

Elvira Sweet

is voorzitter en portefeuillehouder
Cultuur van het stadsdeel
Amsterdam Zuidoost

moeten meer oog krijgen voor kunst en cultuur en creatief talent op dit lokale niveau. Dat betekent niet alleen investering in geld en goede buurtaccommodaties, maar ook in structuren en coalities met organisaties buiten een stadsdeel waarmee begeleiding en doorstroom van talent kan worden gerealiseerd. Het talent van stadsdeel Zuidoost kijkt graag naar mogelijkheden buiten zijn grenzen. Het is nu tijd om van buiten de stadsdeelgrenzen naar binnen te kijken en de grenzen te doorbreken.

advertentie

GAGARIN *THE ARTISTS IN THEIR OWN WORDS* Issue #17

with original texts by
ALEKSANDRA MIR
PETER FRIEDL
SAÂDANE AFIF
APICHPATPONG WEERASETHAKUL
LEE BUL
DANH VO
PHILIP METTEN
ADAM CHODZKO

GAGARIN *THE ARTISTS IN THEIR OWN WORDS*
entirely dedicated to the publication of especially written and unpublished texts
by artists who are now working, anywhere in the world.

www.gagarin.be

published twice a year by
GAGAvzw, Oosterweelsteenweg 3 / Royersbrug, B-2030 Antwerpen, Belgium
T +32(0)213 00 13, F +32(0)213 00 14, gagarin@skynet.be



Cultuur in de stad

Gerard Marlet Lokale beleidsmakers worstelen met de vraag of ze geld moeten stoppen in fietspaden, parken, veiligheid of cultuur. In dit eerste deel van een tweeluik over cultuur in de stad gaat Gerard Marlet in op de vraag wat het belang is van cultuur voor de stad.

De uitspraak van Thorbecke 'De kunst is geen regeringszaak' is nog steeds illustratief voor de spagaat waarin cultuurbeleidsmakers verkeren. Enerzijds moet cultuur autonoom, anderzijds maatschappelijk zinvol zijn om overheidssubsidies te legitimeren. Want de cultuursector is verslaafd aan overheidssubsidies en tegelijkertijd allergisch voor overheidsbemoeienis; de belastingbetaler mag wel dokken voor cultuur, maar zich niet bemoeien met de vraag of dat geld ook goed besteed wordt.

Sinds de cultuurnota van Rick van der Ploeg, waarin cultuur voor jongeren en allochtonen voorrang kreeg bij subsidiëring, lijkt er steeds meer aandacht te komen voor het maatschappelijk belang van cultuur. Het kabinet-Balkenende IV wilde zelfs het profijtbeginsel introduceren en het lijkt erop dat de maatschappelijke kosten-batenanalyse ook bij cultuurinvesteringen zijn intrede gaat doen. (Marlet 2007c) Dat is ook logisch, want iedere

euro belastinginkomsten kan maar één keer worden uitgegeven. En waarom zou die euro op voorhand beter besteed zijn aan een theatergezelschap of muziekgezelschap dan aan een snelweg, het overeind houden van een bank, of belastingverlaging?

Dergelijke afwegingen spelen niet alleen op rijksniveau, maar ook lokaal. Ook lokale beleidsmakers worstelen met de vraag of geld gestopt moet worden in cultuur, fietspaden, parken of veiligheid. Wat is het belang van cultuur voor de stad? En hoe kunnen steden het beste investeren in cultuur? Die vragen houden haast vanzelf een inperking van het begrip cultuur in. De stad bestaat immers bij de gratie van schaalvoordelen en locatiegebondenheid. Het gaat hier dan ook om culturele instellingen en uitingen die locatiegebonden zijn, zoals theaters, musea, festivals, monumenten, architectuur en cultuur in de buurt. Het gaat dus niet om de ruime definitie van cultuur als

een systeem van gedeelde normen en waarden. Ook gaat het niet over culturele uitingen via de publieke omroep of de nieuwe media. Dat type cultuur is voor iedere stad in gelijke mate voorradig en kan dus voor steden niet onderscheidend zijn.

Maatschappelijke waarde

In de eerste alinea onder het kopje Kunst en cultuur in het al genoemde regeerakkoord worden zo'n beetje alle mogelijke effecten van cultuur genoemd die voorkomen in de rijke nationale en internationale literatuur over dit thema. Kunst en cultuur zouden mensen verbinden en inspireren, ze zouden bijdragen aan de sociale samenhang en een vitale economie, ze zouden een bron zijn van creativiteit en het vestigingsklimaat versterken en ze zouden essentieel zijn voor het creëren van trots en gemeenschapsgevoel. Aan cultuur worden individuele, sociale en economische effecten toegeschreven. De vraag is welke van die zegeningen van cultuur van belang zijn voor de stad.

'All art is quite useless', weerde Oscar Wilde zijn critici af, 'the only excuse for making a useless thing is that one admires it intensely.' Hoewel de economische effecten van cultuur voor de stad meestal toegeschreven worden aan toerisme

en de aantrekkingskracht op bedrijven, begint het belang van cultuur voor de stad in eerste instantie bij de bewondering en waardering van inwoners van de stad voor cultuur en het genot dat de cultuurconsumenten eraan beleven.

Toch is het effect van cultuur voor de stad ingewikkelder dan het op het eerste gezicht lijkt. Allereerst is dat genot voor de meeste mensen veel meer waard dan de (gesubsidieerde) prijs die ze bij de kassa betalen. Dat verschil

wordt in de economie het consumentensurplus genoemd. Bovendien blijken mensen niet alleen waarde te hechten aan het feitelijke bezoek aan cultuur, maar ook aan de mogelijkheid om van cultuur te genieten. Niet alleen voor zichzelf, maar ook voor de overige gezinsleden en zelfs voor toekomstige generaties. De aanwezigheid van cultuur vertegenwoordigt een soort optie-waarde; mensen waarderen alleen al de mogelijkheid om in de stad een theater te kunnen bezoeken. Dat betekent bijvoorbeeld dat een theater niet vol hoeft te zitten om van waarde te zijn voor de stad.

Mensen in een stad blijken bereid te zijn om – naast het toegangskaartje – extra belasting te betalen voor het instandhouden van een theater. (Throsby 1982) De omvang van die bereidheid om te betalen voor cultuur is niet gemakkelijk te berekenen, maar via een omweg blijkt dat toch mogelijk. Vanwege de optiewaarde en het consumentensurplus

Een theater hoeft niet vol te zitten om van waarde te zijn voor de stad

vinden mensen het namelijk belangrijk dat cultuur zich in de stad en/of woonomgeving bevindt, net als parken, goede scholen en veiligheid. Bovendien uit die aanwezigheid van cultuur zich in trots op de stad en woonomgeving en een gunstig imago van de stad. Er zijn zelfs studies die beweren dat mensen die deelnemen aan culturele activiteiten, zich gelukkiger voelen en zowel mentaal als fysiek gezonder zijn. Met die mogelijke (toekomstige) voordelen van cultuur in de stad houden mensen rekening in hun woongedrag en dat komt tot uitdrukking in de huizenprijzen. Mensen zijn bereid extra te betalen voor een huis in een stad met veel cultureel aanbod. Via die huizenprijzen kan de waarde van cultuur berekend worden.

Voor Nederland is in 2002 een begin gemaakt met een dergelijke analyse. (Marlet 2002) Op basis van de meest recente versie van mijn rekenmodellen zouden inwoners van Amsterdam samen bereid zijn om per jaar zo'n vijf miljoen euro voor een gemiddeld podium (theater of concertzaal) te betalen. Dat bedrag ligt fors hoger dan de opbrengsten uit de kaartverkoop van een gemiddeld podium. Die zijn al eens op circa 250.000 euro per jaar becijferd (KPMG 1996) en lijken verreweg de belangrijkste baat te zijn van cultuur in de stad. Vermoedelijk heeft dat in de eerste plaats te maken met het feit dat langs de route van de woningprijzen een aantal effecten tegelijk wordt gemeten: het samenspel van consumentensurplus, optiewaarde en bestaanswaarde komt vermoedelijk groten-deels of geheel in de woningprijzen terecht. Juist degenen die veel waarde hechten aan de mogelijkheid naar het Concertgebouw te gaan, zijn bereid om meer te betalen voor een woning in Amsterdam. Maar ook effecten van cultuur op de sociale cohesie kunnen via een beter woonklimaat leiden tot hogere woningprijzen. Het is zelfs niet ondenkbaar dat mensen in hun betalingsbereidheid voor een woning in een culturele stad, bewust of onbewust, vooruitlopen

op de wetenschap dat hun kinderen zich beter kunnen ontwikkelen, gezonder zijn, in veilige buurten wonen en meer kansen hebben op de arbeidsmarkt.

Cultuur stimuleert toerisme

De meeste studies naar de economische effecten van cultuur voor de stad richten zich op de directe werkgelegenheidseffecten bij cultuurinstellingen én vooral op het belang van cultuur voor het aantrekken van toeristen. De bezoekers van een theater, museum of festival geven immers niet alleen geld uit bij de kassa van die instelling, maar ook in de plaatselijke horeca en, als ze van ver komen, de hotels. Zo stimuleren ze de stedelijke economie. (NBTC 2006)

Er zijn, in binnen- en buitenland, zeer uiteenlopende schattingen van dit type economische baten van cultuur. (o.a. Palmer 2002, KPMG 1996) Voor de Amsterdamse cultuursector is dat bestedingseffect al eens berekend op 16 euro per museumbezoeker en 1,50 euro per theaterbezoeker. Het gemiddelde bestedingseffect voor een theater in Amsterdam kwam zo uit op circa 60.000 euro, en voor een gemiddeld museum op 1,8 miljoen euro per jaar. Dergelijke bedragen mogen zeker niet zomaar doorgetrokken worden naar andere steden. Vanwege de schaalvoordelen en het imago van Amsterdam zal een (extra) museum daar naar verwachting veel meer toeristen trekken dan een museum in een andere stad. Het succesverhaal van Guggenheim in het Noord-Spaanse Bilbao, verantwoordelijk voor een toename van het aantal toeristen in Bilbao met meer dan 50 procent in drie jaar, (Plaza 2000) zal op weinig andere musea van toepassing zijn. Het zal al helemaal niet opgaan voor kleine musea die gericht zijn op de lokale of regionale cultuur en geschiedenis, waarvan de bestedingseffecten eerder in de buurt van nul zullen liggen.

Cultuur als vestigingsfactor

Lange tijd legitimeerden lokale overheden investeringen in cultuur vooral met bovengenoemde bestedingseffecten in combinatie met de claim dat cultuur bedrijven zou aantrekken. De empirische bewijsvoering voor cultuur als vestigingsfactor is echter verre van overtuigend. In vrijwel alle ranglijstjes op basis van enquêtes naar de belangrijkste vestigingsfactoren van bedrijven, bungelt de aanwezigheid van cultuur onderaan. (Heilbrun 1998) Beschouwd vanuit de productiefunctie voor bedrijven ligt het niet erg voor de hand dat zij rechtstreeks op cultuur zouden afkomen. Afgezien van het heilzame effect van een avondje Concertgebouw of Circustheater voor een zakenrelatie, is het moeilijk te bedenken hoe ze daarmee hun winst kunnen vergroten.

Er is één belangrijke uitzondering. Bedrijven kunnen in hun vestigingsgedrag anticiperen op het woonklimaat in een stad of regio waar hun potentiële werknemers op afkomen. (Engert 1997) Want juist de link tussen cultuur en de aantrekkingskracht van een stad of regio op een hoogopgeleide, creatieve bevolking is overtuigend aan te tonen. En dat geldt ook voor de relatie tussen de aanwezigheid van een hoogopgeleide, creatieve bevolking in een stad of regio en de groei van de werkgelegenheid. Verschillende studies tonen aan dat vooral mensen met een hogere opleiding willen wonen in steden met een gevarieerd cultureel aanbod. (o.a. Coslor 2001) Met name tussen de aanwezigheid van podiumkunsten en de aantrekkingskracht van een stad op hoogopgeleiden is een overtuigend verband aangetoond. (Marlet 2005 en 2007a) Bovendien blijkt in Nederlandse steden met veel hoogopgeleiden de werkgelegenheid gemiddeld genomen meer toe te nemen. (Marlet 2007b) Het economische belang van cultuur als vestigingsfactor loopt dus niet direct van cultuur naar het aantrekken van bedrijven, maar indirect via de aantrekkingskracht van

cultuur op hoogopgeleide, creatieve mensen. Cultuur in de stad kan in theorie nog op een tweede manier de voorraad *human capital* vergroten. Theaters, maar ook horeca in de esthetisch aantrekkelijke omgeving van een historische binnenstad, zijn dé plekken waar creatieve hoogopgeleiden elkaar ontmoeten, ideeën uitwisselen, en zo elkaars kennis en creativiteit en het onderlinge vertrouwen vergroten. Cultuur is in die visie een ontmoetings- en een broedplaats voor nieuwe ideeën. (Florida 2002) Als bedrijven die ideeën vervolgens te gelde weten te maken, leidt die kennisaccumulatie tot meer economische voorspoed in de stad waar de culturele instellingen zich bevinden.

Cultuur emancipeert

De internationale wetenschappelijke literatuur meet het belang van cultureel kapitaal breed uit. Cultuur zou mensen een spiegel voorhouden, in aanraking brengen met afwijkende denkbeelden en hen daardoor tolerant en flexibel maken. Dat maakt ze naar verluid niet alleen een beter mens, maar zou via een grotere flexibiliteit en meer productiviteit ook op de werkvloer te merken zijn. Op basis van die veronderstelling is in een internationale crosssectieanalyse bijvoorbeeld aangetoond dat de economische groei in landen met veel cultureel erfgoed gemiddeld hoger is. (Faria 2004)

Dergelijke effecten lijken misschien minder relevant vanuit het perspectief van de stad, maar cultuur kan ook voor de directe woonomgeving belangrijk zijn. Als cultuur mensen emancipeert en bevolkingsgroepen integreert, heeft dat mogelijk positieve effecten op de sociale samenhang en de leefbaarheid in de buurt. Bovendien kunnen culturele evenementen de trots op de eigen cultuur en de buurt vergroten en zo het zelfvertrouwen en de collectieve identiteit versterken. (Stanziola 1999) Cultuur wordt beleidsmatig dan ook steeds vaker ingezet voor de aanpak van achterstands-

wijken en speelt ook een rol in het omvormen van probleemwijken tot prachtwijken zoals het nieuwe kabinet ambieert. Verschillende studies concluderen inderdaad dat deelname aan culturele activiteiten in de buurt leidt tot meer zelfvertrouwen, meer sociale contacten en een groter gevoel van veiligheid in en tevredenheid met de woonomgeving. Andere studies laten zien dat jongeren die deelnemen aan culturele activiteiten minder vaak crimineel zijn. (Marlet 2007d) Door het gebrek aan landsdekkende data over cultuur in de buurt en cultuur-educatie op school beperkt empirisch onderzoek naar de sociale effecten van cultuur zich tot op heden echter noodgedwongen tot casestudies, die vooralsnog geen overtuigende bewijzen leveren voor die veronderstelde sociale effecten. (Haanstra 2000)

De kunst van investeren

Ondanks de vrij uitvoerige opsomming van het maatschappelijk belang van cultuur richten de voorgenomen beleidsmaatregelen onder het kopje Kunst en cultuur in het regeerakkoord van het kabinet-Balkenende IV zich vooral op de hierboven besproken sociale functie van cultuur. Vooralsnog lijken echter vooral de individuele en economische effecten van cultuur

Cultuur
wordt
steeds
vaker
ingezet
voor de
aanpak
van
achter-
stands-
wijken

meetbaar van belang te zijn voor stedelingen. Maar landelijk cultuurbeleid is dan ook niet primair gericht op dat lokale belang, hoewel de implicaties daarvan voor de verschillen tussen steden natuurlijk wel van groot belang kunnen zijn. Zo is de eventuele uitbreiding van het aantal lokale theatergezelschappen zonder reisverplichting gunstig voor de stad waar die zich gaan vestigen, maar ongunstig voor de omliggende steden. De grootste investeringen in locatiegebonden culturele instellingen vinden echter niet plaats door de rijks-, maar door de lokale overheid. Gezien de reikwijdte van de effecten van cultuur is dat (met uitzondering van musea) vanuit economisch en welvaarts-theoretisch perspectief ook terecht.

Dé opgave voor steden is om met cultuurbeleid de sociale samenhang en individuele ontwikkeling van de bewoners in de stad te vergroten, zonder daarbij het economische belang van cultuur voor de stad uit het oog te verliezen en de rentabiliteit van bijvoorbeeld theaters onder druk te zetten. Als cultuur in de stad zich nog slechts beperkt tot goedverkopend amusement, kan dat weliswaar goed zijn voor het kasboek van de podia, maar tegelijkertijd de (naar verwachting veel grotere) economische effecten van cultuur voor de stad frustreren. Een maandenlang uitverkocht musicaltheater in de stad (dat dus niet spontaan door de eigen inwoners te bezoeken is) kon voor de stad wel eens minder baten opleveren dan een kleinschaliger en gevarieerder aanbod dat dagelijks en op ieder moment van de dag beschikbaar is voor de inwoners van de stad. Volle zalen zijn – zelfs vanuit economisch perspectief – geen garantie voor succes. En lege zalen doen niet per se iets af aan het belang van cultuur voor de stad.

Literatuur

- Coslor, E. (2001) *Work hard, play hard: the role of nightlife in creating dynamic cities*. S.l.: s.n.
- Engert, K. (1997) *Kunst, Kultur und Kreativität in einer Metropole: Stadtgeographische und stadtwirtschaftliche Implikationen einer empirischen Untersuchung in Mailand*. Bremen: Universität Bremen.
- Faria, J.R. en M. Leon-Ledesma (2004) *Cultural heritage and growth*. Canterbury: University of Kent.
- Florida, R. (2002) *The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Haanstra, F. (2000) 'Dutch studies of the effects of arts education programs on school success'. In: *Studies in Art Education*, vol. 42, nr. 1, 20-35.
- Heilbrun, J. en C. Gray (1998) *The economics of art and culture, an American perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- KPMG en Amsterdams Uitburo (1996) *De kunsten gewaardeerd: de maatschappelijke en economische betekenis van de professionele kunsten voor Amsterdam*. Amsterdam: AUB.
- Marlet, G. en I. Tames (2002) *Muziek in de stad*. Breukelen: NYFER.
- Marlet, G. en C. van Woerkens (2005) *Tolerance, aesthetics, amenities or jobs? Dutch city attraction to the creative class*. Utrecht: Utrecht School of Economics/Universiteit Utrecht.
- Marlet, G. en C. van Woerkens (2007a) *Atlas voor gemeenten 2007, thema cultuur*. Utrecht: Stichting Atlas voor gemeenten.
- Marlet, G. en C. van Woerkens (2007b) 'The Dutch creative class and how it fosters urban employment growth'. In: *Urban Studies*, vol. 44, nr. 13, 1-21.
- Marlet, G., J. Poost, en F. Laverman (2007c) *De kunst van investeren in cultuur*. Amsterdam/Utrecht: SEO/Stichting Atlas voor gemeenten.
- Marlet, G. en C. van Woerkens (2007d) *Op weg naar Early Warning: omvang, oorzaak en ontwikkeling van problemen in de wijk*. Utrecht: Stichting Atlas voor gemeenten.
- Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (2006) *Destinatie Holland: de buitenlandse toerist nader bekeken*. Leidschendam: NBTC.
- Palmer, J. (2002) *Bread and circuses: the local benefits of sports and cultural businesses*. Toronto: C.D. Howe Institute.
- Plaza, B. (2000) 'Evaluating the influence of a large cultural artefact in the attraction of tourism: the Guggenheim Museum Bilbao Case Study'. In: *Urban Affairs Review*, vol. 36, nr. 2, 264-274.
- Ruiz (2004) *A literature review of the evidence base for culture, the arts and sport policy*. Edinburgh: Social Research.
- Stanziola, J. (1999) *Arts, government and community revitalization*. Ashgate: Aldershot (VK).
- Throsby, C. (1982) 'Social and economic benefits from regional investment in arts facilities: theory and application'. In: *Journal of cultural economics*, vol. 6, nr. 1, 1-14.

Gerard Marlet

is directeur van economisch onderzoeksinstituut Atlas voor gemeenten, tevens verbonden aan de Utrecht School of Economics, Universiteit Utrecht. Hij publiceert over zeer uiteenlopende onderwerpen, zoals recent het boek Volle Bak, over wielrenner Michael Boogerd (Uitgeverij De Arbeiderspers).

Noten

- 1 Indeling afgeleid van Marlet 2007c.
- 2 Het gaat hier dus om de effecten van cultuur voor de stad. Voorzover dat daarmee geen overlap vertoont, blijft het belang van cultuur voor Nederland, alsmede voor het land in internationaal perspectief, in deze analyse buiten beschouwing.
- 3 Zie voor een overzicht: Ruiz 2004, 61-68.
- 4 Dit zou ook een legitimering van het profijtbeginsel kunnen zijn, hoewel hier allerlei haken en ogen aan zitten. Zie: Marlet (2007c).
- 5 Dat verschil tussen musea en theaters komt doordat het bij bestedingseffecten gaat om bestedingen van mensen van buiten de stad, die zonder de culturele instelling geen geld in de stad zouden hebben uitgegeven. Bestedingen van stedelingen zelf die naar het theater gaan vallen niet onder de economische effecten van cultuur, omdat ervan wordt uitgegaan dat die bezoekers de bestedingen ook zonder de aanwezigheid van het theater gedaan hadden.
- 6 Zie voor een uitgebreide analyse van de problemen in Nederlandse wijken Marlet 2007d.

De legitimering van filmkunst

Peter Bosma Filmkunst vergroot de diversiteit en de variatie van zowel het collectieve als het individuele geheugen. Hoe meer kanalen er bestaan voor de presentatie en promotie van filmkunst, hoe beter het is.

Filmkunst was vanouds een elitair verschijnsel. Ook in deze tijd komt het publiek noch spontaan, noch massaal naar zaalvertoningen van filmkunst. Waarom is dat jammer? Met deze vraag zitten we meteen bij de kern van de legitimering van filmkunst. Maar voordat we kunnen denken aan een antwoord, is het noodzakelijk de definitie van filmkunst aan de orde te stellen. Mijn eerste strategie om tot een definitie van filmkunst te komen, is het koppelen van de afbakening van filmkunst aan de activiteit van de toeschouwer. Mijn tweede definitiestrategie ligt in een institutionele blik: filmkunst is alles wat algemeen als filmkunst wordt aanvaard.

Het best mogelijke antwoord op de legitimeringsvraag van filmkunst is mijns inziens het klassieke argument dat filmkunst de diversiteit en de variatie van zowel het collectieve als het individuele geheugen vergroot en daarnaast ook het collectieve en individuele referentiekader verrijkt. Filmkunst is een tegengif tegen

zelfingenomenheid en eentonigheid, het maakt het repertoire aan beschikbare verhalen groter: verhalen over de eigen positie in de wereld, over de beleving van het verleden en over de contouren van mogelijke werelden. Filmkunst geeft voeding aan de beschrijving en het begrip van de eigen identiteit (wie ben ik, waar kom ik uit voort) en geeft inspiratie voor de acceptatie van de verbeelding van andere werelden (ideaalbeelden, doembeelden, droombeelden). Filmkunst stelt de toeschouwer in staat met een frisse blik naar de eigen werkelijkheid te kijken, filmkunst ontregelt de dagelijkse waarnemingsroutine.¹ Deze rechtvaardiging van filmkunst is terug te brengen tot de essentiële levensvraag: welke films hebben een blijvende indruk op de toeschouwer gemaakt, zowel terugblikkend (puttend uit herinneringen aan de kindertijd en de pubertijd) als rondkijkend (de balans van de afgelopen maand, of het afgelopen jaar)?