feit dat naar opgaaf van de gemeente en festivals zelf 49% van de uitvoeringen plaatsvindt op de podia die al zijn meegenomen is de netto gebruikswaarde € 0,2 miljoen voor de stad en € 0,2 miljoen voor de rest van Nederland.

Tabel 5.8 De gebruikswaarde van de festivals in Utrecht voor bezoekers uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

	Uit Utrecht	Uit rest Nederland
Kosten verblijf en bezoek	€ 46,22	€ 46,22
Kosten reis	€ 2,17	€ 9,72
Totaal	€ 48,39	€ 55,94
Aantal bezoekers	107.434	82.775
Totale reis- en verblijfskosten	€ 5,2 miljoen	€ 4,6 miljoen
Consumentensurplus	€ 1,3 miljoen	€ 1,2 miljoen
Gebruikswaarde	€ 320.000	€ 290.000
Waarvan dubbeltelling	€ 120.000	€ 140.000
Netto gebruikswaarde	€ 200.000	€ 150.000

Podiumkunsten totaal

De totale gebruikswaarde voor de podiumkunsten in de stad Utrecht bedraagt daarmee uiteindelijk ruim € 4,1 miljoen. Hiervan komt € 1,7 miljoen terecht bij (bezoekers uit) de stad Utrecht en € 2,4 miljoen bij (bezoekers uit) gemeenten uit de rest van Nederland, waarvan het grootste deel bij gemeenten in de directe omgeving van Utrecht (zie figuur 5.2 tot en met 5.5).

Tabel 5.9 De gebruikswaarde van de podiumkunsten in Utrecht voor bezoekers uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

	Utrecht	Rest Nederland
Podia	€ 1,4 miljoen	€ 1,9 miljoen
Gezelschappen (additioneel)	€ 130.000	€ 370.000
Festivals (additioneel)	€ 200.000	€ 150.000
Totaal	€ 1,7 miljoen	€ 2,4 miljoen

5.4.3 Film

De totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van bezoekers uit de stad Utrecht aan de gesubsidieerde film bedragen € 4,9 miljoen voor bezoekers uit Utrecht en ruim € 5,7 miljoen voor bezoekers uit de rest van Nederland (zie tabel 5.10). De gebruikswaarde over het consumentensurplus hiervan bedraagt € 0,3 miljoen voor bezoekers uit de stad Utrecht. Voor bezoekers uit de rest van Nederland is dat een kleine € 0,4 miljoen.

Tabel 5.10 De gebruikswaarde van film in Utrecht voor bezoekers uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

	Uit Utrecht	Uit rest Nederland
Kosten verblijf en bezoek	€ 43,35	€ 43,35
Kosten reis	€ 2,17	€ 9,72
Totaal	€ 45,52	€ 53,07
Aantal bezoekers	108.652	107.061
Totale reis- en verblijfskosten	€ 4,9 miljoen	€ 5,7 miljoen
Consumentensurplus	€ 1,2 miljoen	€ 1,4 miljoen
Netto gebruikswaarde	€ 0,3 miljoen	€ 0,4 miljoen

5.4.4 Cultuureducatie en amateurkunsteducatie

In tabel 5.11 en 5.12 staan de berekeningen voor de gebruikswaarde van de instellingen die onder de sector cultuureducatie en amateurkunsteducatie vallen. Zoals eerder aangegeven in dit hoofdstuk gaat het hierbij om zowel de gebruikswaarde van de deelnemers die in hun vrije tijd bijvoorbeeld cursussen volgen of repeteren (tabel 5.11) als om de bezoekers van bijvoorbeeld uitvoeringen of festivals in deze instellingen (tabel 5.12).

Tabel 5.11 De gebruikswaarde van amateurkunsteducatie in Utrecht voor deelnemers uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

	Uit Utrecht	Uit Utrecht	Uit rest Nederland	Uit rest Nederland
	Volwassen	Kinderen	Volwassen	Kinderen
Kosten verblijf en bezoek	€ 35,02	€ 19,83	€ 35,02	€ 19,83
Kosten reis	€ 2,17	€ 1,23	€ 9,72	€ 7,01
Totaal per les/bijeenkomst	€ 37,19	€ 21,05	€ 44,75	€ 26,84
Deelnemers	10.179	10.592	515	1.712
Aantal lessen/bijeenkomsten per deelnemer	17,2	5,3	17,2	5,3
Totale reis- en verblijfskosten	€ 6,5 miljoen	€ 1,2 miljoen	€ 400.000	€ 245.000
Consumentensurplus	€ 1,6 miljoen	€ 300.000	€ 100.000	€ 60.000
Gebruikswaarde	€ 410.000	€ 75.000	€ 25.000	€ 15.000

De totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van de deelnemers (volwassen en kinderen) uit Utrecht bedraagt ongeveer € 7,7 miljoen, wat een gebruikswaarde van een kleine € 0,5 miljoen vertegenwoordigt. Voor de deelnemers uit de rest van Nederland bedragen de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten ongeveer € 0,6 miljoen, wat een gebruikswaarde van

rond € 40.000 vertegenwoordigt. Daar bovenop komt dan nog de gebruikswaarde van de bezoekers (tabel 5.12). Deze bedraagt voor bezoekers uit de stad Utrecht ongeveer € 170.000 (volwassenen en kinderen) en van buiten de stad ruim € 16.000. Dat brengt de totale gebruikswaarde van amateurkunsteducatie op € 650.000 voor de stad Utrecht en € 56.000 voor de rest van Nederland.

Tabel 5.12 De gebruikswaarde van amateurkunsteducatie in Utrecht voor bezoekers uit de stad Utrecht en uit de rest van Nederland

	Uit Utrecht	Uit Utrecht	Uit rest Nederland	Uit rest Nederland
	Volwassen	Kinderen	Volwassen	Kinderen
Kosten verblijf en bezoek	€ 26,54	€ 11,63	€ 26,54	€ 11,63
Kosten reis	€ 2,17	€ 1,23	€ 9,72	€ 7,01
Totaal	€ 28,70	€ 12,86	€ 36,26	€ 18,64
Bezoekers	91.132	9.307	6.873	828
Totale reis- en verblijfskosten	€ 2.615.826	€ 119.666	€ 249.234	€ 15.437
Consumentensurplus	€ 653.956	€ 29.916	€ 62.309	€ 3.859
Gebruikswaarde	€ 163.489	€ 7.479	€ 15.577	€ 965

5.5 De totale gebruikswaarde van het culturele aanbod

Tabel 5.13 toont het overzicht van de resultaten van de berekeningen in de vorige paragraaf. De totale gebruikswaarde van het (gesubsidieerde) aanbod in de stad Utrecht bedraagt € 9,2 miljoen. Omdat de gebruikswaarde samenhangt met het aantal bezoekers komt het grootste deel hiervan voor rekening van de podiumkunsten en de musea (respectievelijk € 4,1 miljoen en € 3,7 miljoen).

Het grootste deel (€ 5,6 miljoen) van de gebruikswaarde komt buiten de stad terecht. Dat is vooral het gevolg van het grote aantal bezoekers van buiten de stad Utrecht dat vooral naar de musea en de podiumkunsten komt. Voor een belangrijk deel komt deze gebruikswaarde terecht in gemeenten in de omgeving van Utrecht.

Van de € 3,6 miljoen van de gebruikswaarde die in de stad zelf terechtkomt is ongeveer de helft voor rekening van de podiumkunsten. De gebruikswaarde van cultuureducatie en amateurkunsteducatie voor de stad is met een kleine € 0,7 miljoen vergelijkbaar met die van de musea. Waar bij de musea een groot deel van de gebruikswaarde voor rekening komt van bezoekers uit de rest van Nederland geldt voor cultuureducatie en amateurkunsteducatie juist dat vrijwel de volledige gebruikswaarde in de stad zelf neerslaat.

Tabel 5.13 De gebruikswaarde van cultuur in Utrecht

	Utrecht	Rest Nederland	Totaal
Musea	€ 0,9 miljoen	€ 2,8 miljoen	€ 3,7 miljoen
Podiumkunsten	€ 1,7 miljoen	€ 2,4 miljoen	€ 4,1 miljoen
Film	€ 0,3 miljoen	€ 0,4 miljoen	€ 0,7 miljoen
Cultuureducatie en amateurkunsteducatie	€ 0,7 miljoen	€ 0,05 miljoen	€ 0,7 miljoen
Totaal	€ 3,6 miljoen	€ 5,6 miljoen	€ 9,2 miljoen

6 Optiewaarde

Uit hoofdstuk 2 bleek dat cultuur over het algemeen een prominente rol speelt in de concurrentiepositie van steden. Steden met een groot en gevarieerd cultureel aanbod zijn over het algemeen ook populaire woonsteden. Die steden hebben de grootste aantrekkingskracht op verhuizende huishoudens, met in hun kielzog bedrijven. Zo gaat het in die steden ook economisch vaak beter.

Het feit dat mensen graag in steden wonen met een groot en gevarieerd cultureel aanbod komt voort uit de optiewaarde; de waarde die mensen hechten aan de mogelijkheid om (spontaan, op elk moment van de dag en week) een culturele activiteit te beleven. Die optiewaarde vertaalt zich in een grotere betalingsbereidheid voor een (woon)locatie in de buurt van culturele instellingen en activiteiten en kan worden uitgerekend met de zogenoemde hedonische prijsmethode.

6.1 De hedonische prijsanalyse

De hedonische prijsmethode is de wetenschappelijk gangbare methode om de (positieve of negatieve) waarde van *amenities*, waarvoor geen eigen markt bestaat waarop een prijs tot stand komt, in te schatten.³⁹ De hedonische prijsmethode gaat ervan uit dat mensen de voor- en nadelen van een bepaalde woonlocatie meewegen in hun bereidheid om te betalen voor een woning op zo'n locatie.⁴⁰ De aanwezigheid van kunst, cultuur en erfgoed in de (nabijheid van de) woonomgeving zijn factoren die de woningprijzen positief kunnen beïnvloeden.

Om de optiewaarde van het culturele aanbod in Utrecht te kunnen berekenen is zo'n hedonische prijsanalyse uitgevoerd. Daarmee is gekeken naar de verschillen in huizenprijzen op alle woonlocaties (op 4-positie-postcodeniveau) in Nederland. Met een regressieanalyse is vervolgens

³⁹ De onderzoekers die dit onderzoek hebben uitgevoerd hebben op deze manier eerder bijvoorbeeld met succes het effect van overstromingsrisico op de huizenprijzen in Nederland geïsoleerd van het prijseffect van andere kenmerken, zie; M. Bosker, H. Garretsen, G. Marlet, C. van Woerkens, 2017: Nether Lands. Evidence on the price and perception of rare natural disasters, in: Journal of the European Economic Association (accepted).

⁴⁰ S. Rosen, 1974: Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition, in: Journal of Political Economy, 82, pp.34-55; J. Roback, 1982: Wages, rents, and the quality of life, in: Journal of political economy, 90, p.1257-1278.

achterhaald welke factoren die verschillen verklaren. Daarmee wordt niet alleen duidelijk welke factoren (statistisch significant) samenhangen met de verschillen in huizenprijzen 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 het hedonische prijsmodel een onmisbaar ingrediënt voor een berekening van de maatschappelijke baten van cultuur in Utrecht.

Als basis voor dit deel van het onderzoek is een model gebruikt uit eerder onderzoek naar de aantrekkingskracht van steden,⁴¹ en uit een samenwerkingsproject met het Centraal Planbureau over de waarde van ‘stad en land’.⁴² De laatste versie van de resultaten uit dat model zijn recent gepubliceerd in *Regional Studies*.⁴³ Aan dat model zijn – voor zover nodig – verschillende indicatoren voor het culturele aanbod in steden toegevoegd. Daarvan is gekeken of en in welke mate die een bijdrage leveren aan de verklaring van verschillen in huizenprijzen in Nederland. Het resultaat is gestileerd weergegeven in tabel 6.1.⁴⁴

⁴¹ 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.

⁴² H. de Groot, G. Marlet, C. Teulings, W. Vermeulen, 2010: Stad en land (CPB, Den Haag).

⁴³ H. Garretsen, G. Marlet, 2017: Amenities and the Attraction of Dutch Cities, in: *Regional Studies*, 51, 5, pp. 724-736.

⁴⁴ Voor uitgebreide modelspecificaties en de bijbehorende coëfficiënten wordt verwezen naar bovenstaande studies.

Tabel 6.6 Wat bepaalt de huizenprijzverschillen in Nederland?

	Staaf in figuur 6.1	Statistische samenhang met verschillen in huizenprijzen (op 4-positie- postcodeniveau)
ECONOMIE		
Bereikbaarheid van banen	2	+
Nabijheid treinstation	2	+
WOONOMGEVING		
<i>Woningen</i>		
Aandeel vrijstaande woningen	6	+
Aandeel tweekappers	6	+
Aandeel tussenwoningen	6	-
Aandeel appartementen	6	-
Aandeel sociale huurwoningen	6	-
<i>Cultuur en erfgoed</i>		
Nabijheid uitvoeringen podiumkunsten	3	+
Nabijheid musea voor beeldende kunst	3	+
Nabijheid cultuurhistorische musea	3	+
Nabijheid filmhuizen	3	+
Historisch erfgoed (aandeel Rijksmonumenten)	4	+
<i>Overige voorzieningen</i>		
Nabijheid van het centrum van de stad	5	+
Nabijheid winkels voor dagelijkse boodschappen	5	+
Nabijheid winkels voor mode en luxe	5	+
Aantal cafés	5	+
Culinaire kwaliteit	5	+
Aanwezigheid universiteit	8	+
<i>Natuur</i>		
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 6.1 een bepaalde indicator meetelt.

Uit die modelschatting blijkt dat naast de bereikbaarheid van banen (en de nabijheid van een treinstation) ook diverse stedelijke voorzieningen ertoe doen bij het verklaren van verschillen in huizenprijzen tussen woonlocaties in Nederland. Zo bieden de nabijheid van culturele voorzieningen, 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 huizenprijzen.

Het culturele aanbod is dus een van de factoren die de verschillen in huizenprijzen – en dus de aantrekkingskracht van steden – bepaalt. Daarbij blijkt het vooral te gaan om het aanbod aan uitvoeringen in de podiumkunsten en *artthouse*film en om de nabijheid van musea voor beeldende kunst en cultuurhistorische musea. Ook de aanwezigheid van historisch erfgoed, afgemeten aan het aantal Rijksmonumenten in de buurt, biedt een significante verklaring voor de waarde van een woonlocatie.

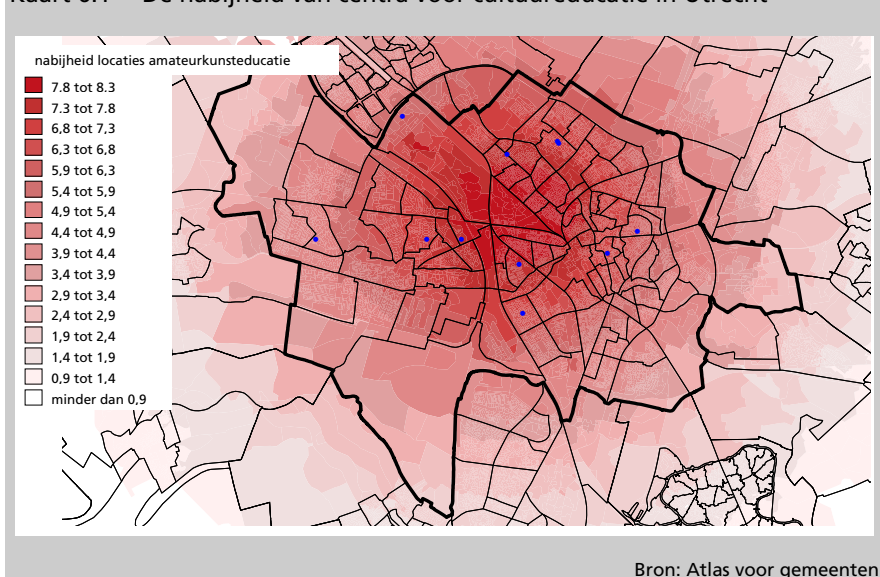
De nabijheid van commerciële bioscopen en de aanwezigheid van culturele festivals in de stad bleken niet statistisch significant samen te hangen met de verschillen in huizenprijzen. In het geval van commerciële bioscopen heeft dat mogelijk te maken met het feit dat deze voorzieningen behoren tot de basisinfrastructuur in steden, waardoor steden zich er niet mee onderscheiden. Om dezelfde reden blijkt de aanwezigheid van zwembaden en andere sportvoorzieningen bijvoorbeeld ook geen significante invloed te hebben op de huizenprijzen in de buurt.

Dat geldt waarschijnlijk ook voor de centra voor cultuureducatie, waarvoor geen landsdekkende data beschikbaar waren, en die dus niet in de regressieanalyse konden worden meegenomen. Ook daarvoor is géén effect te verwachten omdat beleid er meestal juist op is gericht om dit aanbod voor iedereen in de stad beschikbaar te maken, waardoor de centra over de stad zijn verspreid en er weinig onderscheid is tussen verschillende woonlocaties (zie kaart 6.1). Wel hebben die centra waarschijnlijk een relatief hoge sociale waarde voor de (mensen in de) wijken (zie hoofdstuk 9).

Bij culturele festivals heeft het ontbreken van een statistisch significant verband waarschijnlijk te maken met het tijdelijke karakter; het is moeilijk

voorstelbaar dat mensen vanwege een jaarlijks terugkerend festival in een bepaalde stad gaan wonen. Bovendien zijn festivals vaak meer gericht op bezoekers van buiten de stad dan op de inwoners van de stad zelf. Daardoor is de optiewaarde waarschijnlijk nihil, maar daar staat tegenover dat die festivals voor de stad een relatief hoge economische waarde vertegenwoordigen (zie hoofdstuk 8).

Kaart 6.1 De nabijheid van centra voor cultuureducatie in Utrecht



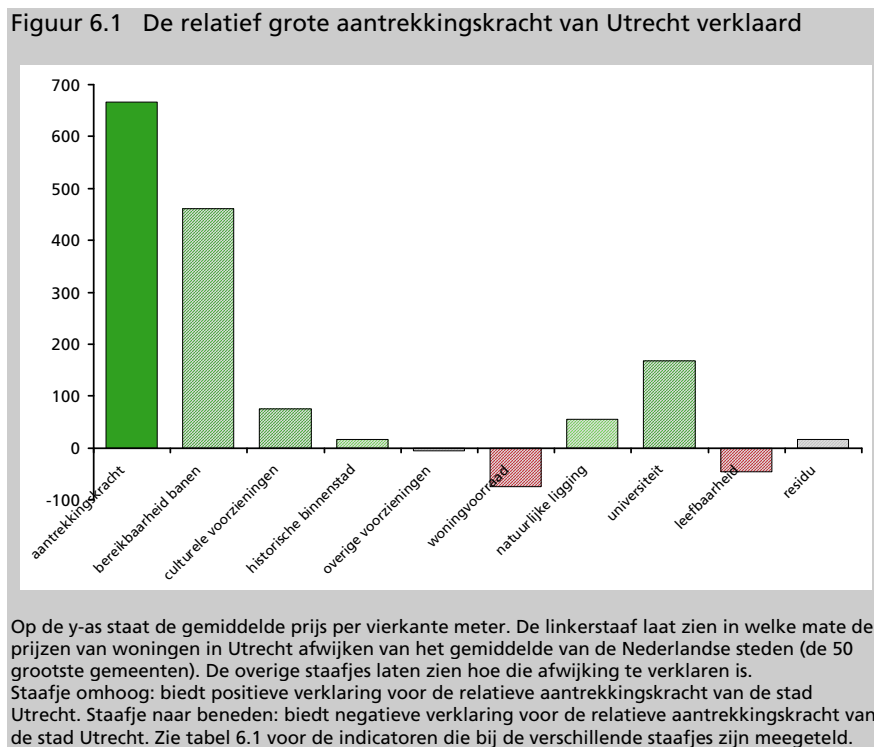
6.2 Aantrekkingskracht

Het culturele aanbod in een stad verklaart dus een deel van de verschillen in huizenprijzen en is daarmee van groot belang voor de aantrekkingskracht van de stad – waarvoor het huizenprijsniveau immers de belangrijkste indicator is.⁴⁵ Dat maakt het tevens mogelijk om op basis van de hedonische prijsanalyse de aantrekkingskracht van de stad Utrecht nader te analyseren. Op basis van de uitkomsten uit dat model kan die aantrekkingskracht (op basis van huizenprijzverschillen) worden vergeleken met andere steden in Nederland. Ook kan op die manier worden onderzocht welke factoren de relatieve aantrekkingskracht van Utrecht ten opzichte van die andere steden

⁴⁵ W. Vermeulen, C. Teulings, G. Marlet, H. de Groot, 2016: Groei & Krimp. Waar moeten we bouwen - en waar vooral niet? (VOC Uitgevers, Nijmegen).

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.

De in tabel 6.1 getoonde indicatoren zijn gemiddeld van invloed op de verschillen in aantrekkingskracht tussen Nederlandse steden. De vraag is dan 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 6.1.



Het linkerstaafje in figuur 6.1 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 linkerstaafje in de grafiek.

Uit figuur 6.1 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 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 dragen bij aan de bovengemiddelde aantrekkingskracht van de stad.

Ook het culturele aanbod levert een belangrijke bijdrage aan de aantrekkingskracht van Utrecht en is de enige pijler die met gemeentelijk beleid op substantiële wijze te beïnvloeden is.⁴⁶ Op de overige stedelijke voorzieningen scoort Utrecht benedengemiddeld. Dat geldt ook voor de woningvoorraad en de leefbaarheid. In zijn totaliteit verklaart het model de relatieve aantrekkingskracht van Utrecht goed; het onverklaarde deel (het zogenoemde residu; het laatste staafje in figuur 6.1) 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.

6.3 Optiewaarde

Vervolgens kan op basis van de resultaten uit het model uit paragraaf 6.1 worden berekend wat de optiewaarde van het culturele aanbod in Utrecht de stad en haar omgeving jaarlijks aan welvaartswinst oplevert. Uit de

⁴⁶ 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.

hedonische prijsanalyse volgt dat mensen bereid zijn om meer te betalen voor een huis in de buurt van podia en gesubsidieerde filmhuizen en van musea. Op basis van dat resultaat kan de optiewaarde van die culturele sectoren in Utrecht worden ingeschat.

Een complicatie daarbij is dat uit de regressieanalyse bleek dat de indicatoren voor de nabijheid van uitvoeringen in de podiumkunsten en voor filmvoorstellingen in gesubsidieerde filmhuizen sterk met elkaar samenhangen (de correlatiecoëfficiënt is 0,75, terwijl die tussen de nabijheid van uitvoeringen in de podiumkunsten en de nabijheid van musea slechts 0,28 is). Kennelijk bevinden die podia en filmhuizen zich in veel steden bij elkaar in de buurt, waardoor een statistisch onderscheid lastig wordt. Om die reden is de optiewaarde voor de podiumkunsten en de filmhuizen samen berekend.

Podiumkunsten en *arthouse*film

Voor het berekenen van de optiewaarde van de podiumkunsten en *arthouse*film in Utrecht is gekeken hoeveel uitvoeringen op gesubsidieerde podia en hoeveel zalen in gesubsidieerde filmhuizen zich in de nabijheid bevinden van (alle) woonlocaties (op 4-positie-postcodeniveau) in Utrecht en daarbuiten. Er is daarbij rekening gehouden met de bereidheid om te reizen van de mensen die daar wonen voor een concert, theater- of filmvoorstelling.

Per woonlocatie in Utrecht en daarbuiten is vervolgens – op basis van de coëfficiënt uit het model in paragraaf 6.1 – uitgerekend wat de bijdrage van de nabijheid van die uitvoeringen is aan de woningwaarde op die locaties. Dat is de optiewaarde van de nabijheid van het culturele aanbod. Omdat in een regressieanalyse wordt gecorrigeerd voor zoveel mogelijk overige factoren die van invloed zijn op huizenprijzen, wordt de kans zo klein mogelijk gemaakt dat het effect wordt overschat, maar honderd procent zekerheid bestaat er niet. Daarom is de optiewaarde alleen uitgerekend op basis van de voorraad koopwoningen, en niet voor de huurwoningen. Bovendien is gecorrigeerd voor het prijsopdrijvende effect van de hypotheekrenteaftrek in Nederland.

De totale optiewaarde van de Utrechtse gesubsidieerde podia en filmhuizen die in deze MKBA zijn meegenomen komt uit op € 404 miljoen voor de stad Utrecht en € 24,3 miljoen voor de omliggende gemeenten. De bereidheid

om te betalen voor een huis in de buurt van de gesubsidieerde Utrechtse podia en filmhuizen is in totaal dus circa € 428 miljoen. Deze optiewaarde is de waarde die mensen hechten aan het bestaan van dit aanbod in de stad, nu en in de toekomst; het is de zogenoemde Netto Contante Waarde van de meerwaarde om in de buurt van het aanbod podiumkunsten te wonen. Omgerekend naar welvaartswinst per jaar bedraagt die optiewaarde: € 23,4 miljoen per jaar voor de inwoners van de stad.⁴⁷ De jaarlijkse welvaartswinst van de podiumkunsten en filmhuizen in Utrecht voor de rest van Nederland (voornamelijk gemeenten in de directe nabijheid) bedraagt € 1,4 miljoen per jaar.

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.⁴⁸ 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 € 0,3 miljoen. Op basis van nationale gemiddelden⁴⁹ 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 vertegenwoordigt in de buurgemeenten. Gezamenlijk bedraagt deze optiewaarde naar schatting € 4,3 miljoen⁵⁰ per jaar.

Musea

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, zo bleek uit paragraaf

⁴⁷ Hierbij is het totale bedrag van € 404 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.

⁴⁸ 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.

⁴⁹ Zie hiervoor: G. Marlet, J. Poort, 2011: De waarde van cultuur in cijfers (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

⁵⁰ 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.

6.1.⁵¹ 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 ontlenden 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 dus gewaardeerd. De mensen voor wie dit geldt, blijken vervolgens wel relatief dicht bij dat museum te willen wonen. De optiewaarde van musea is veel lokaler dan voor podia en doet zich volledig binnen de gemeentegrenzen voor.

Op basis van de resultaten uit het model uit paragraaf 6.1 en op dezelfde wijze berekend als hierboven voor de podiumkunsten werd gedaan, komt de bereidheid om te betalen voor een huis in de buurt van de Utrechtse musea uit op circa € 110 miljoen, wat overeenkomt met een jaarlijkse welvaartswinst van € 6,3 miljoen.⁵² Dit bedrag slaat volledig in de stad zelf neer. Dat brengt de totale welvaartswinst die voortvloeit uit de optiewaarde die mensen hechten aan het culturele aanbod in Utrecht op ruim € 35 miljoen per jaar, waarvan 30 miljoen neerslaat in de stad en ruim 5 miljoen daarbuiten (zie tabel 6.2).

Tabel 6.1 De optiewaarde van het culturele aanbod in Utrecht (in miljoenen euro's)

	Stad Utrecht	Rest Nederland
1. Podiumkunsten	23,7	5,7
- Waarvan door gesubsidieerde podia en filmhuizen	23,4	1,4
- Waarvan door gesubsidieerde gezelschappen	0,3	4,3
2. Musea	6,3	0,0
TOTAAL	30,0	5,7

⁵¹ Zie hierover ook: G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

⁵² Hierbij is het totale bedrag van € 110 miljoen omgerekend naar de waarde per jaar door gebruik te maken van een reële discountvoet van 4% en uit te gaan van een periode van 30 jaar.

De analyses in dit hoofdstukken lieten zien dat de optiewaarde van het culturele aanbod in Utrecht zich beperkt tot de gesubsidieerde podiumkunsten en filmhuizen enerzijds en de musea anderzijds. Bovendien bleek dat die optiewaarde van de Utrechtse musea veel minder hoog is dan de optiewaarde van de podiumkunsten. 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 en leveren musea buiten de woonplaats geen meetbare optiewaarde op (zie tabel 6.1). Voor de mensen die daar wel rekening mee houden geldt dat ze wel in de directe omgeving van een museum willen wonen – terwijl een podium ook wat verder mag staan. Dat zorgt ervoor dat de optiewaarde van musea veel dichterbij de locatie van de musea neerslaat dan bij podia. Maar toch wordt ook aan het bestaan van die musea – los van de locatie – nog extra waarde gehecht. Die bestaanswaarde komt in het volgende hoofdstuk aan bod.

7 Bestaanswaarde

Behalve de hiervoor berekende gebruiks- en optiewaarde wordt specifiek aan (de collectie van) musea mogelijk nog extra waarde toegekend, los van (de optie op) het gebruik van de musea als attractie; de zogenoemde bestaanswaarde. Mensen die naar het museum gaan hechten daar een waarde aan die hoger is dan de kosten die ze maken om het museum te bezoeken. Dat werd de gebruikswaarde genoemd (hoofdstuk 5). Daarnaast hechten mensen waarde aan de mogelijkheid om een museum te bezoeken; die zogenoemde optiewaarde kwam in hoofdstuk 6 tot uitdrukking in hogere huizenprijzen in de buurt van die musea. Die twee maatschappelijke waarden van musea zijn locatieafhankelijk en worden bepaald door mensen die het museum bezoeken en/of in de buurt van een museum gaan wonen om frequent bezoek te vereenvoudigen.

Het is mogelijk dat daarmee voor wat betreft de Utrechtse musea niet het hele verhaal verteld is. De maatschappelijke waarde van (de collectie van) de musea is mogelijk groter dan de genotswaarde die de bezoekers eraan toekennen op basis van hun daadwerkelijke (website)bezoek en de mogelijkheid daartoe (de optiewaarde). Zelfs wanneer *De Nachtmacht* nooit meer te zien zou zijn – ook niet digitaal – zouden veel Nederlanders vermoedelijk waarde hechten aan het feit dat deze bestaat, en wellicht ook aan het feit dat deze in het bezit is van het Rijksmuseum. Het schilderij draagt bij aan onze nationale identiteit en ons gedeelde verleden. Naar verwachting hangt dit effect met name samen met de canon van de Nederlandse museale collecties – een aantal topstukken van wereldfaam. Voor het overige – en vermoedelijk ook voor de Utrechtse musea – zal een eventuele bestaanswaarde grotendeels een lokaal karakter hebben.⁵³

In dit hoofdstuk wordt geprobeerd om de bestaanswaarde van de Utrechtse musea te isoleren van de reeds berekende gebruikswaarde en optiewaarde. De cruciale vraag is daarbij wat de extra maatschappelijke waarde is van het in publieke handen hebben en houden van de collectie van die musea. Voor een Fins museum is op basis van een enquête al eens uitgezocht dat de gemiddelde bereidheid om te betalen voor het bestaan en/of in stand houden van dat museum hoger ligt dan de feitelijke bijdrage van de (lokale)

⁵³ Dit is een beknopte weergave van de theorie achter de bestaanswaarde van musea uit: G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: *De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht)*; een uitgebreide beschrijving daarvan staat in hoofdstuk 6 van die publicatie.

belastingbetaler, en veel hoger dan wat aan de kassa van dat museum aan kaartjes wordt verkocht.⁵⁴ Dat bewijst allereerst vooral het bestaan van een consumentensurplus (gebruikswaarde) en optiewaarde. Echter, van mensen die in die enquête aangaven nooit naar het museum te gaan, was de helft bereid om te betalen voor het in stand houden van dat museum. Dat duidt vermoedelijk op een 'bestaanswaarde' van musea, al kan deze uitkomst ook nog (deels) een uitdrukking zijn van de optiewaarde.

Cijfers over de bestaanswaarde van de (collectie van de) Nederlandse musea zijn er niet. Daarom is geprobeerd om de bestaanswaarde van (de collecties van de) Utrechtse musea te bepalen aan de hand van een nieuwe enquête, naar Fins voorbeeld. In die enquête is gevraagd naar de bereidheid van Utrechters om te betalen om een eventuele (hypothetische) sluiting van de Utrechtse musea te voorkomen (zie bijlage 2 voor de complete vragenlijst).

De opzet van die enquête was er op gericht om onderscheid te kunnen maken tussen de gebruikswaarde en optiewaarde enerzijds en de pure bestaanswaarde anderzijds. Daarvoor was het van belang om verschil te maken tussen de bereidheid om te betalen voor het voorkomen van sluiting van de Utrechtse musea, waarbij de collectie ondergebracht zou worden bij een museum elders in het land, en de bereidheid om te betalen voor voorkoming van vernietiging of het uiteenvallen en in private handen komen van de collectie van die musea.

Omdat het niet goed voor te stellen is dat de collectie van de Utrechtse musea in geval van sluiting wordt vernietigd, is in dat deel van de enquête niet gevraagd naar de bereidheid om te betalen voor het voorkomen van de vernietiging van de collectie van Utrechtse musea maar van de feitelijk plaatsgevonden vernietiging van het tempelcomplex in het Syrische Palmyra en van drie schilderijen uit de Rotterdamse Kunsthal in 2012.

Uit de antwoorden op die vragen bleek allereerst dat van de mensen die aangaven (waarschijnlijk) niet van plan te zijn geweest om Palmyra ooit te bezoeken de meesten het niettemin (heel) erg vonden dat het tempelcomplex verwoest is, en bereid waren om te betalen voor het voorkomen daarvan. Dat duidt erop dat dat culturele erfgoed voor mensen in Utrecht een bestaanswaarde heeft die los staat van het (voorgenomen of

⁵⁴ T. Tohmo, 2004: Economic value of a local museum: Factors of willingness-to-pay, *Journal of Socio-Economics*, 33, pp. 229-240.

feitelijke) gebruik ervan (de bezichtiging). De bereidheid om te betalen onder deze groep lag wel circa 75% lager dan gemiddeld. Dat zou erop kunnen wijzen dat de bestaanswaarde voor een additionele maatschappelijke waarde zorgt in de orde van een kwart van de totale maatschappelijke waarde (op basis van de gebruikswaarde, optiewaarde, economische waarde en sociale waarde van cultuur).

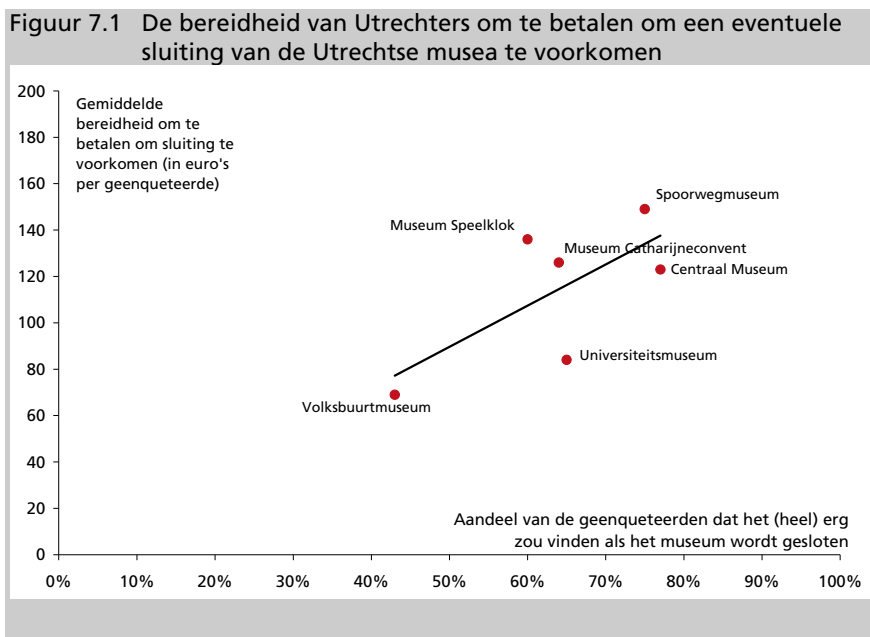
Ook de meeste mensen die (waarschijnlijk) niet van plan waren geweest om de gestolen schilderijen uit de Kunsthal te gaan bekijken vonden het (heel) erg dat die schilderijen zijn verbrand. De bereidheid om te betalen om de vernietiging van die schilderijen uit de Kunsthal te voorkomen bleek tussen 4% (via de belastingen/overheid) en 16% (eigen bijdrage) van de betalingsbereidheid voor het voorkomen van diefstal en vernietiging te liggen. Dat is dus de bestaanswaarde los van publiek bezit; de waarde van de wetenschap dat de schilderijen nog ergens – maar op een voor het publiek onzichtbare plek – bestaan. Dat onderdeel van de bestaanswaarde zal dus minstens 4% van de totale maatschappelijke waarde van dit deel van de museale collectie uitmaken.⁵⁵

In de rest van de enquête is gevraagd naar de bereidheid van Utrechters om te betalen om sluiting van zes Utrechtse musea (Centraal Museum, Museum Speelklok, Museum Catharijneconvent, het Spoorwegmuseum, het Universiteitsmuseum en het Volksbuurtmuseum) te voorkomen. Daarmee is geprobeerd te achterhalen wat het Utrechters waard is dat die collecties in publieke handen en in Utrecht te bewonderen zijn, het tweede onderdeel van de bestaanswaarde waarnaar we op zoek zijn (1. de waarde die mensen hechten aan het bestaan van cultureel erfgoed, waar dan ook en 2. de waarde die mensen hechten aan het in stedelijk of nationaal bezit zijn van dat erfgoed).

⁵⁵ Deze bestaanswaarde staat in principe los van de *marktwaarde* van de verbrande schilderijen omdat deze vanuit maatschappelijk perspectief ook verloren gaat als de schilderijen niet verbrand worden maar voorgoed op een geheime en voor het publiek ontoegankelijke plek komen: ze zijn immers gestolen. Wel is het goed denkbaar dat respondenten het nominale bedrag dat ze in dit scenario noemden *relateren aan* de marktwaarde.

Merk in het verlengde daarvan tevens op dat de marktwaarde van de collecties van de Utrechtse musea en de toename daarvan in de tijd geen additionele kosten en baten opleveren voor dit onderzoek. Tegenover de (toename van de) marktwaarde staan immers de zogeheten 'opportuniteitskosten' van het in publiek bezit houden van de collecties. Als deze opportuniteitskosten specifiek bepaald worden voor de aard van de 'belegging', zijn ze per definitie gelijk aan de gemiddeld verwachte waardeontwikkeling. Zie voor een uitvoeriger bespreking van dit punt: G. Marlet, J. Poort, C. van Woerkens, 2011: De schat van de stad. Welvaartseffecten van de Nederlandse musea (Atlas voor gemeenten, Utrecht), p. 64-66.

De meeste geënquêteerden zouden het ‘erg’ of ‘heel erg’ vinden als de Utrechtse musea zouden verdwijnen, en zijn bereid om flink te betalen om dat te voorkomen, met name voor het Centraal Museum, Museum Speelklok, Museum Catharijneconvent en het Spoorwegmuseum, waar de gemiddelde bereidheid om te betalen om sluiting te voorkomen tussen de 120 en de 150 euro ligt (zie figuur 7.1).



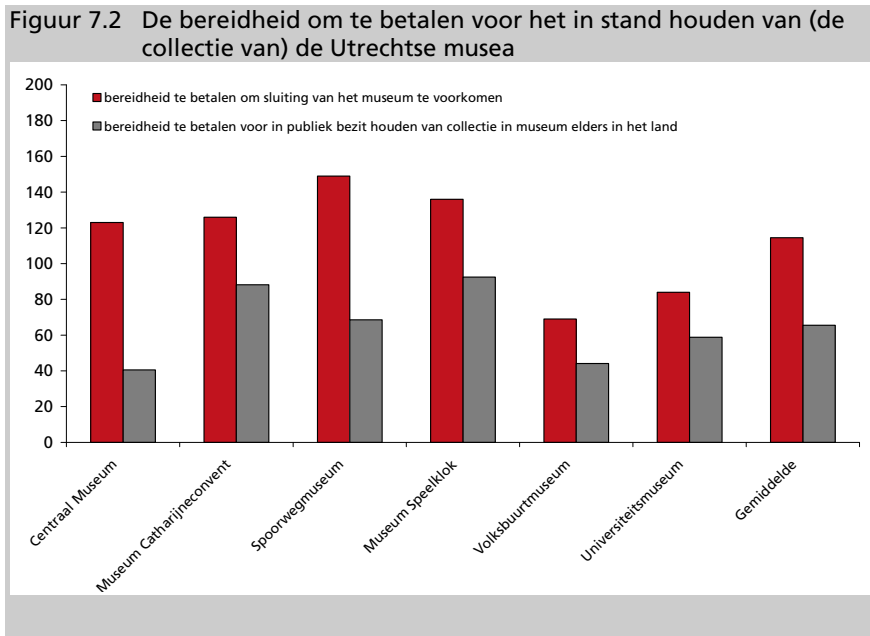
Die bereidheid om te betalen om sluiting te voorkomen is echter niet hetzelfde als de bestaanswaarde. Mensen die bereid zijn om te betalen om sluiting te voorkomen, zijn namelijk ook vrijwel allemaal mensen die de Utrechtse musea bezoeken of van plan zijn dat te gaan doen. In hun bereidheid om te betalen om sluiting te voorkomen zit dus ook waarde die zij hechten aan (toekomstig) gebruik: toekomstige gebruikswaarde en optiewaarde. Ten dele zal dat ook het geval zijn wanneer de collectie verhuist naar een museum elders in het land.

Daar komt bij dat het om twee redenen minder betrouwbaar is om deze eurobedragen zonder meer over te nemen. In de eerste plaats kunnen ‘vrijblijvende’ betalingsbereidheden in enquêtes nogal eens een forse

overschatting opleveren. In de tweede plaats is het aannemelijk dat liefhebbers van kunst en cultuur oververtegenwoordigd zijn onder de respondenten van de enquête. Vanwege de nieuwe privacyrichtlijnen van de gemeente kon echter geen poststratificatie van de respons worden uitgevoerd om dit verder te onderzoeken en een eventueel effect daarvan (deels) te corrigeren op basis van een aantal persoonskenmerken. Daarom worden alleen de gemiddelde *verhoudingen* tussen de antwoorden op de twee scenario's gebruikt om een schatting af te leiden van de bestaanswaarde van de musea. Op die manier zijn de uitkomsten minder vatbaar voor de twee genoemde beperkingen. Toch blijft het plausibel dat selectieve respons tot een overschatting van de bestaanswaarde ten opzichte van de totale waarde heeft geleid.

Om de waarde die mensen hechten aan het in publiek bezit zijn van de Utrechtse collectie te kunnen berekenen is specifiek naar de betalingsbereidheid voor het in stand houden van de (collectie van de) Utrechtse musea gevraagd (zie de vragenlijst in bijlage 2). De bereidheid om te betalen voor het in publiek bezit houden van de collectie van het Centraal Museum in een museum elders in het land, bleek 33% van de totale waarde (de betalingsbereidheid voor het voorkomen van sluiting) te zijn.⁵⁶ Voor de overige Utrechtse musea ligt dat percentage hoger (zie figuur 7.2), wat betekent dat het behouden van de collectie in publiek bezit in een museum elders in het land voor die musea belangrijker gevonden wordt dan het feit dat die musea in Utrecht (blijven) staan.

⁵⁶ Omdat sommige respondenten niet alle vragen naar betalingsbereidheid hebben ingevuld is hier allereerst per respondent de verhouding bepaald tussen de bereidheid om te betalen voor het voorkomen van sluiting en de bereidheid om (in geval van sluiting) te betalen voor het in publieke handen houden van de collectie in een ander museum in Nederland. Van die verhoudingen is vervolgens het gemiddelde genomen. Zie bijlage 2 voor een verantwoording.



De bereidheid om te betalen voor het in publieke handen houden van de collectie van het Centraal Museum in een museum elders in het land is 33% van de bereidheid om te betalen voor het voorkomen van sluiting. Maximaal is dat 70% (Museum Catharijneconvent en Universiteitsmuseum) en gemiddeld over alle musea 59%. Als bij verhuizing van de collectie naar een museum elders in het land in de ogen van de respondenten de gehele gebruiks- en optiewaarde verloren gaan, zou dat gemiddelde van 59% impliceren dat de bestaanswaarde van het publieke bezit van de collectie groter is dan de gebruikswaarde en optiewaarde samen.⁵⁷

Dat is echter niet aannemelijk. Zeker tegen de achtergrond van de vraagstelling van de enquête zullen respondenten bij verhuizing van de collectie naar een andere stad het nog altijd als mogelijkheid zien de collectie te bezoeken. Ze moeten er alleen verder voor reizen. Bij de meer plausibele aanname dat respondenten bij verhuizing van de collectie naar een andere stad gemiddeld de helft van de huidige gebruikswaarde en optiewaarde verwachten, komt de bestaanswaarde die samenhangt met het publieke bezit

⁵⁷ De bestaanswaarde is dan immers 59% en de gebruikswaarde en optiewaarde samen dus 41%.

op gemiddeld 20% van bestaanswaarde en optiewaarde samen.⁵⁸ Daar komt dan nog de waarde van het voorkomen van vernietiging van de collectie bij; minstens 4%, zie hierboven. In totaal komt de bestaanswaarde daarmee op ongeveer een kwart van de gebruikswaarde en optiewaarde samen. Bij een gebruikswaarde voor Utrechters van € 0,9 miljoen (hoofdstuk 5) en een optiewaarde van € 6,3 miljoen komt dat op een bestaanswaarde van € 1,7 miljoen per jaar.⁵⁹ Dat brengt de totale jaarlijkse welvaartswinst van de Utrechtse musea op € 8,9 miljoen. Daar komen dan de economische en sociale waarde van de Utrechtse musea (zie hoofdstuk 8 en 9) nog bij.

⁵⁸ Bij behoud van 60% of meer van de huidige gebruiks- en optiewaarde wordt de resulterende bestaanswaarde van publiek bezit nihil.

⁵⁹ Merk op dat deze uitkomst met de nodige onzekerheid is omgeven doordat geen poststratificatie kon worden uitgevoerd en als gevolg van de gevoeligheid van de aanname over het deel van de gebruikswaarde en de optiewaarde dat bij verhuizing behouden blijft.

8 Economische waarde

De economische waarde van kunst en cultuur bestaat voor een belangrijk deel uit de bestedingen van toeristen en dagjesmensen die zonder het aanbod kunst en cultuur niet naar de stad Utrecht waren gekomen. Daar bovenop komen dan nog werkgelegenheidseffecten van de sector zelf, hoewel deze maar voor een beperkt deel mogen worden meegerekend bij de maatschappelijke effecten. In de eerste paragraaf van het hoofdstuk wordt ingegaan op de effecten van bestedingen door toeristen en dagjesmensen, in de tweede paragraaf op de werkgelegenheidseffecten en de laatste paragraaf laat het overzicht van de totale economische waarde van het gesubsidieerde culturele aanbod in Utrecht zien.

8.1 Bestedingen door toeristen en dagjesmensen

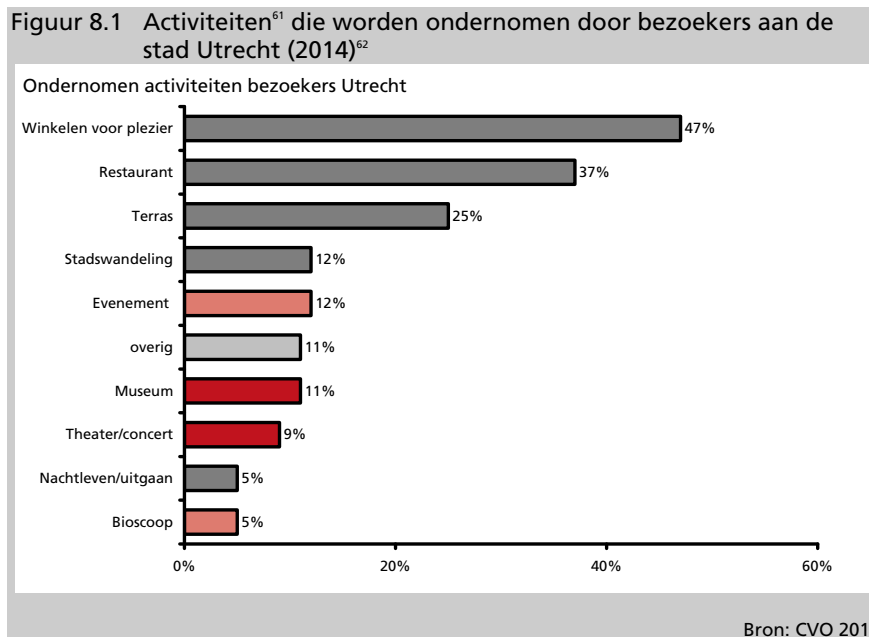
Het aanbod cultuur is, naast bijvoorbeeld winkelen of horecabezoek, één van de belangrijkste redenen voor mensen om een stad te bezoeken. Dat geldt zeker voor Utrecht, zo blijkt uit het zogenaamde *Continue Vakantie Onderzoek*⁶⁰ uit 2015. In dit enquête-onderzoek is aan toeristische bezoekers van een stad (die elders in Nederland wonen) onder andere gevraagd wat de belangrijkste ondernomen activiteiten en belangrijkste redenen voor het bezoek waren.

Een omvangrijk deel van de bezoekers (van buiten de stad) aan Utrecht bezoekt een culturele instelling of activiteit. Figuur 8.1 laat zien dat 11% van de bezoekers een museum bezoekt en 9% een theater of concert. Daarnaast gaat 12% van de bezoekers naar een evenement (wat zowel een cultureel evenement als het Nederlands Filmfestival kan zijn als een verzamelaarsbeurs in de Jaarbeurs) en 5% naar een bioscoop. Voor een omvangrijk deel vormt het bezoeken van een culturele instelling dus één van de activiteiten die ze in de stad hebben ondernomen.

Veel bezoekers combineren uiteraard activiteiten: bijvoorbeeld door behalve een bezoek aan een museum ook te gaan lunchen of dineren in een restaurant. Het is dan ook lastig om op basis van figuur 8.1 te bepalen welk aandeel van de bezoekers niet was gekomen zonder cultuur: mensen die

⁶⁰ NBTC – NIPO research, 2015: Toeristisch bezoek aan steden 2014.

aangeven bijvoorbeeld ook een museum te bezoeken waren wellicht zonder dat museum wel gaan winkelen in de stad.



Figuur 8.2 laat zien wat de *belangrijkste reden* voor het bezoek aan de stad was. Hierbij is het aannemelijk dat dit een indicatie geeft welk deel van de bezoekers zonder het cultuuraanbod of het winkelaanbod niet naar Utrecht zou zijn gekomen. Als de belangrijkste reden voor het bezoek aan een stad immers winkelen of een bezoek aan een theater is, dan is het waarschijnlijk dat zonder winkels of theaters deze mensen naar een andere stad zouden gaan waar dat aanbod er wel is.

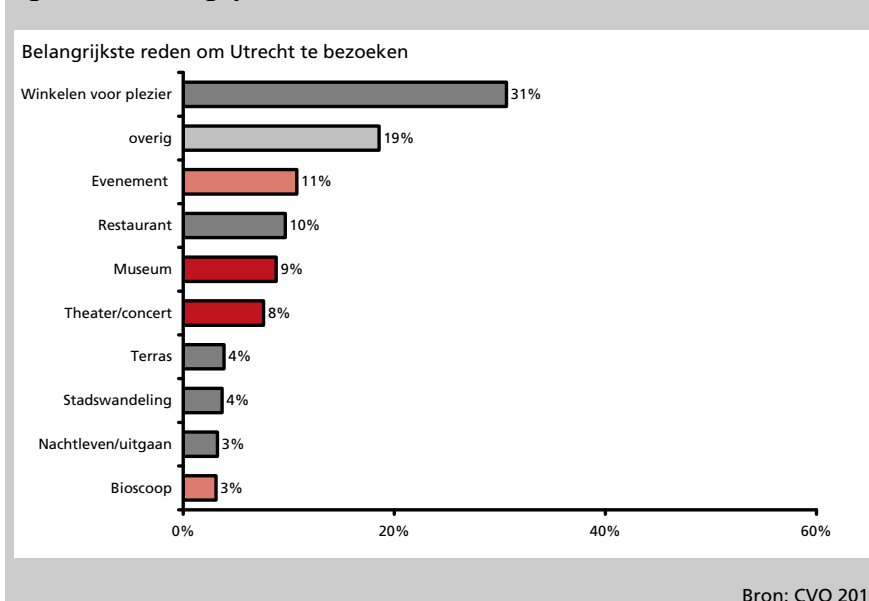
Het aandeel mensen dat als belangrijkste reden een bezoek van een museum of theater/concert geeft is respectievelijk 9% en 8%. Daarmee verschilt dit nauwelijks van het aandeel mensen dat aangeeft dat het bezoeken van een museum of theater/concert één van de ondernomen activiteiten was (respectievelijk 11% en 9%). Dit impliceert dat voor bezoekers van buiten

⁶¹ De categorie 'overig' bestaat uit het bezoeken van een sportwedstrijd, attractie, spa/wellness en de brede categorie 'overig' (waaronder vrienden of familiebezoek) of geen specifieke reden.

⁶² Omdat een bezoeker veelal meer dan één activiteit onderneemt zijn meerdere antwoorden mogelijk. De percentages tellen dan ook niet op tot 100%.

de stad die een culturele instelling bezoeken dit vrijwel altijd ook de belangrijkste reden was voor dit bezoek. Daarmee is het aannemelijk dat zonder het culturele aanbod (het grootste deel van) deze bezoekers niet waren gekomen. Dat is op zich goed te verklaren want voor een theatervoorstelling of concert moet over het algemeen van te voren een kaartje worden gekocht. Een museumbezoek is in veel gevallen een hoofddoel voor een dagje uit en vaak niet iets dat spontaan als extra activiteit naast het winkelen of naar een restaurant gaan wordt bedacht. Voor het bezoeken van een restaurant, winkelen voor plezier of het zitten op een terras is het verschil in percentages tussen figuur 8.1 en 8.2 veel groter: dat zijn dus activiteiten die mensen vaker ook hebben ondernomen terwijl ze voor een ander doel kwamen (bijvoorbeeld het bezoeken van cultuur).

Figuur 8.2 Belangrijkste reden⁶³ voor een bezoek aan de stad Utrecht (2014)



Naast bezoekers uit de rest van Nederland zijn er ook buitenlandse toeristen die een bezoek brengen aan culturele instellingen in Utrecht. Het culturele aanbod en de historie zijn voor een deel van de buitenlandse toeristen de

⁶³ De categorie 'overig' bestaat uit het bezoeken van een sportwedstrijd, attractie, spa/wellness en de brede categorie 'overig' (inclusief familie of vriendenbezoek) of geen specifieke reden.

belangrijkste reden om naar Nederland te komen. Zo bezoekt 41% van alle internationale toeristen een museum en vormt museumbezoek de belangrijkste ondernomen activiteit voor 6% van alle toeristen.⁶⁴ Dat impliceert dat zonder het culturele aanbod (in dit geval musea) in Nederland een deel van de buitenlandse toeristen waarschijnlijk niet was gekomen. Tegelijkertijd betekent dit ook dat een deel van de buitenlandse toeristen dat een museum heeft bezocht ook zonder dat museum wel was gekomen maar bijvoorbeeld minder lang was gebleven of wat anders was gaan doen. Van de internationale toeristen die de stad Utrecht bezoeken, is bekend dat 8% zijn of haar vakantie zou typeren als een cultuurvakantie en 38% als stedentrip.⁶⁵ Van deze bezoekers is het aannemelijk (cultuurvakantie) of mogelijk (stedentrip) dat zij zonder het culturele aanbod niet of in elk geval minder lang in Utrecht (of zelfs Nederland) zouden zijn geweest. Ook hier lijkt de conclusie gerechtvaardigd dat een deel van de buitenlandse toeristen niet of minder lang in Utrecht zou zijn geweest als er geen cultureel aanbod zou zijn geweest.

In totaal trok het gesubsidieerde culturele aanbod in Utrecht in 2016 ruim 1,5 miljoen bezoekers uit de rest van Nederland en meer dan 100.000 buitenlandse bezoekers (zie tabel 8.1). Het grootste deel van hen bezocht een museum of een uitvoering in de podiumkunsten. Het is aannemelijk dat de bezoekers uit de rest van Nederland zonder cultureel aanbod niet naar Utrecht zouden zijn gekomen, maar naar een andere stad waren gegaan. Zoals gezegd is voor verreweg de meeste bezoekers van culturele instellingen dat bezoek ook de belangrijkste reden om naar de stad te komen.

Voor de buitenlandse bezoekers is dat minder eenduidig. Een deel van de buitenlandse bezoekers zal specifiek voor het culturele aanbod zijn gekomen (zoals bijvoorbeeld het festival *Le Guess Who?* of Japanse toeristen die specifiek voor het Nijntje Museum komen). Zonder cultureel aanbod zouden deze toeristen niet naar Nederland of in elk geval niet naar Utrecht zijn gekomen. Voor een ander deel van de toeristen zal het bezoek aan een museum onderdeel zijn van een stedentrip naar Utrecht of onderdeel zijn van een dagje Utrecht binnen een vakantie in Nederland. Zonder cultureel aanbod zou het verblijf in Utrecht dan mogelijk korter zijn geweest maar het is niet aannemelijk dat zij zonder cultureel aanbod helemaal niet in

⁶⁴ NBTC, 2016: De internationale bezoeker: Cultuur (NBTC, Den Haag).

⁶⁵ Toerisme Utrecht, 2014: Samenvatting Inkomend Toerisme.

Nederland of Utrecht waren geweest. Daarom is er niet vanuit gegaan dat de buitenlandse bezoekers aan de culturele instellingen helemaal geen vakantie in Nederland of Utrecht zouden hebben gevierd zonder cultureel aanbod, maar dat hun verblijf een dag korter zou zijn geweest

Tabel 8.1 Bezoekers uit de rest van Nederland en het buitenland

	Bezoekers rest Nederland	Bezoekers uit het buitenland
Musea	780.654	50.142
Podiumkunsten	658.775	48.855
Film	107.061	5.787
Cultuureducatie & amateurkunsteducatie	9.929	
Totaal	1.556.418	104.785

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 per dag.⁶⁶ Als vervolgens ook rekening wordt gehouden met het feit dat een kleine 19.000 inwoners van Utrecht specifiek voor een uitvoering van een Utrechts gezelschap naar een podium buiten de stad zijn gegaan⁶⁷ (zie ook het hoofdstuk gebruikswaarde) kan de omvang van de totale additionele bestedingen in de stad Utrecht worden geschat. Deze bedragen in totaal ruim € 90 miljoen, waarvan € 77,4 miljoen voor rekening komt van binnenlandse bezoekers en € 12,7 miljoen voor rekening van buitenlandse bezoekers (zie tabel 8.2).

⁶⁶ Bronnen: NBTC NIPO, 2014: Continue vakantie onderzoek en NBTC, 2014: Onderzoek inkomend toerisme. De bedragen zijn een gewogen gemiddelde van de uitgaven van dagbezoekers en verblijfstoeristen. Buitenlandse dagbezoekers zijn (vaak) bezoekers die elders in Nederland verblijven (vaak Amsterdam) en ook een dag in Utrecht doorbrengen.

⁶⁷ Hierbij zijn deze 19.000 bezoekers van de in totaal ruim 635.000 bezoekers van buiten de stad Utrecht afgetrokken en is voor de bestedingen dus gerekend met een 'netto' aantal van ruim 616.000 bezoekers.

Tabel 8.2 Totale additionele bestedingen door bezoekers aan (gesubsidieerde) culturele instellingen

	Bezoekers rest Nederland	Bezoekers uit buitenland	Totaal
Musea	€ 39,3 miljoen	€ 6,1 miljoen	€ 41,6 miljoen
Podiumkunsten	€ 32,2 miljoen	€ 5,9 miljoen	€ 36,8 miljoen
Film	€ 5,4 miljoen	€ 0,7 miljoen	€ 6,1 miljoen
Cultuureducatie & amateurkunsteducatie	€ 0,5 miljoen	€ 0	€ 0,5 miljoen
Totaal	€ 77,4 miljoen	€ 12,7 miljoen	€ 90,1 miljoen

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 5% welvaartswinst is in de vorm van bedrijfswinst van ondernemers.⁶⁸ 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 € 4,5 miljoen (5% van de totale additionele bestedingen). Daarvan is € 3,6 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

⁶⁸ 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).

buitenlandse bezoekers (€ 1,2 miljoen) is het netto resultaat voor de rest van Nederland negatief: -€ 2,6 miljoen.

Tabel 8.3 Welvaartswinst van bestedingen door bezoekers uit de rest van Nederland en het buitenland

	Stad Utrecht	Rest Nederland	Totaal
Musea	€ 2,3 miljoen	-€ 1,4 miljoen	€ 0,9 miljoen
Podiumkunsten	€ 1,9 miljoen	-€ 1,0 miljoen	€ 0,9 miljoen
Film	€ 0,3 miljoen	-€ 0,2 miljoen	€ 0,1 miljoen
Cultuureducatie & amateurkunsteducatie	€ 25.000	-€ 25.000	€ 0
Totaal	€ 4,5 miljoen	-€ 2,6 miljoen	€ 1,9 miljoen

8.2 Directe werkgelegenheidseffecten

Naast het effect van bestedingen door toeristen en dagjesmensen gaan er van de culturele sector ook werkgelegenheidseffecten uit (zie hoofdstuk 4). Op basis van jaarverslagen en informatie op de websites blijkt dat van de 5000 banen (bij organisaties en bedrijven) in de culturele sector ongeveer 1050 banen direct bij de gesubsidieerde instellingen horen die zijn meegenomen in dit onderzoek. De overige 4000 banen zullen onder andere te vinden zijn bij niet-gesubsidieerde culturele instellingen (zoals het Beatrix Theater), instellingen die buiten deze MKBA vallen (zoals de bibliotheek), galerieën, bedrijven die specifieke diensten leveren aan culturele instellingen en ook ZZP-ers in de culturele sector.

Deze ruim 1000 banen mogen niet zomaar worden meegerekend in een maatschappelijke effectenstudie. De cruciale vraag is wat de mensen in deze banen zouden hebben gedaan als de instellingen waar ze werken niet zouden hebben bestaan. Het is niet aannemelijk dat ze allemaal voor de rest van hun leven werkloos thuis zouden zitten. Sterker nog: het uitgangspunt is dat ze (zeker op lange termijn) in principe allemaal elders een andere baan zouden hebben gehad: buiten Utrecht of in een andere sector. De reden hiervoor is dat inwoners (en een deel van de bezoekers van de stad Utrecht) in de

hypothetische situatie dat er geen cultuur zou zijn iets anders in hun vrije tijd doen (bijvoorbeeld extra naar een restaurant gaan) en niet thuis op de bank gaan zitten. Deze bestedingen zouden dan ook voor extra vraag naar arbeid hebben gezorgd, waardoor bijvoorbeeld de cateringmedewerker van de Stadsschouwburg in dit geval in een restaurant zou hebben gewerkt. Er zal met andere woorden in de situatie zonder cultuur vooral een verschuiving van banen plaatsvinden naar andere sectoren.⁶⁹

Het is wel redelijk te veronderstellen dat werknemers die nu kiezen voor een baan in de culturele sector (bij één van de gesubsidieerde instellingen) daar kennelijk productiever zijn dan in een alternatieve baan. Het verschil in productiviteit is als welvaartswinst van een baan te beschouwen. De omvang van dat verschil wordt in een aantal studies⁷⁰ geschat op 5% tot 10%. Uitgaande van een productiviteitsverschil van 5%, de gemiddelde toegevoegde waarde per arbeidsjaar⁷¹ en het gemiddeld aantal banen per voltijdsarbeidsjaar in de sector⁷² zou dat op een bedrag van bijna € 1800 per baan uitkomen (zie tabel 8.4)

Tabel 8.4 Inschatting gemiddelde welvaartswinst per baan

Toegevoegde waarde per arbeidsjaar	€ 58.000
Verhouding arbeidsjaren – banen	0,62
Toegevoegde waarde per baan	€ 35.900
Productiviteitsverschil ten opzichte van eerste alternatieve baan	5%
Welvaartswinst per baan	€ 1.794

⁶⁹ Zie ook G. Romijn en G. Renes, 2013: Algemene Leidraad voor maatschappelijke kosten-batenanalyse (CPB/PBL, Den Haag) - pagina 67.

⁷⁰ Zie o.a. B. Hof, J.A. Korteweg en J. Poort, 2006: Baten in beeld: Uitwerking 'Kengetallen kosten-batenanalyse Beelden voor de toekomst' (SEO, Amsterdam) en C. Koopmans e.a., 2017: Baten van Monumentenzorg (SEO/Atlas voor Gemeenten, Amsterdam/Utrecht).

⁷¹ Op basis van de totale bruto toegevoegde waarde en arbeidsvolume in de sector 'Cultuur, recreatie en overige diensten' voor de provincie Utrecht over het jaar 2015 (Bron: CBS).

⁷² Bron: CBS.

Op een totaal van ongeveer 1050 banen betekent dat een welvaartswinst van € 1,9 miljoen. Tabel 8.5 laat de verdeling per sector zien. De economische waarde via de werkgelegenheid in de sector varieert van ruim € 0,1 miljoen in de film tot € 1,4 miljoen in de podiumkunsten.

Tabel 8.5 Economische waarde van de werkgelegenheid in de (gesubsidieerde) culturele sector

Sector	Waarde
Musea	€ 0,6 miljoen
Podiumkunsten	€ 0,9 miljoen
Film	€ 0,1 miljoen
Cultuureducatie	€ 0,3 miljoen
Totaal	€ 1,9 miljoen

8.3 Totale economische waarde

De totale economische waarde van het gesubsidieerde cultuuraanbod in de stad Utrecht bedraagt van € 6 miljoen voor de stad Utrecht (zie tabel 8.6) waarvan het grootste deel is toe te schrijven aan de musea en podiumkunsten. Een deel van van deze economische waarde voor de stad is een verschuiving uit de rest van Nederland (zie paragraaf 8.1) waardoor er sprake is van een netto verlies van € 2,4 miljoen voor de rest van Nederland. Voor Nederland als geheel bedraagt de economische waarde € 3,7 miljoen.

De economische baten voor de stad Utrecht zijn voor musea groter dan de gebruikswaarde. Dat is niet uitzonderlijk: omdat musea relatief veel bezoekers van buiten de stad trekken komt de gebruikswaarde voor een groot deel buiten de stad Utrecht terecht, maar daar staat de welvaartswinst over de bestedingen van die bezoekers tegenover. In veel steden geldt dat voor de podia de gebruikswaarde voor de stad juist veel hoger is dan de economische baten. In Utrecht is de economische waarde van de podia ook groter dan de gebruikswaarde – dat komt vooral omdat de Utrechtse podia relatief veel bezoekers van buiten de stad trekken. Dat is het gevolg is van de sterke regionale functie van het culturele aanbod in Utrecht.

Tabel 8.6 De economische waarde van cultuur in Utrecht

	Utrecht	Rest Nederland	Totaal
Musea	€ 2,9 miljoen	-€ 1,4 miljoen	€ 1,5 miljoen
Podiumkunsten	€ 2,8 miljoen	-€ 1,0 miljoen	€ 1,8 miljoen
Film	€ 0,4 miljoen	-€ 0,2 miljoen	€ 0,2 miljoen
Cultuureducatie & amateurkunsteducatie	€ 0,3 miljoen	-€ 25.000	€ 0,3 miljoen
Totaal	€ 6,4 miljoen	-€ 2,6 miljoen	€ 3,8 miljoen

9 Sociale waarde

De sociale waarde heeft betrekking op de effecten die cultuur (via bezoek of participatie) kan hebben op onder andere onderwijsprestaties, gezondheid, arbeidsproductiviteit en sociale cohesie of leefbaarheid. In het bijzonder worden deze effecten verwacht op het gebied van cultuureducatie op scholen en lessen/cursussen voor kinderen en volwassen in bijvoorbeeld wijkcultuurcentra. Dit laatste wordt ook wel amateurkunsteducatie genoemd.

9.1 Cultuureducatie en amateurkunsteducatie

In deze MKBA wordt zowel de sociale waarde van de amateurkunsteducatie als de sociale waarde van cultuureducatie (op scholen) van de gesubsidieerde culturele instellingen ingeschat. In figuur 9.1 is schematisch weergegeven wat wordt meegenomen in dit onderzoek. Op het gebied van (binnenschoolse) cultuureducatie worden twee onderdelen onderscheiden. Op de eerste plaats schoolbezoeken aan de culturele instellingen in de sectoren musea, podiumkunsten en film, ook wel ‘receptieve’ cultuureducatie genoemd. Dat is het blokje rechtsboven: de sociale waarde van musea, podiumkunsten en film. Op de tweede plaats ‘actieve’ cultuureducatie.⁷³ Daarbij gaat het om lessen/workshops/cursussen die leerlingen doen in de school (waarbij medewerkers van instellingen op het gebied van cultuureducatie in de klas komen) of bij culturele instellingen zelf. De effecten daarvan worden weergegeven door het blokje rechts in het midden: de sociale waarde van cultuureducatie.⁷⁴

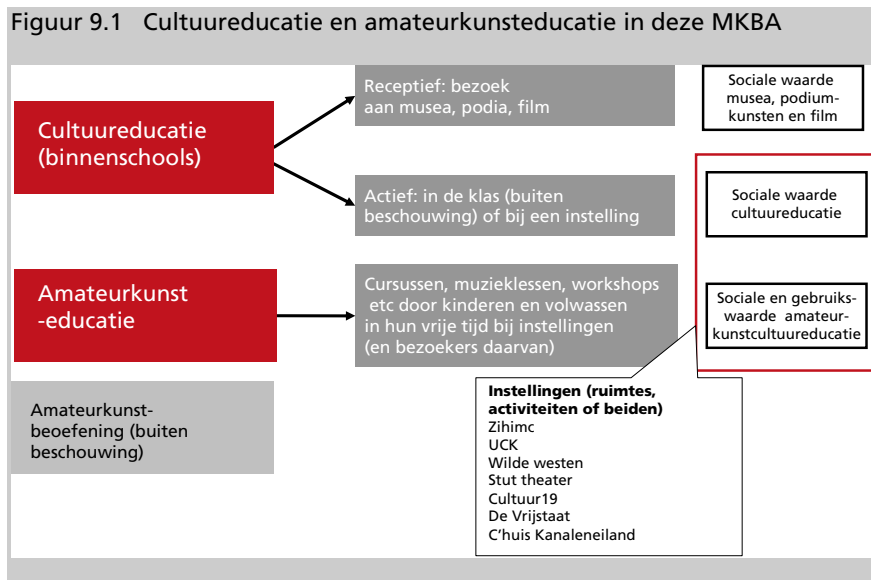
Op het gebied van amateurkunsteducatie gaat het om deelnemers (volwassen en kinderen) aan cursussen, lessen en workshops. Een belangrijk deel hiervan vindt plaats in of via de instellingen die genoemd zijn in het witte blok onderaan in de figuur. Deze instellingen bieden bijvoorbeeld

⁷³ In de praktijk lopen actief en receptief veelal door elkaar heen en vormen ze (soms) onderdeel van een leerlijn cultuureducatie.

⁷⁴ Een groot deel van de cultuureducatie die op scholen wordt gegeven bestaat uiteraard ook uit lessen die plaatsvinden met de eigen docent, muziekleraar enzovoorts. De sociale waarde hiervan is echter niet toe te schrijven aan de culturele instellingen, maar aan de scholen zelf. Wel kan er een indirect effect zijn als kunst- en cultuurdocenten bijvoorbeeld cursussen volgen bij instellingen op het gebied van cultuureducatie. Dit effect is naar verwachting relatief klein: het gaat dan immers om het additionele effect van deze cursussen op de omvang van de sociale waarde van cultuureducatie in een situatie zonder deze cursussen.

ruimtes voor uitvoeringen en oefening (zoals ZIMIHC), cursussen en amateurtoneel voor en door inwoners van specifieke wijken (zoals bijvoorbeeld Stut theater) of zowel ruimtes als cursussen (zoals bijvoorbeeld het UCK en het Wilde Westen). Omdat deelnemers aan deze activiteiten dit in principe in hun vrije tijd doen, leveren deze activiteiten ook een gebruikswaarde op (zie hoofdstuk 5). Dat geldt ook voor het bezoek aan bijvoorbeeld uitvoeringen van deelnemers aan deze cursussen. Bovenop deze gebruikswaarde is er sprake van een sociale waarde – en die staat centraal in dit hoofdstuk.

Buiten amateurkunsteducatie via de gesubsidieerde instellingen vindt er ook amateurkunsteducatie plaats bij niet-gesubsidieerde instellingen (bijvoorbeeld zelfstandige muzikleraren met oefenruimtes aan huis). Deze zijn niet meegenomen in dit onderzoek maar wel in de sectorverkenning Amateurkunst van BMC. Ook de *beoefening* van amateurkunst in de vorm van het zingen in koren of het spelen in symfonie-orkesten is buiten beschouwing gelaten maar wordt wel meegenomen in de sectorverkenning. De kosten en baten van de amateurkunst in brede zin zijn daarmee buiten beschouwing gelaten van deze MKBA en zouden mogelijk onderwerp kunnen zijn van een aanvullende MKBA.



9.2 Inschatting van de sociale waarde

Het belang dat (een deel van de) mensen hechten aan cultuureducatie en amateurkunsteducatie is voor een deel gerelateerd aan de overtuiging of het idee dat cultuur een belangrijk onderdeel vormt van onderwijs voor kinderen en ontwikkeling in het algemeen – ongeacht de eventuele effecten op bijvoorbeeld schoolprestaties op andere gebieden.⁷⁵

De sociale waarde die in dit hoofdstuk centraal staat gaat juist wel over de effecten op bijvoorbeeld de gezondheid, onderwijsprestaties, welzijn of arbeidsmarktpositie. Er is een groot aantal studies verricht naar deze effecten.⁷⁶ In vrijwel alle gevallen is de conclusie dat kinderen en volwassenen die cultuureducatie of amateurkunsteducatie volgen of hebben gevolgd het ‘beter’ doen dan kinderen en volwassenen die dat niet doen. Ook wordt veelal gekeken naar de mate waarin deelnemers meer zelfvertrouwen krijgen of betere sociale vaardigheden ontwikkelen.⁷⁷ De conclusies van vrijwel alle studies is dat het aannemelijk is dat er een sociale waarde uitgaat van actieve cultuurparticipatie.

Voor een deel zijn deze conclusies echter ook gebaseerd op ‘wensdenken’. Er is een aantal overkoepelende studies⁷⁸ die op systematische wijze deze onderzoeken vergelijken en veelal tot de conclusie komen dat de vermeende effecten van cultuureducatie of amateurkunsteducatie in de praktijk erg lastig aan te tonen zijn. Slechts weinig onderzoeken blijken daadwerkelijk uitgevoerd te zijn op een wetenschappelijk verantwoorde manier waardoor het echte bewijs van het bestaan van deze effecten zeer beperkt is. De voorzitter van de Engelse *Education Endowment Foundation*,⁷⁹ die een uitgebreid onderzoek hiernaar liet uitvoeren, beschrijft dit in het voorwoord van deze studie als volgt:⁸⁰ *“The wider attainment gains sometimes claimed for arts*

⁷⁵ Tegelijkertijd zijn er ook veel mensen die hier een andere mening over hebben.

⁷⁶ Zie bijvoorbeeld: K. Loyd, 2017: Benefits of Art Education. A Review of the Literature. In: *Scholarship and Engagement in Education* 1 (1); B. Van Heusden, 2012: *Wat leren we van cultuuronderwijs?* (Kenniscentrum Cultuureducatie, Rotterdam); J. Ruiz, 2004: *A literature Review of the evidence base for culture, the arts and sport policy* (Social Research, Edinburgh).

⁷⁷ Zie bijvoorbeeld P. Taylor e.a., 2015: *A review of the Social Impacts of Culture and Sport*.

⁷⁸ Zie onder andere: E. Winner, T. Goldstein en S. Vincent-Lancrin, 2013: *Art for art's sake? The impact of arts education*. Centre for Educational Research and Innovation OECD (OECD, Parijs) en B. Huat See en D. Kokotsaki, 2015: *Impact of arts education on the cognitive and non-cognitive outcomes of school-aged children. A review of evidence* (Durham University, Durham).

⁷⁹ Een non-profit organisatie gericht op het verbeteren van onderwijsprestaties van leerlingen uit huishoudens met lage inkomens.

⁸⁰ B. Huat See en D. Kokotsaki, 2015: *Impact of arts education on the cognitive and non-cognitive outcomes of school-aged children. A review of evidence* (Durham University, Durham).

education are not as clear-cut as we might like them to be. The current state of the evidence-base linking arts education and attainment is weak.”

Er zijn dan ook verschillende uitdagingen bij het goed vaststellen van de effecten van cultuureducatie of amateurkunsteducatie. Op de eerste plaats is het erg lastig om goed te corrigeren voor het feit dat deelnemers aan cultuureducatie of amateurkunsteducatie vaak ook op andere factoren (zoals opleidingsniveau, inkomen of opleidingsniveau ouders, kenmerken van de school waar de leerling naartoe gaat) een betere uitgangspositie hebben dan volwassen of kinderen die niet deelnemen. Er is sprake van een zogenaamd ‘selectie-effect’ waarbij mensen met een betere uitgangspositie ook vaker actief zijn op het gebied van amateurkunsteducatie. Het blijft dan altijd de vraag of de gemeten betere onderwijs- of arbeidsmarktprestaties daadwerkelijk het gevolg zijn van de gevolgde cursus of het museumbezoek of dat de gevolgde cursussen of het museumbezoek vooral een indicator zijn van gunstigere factoren op andere gebieden. Op de tweede plaats is het lastig om vast te stellen in hoeverre een alternatieve vrijetijdsbesteding (of invulling van een lesprogramma) zoals het beoefenen van een teamsport niet tot gelijke effecten zouden hebben geleid. Het blijft daardoor lastig om te bepalen of bijvoorbeeld het effect van muzieklessen voor kinderen wordt gemeten of eerder het effect van buitenschoolse activiteiten in het algemeen.

Om hier rekening mee te houden zouden idealiter mensen met zoveel mogelijke dezelfde achtergrond moeten worden vergeleken waarbij een deel wel en een deel niet heeft deelgenomen aan cultuureducatie of amateurkunsteducatie. Daarbij is het van groot belang dat rekening wordt gehouden met andere gevolgde activiteiten (zoals sport of opleiding), persoonskenmerken en kenmerken van de gevolgde lessen, workshops enzovoorts. Pas dan is het aannemelijk dat een gevonden verschil in bijvoorbeeld onderwijsprestaties ook daadwerkelijk toe te schrijven is aan cultuureducatie of amateurkunsteducatie.

Voor het inschatten van de sociale waarde van de instellingen in Utrecht zou een dergelijke studie idealiter plaatsvinden door de (ontwikkeling van de) onderwijsprestaties, arbeidsparticipatie en gezondheid van de deelnemers aan cultuureducatie of amateurkunsteducatie in Utrecht te vergelijken met andere mensen in Utrecht. Voor een dergelijke studie zijn gedetailleerde data over deze deelnemers nodig, die niet tijdig voor dit onderzoek beschikbaar waren. Daarom wordt in dit onderzoek uitgegaan van kengetallen uit studies

waarin wel op wetenschappelijk verantwoorde wijze een effect van cultuureducatie of amateurkunsteducatie is vastgesteld. Daarmee is de impliciete aanname dat de gevonden gemiddelde effecten uit deze studies ook van toepassing zijn op de situatie in Utrecht.⁸¹

In een recente studie⁸² onder Duitse adolescenten is gekeken naar de effecten van de mate waarin zij in hun vrije tijd hebben deelgenomen aan cultuuractiviteiten of sportactiviteiten of aan beide. Daarbij is op wetenschappelijk geavanceerde wijze gecorrigeerd voor andere kenmerken van deze adolescenten. Bovendien wordt er expliciet rekening gehouden met het feit dat vrije tijd besteed aan de ene activiteit (cultuur) ten koste gaat van de andere activiteit (sport) en de kenmerken van de ouders. Eén van de resultaten⁸³ is dat actieve deelname aan cultuur een positief effect heeft op studieresultaten en het later behaalde opleidingsniveau. Een vergelijkbare studie⁸⁴ in Engeland onder 16-18-jarigen, waarin eveneens rekening is gehouden met kenmerken van ouders en de leerling, komt tot vergelijkbare conclusies.⁸⁵

Omdat een hogere opleiding zich in de rest van het werkende leven naar verwachting vertaalt in een hoger loon (en voor de overheid hogere belastinginkomsten en lagere uitkeringen) kan dit effect worden gemonetariseerd. In de Engelse studie is dat ook gedaan en deze berekening kwam op een totale welvaartsbaat van een kleine 3200 pond - de Netto Contante Waarde van het levenslange voordeel. Omgerekend naar de voordelen per jaar en in euro's⁸⁶ komt dit op een jaarlijks terugkerend voordeel van rond de € 205 uit. Daar bovenop komt dan nog een jaarlijks terugkerende gezondheidsbaat. De totale sociale waarde bedraagt volgens deze studie dan een kleine € 220 per jaar. Voor de berekening van de sociale waarde van amateurkunsteducatie voor kinderen (tot en met 18 jaar) wordt daarom uitgegaan van € 220 per leerling per jaar. Voor volwassenen wordt uitgegaan van de helft van dit bedrag. De reden hiervoor is dat het aanleren

⁸¹ Dit betekent in de praktijk dat er zowel een over- als een onderschatting van het effect kan plaatsvinden.

⁸² C. Cabane, A. Hille, en M. Lechner, 2016: Mozart or Pelé? The effects of teenagers' participation in music and sports, in: *Labour Economics* 41: pp 90-103.

⁸³ Andere resultaten wezen er onder andere op dat de kans dat een adolescent culturele activiteiten ontplooit sterk samenhangt met sociaal-economische kenmerken van de ouders.

⁸⁴ D. Fujiwara e.a. 2015: Further analysis to value the health and educational benefits of sport and culture. DCMS Research Report (Department for Culture, Media and Sport, Londen).

⁸⁵ Gecontroleerd voor allerlei andere kenmerken was de kans dat iemand een universitaire of hbo-opleiding volgt 1% hoger voor iemand die deel heeft genomen aan een vorm van cultuurparticipatie dan iemand die dat niet had gedaan.

⁸⁶ Met de wisselkoers van december 2017.

van nieuwe vaardigheden bij volwassenen lastiger kan zijn, en dat er minder jaren zijn waarover dit effect zich voordoet.

Voor cultuureducatie (binnenschools) worden de resultaten van een eerdere studie naar de maatschappelijke baten van de zogenoemde Brede School gebruikt.⁸⁷ In dat onderzoek is gekeken naar het effect van die Brede School op onderwijsprestaties, schooluitval, productiviteit, gezondheid en leefbaarheid in de wijk. De uiteindelijke maatschappelijke baten van een jaar Brede School zijn in dat onderzoek ingeschat op gemiddeld ongeveer € 7500 per leerling per jaar. In lijn met de eerder aangehaalde studie in Engeland blijkt het grootste deel van die maatschappelijke baten het gevolg te zijn van lagere schooluitval en (mede als gevolg daarvan) een kleinere kans op werkloosheid en een hogere productiviteit in het werkzame leven. Daarnaast zijn er vermeden kosten van (minder criminaliteit als gevolg van) minder schooluitval.

De Brede School heeft als doel om optimale ontwikkelingskansen voor kinderen te creëren. Uit het genoemde onderzoek blijkt dat er daarbij vijf speerpunten zijn: veiligheid, leerprestaties (waaronder taalvaardigheid), sociale vaardigheid, sporten & bewegen en kunst & cultuur. Er is echter niet bekend welke speerpunten in welke mate bijdragen aan de maatschappelijke baten van de Brede School. Daarom is ervan uitgegaan dat elk speerpunt daar in gelijke mate aan bijdraagt. Dat leidt tot de aanname dat het cultuuronderwijs op de Brede School verantwoordelijk is voor een vijfde van het maatschappelijke effect, ofwel circa € 1500 per leerling per jaar.

Dat gaat echter over cultuuronderwijs in zijn geheel en niet specifiek over een bezoek aan een museum of theater of een workshop gegeven in de klas door een medewerker van een culturele instelling. Er wordt vanuit gegaan dat in het totale lesprogramma van dertig weken, één van deze dertig weken wordt ingevuld door een bezoek aan een museum of theater of een workshop in de klas. Dat zou betekenen dat in de praktijk eendertigste deel ofwel € 50 per leerling per jaar toe te schrijven is aan een bezoek aan een museum of theater of een workshop in de klas.⁸⁸

⁸⁷ V. Larsen, G. Marlet (in samenwerking met Berenschot en Oberon), 2007: Maatschappelijke kosten-batenanalyse Brede School (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

⁸⁸ In de praktijk kan een workshop in de klas ook over meerdere lesweken verspreid zijn waardoor dit een onderschatting zou zijn. Daar staat tegenover dat ook docenten zelf en ontwikkelaars van lesmateriaal een bijdrage leveren aan het realiseren van dit effect, waardoor dit ook als een bovengrens zou kunnen worden gezien omdat hier nu geen rekening mee is gehouden.

9.3 Inschatting sociale waarde

Op basis van het aantal leerlingen en deelnemers en de eerder genoemde kengetallen is de totale sociale waarde globaal in te schatten. Deze blijkt op deze manier in totaal € 8,4 miljoen te bedragen (zie tabel 9.2). Het grootste deel daarvan komt voor rekening van de instellingen in de sector cultuureducatie en amateurkunstparticipatie.

Deze €8,4 miljoen is echter niet hetzelfde als welvaartswinst – ook in een situatie zonder gesubsidieerd aanbod in Utrecht is het waarschijnlijk dat een groot deel van leerlingen in Utrechtse scholen musea of theaters hadden bezocht. Alleen zou dat in een andere stad zijn geweest. Ook voor deelnemers aan amateurkunsteducatie geldt dat waarschijnlijk een groot deel van deze mensen dan via een andere (private) aanbieder of via een instelling in een andere gemeente een cursus hadden gevolgd.

Voor de berekening van de welvaartswinst is ervan uitgegaan dat dit voor 75% van de mensen (volwassenen, kinderen en leerlingen) het geval is. Wel is het aannemelijk dat onder andere vanwege langere reistijd de duur van een bezoek met leerlingen korter zou zijn en bijvoorbeeld de kans op aanvullende lessen lager, waardoor het effect ook lager zou worden. Daarom is aangenomen dat het effect 75% bedraagt van het effect van een bezoek of cursus aan een in Utrecht gevestigde instelling. Onder deze aannames komt de totale welvaartswinst via de sociale waarde uit op € 3,7 miljoen.

Daarbij moet wel de kanttekening worden geplaatst dat deze berekening (als enige in dit onderzoek, omdat we niet over de benodigde gegevens van de betreffende instellingen konden beschikken) niet gebaseerd is op de Utrechtse empirie maar op kengetallen uit (internationale) studies en grove aannames. Deze uitkomst dient dan ook met voorzichtigheid te worden gehanteerd.

Tabel 9.2 De sociale waarde

		Aantal	Kental	Waarde	Welvaartswinst
Musea	leerlingen	22.786	€ 50	€ 1,1 miljoen	€ 0,5 miljoen
Podium- kunsten	leerlingen	27.275	€ 50	€ 1,4 miljoen	€ 0,6 miljoen
Film	leerlingen	16.034	€ 50	€ 0,8 miljoen	€ 0,4 miljoen
Cultuur- educatie	leerlingen	25.606	€ 50	€ 1,3 miljoen	€ 0,5 miljoen
& amateur- kunst- educatie	deelnemers (kinderen)	12.305	€ 219	€ 2,7 miljoen	€ 1,2 miljoen
	deelnemers (volwassen)	10.694	€ 110	€ 1,2 miljoen	€ 0,5 miljoen
Totaal				€ 8,5 miljoen	€ 3,7 miljoen

Tabel 9.3 De sociale waarde voor de stad Utrecht en de rest van Nederland

	Utrecht	Rest Nederland
Musea	€ 0,3 miljoen	€ 0,2 miljoen
Podiumkunsten	€ 0,3 miljoen	€ 0,2 miljoen
Film	€ 0,2 miljoen	€ 0,2 miljoen
Cultuureducatie & amateurkunsteducatie	€ 2,1 miljoen	€ 0,2 miljoen
Totaal	€ 2,9 miljoen	€ 0,8 miljoen

Om de baten daarvan toe te kunnen delen aan inwoners van de stad Utrecht en daarbuiten is ook de herkomst van belang. De herkomst van de leerlingen bij de musea, podiumkunstinstanties en de (gesubsidieerde) film is echter niet altijd bekend. Wel is bekend dat een deel van de Utrechtse scholen via het programma Cultuur en School naar deze instellingen is

De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

gegaan. Dit zijn – per definitie – leerlingen van een school uit Utrecht. Van het totaal aantal leerlingen dat een instelling heeft bezocht is daarom eerst het aantal leerlingen dat via Cultuur en School is gekomen afgetrokken. Van de overige leerlingen is aangenomen dat 50% uit Utrecht kwam en 50% uit een andere gemeente. Uitgaande van deze aanname valt van de in totaal € 3,7 miljoen ruim € 2,9 miljoen toe aan de stad Utrecht en € 0,8 miljoen aan de rest van Nederland.

10 Maatschappelijke kosten en baten

Nu alle maatschappelijke baten van het culturele aanbod in Utrecht in beeld zijn, is het mogelijk om die in verband te brengen met de maatschappelijke kosten; de subsidies die de gemeente Utrecht, maar ook het Rijk, de provincie en andere partijen aan de Utrechtse instellingen verstrekken. De totale structurele uitgaven aan culturele instellingen vanuit de afdeling Culturele Zaken van de gemeente Utrecht bedroegen in 2016 bijna € 37 miljoen. Daarvan is € 35,5 miljoen gegaan naar instellingen die in deze MKBA zijn meegenomen (ruim 96%). In bijlage 3 is aangegeven welke instellingen zijn meegenomen in dit onderzoek en van welk subsidiebedrag daarbij is uitgegaan.

Het Utrechts Centrum voor de Kunsten (UCK) – dat ook in dit onderzoek is meegenomen – wordt vanuit een andere afdeling (onderwijs) gesubsidieerd. Deze subsidie bedroeg in 2016 € 1,6 miljoen. De totale gemeentelijke (structurele) subsidie aan de instellingen die in dit onderzoek zijn meegenomen bedraagt daarmee € 37,1 miljoen⁸⁹ (zie tabel 10.1). Van de € 1,4 miljoen aan niet meegenomen subsidies gaat het grootste deel naar RTV Utrecht en daarnaast naar instellingen in de letteren.

Tabel 10.1 Structurele subsidie (€ miljoen) van de gemeente Utrecht aan cultuur in 2016: totaal en meegenomen in dit onderzoek

	Totaal	Meegenomen in onderzoek	Aandeel van totale budget
Structureel vanuit cultuur	36,9	35,5	96,3%
Vanuit onderwijs (UCK)	1,6	1,6	100%
Totaal	38,5	37,1	96,5%

Bron: gemeente Utrecht; Atlas voor gemeenten

⁸⁹ Naast structurele subsidies zijn er in 2016 ook incidentele subsidies geweest (€ 2,3 miljoen). Daarnaast is er mogelijk sprake van indirecte subsidie in de vorm van lager dan marktconforme huren voor het maatschappelijke vastgoed van de gemeente Utrecht en de bijbehorende opportuniteitskosten. Het is echter niet goed mogelijk om daar een inschatting van te maken, waardoor hiermee in deze MKBA geen rekening is gehouden. Bovendien heeft TivoliVredenburg per 1 januari 2017 tot en met 2020 een huurverlaging op het pand (dat eigendom is van de gemeente) van een kleine € 1,9 miljoen per jaar ten opzichte van 2016. Omdat deze MKBA over de uitgaven in 2016 gaat is dat bedrag hier niet in opgenomen.

Tegenover deze € 37,1 miljoen aan subsidies (de maatschappelijke kosten) staan de in de vorige hoofdstukken berekende maatschappelijke baten. De som hiervan zijn de totale maatschappelijke baten van het gesubsidieerde cultuuraanbod voor de stad Utrecht en die bedragen een kleine € 45 miljoen (zie tabel 10.2). Dat resulteert in een positief maatschappelijke saldo van € 7,5 miljoen.⁹⁰ Het maatschappelijke rendement op de cultuuruitgaven van de gemeente is dan twintig procent; die uitgaven zijn vanuit welvaartseconomisch perspectief dan ook te rechtvaardigen.

Tabel 10.2 De totale maatschappelijke baten van het culturele aanbod in Utrecht voor de stad (€ miljoen)

	Podium- kunsten	Film	Musea (incl. presentatie- instellingen)	Cultuur- en amateurkunst- educatie	Totaal
Gebruikswaarde	1,7	0,3	0,9	0,7	3,6
Optiewaarde	23,7		6,3	n.v.t.	30,0
Bestaanswaarde	n.v.t.	n.v.t.	1,7	n.v.t.	1,7
Economische waarde	2,8	0,4	2,9	0,3	6,4
Sociale waarde	0,3	0,2	0,3	2,1	2,9
Totale waarde	29,2		13,0	3,1	44,6

Bron: Atlas voor gemeenten

Naast de gemeente dragen ook het Rijk, de provincie en andere partijen zoals de universiteit en NS/Prorail een deel van de kosten – bijvoorbeeld in het geval van Museum Catharijneconvent, het Universiteitsmuseum en het Spoorwegmuseum. In totaal gaat dat voor de meegenomen instellingen om € 10,2 miljoen subsidies van het Rijk,⁹¹ € 0,7 miljoen subsidie van de provincie en € 5,8 miljoen van andere partijen: gezamenlijk € 16,7 miljoen.

⁹⁰ Ook als de incidentele subsidies en de – in 2017 ingegane – huurverlaging voor TivoliVredenburg (in totaal € 4,2 miljoen) bij de maatschappelijke kosten worden gerekend is het maatschappelijke saldo nog steeds positief: € 4,3 miljoen, nog altijd ruim tien procent van de kosten.

⁹¹ Indirect wordt een deel van deze subsidies via belastingen 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 € 16 miljoen indirect door Utrecht zelf is opgebracht.

Daar staat tegenover dat een deel van de baten ook terechtkomt in de rest van Nederland, in het bijzonder in de regio rond Utrecht – in totaal € 9,5 miljoen (zie tabel 10.3). Dit resulteert in een negatief maatschappelijk saldo voor de rest van Nederland € 7,2 miljoen. Het Rijk en de rest van Nederland zijn dus netto betalende van het culturele aanbod in Utrecht.

Tabel 10.3 De maatschappelijke baten van het culturele aanbod in Utrecht voor de rest van Nederland (€ miljoen)

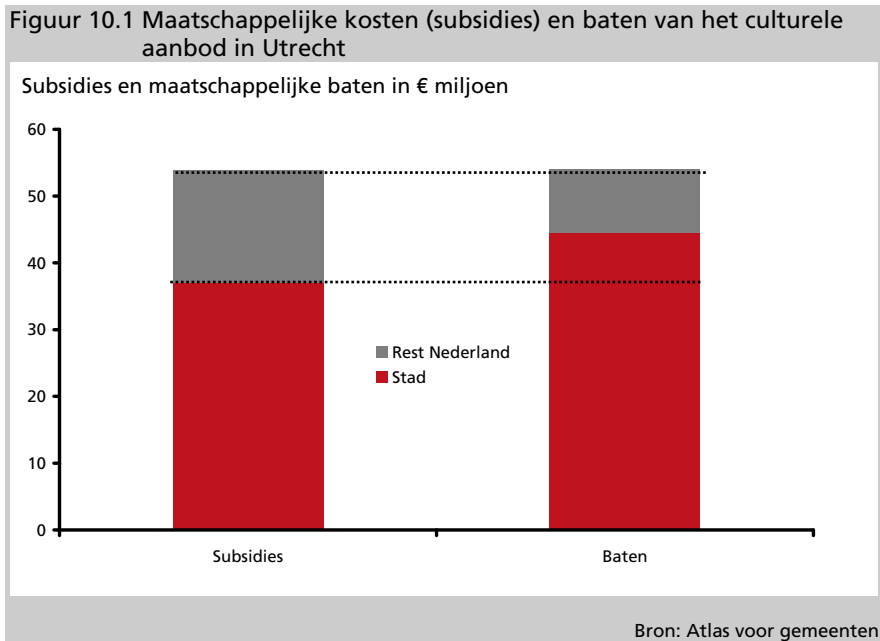
	Podium- kunsten	Film	Musea	Cultuur- en amateurkunst- educatie	Totaal
Gebruikswaarde	2,4	0,4	2,8	0,0	5,6
Optiewaarde	5,7		0,0	n.v.t.	5,7
Bestaanswaarde	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Economische waarde	-1,0	-0,2	-1,4	0,0	-2,6
Sociale waarde	0,2	0,2	0,2	0,2	0,8
Totale waarde	7,7		1,6	0,2	9,5

Voor Nederland als geheel is het maatschappelijke saldo van het culturele aanbod in Utrecht overigens wel positief: € 0,3 miljoen (zie tabel 10.4 en figuur 10.1)

Tabel 10.4 Maatschappelijke kosten en baten van het culturele aanbod in Utrecht voor Nederland als geheel (€ miljoen)

	Subsidies	Baten	Saldo
Stad Utrecht	37,1	44,6	7,5
Rest van NL	16,7	9,5	-7,2
Totaal	53,8	54,1	0,3

Bron: Atlas voor gemeenten



Bijlage 1: Indicatoren

In deze bijlage zijn de indicatoren die zijn gebruikt voor het in kaart brengen van het culturele aanbod en de cultuurdeelname in Utrecht (hoofdstuk 3) uitgebreid beschreven. Ook is een definitie opgenomen van de creatieve klasse die in hoofdstuk 2 van dit rapport aan bod komt.

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.⁹²

Musea beeldende kunst

Het aantal musea voor beeldende kunst in de gemeente per 100.000 inwoners gebaseerd op de data van de Nederlandse Museumvereniging.⁹³

⁹² 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).

⁹³ 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 lidmaatschapcijfers 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 1000 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.⁹⁴ 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

⁹⁴ 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*.⁹⁵ 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.⁹⁶ 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 gemeentenniveau 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.

⁹⁵ 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.

⁹⁶ 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.

Bijlage 2: Enquête bestaanswaarde

Vragenlijst Cultuur in Utrecht

1. Zoals u waarschijnlijk weet is het tempelcomplex uit de romeinse tijd bij Palmyra in Syrië (Unesco Werelderfgoed) vorig jaar verwoest door strijders van IS.

- a) Heeft u wel eens gehoord van Palmyra? (Ja/nee, zo nee; ga naar vraag 2)
- b) Heeft u Palmyra ooit bezocht (Ja/nee, zo nee; ga naar c)
- c) Was u van plan Palmyra ooit te bezoeken (5-punt schaal van zeker niet tot zeker wel)
- d) Hoe erg vindt u het dat het tempelcomplex grotendeels verwoest is? (schaal 1-5 van niet erg tot heel erg)
- e) Wat had u er voor over gehad om te voorkomen dat het tempelcomplex verwoest zou worden € ...

Zoals u misschien weet zijn er in 2012 zeven schilderijen van Monet, Matisse, Picasso, Gauguin, de Haan en Freud uit de Kunsthal in Rotterdam gestolen. De schilderijen hadden samen een geschatte waarde van 18 miljoen euro en zijn uiteindelijk door de dieven verbrand.

Heeft u wel eens gehoord van de Kunsthal in Rotterdam (Ja/nee; zo nee, ga naar vraag 3)

- a) Heeft u de verbrande schilderijen uit de Kunsthal ooit in het echt gezien? (Ja/nee; nee ga naar vraag c)
- b) Was u van plan de schilderijen uit de Kunsthal ooit te gaan bekijken? (5-punt schaal van zeker niet tot zeker wel)
- c) Hoe erg vindt u het dat de schilderijen zijn verbrand? (schaal 1-5 van niet erg tot heel erg)
- d) Wat had u er zelf voor over gehad om te voorkomen dat de schilderijen zouden zijn gestolen en verbrand? € ...
- e) Wat vindt u dat de Nederlandse overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
- f) Wat had u er zelf voor over gehad om alleen te voorkomen dat de schilderijen zouden zijn verbrand, en ze voortaan op een geheime plek bij een privéverzamelaar zouden hangen? € ...

- g) En wat vindt u dat de Nederlandse overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)

2. Stel dat het Centraal Museum in Utrecht door sluiting bedreigd wordt en dat de collectie in dat geval wordt verkocht aan privé verzamelaars.

- a) Heeft u wel eens gehoord van het Centraal Museum in Utrecht? (zo nee, ga naar vraag 4)
- b) Heeft u het Centraal Museum ooit bezocht (Nee; Ja, één keer; Ja, twee tot en vijf keer; Ja, meer dan vijf keer, zo nee; ga naar vraag c)
- c) Bent u van plan het Centraal Museum ooit te bezoeken? (5-punt schaal van zeker niet tot zeker wel)
- d) Hoe erg vindt u het als het Centraal Museum wordt gesloten? (schaal 1-5 van niet erg tot heel erg)
- e) Wat zou u er zelf voor over hebben om te voorkomen dat het museum zou worden gesloten? € ...
- f) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
- g) Wat zou u er zelf voor over hebben om in geval van sluiting ervoor te zorgen dat de collectie niet wordt verkocht aan private verzamelaars maar wordt overgedragen aan een ander museum in Nederland (buiten Utrecht) € ...
- h) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)

3. Stel dat het Catharijneconvent in Utrecht door sluiting bedreigd wordt en dat de collectie in dat geval wordt verkocht aan privé verzamelaars.

- a) Heeft u wel eens gehoord van het Catharijneconvent in Utrecht? (zo nee, ga naar vraag 4)
- b) Heeft u het Catharijneconvent ooit bezocht (Nee; Ja, één keer; Ja, twee tot en vijf keer; Ja, meer dan vijf keer, zo nee; ga naar vraag c)
- c) Bent u van plan het Catharijneconvent ooit te bezoeken? (5-punt schaal van zeker niet tot zeker wel)
- d) Hoe erg vindt u het als het Catharijneconvent wordt gesloten? (schaal 1-5 van niet erg tot heel erg)
- e) Wat zou u er zelf voor over hebben om te voorkomen het museum zou worden gesloten? € ...

- f) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
 - g) Wat zou u er zelf voor over hebben om in geval van sluiting ervoor te zorgen dat de collectie niet wordt verkocht aan private verzamelaars maar wordt overgedragen aan een ander museum in Nederland (buiten Utrecht) € ...
 - h) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
4. Stel dat het Spoorwegmuseum in Utrecht door sluiting bedreigd wordt en dat de collectie in dat geval wordt verkocht aan privé verzamelaars.
- a) Heeft u wel eens gehoord van het Spoorwegmuseum in Utrecht? (zo nee, ga naar vraag 4)
 - b) Heeft u het Spoorwegmuseum ooit bezocht (Nee; Ja, één keer; Ja, twee tot en vijf keer; Ja, meer dan vijf keer, zo nee; ga naar vraag c)
 - c) Bent u van plan het Spoorwegmuseum ooit te bezoeken? (5-punt schaal van zeker niet tot zeker wel)
 - d) Hoe erg vindt u het als het Spoorwegmuseum wordt gesloten? (schaal 1-5 van niet erg tot heel erg)
 - e) Wat zou u er zelf voor over hebben om te voorkomen het museum zou worden gesloten? € ...
 - f) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
 - g) Wat zou u er zelf voor over hebben om in geval van sluiting ervoor te zorgen dat de collectie niet wordt verkocht aan private verzamelaars maar wordt overgedragen aan een ander museum in Nederland (buiten Utrecht) € ...
 - h) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
5. Stel dat het Museum Speelklok in Utrecht door sluiting bedreigd wordt en dat de collectie in dat geval wordt verkocht aan privé verzamelaars.
- a) Heeft u wel eens gehoord van het Museum Speelklok in Utrecht? (zo nee, ga naar vraag 4)

- b) Heeft u het Museum Speelklok ooit bezocht (Nee; Ja, één keer; Ja, twee tot en vijf keer; Ja, meer dan vijf keer, zo nee; ga naar vraag c)
- c) Bent u van plan het Museum Speelklok ooit te bezoeken? (5-punt schaal van zeker niet tot zeker wel)
- d) Hoe erg vindt u het als het Museum Speelklok wordt gesloten? (schaal 1-5 van niet erg tot heel erg)
- e) Wat zou u er zelf voor over hebben om te voorkomen dat het museum zou worden gesloten? € ...
- f) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
- g) Wat zou u er zelf voor over hebben om in geval van sluiting ervoor te zorgen dat de collectie niet wordt verkocht aan private verzamelaars maar wordt overgedragen aan een ander museum in Nederland (buiten Utrecht) € ...
- h) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)

6. Stel dat het Volksbuurtmuseum in Utrecht door sluiting bedreigd wordt en dat de collectie in dat geval wordt verkocht aan privé verzamelaars.

- a) Heeft u wel eens gehoord van het Volksbuurtmuseum in Utrecht? (zo nee, ga naar vraag 4)
- b) Heeft u het Volksbuurtmuseum ooit bezocht (Nee; Ja, één keer; Ja, twee tot en vijf keer; Ja, meer dan vijf keer, zo nee; ga naar vraag c)
- c) Bent u van plan het Volksbuurtmuseum ooit te bezoeken? (5-punt schaal van zeker niet tot zeker wel)
- d) Hoe erg vindt u het als het Volksbuurtmuseum wordt gesloten? (schaal 1-5 van niet erg tot heel erg)
- e) Wat zou u er zelf voor over hebben om te voorkomen dat het museum zou worden gesloten? € ...
- f) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
- g) Wat zou u er zelf voor over hebben om in geval van sluiting ervoor te zorgen dat de collectie niet wordt verkocht aan private verzamelaars maar wordt overgedragen aan een ander museum in Nederland (buiten Utrecht) € ...

- h) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)

7. Stel dat het Universiteitsmuseum in Utrecht door sluiting bedreigd wordt en dat de collectie in dat geval wordt verkocht aan privé verzamelaars.

- a) Heeft u wel eens gehoord van het Universiteitsmuseum in Utrecht? (zo nee, ga naar vraag 4)
- b) Heeft u het Universiteitsmuseum ooit bezocht (Nee; Ja, één keer; Ja, twee tot en vijf keer; Ja, meer dan vijf keer, zo nee; ga naar vraag c)
- c) Bent u van plan het Universiteitsmuseum ooit te bezoeken? (5-punt schaal van zeker niet tot zeker wel)
- d) Hoe erg vindt u het als het Universiteitsmuseum wordt gesloten? (schaal 1-5 van niet erg tot heel erg)
- e) Wat zou u er zelf voor over hebben om te voorkomen dat het museum zou worden gesloten? € ...
- f) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)
- g) Wat zou u er zelf voor over hebben om in geval van sluiting ervoor te zorgen dat de collectie niet wordt verkocht aan private verzamelaars maar wordt overgedragen aan een ander museum in Nederland (buiten Utrecht) € ...
- h) En wat vindt u dat de Overheid daar voor over zou moeten hebben? (9-punt schaal: niets, minder dan € 1000 tot meer dan 1 miljard)

8. Heeft u nog opmerkingen over dit onderzoek? (open veld, nee)

De enquête is uitgezet onder een door de gemeente getrokken aselechte steekproef onder haar inwoners van 3000 personen. Die kregen een brief van de gemeente met de vraag om de enquête op een speciaal daarvoor ontworpen website in te vullen. De bruto respons was 379. Daarvan hadden negen respondenten niets ingevuld, of slechts een tot drie vragen die geen enkele analyse toestond. Deze zijn verwijderd, waarmee de netto respons op 370 komt. Van die 370 respondenten hebben er 338 de vragenlijst volledig doorlopen. De 32 onvolledig ingevulde vragenlijsten zijn waar mogelijk wel in de analyse betrokken.

De data zijn vervolgens opgeschoond om onrealistische extreme waarden met een groot effect, evenals inconsistente antwoorden te verwijderen. Er waren namelijk duidelijke aanwijzingen dat sommige respondenten onrealistisch hoge antwoorden hebben gegeven bij de vragen naar de betalingsbereidheid. Zo zegt één respondent maar liefst € 10.000 miljard euro en een ander € 10 miljard over te hebben voor het redden van Palmyra. Ook geeft bijvoorbeeld een respondent in het opmerkingenveld aan het geld niet te hebben om vervolgens toch € 10.000 in te vullen. Het meenemen van dergelijk onrealistisch hoge waarden maakt het werken met gemiddelden onbruikbaar.

Om het versturende effect van dergelijke extreme uitschieters te elimineren zijn betalingsbereidheden boven € 20.000 op ‘missing’ gezet.⁹⁷ Van deze respondenten zijn ook de andere geldelijke antwoorden bij diezelfde vraag op ‘missing’ gezet. Dat geldt ook voor de bedragen genoemd door een respondent die aangaf moeite te hebben gehad met het goed invullen van de bedragen en de respondent die een heel hoog bedrag noemde maar zelf aangaf dat geld niet te hebben.

Bedragen voor de eigen betalingsbereidheid tot € 20.000 die niet om genoemde redenen verdacht waren, zijn wel behouden. Het gaat hier om (consistente, zie hierna) bedragen, zonder diskwalificerende opmerking. In één geval maakte een respondent zelfs een spontane opmerking die de geloofwaardigheid van het bedrag verder verhoogde: “Ik mis meer vragen over andere cultuur in Utrecht. Zoals muziek, theater en kunst. Ik ben van mening dat muziek een grote bijdrage heeft aan de cultuur van een stad. Ik merk dat er steeds meer bezuinigd wordt op cultuur in Nederland. De overheid moet doorhebben dat kunst en cultuur van essentiële waarde is in deze maatschappij. Juist nu. Meer Investeren dus!”

Tot slot is nog een inhoudelijke toets op de antwoorden gedaan. Omdat alle waarden alleen positief of nul kunnen zijn, zouden respondenten nooit een lagere betalingsbereid moeten noemen in 2e dan in 2g (en in 2f dan in 2h, en in 3e dan in 3g etc). In 2e worden immers alle waarden gered, in 2g alleen de ‘pure’ bestaanswaarde. Een lager antwoord bij 2e dan 2g is dus niet logisch consistent en wijst erop dat de respondent de vraag niet goed begrepen heeft, of opzettelijk inconsistent invult. Om de uitkomsten niet te laten

⁹⁷ Een alternatief is het gebruiken van de mediaan (de middelste waarneming) maar als de antwoorden niet normaal verdeeld zijn, kan dat het effect van respondenten met een hoge maar realistische betalingsbereidheid juist versluieren.

verstoren door dergelijke bedoelde of onbedoelde inconsistenties, zijn deze waarnemingen op ‘missing’ gezet. Voor de schilderijen uit de Kunsthal ging het om twaalf gevallen voor de eigen betalingsbereidheid, en veertien gevallen voor de overheid. En voor de Utrechtse musea om 5-10% van de waarnemingen:

- o Centraal Museum: zelf 11, overheid 30
- o Museum Catharijneconvent: zelf 9, overheid 29
- o Spoorwegmuseum: zelf 9, overheid 25
- o Museum Speelklok: zelf 6, overheid 16
- o Volksbuurtmuseum: zelf 3, overheid 9
- o Universiteitsmuseum: zelf 5, overheid 15

Dat leidt uiteindelijk tot de volgende uitkomsten uit de enquête:

Palmyra							
Percentages van 279 respondenten die wel eens van Palmyra gehoord hadden		Hoe erg vindt u het dat het tempelcomplex grotendeels verwoest is?					Totaal
		Heel erg	Erg	Neutraal	Niet erg	Helemaal niet erg	
Nooit van Palmyra gehoord							91
Heeft Palmyra ooit bezocht		3%	1%	0%	0%	0%	3%
Was u van plan Palmyra ooit te bezoeken?	Zeker wel	3%	0%	0%	0%	0%	3%
	Waarschijnlijk wel	8%	2%	0%	0%	0%	10%
	Neutraal	16%	11%	0%	0%	0%	28%
	Waarschijnlijk niet	18%	22%	3%	0%	0%	42%
	Zeker niet	6%	5%	1%	0%	1%	14%
Totaal		52%	42%	5%	0%	1%	100%

<i>N = 144</i>	Gemiddeld
Totaal	€ 156
Bezocht	€ 65
Zeker wel	€ 5.050
Waarschijnlijk wel	€ 218
Neutraal	€ 119
Waarschijnlijk niet	€ 63
Zeker niet	€ 15

Kunsthall

Percentages van 313 respondenten die wel eens van de Kunsthall gehoord hadden		Hoe erg vindt u het dat de schilderijen zijn verbrand?					Totaal
		Heel erg	Erg	Neutraal	Niet erg	Helemaal niet erg	
Nooit van Kunsthall gehoord							56
Heeft schilderijen ooit gezien		9%	6%	1%			17%
Was u van plan de schilderijen uit de Kunsthall ooit te gaan bekijken?	Zeker wel	4%	2%				6%
	Waarschijnlijk wel	11%	16%	0%			28%
	Neutraal	9%	12%	3%			24%
	Waarschijnlijk niet	5%	12%	6%	1%	0%	24%
	Zeker niet		1%	1%	0%	1%	2%
Totaal		38%	49%	11%	2%	1%	100%

	Totale waarde (voorkomen van diefstal en vernietiging)	Bestaanswaarde (alleen voorkomen vernietiging)	Bestaanswaarde als % van totale waarde	Bestaanswaarde als % van totale waarde o.b.v. grootteklassen	Bestaanswaarde als % van totale waarde per respondent
Zelf	€ 176	€ 52	29%	N.v.t.	16%
Overheid	€ 27,2	€ 23,0	85%	3%	4%

Utrechtse musea

Centraal Museum							
Percentages van 330 respondenten die wel eens van het Centraal Museum gehoord hadden		Hoe erg vindt u het als het Centraal Museum wordt gesloten?					Totaal
		Heel erg	Erg	Neutraal	Niet erg	Helemaal niet erg	
Nooit van Centraal Museum gehoord							40
Bezocht: hoe vaak?	Meer dan vijf keer	11%	5%	1%	0%		18%
	Twee tot 5 keer	12%	15%	1%	1%	0%	28%
	Eén keer	4%	14%	4%	1%		22%
Niet bezocht: van plan?	Zeker wel	2%	3%	2%			7%
	Waarschijnlijk wel	1%	8%	5%	0%	0%	14%
	Neutraal		2%	3%		0%	6%
	Waarschijnlijk niet			1%	3%		4%
	Zeker niet			0%	1%	0%	1%
Totaal		29%	48%	17%	5%	1%	100%

Museum Catharijneconvent							
Percentages van 285 respondenten die wel eens van Museum Catharijneconvent gehoord hadden		Hoe erg vindt u het als Museum Catharijneconvent wordt gesloten?					Totaal
		Heel erg	Erg	Neutraal	Niet erg	Helemaal niet erg	
Nooit van Museum Catharijneconvent gehoord							85
Bezocht: hoe vaak?	Meer dan vijf keer	8%	3%	0%			11%
	Twee tot 5 keer	10%	12%	4%	1%		26%
	Eén keer	5%	13%	11%	3%		31%
Niet bezocht: van plan?	Zeker wel	1%	2%	1%			4%
	Waarschijnlijk wel	2%	6%	4%	1%		13%
	Neutraal		3%	4%	0%		7%
	Waarschijnlijk niet		0,7%	2%	3%		6%
	Zeker niet				1%	1%	2%
Totaal		25%	39%	26%	9%	1%	100%

Spoorwegmuseum							
Percentages van 340 respondenten die wel eens van het Spoorwegmuseum gehoord hadden		Hoe erg vindt u het als het Spoorwegmuseum wordt gesloten?					Totaal
		Heel erg	Erg	Neutraal	Niet erg	Helemaal niet erg	
Nooit van Spoorwegmuseum gehoord							30
Bezocht: hoe vaak?	Meer dan vijf keer	14%	6%	2%	0%		22%
	Twee tot 5 keer	14%	19%	5%	2%	0%	40%
	Eén keer	3%	9%	6%	1%		19%
Niet bezocht: van plan?	Zeker wel	2%	1%	0%			4%
	Waarschijnlijk wel		4%	2%	0%	0%	6%
	Neutraal		1%	2%	1%		3%
	Waarschijnlijk niet		1%	3%	1%	0%	5%
	Zeker niet			0%		1%	1%
Totaal		34%	41%	19%	5%	1%	100%

Museum Speelklok							
Percentages van 276 respondenten die wel eens van het Museum Speelklok gehoord hadden		Hoe erg vindt u het als het Museum Speelklok wordt gesloten?					Totaal
		Heel erg	Erg	Neutraal	Niet erg	Helemaal niet erg	
Nooit van Museum Speelklok gehoord							94
Bezocht: hoe vaak?	Meer dan vijf keer	6%	4%	0%			10%
	Twee tot 5 keer	9%	19%	6%	2%	0%	36%
	Eén keer	3%	11%	10%	2%		25%
Niet bezocht: van plan?	Zeker wel	1%	2%	1%			4%
	Waarschijnlijk wel	0%	4%	3%			7%
	Neutraal		1%	5%	0%		7%
	Waarschijnlijk niet		0,4%	3%	3%		6%
	Zeker niet			0%	0%	1%	1%
Totaal		20%	40%	28%	7%	1%	97%

Volksbuurtmuseum

Percentages van 139 respondenten die wel eens van het Volksbuurtmuseum gehoord hadden		Hoe erg vindt u het als het Volksbuurtmuseum wordt gesloten?					Totaal
		Heel erg	Erg	Neutraal	Niet erg	Helemaal niet erg	
Nooit van Volksbuurtmuseum gehoord							231
Bezocht: hoe vaak?	Meer dan vijf keer						0%
	Twee tot 5 keer	2%	4%	2%			8%
	Eén keer	4%	9%	7%	1%		22%
Niet bezocht: van plan?	Zeker wel	4%	4%		1%		8%
	Waarschijnlijk wel	2%	12%	8%			22%
	Neutraal		2%	15%	1%		18%
	Waarschijnlijk niet		1,4%	10%	9%	1%	21%
	Zeker niet			1%		1%	2%
Totaal		12%	31%	43%	12%	2%	100%

De waarde van cultuurstad Utrecht [Atlas voor gemeenten]

Universiteitsmuseum							
Percentages van 265 respondenten die wel eens van het Universiteitsmuseum gehoord hadden		Hoe erg vindt u het als het Universiteitsmuseum wordt gesloten?					Totaal
		Heel erg	Erg	Neutraal	Niet erg	Helemaal niet erg	
Nooit van Universiteitsmuseum gehoord							105
Bezoekt: hoe vaak?	Meer dan vijf keer	6%	4%				10%
	Twee tot 5 keer	6%	14%	2%			22%
	Eén keer	4%	14%	4%	1%		23%
Niet bezocht: van plan?	Zeker wel	1%	1%	1%			4%
	Waarschijnlijk wel	0%	10%	6%	1%		18%
	Neutraal	0%	2%	6%	1%		9%
	Waarschijnlijk niet	0,4%	1,4%	2%	2%		6%
	Zeker niet			0%	1%	1%	2%
Totaal		18%	47%	21%	6%	1%	93%

Betalingsbereidheid

	Voor- komen sluiting (zelf)	Bij sluiting zorgen dat collectie wordt overge- dragen (zelf)	Verhouding betalingsbereidheid om bij sluiting te zorgen voor overdracht / voorkomen sluiting			
			O.b.v. eigen betalings- bereidheid (totale sample)	O.b.v. eigen betalings- bereidheid (gemiddelde van ver- houding per respondent)	O.b.v. betaling overheid (totale sample)	O.b.v. betaling overheid (gemiddel- de van verhouding per respon- dent)
Centraal Museum	€ 123	€ 31	25%	33%	26%	27%
Museum Catharijne- convent	€ 126	€ 43	34%	70%	48%	51%
Spoorweg- museum	€ 149	€ 60	41%	46%	37%	37%
Museum Speelklok	€ 136	€ 99	73%	68%	56%	55%
Volksbuurt- museum	€ 69	€ 41	59%	64%	48%	55%
Universiteits- museum	€ 84	€ 61	72%	70%	39%	40%

Bijlage 3: Gesubsidieerde instellingen

Onderstaande tabellen geven een overzicht van de door de gemeente Utrecht gesubsidieerde culturele instellingen, de omvang van de (structurele) subsidie die ze in 2016 ontvingen van de gemeente en het totaal aantal bezoeken in 2016. Het aantal bezoeken bestaat naast reguliere bezoekers en schoolklassen soms ook uit bezoek dat niet cultuurgerelateerd is (zoals de verhuur van ruimtes in de centra voor cultuureducatie en amateurkunsteducatie) en dus niet in dit onderzoek zijn meegeteld. In tabel B3.1 tot en met B3.3 staan de instellingen die zijn meegenomen in deze MKBA. In tabel B3.4 zijn de instellingen opgenomen die wel subsidie ontvangen maar niet zijn meegenomen in dit onderzoek. Naast gemeentelijke subsidies ontvangen sommige instellingen overigens ook (of soms zelfs alleen) subsidie van het Rijk, zoals Museum Catharijneconvent en het Nederlands Filmfestival, of van partijen zoals het Spoorwegmuseum (de NS) en het Universiteitsmuseum (de UU).

Tabel B3.1 Culturele instellingen die zijn meegenomen in de analyse

Sector	Instelling	Subsidie gemeente	Bezoeken
Podiumkunsten: podia	TivoliVredenburg	€ 9.734.800	765.099
	Stadsschouwburg	€ 6.273.048	193.447
	Theater Kikker (incl. Castellum Hoge Woerd)	€ 1.403.415	40.770
	Rasa	€ 723.300	16.986
	De Helling	€ 318.150	45.000
	EKKO	€ 300.718	76.353
	Het Huis	€ 78.588	4.088
	Ruis	€ 50.500	16.661
	Liszt Concours	€ 38.700	37.000
	Nicolaïkerk	€ 15.000	2.325
	Zaterdagmiddagmuziek	€ 13.130	14.095
	Domkerk		
	Utrechtse klokkenspelvereniging	€ 8.492	5.000
	Pieterskerkconcerten	€ 6.565	2.677
	Werftheater	€ 6.000	6.124
	Totaal podia		€ 18.970.406

Bron: gemeente Utrecht

Tabel B3.2 Culturele instellingen die zijn meegenomen in de analyse

Sector	Instelling	Subsidie gemeente	Bezoeken
Podiumkunsten: gezelschappen	Theater Utrecht	€ 495.000	18.831
	Filiaal	€ 399.924	26.069
	Dox	€ 248.231	22.757
	Aluin	€ 126.250	11.689
	NUT	€ 126.250	13.205
	Rosa Ensemble	€ 101.000	7.242
	Roodnoot	€ 101.000	1.005
	De Warme Winkel	€ 101.000	19.081
	Room with a view	€ 101.000	124.111
	Insomnio	€ 61.000	4.120
	Stuim/Schweigman	€ 80.800	7.197
	De Dansers	€ 75.750	29.166
	Ned. Bachvereniging	€ 40.408	39.741
	Holland Baroque	€ 30.894	2.116
	Utr. String Quartet	€ 21.199	3.198
<i>Totaal gezelschappen</i>		<i>€ 2.109.706</i>	<i>329.528</i>
Podiumkunsten: festivals	Festival Oude Muziek	€ 411.300	81.966
	SPRING Festival	€ 353.500	20.173
	Gaudeamus	€ 252.500	7.514
	Storm - Tweetakt	€ 221.914	41.659
	Le Guess Who?	€ 75.750	20.142
	Kamermuziek Festival	€ 50.475	10.000
	CaféTheaterFestival	€ 16.160	21.000
	Dutch Harp Festival	€ 25.250	2.450
<i>Totaal festivals</i>		<i>€ 1.406.849</i>	<i>204.904</i>
Musea (en presentatie- instellingen)	Centraal Museum	€ 7.160.884	284.907
	Museum Speelklok	€ 711.569	89.711
	Volksbuurtmuseum	€ 120.446	8.509
	Stichting BAK, Basis voor actuele kunst	€ 474.700	17.984
	Impakt	€ 181.309	4.468
	Casco	€ 120.559	2.645
	Stichting Fotodok	€ 75.750	77.227
	Kapitaal	€ 53.000	4.830
	KOS	€ 30.300	590
	Vereniging Genootschap Kunstliefde	€ 27.519	43.431
	Universiteitsmuseum	€ 0	75.000
	Spoorwegmuseum	€ 0	424.000
	Catharijneconvent	€ 0	125.856
<i>Totaal musea</i>		<i>€ 8.956.036</i>	<i>1.159.158</i>

Bron: gemeente Utrecht

Tabel B3.3 Culturele instellingen die zijn meegenomen in de analyse

Sector	Instelling	Subsidie gemeente	Bezoeken
Film	't Hoogt	€ 410.631	59.637
	Nederlands	€ 368.990	148.784
	Filmfestival		
	Holland Animation	€ 77.672	29.113
	Film Festival		
<i>Totaal film</i>		€ 857.293	237.534
Cultuur- & Amateurkunst-educatie	ZIMIHC	€ 800.970	141.000
	STUT	€ 285.306	4.625
	Cutuor 19	€ 211.844	12.547
	Cultuurhuis	€ 202.000	9.696
	Kanaleneiland		
	De Vrijstaat	€ 202.000	8.911
	Het Wilde Westen	€ 202.000	66.713
	UCK	€ 1.600.000	48.799
<i>Totaal Cultuur- & Amateurkunst-educatie</i>		€ 3.504.120	292.291
<i>Overige</i>	<i>Cultuurpromotie Utrecht</i>	€ 1.313.599	116.123
<i>Totaal</i>		€ 37.118.009	3.565.163 ⁹⁸

Bron: gemeente Utrecht

Tabel B3.4 Culturele instellingen die **niet** zijn meegenomen in de analyse

Sector	Instelling	Subsidie gemeente
Omroep	Omroep Utrecht	€ 638.745
	Stichting	
Beheerinstellingen & talentondersteuning	De Coöperatie	€ 151.425
	Muziekhuis Utrecht	€ 75.750
	Stichting Werkruimte	€ 183.127
	Kunstenaars	
	Sophia	€ 49.032
Letteren	Het Literatuurhuis	€ 241.000
	Utrechtse dichtersgilde	€ 10.903
<i>Totaal</i>		€ 1.349.982

Bron: gemeente Utrecht

⁹⁸ Inclusief eventuele dubbeltellingen.