

Kunst en consumentengunst

Een economische benadering*

René Goudriaan In het naoorlogse cultuurbeleid wordt een grote betekenis toegekend aan culturele participatie door brede lagen van de bevolking. Overeenkomstig dit uitgangspunt dienen financiële drempels voor deelname aan culturele activiteiten zo veel mogelijk te worden geslecht, in het bijzonder voor mensen afkomstig uit de lagere inkomensklassen. Mede met het oog op deze doelstelling is de financiële betrokkenheid van de overheid bij de culturele sector sterk toegenomen. Opvallend is dat deze relatie zich vooral manifesteert in de vorm van directe subsidies aan de culturele instellingen. Cultuurspreiding laat zich immers het beste realiseren met gerichte subsidies aan (potentiële) consumenten van kunst.

Inleiding

Het rijk en de lagere overheden hebben in het afgelopen decennium pogingen ondernomen om door invoering of verhoging van toegangsprijzen hun budgettaire betrokkenheid enigszins te beperken dan wel de groei daarvan iets in te dammen. Dat stuit in veel gevallen op politieke problemen, ondanks het feit dat toegangsprijzen voor culturele activiteiten maar een klein beslag leggen op de bestedingsruimte van consumenten: inclusief bioscopen

slechts ongeveer 2 procent. In de politieke discussie, waarbij de managers van culturele instellingen zich doorgaans niet onbetuigd laten, worden vaak de volgende bezwaren tegen versterkte toepassing van het profijtbeginsel in de culturele sector aangevoerd:

- het aantal bezoeken aan culturele activiteiten zal drastisch dalen ('vraaguitval'), waardoor uiteindelijk de budgettaire opbrengsten bescheiden of mogelijk zelfs negatief zullen zijn;

- vooral mensen uit de lagere inkomensklassen zullen van een bezoek worden weerhouden. Blijkbaar bestaat de indruk dat economische factoren zoals het inkomen en de toegangsprijzen bij uitstek de determinanten zijn van cultuurdeelname. Onduidelijk is waarop dit idee is gebaseerd; in ieder geval niet op de resultaten van empirisch onderzoek. In deze zeer beperkte visie op de determinanten van cultuurdeelname wordt de invloed van andersoortige aspecten van cultuurdeelname als sociale waardering, statusverwerving, leerprocessen en ouderlijk milieu - factoren waarvan op theoretische gronden mag worden aangenomen dat zij een matigende invloed uitoefenen op de potentiële prijsgevoeligheid van culturele participanten - volstrekt genegeerd. Aangenomen mag worden dat kennis over de kwantitatieve betekenis van economische factoren voor de omvang en samenstelling van de deelname aan culturele activiteiten niet algemeen verspreid is. Verder kan ik mij niet aan de indruk onttrekken dat managers van culturele instellingen onder het mom van sociale bewogenheid geneigd zijn om de mogelijke gevolgen van prijsverhogingen op het bezoek in overdreven zwartgallige termen te schetsen. Deze maskerade lijkt vooral ingegeven te zijn door een sterke voorkeur voor instandhouding van het huidige subsidieniveau.

Gezien de intensivering van het profijtbeginsel - ook in de culturele sector - is het opvallend dat de afgelopen jaren in Nederland zo weinig onderzoeksresultaten op dit terrein zijn gepubliceerd, zeker wat betreft de relatie tussen de hoogte van de toegangsprijzen en de publiekssamenstelling. Vermoedelijk wordt hiernaar door culturele instellingen of subsidieverschaffers incidenteel wel onderzoek gedaan, maar vinden de resultaten daar - van niet de weg naar de wetenschappelijke tijdschriften. Kortom, er bestaan voldoende

redenen om nog eens wat resultaten van eerder onderzoek op het terrein van podiumkunsten en musea voor het voetlicht te brengen en de analyses op een aantal punten uit te breiden.

In dit artikel wordt de kwantitatieve betekenis belicht van economische factoren voor cultuurdeelname. Om maar onmiddellijk met de deur in huis te vallen: er bestaat geen economische theorie van cultuurdeelname. Daarom wordt aangesloten bij de micro-economische theorie van het consumentengedrag. Het bezoek aan kunstuitingen wordt gezien als een vorm van consumptie, welke onderhevig is aan de invloed van een aantal economische factoren. De preferentiestructuur van consumenten - in dit geval vooral de mate van kunstappreciatie - wordt als gegeven beschouwd. Over de esthetische, psychologische en sociale achtergronden van de motieven voor cultuurdeelname hebben economische theorieën weinig te melden.

De probleemstelling is bescheiden: in welke mate wordt de deelname aan culturele activiteiten beïnvloed door economische factoren, zoals het beschikbare inkomen, toegangsprijzen en prijzen van andere, meestal concurrerende goederen en diensten ('substituten'). Door wijzigingen in deze grootheden kan het gedrag van sommige deelnemers aan culturele activiteiten veranderen. Zo kan een forse stijging van de toegangsprijzen er - althans in theorie - toe leiden, dat sommige participanten de frequentie van hun bezoek aan culturele voorzieningen verminderen of hun bezoek beëindigen. Dit verschijnsel wordt ook wel als de 'wet van de vraag' aangeduid: een negatieve relatie tussen de hoogte van de prijs van een produkt en de vraag naar dat produkt (hier: het aantal bezoeken een culturele activiteit). De

prijisgevoeligheid wordt gemeten via de prijselasticiteit van de vraag. Deze maatstaf geeft aan met welk percentage het aantal bezoeken daalt, wanneer de toegangsprijs met 1 procent wordt verhoogd.¹

De indeling van het artikel is verder als volgt. Eerst wordt ingegaan op het gehanteerde theoretische kader. Dit raamwerk wordt vervolgens gebruikt bij een econometrische analyse op macroniveau van de prijs- en inkomensgevoeligheid van het bezoek aan toneelvoorstellingen, concerten, rijksmusea en bioscopen. De resultaten zijn deels eerder gepubliceerd.² In aansluiting hierop wordt nieuw materiaal over de invloed van het bezit van audiovisuele media op het bezoek aan culturele voorzieningen gepresenteerd. Daarna komen via een analyse op microniveau de effecten van toegangsprijzen op de publiekssamenstelling aan de orde. Ten slotte worden de belangrijkste resultaten samengevat en van enige kanttekeningen voorzien.

Consumentengedrag en cultuurdeelname

consumentengedrag

De elementaire uitgangspunten van de micro-economische theorie van het consumentengedrag zijn eenvoudig.³ Consumenten beschikken over voldoende informatie om een pakket consumptiegoederen te kiezen en handelen rationeel en consistent. Gegeven hun beschikbare inkomen (= de bestedingsruimte), de prijzen van de verschillende goederen en diensten, en hun preferenties schaffen consumenten een zodanig pakket van goederen en diensten aan dat zij hun individuele behoeften ('nut') optimaal bevredigen. Dit optimalisatieproces leidt tot een stelsel van relaties, waarin de vraag naar de verschillende produkten, bijvoorbeeld toneel en concerten, afhangt van het beschikbare

inkomen en de prijzen. In principe betreft dit niet alleen de prijs van de betrokken produkten maar ook de prijzen van andere goederen en diensten. Preferenties van consumenten worden als het ware onthuld door de vraagrelaties. Daarbij wordt verondersteld dat de preferenties van alle consumenten identiek zijn en dat deze in de tijd niet veranderen.

de vraag naar culturele activiteiten

In principe kan het stelsel van vraagrelaties op basis van gegevens over geconsumeerde hoeveelheden, prijzen en inkomens via econometrische methoden worden geschat. Dergelijke analyses vergen gegevens over geconsumeerde hoeveelheden en prijzen van een groot aantal verschillende goederen en diensten. Die gegevens zijn in de praktijk niet in voldoende mate beschikbaar. Hier wordt evenals in veel ander empirisch onderzoek noodgedwongen een pragmatische aanpak gevolgd zodat met relatief weinig gegevens de kwantitatieve betekenis van de verschillende determinanten van de naoorlogse bezoektontwikkeling aan kunstuitingen kan worden getraceerd. Dat kan ook omdat de analyses betrekking hebben op de vraag naar een gering aantal produkten die bovendien slechts een beperkt beslag leggen op de totale bestedingsruimte. Er worden daarom afzonderlijke vraagrelaties voor de diverse culturele activiteiten gespecificeerd en geschat, waarbij de vraag in een bepaald jaar (= het aantal bezoeken aan een culturele activiteit) wordt verklaard uit een aantal economische factoren. Op grond van het voorafgaande figureren in ieder geval de volgende determinanten in de vraagrelatie: de toegangsprijs, het beschikbare inkomen en de prijs van substituten. Als benadering voor eventuele substituten worden alle consumptieve uitgaven voor ontwikkeling en ontspanning genomen. Het is niet mogelijk om

ook de complementaire kosten van het bezoek aan culturele activiteiten (reiskosten, kosten van oppas enzovoort) in de analyses te betrekken. Hierover zijn geen consistente gegevens in de tijd beschikbaar. Dit is een essentiële beperking omdat de toegangsprijs maar een beperkt deel uitmaakt van de totale kosten van een bezoek (CBS 1987).

Een stijging van het beschikbare inkomen leidt door de vergrote bestedingsruimte tot een stijging van het aantal bezoeken. Voorwaarde daarbij is dat alle overige omstandigheden ongewijzigd blijven. In de tijd bezien geeft de inkomensstijging echter niet uitsluitend het effect weer van de toegenomen bestedingsruimte op het bezoek aan culturele activiteiten. Dit wordt veroorzaakt doordat de inkomensontwikkeling nauw gecorreleerd is met de ontwikkeling van het opleidingsniveau van de bevolking. Daardoor wordt impliciet deels een opleidingseffect in beschouwing genomen.⁴ Als de toegangsprijzen worden verhoogd en alle overige omstandigheden niet veranderen, daalt het aantal bezoeken; het omgekeerde geldt wanneer substituten in prijs omhoog gaan.

De vraag naar culturele activiteiten wordt overigens verhoudingsgewijs in geringe mate door veranderingen in de relatieve prijzen beïnvloed. De deelname aan culturele activiteiten berust immers primair op aangeleerde vaardigheden. Veelal zijn die terug te voeren op culturele ervaringen die al op jeugdige leeftijd in het ouderlijk milieu zijn opgedaan. In het leerproces dat hieraan ten grondslag ligt, heeft een cultureel geïnteresseerde al zoveel tijd en energie geïnvesteerd dat deze zich door prijsverhogingen niet zo snel zal laten weerhouden van cultuurdeelname (Withers 1980, p. 738). Anderzijds leiden prijsverlagingen

of het verlenen van gratis toegang op grond van soortgelijke overwegingen niet tot een plotselinge stormloop op culturele voorzieningen. Het aantal personen dat in het bezit is van de noodzakelijke vaardigheden, maar dat door hun inkomenssituatie wordt beperkt in de mogelijkheden tot cultuurdeelname, is gering en heeft meestal betrekking op studenten. Daarbij komt nog dat consumenten in het algemeen hun gedrag niet onmiddellijk en niet volledig aanpassen aan veranderingen in prijzen en inkomens. Huidige aankoopbeslissingen hangen samen met het gedrag in het verleden; de aanpassing aan veranderende prijzen en inkomens vindt met enige vertraging plaats (Phlips 1983, pp. 155-176). Er bestaat een 'psychologische voorraad' van consumptieve gewoonten waaraan wordt vastgehouden (*habit persistence*). Zeker bij culturele activiteiten is dit een normaal gedragspatroon. Dit effect wordt in de vraagrelaties ingebracht via een variabele die het effect van smaak- en gewoontevorming in beschouwing neemt (= het aantal bezoeken in het voorafgaande jaar). Via deze werkwijze wordt enerzijds indirect aan recente prijs- en inkomensniveaus een groter gewicht toegekend dan aan de minder recente niveaus, terwijl anderzijds de preferentiestructuur impliciet wordt gedynamiseerd. Deze aanpak heeft tot gevolg dat de te schatten coëfficiënten van de inkomens- en prijsvariabelen alleen de kortetermijnreacties van consumenten op veranderende prijzen en inkomens meten.

Om de inflatie-effecten te corrigeren worden alle in geld uitgedrukte variabelen - de toegangsprijzen, de prijs van substituten en het beschikbare inkomen - gedeeld door het prijsindexcijfer van de gezinsconsumptie. Het aantal bezoeken aan kunstuitingen wijzigt zich niet wanneer alle prijzen en het beschikbare inkomen met hetzelfde percentage veranderen;

het gaat dus om het effect van reële veranderingen. Verder worden het aantal bezoeken en het beschikbaar inkomen gestandaardiseerd voor de bevolkingsomvang. Een grotere bevolking leidt er enerzijds toe dat het aantal (potentiële) bezoekers aan culturele voorzieningen toeneemt, terwijl anderzijds bij een gelijkblijvend nationaal inkomen het aantal personen stijgt waarover dit inkomen moet worden verdeeld. Conform de gangbare aanpak voor de vraag naar niet-noodzakelijke levensbehoeften (*non-necessities*) wordt gekozen voor een logaritmische vorm van de vraagrelatie. Dit heeft tot gevolg dat de coëfficiënten van de vraagrelaties direct kunnen worden geïnterpreteerd als elasticiteiten: ze geven aan met welk percentage het aantal bezoeken verandert als één van de onafhankelijke variabelen met 1 procent wordt verhoogd. Daardoor zijn de schattingsresultaten - met uitzondering van de constante term - ongevoelig voor de wijze van schaling.

Resumerend: de vraag, dat is het bezoek aan kunsttuitingen, wordt verklaard uit het reëel beschikbare inkomen, de reële prijs van substituten, de reële toegangsprijs en het bezoek per hoofd van de bevolking in het voorafgaande jaar.

Inkomens, prijzen en naoorlogse cultuurdeelnemers

de prijsontwikkeling

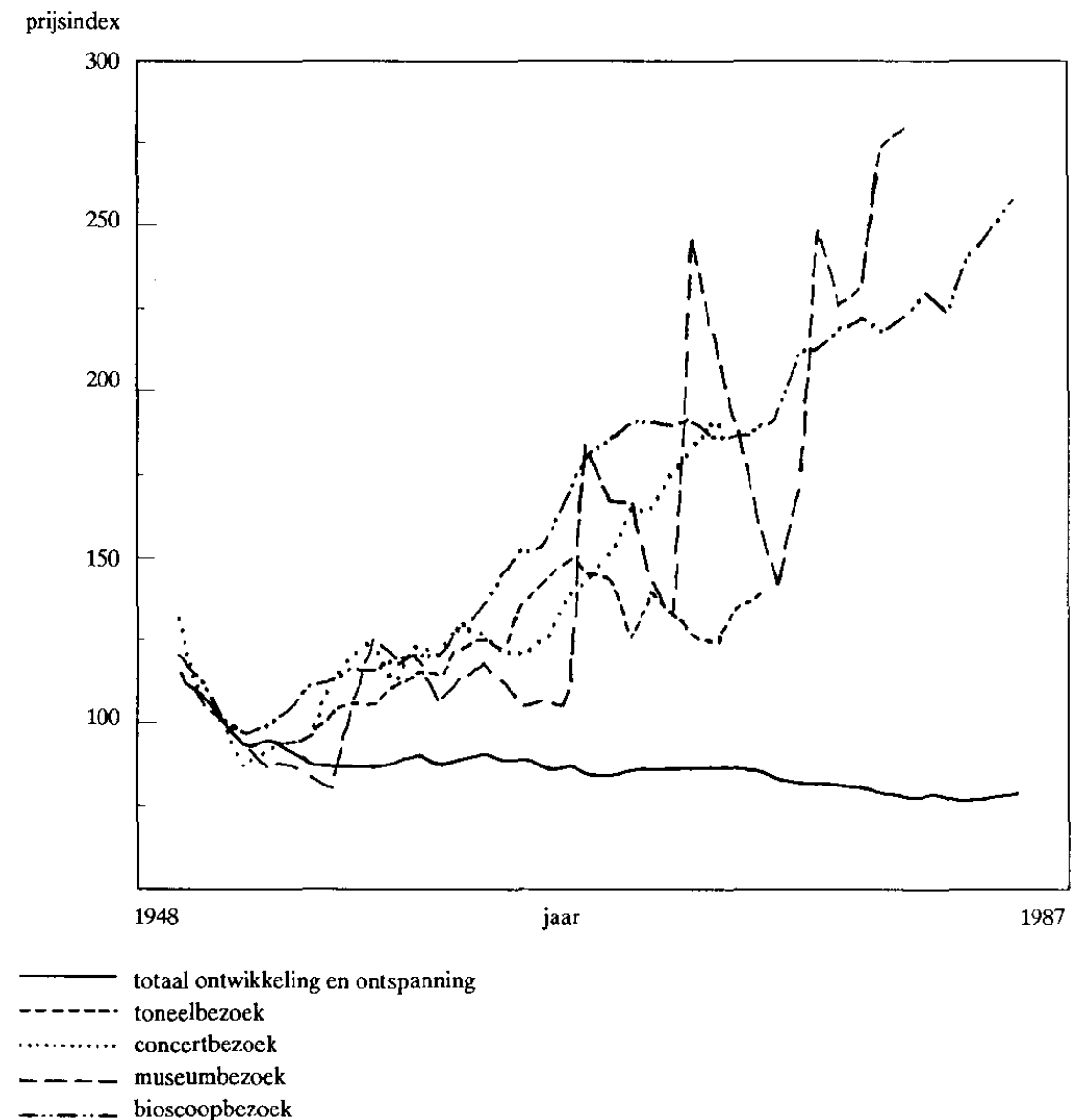
De in het voorafgaande afgeleide vraagrelatie wordt gebruikt om op macroniveau de economische determinanten van de naoorlogse ontwikkeling van het aantal bezoeken aan toneel- voorstellingen, concerten, tien rijksmusea en bioscopen in kaart te brengen.⁵ Eerst wordt in figuur 1 het verloop van de toegangsprijzen geschetst. Toegangsprijzen zijn steeds berekend als quotiënt van de bruto-

opbrengsten uit entreegelden en het totaal aantal bezoeken. Het gaat in de figuur om reële prijzen: de prijsontwikkeling ten opzichte van het prijsindexcijfer van de gezinsconsumptie. Ter vergelijking wordt ook het verloop van het reële prijsindexcijfer voor ontwikkeling en ontspanning geschetst.

Figuur 1 illustreert dat de toegangsprijzen van de onderzochte culturele voorzieningen in de periode 1948-1987 vrijwel zonder uitzondering aanzienlijk meer zijn gestegen dan het prijsindexcijfer van de gezinsconsumptie. Opvallend is dat het verloop van het prijsindexcijfer voor ontwikkeling en ontspanning juist achterblijft bij dat van de totale gezinsconsumptie. Deze reële prijsdaling vormt een aanwijzing voor de toegenomen concurrentie op het terrein van de vrijetijdsbesteding, veroorzaakt door de sterke stijging van de alternatieven op het recreatieve en culturele vlak. Deze voornamelijk commerciële activiteiten concurreren alle om de beschikbare vrije tijd en het beschikbare inkomen.

In de periode 1950 tot en met 1975 zijn vooral de toegangsprijzen van concerten, bioscopen en rijksmusea sterk gestegen. Over de periode na 1975 is door de afschaffing van de vermakelijkheidsbelasting geen informatie beschikbaar omtrent het prijsverloop bij de podiumkunsten. De prijsontwikkeling bij de rijksmusea vertoont een opvallend patroon. Op gezette tijden worden de toegangsprijzen relatief fors verhoogd. Daarna blijven ze een aantal jaren ongewijzigd en hiermee achter bij de algemene prijsontwikkeling, om vervolgens weer aanzienlijk te worden verhoogd. Vooral aan het einde van de jaren zeventig vinden bij de rijksmusea prijsverhogingen plaats die in relatieve termen zelfs de prijsstijgingen bij bioscopen overtreffen.

Figuur 1. Reële prijzen culturele activiteiten, 1948 - 1987
(indexcijfers met realisatie 1950 = 100)



Tabel 1. Vraagrelaties voor culturele activiteiten, zonder invloed van tv-bezit^a

	bezoek per hoofd van de bevolking aan:			
	toneel	concerten	musea	bioscopen
constante	-2,12 (0,93)	-5,80* (2,90)	1,53 (0,68)	1,51 (1,49)
toegangsprijs	-0,51* (4,29)	-0,58* (4,78)	-0,14 (1,97)	-0,59* (2,59)
prijs substituten	0,00 (0,<->00)	1,50* (4,1<->8)	0,70 (1,42<->)	0,18 (0,60)
beschikbaar inkomen	0,10 ^b -	0,48 ^b -	0,52* (2,68)	0,29 (1,56)
bezoek in voorafgaande jaar (‘gewoontevorming’)	0,65* (6,41)	0,58* (3,71)	0,52* (2,95)	0,86* (10,45)
percentage gemeenten met gemakkelijksbelasting	0,67* (5,25)	0,35* (2,42)		
analyseperiode	48-75	48-75	50-82	48-80
R ²	0,96	0,85	0,94	0,99

a: Tussen haakjes absolute t-waarden.

De met een * aangemerkte coëfficiënten verschillen significant van nul (bij een significantieniveau van 5 procent).

b: Externe schatting.

Schatting van de vraagfuncties

Wat zijn nu de gevolgen van deze prijsontwikkelingen voor het aantal bezoeken aan de onderzochte voorzieningen? Dat is op voorhand niet te zeggen. Het reëel beschikbare inkomen per hoofd van de bevolking is immers gestegen, waardoor het mogelijke negatieve effect van de prijsontwikkeling op het aantal bezoeken kan zijn gemitigeerd. Schatting van vraagrelaties moet uitkomst bieden.

In twee gevallen - toneel- en concertbezoek - is het noodzakelijk de specificatie van de vraagrelatie nog iets uit te breiden. De waarneming van het aantal bezoeken en de

toegangsprijzen van deze twee voorzieningen is namelijk gebaseerd op gegevens van de gemakkelijksbelasting, die sinds 1970 geleidelijk is afgeschaft. Daarom is in deze twee vraagrelaties ook het percentage gemeenten dat gemakkelijksbelasting heft als extra verklarende variabele opgenomen.⁶ Deze variabele is evenals de overige variabelen logaritmisches getransformeerd. De schattingen vinden plaats met de zogenaamde kleinste-kwadratenmethode.⁷ Bij de rijksmusea wordt de invloed van bijzondere tentoonstellingen op het bezoek niet expliciet in beschouwing genomen.⁸

Tabel 1 geeft de schattingsresultaten van de basisspecificatie, waarin de invloed van tv-bezit niet expliciet is gemodelleerd. Voor bioscopen is de schattingsperiode bewust beperkt tot de periode 1948-1980. Dit houdt verband met de sterke stijging van het videobezit in de jaren tachtig, waarvan de invloed op het bioscoopbezoek in een afzonderlijke analyse wordt bestudeerd. Omdat de ontwikkeling van de toegangsprijzen van toneelvoorstellingen en concerten sterk gecorreleerd blijkt te zijn met die van het beschikbare inkomen per hoofd van de bevolking, is het niet mogelijk om het afzonderlijke effect van beide nauwkeurig te bepalen. Voor de inkomenselasticiteit is daarom een externe schatting gebruikt, gebaseerd op dwarsdoorsnede-analyses uit Goudriaan en De Kam (1983).

Afgezien van deze complicatie is de kwaliteit van de schattingsresultaten bij alle vier de onderzochte voorzieningen alleszins acceptabel. Alle coëfficiënten hebben de verwachte tekens.⁹ De geïntroduceerde variabelen verklaren een aanzienlijk deel van de ontwikkeling van het bezoek per hoofd van de bevolking. Gedurende de geanalyseerde periode zijn er geen subperioden te onderscheiden waarin er sprake is van een systematische onder- of overschatting van het aantal bezoeken per hoofd van de bevolking, wellicht met uitzondering van het bioscoopbezoek.¹⁰ Dit laatste kan duiden op variabelen die ten onrechte niet of ten onrechte wél zijn opgenomen. Hierop wordt aanstonds teruggekomen.

Belangrijkste resultaten

De resultaten in tabel 1 bevestigen de hypothese dat het bezoek aan culturele voorzieningen op korte termijn maar in beperkte mate op prijsfluctuaties reageert, ook al verschillen de korte-termijnprijs-elasticiteiten van toneel-, concert en

bioscoopbezoek alle significant van nul (maar ook van één). Voor deze drie voorzieningen zijn de prijselasticiteiten ongeveer even groot (-0,5 à -0,6). Elke procent prijsstijging leidt op korte termijn tot een daling van het aantal bezoeken met 0,5 à 0,6 procent en een stijging van de bruto opbrengst uit entreegelden met 0,4 à 0,5 procent. Opvallend is dat de korte-termijnprijs-elasticiteit van het bezoek aan bioscopen, een commerciële voorziening, niet verschilt van die van beide gesubsidieerde voorzieningen. Qua grootte komen de hier geschatte prijselasticiteiten in de buurt van die van voedingsmiddelen en kleding, goederen die als eerste levensbehoeften worden beschouwd (Philips 1983, p. 130). Op lange termijn is de negatieve invloed van prijsstijgingen bij bioscopen aanzienlijk groter dan bij de overige voorzieningen. Het bioscoopbezoek wordt immers - vergeleken met de andere voorzieningen - in sterke mate bepaald door het bezoek in de voorafgaande periode, waardoor het gecumuleerde negatieve lange-termijneffect van prijsstijgingen op het bezoek uiteindelijk zeer groot is. De lange-termijnprijselasticiteit is bij bioscopen ongeveer het zevenvoudige van de korte-termijnprijs-elasticiteit.¹¹ Voortdurende prijsstijgingen leiden er blijkbaar toe dat delen van de bevolking zich van de bioscoop afkeren, vermoedelijk ten gunste van video en tv.

De korte-termijnprijselasticiteiten voor het bezoek aan podiumkunsten in Nederland komen overeen met de resultaten van Gapinski (1986) voor Londen en van Moore (1966) voor New York. Vergeleken met de totale Verenigde Staten is de prijsgevoeligheid van het bezoek aan podiumkunsten in Nederland wat minder (Withers 1980). De prijselasticiteit van het bioscoopbezoek is in Nederland iets geringer dan in Groot-Brittannië (Cameron 1986). Gewoontevorming speelt in Nederland kennelijk een relatief grote rol.

De korte-termijnprijselasticiteit van het bezoek aan de rijksmusea is beduidend geringer (-0,1) dan die van de andere voorzieningen en verschilt niet eens significant van nul. Voor de bescheiden prijselasticiteit van het museumbezoek zijn een aantal verklaringen aan te voeren. Ten eerste zijn de complementaire kosten (zoals reiskosten) van een museumbezoek gemiddeld aanzienlijk hoger dan van een bezoek aan een bioscoop-, muziek- of toneelvoorstelling. Voor het binnenlandse museumbezoek bedroeg deze kostencomponent in 1984 85 procent van de totale kosten van deze activiteit, terwijl daarentegen het aandeel van de complementaire kosten van het bezoek aan een bioscoop-, muziek- of toneelvoorstelling in hetzelfde jaar 53 procent bedroeg van de totale kosten (CBS 1987). Omgekeerd is het aandeel van de toegangsprijzen in de totale kosten bij het museumbezoek aanzienlijk lager dan bij het bezoek aan de andere drie voorzieningen. Ten tweede geldt dat sommige rijksmusea en zeker het Rijksmuseum te Amsterdam relatief veel buitenlandse toeristen trekken. Deze publiekscategorie blijkt niet of nauwelijks gevoelig voor de hoogte van de toegangsprijzen.¹² Ten derde blijkt dat rijksmusea die weinig buitenlandse bezoekers ontvangen, een voornamelijk educatieve functie hebben. Om die reden worden ook deze rijksmusea gekenmerkt door een geringe prijselasticiteit.

Van de prijs van substituten gaat met uitzondering van concerten geen significante invloed uit op het bezoek aan de onderzochte voorzieningen. De gebrekkige kwaliteit van dit gehanteerde prijsindexcijfer is waarschijnlijk debet aan deze geringe invloed.¹³ De inkomenselasticiteiten zijn alle aan de lage kant. Als cultuurdeelname een 'luxe goed' is, dat wil zeggen een goed waarvan de consumptie bij een inkomensstijging meer dan evenredig toeneemt, zou juist mogen worden verwacht dat de inkomenselasticiteiten groter dan één

zouden zijn. Toch komen de lage inkomenselasticiteiten niet onverwacht.

Ten eerste is het beslag van de toegangsprijzen voor culturele activiteiten op de totale bestedingsruimte van consumenten uiterst gering (2 procent). Ten tweede is de rol van vrije tijd niet in de analyses verdisconteerd. De bestedingsruimte van consumenten kan nog zo groot zijn, wanneer de vrije tijd ontbreekt om een kunstuiting te bezoeken houdt alles op. Naarmate meer uren wordt gewerkt, is de bestedingsruimte groter, maar de beschikbare hoeveelheid vrije tijd neemt dan af. Aan vrije tijd hangt een prijskaartje in de vorm van opgeofferd inkomen, waardoor - in de tijd bezien - stijgende reële (uur)lonen en bijgevolg een toenemende bestedingsruimte niet automatisch leiden tot een grotere cultuurdeelname. De prijs van vrije tijd wordt dan immers hoger. Dat heeft een neerwaarts effect op de omvang van de cultuurdeelname omdat dit bij uitstek een bijzonder tijdsintensieve activiteit is. Dit verklaart de lage waarde van de geschatte inkomenselasticiteiten. Deze geven niet alleen het pure inkomenseffect weer maar het nettoresultaat van de gezamenlijke invloed van het pure inkomenseffect en het substitutie-effect van de (gestegen) prijs van vrije tijd.

Door de toegenomen prijs van vrije tijd ontstaat een prikkel tot een zodanige wijziging van consumptiepatronen op het terrein van de vrijetijdsbesteding dat gebruik wordt gemaakt van consumptieproducten die een geringe tijdsinvestering vergen en waarvan het tijdstip van consumptie flexibel is (Becker 1965). Samen met de opkomst van een groot aantal minder tijdrovende substituten in de recreatieve sfeer, is dit een van de belangrijkste verklaringen voor het feit dat de cultuurdeelname is achtergebleven bij het op grond van de inkomensontwikkeling en het gestegen opleidingsniveau te verwachten verloop.

Tabel 2. Vraagrelaties voor culturele activiteiten, met invloed van tv-bezita

	bezoek per hoofd van de bevolking aan:			
	toneel	concerten	musea	bioscopen
constante	-1,02 (0,43)	-4,15* (2,16)	1,22 (0,54)	3,75* (2,89)
toegangsprijs	-0,39* (2,62)	-0,39* (2,86)	-0,12 (1,64)	-0,62* (2,96)
prijs substituten	-0,34 (0,74)	0,77 (1,74)	0,82 (1,59)	-0,18 (0,59)
beschikbaar inkomen	0,10 ^b -	0,48 ^b -	0,51* (2,61)	0,41* (2,33)
tv-bezit	-0,02 (1,33)	-0,04* (2,47)	0,01 (0,86)	-0,02* (2,48)
bezoek in voorafgaande jaar ('gewoontevorming')	0,61* (5,89)	0,26 (1,37)	0,47* (2,47)	0,88* (11,56)
percentage gemeenten met gemakkelijksbelasting	0,70* (5,48)	0,51* (3,51)		
analyseperiode	48-75	48-75	50-82	48-80
R ²	0,97	0,88	0,94	0,99

a: Tussen haakjes absolute t-waarden.

De met een * aangemerkte coëfficiënten verschillen significant van nul; (bij een significantieniveau van 5 procent).

b: Externe schatting.

Audiovisuele media en cultuurdeelname

tv-bezit en cultuurdeelname

Er is één vorm van vrijetijdsbesteding die in dit onderzoek expliciet in beschouwing wordt genomen en waarvan vaak wordt aangenomen dat deze via de druk op het tijdsbudget het bezoek aan culturele voorzieningen negatief beïnvloedt: de tv. Wanneer consumenten eenmaal een tv-toestel hebben aangeschaft, kunnen zij er bijna gratis en onbeperkt gebruik van maken. Deze vorm van 'thuis-consumptie'

is flexibel en vergt een geringe tijdsinvestering. Om de effecten hiervan op het bezoek aan de geselecteerde culturele activiteiten te analyseren, is het tv-bezit per hoofd van de bevolking als extra verklarende variabele in de vraagrelatie opgenomen.¹⁴ Tabel 2 geeft de schattingsresultaten van de uitgebreide specificatie.

Uit tabel 2 kan worden afgeleid dat de toename van het tv-bezit geen invloed van betekenis heeft uitgeoefend op het bezoek aan

toneelvoorstellingen en musea. In navolging van de resultaten voor Groot-Brittannië (Cameron 1986) blijkt wel dat de opmars van de tv het bioscoopbezoek in Nederland negatief heeft beïnvloed. Dit wekt geen verbazing. Opvallend is ook dat blijkens de schattingsresultaten de stijging van tv-bezit heeft geleid tot een daling van het concertbezoek. Een harde verklaring hiervoor is niet te geven. Vermoedelijk hangt dit verschijnsel samen met het feit dat concertpubliek en tv-kijkers goeddeels uit dezelfde bevolkingsgroepen worden gerekruteerd, zeker in de ruime definitie van concerten die in het onderliggende bronnenmateriaal is gehanteerd. Dat het bezoek aan musea (met een deels vergelijkbaar publiek als de concerten) niet gevoelig is voor het toegenomen tv-bezit, komt doordat museumbezoek niet op dezelfde tijdstippen geschiedt als waarop tv-uitzendingen plaatsvinden (althans voor het overgrote deel van de analyseperiode). Opname van tv-bezit in de vraagrelaties heeft door de bank genomen vrijwel geen consequenties voor de grootte van de overige coëfficiënten. Alleen betekent het dat de invloed van de prijs van substituten op het bezoek aan de onderzochte voorzieningen nu in alle gevallen insignificant is. Ook de korte-termijnprijselasticiteit van het bezoek aan podiumkunsten wordt iets geringer. De kwaliteit van de schattingsresultaten verandert niet noemenswaardig door opname van tv-bezit in de vraagrelaties, wellicht met uitzondering van die voor het bioscoopbezoek.¹⁵

videobezit en bioscoopbezoek

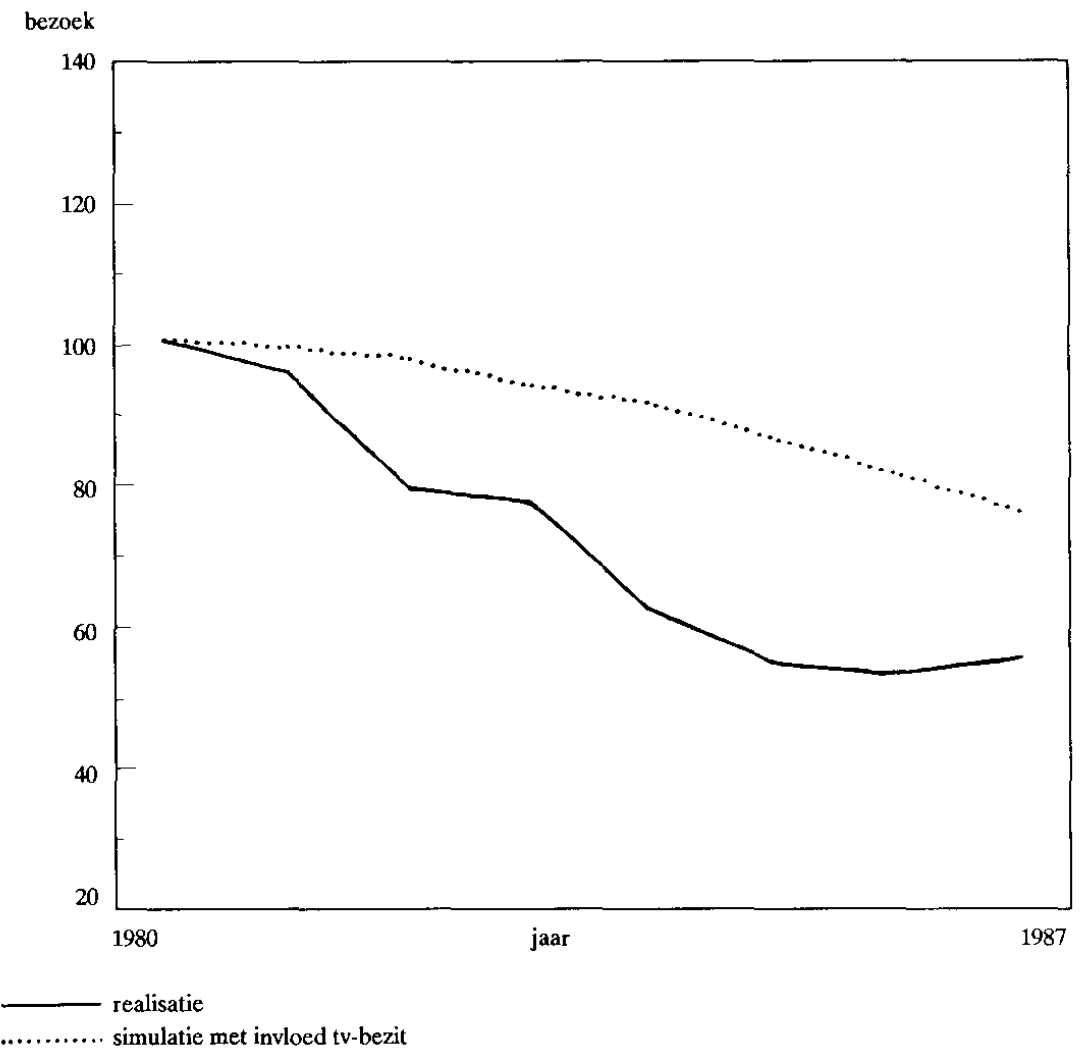
Eén belangrijk fenomeen dat tot nu toe niet is behandeld, is de invloed van de komst van video op het bioscoopbezoek in de jaren tachtig. Gezien het ontbreken van consistente gegevens over het videobezit en de nog relatief korte analyseperiode waarop dit verschijnsel

betrekking heeft, wordt een indirecte methode gevolgd om dit effect vast te stellen (vergelijk ook Cameron 1988). Daarvoor zijn twee manieren denkbaar. Beide worden hier toegepast.

Ten eerste kan de vraagrelatie voor het bioscoopbezoek (met invloed tv-bezit) opnieuw worden geschat maar dan voor de gehele waarnemingsperiode (inclusief de periode 1981 tot en met 1987). Vervolgens kan dan worden getoetst of deze vraagrelatie significant verschilt van de eerder geschatte relatie.¹⁶ Indien dit inderdaad het geval is, geeft dit aanwijzingen voor een structuurbreuk door het toegenomen videobezit. Ten tweede kan de eerder geschatte vraagrelatie voor de periode tot en met 1980 worden gebruikt om - uitgaande van het feitelijke prijs- en inkomensverloop - na te bootsen ('simuleren') wat de omvang van het bioscoopbezoek in de jaren tachtig zou zijn geweest zonder de opkomst van de video.

Beide methoden leveren vergelijkbare resultaten op. De eerste methode geeft aan dat er in de jaren tachtig inderdaad een significante structuurbreuk heeft plaatsgevonden.¹⁷ Uit de tweede methode blijkt dat het gerealiseerde bioscoopbezoek 38 procent lager ligt dan gesimuleerde bioscoopbezoek (zie figuur 2). Dit grote verschil moet - afgezien van eventuele factoren die in de analyse zijn verwaarloosd - op het conto van de stijging van het videobezit in de jaren tachtig worden geschreven. Kortom, de opkomst van het videobezit in Nederland heeft evenals in Groot-Brittannië (Cameron 1988) fors bijgedragen aan de teruggang van het bioscoopbezoek.

Figuur 2. Bioscoopbezoek: realisatie en simulatie, 1980 - 1987
(indexcijfers met realisatie 1980 = 100)



Toegangsprijzen en publiekssamenstelling

een case-study

De tot nu toe gepresenteerde analyses zijn steeds op een hoog aggregatieniveau verricht. Voor de gemiddelde consument is de prijs- en inkomensgevoeligheid van cultuurdeelname onderzocht. Dergelijke schattingen geven geen antwoord op de vraag wie er weg blijven als de toegangsprijzen van culturele voorzieningen worden verhoogd. Daarvoor is onderzoek op microniveau nodig, waarbij de reacties van individuele consumenten centraal staan. In deze paragraaf worden de belangrijkste resultaten samengevat van een eerder onderzoek naar de gevolgen van een 'quasi-experiment' in vier Rotterdamse gemeentemusea, waarvan de vaste collectie tot 1983 gratis te bezichtigen was (Goudriaan 1985; Goudriaan en van 't Eind 1985). Met ingang van 1 januari 1983 werden in deze musea toegangsprijzen (*f*2,50 voor personen van zestien tot en met vierenzestig jaar en *f*1,- voor bejaarden) ingevoerd. Vóór (1982) en na (1983) invoering van de toegangsprijzen is in alle vier de musea een publieksonderzoek gehouden om mogelijke veranderingen in de publiekssamenstelling te traceren.

De volgende musea zijn onderzocht:

- museum Boymans-van Beuningen, een bekend kunstmuseum;
- museum De Buffel, een in een negentiende-eeuws marineschip gehuisvest populair scheepvaartmuseum;
- museum De Dubbelde Palmboom, een historisch museum;
- het Museum voor Land- en Volkenkunde, een etnologisch museum.

Boymans-van Beuningen en De Buffel nemen samen ongeveer tweederde van het totaal aantal bezoeken voor hun rekening. Hiermee bepalen zij grotendeels de publiekssamenstelling van de vier musea samen. Hoewel de

toegang tot de musea in 1982 nog gratis was, week de publiekssamenstelling van de vier musea samen niet af van het gebruikelijke profiel van musea en andere culturele voorzieningen; het publiek is in het algemeen tamelijk jong, hoog opgeleid en relatief welgesteld.

Tussen de vier musea bestaan door het uiteenlopende karakter van de respectievelijke collecties duidelijke verschillen in de publiekssamenstelling. Ruwweg kan worden gesteld dat het publieksprofiel van Boymans-van Beuningen min of meer tegengesteld is aan dat van De Buffel. Het meer cultureel georiënteerde museum Boymans-van Beuningen ontvangt het gebruikelijke publiek van kunstmusea. Het opleidingsniveau van het publiek is daar beduidend hoger dan in De Buffel. In tegenstelling tot het meer recreatief georiënteerde museum De Buffel ontvangt museum Boymans-van Beuningen weinig bezoek van eerste bezoekers maar juist veel bezoek van frequente museumbezoekers, die relatief vaak in bezit zijn van een museumjaarkaart. Verhoudingsgewijs ontvangt Boymans-van Beuningen veel bezoek van buiten het Rijnmondgebied en weinig bezoek dat in gezelschap (van kinderen) wordt gebracht. Het bezoek aan museum De Buffel vindt doorgaans in gezelschap plaats en draagt een zekere recreatieve component. Het bezoek is veelal van korte duur en heeft volgens de bezoekers in bijna 40 procent van de gevallen een min of meer toevallig karakter. Het publiek van De Dubbelde Palmboom en het Museum voor Land- en Volkenkunde houdt ongeveer het midden tussen dat van Boymans-van Beuningen en De Buffel.

veranderingen in de publiekssamenstelling

Na invoering van de toegangsprijzen leiden de verschillen in publiekssamenstelling tot uiteenlopende veranderingen in het aantal bezoeken aan de vier musea. De maatregel heeft de grootste invloed op de omvang van het bezoek

Tabel 3. Veranderingen in de publiekssamenstelling van vier Rotterdamse musea door invoering van een toegangsprijs in 1983 (ten opzichte van 1982)

Publiekskenmerk	vrijheidsgraden	Chi2	aard verandering ^a
bezoekduur	3	11,8	+
gepland bezoek	1	0,3	0
eerste bezoek	1	2,1	0
bezoekfrequentie			
- dit museum	4	5,9	0
- andere musea	3	1,4	0
gezelschap	1	12,8	-
gezelschap van kinderen	1	2,1	0
groeps grootte	4	24,9	b
bezit museumjaarkaart	1	26,7	+
geslacht (man)	1	0,0	0
leeftijd	3	5,7	0
opleidingsniveau	2	4,5	0
netto maandinkomen	2	12,7	-
woonplaats (afstand)	3	8,0	+

a: 0 geen significante verandering ($p \geq 0,05$);

+: significante stijging;

-: significante daling.

b: In 1983 relatief minder bezoek in gezelschap, maar door het gestegen bezoekaandeel van grote groepen (≥ 5 personen) is de gemiddelde groeps grootte significant toegenomen.

aan De Buffel; het aantal bezoeken aan dit museum daalde in 1983 met maar liefst 44 procent, tegen 29 procent voor de vier musea samen. Voor Boymans-van Beuningen is de bezoekdaling (met 18 procent) het geringste van alle vier musea, omdat dit museum - zeker vergeleken met De Buffel - relatief veel bezoek ontvangt van weinig prijsgevoelige publiekscategorieën, zoals bezitters van museumjaarkaart, bezoekers die van ver komen en bezoekers die een langdurig bezoek brengen. De Dubbelde Palmboom en het Museum voor Land- en Volkenkunde nemen ook qua bezoekdaling (met respectievelijk 26 procent en 23 procent) weer een middenpositie in.

Zoals gratis toegang er niet noodzakelijk toe leidt dat een bredere dwarsdoorsnede van de

bevolking de musea bezoekt, zo heeft ook de invoering van een bescheiden toegangsprijs geen drastische consequenties voor de publiekssamenstelling. Dit blijkt uit de resultaten van het publieksonderzoek (zie tabel 3). Met de Chi-toets is onderzocht of de samenstelling van het publiek is gewijzigd. Bij de interpretatie van de in tabel 3 gepresenteerde resultaten dient in ogenschouw te worden genomen dat uitsluitend is getoetst of het bezoekaandeel van een bepaalde publiekscategorie in 1983 is veranderd. Wanneer het bezoekaandeel van een publiekscategorie is toegenomen, is er desondanks vrijwel altijd sprake van een absolute daling van het aantal bezoeken van deze publiekscategorie.

Ondanks de daling van het aantal bezoeken is de samenstelling van het publiek weinig veranderd. Slechts bij zes van de veertien onderzochte publiekskenmerken kunnen tussen 1982 en 1983 significante wijzigingen worden aangetoond: bezoek- duur, (in) gezelschap, groepsgrootte, bezit van een museumjaarkaart, netto maandinkomen en woonplaats. In tegenstelling tot de verwachtingen werpt de toegangsprijs geen extra drempel op voor eerste bezoeken. De daling van het aantal bezoeken is deels geconcentreerd bij het kortdurende bezoek; de absolute daling van het aantal bezoeken van een halfuur en korter - de marginale bezoeken - bedraagt maar liefst 66 procent. Dergelijke bezoeken vinden veelal mede op grond van andere dan culturele motieven plaats. De gestegen bezoekduur (zie de + in tabel 3) hangt ook samen met het toegenomen bezoekaandeel van mensen van buiten het Rijnmondgebied. Voor deze publiekscategorie betekent de toegangsprijs weinig in verhouding tot de overige kosten van een bezoek, zoals de reiskosten. De toename van het bezoekaandeel van bezitters van een museumjaarkaart, de 'echte' museumliefhebbers, wekt geen verbazing.¹⁸

Het meest opvallende resultaat van het publieksonderzoek is de relatief geringe prijsgevoeligheid van bezoekers uit de lagere inkomensklassen (huishoudens met een netto maandinkomen tot f 2000,-). Dit resultaat spoort in het geheel niet met de verwachtingen van veel politici en de gangbare publieke opinie. Absoluut gezien is weliswaar sprake van een lichte daling van het aantal bezoeken van de lagere inkomens (4 procent), maar die daling is aanzienlijk geringer dan bij de overige inkomensklassen (44 procent en 41 procent). Daardoor stijgt het bezoekaandeel van de lagere inkomensklassen van 35 procent in 1982 naar 48 procent in 1983 en loopt het

bezoekaandeel van de midden- en de hogere inkomens overeenkomstig terug (zie tabel 4).

Om te onderzoeken of dit opmerkelijke resultaat niet aan een of ander statistisch artefact kan worden toegeschreven, zijn een aantal aanvullende statistische analyses verricht. De resultaten hiervan geven geen steun aan denkbare en plausibele verklaringen voor dit fenomeen, zoals een stijging van het bezoekaandeel van studenten of een daling van het bezoekaandeel van gezinnen. Kortom, wanneer mensen ondanks een laag inkomen tot de museumbezoekers behoren, laten zij zich - vergeleken met andere bezoekers - door invoering van een bescheiden toegangsprijs niet meer dan evenredig van een museumbezoek weerhouden. De toegangsprijs legt immers ook voor hen een gering beslag op de totale bestedingsruimte.

ander onderzoek

Uit ander onderzoek komt eveneens naar voren dat de prijsgevoeligheid van de deelname aan culturele activiteiten niet zo zeer wordt bepaald door inkomen of sociale achtergrond, maar veeleer door belangstelling en motivatie. Invoering van een contributie voor volwassenen bij de Rijswijkse openbare bibliotheek heeft bijvoorbeeld tot gevolg dat marginale leners (en dito lezers) na de invoering van de contributie hun lidmaatschap niet meer verlengen (De Groot 1985). Buitenlandse publieksonderzoeken geven evenmin aanleiding om te veronderstellen dat de publiekssamenstelling van culturele voorzieningen sterk samenhangt met de hoogte van toegangsprijzen. Gratis voorstellingen van podiumkunsten trekken in Groot-Brittannië en de Verenigde Staten het publiek dat bij voorstellingen waarvoor wél entree is verschuldigd, de goedkope zitplaatsen bezet (Baumol en Bowen 1966, pp. 274-278). Het publiek is iets jonger en het omvat meer studenten en iets meer mensen met lagere

Tabel 4. Inkomen van het publiek van vier Rotterdamse musea in 1982 en 1983

netto maandinkomen van het huishouden	verdeling (in %)		mutatie van het bezoek
	1982	1983	1982-1983 (in %)
- f 2.000 of minder	35	48	-5
- tussen f 2.000 en f 3.000	35	28	-44
- f 3.000 of meer	30	24	-41
Totaal	100	100	-29

inkomens, maar ook bij gratis voorstellingen is een groot deel van het publiek hoog opgeleid en niet onbemiddeld.

Besluit

In dit artikel is ingegaan op de rol van economische determinanten van cultuurdeelname. Bijzondere aandacht is geschonken aan de prijsgevoeligheid van het bezoek aan culturele activiteiten. Op theoretische gronden is beargumenteerd dat de invloed van economische factoren, waaronder de hoogte van toegangsprijzen, op cultuurdeelname gering is. De resultaten van empirisch onderzoek op macro- en op microniveau bevestigen dit. Blijkens de analyses op macroniveau wordt het aantal bezoeken aan toneelvoorstellingen, concerten, rijksmuseum en bioscopen in de naoorlogse periode op korte termijn nauwelijks beïnvloed door de prijsontwikkeling. Gewoontevorming blijkt een veel belangrijkere rol te spelen. Zeker voor de rijksmuseum is de prijsgevoeligheid van het bezoek verwaarloosbaar: elke procent prijsstijging leidt op korte termijn slechts tot een daling van het bezoek met 0,1 procent. Verder is het opvallend dat het bezoek aan (commerciële) bioscopen op korte termijn even prijsgevoelig is als dat aan (gesubsidieerde)

toneelvoorstellingen en concerten: elke procent prijsverhoging veroorzaakt een daling van het bezoek met 0,5 à 0,6 procent alsmede een stijging van de opbrengst uit entreegelden met 0,4 à 0,5 procent. De uiteindelijke budgettaire meeropbrengsten door middel van eventuele forse verhogingen van de toegangsprijzen voor gesubsidieerde culturele voorzieningen zijn desondanks bescheiden te noemen. Dit laat zich onder meer verklaren uit het feit dat de opbrengsten uit entreegelden doorgaans maar een beperkt deel van de totale kosten dekken (10 à 20 procent).

Daarbij moet de hier geconstateerde geringe invloed van toegangsprijzen op het aantal bezoeken niet worden overdreven, ook al omdat het meestal om marginale prijswijzigingen gaat. Op wat langere termijn is de prijsgevoeligheid van het bezoek groter door het gecumuleerde effect van prijsstijgingen in de loop van de tijd. Dit effect is vooral te zien bij het bioscoopbezoek dat op lange termijn wel degelijk negatief wordt beïnvloed door de hoogte van de toegangsprijzen. Consumenten gaan bij voortgaande prijsstijgingen op zoek naar alternatieve vrijetijdsbestedingen, zoals audiovisuele media. Om die reden zijn ook analyses verricht van de invloed van video- en tv-bezit op het bezoek aan culturele

activiteiten. Gebleken is dat de opmars van de video en tv sterk hebben bijgedragen aan de teruggang van het bioscoopbezoek.

Prijsverhogingen kunnen in principe niet alleen de omvang van het bezoek beïnvloeden maar ook de samenstelling van het bezoek. De resultaten van onderzoek naar veranderingen in de publiekssamenstelling door invoering van toegangsprijzen in vier Rotterdamse musea geven aan dat de effecten hiervan gering zijn. Het blijkt dat het niet zo zeer mensen uit de lagere inkomensklassen zijn die door deze maatregel van een bezoek worden weerhouden. Toegangsprijzen hebben vooral tot gevolg dat er minder marginale bezoeken (korter dan een halfuur) worden afgelegd. Dit type bezoek wordt vooral ingegeven door andere dan culturele motieven. Minder gemotiveerde bezoekers laten zich eerder afschrikken door de hoogte van de toegangsprijs. De resultaten van ander onderzoek ondersteunen deze conclusie.

Publieksonderzoeken in Amerika en Europa laten zien dat verschillen in de publiekssamenstelling tussen de diverse landen vrijwel verwaarloosbaar zijn, ondanks grote verschillen in de hoogte van de toegangsprijzen en de mate van overheidssubsidiëring.¹⁹ Cultuurspreiding vraagt om andersoortige subsidiesystemen dan directe subsidies aan culturele instellingen, die vooral het kunstaanbod beïnvloeden. In het gunstigste geval wordt bereikt dat toegangsprijzen op een lager niveau worden vastgesteld. Consumentensubsidies in de vorm van 'kunstcheques', die specifieke bevolkingsgroepen recht geven op sterk gereduceerde toegangsprijzen of gratis toegang (vouchersystemen), zijn meer gericht instrumenten voor cultuurspreiding dan de huidige producentensubsidies. Experimenten van onder meer Baumol (1979) in New York tonen aan dat dit een begaanbare weg is. Een

dergelijke benadering vermindert bovendien de eenzijdige oriëntatie van het overheidsbeleid op het kunstaanbod ten gunste van de vraag naar kunst, ofte wel eerherstel voor de consumentengunst.

- * Dit artikel is een bewerking van een voordracht die op 30 november 1989 in Utrecht is gehouden tijdens het symposium *Cultuurdeelname: empirisch-theoretische beschouwingen uit verschillende disciplines* dat door de Werkgemeenschap Verklarende Sociologie is georganiseerd. Overeenkomstig de werkverdeling met andere inleiders op dat symposium staat de economische invalshoek hier centraal. Dat laat de betekenis van disciplines onverlet.

Literatuur

- Baumol, W.J. (1979) 'On two experiments in the pricing of theater tickets'. In: *Economics and human welfare*; M.J. Boskin (ed.). New York: Academic Press.
- Baumol, W.J. en W.G. Bowen (1966) *Performing arts - the economic dilemma*. New York: Twentieth Century Fund.
- Becker, G.S. (1965) 'A theory of the allocation of time'. In: *Economic Journal*, jrg. 75, no. 3, september, pp. 32-47.
- Cameron, S. (1986) 'The supply and demand for cinema tickets: some U.K. evidence'. In: *Journal of Cultural Economics*, jrg. 10, no. 1, juni, pp. 38-62.
- Cameron, S. (1988) 'The impact of videorecorders on cinema attendance'. In: *Journal of Cultural Economics*, jrg. 12, no. 1, juni, pp. 73-80.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (1987) 'Uitgaven aan dag- en verblijfsrecreatie in 1984/85'. In: *Sociaal-cultureel kwartaalbericht*, jrg. 9, no. 4, pp. 30-37.
- Durbin, J. (1970) 'Testing for serial correlation in least-squares regression when some of regressors are lagged dependent variables'. In: *Econometrica*, jrg. 38, 1970, no. 3, mei, pp. 410-421.
- Elshout, D. (1990) *Prijzen gerangschikt, een internationaal vergelijkend onderzoek naar toegangsprijzen voor podiumkunsten seizoen 1989/90*. Amsterdam: Boekmanstichting.
- Gapinski, J. (1986) 'The lively arts as substitutes for the lively arts'. In: *American Economic Review*, jrg. 76, no. 2, mei, pp. 20-25.
- Goudriaan, R. (1984) 'De prijselasticiteit van het museumbezoek'. In: *Rapport van de werkgroep privatiseringsonderzoek podiumkunsten en rijksmusea*. Rijswijk: ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.
- Goudriaan, R. (1985) *Musea, een prijs waard?* Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau (Cahier nr. 46).
- Goudriaan, R. en G.J. van 't Eind (1985) 'To fee or not to fee: Some effects of introducing admission fees in four museums in Rotterdam'. In: *Managerial economics for the arts*; V.L. Owen en W.S. Hendon (eds.). Akron: Association for Cultural Economics, pp. 103-109.
- Goudriaan, R. en C.A. de Kam (1982) 'Het doek valt: enkele effecten van een verhoging van eigen bijdragen bij bezoek aan gesubsidieerde toneelvoorstellingen en concerten'. In: *Beleid en Maatschappij*, jrg. 9, 1982, no. 12, december, pp. 340-347.
- Goudriaan, R. en C.A. de Kam (1983) 'Demand in the performing arts and the effects of subsidy'. In: *Economic research in the performing arts*; W.S. Hendon, J.L. Shanahan, I.Th. Hilhorst en J. van Straalen (eds.). Akron: Association for Cultural Economics, pp. 35-43.
- Groot, H. de (1985) *Bibliotheek en contributie*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau (Stukwerk nr. 30).
- Koutsoyiannis, A. (1981) *Modern microeconomics*. Londen: McMillan.
- Moore, T.G. (1966) 'The demand for Broadway theatre tickets'. In: *Review of Economics and Statistics*, jrg. 48, no. 1, februari, pp. 79-87.

René Goudriaan

was in 1990 verbonden aan de vakgroep Openbare Financiën en Belastingrecht van de Erasmusuniversiteit

- Maddala, G.S. (1977) *Econometrics*. New York: McGraw-Hill.
- Phlips, L. (1983) *Applied consumption analysis*. Amsterdam: North-Holland.
- Withers, G.A. (1980) 'Unbalanced growth and the demand for performing arts: an econometric analysis'. In: *Southern Economic Journal*, jrg. 46, no. 3, januari, pp. 735-742.

Noten

1. Analooq meet de inkomenselasticiteit de procentuele stijging van het aantal bezoeken door een inkomensstijging met 1 procent.
2. Vergeleken met eerder gepubliceerde analyses (Goudriaan en De Kam 1982 en 1983) zijn de bioscopen toegevoegd, terwijl tot nu toe aan de resultaten van het onderzoek bij de rijksmusea slechts op beperkte schaal bekendheid is gegeven (Goudriaan 1984). De resultaten verschillen soms marginaal van eerder gepubliceerde schattingen, onder andere door het gebruik van herziene economische tijdreeksen.
3. Zie Koutsoyiannis (1981) voor een introductie.
4. Opleiding is in feite een determinant van de preferentiestructuur.
5. De analyse van de rijksmusea heeft betrekking op de volgende tien rijksmusea: Rijksmuseum Amsterdam, Het Mauritshuis, Rijksmuseum Zuiderzeemuseum, Rijksmuseum voor Volkenkunde, Rijksmuseum Hendrik Willem Mesdag, Rijksmuseum voor de Geschiedenis van de Natuurwetenschappen en van de Geneeskunde (Museum Boerhaave), Rijksmuseum voor Volkskunde (Het Nederlands Openluchtmuseum), Rijksmuseum van Oudheden, Rijksmuseum Twente en Rijksmuseum G.M. Kam. Het aantal bezoeken aan deze tien musea wordt gedomineerd door het Rijksmuseum Amsterdam en Het Nederlands Openluchtmuseum, die samen circa 80 procent van het bezoek voor hun rekening nemen.
6. De schattingsresultaten worden hierdoor niet beïnvloed. Wanneer de jaren na 1970 worden weggelaten en geen variabele voor gemakkelijheidsbelasting wordt opgenomen, blijven de geschatte elasticiteiten nagenoeg ongewijzigd.
7. Met het effect van de vraag op het aanbod en omgekeerd wordt geen rekening gehouden. De hoogte van de toegangsprijzen en de aard en omvang van het aanbod worden als regel een of meer perioden van tevoren bepaald. Daarom lijkt de potentiële interactie tussen vraag en aanbod tamelijk gering en heeft het negeren van dit effect waarschijnlijk geen gevolgen voor de schattingsresultaten. De resultaten van Moore (1966) ondersteunen deze veronderstelling.
8. Het effect van een bijzondere tentoonstelling in een bepaald rijksmuseum op het totaal aantal bezoeken aan de tien rijksmusea samen is immers betrekkelijk gering. Bovendien worden elk jaar wel een aantal

bijzondere tentoonstellingen georganiseerd. Dit hoeft de ontwikkeling van het aantal bezoeken in de tijd niet noemenswaardig te beïnvloeden. Hierop bestaan evenwel twee uitzonderingen: de grote Rembrandt-tentoonstellingen van 1956 en 1969. Beide tentoonstellingen trokken circa vierhonderdduizend bezoeken en bepalen daardoor in sterke mate het totale beeld in die jaren. Om die reden is het aantal bezoeken en de bijbehorende extra opbrengst uit entreegelden van deze tentoonstellingen respectievelijk in mindering gebracht op het totaal aantal bezoeken en de totale opbrengst uit entreegelden.

9. Aan de relatief grote constante termen moet weinig betekenis worden gehecht. Dit is een gevolg van de logaritmische transformatie en de wijze van schaling van de variabelen.
10. Gezien de opname van vertraagde afhankelijke variabelen in de vraagrelaties is met Durbins t op de aanwezigheid van systematische afwijkingen ('autocorrelatie') getoetst (Durbin 1970). Bij het bezoek aan toneelvoorstellingen, concerten en musea zijn hiervan geen significante sporen te ontdekken. Durbins t is in absolute waarde kleiner dan 0,5. Bij het bioscoopbezoek bedraagt de waarde van Durbins t 1,4.
11. Deze waarde duidt weliswaar niet op significante autocorrelatie maar is voldoende groot om enige voorzichtigheid ten aanzien van de schattingsresultaten in acht te nemen.
12. De lange-termijnprijselasticiteit is gelijk aan het quotiënt van de korte-termijnprijselasticiteit en één minus de coëfficiënt van de vertraagde afhankelijke variabele.
13. Ondanks het feit dat uit eerder verrichte alternatieve schattingen blijkt dat de omvang van het buitenlandse toerisme een duidelijke invloed uitoefent op het bezoek aan de rijksmusea, veranderen de overige geschatte coëfficiënten hierdoor niet of nauwelijks (Goudriaan 1984).
14. Dit prijsindexcijfer is verkregen door veelvuldige koppeling van reeksen van indexcijfers die in de tijd niet altijd goed vergelijkbaar blijken te zijn.
15. Het tv-bezit is in de eerste jaren van de schattingsperiode gelijk aan nul. Dit levert een complicatie op omdat de logaritmische transformatie van deze variabele dan niet mogelijk is. Om dit te ondervangen is gebruik gemaakt van een Box-Cox transformatie (Maddala 1977, pp. 315-317) met een λ van 0,1. Dit komt nagenoeg overeen met een logaritmische transformatie. Bij de interpretatie van de schattingsresultaten kan de coëfficiënt van tv-bezit ruwweg als een elasticiteit worden opgevat.
16. Bij deze vraagrelatie zijn nu geen subperioden meer te onderscheiden waarin het bezoek systematisch wordt onder- of overschat. Durbins t heeft nu de waarde 0.
17. Dit geschiedt met een F-toets op de stabiliteit van de coëfficiënten (Maddala 1977, p. 200).

18. De F-toets met 7 en 27 vrijheidsgraden heeft de waarde 2,89. De hypothese van stabiele coëfficiënten dient dus te worden verworpen.
19. Uiteraard heeft de invoering van toegangsprijzen ook de aanschaf van museumjaarkaarten in Rotterdam gestimuleerd.
20. Zie Elshout (1990) voor een recente internationale vergelijking van toegangsprijzen van podiumkunsten.

Bibliografische gegevens

Goudriaan, R. (1990) 'Kunst en consumentengunst: een economische benadering'. In: *Boekmancahier*, jrg. 2, nr. 5, 245-262.