

Het creatief vermogen

Arjo Klamer, Erwin Dekker, Ludmilla Petrova en Claudine de With

De laatste jaren groeit het besef dat cultuur een belangrijke bijdrage kan leveren aan de nationale en lokale ontwikkeling, en dus een economische waarde heeft. Op grond van dat vermogen mag de kunst- en cultuursector zich nu in de warme belangstelling van beleidsmakers verheugen. Maar doet een economische waardering recht aan kunstzinnige activiteiten?

Sinds het einde van de jaren tachtig is het gebruik van economische-impactstudies om de economische betekenis van cultuur en creativiteit in een land te peilen wijdverspreid. Vooral in de jaren negentig werd het belang van deze studies steeds groter door enerzijds de toenemende nadruk op economische argumenten in het beleid en anderzijds de groei en bloei van de kunst- en cultuursector. Zo werd tijdens het bewind van premier Blair in 1998 voor het eerst een grootschalig onderzoek verricht naar de effecten en de economische betekenis van de kunst- en cultuursector in Groot-Brittannië. (Department for Culture, Media and Sport 1998) Naar aanleiding van dit onderzoek zagen ook andere landen, overheden of semi-overheids/ gesubsidieerde instituten of organisaties het belang in om dergelijke onderzoeken te promoten of te initiëren. De leidende gedachte was dat de aanwezigheid van een dynamisch cultureel en creatief klimaat de aantrekkelijkheid

van een land of stad vergroot om erin te verblijven, te werken of te ondernemen.

De Lissabon-top in het voorjaar van 2000 formuleerde als doelstelling om in de aanloop naar 2010 van Europa 'de meest concurrerende en dynamische kenniseconomie van de wereld te maken, die in staat is tot duurzame economische groei met meer en betere banen en een hechtere sociale samenhang'. Binnen dit kader heeft de Europese Unie hoge verwachtingen van de culturele en creatieve sectoren om geformuleerde doelen als Europese groei en samenhang te bereiken.

Met deze ontwikkelingen groeide bij de Nederlandse overheid en andere semi-overheids/ gesubsidieerde instituten en organisaties het besef dat cultuur een belangrijke bijdrage kan leveren aan de nationale en lokale ontwikkeling, en dus een economische waarde heeft. Deze economische waarde van cultuur bestaat behalve uit haar directe bijdrage aan nationale

en lokale economieën, ook uit haar sociale en creatieve waarde zoals in de aantrekkingskracht op bepaalde professionals, haar bijdrage aan het innovatieve vermogen door het stimuleren van nieuwe ideeën, andere perspectieven, verrassende inzichten, metaforen en haar grensverleggende activiteiten. Op grond van dat vermogen geniet de kunst- en cultuursector de laatste jaren bij beleidsmakers een warme belangstelling. De overheid speelt binnen deze promotie van de culturele sector een belangrijke rol door middel van de doelen en prioriteiten die ze stelt, door haar organiserende vermogen en door de financiële middelen die ze kan verdelen in het kader van haar kunst- en cultuurbeleid. (Raes 2005)

Cultuur meten

In navolging van de Europese ontwikkelingen lanceerde de Nederlandse overheid in 2005 een beleidsdocument en een discussiestuk over het creatieve vermogen van de Nederlandse creatieve sector. Dit document geeft een kritisch overzicht van het recente debat over de betekenis van economische-impactstudies. Hoe belangrijk zijn dergelijke studies? Hoe betrouwbaar zijn de resultaten? En: doet een economische waardering wel recht aan kunstzinnige activiteiten? Kan cultuur wel gemeten worden?

Veel beleidsdocumenten proberen door middel van kwantitatieve argumentatie het culturele belang vast te stellen door de bijdrage aan de economische groei, werkgelegenheid (in de culturele en de toeristische sector) en consumptie in kaart te brengen. Deze aandacht voor de economische bijdrage van cultuur is gewoonlijk bedoeld om het pleidooi voor overheidssubsidiëring te versterken. Politici lijken gevoelig voor het economische argument. De impliciete boodschap is: cultuur kost niet alleen geld, het levert ook geld op.

De bestaande onderzoeken focussen op de meting van directe en indirecte effecten van

het ondersteunen en subsidiëren van ofwel de gehele kunstsector, of een specifieke sector – zoals de beeldende kunsten of de podiumkunsten – of een kunstmanifestatie zoals een festival of een expliciete kunstorganisatie. Veel aandacht krijgt vooral het multipliereffect, waarmee het totale effect van één euro geïnvesteerd in cultuur aangegeven wordt. Een flinke multiplier maakt indruk. Vandaar.

Het multipliereffect

Het directe effect van een kunstzinnige activiteit bestaat uit de bestedingen van de subsidieverlener, de sponsors en de bezoekers aan die activiteit. Deze directe bestedingen genereren werkgelegenheid voor kunstenaars, bestuurders, staf, productiemedewerkers, communicatiemensen, kaartjesknippers en wie verder nog verdient aan de kunstzinnige activiteit. Met het indirecte economische effect van de kunstzinnige activiteit doelen we op het effect van enerzijds de mensen die eraan verdienen – want zij kopen van alles en nog wat in de lokale economie – maar ook op de additionele bestedingen van de bezoekers en sponsors in de lokale horeca, hotels, transport, winkels alsook andere activiteiten.

Het multipliereffect is het effect in termen van directe en indirecte bestedingen ten gevolge van een extra euro die de overheid of een andere partij investeert in de kunstzinnige activiteit. Omdat je verwacht dat die euro niet alleen een direct effect is (per definitie), maar ook tot andere, indirecte bestedingen leidt, zou ze groter dan 1 zijn. Zo berekende SEO in een berucht rapport van 1987 dat de multiplier voor de Amsterdamse kunstsector twee zou zijn. (Puffelen 1985) Dat zou betekenen dat iedere euro in de kunstsector het dubbele oplevert voor de gehele Amsterdamse economie.

Cruciaal voor dit onderzoek is dat de bestedingen aan de betreffende kunstzinnige activiteit moeten kunnen worden toegeschreven.

Komt iemand hoe dan ook naar Rotterdam en besluit hij of zij als onderdeel van de trip een bezoek aan het museum Boijmans Van Beuningen af te leggen, dan telt het bedrag van het kaartje als een directe besteding, maar alle andere bestedingen in de stad niet. Het museum moet het hoofddoel zijn om de andere bestedingen mee te tellen.

Jeanette Snowball gaat in haar zojuist verschenen boek (2008) gedetailleerd in op de techniek van economische-impactstudies. Uit haar uitgebreide onderzoek blijken de beperkingen van de berekening van directe en indirecte bestedingen ten gevolge van een kunstzinnige activiteit. We zullen daar straks verder op ingaan, want in de verbeelding van leken gaan dergelijke economische metingen gauw een eigen leven leiden – wat geen recht doet aan de werkelijkheid. Nog steeds horen we kunstenaars en beleidsmakers spreken over de miljard (gulden) die volgens het misleidende SEO-rapport de kunsten zouden bijdragen aan de Amsterdamse economie. (Puffelen 1985)

Kunst als magneet

Inmiddels kijken we verder. In navolging van Richard Florida besteden onderzoekers nu ook aandacht aan de effecten van de kunstzinnige sector op het

Kunst kan de magneet zijn die professionals aantrekt en vasthoudt

complete creatieve klimaat van een land, regio of stad, op de culturele diversiteit van de bevolking, en op de identiteit van een stad, regio of land. Kunst kan de magneet zijn die professionals aantrekt en vasthoudt. Economen spreken in dit geval van de externe effecten. Deze lijken belangrijk, maar we weten niet goed hoe we ze moeten meten. Want hoe bepaal je het effect van een reeks activiteiten op de beleving van professionals en creatieve geesten?

Een benadering die een tijd populair was, is de *contingent valuation*-methode. Culturele economen ontleenden deze methode aan de milieu-economie. In dit geval vragen onderzoekers aan bezoekers en andere betrokkenen wat zij bereid zijn te betalen voor een bepaalde kunstzinnige activiteit. Uitgangspunt is dat mensen slechts in beperkte mate in hun transacties hun waardering voor de activiteit aan kunnen geven, bijvoorbeeld omdat ze geen tijd hebben, of te ver weg wonen. Door de bedragen die ze opgeven te extrapoleren voor de gehele populatie, komen de onderzoekers tot een schatting van wat de kunstzinnige activiteit waard is. Op deze manier vangen ze ook de waardering van professionals in de stad (maar lang niet altijd de professionals die overwegen naar de stad te komen). Belangrijk voordeel is verder dat deze methode recht doet aan de niet-materiële waarden van de activiteit omdat mensen gevraagd wordt daar rekening mee houden. De economische-impactstudies letten alleen op de economische opbrengsten.

Gerelateerd aan de *contingent valuation*-methode is die van de *willingness to pay*-methode. In dit geval proberen onderzoekers het totale bedrag in te schatten dat mensen bereid zijn te betalen voor een activiteit, dus inclusief wat ze betalen voor de reis. We zien evenwel dat deze laatste twee methoden bewerkelijk blijven – ze zijn veeleisend om uit te voeren en de resultaten hangen sterk af van de vraagstelling. Het is gemakkelijk te zeggen dat je honderd euro over

hebt voor het Rijksmuseum, maar ga je dat bedrag ook betalen als het je gevraagd wordt?

Onderzoekresultaten

Het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, verschillende gemeenten en cultuurinstellingen hebben tal van onderzoeken geïnitieerd om de economische betekenis van kunst en cultuur in kaart te brengen. In september 2007 is op initiatief van de gemeente Arnhem, de HAN en ArtEZ Hogeschool voor de kunsten een lectoraat gestart waar de economische betekenis van kunst en cultuur voor Arnhem en de regio centraal staat.

De onderzoeken leveren veel cijfers op. Maar wat betekenen ze? Wat betekent één miljard gulden als bijdrage aan de Amsterdamse economie in de beginjaren tachtig? Een paar jaar later liet de provincie Zuid-Holland berekenen dat de bijdrage van de kunstsector aan de provinciale economie 720 miljoen gulden was en een kleine 8000 werkplaatsen. (Puffelen 1985) Is dat veel, of is dat weinig? In 1995 herhaalt het SEO het onderzoek voor de Amsterdamse kunstsector. Het bureau berekent dan met een gecorrigeerde methode, die rekening houdt met de kritiek op de eerdere studie, de additionele directe bestedingen (en laat dus weg wat de Amsterdamse overheid en Amsterdammers zelf uitgeven) op 740 miljoen gulden en het indirecte effect op nog eens een kleine 700 miljoen gulden. De multiplier zou dan een kleine 2 zijn, en dat is redelijk hoog. (Sanders 2003)

Uit een onderzoek naar de sociale en economische betekenis van het Stedelijk Museum Amsterdam uit juni 2003 komt naar voren dat de totale bestedingen (direct, indirect en afgeleide bestedingen) van het museum 34,4 miljoen euro per jaar bedragen. In een voorzichtige schatting blijkt dan dat het economische effect van deze uitgaven aan het Stedelijk Museum om te zetten is in 540 fte's in de lokale economie. (Sanders 2003)

Betrekkelijke waarde

Het gebruik van gegevens over de economische impact van cultuur vergt de nodige voorzichtigheid en vaardigheid. In eerste instantie lijkt het dat de economische impact van cultuur gering is, maar dat komt doordat de gegevens vergeleken worden met die van andere sectoren. Voor de regio Amsterdam bedroeg de toegevoegde waarde van de culturele sector in 2002 ruim 370 miljoen euro, oftewel 19 procent van de toegevoegde waarde van de kunst- en cultuursector in de regio en 0,7 procent van de totale toegevoegde waarde in de regio. (Idema 2005) Dit is de directe impact. Zoals eerdere studies aangaven, is er ook een indirecte betekenis van de kunst- en cultuursector, oftewel de afgeleide uitgaven die misschien dat bedrag wel verdubbelen.

Maar is 1,4 procent veel? En rechtvaardigt deze omvang subsidiëring van de kunsten? Een *contingent valuation*-studie geeft tenminste aan wat kunst en cultuur voor de mensen waard is, inclusief de niet-materiële effecten. En zouden niet alle effecten meegenomen dienen te worden, waaronder de impact op het creatieve vermogen van een economie?

De economische wetenschap houdt zich van oudsher bezig met het vinden van de beste allocatie van schaarse goederen. Een essentiële gedachte hierbij is het idee van de *opportunity costs*, de kosten die voortvloeien uit keuzes doordat niet gekozen wordt voor het best mogelijke alternatief. Een essentieel economisch inzicht is dat deze kosten ook relevant zijn voor onze keuzes. Dus als de overheid besluit een culturele organisatie met een subsidie te ondersteunen en berekent dat dit een positief effect heeft op de lokale economie, dan moet dit scenario niet vergeleken worden met de situatie waarin helemaal geen subsidie wordt verstrekt. Integendeel: dit scenario moet worden vergeleken met het economisch beste alternatief voor dit geld, zoals ondersteuning van de lokale middenstand of het verlagen van de belastingen.

Wellicht levert een dergelijke besteding van het belastinggeld uiteindelijk economisch meer op.

Een vergelijkbaar argument geldt voor het meten van de economische relevantie van de culturele of creatieve sector. Deze relevantie moet niet worden afgezet tegen een economie waarin geen creatieve sector bestaat, maar tegen een economie waarin de middelen die nu worden gebruikt ook ingezet hadden kunnen worden in andere sectoren. Nobelprijswinnaar Robert Fogel heeft dit inzicht gebruikt om aan te tonen dat zelfs de economische impact van spoorwegen verwaarloosbaar is geweest, omdat de middelen zeer goed voor alternatieve doeleinden zouden kunnen zijn gebruikt. Het feit dat de creatieve sector 19 procent toevoegt aan de economie is dus geen argument op zich, maar moet economisch gezien worden vergeleken met andere scenario's waarin deze middelen op een andere manier hadden kunnen worden ingezet. (Fogel 1964)

Deze en andere kritiek vergezelt economische-impactstudies vanaf het begin. Een kritische noot bij de economische-impactstudies vinden we bij Van Puffelen (1992) en recenter bij Christopher Madden. Madden vraagt zich in zijn artikel af of het meten

Alles van waarde is ook kostbaar: het kost geld

van het belang, de omvang (als waardetoevoeging) relevant is voor de betekenis van de culturele sector. Hij beweert dat er geen algemeen aanvaard niveau van financieel belang is, geen niveau dat aangeeft of de economische omvang van de sector belangrijk is of niet. (Madden 2001)

Culturele monitor

Een schatting van louter de economische bijdrage van de kunsten aan een economie levert altijd een beperkt en vertekend beeld op. Het gewicht dat een dergelijke berekening in de weegschaal van politieke afwegingen legt, is veelal onterecht. Kunst brengt inderdaad geld op en genereert werkgelegenheid, maar het is en blijft een illusie dat het een economische winst oplevert. Alles van waarde is weerloos, maar alles van waarde is ook kostbaar in de zin dat het geld kost. Een culturele hoofdstad genereert economische inkomsten vanwege de extra bezoekers, maar in de finale berekening zal blijken dat er uiteindelijk altijd geld bij moet. In die berekening moet dan bijvoorbeeld rekening gehouden worden met de mogelijke terugval van het aantal bezoekers in de daaropvolgende jaren, alsook met de opbrengsten van alternatieve bestedingen die door de culturele hoofdstad achterwege gelaten zijn.

Een completer beeld van de waarden van kunst houdt behalve met haar economische waarde rekening met haar sociale en culturele waarden. (Klamer 2004) Een kunstzinnige activiteit kan sociale activiteiten stimuleren, zoals het bezoek van vriendenclubs, families en groepen. Kunst kan bijdragen aan de integratie van nieuwe bevolkingsgroepen en mede de identiteit van een stad of land bepalen. Zo kunnen Amsterdammers trots zijn op hun Concertgebouworkest en Rotterdammers op hun Rotterdams Philharmonisch Orkest. Arnhem heeft zijn mode en Eindhoven zijn design. Vanwege die sociale waarde krijgt kunsteducatie zoveel

aandacht. Burgerschap vereist voldoende kennis van kunst en cultuur om kunstuitingen op waarde te kunnen schatten.

En dan zijn er de 'culturele' waarden van cultuur. Het gaat dan om de artistieke en historische waarden die kunst genereert. Kunst inspireert en verrijkt in immateriële zin. Kunst brengt mensen op andere gedachten en biedt nieuwe perspectieven. Zou kunst door een overheidsmaatregel verdwijnen, dan zal het hoe dan ook toch weer ontstaan, omdat mensen haar nodig hebben ongeacht haar economische en sociale waarden.

Een goede culturele monitor doet recht aan alle waarden die de kunsten genereren, dus zowel de economische en sociale waarden als de culturele waarden. Wij zijn bezig met de ontwikkeling van een dergelijke monitor. Omdat het gaat om waarderingen zal ze gebaseerd zijn op enquêtes en interviews. We moeten weten wat mensen belangrijk vinden en hoe ze specifieke kunstuitingen ervaren. En om de betekenis van deze uitkomsten te duiden, dienen we ze af te zetten tegen wat kunstinstellingen en subsidiegevers (fondsen en overheden) als doelstellingen hebben. Willen ze veel economische waarden genereren, dan is een concert van André Rieu effectiever dan een concert van Ton Koopmans. Maar het concert van Koopmans genereert meer culturele waarde voor degenen die een oorspronkelijke uitvoering van Bach willen.

De culturele monitor moet verder recht doen aan veranderingen in waarderingen. Per slot van rekening beogen culturele organisaties vooral nieuwe groepen aan zich te binden, en weerstanden te overwinnen om mensen te verleiden hun (negatieve) waardering te herzien na een eerste kennismaking met een kunstuiting. Alle bestaande economische-impactstudies houden met die cruciale doelstelling geen rekening. De vraag is daarom of de culturele sector zichzelf een dienst bewijst om zoveel geld en aandacht te besteden aan metingen van

Arjo Klamer

is hoogleraar Culturele economie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam;
Erwin Dekker, Ludmilla Petrova en **Claudine de With** zijn promovendi aan de EUR

economische waarden. Het zou beter zijn om een schatting van sociale en culturele waarden mee te nemen. Het geeft een beter en eerlijker beeld van de waarden van de kunsten.

Noten

- 1 European Council 2000 Presidency Conclusions <http://ue.eu.int/ueDocs/cmsData/docs/pressdata/en/ec/00100-r1.en0.htm>, geraadpleegd 17 oktober 2008.
- 2 www.han.nl/start/graduate-school/nieuws/nieuws/dany-jacobs-nieuwe-lector/index.xml, geraadpleegd 14 oktober 2008.

Literatuur

- Department for Culture, Media and Sport (1998) *Creative industries. Mapping document*. Londen: DCMS.
- Fogel, R. (1964) *Railroads and American economic growth: essays in econometric history*. Baltimore: Johns Hopkins.
- Idema, J. en K. Swart (red.) (2005) *Wat cultuur verdient. Kunst, cultuur en creativiteit in economisch perspectief*. Amsterdam: LA Group Leisure and Arts Consulting.
- Klamer, A. (2004) 'Social, cultural and economic values of cultural goods'. In: *Cultural and Public Action*, 17-38.
- KPMG en Amsterdams Uitburo (1996) *De kunsten gewaardeerd: de maatschappelijke en economische betekenis van de professionele kunsten voor Amsterdam*. Amsterdam: Amsterdams Uitburo.
- Madden, Chr. (2001) 'Using "economic" impact studies in Arts and Cultural advocacy: a cautionary note'. In: *Media international Australian incorporating culture and policy*, 161-178.
- Puffelen, F. van (et al.) (1985) *Meer dan een miljard: de economische betekenis van de professionele kunsten in Amsterdam*. Amsterdam: SEO.
- Puffelen, F. van (1992) 'De betekenis van impactstudies'. In: *Boekmancahier*, jrg. 4, nr. 12, 181-191.
- Raes, S.E.P. en B.P. Hofstede (red.) (2005) *Creativiteit in kaart gebracht: mapping document creatieve bedrijvigheid in Nederland*. Den Haag: Ministerie van EZ/Ministerie van OCW.
- Sanders, M. (2003) *De sociale en economische betekenis van het Stedelijk Museum*. Amsterdam: Stedelijk Museum Amsterdam.
- (www.cultuurformatie.nl/Onderzoeksrapporten/CE05_Creativiteit_in_kaart.pdf)
- Snowball, J. (2008) *Measuring the value of culture: methods and examples in cultural economics*. Berlijn (etc.): Springer.