

Gerard Marlet, Joost Poort
Clemens van Woerkens

De schat van de stad

De schat van de stad

In samenwerking met SEO Economisch Onderzoek, Amsterdam

Eindredactie en opmaak: M Tekst & Beeld, Bunnik

Atlas voor gemeenten
Postbus 9627
3506 GP UTRECHT
T 030 2656438
F 030 2656439
E info@atlasvoorgemeenten.nl
I www.atlasvoorgemeenten.nl

Dit onderzoek is uitgevoerd op verzoek van en met financiële steun van de Nederlandse Museumvereniging. De visies en conclusies weergegeven in dit rapport zijn die van Atlas voor gemeenten en komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van de opdrachtgever.

© Atlas voor gemeenten, Utrecht, 2011

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

De schat van de stad

Welvaartseffecten van de Nederlandse musea

Inhoud

Inhoud	5
Samenvatting	7
1 Inleiding	9
2 Welvaartswinst door het gebruik van musea	13
2.1 Aantal musea	14
2.2 Aantal bezoeken	15
2.3 Kosten reistijd	17
2.4 Reiskosten	28
2.5 Kosten verblijfstijd	29
2.6 Entreprijs	30
2.7 Virtuele verblijfsduur	31
2.8 Recapitulatie	34
3 Optie op gebruik	37
3.1 Typen musea	38
3.2 De nabijheid van musea	40
3.3 De waarde van een museum in de buurt	47
4 Toerisme	51
5 De educatieve functie van musea	57
6 De bestaanswaarde van musea	61
7 Conclusies	67

De schat van de stad [Atlas voor gemeenten]

Samenvatting

De Nederlandse musea zijn in totaal maximaal € 6,4 miljard waard, wat overeenkomt met een jaarlijkse welvaartswinst van ongeveer € 370 miljoen. Tegenover die bijdrage aan de welvaart – deels in klinkende munt en deels in verhoogd genot voor consumenten – staat op dit moment een jaarlijkse subsidie van ongeveer hetzelfde bedrag. De hoogte van dat subsidiebedrag zou met de berekende maximale welvaartswinst dus te rechtvaardigen zijn.

De waarde die mensen aan musea hechten is in ieder geval veel hoger dan wat er in de kassa van die musea terecht komt. Per jaar ontvangen de musea ongeveer 80 miljoen euro aan entreegelden, wat overeenkomt met een Netto Contante Waarde – de totale waarde van alle verwachte toekomstige opbrengsten teruggerekend naar euro's op dit moment – van circa 1,5 miljard. De (toekomstige) welvaartswinsten van de musea bedragen op dit moment minstens het dubbele, en misschien zelfs wel vier keer zoveel.

Die welvaartswinst komt niet alleen terecht bij de bezoekers van de musea, maar ook in de huizenprijzen en de grondwaarde in de steden waar de aantrekkelijke musea zich bevinden, bij de bedrijven in die steden die winst maken op de bestedingen van toeristen, en bij toekomstige generaties die profiteren van de rol die musea spelen in het onderwijs. Bovendien hechten alle Nederlanders samen waarde aan het bestaan van de Nederlandse musea, ook degenen die geen musea bezoeken. Het feit dat veel andere partijen dan de musea zelf profiteren van de welvaartswinst die musea veroorzaken rechtvaardigt overheidssubsidiering.

Dat wil echter niet automatisch zeggen dat de omvang en de verdeling van die subsidies maatschappelijk optimaal zijn. Allereerst is een deel van de berekende welvaartswinst onzeker. Die onzekerheidsmarge is € 2,9 miljard, wat de ondergrens van de welvaartswinst van musea op € 3,5 miljard brengt, ofwel € 202 miljoen per jaar. Ook zijn niet alle subsidies aan ieder afzonderlijk museum op basis van de berekende totale welvaartswinst per se gerechtvaardigd. Daarvoor zouden eerst de maatschappelijke kosten en baten per museum berekend moeten worden. Tot slot is herbezinning op de verdeling van de subsidies tussen Rijk, provincie en gemeenten wenselijk. Een belangrijk deel van de welvaartswinst slaat namelijk lokaal neer, terwijl de meeste subsidies van de Rijksoverheid komen.

De schat van de stad [Atlas voor gemeenten]

1 Inleiding

De Nederlandse musea ontvingen in 2007 € 379 miljoen aan subsidie van de overheid; € 213 miljoen van het Rijk, € 34 miljoen van de provincies, en € 132 miljoen van de gemeenten.¹ Al deze subsidies staan nu onder druk. De vraag is wat Nederland verliest als in deze subsidies wordt gesneden. Met andere woorden: Wat is de bijdrage van de Nederlandse musea aan de Nederlandse welvaart?

De maatschappelijke waarde van musea kent vele facetten. In eerder onderzoek van de onderzoekers van Atlas voor gemeenten en SEO Economisch Onderzoek zijn de maatschappelijke baten van diverse vormen van kunst, cultuur en erfgoed geïnventariseerd.² Recent onderzoek onder staf en publiek van musea in Australië komt uit op een vergelijkbare lijst van onderdelen die voor hen de waarde van musea bepalen.³ Toegespitst op musea bestaat de totale welvaartswinst van musea dan voornamelijk uit de volgende vijf onderdelen:

1. Welvaartswinst door het gebruik van musea
2. Welvaartswinst door optie op gebruik musea
3. Welvaartswinst door toerisme
4. Welvaartswinst door educatieve functie van musea
5. Welvaartswinst door het bestaan van musea

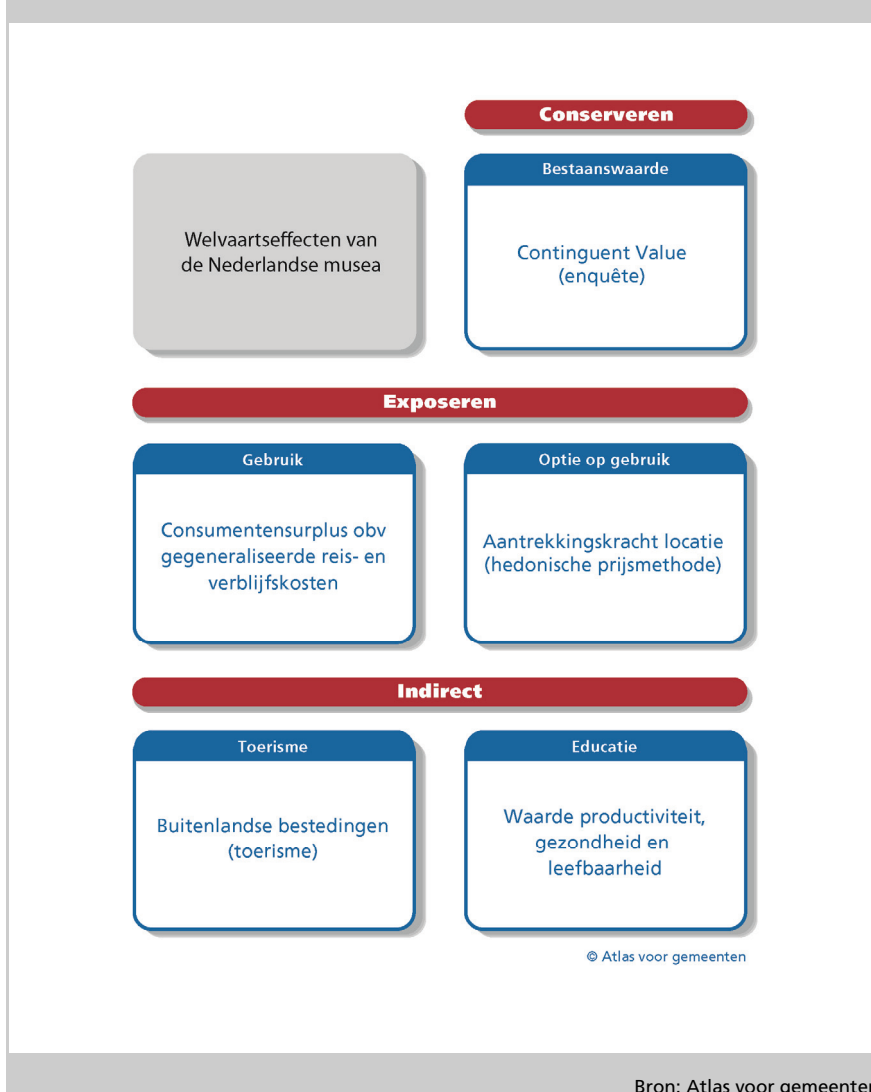
In onderstaand schema worden de onderdelen van de maatschappelijke waarde van musea schematisch weergegeven. Daarbij wordt tevens aangegeven wat de grondslag is waarop die waarde in dit rapport bepaald zal worden.

¹ Bron: CBS Statline

² G.A. Marlet, J. Poort, F. Laverman, 2007: De kunst van investeren in cultuur (SEO/Atlas voor gemeenten, Amsterdam/Utrecht).

³ C. Scott, 2006: *Museums: Impact and Value*, in: Cultural Trends, 15, 1, 57, p. 45–75. Dit artikel geeft een kwalitatieve inventarisatie van vermeende sociale en economisch effecten van musea. Effecten worden niet gekwantificeerd en evenmin wordt rekening gehouden met dubbeltellingen als gevolg van het noemen van meerdere effecten die op hetzelfde neerkomen.

Figuur 1.1 Welvaartseffecten van de Nederlandse musea



Voor de podiumkunsten is de maatschappelijke waarde al eens berekend, en in geld uitgedrukt. Uit dat onderzoek bleek dat de waarde van een gemiddeld theater ongeveer tien keer zo groot is als de opbrengsten in de kassa van zo'n podium doen vermoeden.⁴ Voor musea ontbreekt een dergelijke berekening.

Dit rapport beoogt die leemte te vullen. Allereerst wordt de maatschappelijke waarde van musea als fysieke locatie onderzocht (hoofdstuk 2 en 3). Musea exposeren immers een deel van de collectie, waardoor mensen kunst en cultuur kunnen consumeren (zie figuur 1.1). Welke waarde hechten mensen aan de aanwezigheid van musea in Nederland? Niet alleen aan een bezoek aan zo'n museum (de gebruikswaarde, hoofdstuk 2), maar ook aan de mogelijkheid zo'n museum te bezoeken (de optiewaarde, hoofdstuk 3).

Daarnaast zijn er nog indirecte effecten van musea te verwachten: de economische waarde en de educatieve waarde (zie figuur 1.1). Onder de economische waarde van musea (hoofdstuk 4) wordt de waarde verstaan die musea creëren als trekpleister voor buitenlandse toeristen. De bestedingen van toeristen brengen welvaart die voor een deel toe te rekenen is aan de musea. De educatieve waarde van musea (hoofdstuk 5) valt in verschillende onderdelen uiteen, zoals onderwijsprestaties, productiviteit, leefbaarheid en gezondheid. Maar bijvoorbeeld ook de verbindende waarde van cultuur; maakt cultuur toleranter, en vergroot het de sociale cohesie?

Tot slot komt de bestaanswaarde van de collectie van de musea aan de orde, los van de locatie en het feitelijke en mogelijke bezoek (hoofdstuk 6). Musea hebben immers ook de functie om cultureel erfgoed te conserveren (zie figuur 1.1). Vinden mensen het van belang dat die collectie in collectieve handen is? Maakt dat hen trots op het land? Geeft het ze een gevoel van eigenwaarde? De bestaanswaarde drukt de waarde uit die mensen toedichten aan het cultureel erfgoed waarover Nederland beschikt, los van de gebruikswaarde en de optiewaarde.

Van die vijf waarden van musea wordt in de onderstaande hoofdstukken één voor één een berekening gemaakt. In het laatste hoofdstuk worden deze

⁴ G.A. Marlet, 2009: *De aantrekkelijke stad* (VOC Uitgevers Nijmegen); G.A. Marlet, 2010: *Muziek in de stad. Het belang van podiumkunsten, musea, festivals en erfgoed voor de stad* (VOC Uitgevers, Nijmegen). Zie ook: H. de Groot, G. Marlet, C. Teulings, W. Vermeulen, 2010: *Stad en land* (Cpb, Den Haag), hoofdstuk 4.

samengevoegd tot één getal: de totale maatschappelijke waarde van de Nederlandse musea.

Bij deze berekeningen wordt een breed welvaartsbegrip gehanteerd, zoals gangbaar is in maatschappelijke kosten-batenanalyses en in de beleids-economie. Alle maatschappelijke effecten die gevolgen hebben voor de welvaart van consumenten (zogeheten consumentensurplus) en bedrijven (producentensurplus) worden in kaart gebracht. Het gaat dus niet alleen om financiële baten die als klinkende munt meetellen in het bruto nationaal product. Voor een deel van de effecten zal dat wel het geval zijn, bijvoorbeeld de winst op de toeristische bestedingen die zijn toe te rekenen aan de musea (producentensurplus). Voor een ander deel, bijvoorbeeld de welvaart die consumenten ontleen aan een museumbezoek, is dat niet het geval.⁵

Zoals gebruikelijk in kosten-batenanalyses, wordt de bijdrage van de musea aan de *Nederlandse welvaart* berekend. Welvaartseffecten buiten Nederland en ook de welvaartseffecten op toeristen die de Nederlandse musea bezoeken blijven buiten beschouwing. Evenmin kijkt dit onderzoek naar de wijze waarop de welvaartseffecten binnen Nederland verdeeld zijn. Dat neemt niet weg dat de verdeling relevant is, en verre van homogeen. De bezoekersaantallen van musea verschillen enorm, en slechts een beperkt aantal musea kan bogen op een substantieel aandeel buitenlandse bezoekers. Het ligt bovendien voor de hand dat voor het aantrekken van toeristen clustering van musea gunstig is.

⁵ Methodologisch sluit dit onderzoek zo veel mogelijk aan bij de in Nederland gangbare OEI-methodiek. Deze methodiek is vanaf 1998 ontwikkeld in opdracht van het ministerie van Verkeer en Waterstaat en het ministerie van Economische Zaken. De kern van de methodiek is aanvankelijk vastgelegd in de zogeheten OEI-leidraad: Eigenraam, Koopmans, et. al., 2000: Evaluatie van infrastructuurprojecten; leidraad voor kosten-batenanalyse, Deel I: Hoofdrapport & Deel II: Capita Selecta. Gelijktijdig werd een aantal onderliggende deelstudies gepubliceerd. In 2003 volgde een aantal aanvullingen op de leidraad.

2 Welvaartswinst door het gebruik van musea

Het uitgangspunt voor de gebruikswaarde van musea is dat mensen van kunst en cultureel erfgoed houden. Of zoals Oscar Wilde zei:

*“All art is quite useless, the only excuse for making a useless thing is that one admires it intensely”.*⁶

Dat ‘houden van’ kunst en erfgoed uit zich op verschillende manieren. Mensen kopen kunst, gaan naar het museum, of bekijken afbeeldingen op internet. Door dat gedrag geven mensen een uiting aan de waarde die ze aan (de collecties in de) musea hechten.

Dat mensen waarde toekennen aan musea uit zich in eerste instantie in het bezoek dat ze aan musea brengen. Die bezoekers kopen een kaartje, wat laat zien dat ze iets over hebben voor hun bezoek. Echter, de prijs van een kaartje is voor veel mensen lager dan de waarde die ze aan dat bezoek toekennen. Het verschil is het consumentensurplus.

Dat consumentensurplus kan worden uitgerekend op basis van de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van het museumbezoek. De totale kosten die mensen moeten maken en ervoor over hebben om een museum te bezoeken. Die gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten vallen uiteen in de betaalde entreprijs, de verblijfstijd in het museum, de reistijd naar het museum toe en de bijbehorende reiskosten. Voor het totaal aan musea in Nederland wordt een inschatting gemaakt van die gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van de bezoekers.

De waarde die bezoekers ontleen aan hun bezoek aan musea moet hoger zijn dan die gegeneraliseerde kosten, anders zouden ze het museum niet bezoeken. Dat consumentensurplus is in eerder onderzoek door SEO Economisch Onderzoek ingeschat op een zestiende deel van de totale ‘kosten’ van het bezoek aan een museum: Het surplus over de integrale gebruikskosten bedraagt 25% en het surplus van alternatieve tijdsbesteding is 25% lager.⁷ Als er geen surplus was ging niemand naar het museum. En als dat surplus niet hoger zou zijn dan dat van een andere invulling van de

⁶ Uit: *A Picture of Dorian Gray*.

⁷ J.N.T. Weda, I.J. Akker, J.P. Poort, C.C. Koopmans, 2009: MKBA Erfgoed en Locatie. Locatiegerelateerde consumptie van cultureel erfgoed informatie (SEO, Amsterdam), p.26.

vrije tijd ging iedereen iets anders doen. Dat consumentensurplus is dan ook een welvaartswinst van musea. En dat is het bedrag dat in dit hoofdstuk wordt berekend.

2.1 Aantal musea

Momenteel zijn er in Nederland 1254 museale instellingen.⁸ In het tweejaarlijkse onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) worden 773 van deze museale instellingen onderzocht. Dat aantal musea is groter dan het aantal bij de Museumvereniging geregistreerde musea, maar kleiner dan de totaalopgave op museum.nl (zie tabel 2.1).

Het CBS gebruikt voor de afbakening van die groep de volgende definitie: *“Een museum is een permanente instelling ten dienste van de samenleving en haar ontwikkeling, toegankelijk voor publiek, niet gericht op het maken van winst, die de materiële getuigenissen van de mens en zijn omgeving verwerft, behoudt, wetenschappelijk onderzoekt, presenteert en hierover informeert voor doeleinden van studie, educatie en genoeg.”* Het CBS publiceert een aantal kerncijfers over deze musea op StatLine. De meest recente cijfers van het CBS zijn over 2007.

De aanduiding museum is niet beschermd, en daarom voor een ieder vrij te gebruiken. Om lid te kunnen worden van de Nederlandse Museumvereniging (de brancheorganisatie) moeten musea voldoen aan de eisen van het museumregister. Deze eisen, gebaseerd op de internationale museumdefinitie van de ICOM, heeft betrekking op enerzijds de collectiebeheerstaken en anderzijds op de publiekstaken. Momenteel zijn er 547 musea geregistreerd of bezig met het registratietraject. Van deze erkende musea waren er op 1 januari 2011 465 lid van de Nederlandse Museumvereniging en 382 deelnemer aan de Stichting Museumkaart.

Welke sample van musea moet voor dit onderzoek worden gebruikt? Afbakenen van de sample heeft vooral invloed op het totaal aantal bezoeken, en daarmee dus een vrij grote invloed op het eindresultaat van dit onderzoek. Het doel van het onderzoek is de maatschappelijke waarde van de Nederlandse musea te berekenen, zodat die later in verband kunnen worden gebracht met de maatschappelijke kosten. Die maatschappelijke

⁸ Bron www.museum.nl

kosten bestaan vooral uit subsidies. Die subsidies zijn via het CBS bekend voor de genoemde 773 musea (zie hoofdstuk 1). Daarom wordt in dit onderzoek ook de maatschappelijke waarde van die 773 musea berekend.⁹

Tabel 2.1 Musea in Nederland

	Aantal	Bron
Totaal Nederlandse Musea (museale instellingen), waarvan:	1254	www.museum.nl
In onderzoek CBS	773	CBS
Geregistreerd museum	547	Museumvereniging
Lid van de museumvereniging	465	Museumvereniging
Deelname Museumkaart	382	Museumvereniging
In enquête Museummonitor	77	TNS/Nipo

2.2 Aantal bezoeken

Voor het onderzoek was van 275 musea het aantal bezoeken beschikbaar via gegevens van de Museumvereniging. Die musea werden in 2009 bijna 14 miljoen keer bezocht. Het CBS geeft voor de 773 musea in hun sample in 2007 een totaal aantal van ruim 20,54 miljoen bezoeken op.¹⁰ Deze gegevens worden door het CBS echter niet per museum verstrekt.

Ervan uitgaande dat de lijst met musea van de Museumvereniging ook de musea in de sample van het CBS omvat, en dat de jaren 2007 en 2009 vergelijkbaar zijn, dekken de data van de museumvereniging dus 67% van het totaal aantal bezoeken volgens het CBS, terwijl de sample aan musea waarop die bezoekersaantallen gebaseerd zijn slechts 36% van de musea van het CBS bevat. De musea in de lijst van de Nederlandse museumvereniging zijn dus vooral de grotere musea.

Desondanks bleek het niet goed mogelijk om op basis van de *rank-size-distribution* een schatting te maken van het aantal bezoeken per museum voor

⁹ De overige 481 museale instellingen zijn – hoewel het CBS de lijst met musea in hun sample niet prijsgeeft – waarschijnlijk vooral kleine lokale instellingen zijn, met relatief weinig bezoeken, en daardoor naar verwachting ook een relatief lage maatschappelijke waarde (en een laag subsidiebedrag).

¹⁰ Bron: www.statline.nl

de musea in de CBS sample. Daarom is voor het onderzoek noodgedwongen uitgegaan van de totaalopgaven van het CBS: in 2007 20,54 miljoen bezoeken aan 773 musea. Daarvan zijn 5,4 miljoen bezoeken van toeristen uit het buitenland, hetgeen het totaal aantal binnenlandse bezoeken op ongeveer 15 miljoen brengt.

2.3 Kosten reistijd

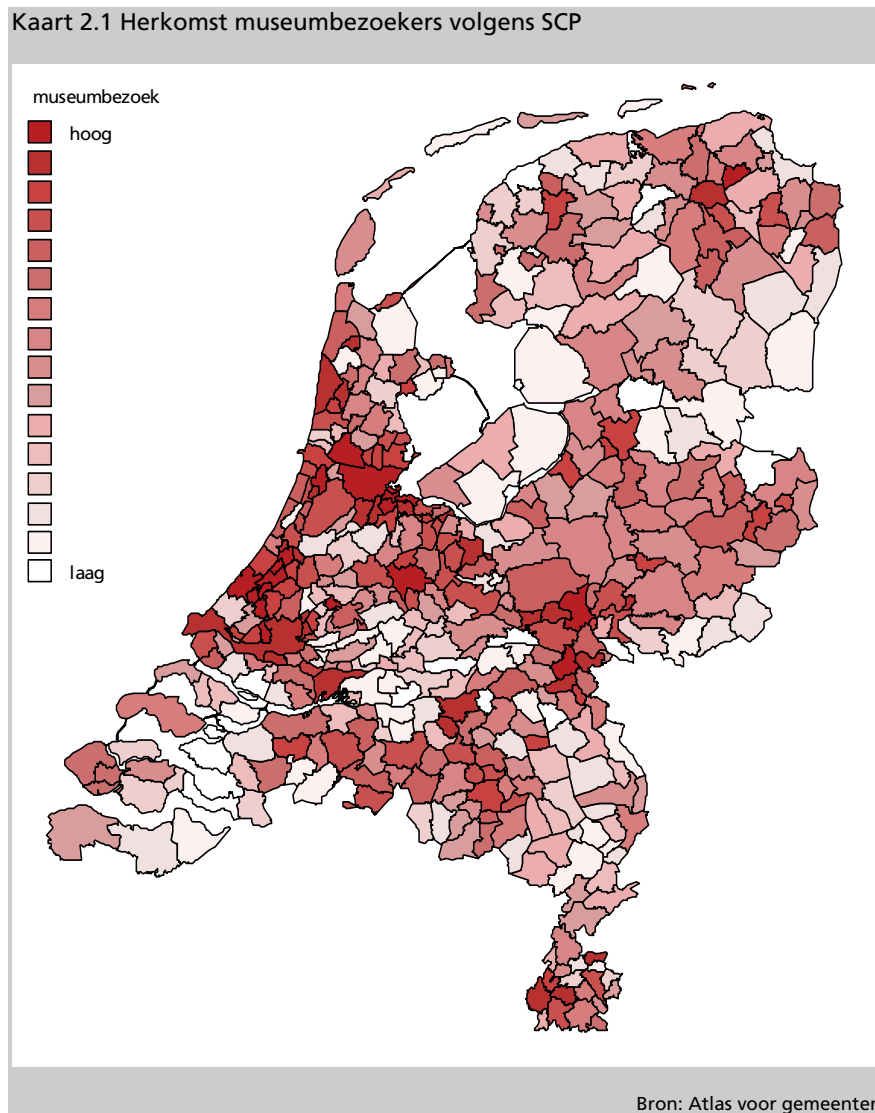
De reistijd is per museumbezoeker afgeleid uit de postcode van vertrek (de woning van de bezoeker) en de postcode van aankomstpunt (het museum). Die gegevens zijn bekend voor de bezoekers die in het bezit zijn van een Museumkaart. In kaart 2.2 is de herkomst van de museumbezoekers met een Museumkaart weergegeven.

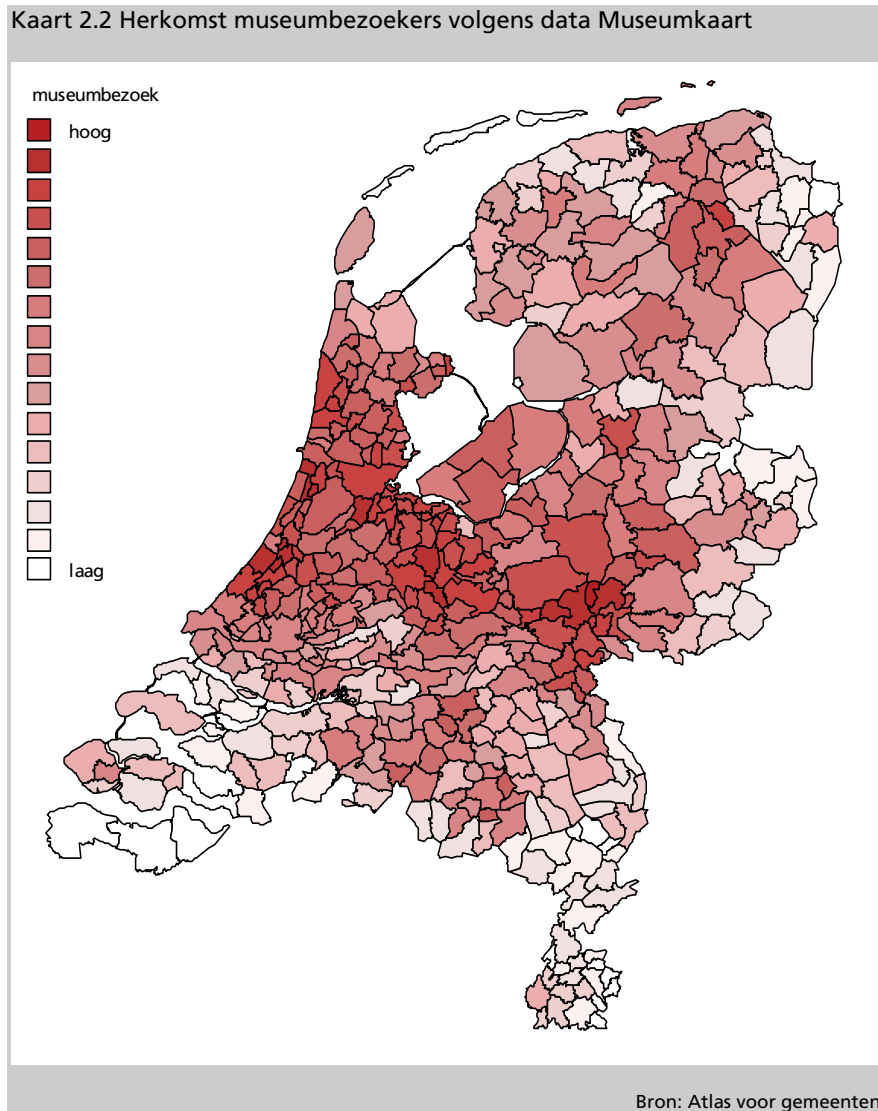
De herkomst is vergeleken met het voorspelde museumbezoek op basis van de AVO-enquête van het SCP (kaart 2.1).¹¹ De correlatie tussen beiden is ongeveer 50%. Vooral in niet-stedelijke gemeenten in de Randstad is het voorspelde museumbezoek lager dan de herkomst van museumbezoekers met een Museumkaart doet vermoeden. Dat zou kunnen betekenen dat inwoners van steden minder geneigd zijn een Museumkaart aan te schaffen dan inwoners van niet-stedelijke gemeenten. En dat zou dan weer kunnen betekenen dat de gemiddelde reistijd van de Museumkaarthouder groter is dan van de overige museumbezoekers. Bij de interpretatie van de resultaten dient die kanttekening in het achterhoofd te worden gehouden.

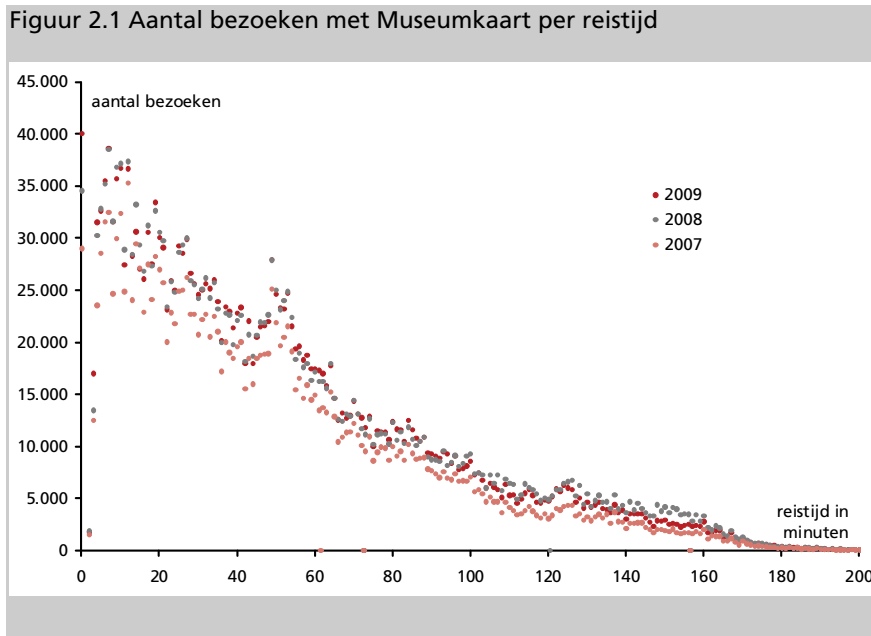
Van de museumbezoekers met een Museumkaart is met reistijdenmatrices bepaald wat de reistijd voor het bezoek aan het betreffende museum moet zijn geweest, per auto en per OV. Gemiddeld bleek de reistijd voor museumbezoek 51 minuten per auto te zijn, en 83 minuten per OV. Van museumbezoekers is bekend dat ongeveer tweederde per auto reist en eenderde per openbaar vervoer (en een klein deel per fiets of lopend).¹² Rekening houdend met die *modal split* is de gemiddelde reistijd van een museumbezoeker dus precies een uur enkele reis.

¹¹ Zie voor een beschrijving van de methode: G.A. Marlet, 2010: Muziek in de stad. Het belang van podiumkunsten, musea, festivals en erfgoed voor de stad (VOC Uitgevers, Nijmegen).

¹² L. Ranshuysen, 2009: Museummonitor 2009. IJzeren wetten en trends (Rotterdam).





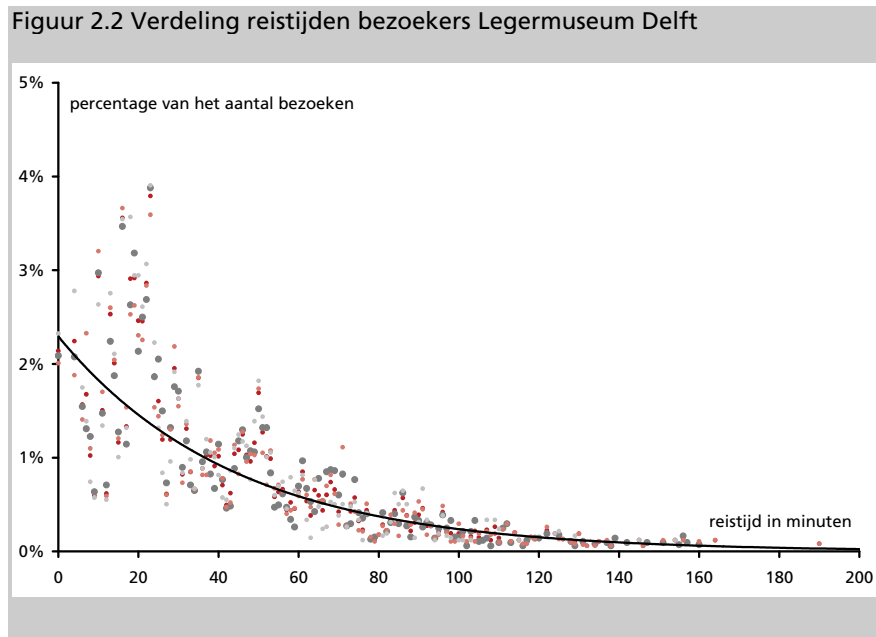


Figuur 2.1 geeft de verdeling van de reistijden weer. Dat zijn dus alleen de museumbezoekers met een Museumkaart die een museum bezoeken dat mee doet aan die kaart. Het simpelweg ophogen op basis van het totaal aantal bezoeken volgens het CBS levert waarschijnlijk een overschatting van de gemiddelde reistijd op omdat de gegevens er juist voor de kleinere musea niet zijn, waarvoor de bereidheid tot reizen waarschijnlijk lager zal zijn.

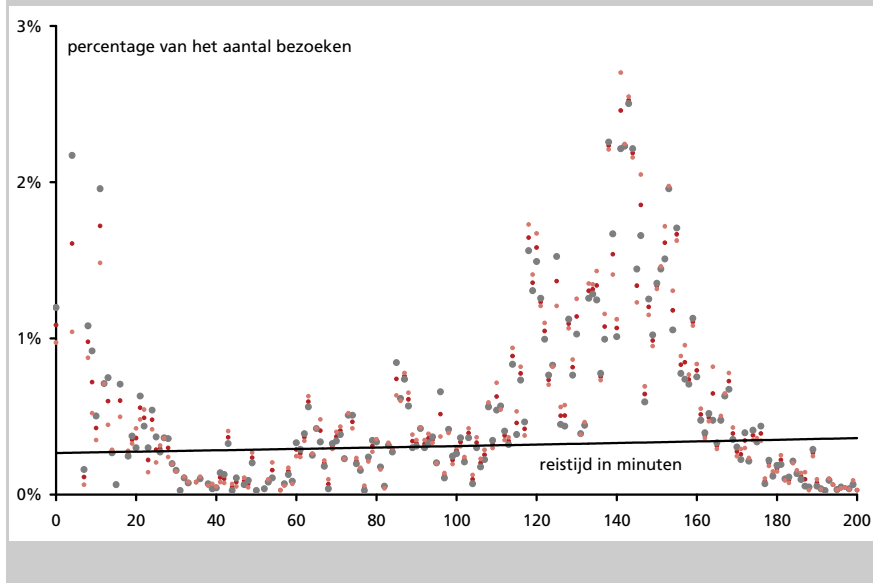
De herkomst en reistijd van de overige musea in de CBS sample zou kunnen worden bijgeschat, mits er een patroon in het reisgedrag van museumbezoekers te herkennen is. Het mooiste zou zijn om te kijken naar de verdeling van reistijden van bezoekers aan het museum, want deze kan direct toegepast worden voor het bepalen van de gemiddelde reistijd per museum. Voor sommige musea ziet die verdeling er vrij eenvoudig uit; ze volgt zoals in het geval van het Legermuseum Delft een min of meer exponentiële verdeling (zie figuur 2.2).

Voor de grotere musea buiten de Randstad is echter geen sprake van zo'n exponentiële verdeling (zie de figuren 2.3 en 2.4). De verdeling van de reistijden voor die musea blijkt ook bepaald te worden door de plaatsen

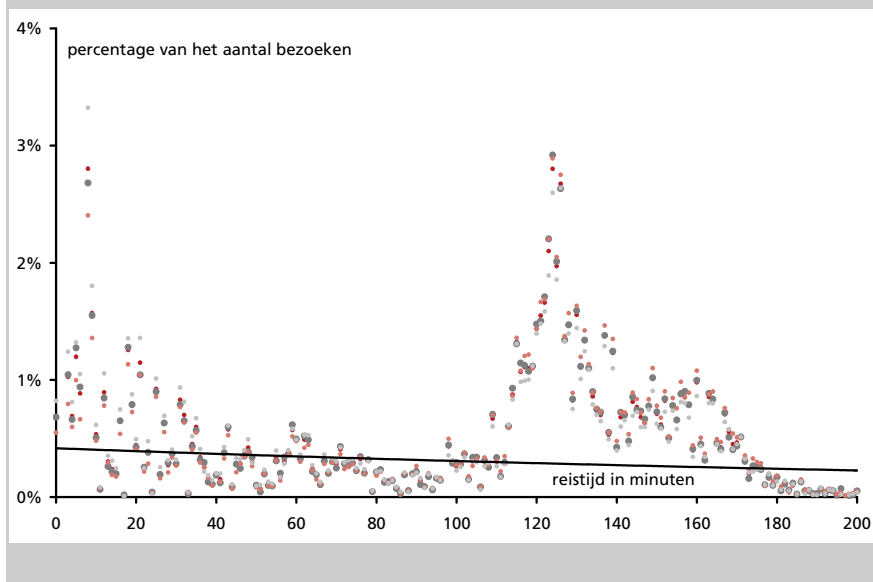
waar de meeste potentiële museumbezoekers wonen; in de Randstad (zie de kaarten hieronder). Op basis van deze analyse wordt het dan ook lastig om een verdeling te modelleren die op de ontbrekende musea kan worden toegepast.



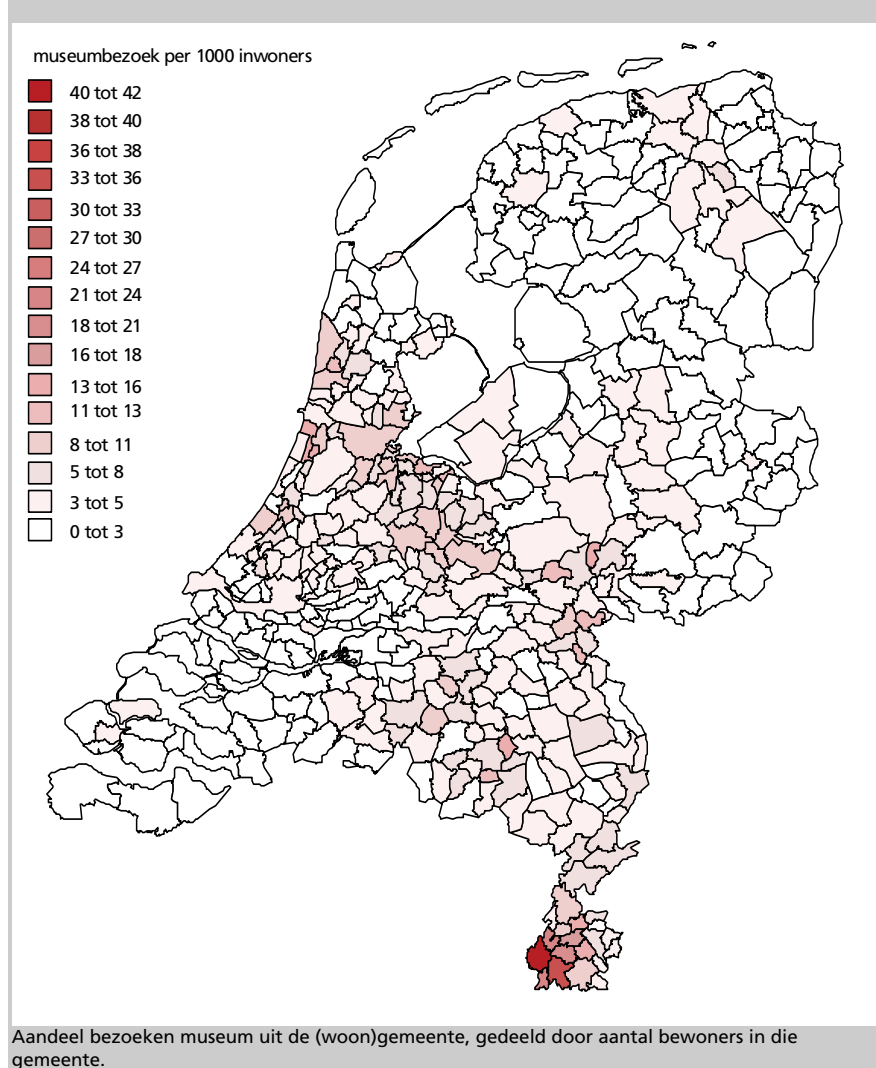
Figuur 2.3 Verdeling reistijden bezoekers Bonnefantenmuseum Maastricht



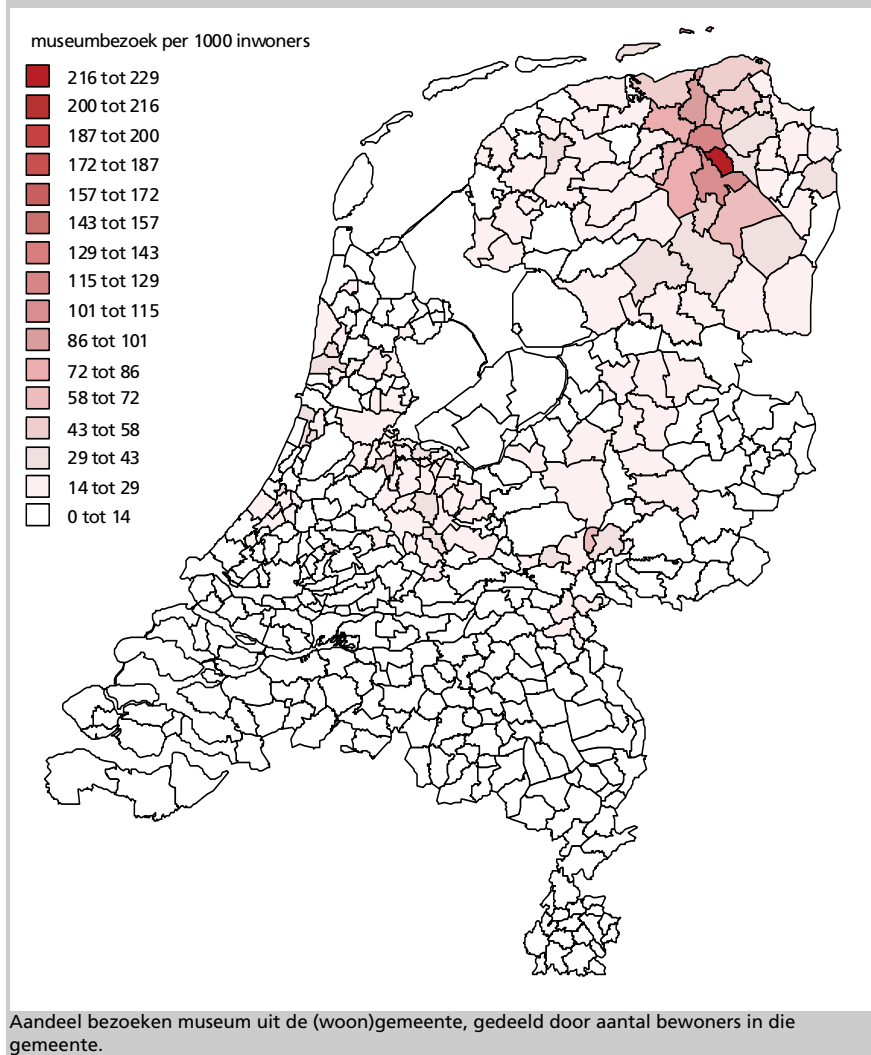
Figuur 2.4 Verdeling reistijden bezoekers Groninger Museum



Kaart 2.3 Herkomst bezoekers Bonnefantenmuseum



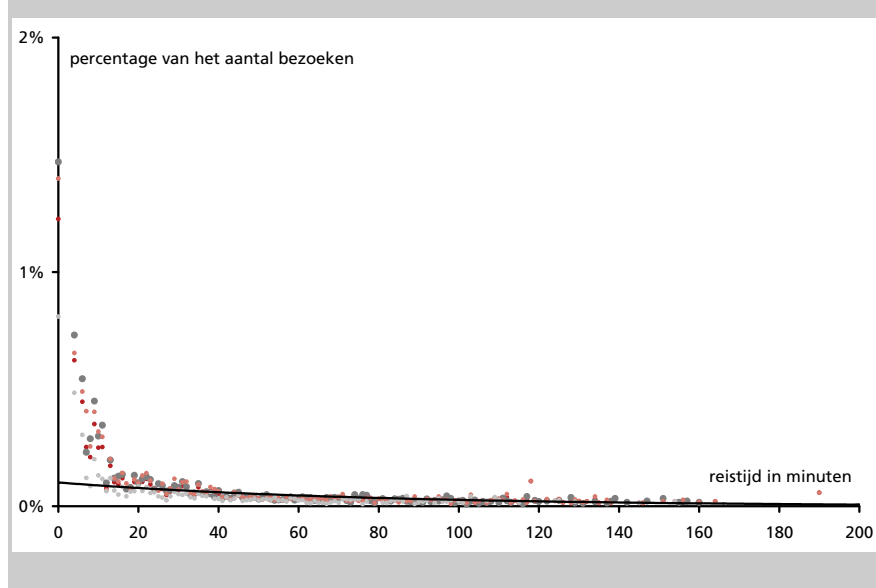
Kaart 2.4 Herkomst bezoekers Groningen Museum



Een tweede benadering is mogelijk kansrijker, namelijk het aantal bezoekers met een bepaalde reistijd als percentage van het aantal inwoners dat op diezelfde reistijd van het museum woont. Ofwel: Welke deel van de inwoners legt een bezoek af aan het museum? In onderstaande grafieken staan de resultaten.

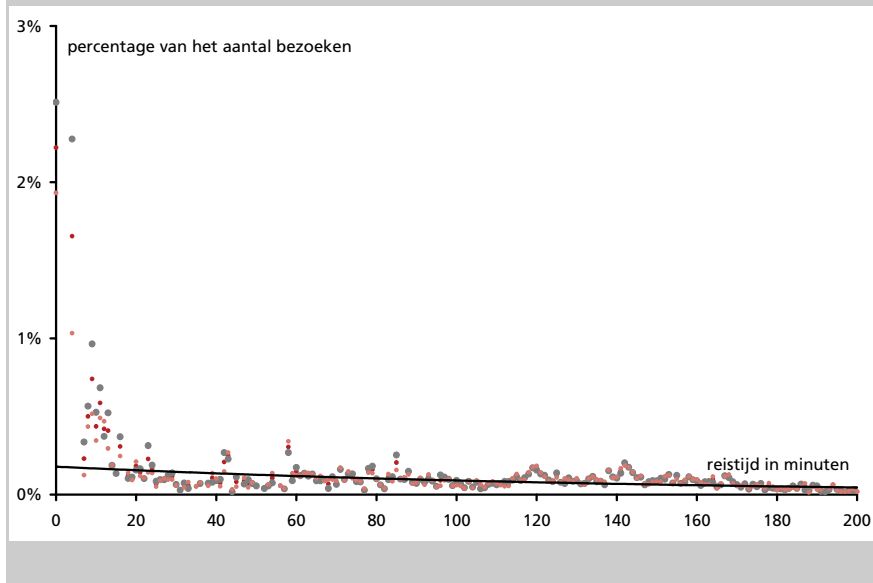
Deze benadering levert verbanden op die wel goed te modelleren zijn, en van toepassing kunnen worden verklaard op de ontbrekende musea. Daarmee zou dan de herkomst van de bezoekers van de extra musea in de CBS sample kunnen worden ingeschat. Vervolgens kan daarvan de reistijd worden berekend, en uiteindelijk de gegeneraliseerde reiskosten. Echter, voor zo'n exercitie is tenminste de locatie en het totaal aantal bezoeken aan de betreffende musea nodig. Die gegevens ontbreken vooralsnog voor de CBS musea. Er zat dan ook niets anders op dan de gemiddelde reistijden voor het totaal aantal van 20,5 miljoen museumbezoekers te gebruiken.¹³

Figuur 2.5 Verdeling reistijden bezoekers Legermuseum Delft

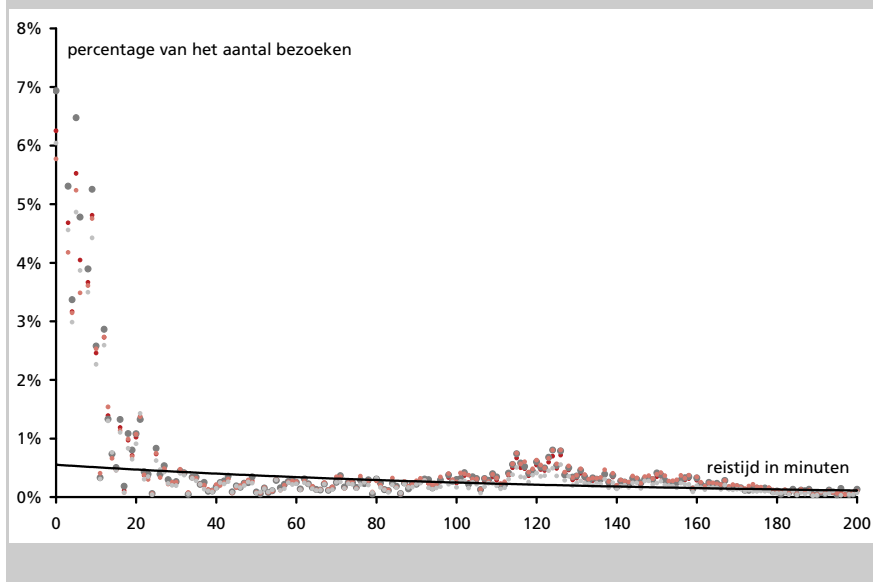


¹³ Zoals gezegd levert dit vermoedelijk een overschatting op omdat de ontbrekende musea relatief kleine musea zullen zijn met een minder grote uitstraling.

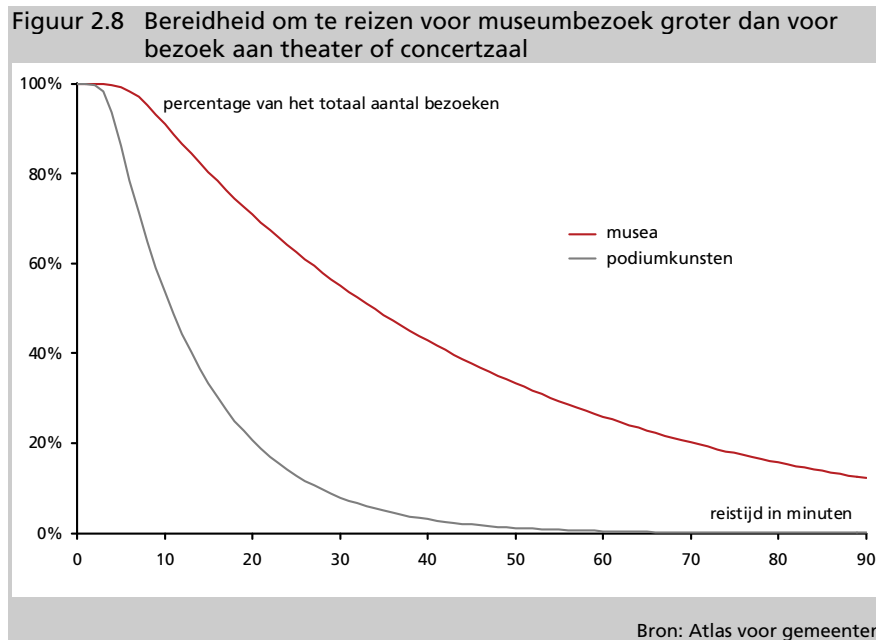
Figuur 2.6 Verdeling reistijden bezoekers Bonnefantenmuseum Maastricht



Figuur 2.7 Verdeling reistijden bezoekers Groninger Museum



Deze aanpak resulteert in de reisbereidheidscurve die staat weergegeven in figuur 2.8. De curve is afgezet tegen die voor de podiumkunsten. Daaruit blijkt dat museumbezoekers gemiddeld bereid zijn langer te reizen voor een museumbezoek dan bezoekers aan podia.



Met die reistijdcurve zijn de kosten van de reistijd van de 15 miljoen binnenlandse museumbezoekers berekend. De resultaten staan in tabel 2.2. De reistijdwaardering voor een uur reistijd is gebaseerd op cijfers van Rijkswaterstaat, en bedragen € 6,20 per uur voor reizen per auto en € 5,55 per uur voor reizen per OV. De reden dat reizen per OV goedkoper is, is dat er van uit wordt gegaan dat de tijd in het openbaar vervoer nuttiger kan worden besteed dan in de auto. Op deze wijze berekend is de totale reistijd van de Nederlandse museumbezoeker 182 miljoen euro waard.

Het ligt echter niet voor de hand dat die reis puur en alleen voor het museumbezoek wordt afgelegd. Museumbezoek zal vaak gecombineerd worden met familiebezoek, winkelen, etc. De volledige reistijd aan het museumbezoek toerekenen levert dan een overschatting op van de gebruikswaarde. Daarom wordt die uitkomst als een maximum gezien, en

wordt in een minimumvariant de helft van de reistijd aan het museum toegerekend.

Tabel 2.2 Kosten reistijd museumbezoek per jaar (in €)

	Reistijd in minuten (enkele reis)	Kosten per uur	Kosten per bezoek	Totaal (maximaal)	Totaal (minimaal)
Per auto	51	6,20	10,59	112 mln	56 mln
Per OV	83	5,55	15,36	70 mln	35 mln
Totaal				182 mln	91 mln

Bron: Atlas voor gemeenten

2.4 Reiskosten

Behalve de kosten van tijd zijn aan de reis zelf ook kosten verbonden. Om die kosten te berekenen is op basis van de postcodes van de bezoekers met een Museumkaart allereerst berekend wat de gemiddelde reisafstanden zijn. Dat komt uit op een gemiddelde reisafstand van 63 kilometer, enkele reis. Vervolgens is voor het OV uitgegaan van de staffel waarmee NS werkt, 12 cent per kilometer. Voor de auto is de fiscale aftrek van 19 cent per kilometer gebruikt. Bij vervoer per auto is bovendien uitgegaan van een gemiddelde bezetting van anderhalve persoon per auto. De resultaten staan in onderstaande tabel.

Naast de tijdskosten van € 182 miljoen kost het totale museumbezoek per jaar ook nog € 238 miljoen aan reiskosten. Net als bij de reistijd moet ook dit bedrag als maximum worden gezien. Voor de minimumvariant is de helft genomen. De totale gegeneraliseerde reiskosten komen daarmee uit tussen de € 210 en € 420 miljoen.

Tabel 2.3 Reiskosten museumbezoek per jaar (in €)

	Reisafstand in kilometers (enkele reis)	Kosten per kilometer	Kosten per bezoek	Totaal (maxium)	Totaal (minium)
Per auto	63	0,19	15,19	169 mln	84 mln
Per OV	63	0,12	16,03	69 mln	35 mln
Totaal				238 mln	119 mln

2.5 Kosten verblijfstijd

Naast de reistijd en de reiskosten kost het de museumbezoeker ook tijd en geld om in het museum te kunnen rondlopen. In deze paragraaf worden de kosten van die verblijfstijd ingeschat. In de volgende paragraaf volgen de kosten van de entree, de prijs van het kaartje.

Uit de Museummonitor blijkt dat de gemiddelde duur van een museumbezoek 124 minuten is (op basis van onderzoek bij in totaal 70 musea). Om eerder genoemde redenen (het ontbreken van gegevens over de locatie van en het aantal bezoeken aan de CBS-musea) was het niet mogelijk die verblijfstijd voor de andere musea bij te schatten. Daarom is er hier wederom voor gekozen de gemiddelde verblijfstijd in de 70 musea van toepassing te verklaren op alle musea.

De waarde van een uur in het museum verblijven wordt ingeschat op € 12,35. Dat is het gemiddelde uurloon van een Nederlander, en ligt hoger dan de waarde van een uur reistijd. De reden voor het verschil in grondslag tussen reis- en verblijfstijd is dat het bezoek aan het museum onverdeelde aandacht vraagt, terwijl de reis ook gebruikt wordt om te bellen, te lezen, te werken, etc.

Het gebruik van het gemiddelde uurloon is in twee opzichten een versimpeling. Enerzijds zou voor niet-werkenden, zoals gepensioneerden en kinderen uitgegaan kunnen worden van een lager bedrag. De vuistregel is om voor die groep de helft van het gemiddelde uurloon te nemen. Het betreft hier in totaliteit ongeveer een kwart van het totaal aantal museumbezoekers.¹⁴ Daar staat tegenover dat het museumpubliek gemiddeld hoger opgeleid is dan de gemiddelde Nederlander, en het uurloon van de werkenden daardoor juist hoger zou zijn dan het gemiddelde. Omdat de werkelijke inkomensverdeling en het precieze aandeel hoger opgeleiden onder de bezoekers niet bekend zijn, is ervoor gekozen voor alle bezoekers te rekenen met het gemiddelde uurloon.

Bij een bezoek van 124 minuten zijn de gemiddelde kosten van de verblijfstijd in een museum dus € 25,53. Daarmee komt de totale waarde van de verblijfstijd van de binnenlandse museumbezoekers uit op 385 miljoen euro.

2.6 Entreprijs

Tot slot betaalt de museumbezoeker een entreprijs. Volgens het CBS ontvingen de musea in 2007 in totaal 82 miljoen euro aan entreegelden.¹⁵ De gemiddeld betaalde entreprijs van betalende bezoekers was € 6,99. Het is aannemelijk dat de buitenlandse bezoekers die prijs betaalden. Dat zou betekenen dat de binnenlandse bezoekers in 2007 gemiddeld € 2,91 per bezoek betaalden. Het verschil is te verklaren door gratis bezoek, reducties, abonnementen en houders van de Museumkaart. Voor de berekening van de gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten is er vanuit gegaan dat de 15 miljoen binnenlandse bezoekers in 2007 in totaal circa 44 miljoen euro aan entreegelden betaalden.

¹⁴ L. Ranshuysen, 2009: Museummonitor 2009. IJzeren wetten en trends (Rotterdam).

¹⁵ Bron: www.statline.nl

2.7 Virtuele verblijfsduur

Musea genereren niet alleen fysiek bezoek, maar ook en in toenemende mate digitaal bezoek. Het gaat daarbij in de eerste plaats om het zoeken van praktische informatie, zoals openingstijden, locatie en toegangsprijzen. Maar steeds vaker is ook uitgebreide informatie te vinden over tentoonstellingen en de collectie.

In 2007 is onder musea een enquête gehouden naar het ICT-gebruik. 99% van de respondenten had toen een of meerdere websites met algemene informatie, contactgegevens, openingstijden, toegangsprijzen en tentoonstellingsinformatie. Ongeveer tweederde gaf op de site ook een collectiebeschrijving, informatie over lopende projecten en informatie voor het onderwijs. Iets minder dan twintig procent van de websites bood een collectiedatabase. Ongeveer de helft van de musea actualiseerde de informatie op de site minimaal eenmaal per week, een vijfde zelfs dagelijks.¹⁶ Het lijkt veilig te veronderstellen dat al deze percentages de afgelopen drie jaar verder zijn gestegen.

Het aantal bezoeken verschilde in 2007 sterk tussen musea. Zeven procent van de geënquêteerde musea die statistieken bijhielden van het websitebezoek, had minder dan honderd unieke bezoeken per maand; vijf procent meer dan 100 duizend. Het modale en mediane museum had tussen de duizend en tienduizend unieke bezoeken per maand.

Net als het fysieke bezoek is het digitale bezoek te gebruiken als een maatstaf voor de waardering voor de musea en hun collecties. De frequentie en duur waarmee websites worden bezocht en dus de tijd die Nederlanders daarin investeren, vertegenwoordigt een waarde net als de reistijd en de verblijfsduur van fysieke bezoeken. De tijd die bezoekers via internet investeren in het bekijken van de collectie is immers een uitdrukking voor (een ondergrens van) de waarde die zij aan die activiteit ontleen. Dit geldt overigens niet alleen voor de collectie die zich in depots bevindt, maar ook voor de collectie die wel fysiek te bezichtigen is maar tevens virtuele bezoekers trekt.

¹⁶ Museumvereniging / Digitaal Erfgoed Nederland. ICT-gebruik in Musea, Reekx Advies, Groningen/Almere, 2008.

Voor dertien musea waren ten behoeve van dit onderzoek gegevens beschikbaar van het websitebezoek in 2009, voor acht van deze musea was tevens de gemiddelde verblijfsduur van het websitebezoek bekend. Deze gegevens zijn aangevuld met gegevens over het websitebezoek van zeven grote musea die in 2007 zijn verzameld in het kader van de studie *Bronnen van Baten*.¹⁷ Het moge duidelijk zijn dat algemene conclusies over het websitebezoek van alle musea op basis van zo'n kleine steekproef slechts met veel voorzichtigheid kunnen worden getrokken.

De verhouding tussen het aantal websitebezoeken en het aantal fysieke bezoeken varieert sterk tussen musea. Toch blijkt het gewogen gemiddelde van deze verhouding voor de cijfers van 2009 (voor gemiddeld kleinere musea) vrijwel gelijk te zijn aan de cijfers uit 2007 (voor gemiddeld grotere musea). Over de gehele steekproef gemeten, hebben musea jaarlijks ongeveer 3,8 websitebezoeken per fysieke bezoek. De bezoekduur van fysieke bezoeken is ongeveer dertig maal langer dan van websitebezoek.

Over de herkomst (aantal bezoekers van buiten Nederland) en andere kenmerken van de websitebezoekers (leeftijd, inkomen) zijn geen gegevens beschikbaar. Daarom wordt verondersteld dat deze gemiddeld gelijk zijn aan die van de fysieke bezoekers. De maatschappelijke welvaartswinst is dan te bepalen door de totale fysieke verblijfstijd van het binnenlandse bezoek van alle musea samen, te vermenigvuldigen met 3,8 (hoger aantal) en te delen door 30 (kortere verblijfstijd). Daar komt het websitebezoek van museum.nl en museumkaart.nl nog bovenop, samen goed voor 9800 uur per jaar. Websitebezoekers maken geen reistijd, reiskosten en toegangskosten zodat de gegeneraliseerde *tijdskosten* van het websitebezoek komen op € 49 miljoen per jaar.¹⁸ Dat brengt de totale gegeneraliseerde verblijfskosten (dus exclusief de reistijd en -kosten) van museumbezoek op maximaal 478 miljoen euro (zie tabel 2.4).

¹⁷ J. Poort, R. Breugelmans, F. Laverman, B. Hof. *Bronnen Van Baten*. 2007-52 Vol. Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek, 2007.

¹⁸ In reële termen zal dit bedrag naar verwachting ongeveer toenemen met de ontwikkeling van de reële lonen. Impliciet geldt daarbij de aanname dat het websitebezoek niet zal toenemen. Dat is een conservatieve veronderstelling, zeker met het oog op nieuwe projecten zoals Google Art Project. Daar staat tegenover dat de hoeveelheid en kwaliteit van concurrerend materiaal op internet eveneens toeneemt.

Tabel 2.4 Totale gegeneraliseerde verblijfskosten van museumbezoek per jaar (in €)

	Gemiddelde Verblijfstijd (mediaan)	Kosten per uur	Kosten per bezoek	Totaal
Waarde verblijfstijd	124	12,35	25,53	385 miljoen
Betaalde entreprijs			2,91	44 miljoen
Waarde virtuele verblijfstijd	4	12,35	0,85	49 miljoen
Totaal				478 miljoen

2.8 Recapitulatie

In dit hoofdstuk werd de gebruikswaarde van de Nederlandse musea berekend. In onderstaande tabel worden de resultaten gerecapituleerd. Een gemiddelde museumbezoeker heeft minimaal € 42,35 over voor zijn bezoek (zie tabel 2.5). Dat zijn de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van een museumbezoek. Dat bedrag ligt fors hoger dan de gemiddeld betaalde entreeprijs aan de kassa van de musea.

Jaarlijks hebben alle museumbezoekers er samen minstens € 639 miljoen voor over om de Nederlandse musea te bezoeken. Daar komt dan nog € 49 miljoen bij voor het bezoek aan de websites van de musea, wat de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten op minstens € 688 miljoen per jaar brengt.

De vraag is vervolgens welk deel daarvan mag worden ingeboekt als onderdeel van de welvaartswinst van de Nederlandse musea. Bestaande kengetallen gaan ervan uit dat het consumentensurplus van een dergelijke tijdsbesteding op vijftientig procent van de totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten liggen, en dat dat consumentensurplus weer vijftientig procent hoger ligt dan dat van een alternatieve tijdsbesteding.¹⁹ Dat betekent dat het gebruikswaardendeel van de welvaartswinst van de Nederlandse musea in de minimumvariant ongeveer 43 miljoen euro bedraagt, en in de maximumvariant 56 miljoen.

De totale gebruikswaarde als onderdeel van het welvaartseffect van de musea komt dan – uitgaande van een reële groeivoet van 1,5% en een reële discontovoet van 5,5% – uit op een Netto Contante Waarde (NCW) (gemeten over 30 jaar) van afgerond tussen de 0,7 en 1 miljard euro (zie tabel 2.5).

¹⁹ J.N.T. Weda, I.J. Akker, J.P. Poort, C.C. Koopmans, 2009: MKBA Erfgoed en Locatie. Locatiereelateerde consumptie van cultureel erfgoed informatie (SEO, Amsterdam), p.26.

Tabel 2.5 Totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten museumbezoek en de gebruikswaarde als onderdeel van het welvaartseffect van musea

	Waarde in € (minimum)	Waarde in € (maximum)
Reistijd per bezoek	6,03	12,06
Reiskosten per bezoek	7,89	15,77
Verblijfstijd per bezoek	25,53	25,53
Betaalde entreprijs per bezoek	2,91	2,91
Totaal per bezoek	42,35	56,26
Totale kosten fysiek museumbezoek per jaar	639 miljoen	849 miljoen
Verblijfskosten virtueel museumbezoek per jaar	49 miljoen	49 miljoen
Totale gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten per jaar	688 miljoen	898 miljoen
Consumentensurplus (ten opzichte van alternatieve tijdsbesteding)	43 miljoen	56 miljoen
Welvaartswinst gebruikswaarde musea (NCW)	744 miljoen	971 miljoen

De schat van de stad [Atlas voor gemeenten]

3 Optie op gebruik

Naast de gebruikswaarde wordt ook het simpele feit dat er musea bestaan gewaardeerd, los van het gebruik ervan. Mensen die niet naar het museum gaan, hechten wel waarde aan de mogelijkheid dat ze dat kunnen doen. En mensen die vaak gaan willen wellicht in de buurt van een museum wonen zodat ze er zonder lange reistijd naartoe kunnen. Het feit dat er in Nederland een groot en divers aanbod aan musea bestaat heeft voor mensen een waarde, los van de vraag of ze er ook echt gebruik van maken. Dat is de optiewaarde.

De aanwezigheid van musea in de woonomgeving kan een waarde hebben, die de optiewaarde van het bezoeken van dat museum kan weerspiegelen. In de VS is hier al eens onderzoek naar gedaan.²⁰ Het probleem van dat onderzoek is dat musea daarin onderdeel uitmaken van een *amenity index*, die inderdaad significant samenhangt met de aantrekkingskracht van woonlocaties, maar waarvan niet kan worden gezegd dat de musea in de index daar ook echt aan hebben bijgedragen. Wel blijkt uit dat onderzoek dat bepaalde bevolkingsgroepen – ‘moralisten’ en homo’s – vaker wonen op een locatie in de buurt van musea. Maar het is nog maar de vraag of dat ook het gevolg is van de aanwezigheid van een museum, of dat die bevolkingsgroepen gewoon graag in de buurt van elkaar wonen (*sorting*).²¹

In dit onderzoek wordt de optiewaarde van musea berekend met de hedonische prijsmethode. Met de hedonische prijsmethode wordt onderzocht of en in welke mate mensen het van belang vinden dat zich in hun stad of wijk een museum bevindt. Dat belang kan te maken hebben met het feit dat mensen graag zelf naar dat museum gaan, of de mogelijkheid willen hebben om te gaan (optiewaarde). Maar het kan ook te maken hebben met de ontmoetingsplaatsfunctie die een museum kan hebben, en het effect daarvan op de sociale cohesie en de leefbaarheid in de stad of de wijk.

Tot slot kan een wijk of stad status verkrijgen door de aanwezigheid van een museum, en kan het de bewoners van een stad trots maken op hun wijk of

²⁰ T.N. Clark, 2003: *The city as an entertainment Machine*, Reserach in: *Urban Policy*, 9.

²¹ M. Coombes, *Multiple dimensions of settlement systems: coping with complexity*, in: T. Champion, G. Hugo, 2004: *New forms of urbanization: beyond the urban-rural dichotomy* (Aldershot, Ashgate), pp. 307-324.

stad. Die bewoners ontlenen immers ook status aan een woning in de buurt van het Rijksmuseum, en zullen daar waarde aan toekennen.

Om al die redenen kunnen mensen het waarderen dat zich in de buurt van hun woning een museum bevindt. Als mensen om wat voor een reden dan ook waarde toekennen aan een museum in de buurt, vertaalt dat zich in een hogere prijs voor de woonplekken in de buurt van zo'n museum, en dus in hogere huizen- en grondprijzen. In dit onderzoek wordt die waarde berekend. Daarbij wordt gebruik gemaakt van modellen die zijn ontwikkeld om de waarde van woonlocaties in te schatten op basis van huizenprijzen,²² en grondprijzen.²³

Het uitgangspunt van de analyse is dat die waarde hoger is naarmate het museum zich dichterbij een bepaalde woonlocatie bevindt. Op die manier (via de hogere huizenprijzen en grondwaarde) is de maatschappelijke waarde van musea in euro's uit te drukken. Eerder is een dergelijke analyse uitgevoerd voor de podiumkunsten.²⁴

3.1 Typen musea

Voor de analyse wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende typen musea. Het is immers goed denkbaar dat mensen wel graag in de buurt van het Rijksmuseum willen wonen, maar dat het Vingerhoedmuseum geen reden is voor mensen om in Veenendaal te willen wonen. Allereerst wordt een indeling gehanteerd op basis van de aard van de collectie van de musea.

De volgende categorieën worden gehanteerd op museum.nl:

- archeologie/historie
- astronomie
- beeldende kunst
- cultuurhistorie
- cultuurhistorisch
- maritiem/scheepvaart

²² G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers Nijmegen).

²³ H. de Groot, G. Marlet, C. Teulings, W. Vermeulen, 2010: Stad en land (Cpb, Den Haag).

²⁴ G.A. Marlet, 2010: Muziek in de stad. Het belang van podiumkunsten, musea, festivals en erfgoed voor de stad (VOC Uitgevers, Nijmegen).

- natuurhistorie
- techniek
- transport/techniek
- volkenkunde
- overig

Het CBS gebruikt een grovere indeling, in:

- Musea voor beeldende kunst
- Musea voor geschiedenis
- Musea voor natuurlijke historie
- Musea voor volkenkunde
- Musea voor bedrijf en techniek
- Musea voor gemengde collectie

Op basis daarvan zijn vier hoofdcategorieën van musea geconstrueerd die in de analyses zijn gebruikt:

- **beeldende kunst (BK)**
 - beeldende kunst
- **techniek/wetenschap (TN)**
 - techniek
 - transport/techniek
 - maritiem/scheepvaart
 - astronomie
- **cultuur/historisch (CH)**
 - cultuurhistorie
 - cultuurhistorisch
 - archeologie/historie
 - volkenkunde
 - overig²⁵
- **natuur (NH)**
 - natuurhistorie²⁶

²⁵ De categorie "overig" op museum.nl bleek vrij groot te zijn (ruim 250 musea). In veel gevallen waren ze vrij eenvoudig onder te brengen in een van de andere categorieën. Daarna bleven er nog 16 musea over die niet goed te plaatsen zijn. Dit zijn onder andere Madame Tussauds Amsterdam, ARCAM Architectuurcentrum Amsterdam, Heineken Experience, Hash Marihuana Hemp Museum, Erotisch Museum. Deze zijn als 'overig' onder de categorie cultuur/historisch geplaatst.

²⁶ Deze categorie blijkt ook dierentuinen, dolfinaria en bezoekerscentra van natuurgebieden te omvatten.

Vervolgens is voor de analyses onderscheid gemaakt tussen musea die aangesloten zijn bij de Museumkaart en musea waarvoor dat niet het geval is. Het idee daarachter is dat museumbezoek met een Museumkaart vaak gratis is, zodat de drempel voor een museumliefhebber om een museum in de buurt frequent te bezoeken lager is. Dat zou kunnen uitmaken bij de vraag of de nabijheid van een museum een rol speelt in de vestigingsbeslissing van huishoudens.

Tot slot is onderscheid gemaakt tussen musea met en zonder horec afaciliteiten (een koffiebar of restaurant).²⁷ Het idee daarachter is dat bezoekers in een museum met zo'n horec afaciliteit niet alleen kunst en cultuur kunnen consumeren, maar dat zo'n museum ook kan dienen als ontmoetingsplaats waar mensen elkaar ontmoeten, kennis en ideeën uitwisselen, en innovatieve gedachten kunnen ontwikkelen.²⁸

3.2 De nabijheid van musea

Behalve onderscheid tussen typen musea is het voor deze analyse van belang vooraf een inschatting te maken van de preferentie van mensen voor de nabijheid van musea. Willen mensen een museum naast de deur, om de hoek, in de stad, of mag een museum ook verder weg liggen?

Er zijn geen studies bekend die uitsluitsel geven over die preferenties van mensen voor de nabijheid van musea. Daarom is een reistijd functie geschat op basis van het genoemde hedonische prijsmodel. In dat model is allereerst het effect van musea in de wijk (4-positie-postcodegebied) op de huizenprijzen in diezelfde wijk berekend. Dat levert een coëfficiënt op voor de relatie tussen de aanwezigheid van een museum in de wijk en de waarde van een huis. Vervolgens is hetzelfde gedaan voor musea buiten de wijk, maar binnen 1 minuut reistijd (per auto) van die wijk. Dat levert weer een coëfficiënt op. Die analyse is vervolgens herhaald voor musea met een reistijd van tussen de 1 en 2 minuten van de wijk, tussen de 2 en 3 minuten, etc. De resultaten staan in onderstaande grafiek.

De coëfficiënt voor musea in de directe omgeving van de woning is het grootst. Voor musea met een reistijd van tussen de twee en vier minuten

²⁷ Bron: www.museum.nl.

²⁸ Jacobs, J., 1969: *The economy of cities* (New York, Random House).

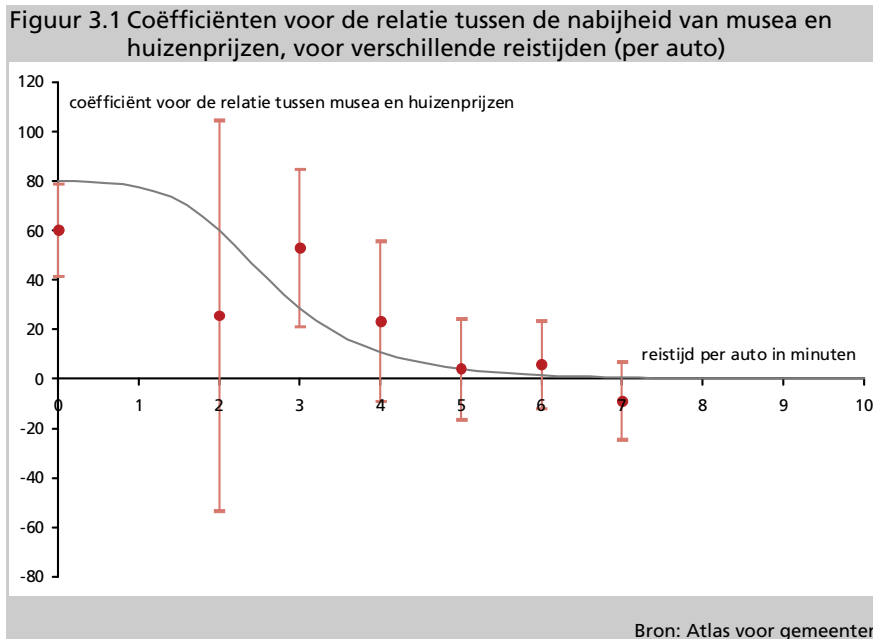
(per auto) vanuit de woning neemt de coëfficiënt voor het verband tussen de aanwezigheid van musea en de huizenprijzen af, tot nihil vanaf een reistijd van 5 minuten.

Wat betekent dat? Het lijkt erop dat er manieren zijn waarop mensen in hun woonbeslissing rekening houden met de aanwezigheid van musea. Allereerst zijn huizen significant duurder in de wijk waar het museum zich bevindt. Denk daarbij aan de status die kan worden ontleend aan een woning in de omgeving van het Rijksmuseum of het Museumkwartier in Utrecht.

Vervolgens is er een piek bij een reistijd van 3 minuten. Dat is reistijd per auto. Stel dat de reistijd per fiets in de stad ongeveer een factor drie hoger is dan de reistijd per auto. Dat zou betekenen dat musea binnen 9 minuten fietsafstand bijdragen aan de waarde van de woning op die plek. Het ligt voor de hand dat dat betekent dat musea een van de redenen zijn dat mensen in of nabij de binnenstad van een grote stad willen wonen. Een fietsafstand van negen minuten naar de musea in de binnenstad betreft immers vooral de (meestal vooroorlogse) wijken net buiten die binnensteden. Voor mensen in de verder weg gelegen wijken (meer dan 15 minuten fietsafstand) hebben de musea in de binnenstad geen betekenis meer. Dat zijn vaak de hoogbouw- en VINEX-wijken.

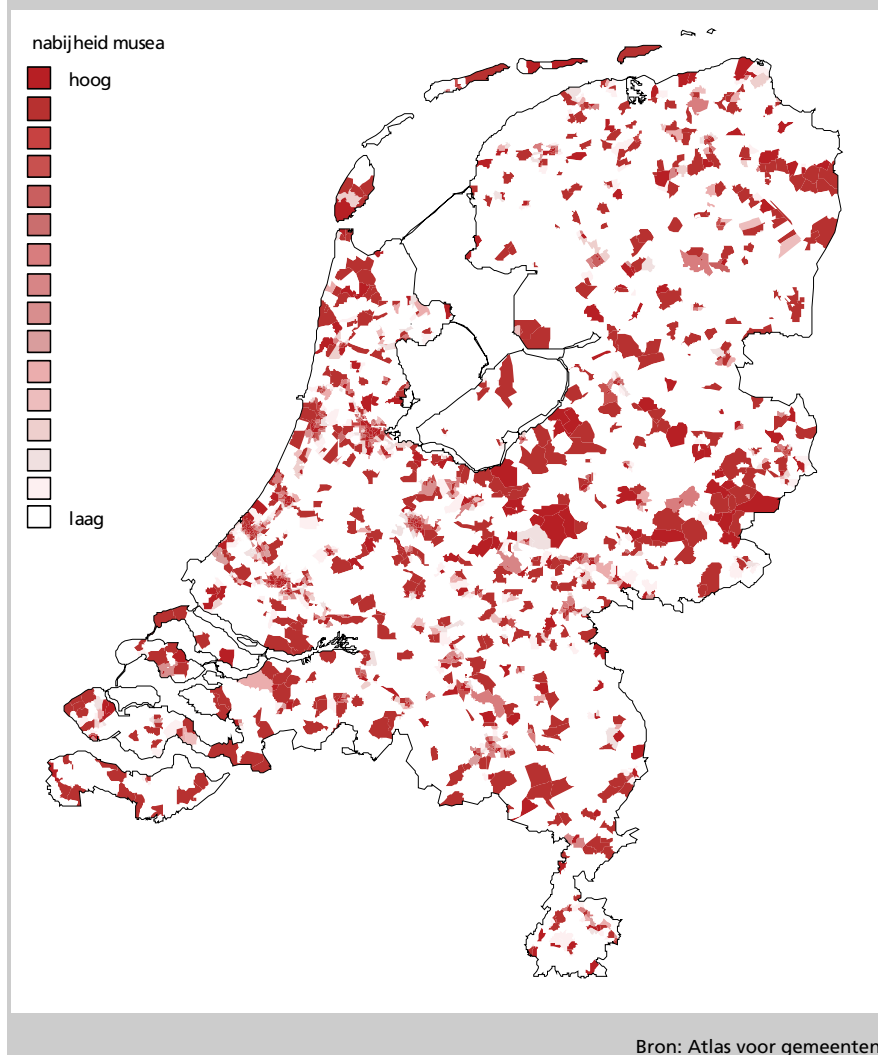
Het gaat dus om musea in de directe woonomgeving (status van de buurt) of in de binnenstad op acceptabele fiets- en loopafstand van de woning (*walking cities*).²⁹ De grafieken met de herkomst van bezoekers van musea uit hoofdstuk 2 lieten ook al zien dat er een grote piek zit met mensen die vlakbij wonen.

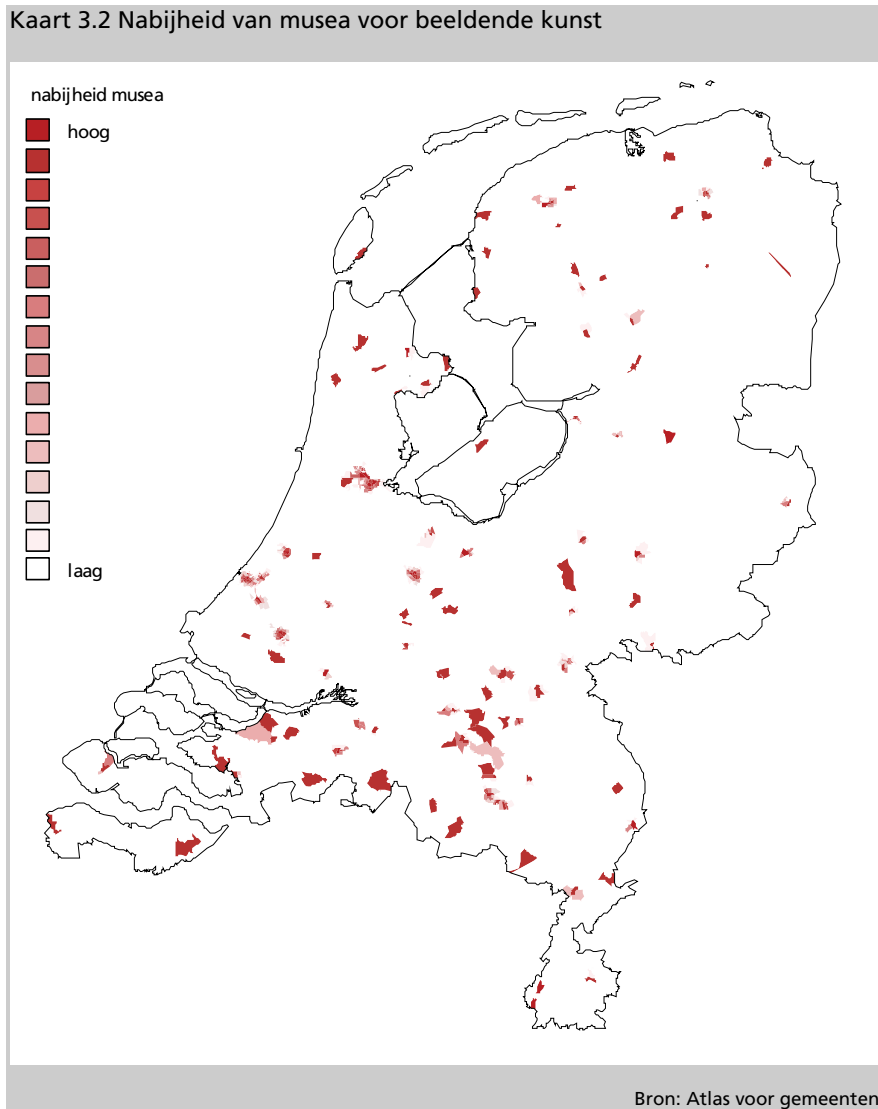
²⁹ Over *walking cities*: G.A. Marlet, 2009: De aantrekkelijke stad (VOC Uitgevers Nijmegen).

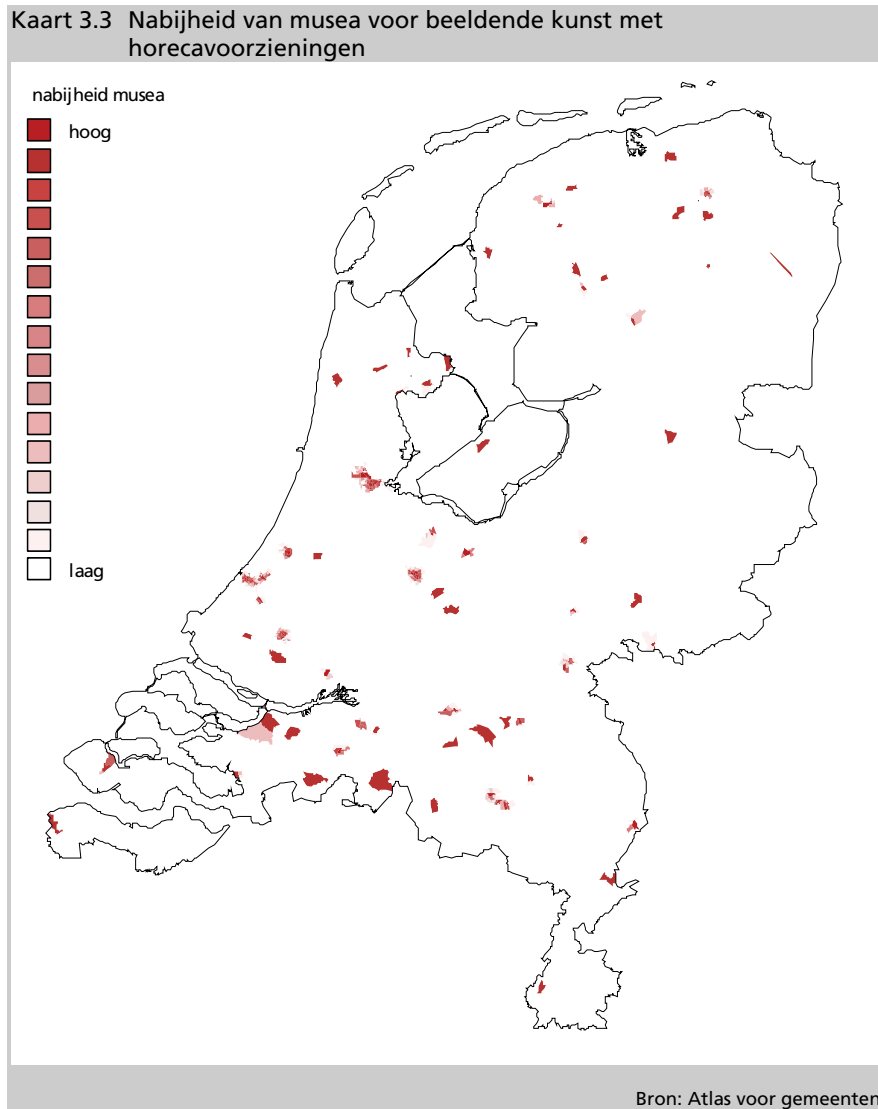


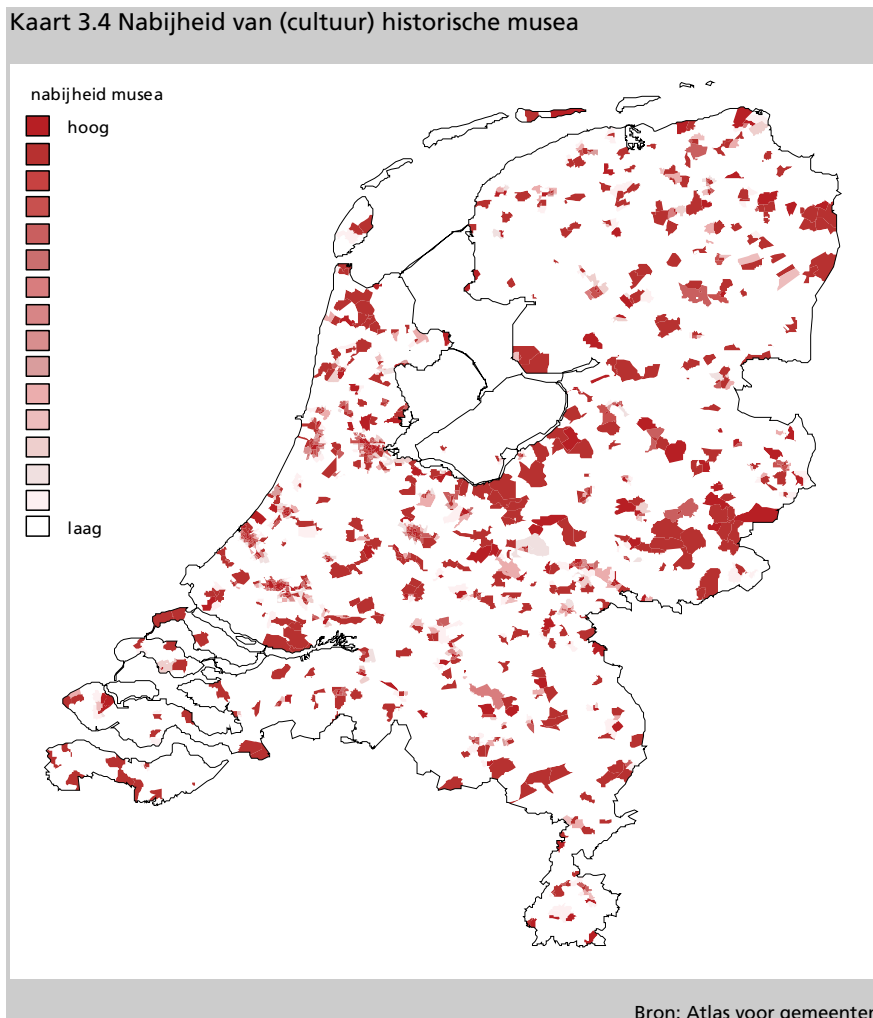
Op basis van de coëfficiënten uit deze analyses is een lijn gefit (zie figuur 3.1) die in de vervolganalyse zal dienen als de reistijdwaarderingsfunctie voor de nabijheid van musea. Met die functie is per woonlocatie de nabijheid van musea (musea binnen acceptabele reistijd) uitgerekend. Dat is gedaan voor musea in totaal (kaart 3.1), en voor de verschillende categorieën musea (zie de kaarten 3.2 tot en met 3.4).

Kaart 3.1 Nabijheid van musea (totaal)









Uit de kaarten blijkt dat musea voor cultuur/historie veel vaker voorkomen dan musea voor beeldende kunst. In de kaart voor musea voor beeldende kunst zijn duidelijk de binnensteden van de grote steden te herkennen, zeker als die wordt beperkt tot de musea voor beeldende kunst met horecavoorzieningen.

3.3 De waarde van een museum in de buurt

Al die indicatoren – de nabijheid van musea, per categorie, met en zonder horecavoorzieningen en/of Museumkaart – zijn in de genoemde hedonische prijsmodellen getoetst. De bedoeling was om daarbij uit te gaan van de musea uit het bestand van het CBS, omdat ook de subsidiebedragen daarop betrekking hebben. Echter, (de locatie van) die musea zijn voorsnog niet bekend. Daarom is uitgegaan van de musea waarvan de locatie wel bekend is; de musea die geregistreerd zijn bij de Museumvereniging (zie paragraaf 2.1).³⁰ De uitkomsten van die analyse staan in tabel 3.1.

Tabel 3.1 De relatie tussen de nabijheid van musea en de huizenprijzen in de buurt. Uitkomsten uit de regressieanalyses (op 4-positie-postcodeniveau).

Huizenprijzen per vierkante meter	I	II	III
Nabijheid musea (totaal)	38 (3,2)***		
Nabijheid musea voor beeldende kunst		89 (2,9)***	82 (2,7)**
Nabijheid musea voor cultuur/historie		47 (2,3)**	45 (2,1)**
Nabijheid musea voor techniek/wetenschap		-47 (-1.2)	
Nabijheid musea voor natuur(historie)		12 (0.2)	
Sample	2328	2328	2328
Methode	OLS	OLS	OLS
Adj. R ²	0,61	0,61	0,61

De coëfficiënten en t-waardes zijn genoteerd; *** Significant bij meer dan 99% betrouwbaarheid
** Significant bij meer dan 95% betrouwbaarheid; * Significant bij meer dan 90% betrouwbaarheid. Significante controlevariabelen: afstand tot het centrum van de stad, bereikbaarheid van werk, nabijheid treinstation, nabijheid natuur, ligging aan zee, ligging aan water, aandeel Rijksmonumenten, lengte historisch vaarwater, nabijheid uitvoeringen podiumkunsten, culinaire kwaliteit, aantal cafés, nabijheid winkels voor mode en luxe, aanwezigheid universiteit, nabijheid winkelcentrum, overlast en onveiligheid, geweldsmisdrijven, aandeel sociale huurwoningen, aandeel vrijstaande woningen, aandeel tweekappers, aandeel tussenwoningen, aandeel appartementen.

³⁰ De kans is overigens klein dat de optiewaarde berekend o.b.v. de CBS sample erg zal afwijken van die o.b.v. de sample van de Museumvereniging, omdat het verschil voornamelijk kleine musea zullen zijn waarvan de optiewaarde naar verwachting nul of zeer gering zal zijn.

Uit de tabel blijkt dat de nabijheid van een museum robuust significant samenhangt met de huizenprijzen in de buurt (kolom 1). Dat effect komt volledig voor rekening van de musea voor beeldende kunst en de cultuurhistorische musea (kolom 2). De nabijheid van musea voor techniek en wetenschap en de nabijheid van musea voor natuur hangen beide niet significant samen met de aantrekkingskracht van een buurt en de huizenprijzen.

Horecavoorzieningen in musea blijken wel van belang te zijn. Als dat onderscheid wordt gemaakt blijkt de nabijheid van een museum voor beeldende kunst met horecavoorzieningen de waarde van de woningen in de buurt wel significant te verhogen, en de nabijheid van musea voor beeldende kunst zonder horecavoorzieningen niet. Bij de cultuurhistorische musea maakt dit onderscheid geen verschil. Echter, als de stad Amsterdam uit de analyse wordt gehaald verdwijnt de significantie van de cultuurhistorische musea zonder horeca wel.

Het is denkbaar dat de aanwezigheid van horecavoorzieningen een proxy is voor omvang, kwaliteit of populariteit van een museum. Het kan echter ook een indicatie zijn dat vooral musea die zich openstellen naar de stad – en niet met de rug naar de stad toe gaan staan – waarde hebben voor die stad. Die interpretatie wordt ondersteund doordat musea in het centrum van een stad een grotere waarde blijken te hebben dan musea op een andere locatie.

Het feit dat een museum voor beeldende kunst de hoogste waarde voor de woonomgeving heeft (de coëfficiënt is hoger dan bij cultuur-historische musea, zie tabel 3.1) wordt ondersteund door het feit dat vooral musea voor beeldende kunst meermaals door dezelfde personen wordt bezocht.³¹ Bovendien is de gemiddelde verblijfstijd in kunstmusea lager dan in andere musea.³² Dat wijst erop dat musea voor beeldende kunst voor sommige mensen een functie hebben in het dagelijks leven en in de directe woonomgeving; een plek om te mijmeren, om inspiratie op te doen, mensen te ontmoeten, of te ontspannen tijdens de lunchpauze of na het werk.

De coëfficiënten uit het hedonische prijsmodel (82 en 45, zie kolom 3 in tabel 3.1) leveren de relatie op tussen de nabijheid van musea en de huizenprijzen per vierkante meter. Die waarde is vervolgens

³¹ L. Ranshuysen, 2009: *Museummonitor 2009. IJzeren wetten en trends* (Rotterdam), p. 29.

³² L. Ranshuysen, 2009: *Museummonitor 2009. IJzeren wetten en trends* (Rotterdam), p. 31.

vermenigvuldigd met het gemiddelde woonoppervlakte en het aantal koopwoningen. Het resultaat is een inschatting van de optiewaarde van musea. Die waarde komt uit op € 3,4 miljard.

Er zit mogelijk een overschatting in die berekening omdat de Nederlandse hypotheekrenteaftrek een prijsopdrijvend effect heeft op de woningmarkt. Omdat de optiewaarde van musea bepaald is op basis van de bereidheid meer te betalen voor een woning in de buurt van zo'n museum is er mogelijk sprake van een overschatting van die optiewaarde. De feitelijke bereidheid te betalen is mogelijk het nettobedrag dat mensen aan woonlasten kwijt zijn, en niet het bedrag dat voor de woning wordt betaald. Het verschil ligt volgens het Centraal Planbureau op 17,6%.³³ Daar staat echter weer een omgekeerd effect tegenover als gevolg van de overdrachtsbelasting van 6%.

Bovendien zijn er ook redenen om de uitkomst van € 3,4 miljard als een onderschatting te zien. De optiewaarde is namelijk berekend op basis van de bereidheid om te betalen voor een koopwoning in de buurt van musea. Het ligt voor de hand dat ook mensen met een huurwoning waarde toekennen aan de nabijheid van een museum. Dat zal vooral gelden voor de particuliere huursector. Voor de sociale huursector zal dat vanwege het toewijzingsbeleid niet of nauwelijks gelden. Door het gebrek aan bruikbare gegevens over huurprijzen in de particuliere huursector kon dat deel van de optiewaarde echter niet worden berekend. Het zal hier overigens om een klein bedrag gaan omdat de particuliere huursector in Nederland klein is.

Tot slot is er een kans dat met de gebruikte indicatoren voor musea iets anders gemeten wordt dan wat wordt beoogd (*omitted variable bias*). De indicatoren kunnen in de modellen bijvoorbeeld als indicatie dienen voor andere kwaliteiten van een binnenstad, en ook de causaliteit is mogelijk een probleem. In de modellen is zoveel mogelijk rekening gehouden met heel veel andere voorzieningen en kwaliteiten van de binnensteden, zoals het aantal Rijksmonumenten, het aanbod podiumkunsten, het horeca-aanbod, de aanwezigheid van historische grachten en parken, etc. Bovendien is extra gecorrigeerd voor de afstand van de woning tot de binnenstad. En tot slot is nog een extra robuustheidscheck gedaan door Amsterdam uit de sample te halen. Dat alles leidde niet tot lagere coëfficiënten. Ook het toevoegen van

³³ J. Donders, M. van Dijk, G. Romijn, 2010: Hervorming van het Nederlandse woonbeleid (Centraal Planbureau, Den Haag).

een dummyvariabele voor Amsterdam verandert de resultaten niet. Daarmee laat de analyse zo goed mogelijk zien wat de bijdrage van musea is aan de aantrekkingskracht van een woonlocatie in of in de buurt van een binnenstad, en wordt zoveel mogelijk uitgesloten dat eigenlijk iets anders gemeten wordt. Honderd procent zekerheid is er echter niet.

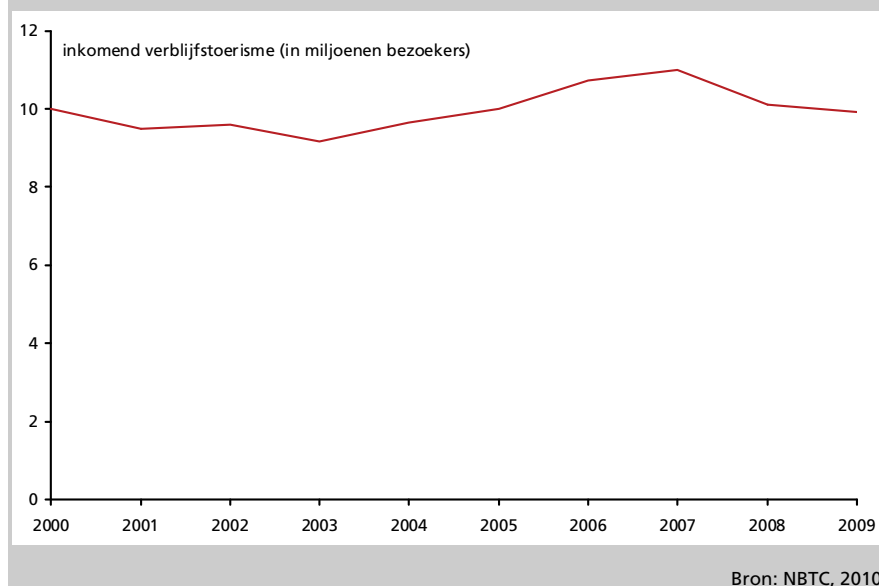
Om zo voorzichtig mogelijk te zijn is besloten om de uitkomst uit de analyse – € 3,4 miljard – als bovengrens te presenteren. Om wel recht te doen aan de genoemde (statische) onzekerheden – en omdat wordt aangenomen dat de kans op overschatting bij dit soort analyses groter is dan de kans op onderschatting – is aan de onderkant een onzekerheidsmarge aangehouden op basis van de coëfficiënt minus de standaardfout. Dat levert een ondergrens op van € 1,8 miljard.

4 Toerisme

Musea vormen een belangrijke beweegreden voor buitenlandse toeristen om een vakantie in Nederland door te brengen. Welke bijdrage aan de Nederlandse welvaart kan hieraan worden toegerekend?

In 2009 bezochten 9,92 miljoen buitenlandse toeristen Nederland om hier ten minste één nacht te blijven. Hun totale besteding aan hun bezoek bedroeg € 4,8 miljard, waarvan € 4,0 miljard ten goed kwam aan de Nederlandse economie; iets meer dan € 400 per persoon.³⁴ Figuur 4.1 laat zien dat het aantal toeristen in 2009 vrijwel gelijk is aan het toerisme in 2000 en 2005. Tussentijds schommelde het, als gevolg van de wereldwijde economische ontwikkelingen, de aanslagen op 11 september 2001 en de SARS-epidemie in Azië. In 2006 - het Rembrandtjaar - en in het jaar daarna was het aantal buitenlandse toeristen hoog.³⁵

Figuur 4.1 Buitenlands toerisme maakt pas op de plaats



³⁴ De overige € 0,8 miljard kwam ten goede aan buitenlandse luchtvaartmaatschappijen.

³⁵ Naast het verblijfstoerisme bezoekt een onbekend aantal buitenlandse dagjestoeristen Nederland ieder jaar.

Zoals het Rembrandtjaar in 2006 laat zien, spelen musea een belangrijke rol bij het aantrekken van buitenlandse toeristen. Van de toeristen die in 2009 in Nederland verbleven, bezocht ongeveer 41% ten minste één museum. Voor 7,8% gold museumbezoek zelfs als de belangrijkste activiteit.³⁶ Tabel 4.1 laat zien dat musea daarmee op de zesde plaats komen als belangrijkste en meest ondernomen activiteit voor toeristen.

Tabel 4.1 Musea komen op de zesde plek als trekpleister voor toeristen

	ondernomen	belangrijkste
Wandelen	57%	13%
Bar of café bezocht	55%	3%
Bezienswaardige/historische plaatsen of locaties bezocht	50%	13%
Funshoppen/winkelen	50%	4%
Restaurant bezocht	47%	4%
Museum bezocht	41%	8%
Tochtje gemaakt in rondvaartboot	32%	3%
Strand bezocht om uit te waaien	30%	9%
De Wallen in Amsterdam bezocht	27%	2%
Natuurgebied of bos bezocht	24%	3%
Fietsen	22%	9%
Uitgaan/clubbing	16%	1%
Coffeeshop bezocht	14%	2%
Strand bezocht om te zonnebaden	14%	3%
Familie/vrienden bezocht	12%	4%

Bron: NBTC, 2010 (bewerking SEO Economisch Onderzoek)

Zonder musea zou een substantieel deel van de toeristen in plaats van Nederland kiezen voor een andere bestemming, of zijn verblijf aan Nederland bekorten. Het is plausibel te veronderstellen dat de toeristen die museumbezoek als belangrijkste activiteit noemen, weg zouden blijven

³⁶ Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen. Onderzoek Inkomend Toerisme 2009: De Buitenlandse Toerist Uitgelicht, 2010.

wanneer Nederland geen musea te bieden zou hebben. Het gaat dan dus om 7,8% van het toerisme, in 2009 een kleine 800 duizend toeristen.³⁷

Vooraf toeristen uit Italië, de VS en overige landen buiten Europa blijken oververtegenwoordigd te zijn onder de 'museumtoeristen'. Deze toeristen blijven gemiddeld korter dan bijvoorbeeld Duitsers en Belgen, maar besteden per dag wel twee tot zesmaal zoveel in de Nederlandse economie.³⁸ Tabel 4.2 geeft voor de landen en regio's die het NBTC onderscheidt het percentage 'museumtoeristen' en de gemiddelde bestedingen van deze museumtoeristen weer. Deze blijken namelijk ook nog eens hoger te liggen dan de gemiddelde bestedingen van andere toeristen uit hetzelfde land.³⁹

Tabel 4.2 Museumtoeristen komen van verder en geven meer uit

	Musea belangrijkste activiteit	Gemiddelde bestedingen per persoon per verblijf
Duitsland	2,3%	261
UK	5,4%	488
België	3,1%	340
Frankrijk	5,8%	310
Italië	27,1%	365
Spanje	8,4%	440
Scandinavië	9,5%	502
Overig Europa	9,4%	728
USA	19,0 %	506
Overig intercontinentaal	14,4%	854
Totaal	7,8%	544

Bron: NBTC, 2010

³⁷ Een iets andere redenering kijkt naar het totaal aan activiteiten: 41% van de toeristen geeft aan onder andere musea te hebben bezocht. Een deel van deze toeristen zou Nederland korter of helemaal niet bezoeken, wanneer ons land geen musea te bieden zou hebben. Aangezien iedere toerist meerdere activiteiten onderneemt, dienen voor de bijdrage van musea aan het toerisme de percentages in de eerste kolom van tabel 4.1 te worden teruggerekend naar een totaal van 100%. Daarmee komt het aandeel van musea uit op 8,4%, opvallend dicht bij de 7,8% die musea als belangrijkste activiteit noemt. Al met al valt dus te stellen dat zo'n 800 duizend buitenlandse toeristen per jaar zijn toe te rekenen aan de Nederlandse musea.

³⁸ Het gaat om de bestedingen inclusief die voor accommodatie en vervoer naar Nederland, voor zover deze bestedingen bij Nederlandse operators terechtkomen. Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen. Onderzoek inkomend toerisme 2009: De buitenlandse toerist uitgelicht, 2010.

³⁹ Met dank aan José Nieuwhof van het NBTC voor het verschaffen van deze cijfers die minder gedetailleerd zijn opgenomen in de publicatie Onderzoek inkomend toerisme 2009.

Uit deze cijfers valt op te maken dat ongeveer € 400 miljoen, oftewel circa 10% van de toeristische bestedingen in 2009 is toe te rekenen aan de musea in Nederland.

Ecorys laat zien dat het wereldwijde toerisme in aantal verblijven tussen 1990 en 2009 gelijke tred hield met de ontwikkeling van wereldwijde bbp.⁴⁰ Gemeten in bestedingen, zal deze groei in aantal nog worden versterkt door de groei in de bestedingen per toerist, waarvan verwacht mag worden dat deze zich minimaal met de koopkracht ontwikkelen. Toerisme is immers een luxegoed met een inkomenselasticiteit groter dan één. Daar staat tegenover dat Nederland volgens Ecorys de laatste jaren achterblijft bij wereldwijde en Europese ontwikkelingen en Europa naar verwachting ook in het komende decennium marktaandeel zal verliezen. Ecorys rekent daarom met een gematigde reële groei van de toeristische bestedingen in Nederland van 1,5% op jaarbasis. Deze (conservatieve) reële groeivoet wordt ook hier gehanteerd.

Welk deel van die € 400 miljoen aan jaarlijkse bestedingen is welvaartswinst? De inkoop van grondstoffen, maar ook verdringen op de arbeidsmarkt en andere markten heeft tot gevolg dat het welvaartseffect van deze bestedingen een beperkt deel is van de bestedingen zelf. De welvaartseffecten die deze bestedingen voor Nederland opleveren bestaan uit de belastingopbrengsten (BTW en accijnzen) en de overwinsten van hotels, restaurants, reisorganisaties, souvenirwinkels bij wie het bedrag wordt besteed. Uitgaande van een gemiddeld belastingopbrengst van 10%⁴¹ komt jaarlijks zo'n € 40 miljoen in de algemene middelen. Wordt daarnaast een bescheiden winst van 5% verondersteld in de toeristische industrie, dan komt de totale welvaartswinst voor Nederland uit op zo'n € 60 miljoen per jaar. Uitgaande van een reële groeivoet van 1,5% en een reële discontovoet van 5,5%, bedraagt de Netto Contante Waarde van dit effect (gemeten over 30 jaar) zo'n € 1 miljard.

Naast het verblijfstoerisme, waarover relatief veel bekend is, wordt Nederland ook ieder jaar bezocht door een aanzienlijk aantal dagjestoeristen, vooral uit België en Duitsland. Ook daarvan zal een deel op het conto van

⁴⁰ Briene, Michel & Wienhoven, Manfred. Toerisme: De Banenmotor. Ed. Ecorys. Rotterdam: Ecorys, 2010

⁴¹ Voor bijvoorbeeld eten en non-alcoholische dranken, personenvervoer en overnachtingen geldt het lage tarief van 6%. Voor alcoholische dranken zijn er juist weer accijnzen. Voorts zijn er toeristenbelastingen.

de musea zijn te schrijven, al is dit aandeel naar verwachting zeer laag: uit Tabel 4.2 bleek dat het aandeel museumtoeristen onder de verblijfstoeristen uit deze landen sowieso al laag is. Het NBTC voert momenteel onderzoek uit naar dagjestoeristen uit Duitsland, waarover vooralsnog weinig bekend is. Een tweede groep die niet in de bovengenoemde cijfers zit, zijn de Nederlanders die vakanties doorbrengen in eigen land. Mogelijk zou een deel van hen zonder musea kiezen voor het buitenland. Ook hierover is weinig bekend. Het aandeel zal naar verwachting echter zeer laag zijn.

De schat van de stad [Atlas voor gemeenten]

5 De educatieve functie van musea

Musea dragen bij aan het cultuuronderwijs in Nederland. Van cultureel onderwijs is bekend dat het de overige onderwijsprestaties van leerlingen bevordert. Dat leidt over het algemeen tot minder schooluitval, minder kans op werkloosheid en een hogere productiviteit in het werkzame leven: *Participation in arts activities can result in the acquisition of new skills, increase self-confidence, improve social networks and make people more employable.*⁴² Bovendien zou cultuuronderwijs leiden tot een gezondere bevolking en volgens sommigen zelfs een leefbaarder en veiliger wijk.⁴³ Het bezoek aan musea, maar bijvoorbeeld ook virtueel bezoek en afbeeldingen in lesmateriaal, draagt bij aan dat cultuuronderwijs en de daaraan toegeschreven effecten. De vraag is echter wat die musea daar precies aan bijdragen, en wat de cultuureducatie aan waarde verliest als er geen musea zouden zijn.

De internationale wetenschappelijke literatuur levert geen bruikbare kengetallen op over de bijdrage van musea aan het cultuuronderwijs, en het effect daarvan op de onderwijsprestaties, schooluitval, productiviteit, gezondheid en leefbaarheid. Het is goed mogelijk dat die additionele educatieve waarde van de musea nul is. Immers, een deel van die educatieve waarde is in hoofdstuk 2 al meegenomen in de gebruikswaarde van de musea, die voor een deel bepaald werd door het bezoek van schoolklassen aan de musea. Het ligt voor de hand dat het consumentensurplus dat de schoolklassen aan hun museumbezoek ontleen een weerspiegeling is van de educatieve waarde die zij (en hun ouders en docenten) daarvan verwachten.

Maar zelfs als er een additionele educatieve waarde van bijvoorbeeld beeldende kunst is bovenop de gebruikswaarde van het bezoek van schoolklassen aan musea, is het nog maar de vraag wat de musea daaraan bijdragen. Een afbeelding van de Nachtwacht in het lesmateriaal kan een additionele educatieve waarde vertegenwoordigen, maar daarvoor is het niet nodig dat die Nachtwacht zich in publieke handen bevindt, zelfs niet dat die in Nederland tentoongesteld wordt. En bovendien: als er geen beeldende kunst en musea zouden zijn, dan zou de cultuureducatie mogelijk op een andere wijze kunnen worden ingevuld (substitutie).

⁴² J. Ruiz, 2004: *A literature Review of the evidence base for culture, the arts and sport policy* (Social Research, Edinburgh).

⁴³ T. Silbert, L. Welch, 2001: *A cost-benefit analysis of arts education for at-risk youth*.

De cruciale vraag is dus of de musea een onmisbare bijdrage leveren aan de cultuureducatie. En of de scholieren (en hun ouders en leerkrachten) wel bekend zijn met de voordelen van cultuureducatie, waardoor de educatieve waarde zich uit in het consumentensurplus van het schoolbezoek. Zoals gezegd zijn hierover geen betrouwbare cijfers voorhanden. Om toch iets te kunnen zeggen over de orde van grootte van die mogelijke additionele educatieve waarde is daarom gekozen om daarvan via een grote omweg een globale inschatting te maken.

Uit onderzoek naar de maatschappelijk baten van de Brede School is een inschatting bekend van het effect van die Brede School op onderwijsprestaties, schooluitval, productiviteit, gezondheid en leefbaarheid in de wijk.⁴⁴ De maatschappelijke baten van een jaar Brede School zijn in dat onderzoek ingeschat op gemiddeld ongeveer € 7500 per leerling per jaar. Het grootste deel van die maatschappelijke baten is het gevolg van lagere schooluitval en (mede als gevolg daarvan) een kleinere kans op werkloosheid en een hogere productiviteit in het werkzame leven. Ook de vermeden kosten van (minder criminaliteit als gevolg van) minder schooluitval dragen substantieel bij aan die maatschappelijke baten van de Brede School.

De Brede School heeft als doel om optimale ontwikkelingskansen voor kinderen te creëren. Uit het genoemde onderzoek blijkt dat daarbij vijf speerpunten zijn: veiligheid, leerprestaties (waaronder taalvaardigheid), sociale vaardigheid, sporten & bewegen en kunst & cultuur.⁴⁵ Er is echter niet bekend welke van die speerpunten in welke mate bijdragen aan de maatschappelijke baten van de Brede School. Daarom is ervan uitgegaan dat ieder speerpunt daar gelijke mate aan bijdraagt. Dat leidt tot de aanname dat het cultuuronderwijs op de Brede School verantwoordelijk is voor een vijfde van het maatschappelijke effect, ofwel circa € 1500 per leerling per jaar.

De vraag is vervolgens welke rol musea spelen in dat cultuuronderwijs. Ook daarover zijn geen gegevens bekend. Wel is bekend dat ieder jaar circa 900.000 leerlingen een museum bezoeken.⁴⁶ De verwachting is dat rond dat bezoek een lesprogramma wordt ontwikkeld dat verder strekt dan het bezoek alleen. Aangenomen wordt dat een museumbezoek en het

⁴⁴ V. Larsen, G. Marlet (in samenwerking met Berenschot en Oberon), 2007: Maatschappelijke kostenbatenanalyse Brede School (Atlas voor gemeenten, Utrecht).

⁴⁵ V. Larsen, G. Marlet (in samenwerking met Berenschot en Oberon), 2007: Maatschappelijke kostenbatenanalyse Brede School (Atlas voor gemeenten, Utrecht), p.11.

⁴⁶ Opgave Nederlandse Museumvereniging.

bijbehorende lesmateriaal voor een week cultuuronderwijs zorgt. Ervan uitgaande dat op een school tijdens 30 weken per jaar aan cultuuronderwijs wordt gedaan, leidt dat tot de aanname dat voor die kinderen 1/30 deel van het jaarlijkse cultuuronderwijs ‘verzorgd wordt door musea’. Van de € 1500 aan maatschappelijke baten van het cultuuronderwijs zou dan ongeveer € 50 per leerling per jaar toe te schrijven zijn aan het cultuuronderwijs dat verband houdt met het museumbezoek. Aangezien ook docenten en ontwikkelaars van lesmateriaal een bijdrage leveren aan het realiseren van dit effect, wordt dit bedrag als absolute bovengrens gehanteerd voor de educatieve waarde van musea.

De additionele educatieve waarde is voor die leerlingen dan meer dan tien keer het consumentensurplus van het museumbezoek (zie hoofdstuk 2). Voor de genoemde 900.000 leerlingen die jaarlijks een museum bezoeken is die additionele educatieve waarde dan ongeveer 45 miljoen euro per jaar, wat (bij een reële discontovoet van 5,5% en een reële groeivoet van 1,5%) overeenkomt met een Netto Contante Waarde van 675 miljoen euro. Benadrukt moet worden dat deze berekening een zeer globale inschatting is, die gebaseerd is op zeer grove aannames waaraan grote onzekerheden kleven. Het is dan ook raadzaam dit verder uit te werken met feitelijke gegevens over de bijdrage van musea aan het cultuuronderwijs in Nederland, en de maatschappelijke effecten daarvan.

De schat van de stad [Atlas voor gemeenten]

6 De bestaanswaarde van musea

Naast de maatschappelijke waarde van musea als attractie is er mogelijk een aanvullende maatschappelijke waarde van het bestaan van een collectie: de bestaanswaarde (zie figuur 1.1). Mensen die naar het museum gaan hechten daar een waarde aan die hoger is dan de kosten die ze maken om het museum te bezoeken. Dat werd de gebruikswaarde genoemd (hoofdstuk 2). Daarnaast hechten mensen waarde aan de mogelijkheid om een museum te bezoeken. Om die reden wonen (sommige) mensen graag in een stad waar zich musea bevinden. De zogenoemde optiewaarde komt tot uitdrukking in hogere huizenprijzen in de buurt van die musea (hoofdstuk 3). Dit deel van de maatschappelijke waarde van musea is dus locatieafhankelijk en wordt bepaald door mensen die het museum bezoeken en/of in de buurt van een museum gaan wonen.

Het is denkbaar dat daarmee niet het hele verhaal verteld is. De maatschappelijke waarde van (de collectie van) musea is wellicht groter dan de genotswaarde die de bezoekers van de musea eraan toekennen op basis van hun daadwerkelijke bezoek en websitebezoek, en de mogelijkheid daartoe (optiewaarde). Zelfs wanneer de Nachtwacht nooit meer te zien zou zijn – ook niet digitaal – zouden veel Nederlanders vermoedelijk waarde hechten aan het feit dat deze bestaat, en wellicht ook aan het feit dat deze in het bezit is van het Rijksmuseum. Het schilderij draagt bij aan onze nationale identiteit en ons gedeelde verleden. Mensen zijn mogelijk zelfs trots op het feit dat dit wereldberoemde schilderij in Nederland is vervaardigd, net zoals velen trots kunnen zijn op de sportprestaties van landgenoten.

Naar verwachting hangt dit effect met name samen met de canon van de Nederlandse museale collecties – een aantal topstukken van wereldfaam. Mogelijk geldt dat ook voor een aantal objecten: de microscoop van Huygens, het zwaard waarmee van Oldenbarnevelt is onthoofd. Voor het overige zal een eventuele bestaanswaarde een lokaal karakter hebben: inwoners van Dordrecht bleken bereid te doneren voor het behoud van Jan van Goyen's *Gezicht op Dordrecht* voor het Dordrechts Museum, maar Rotterdammers zullen al veel minder bereid zijn voor datzelfde doek de portemonnee te trekken.

De cruciale vraag hierbij is of die bestaanswaarde van een kunstcollectie gericht is op de maker of de bezitter van die kunst, of op beide. Heeft de Nachtwacht een extra maatschappelijke waarde omdat hij geschilderd is door een Nederlander, of omdat hij in het Rijksmuseum hangt? Is de bestaanswaarde van de Nachtwacht hoger als het schilderij in publiek bezit is in plaats van in eeuwige bruikleen uit een privécollectie? Is die waarde voor de Nederlander hoger omdat de Nachtwacht in het Rijksmuseum en niet in het Louvre hangt? En wat zou er met de waarde van het Rijksmuseum gebeuren als de Nachtwacht werd geruild voor de Mona Lisa? Ofwel: waarom zou de Nachtwacht op kosten van de Nederlandse belastingbetaler in Nederland moeten worden beheerd en geconserveerd? Zit er een welvaartseffect aan de recente donatie van een aantal topstukken van de Stichting Elisabeth van Thüringenfonds aan het Frans Hals Museum? De stukken waren immers al geruime tijd in bruikleen.

Het gaat in dit laatste hoofdstuk dus om de bestaanswaarde, bovenop de gebruikswaarde en de optiewaarde. Vanzelfsprekend zijn de gebruikswaarde en de optiewaarde van het Rijksmuseum hoger omdat de Nachtwacht daar hangt. En een museum zonder collectie verliest ook zijn gebruikswaarde en optiewaarde. Maar die gebruikswaarde en optiewaarde zijn hierboven al berekend. Daar levert de Nachtwacht zeker een belangrijke bijdrage aan. Maar daarvoor hoeft die Nachtwacht niet *in het bezit* te zijn van het museum. Daarvoor kan de Nachtwacht net zo goed in handen zijn van een private belegger, die hem vervolgens uitleent aan het Rijksmuseum. De vraag is dus wat de extra maatschappelijke waarde is van het in Nederlandse publieke handen hebben en houden van de collectie van de musea.

Voor een Fins museum is op basis van een enquête (CV-methode) uitgezocht dat de gemiddelde bereidheid om te betalen voor het bestaan en/of in stand houden van dat museum hoger ligt dan de feitelijke bijdrage van de (lokale) belastingbetaler, en veel hoger dan wat aan de kassa van dat museum aan kaartjes wordt verkocht.⁴⁷ Dat bewijst allereerst het bestaan van een consumentensurplus en optiewaarde.

Echter, van mensen die in die enquête aangaven nooit naar het museum te gaan, was de helft bereid te betalen voor het in stand houden van dat museum. Dat duidt vermoedelijk op een 'bestaanswaarde' van musea, al kan

⁴⁷ Tohmo, T. (2004), *Economic value of a local museum: Factors of willingness-to-pay*, Journal of Socio-Economics, 33, pp. 229-240.

deze uitkomst ook nog (deels) een uitdrukking zijn van de optiewaarde. Het probleem met de genoemde enquête is dat alleen mensen zijn geënquêteerd die wonen in de stad waar het museum zich bevindt. Om die reden is nooit met zekerheid te zeggen dat hun bereidheid te betalen te interpreteren is als bestaanswaarde, en niet als optiewaarde. Het is immers denkbaar dat iemand nooit een museum bezoekt, maar wel waarde hecht aan de mogelijkheid om dat museum ooit te bezoeken, en er dus in zijn woonplaatskeuze rekening mee heeft gehouden. Als ook mensen van buiten de stad waar het museum zich bevindt waren geënquêteerd, was de bereidheid te betalen onder de niet-bezoekers van dat deel van de geënquêteerden mogelijk wel als bestaanswaarde te interpreteren.

Het gemiddelde bedrag dat mensen bereid zijn om te betalen lag bij de niet-gebruikers in de Finse enquête op ongeveer een derde van de bereidheid om te betalen onder de gebruikers. De mediaan voor de niet-bezoekers was een tiende van de bezoekers. Stel dat de mediane bereidheid om te betalen van de niet-bezoekers te interpreteren is als de bestaanswaarde, en de rest van de bereidheid om te betalen van de bezoekers als optiewaarde, dan zou de optiewaarde negen keer zo hoog zijn als de bestaanswaarde. Dat is enerzijds een overschatting van die optiewaarde, omdat een deel van de bereidheid te betalen van de bezoekers uit gebruikswaarde (consumentensurplus) zal bestaan. Voor een deel is het echter een overschatting van de bestaanswaarde, omdat een deel van de bereidheid te betalen van de niet-bezoekers optiewaarde zal zijn. Hoe dan ook, de bestaanswaarde van het Finse museum zal volgens deze enquête nooit meer dan 10% van de optiewaarde bedragen.

Cijfers over de bestaanswaarde van de (collectie van de) Nederlandse musea zijn er niet. Een mogelijkheid om de bestaanswaarde van (de collecties van de) musea te bepalen is aan de hand van een enquête, net als in Finland. Daarbij is het wel van groot belang dat de opzet van de enquête erop gericht is onderscheid te maken tussen optiewaarde en pure bestaanswaarde. Daarvoor is het allereerst van belang niet alleen mensen in de buurt van het museum te enquêteren. Ook is de wijze van vraagstelling cruciaal. En voorts is dergelijk onderzoek gevoelig voor het feit dat de schade die genoemd wordt wanneer de collectie verloren gaat of wordt verkocht, doorgaans afwijkt van de betalingsbereidheid die mensen zouden hebben voor het opbouwen van de collectie.

Een slim opgezette enquête zou dus uitkomst kunnen bieden. Tot die tijd zit er niets anders op dan de orde van grootte van de bestaanswaarde van de Nederlandse musea in te schatten op basis van de kengetallen uit de genoemde Finse enquête. Dan zou de bestaanswaarde uitkomen op maximaal 10% van de optiewaarde van de musea, ofwel: maximaal € 300 miljoen. Dat bedrag moet als een bovengrens van de bestaanswaarde van musea worden gehanteerd. Die bestaanswaarde zou namelijk net zo goed nul kunnen zijn. Trots op het vaderland, gevoel van eigenwaarde, verbindende waarde, educatieve waarde; het zijn allemaal waarden die net zo goed onafhankelijk kunnen zijn van bezit. De Willinks van Scheringa werden net zo goed bewonderd als de Willinks in Boijmans. Voor educatieve doelen is – los van het schoolreisje dat onder de gebruikswaarde valt – een afbeelding in een boek of op het filmdoek voldoende, daar voegt publiek bezit verder niets aan toe.

Het ligt voor de hand deze bestaanswaarde af te zetten tegen de kosten van het in publieke handen houden van de collecties. Een probleem daarbij is dat de waarde van de collecties in het handelsverkeer bijzonder moeilijk vast te stellen is, met name voor unieke stukken. De collecties van musea zijn juist aan het economische verkeer onttrokken en slechts voor een deel van de collecties bestaat voldoende markt buiten de musea, om tot een serieuze taxatie te komen.⁴⁸ Bovendien zal de verkoop van die collectie onmiddellijk een prijsdrukkend effect hebben.

Toch is er in 1998 op basis van navraag bij museumdirecties door OCW een zeer globale inschatting gemaakt van de waarde van de collecties van de Nederlandse musea.⁴⁹ Die kwam toen uit op ongeveer 40 miljard gulden, een kleine 20 miljard euro. Om bovengenoemde redenen ligt het voor de hand dat dat een overschatting is.

Los van de subsidies aan musea zijn er immers ook kosten verbonden aan het in publiek bezit houden van de collecties: in het hypothetische scenario dat de collecties op de markt te gelde zouden worden gemaakt, zou de opbrengst kunnen worden gebruikt om de staatsschuld te verlagen en op die manier een rendement hebben dat gelijk is aan de rente op de staatsschuld. Dit rendement zijn de opportuniteitskosten van het in publiek bezit houden

⁴⁸ Taxaties ten behoeve van verzekering en bij uitleen weerspiegelen onvoldoende de economische waarde van de stukken.

⁴⁹ Rick van der Ploeg, Het Nederlandse erfgoed moet uit de kelder, in: De Volkskrant, 25-11-1998.

van de collecties. Bij een reële rente van 4% op staatsobligaties komt dat op zo'n € 800 miljoen per jaar, meer dan honderd euro per huishouden per jaar. Voor Staatsecretaris van der Ploeg was dit indertijd aanleiding om te constateren dat hier een enorme taakstelling voor de musea ligt: maatschappelijk dienen zij de opportuniteitskosten van het bezit van de collecties goed te maken.⁵⁰

Daar staat echter tegenover dat de collecties een financieel rendement realiseren, door de trendmatige waardeverhoging van kunst en erfgoed. Volgens een recente publicatie presteerde kunst de afgelopen tien jaar zelfs beter dan aandelen.⁵¹ Daarbij zou kunst als belegging aantrekkelijk kunnen zijn voor diversificatie van de portfolio: beleggingen in kunst laten een ander patroon van waardeverhogingen en -dalingen zien en vormen zo een goede aanvulling voor een brede portefeuille met bijvoorbeeld aandelen, vastgoed en obligaties.⁵²

Betekent dit dat de kunst- en erfgoedcollecties van musea een hoger rendement geven dan aflossing van de staatsschuld en er derhalve maatschappelijke baten kunnen worden ingeboekt? Neen. Omdat het risico van deze collecties hoger is dan van staatsobligaties eist de maatschappij een hoger rendement. Om het geëiste rendement op een investering te bepalen wordt gekeken naar de verwachte schommelingen (volatiliteit) van het rendement ten opzichte van het marktrendement. Hiertoe zouden rendementen verzameld moeten worden van een vergelijkingsgroep van beursgenoteerde investeerders in kunst en erfgoed. Bij gebrek aan dergelijke data kan de aanname worden gehanteerd dat beleggers een rendement eisen op kunst en erfgoed dat (minimaal) gelijk is aan het historische rendement. Omdat het verwachte rendement ook gelijk is aan het historische rendement, is het geëiste rendement gelijk aan het verwachte rendement.

Derhalve moeten de collecties van de musea worden gewaardeerd met een voor risico gecorrigeerde discontovoet, die hoger is dan het rendement op staatsobligaties en de algemene discontovoet die in dit onderzoek wordt gehanteerd. De verwachte toekomstige waarde van de kunst- en erfgoedcollectie van de Nederlandse musea, contant gemaakt met deze discontovoet, is dan weer (per definitie) gelijk aan de huidige waarde. Met

⁵⁰ Rick van der Ploeg, Het Nederlandse erfgoed moet uit de kelder, in: De Volkskrant, 25-11-1998.

⁵¹ E.J. Bos, A. Gaaff, Het rendement van kunst, in: ESB, 96(4602) 21 januari 2011.

⁵² Campbell, R. (2008) *Art as a financial investment*. The Journal of Alternative Investments, 10(4), 64-81.

andere woorden: de verwachte opbrengst van de verkoop van een stuk over bijvoorbeeld 20 jaar is hoger dan de huidige waarde, maar wanneer deze verwachte opbrengst contant gemaakt wordt met de juiste (voor risico gecorrigeerde) discontovoet, is deze weer precies gelijk aan de huidige waarde. De *verwachte* opportunitetskosten van kunst en erfgoed als belegging zijn daarmee nihil.⁵³ Dat betekent dat de bestaanswaarde van de collecties van de musea kan worden toegerekend aan de maatschappelijke baten van die musea, en kan worden afgezet tegen de subsidies die de musea ontvangen, zonder daar de opportunitetskosten van het aanhouden van de collectie bij op te hoeven tellen.

⁵³ Deze argumentatie gaat tevens op voor museale objecten van geringere waarde, zoals archeologische vondsten en klederdracht. Tegenover de geringere marktwaarde van dergelijke objecten staan immers een navenant lagere opportunitetskosten. Alleen voor objecten waarvan geen waardestijging verwacht wordt, ligt dit anders.

7 Conclusies

Mensen hebben veel meer over voor een bezoek aan een museum dan de inhoud van de kassa van die musea doet vermoeden. Zo maken ze relatief veel reiskosten en besteden ze veel tijd aan het museumbezoek. Die gegeneraliseerde reis- en verblijfskosten van een museumbezoek liggen ruim een factor tien hoger dan de gemiddeld betaalde entreeprijs. Het daarvan afgeleide consumentensurplus – de extra waarde die mensen hechten aan hun museumbezoek bovenop de kosten die ze voor dat bezoek maken – bedraagt per bezoek tussen de drie en vier euro. Dat is ongeveer evenveel als wat mensen gemiddeld aan de kassa van het museum betalen. Daarmee komt de Netto Contante Waarde van de totale gebruikswaarde van de Nederlandse musea uit tussen de € 0,7 en € 1 miljard (zie tabel 7.1).

Een deel van dat consumentensurplus zou door slimme prijsdifferentiatie aan de musea ten goede kunnen komen, maar een deel per definitie niet (anders zou niemand nog musea bezoeken). Bovendien weerspiegelt het consumentensurplus niet de hele maatschappelijke waarde van de Nederlandse musea. Behalve aan het feitelijke bezoek kunnen mensen ook waarde hechten aan het simpele feit dat er musea bestaan (de bestaanswaarde) en aan de mogelijkheid om in Nederland musea te kunnen bezoeken (de optiewaarde). Dat deel van de maatschappelijke waarde van musea is hoger dan de gebruikswaarde (€ 1,8 tot € 3,4 miljard, zie tabel 7.1), en is dé rechtvaardiging voor overheidssubsidies aan (het in stand houden van) musea.

De vraag is dan hoe de hoogte van die subsidies zich verhoudt tot de totale maatschappelijke waarde van musea. Die totale maatschappelijke waarde van de Nederlandse musea bedraagt – los van de onzekerheden rond een aantal opgevoerde posten in tabel 7.1 – maximaal 6,4 miljard euro, met een onzekerheidsmarge die leidt tot een ondergrens van € 3,5 miljard. De waarden die ten grondslag liggen aan de totale welvaartswinst van € 6,4 miljard zijn conservatief ingeschat, waardoor de werkelijke waarde naar verwachting eerder in de buurt van die € 6,4 dan van de € 3,5 miljard ligt.

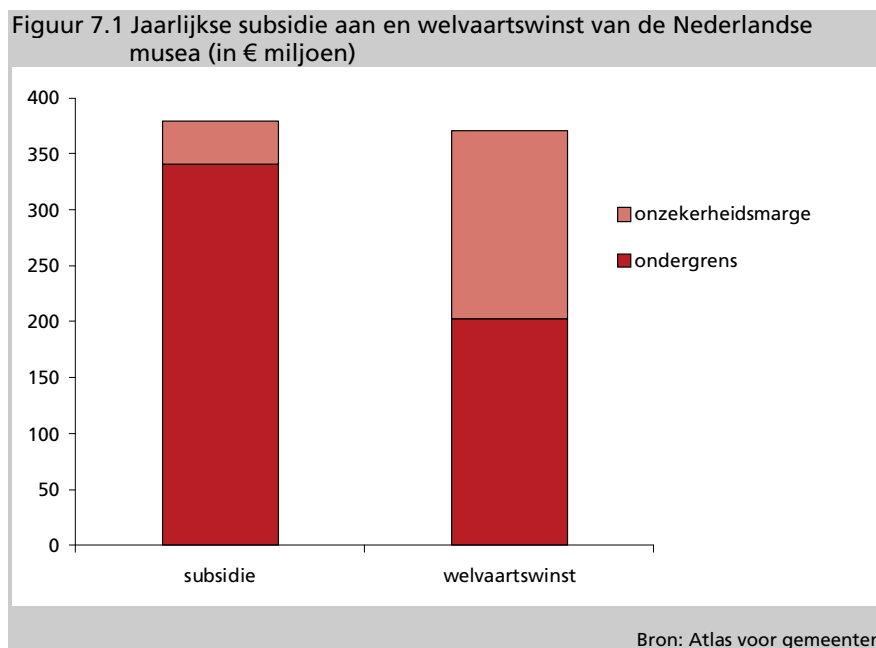
Tabel 7.1 Welvaartswinst van de Nederlandse musea

	Welvaartswinst van de (773) Nederlandse musea (Netto Contante Waarde)	
	minimum	maximum
1. Het gebruik van musea De bezoekers van musea hechten waarde aan dat bezoek. Die waarde is hoger dan de betaalde toegangsprijs en de overige gemaakte kosten. Het verschil (het consumentensurplus) is welvaartswinst.	€ 0,7 miljard	€ 1,0 miljard
2. Optie op gebruik De optie om een museum in de buurt te kunnen bezoeken heeft een waarde. Een museum kan een stad of buurt aantrekkelijker maken om in te wonen en/of de bewoners status verlenen.	€ 1,8 miljard	€ 3,4 miljard
3. Bestaanswaarde Het simpele feit dat er musea bestaan heeft een waarde, los van het gebruik ervan. Het cultureel erfgoed in de musea kan de nationale trots en het (zelf-) vertrouwen vergroten. Dat vertegenwoordigt een maatschappelijke waarde, los van de locatie van het museum en los van gebruik/bezoek ervan.	€ 0,0 miljard	€ 0,3 miljard
4. Toerisme Musea trekken buitenlandse bezoekers naar Nederland. Die besteden hier geld, en voegen zo waarde toe aan de Nederlandse economie.	€ 1,0 miljard	€ 1,0 miljard
5. Educatie Musea leveren een bijdrage aan cultuureducatie. Cultuureducatie heeft een positief effect op de onderwijsprestaties, arbeidsparticipatie, gezondheid, veiligheid en leefbaarheid.	€ 0,0 miljard	€ 0,7 miljard
TOTAAL	€ 3,5 miljard	€ 6,4 miljard

In rood de bedragen waarvan de bovengrens van de bandbreedte nog met grote onzekerheden omgeven is. Aanvullend onderzoek naar die waarden is aan te bevelen.

Bron: Atlas voor gemeenten en SEO economisch onderzoek

Die waarde is uitgedrukt in de zogenoemde Netto Contante Waarde, en is gelijk aan een welvaartseffect van tussen de € 202 en de € 370 miljoen per jaar (met een reële groei van 1,5% per jaar). De totale subsidie aan de Nederlandse musea bedroeg in 2007 379 miljoen euro, ongeveer evenveel als de maximale jaarlijkse welvaartswinst van de Nederlandse musea. Dat welvaartseffect zou de huidige hoogte van de overheidssubsidie dus rechtvaardigen (zie figuur 7.1).



Een deel van die subsidie wordt besteed aan de aankoop van nieuwe stukken en aan wetenschappelijk onderzoek, waarvan de maatschappelijke baten nog ongewis zijn omdat ze niet in dit onderzoek zijn betrokken. Beide posten samen bedragen echter maar elf procent van de totale uitgaven van de musea, waardoor ze geen groot effect zullen hebben op de belangrijkste conclusies uit dit onderzoek (zie figuur 7.1).

Als alle onzekere posten uit de maatschappelijke waarde van musea worden geschrapt is de bijbehorende subsidie zo'n € 140 miljoen te hoog (zie figuur 7.1). Dat wil echter niet automatisch zeggen dat het jaarlijkse subsidiebedrag met dat bedrag moet worden gekort. Hoewel niet erg waarschijnlijk, kunnen

er nog andere – moeilijk kwantificeerbare – maatschappelijke waarden van musea zijn. Bovendien is ook de in tabel 7.1 gepresenteerde bovengrens van de bestaanswaarde en de educatieve waarde nog erg onzeker. Met een intelligente enquête zouden dergelijke extra maatschappelijke waarden van musea nauwkeuriger kunnen worden bepaald. Dat kan meer duidelijkheid geven over het maatschappelijke rendement over de huidige subsidies aan de Nederlandse musea.

Overigens hebben de hier gepresenteerde uitkomsten betrekking op de totale sample van (773) Nederlandse musea. Tussen die musea zal de maatschappelijke waarde enorm verschillen. Het maatschappelijke rendement op de subsidies van de afzonderlijke musea zal om die reden eveneens grote verschillen vertonen. Met de modellen achter de in dit rapport gepresenteerde berekeningen kan die maatschappelijke waarde en het maatschappelijke rendement op de subsidies per museum worden berekend.

Het ligt daarbij voor de hand dat vooral de grotere musea voor beeldende kunst en cultuurhistorische musea die sterk verankerd zijn in de (binnen-) stad een relatief hoge maatschappelijke waarde hebben. Die musea hebben immers niet alleen een hoge gebruikswaarde, maar naar verwachting ook een relatief hoge optiewaarde. Hetzelfde geldt voor musea die veel toeristen trekken. Die musea hebben naar verwachting een veel hogere economische waarde dan gemiddeld, en zullen om die reden een groot welvaartseffect opleveren.

Voor een natuurhistorisch museum wordt dat spannender. Zo'n museum heeft vanwege de aard van de collectie en de inbedding in de stad, naar verwachting een lage optiewaarde. Ook de economische waarde van dat museum zal niet erg hoog zijn. Alleen een relatief hoge educatieve waarde – en de niet in dit onderzoek meegenomen waarde van het wetenschappelijke onderzoek in die musea – kan dergelijke musea maatschappelijk rendabel maken.

Musea kunnen zelf overigens het een en ander doen om hun maatschappelijke waarde te verhogen, om zo de bijdrage van de belastingbetaler te rechtvaardigen. Ze kunnen vanzelfsprekend proberen meer (buitenlandse) bezoekers te trekken, en zo de gebruikswaarde en de economische waarde verhogen. Ze kunnen ook hun collectie beter en

aantrekkelijker toegankelijk maken via internet, en op die manier de gebruikswaarde verhogen.

Maar ze kunnen ook de banden met de omgeving van hun locatie aanhalen. Het is van belang dat musea zich openstellen voor de inwoners van de stad, en niet met de rug naar de stad gaan staan. Horecafaciliteiten die ook zonder toegangkaart voor het museum te bezoeken zijn, avondopenstelling en andere ontmoetingsfuncties voor de inwoners van de stad en het lokale bedrijfsleven kunnen de optiewaarde en bestaanswaarde van een museum voor stad en land naar verwachting flink vergroten. Het is de museumbranche aan te raden de subsidieafhankelijkheid te verkleinen en/of de maatschappelijke waarde van de musea te vergroten, waardoor subsidies maatschappelijk beter te rechtvaardigen zijn.