

Cultuur in de stad (2)

Gerard Marlet In zijn bijdrage aan de vorige *Boekman* ging Gerard Marlet in op het belang van kunst en cultuur voor steden en gemeenten. In dit tweede deel van zijn tweeluik doet hij aanbevelingen hoe dit belang van cultuur door gemeentelijk beleid ondersteund kan worden.

Bij het behandelen van de vraag hoe lokale overheden het beste in cultuur kunnen investeren, vormen de vier effecten van cultuur op de stad impliciet het afwegingskader¹: allereerst de waarde die de inwoners van de stad hechten aan (de mogelijkheid van) het bezoeken van culturele uitingen, maar ook het belang van cultuur voor de aantrekkingskracht van een stad op mensen en (indirect) bedrijven, voor het stimuleren van toerisme, en mogelijk voor de sociale samenhang in de wijken van de stad.

Een deel van effecten van cultuur loopt via (actieve of passieve) deelname aan cultuur, voor een ander deel is de aanwezigheid van cultuur in de stad voldoende om het effect te laten optreden. Die aanwezigheid van (*presence*) en deelname aan cultuur (*participation*) zijn in een Amerikaanse studie al eens als de belangrijkste onderdelen van de culturele vitaliteit van steden en wijken genoemd. (Jackson 2006)

De individuele waardering voor cultuur (en

de afgeleide effecten op persoonlijke ontwikkeling) lijkt op het eerste gezicht afhankelijk van actieve of passieve deelname aan cultuur van die inwoner van de stad, maar die is niet noodzakelijk. Veel mensen kennen puur aan de aanwezigheid van cultuur al waarde toe: de optiewaarde – de mogelijkheid om er gebruik van te kunnen maken. Bovendien waarderen mensen de esthetiek van monumenten, architectuur en cultureel erfgoed in de stad.

De sociale effecten van cultuur op de integratie van verschillende bevolkingsgroepen en de sociale samenhang in stad of wijk lopen wel vooral via (actieve) deelname. Dat effect is naar verwachting ook lang niet aan alle soorten cultuur toe te schrijven, maar voornamelijk aan wat hier is samengevat als ‘cultuur in de buurt’. (Guetzkow 2002, 5) Voor toeristische bestedingen in de stad lijkt (passieve) deelname noodzakelijk, hoewel ook de aanwezigheid van cultureel erfgoed zoals mooie architectuur en

een historische binnenstad voldoende is om toeristen naar de stad te lokken. (Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen 2006) Ook voor de aantrekkingskracht van cultuur op verhuizende bedrijven en huishoudens is de aanwezigheid van cultuur in de stad voldoende en daadwerkelijke deelname niet noodzakelijk.

De effecten die aan cultuur in de stad worden toegeschreven lopen dus enerzijds via deelname aan cultuur. Anderzijds lopen ze ook simpelweg via de aanwezigheid van cultuur in de stad, het aanbod dus. Om te weten welke steden en gemeenten in Nederland het meest profiteren van cultuur zijn dus twee vragen van belang: waar is het culturele aanbod het grootst en in welke steden nemen de inwoners het meest deel aan cultuur?

Spreiding van cultuur

Het aanbod concerten en theatervoorstellingen blijkt in Nederland het grootst voor de inwoners van de steden, en van suburbane gemeenten net buiten de steden. Vooral in de regio's Amsterdam en Utrecht kent de culturele infrastructuur een hoge dichtheid. Voor de inwoners van de noordvleugel van de Randstad is het culturele aanbod ongeveer eens zo groot als voor de

inwoners in de zuidvleugel. Buiten de Randstad concentreren de podiumkunsten zich vooral in Groningen, Nijmegen en in de Brabantse steden. Hoewel de meeste musea zich in de steden bevinden, blijkt de regionale beschikbaarheid van musea per inwoner vaak juist in de gemeenten buiten de steden, en buiten de Randstad, groot te zijn. Vooral in het noorden van het land en in delen van Overijssel en Gelderland, hebben de inwoners relatief veel musea tot hun

Vooraf inwoners van Utrecht en Amsterdam zijn frequente theaterbezoekers

beschikking. Het zuiden van het land blijft daar duidelijk bij achter. (Marlet 2007b)

Het bezoek aan podiumkunsten blijkt in steden hoger te zijn dan in het ommeland. Inwoners van steden bezoeken jaarlijks gemiddeld ongeveer vijftig procent vaker een concert of theater dan inwoners van overige gemeenten. Het cultuurbereik in suburbane gemeenten dicht bij de grote steden is weer hoger dan dat in de meer landelijk en perifeer gelegen gemeenten. Dat heeft behalve met het gemiddeld hogere opleidingsniveau te maken met het goed bereikbare aanbod in de steden.

Tussen steden bestaan belangrijke verschillen. Van de grote steden in de Randstad blijken vooral de inwoners van Utrecht en Amsterdam frequente theaterbezoekers te zijn. De Rotterdammer gaat gemiddeld half zo vaak naar voorstellingen; het cultuurbereik in Den Haag ligt daartussenin. Die verschillen worden voor het grootste deel verklaard door de bevolkings-

samenstelling van die steden.

Ook het museumbezoek in steden blijkt gemiddeld hoger te zijn dan in het ommeland, maar minder geprononceerd dan bij het bezoek aan theaters en concerten. De bevolking van steden is weliswaar gemiddeld hoogopgeleid, maar in steden wonen gemiddeld ook veel jongeren. Terwijl juist de bevolkingsgroep vanaf veertig jaar vaak musea bezoekt. Daarom is juist ook in kleinere gemeenten in Gelderland en Overijssel, met naar verhouding veel veertigplussers, het museumbezoek opvallend hoog. Het relatief hoge museumbezoek in Gelderland wordt tevens verklaard door het relatief grote museumaanbod in die regio. In veel andere regio's is er – ondanks het feit dat het museumbezoek deels afhankelijk is van het aanbod – naar verwachting juist een belangrijke discrepantie tussen het museumbezoek en het regionale aanbod van musea. Die discrepantie tussen vraag en aanbod is in ieder geval groter dan bij concerten en theatervoorstellingen. (Marlet 2007b)

Investerings van steden zouden zich kunnen concentreren op de punten waar het in een bepaalde stad op dit moment aan ontbreekt: aanbod of deelname. Het is echter niet gezegd dat investeringen in aanbod in steden met

weinig aanbod de beste investering is. Dat zal sterk afhangen van het soort cultuur en de vraag hoe belangrijk schaalvoordelen zijn. Bovendien lijkt in de meeste gevallen een combinatie van investeringen in aanbod en deelname het beste recept omdat beide sterke interactie met elkaar vertonen. Zo verhoogt deelname aan cultuur op jonge leeftijd de waarde die mensen op latere leeftijd toekennen aan de aanwezigheid van cultuur in de stad. (Lévy-Garboua 2002)

Behalve de sloophamer wordt ook cultuur vaak ingezet in het wijkbeleid

Investeren in deelname levert dus niet alleen de daaraan toegeschreven effecten op, maar zal ook de waarde van de aanwezige cultuur in de stad – het consumentensurplus en de optie-waarde – op termijn verhogen. En omgekeerd is de mate waarin de stedelijke bevolking deelneemt aan cultuur – naast de karakteristieken van die bevolking – voor een deel weer afhankelijk van het aanbod in stad en regio.

Wijk, stad of regio?

Als de keuze van een stad valt op investeringen in het culturele aanbod, dan is vervolgens het schaalniveau van die investeringen van groot belang. Moet geïnvesteerd worden in cultuur in wijken? Of juist in de binnenstad? Of kan geprofileerd worden van het aanbod in naburige steden?

Investeren in cultuur in wijken lijkt op dit moment in de mode te zijn. Leefbaarheid in wijken is in Nederland weer een actueel thema; het kabinet-Balkenende IV wil van de Nederlandse

probleemwijken in tien jaar tijd prachtwijken maken. Behalve de sloophamer wordt ook cultuur vaak ingezet in het wijkbeleid. Aan cultuur worden zoals gezegd positieve effecten op de leefbaarheid en sociale cohesie in de wijk toegeschreven. Bovendien kan cultuur zorgen voor *gentrification* en regeneratie van de wijk.

Maar betekent dat ook automatisch dat investeringen zich het beste kunnen richten op cultuur in de wijk, in plaats van cultuur in de binnenstad of de regio? Dat is nog maar de vraag. Over de effectiviteit van cultuur in de buurt is nog onvoldoende bekend. In ieder geval blijkt uit mijn modellen dat een theater in de stad wel, en een theater in de wijk niet (extra) meetbaar van invloed is op de aantrekkingskracht van die wijk. Met andere woorden: als het gaat om de aantrekkingskracht van een stad profiteren alle wijken in de stad van een theater in de stad, maar de wijk waarin dat theater ligt, profiteert niet meer dan de andere wijken in de stad.

Vanwege de schaalvoordelen is er dan ook veel voor te zeggen om het culturele aanbod juist in de binnensteden te concentreren. Vanuit het perspectief van het kasboek van het theater zelf is een goed bereikbare locatie buiten de stad misschien optimaal (hoewel de Utrechtse Rode Doos dat idee logenstraft). Vanuit het perspectief van het belang van de stad is de Utrechtse investering in de uitbreiding van Muziekcentrum Vredenburg (het Muziekpaleis) effectiever dan een investering in een theater in de nieuwe wijk Leidsche Rijn. Bij dit soort afwegingen hoeven een optimaal rendement van een theater en optimalisering van het maatschappelijk belang voor de stad dus niet per se parallel te lopen.

Ook het regionale aanbod podiumkunsten blijkt volgens mijn modellen overigens van invloed te zijn op de aantrekkingskracht van een stad. Dat betekent dat Haarlemmeer meeprofiteert van het aanbod in Amsterdam,

en Arnhem van dat in Nijmegen. Dat effect is echter veel kleiner dan dat van het cultuur-aanbod in de eigen stad; een stad als Arnhem kan dan ook niet volledig vertrouwen op investeringen in podiumkunsten in het nabijgelegen Nijmegen. Als alleen Nijmegen zou investeren in cultuur verbetert de relatieve vestigingsaantrekkelijkheid van Arnhem ten opzichte van bijvoorbeeld Apeldoorn weliswaar, maar ten opzichte van Nijmegen verslechtert die. Arnhem doet er dan ook goed aan, zelf te investeren in het stedelijke cultuuraanbod.

Achterstandswijken

Wat hebben mensen in achterstandswijken, die vaak helemaal niet geïnteresseerd zijn in cultuur, aan cultuur in de binnenstad? Allereerst kan de deelname aan cultuur niet alleen groot worden met een cultureel buurtcentrum, maar ook met het verbeteren van de toegankelijkheid van het aanbod in de binnenstad. Maar het belangrijkste is dat de laagopgeleide bevolking in achterstandswijken indirect kan profiteren van de aantrekkingskracht van de culturele stad op toeristen en een hoogopgeleide bevolking. Zowel de bestedingen van toeristen als de aantrekkingskracht van een hoogopgeleide bevolking op bedrijven zal uiteindelijk juist veel werkgelegenheid voor laagopgeleiden in horeca, detailhandel en andere verzorgende sectoren opleveren (*trickle down*). Zelfs vanuit het perspectief van de bestrijding van achterstanden en revitalisering van probleemwijken zijn investeringen in cultuur in de binnenstad waarschijnlijk indirect van belang.

Daarop is in ieder geval één uitzondering. Bij het fenomeen van *gentrification* speelt cultuur een belangrijke rol. Als kunstenaarsscenes zich in een bepaalde wijk vestigen en daar culturele instellingen stichten zoals alternatieve theaters, filmhuizen of galerieën, dan kan dat voor andere mensen reden zijn om graag in zo'n wijk te willen wonen. Dit proces van *gentrification*

kan ervoor zorgen dat voormalige achterstandswijken een gezondere bevolkingsmix krijgen met meer koopkracht. Mensen gaan de huizen in zo'n wijk opknappen en besteden er meer, zodat ook de wijk het economisch beter gaat doen. (Kolko 2000; Guetzkow 2002) Bekende Nederlandse voorbeelden van gegentrificeerde wijken zijn De Pijp in Amsterdam en Lombok in Utrecht, en internationaal wordt altijd gewezen op Mitte en Prenzlauer Berg in Berlijn. (Bernt 2002)

Mijn modellen tonen empirisch aan dat kunstenaars in de wijk de aantrekkingskracht van de wijk kunnen vergroten, terwijl dat effect op stadsniveau juist niet meetbaar is. Hier lijkt het juiste schaalniveau van eventuele investeringen dus wel de wijk te zijn. Dat resultaat mag overigens beleidsmatig niet zonder meer leiden tot de conclusie dat investeringen in kunstenaars in de wijk automatisch de aantrekkingskracht vergroten. In een achterstandswijk nabij het centrum met veel vooroorlogse woningen is de kans veel groter dat dit effect optreedt dan in de Amsterdamse Bijlmer of het Utrechtse Overvecht. Kunstenaars in de wijk lijken vooral in combinatie met architectuur en monumenten (in de zin van een historische en esthetisch aantrekkelijke

woningvoorraad) een succesvol recept te kunnen zijn voor spontane revitalisering van de wijk. En bovendien moeten er nogal wat eisen gesteld worden aan die kunstenaars. Het effect op de wijk loopt immers via de zichtbare culturele en culinaire uitingen in de wijk. Daarvoor is het dus noodzakelijk dat kunstenaars zich openstellen naar de wijk. Van kunstenaars die zich in een oude fabrieksloods afzonderen van de buitenwereld zal dat effect niet uitgaan.

Festivals zijn vaak minder gericht op de eigen bevolking en meer op toeristen

Musea, theaters of festivals?

Als investeringen in het cultureel aanbod in de (binnen)stad een goed idee zijn, is het vervolgens de vraag in welke soort cultuur dan geïnvesteerd moet worden. Dat is ten dele afhankelijk van het doel van de investering. Is het doel om toerisme te bevorderen, dan liggen investeringen in musea en monumenten meer voor de hand dan investeringen in theaters. Toeristen blijken vooral op musea en monumenten af te komen en veel minder op podiumkunsten. Is het echter de bedoeling om met investeringen in cultuur de eigen inwoners te bedienen, en de vestigingsaantrekkelijkheid voor bedrijven en huishoudens te vergroten, dan liggen investeringen in theaters meer voor de hand.

Het effect van podiumkunsten op de aantrekkingskracht van steden is vrij overtuigend bewezen, terwijl voor musea nog geen meetbaar effect op die aantrekkingskracht is gevonden. Musea zijn in tegenstelling tot theaters vaak

dan ook niet op de plaatselijke bevolking gericht; ze zijn 's avonds meestal niet open en kunnen dan ook geen ontmoetingsplaats zijn voor de plaatselijke bevolking. Of, zoals Frans Haks het treffend zei tijdens de opening van het Pleinmuseum op het Neude in Utrecht: 'De openingstijden van de klassieke musea zijn eigenlijk belachelijk. Op tijden dat iedereen werkt zijn zij open.' Als de openingstijden van musea worden verruimd, de horecafunctie wordt versterkt en ze beter geïntegreerd worden in de (historische) binnenstad, is het natuurlijk wel denkbaar om ook met musea de aantrekkingskracht van steden te vergroten.²

Er zijn echter grote regionale verschillen in de kans op succes van dergelijke investeringen. Een extra museum in Amsterdam zal meer effect hebben op het toerisme en de bestedingen dan een extra museum in Almere of Heerlen. Dat heeft te maken met de schaalvoordelen die noodzakelijk zijn om toeristen aan te trekken; een enkel museum is over het algemeen (er zijn dus uitzonderingen, zoals Guggenheim nabij Bilbao) onvoldoende om een grote stroom toeristen naar de stad te lokken. Daarvoor is een zekere omvang van het culturele aanbod nodig inclusief andere redenen voor een toerist om een stad te bezoeken, zoals een historische binnenstad, een goed klimaat of een interessant uitgaansleven. In het Nederlandse perspectief lijken naast Amsterdam niet zo heel veel steden voldoende aantrekkingskracht op buitenlandse toeristen uit te oefenen om investeringen in een museum maatschappelijk rendabel te maken.³

Voor veel Nederlandse steden zullen investeringen in podiumkunsten naar verwachting meer opleveren dan investeringen in musea. Het rendement van investeringen in podiumkunsten is zoals gezegd veel minder afhankelijk van toeristen en veel meer van aantrekkingskracht op de (eigen) bevolking. Hoewel de omvang van dat effect zal verschillen tussen

steden, en waarschijnlijk afhankelijk is van de ligging van de stad, is hier voor iedere stad in Nederland naar verwachting winst te behalen. Het is in dat licht bijvoorbeeld ook begrijpelijk dat het college van Almere heeft besloten geen financiële bijdrage te leveren aan het Annie M.G. Schmidt-huis, maar in plaats daarvan meer te investeren in theater De Roestbak.⁴ De stijging van Almere op de jaarlijks in de *Atlas voor gemeenten* gepresenteerde woonaantrekkelijkheidsindex (zie deel IV van de *Atlas*) die de programmering van dat theater (in tegenstelling tot dat van een nieuw museum) zou opleveren, is illustratief voor het belang van een dergelijke keuze voor specifieke investeringen in cultuur in de stad.

Groot of klein, permanent of tijdelijk?

De volgende vraag is of het maatschappelijke rendement van theaters het grootst is door te investeren in een groot poppodium, een musicaltheater, een megabioscoop of juist een divers aanbod kleinschalig theater en alternatieve muziekscenes. Daarover zijn de meningen verdeeld. (Clark 2003 versus Florida 2002) Het ligt voor de hand dat dit per stad en regio verschilt.

Datzelfde geldt voor het rendement van een vast theateraanbod versus tijdelijke festivals. Het vaste aanbod heeft als voordeel dat de bewoners van een stad er iedere dag en op ieder moment van de dag terecht kunnen, zonder dat van tevoren te plannen. Juist dat aspect van cultuur blijkt van groot belang te zijn voor de aantrekkingskracht van de stad op een hoogopgeleide, creatieve bevolking. Festivals hebben dat niet en lijken bovendien vaak minder gericht te zijn op de eigen bevolking en meer op toeristen; ze zijn vaak in de zomer als de eigen bevolking op vakantie is. Festivals veroorzaken bovendien vaak veel overlast voor die eigen bevolking zodat er ook een reden is om juist dan op vakantie te gaan. Maar festivals kunnen snel faam verwerven en daarmee het imago van de

stad versterken en zo toeristen en bedrijven aantrekken. Maar net als voor musea geldt ook in dit geval waarschijnlijk dat die roem maar voor een zeer klein deel van de festivals is weggelegd, zoals het North Sea Jazz of het International Filmfestival Rotterdam. Er zijn echter ook festivals die kenmerken vertonen die overeenkomen met die van de podiumkunsten: een frequent aanbod gericht op de eigen bevolking. Te denken valt hierbij aan de Culturele Zondagen in Utrecht.

Creatief kijken

Effectief investeren in cultuur in de stad is een hele kunst. Het belang van cultuur in de stad is min of meer overtuigend aangetoond, maar dat wil niet zeggen dat iedere investering gegarandeerd succesvol is. De recente discussie over dure lokale investeringen in podia en (als gevolg daarvan) gebrek aan geld voor onder andere een interessante programmering en professioneel zakelijk beleid illustreert dat. Bovendien moeten de middelen evenwichtig over de stad verdeeld worden zonder dat dit ten koste gaat van de rentabiliteit van instellingen. Dat betekent niet ineens alle middelen verplaatsen van de binnenstad naar de achterstandswijk, en daarmee het aanbod in de binnenstad laten verschromelen en zo de aantrekkingskracht van de stad verkwanselen. Dat betekent ook creatief kijken naar het prijsbeleid van de podia – met het profijtbeginsel en prijsdifferentiatie in de hand kan de verliesgevendheid van theaters wellicht worden aangepakt (zie ook: Marlet 2007a) – maar dat mag niet ten koste gaan van de bereikbaarheid van cultuur voor de inwoners van de stad. En dat mag – tot slot – ook niet ten koste gaan van de variëteit in het aanbod.

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).

Literatuur

- Bernt, M. en A. Holm (2002) 'Gentrification in Ostdeutschland: der Fall Prenzlauer Berg'. In: *Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften*, jrg. 41, 2, 125-150.
- Clark, T. (2003) 'Urban amenities: lakes, opera, and juice bars. Do they drive development?' In: *The city as an entertainment Machine*, 103-140.
- Florida, R. (2002) *The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Guetzkow, J. (2002) *How the arts impact communities: an introduction to the literature on arts impact studies*. Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies.
- Jackson, M., F. Kabwasa-Green en J. Herranz (2006) *Cultural vitality in communities: interpretation and indicators*. Washington: The urban institute.
- Kolko, J. (2000) *The economics of gentrification*. Harvard: Harvard University.
- Lévy-Garboua, L. en C. Montmarquette (2002) *The demand for the arts*. Montreal: Cirano.
- Marlet, G., J. Poort en F. Laverman (2007a) *De kunst van investeren in cultuur*. Amsterdam/Utrecht: SEO/Stichting Atlas voor gemeenten.
- Marlet, G. en C. van Woerkens (2007b) *Atlas voor gemeenten 2007, thema cultuur*. Utrecht: Stichting Atlas voor gemeenten.
- Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (2006) *Destinatie Holland: de buitenlandse toerist nader bekeken*. Leidschendam: NBTC.

Noten

- 1 Zie voor bespiegelingen over deze vraag vanuit een nationaal perspectief en in het kader van een maatschappelijke kosten-batenanalyse (mkba) voor cultuur Marlet 2007a.
- 2 Overigens is deze afweging hier nadrukkelijk gemaakt vanuit het perspectief van de stad. Vanuit landelijk perspectief kan die afweging heel anders uitvallen omdat het cultureel erfgoed in musea net als een canon van de literatuur of de geschiedenis vanuit een landelijk gezichtspunt veel belangrijker kan zijn dan vanuit het perspectief van de stad.
- 3 Dat wil overigens nog niet zeggen dat alle investeringen in musea in Amsterdam moeten plaatsvinden; er kan ook een verzadigingsniveau bereikt zijn waarbij een extra museum nauwelijks meer extra toeristen trekt.
- 4 Zie: *Binnenlands Bestuur*, 26 januari 2007, p. 45.