

*Musea en plein publique*



# *Musea en plein publique*

Vormgeving en effecten van gratis toegang

R. Goudriaan

I. Been

C.M. Visscher

APE bv

Den Haag, februari 2002

Musea en plein publique

R. Goudriaan, I. Been en C.M. Visscher  
APE bv – Den Haag

© 2002, APE bv – Den Haag  
Omslag: Brordus Bunder, Amsterdam  
Grafische productie: Koninklijke De Swart, Den Haag

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming.

# Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE	I
0. SAMENVATTING	1
0.1 Aanleiding	1
0.2 Analyse kader	2
0.3 Toegangsprijzen en museumbezoek: de literatuur	3
0.4 Trends en publiek	5
0.5 Beleid	5
0.6 Gratis toegang in het buitenland	7
0.6.1 Achtergrond	7
0.6.2 Het Louvre	8
0.6.3 Victoria & Albert Museum	9
0.6.4 Staatliche Museen zu Berlin	10
0.7 Gratis toegang in Nederland	11
0.7.1 Achtergrond	11
0.7.2 Casestudies Bonnefantenmuseum en Westfries Museum	12
0.7.3 Initiatieven van andere instellingen	14
0.7.4 Museum en School	15
0.8 Synthese van de resultaten	15
0.8.1 De effecten van toegangsprijzen	15
0.8.2 Vormgeving van gratis toegang	17
0.8.3 Permanente gratis toegang	17
0.8.4 Een wekelijkse gratis zondag	18
0.8.5 Een gratis zondag in de maand	19
0.8.6 Een gratis doordeweekse dag in de week	20
0.8.7 Incidentele gratis toegang	20
0.8.8 Gratis toegang voor doelgroepen	20
0.9 Kwantitatieve effecten	21
0.9.1 Uitgangspunten	21
0.9.2 Gratis toegang	22
0.9.3 Museum en School	24
1. INLEIDING	27
1.1 Inleiding	27
1.2 Onderzoeksvragen	28
1.2.1 Hoofdpijnen	28
1.2.2 Nadere uitwerking	29
1.3 Vormgeving van het onderzoek	30
1.3.1 Hoofdpijnen	30
1.3.2 Nadere uitwerking	30

1.3.3 Indeling van het rapport	31
2. MUSEUMBEZOEK EN TOEGANGSPRIJZEN: EEN INVENTARISATIE VAN DE LITERATUUR	33
2.1 Inleiding	33
2.2 De museumbezoeker als consument	33
2.3 Toegangsprijzen en de omvang van het museumbezoek	35
2.4 Toegangsprijzen en de samenstelling van het museumbezoek	40
2.5 Samenvatting	43
3. TRENDS EN PUBLIEK	45
3.1 Inleiding	45
3.2 Trends	45
3.3 Profiel van het museumpubliek	47
3.4 Samenvatting	50
4. OVERHEIDSBELEID IN DE ONDERZOCHE LANDEN	51
4.1 Inleiding	51
4.2 Overheidsbeleid in Nederland	51
4.2.1 Achtergrond	51
4.2.2 Financiële drempels	52
4.2.3 Preferentievorming	53
4.2.4 Aanpassing aan de preferenties van het publiek	53
4.2.5 Randvoorwaarden	54
4.3 Overheidsbeleid in de omringende landen	54
4.3.1 Achtergrond	54
4.3.2 Financiële drempels	56
4.3.3 Preferentievorming	58
4.3.4 Aanpassing aan de preferenties van het publiek	59
4.3.5 Randvoorwaarden	60
4.3.6 Gratis toegang en BTW-heffing	61
4.4 Samenvatting	63
5. GRATIS TOEGANG IN BUITENLANDSE MUSEA	65
5.1 Inleiding	65
5.2 Het Louvre – Parijs	66
5.2.1 Het museum	66
5.2.2 Financiële drempels	66
5.2.3 Preferentievorming	68
5.2.4 Aanpassing aan de preferenties van het publiek	68
5.2.5 Randvoorwaarden	69
5.3 Victoria & Albert Museum – Londen	70
5.3.1 Het museum	70
5.3.2 Financiële drempels	70

5.3.3	Preferentievorming	73
5.3.4	Aanpassing aan de preferenties van het publiek	74
5.3.5	Randvoorwaarden	74
5.4	Staatliche Museen zu Berlin – Berlijn	75
5.4.1	Het museum	75
5.4.2	Financiële drempels	75
5.4.3	Preferentievorming	77
5.4.4	Aanpassing aan de preferenties van het publiek	78
5.4.5	Randvoorwaarden	78
5.5	Samenvatting	79
6.	GRATIS TOEGANG IN NEDERLAND	81
6.1	Inleiding	81
6.2	Initiatieven van musea	82
6.2.1	Het Bonnefantenmuseum en het Westfries Museum	82
6.2.1	Financiële drempels	82
6.2.2	Preferentievorming	85
6.2.3	Aanpassing aan de preferenties van het publiek	86
6.2.4	Randvoorwaarden	86
6.2.5	Voorbeelden van gratis toegang bij andere musea	87
6.3	Andere initiatieven	88
6.3.1	Inleiding	88
6.3.2	Cultureel Jongeren Paspoort	88
6.3.3	Culturele en Kunstzinnige Vorming	88
6.3.4	Stadspas Amsterdam	90
6.3.5	Museumjaarkaart	90
6.4	Project Museum en School – Gemeente Leiden	92
6.5	Samenvatting	96
7.	SYNTHESE VAN DE RESULTATEN EN DE KWANTITATIEVE EFFECTEN VAN GRATIS TOEGANG	99
7.1	Inleiding	99
7.2	Synthese effecten gratis toegang	100
7.2.1	De effecten van toegangsprijzen	100
7.2.2	Vormgeving van gratis toegang	101
7.2.3	Permanente gratis toegang	104
7.2.4	Een gratis zondag in de week	104
7.2.5	Een gratis zondag in de maand	105
7.2.6	Een gratis doordeweekse dag per week	106
7.2.7	Incidentele gratis toegang	107
7.2.8	Gratis toegang voor doelgroepen	107
7.3	Kwantitatieve effecten van gratis toegang	108
7.3.1	Uitgangspunten	108

7.3.2 Gratis toegang in alle musea	109
7.3.3 Gratis toegang in de rijksmusea	111
7.3.4 Kwantitatieve resultaten	112
7.4 Kwantitatieve effecten landelijke invoering Museum en School	115
7.5 Samenvatting	116
LITERATUUR	119
BEGELEIDINGSCOMMISSIE	123
GESPREKSPARTNERS	125



## **0. Samenvatting**

### **0.1 Aanleiding**

De publieke toegankelijkheid van musea neemt de laatste jaren een prominentere plaats in op de beleidsagenda. Dit beleid richt zich op het beperken van de drempels voor het museumbezoek. De drempels kunnen zowel van fysieke, culturele, intellectuele als van financiële aard zijn. Door de toegankelijkheid van de musea in de meest letterlijke zin van het woord te verbeteren, trachten overheden en musea de fysieke belemmeringen voor een museumbezoek van bevolkingsgroepen met een lichamelijke handicap zoveel mogelijk teniet te doen. Via marketing, communicatie, educatie en de toegankelijkheid van de presentatie wordt verder geprobeerd culturele en intellectuele drempels weg te nemen. Financiële drempels worden afgezwakt via kortingen of gratis toegang voor doelgroepen, en de invoering van dagen of dagdelen waarop musea gratis toegankelijk zijn voor iedereen. Permanente gratis toegang is de meest vergaande variant van het wegnemen van financiële drempels.

De grotere beleidsaandacht voor de publieke toegankelijkheid geldt niet alleen voor Nederland, maar ook nadrukkelijk voor de ons omringende landen. In de initiatieven op dit terrein neemt de vermindering van de financiële drempels een belangrijke plaats in:

- Groot-Brittannië heeft recent de toegangsprijzen voor de vaste collectie afgeschaft in alle rijksmusea.
- Frankrijk kent sinds 1 januari 2000 één zondag in de maand gratis toegang in alle rijksmusea, nadat deze maatregel al in 1996 is ingevoerd bij het Louvre.
- Duitsland kent weliswaar geen nationaal geïnitieerd beleid met gehele of gedeeltelijke gratis toegang, maar in dat land is bij veel musea sprake van lokale initiatieven met gratis toegang.

De Staatssecretaris van OCenW wil ook in Nederland het publieksbereik van de musea vergroten. Deze wens houdt mede verband met de – ondanks de bevolkingsgroei en de toename van het aantal musea – stagnerende groei van het aantal museumbezoeken en de vergrijzing van het museumpubliek. Een van de mogelijke beleidsopties is gratis toegang in musea op een bepaalde dag of dagdeel als middel voor de promotie van museumbezoek. Een andere beleidsoptie is gratis toegang voor het georganiseerd schoolbezoek van met name de basisscholen. De Staatssecretaris heeft Aarts de Jong Wilms Goudriaan Public Economics bv (APE) verzocht om in een kort tijdsbestek de mogelijke effecten van verschillende vormen van gratis toegang te inventariseren. Het onderzoek van APE behelst een literatuurstudie, casestudies

bij buitenlandse en Nederlandse musea en een globale kwantificering van de effecten van gratis toegang. Bij de opstelling van het rapport is dankbaar gebruik gemaakt van de inzichten van de begeleidingscommissie van het project, bestaande uit vertegenwoordigers van respectievelijk de Nederlandse museumwereld en het ministerie van OCen W.

## 0.2 Analyse kader

Museumbezoek wordt bepaald door een groot aantal factoren. Naast economische factoren, zoals het inkomen van de (potentiële) museumbezoeker, de hoogte van de toegangsprijzen, de prijzen van andere concurrerende vormen van vrijetijdsbesteding, en de bijkomende kosten van een museumbezoek (bijvoorbeeld reiskosten) spelen veel andere factoren een belangrijke rol. De preferenties en de culturele competenties van mensen zijn van groot belang bij de beslissing om een museum te bezoeken. Hiermee samenhangend beïnvloeden ook de aard van de collectie en de ligging van een museum het museumbezoek.

Financiële drempels voor een museumbezoek blijven *niet* beperkt tot de hoogte van de toegangsprijzen. Reiskosten en andere bijkomende kosten kunnen evenzeer als financiële drempel fungeren, zeker voor mensen die niet in de nabijheid van een museum wonen. Lagere toegangsprijzen of gratis toegang helpen maar beperkt wanneer bepaalde bevolkingsgroepen geen belangstelling hebben voor het gebodene in de musea of de vaardigheden ontberen om van een museumbezoek te kunnen genieten. Ook als de aard en de presentatie van de collectie of de ligging van een museum een aanzienlijk deel van de bevolking niet uitnodigen tot een museumbezoek, mogen geen wonderen van het prijsinstrument worden verwacht.

Vergroting van het publieksbereik van musea vergt daarom een brede inzet van beleidsinstrumenten:

- Via educatie kunnen preferenties en competenties voor museumbezoek worden gevormd.
- Via marketing, communicatie en de wijze van presentatie van de collectie kan worden aangesloten bij de preferenties en de competenties van doelgroepen.
- Via gratis toegang of verlaagde toegangsprijzen kan de participatie worden bevorderd van bevolkingsgroepen met museale belangstelling en vaardigheden, die door financiële drempels worden weerhouden van een museumbezoek.
- Tot slot kan niet worden uitgesloten dat via gratis toegang of lage toegangsprijzen op wat langere termijn de preferenties van bepaalde bevolkingsgroepen worden 'bijgebogen' in de richting van een grotere belangstelling voor musea. Dit leidt tot een proces van gewoontevorming, dat kan worden versterkt via educatie en marketing.

### 0.3 Toegangsprijzen en museumbezoek: de literatuur

Onderzoek naar de effecten van de hoogte van toegangsprijzen op het *aantal* museumbezoeken leidt tot betrekkelijk eenduidige conclusies. Op *korte termijn* zijn de effecten van prijsveranderingen op het aantal bezoeken bescheiden vergeleken met veel andere consumptiegoederen: elke procent prijsverhoging leidt tot 0,1 à 0,3% bezoekdaling bij musea. Op langere termijn is het effect van prijsstijgingen groter, doordat het proces van gewoontevorming wordt afgeremd. De meeste literatuur heeft betrekking op *prijsverhogingen* of de invoering van toegangsprijzen. De analyses richten zich primair op de reacties op prijsveranderingen van mensen die al gewend zijn musea te bezoeken. Van deze 'liefhebbers' met duidelijke preferenties voor musea mag in beginsel worden verwacht dat zij minder gevoelig zijn voor de hoogte van toegangsprijzen dan de niet-bezoekers, die nog weinig ideeën hebben over wat zij in een museum kunnen verwachten.

De prijsgevoeligheid van het museumbezoek wordt sterk bepaald door preferenties en culturele competenties. Mensen met een grote belangstelling voor musea laten zich – binnen zekere grenzen – door hogere toegangsprijzen maar beperkt weerhouden van een bezoek. Gewoontevorming speelt een belangrijke rol bij de verklaring van het museumbezoek. Omgekeerd laten mensen met weinig belangstelling voor musea zich in beginsel niet zo snel via lage toegangsprijzen of gratis toegang verleiden tot een bezoek. Wel leidt gratis toegang eerder tot toevallige bezoeken en bezoeken uit nieuwsgierigheid. Bij gratis toegang is het minder snel een probleem als het museum tegenvalt.

Het geringe aandeel van de entreekosten in de *totale* kosten van een museumbezoek (ruwweg 20%) verklaart mede dat mensen zich bij een museumbezoek niet alleen laten leiden door de hoogte van de toegangsprijzen. Reiskosten, consumpties en andere bijkomende kosten vormen doorgaans het leeuwendeel van de kosten van een museumbezoek. De betekenis van reiskosten en andere bijkomende kosten is groter naarmate de afstand tot het museum toeneemt. Daardoor zijn buitenlandse toeristen en andere mensen die van ver komen minder gevoelig voor de hoogte van de toegangsprijzen dan lokale bezoekers.

De relatief geringe gevoeligheid voor de hoogte van toegangsprijzen laat natuurlijk onverlet dat hoge(re) toegangsprijzen tot minder museumbezoeken leiden en dat lage(re) toegangsprijzen meer museumbezoeken tot gevolg hebben. Dat blijkt vooral wanneer gratis toegang wordt afgeschaft of wordt ingevoerd. Volledige afschaffing van gratis toegang vermindert het aantal

bezoeken in eerste instantie tentatief met 30 à 40%. Invoering van gratis toegang is het spiegelbeeld hiervan: ruwweg 30 à 40% meer bezoek. De genoemde percentages zijn de meest voorkomende waarden die wij in de literatuur hebben aangetroffen. De percentages berusten in beginsel op een vergelijking van het aantal bezoeken in het jaar voorafgaande aan de invoering (afschaffing) van gratis toegang en het aantal bezoeken in het jaar direct erna. Na verloop van tijd zwakt het effect van de invoering of afschaffing van gratis toegang op de bezoekcijfers weer wat af.

De *exacte* percentages zijn sterk afhankelijk van: de aard van de collectie, de hoogte van de toegangsprijs (na de afschaffing respectievelijk vóór de invoering van gratis toegang), de vormgeving van het prijsbeleid, de communicatiestrategie bij majeure prijsveranderingen, de wijze van registratie van de bezoeken bij gratis toegang, de beschikbaarheid en de hoogte van de toegangsprijzen van concurrerende alternatieven (inclusief andere musea), en de perioden waarop de vergelijking tussen gratis toegang en betaalde toegang betrekking heeft. Gratis toegang of het afschaffen daarvan gaat doorgaans gepaard met veel publiciteit in de media. De recente invoering van gratis toegang op *nationaal* niveau in Frankrijk en Groot-Brittannië is begeleid door publiekscampagnes en dergelijke. Daardoor is het effect op het aantal bezoeken in ieder geval op korte termijn veel groter dan op grond van de literatuur mag worden verwacht. Nadrukkelijk moet ook worden opgemerkt het aantal bezoeken bij gratis toegang in de regel door verschillen in *telmethode* aanzienlijk minder nauwkeurig wordt gemeten dan wanneer een toegangsprijs geldt. In het eerste geval is er meestal sprake van handmatige tellingen, terwijl in het tweede geval de verkochte kaartjes worden geteld.

De literatuur geeft aan dat de *samenstelling* van het museumpubliek in bescheiden mate wordt beïnvloed door de hoogte van de toegangsprijzen. De aard en presentatie van de collectie, de ligging van het museum en het flankerend beleid blijken het effect van bijvoorbeeld de invoering of afschaffing van toegangsprijzen op de publiekssamenstelling teniet te doen. Gratis toegankelijke musea kennen doorgaans een vergelijkbare publiekssamenstelling naar sociaal-economische en demografische kenmerken als vergelijkbare musea met entreeheffing. Bevolkingsgroepen in achterstandssituaties weten ook de weg naar gratis musea minder goed te vinden. Wel heeft gratis toegang vaak een relatieve toename van het gezinsbezoek, studenten en mensen uit de regio tot gevolg en verblijven mensen gemiddeld genomen wat korter in het museum. De gratis entree trekt vooral mensen met culturele preferenties en competenties die anders wegens hun financiële positie geen of weinig museumbezoeken brengen.

## 0.4 Trends en publiek

In Nederland heeft het aantal museumbezoeken in de jaren tachtig van de vorige eeuw een stormachtige ontwikkeling doorgemaakt: van 14,5 mln. bezoeken in 1980 is het bezoek gestegen tot 22,0 mln. bezoeken in 1990. In de jaren negentig stagneert de stijging van het aantal bezoeken, ondanks de stijging van het aantal musea, de groei van de bevolking en de inkomensontwikkeling. In de tweede helft van het afgelopen decennium beweegt het aantal bezoeken zich rond 20 mln. In 1999 telt het CBS 20,7 mln. bezoeken. Circa 20% van het bezoek wordt gebracht door bezitters van een museumjaarkaart. Daarnaast is ruim 15% van de bezoeken gratis. Inclusief de opbrengsten van de museumjaarkaart ontvangen musea in 1999 120,1 mln. gulden (€ 54,5 mln.) aan entreegelden. Het aandeel van de buitenlandse bezoekers in het totale bezoek schommelt in de tijd tussen 15 en 20%.

In 1999 bedraagt de gemiddelde toegangsprijs voor volwassenen bij de musea met entreeheffing gemiddeld bijna 5 gulden. Voor kinderen bedraagt deze bijna 3 gulden. Voor volwassenen en kinderen is de toegangsprijs in alle musea met entreeheffing tussen 1985 en 1999 met respectievelijk 118% en 127% gestegen. Dat is aanzienlijk meer dan de inflatie, die in deze periode bijna 30% bedroeg. In gulden van 1985 zijn de toegangsprijzen tussen 1985 en 1999 ongeveer met 70 à 75% gestegen. Gegeven de uit de literatuur bekende schattingen van de prijsgevoeligheid van het museumbezoek lijkt het onvermijdelijk dat deze forse reële stijging van de toegangsprijzen mede van invloed is geweest op de stagnerende ontwikkeling van het aantal museumbezoeken. Ondanks de stijging van de toegangsprijzen zijn de entree-opbrengsten in 1999 nog steeds ontoereikend om de kosten van de publieksfunctie te dekken.

Een derde van de Nederlandse bevolking van 12 jaar en ouder heeft in 1999 een museum bezocht. In het publiek zijn bezoekers tussen 50 en 65 jaar en de hoger opgeleiden sterk oververtegenwoordigd. Van deze bevolkingsgroepen heeft respectievelijk 39% en 54% in 1999 een museum bezocht. Allochtonen en lager opgeleiden zijn in het museumpubliek ondervertegenwoordigd. Van deze groepen is in 1999 18% respectievelijk 24% in een museum geweest.

## 0.5 Beleid

Een aantal Europese landen heeft pogingen ondernomen om financiële drempels voor museumbezoek te slechten. Spraakmakende voorbeelden zijn op dit moment Frankrijk en Groot-Brittannië. In beide landen neemt gratis toegang een belangrijke plaats in het nationale museumbeleid. Daarmee sluiten deze landen aan bij een *historische* traditie.

In *Frankrijk* vloeit het streven naar gratis toegang in musea voort uit het gelijkheidsideaal. Het nationaal cultureel erfgoed is er voor alle Fransen. De oorsprong van dit gedachtegoed gaat terug tot de Franse revolutie. Frankrijk kent een uitgebreid systeem van kortingen en gratis toegang voor doelgroepen, zoals bijvoorbeeld jongeren, ouderen, uitkeringsontvangers, mensen met een minimuminkomen en gehandicapten. Desondanks heeft de Franse regering met ingang van 1 januari 2000 gratis toegang op de eerste zondag van de maand ingevoerd in alle rijksmusea; dit in navolging van het Louvre waar dit beleid vanaf 1996 van toepassing is. Op deze dag heeft iedereen recht op gratis toegang en wordt iedereen gelijk behandeld. Leden van een doelgroep hoeven op deze dag niet via een pas of anderszins aan te tonen dat zij recht hebben op gratis toegang of korting. Zondag is de dag die zich volgens de Franse regering het beste leent voor gratis toegang, omdat de meeste mensen op deze dag niet hoeven te werken. Op de gratis eerste zondag van de maand zijn in 2000 aan de Franse rijksmusea ruim 220.000 meer bezoeken (+67%) gebracht dan op de overeenkomstige niet-gratis zondag in 1999. De betrokken musea en de Franse overheid spreken van een groot succes. Het effect op het jaarlijkse aantal museumbezoeken blijft echter bescheiden, omdat het slechts om 12 gratis dagen per jaar gaat. De overige dagen van het jaar wordt de reguliere entree geheven. Lokale musea zijn in toenemende mate eveneens overgegaan op een gratis zondag in de maand. Daardoor blijft de verstoring van de concurrentieverhoudingen tussen musea verhoudingsgewijs beperkt.

In *Groot-Brittannië* berust het prijsbeleid van musea eveneens op een lange traditie, zij het geheel andere dan de Franse traditie. In de Angelsaksische beleving betalen burgers via de belastingen al voor overheidsmusea. Burgers zijn mede-eigenaar van het nationaal cultureel erfgoed en hebben daardoor recht op gratis toegang tot de vaste collectie. Tot de jaren zeventig van de vorige eeuw waren de collecties van de Britse rijksmusea gratis toegankelijk. Nadat de conservatieve regering entreeheffing had ingevoerd, schafte de toenmalige Labourregering deze maatregel vervolgens weer af. De daarna volgende conservatieve regeringen hanteerden vanaf 1979 als uitgangspunt dat musea zelf moesten beslissen of zij wel of niet gratis toegankelijk zouden zijn. Door het achterblijven van de overheidssubsidiëring zijn in de loop van de tijd veel musea overgegaan tot entreeheffing. Na het aantreden van de Labourregering van Blair neemt de toegankelijkheid van musea weer een prominente plaats in op de beleidsagenda. Musea worden gezien als instrument voor de bestrijding van sociale uitsluiting. Het kabinet Blair staat op het standpunt dat de vaste collecties van de rijksmusea gratis toegankelijk moeten zijn. In verband met de beperkte financiële middelen heeft de Britse regering ervoor gekozen om in een aantal stappen gratis toegang in de rijksmusea in te voeren. Eerst zijn de toegangsprijzen voor kinderen tot 16 jaar op 1 april 1999 afgeschaft, een jaar

later gevolgd door toegangsprijzen voor ouderen (vanaf 60 jaar). Vanaf 1 december 2001 is de vaste collectie van de Britse rijksmusea voor iedereen gratis toegankelijk. De lokale musea waren veelal al gratis toegankelijk.

*Duitsland en Nederland* kennen in tegenstelling tot Frankrijk en Groot-Brittannië geen historische traditie van gratis toegang tot rijksmusea. Museumbezoekers dienen een bijdrage te leveren aan de dekking van de kosten, mede gelet op de individuele baten van museumbezoek. Dat laat onverlet dat in Duitsland bij 40% van de musea geen entree wordt geheven. In Nederland is circa 20% van de musea altijd gratis toegankelijk. In beide landen betreft het vooral de kleinere musea, die worden bekostigd door lokale overheden of die in particuliere handen zijn. In beide landen vloeit gratis toegang op dit moment niet voort uit het beleid van de centrale overheid. De Nederlandse rijksmusea heffen entreegelden en kennen geen vaste dag met gratis entree. In Duitsland nemen de deelstaten (Länder) het voortouw bij het cultuurbeleid en de subsidiëring van culturele instellingen zoals musea. De Duitse centrale overheid richt zich vooral op zaken van nationaal of internationaal belang. De toegankelijkheid van de Duitse musea staat op dit moment niet op de nationale beleidsagenda. De Nederlandse rijksoverheid schenkt in toenemende mate aandacht aan de publieke toegankelijkheid van musea. Nadat jarenlang culturele instellingen zijn gestimuleerd om meer eigen inkomsten zoals entreegelden te verwerven, vindt thans de gedachtevorming plaats over vergroting van het publieksbereik van musea via gratis toegang op bepaalde dagen of dagdelen. Daarnaast probeert het ministerie van OCenW in het kader van het schoolvak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV) een nieuwe generatie van bezoekers van musea en andere culturele activiteiten te vormen via de ontwikkeling van culturele preferenties en competenties.

## **0.6 Gratis toegang in het buitenland**

### *0.6.1 Achtergrond*

Via casestudies in drie landen is geprobeerd meer inzicht te krijgen in de effecten van gratis toegang. Frankrijk en Groot-Brittannië zijn op dit moment uitgesproken exponenten van een nationaal beleid met gratis toegang. In deze landen heeft APE respectievelijk casestudies uitgevoerd bij het Louvre in Parijs en het Victoria & Albert Museum in Londen. In Duitsland komen de Staatliche Museen zu Berlin in een casestudie aan de orde.

Het Louvre is sinds 1996 de eerste zondag van de maand gratis toegankelijk en heeft in Frankrijk als voortrekker van het nationale beleid gefungeerd. Het museum heeft qua publiek en uitstraling een internationaal karakter en kent

daarnaast een lange traditie van publieksonderzoek. Het Victoria & Albert Museum kan terugkijken op een lange traditie van gratis toegang. Het museum was tot het midden van de jaren tachtig van de vorige eeuw gratis toegankelijk. Daarna heeft het Victoria & Albert onder druk van de financiële omstandigheden geëxperimenteerd met het prijsbeleid. Het museum heeft eerst een vrijwillige eigen bijdrage van de bezoekers gevraagd en daarna sinds 1996 een toegangsprijs. Sinds 22 november 2001 is het museum weer gratis toegankelijk, nadat eerder de toegangsprijzen voor kinderen en ouderen waren afgeschaft. In de Berlijnse musea, die onderdeel zijn van de stichting Preussischer Kulturbesitz, heeft zich een omgekeerde ontwikkeling voltrokken van permanente gratis toegang via een wekelijkse gratis zondag tot één gratis zondag in de maand.

### 0.6.2 *Het Louvre*

Het Louvre is in 1996 begonnen met het experiment van één gratis zondag in de maand om te onderzoeken of op deze wijze nieuw publiek wordt aangetrokken. Het Louvre heeft bewust gekozen voor één gratis zondag in de maand:

- Ten eerste blijft het substitutie-effect met de andere dagen relatief beperkt.
- Ten tweede maakt het maandelijks karakter van de gratis toegang de gratis dag tot een happening die niet mag worden gemist. Bij uitstel van het bezoek moet een maand worden gewacht totdat de volgende gelegenheid zich weer voordoet.
- Ten derde is de maandelijks frequentie hoog genoeg om de mensen te laten wennen aan regelmatig museumbezoek. Dit lukt bijvoorbeeld niet bij een jaarlijkse frequentie.
- Ten vierde wordt het Louvre door de maandelijks frequentie van de gratis dag financieel niet te afhankelijk van de Franse overheid en houdt het museum daardoor voldoende beleidsvrijheid.

Het Louvre heeft veel ruchtbaarheid gegeven aan de maandelijks gratis zondag. Het aantal bezoeken ligt op een gratis zondag 60% hoger dan op een betaalde zondag. Het aantal bezoeken dat Fransen aan het Louvre brengen, ligt op de gratis zondag zelfs 130% hoger, terwijl het aantal buitenlandse bezoeken met 20% toeneemt vergeleken met een betaalde zondag. Bijna een kwart van het bezoek op de gratis zondag komt van bezoekers die hun bezoekpatroon hebben verschoven van de dagen met entreeheffing naar de gratis zondag (substitutie). Anderzijds mijdt 12% van het publiek juist de gratis zondag wegens de drukte en komen zij op een andere dag (omgekeerde substitutie).

Het publiek op de gratis zondag is in het algemeen jonger dan op de zondagen met entreeheffing en er komen meer gezinnen met kinderen. Het Louvre ziet dit als een investering in het publiek van de toekomst. Het aandeel van de lagere



sociaal-economische groepen in het publiek blijft nagenoeg onveranderd. Door de stijging van het aantal bezoeken neemt de opkomst van de lagere sociaal-economische groepen in absolute zin echter wel toe, hoewel deze groepen op grond van het doelgroepenbeleid reeds recht hebben op korting of gratis toegang. De hogere opkomst van deze groepen is het gevolg van de voor ieder geldende gratis toegang op de eerste zondag van de maand die als minder stigmatiserend wordt ervaren dan het doelgroepenbeleid. Het Louvre ontwikkelt op de gratis zondag geen specifieke activiteiten. In de filosofie van het museum zijn kunst en cultuur universeel en werken aangepaste tentoonstellingen voor nieuwe publieksgroepen eerder stigmatiserend dan bevorderlijk bij het aantrekken van nieuw publiek. Wel heeft het Louvre nieuw documentatiemateriaal en een plattegrond gemaakt, omdat uit publieksonderzoek is gebleken dat nieuwe bezoekers verdwalen en daardoor het leeuwendeel van de hoogtepunten missen.

Op de gratis zondag besteedt men per persoon minder geld in het Louvre, maar de grotere publieksomvang en de betere marges op de aangekochte goederen compenseren dit. De gedeelde entreegelden op de twaalf zondagen bedragen in totaal 5 mln. Franse frank (€ 0,76 mln.). uitgaande van de inkomsten op een reguliere (niet gratis) zondag. Het Louvre ontvangt hiervoor een financiële compensatie van de overheid. Het Louvre en de Franse overheid zien de gratis zondag als een groot succes tegen lage kosten. Daarom is de maatregel met ingang van 2000 uitgebreid tot alle Franse rijksmusea. Dit vergt nog eens een bedrag van 5 mln. Franse frank (€ 0,76 mln.). Doordat het maar om twaalf dagen per jaar gaat, blijven de kosten van de maatregel relatief beperkt. De andere kant van de medaille is dat het effect op het jaarlijkse aantal bezoeken eveneens relatief beperkt is.

### *0.6.3 Victoria & Albert Museum*

Het Victoria & Albert Museum heeft na de invoering van de vrijwillige eigen bijdrage een forse teruggang in het aantal bezoeken in het jaar 1986 ervaren. Voor het publiek was het niet duidelijk of zij nu wel of niet moesten betalen. Daarna heeft het bezoek zich weer voorzichtig hersteld om vervolgens 1996 weer sterk terug te vallen na de invoering van de verplichte toegangsprijs. Sinds kort is het museum weer geheel gratis toegankelijk, nadat eerder ouderen al gratis toegang kregen. De jeugd had altijd al gratis toegang. Het Victoria & Albert Museum heeft de indruk dat de gratis toegang voor ouderen maar weinig effect heeft gehad op het aantal bezoeken. Er is te weinig bekendheid aan gegeven. De invoering van gratis toegang voor iedereen lijkt een fors effect op het aantal bezoeken te hebben. Het museum rapporteert een verviervoudiging van de bezoekcijfers in december 2001. Het is nog te kort dag om een gefundeerd

oordeel over deze ontwikkeling te kunnen uitspreken. Op dit moment is het onduidelijk of het effect van de gratis toegang structureel is. Bovendien heeft het Victoria & Albert Museum tegelijkertijd met de invoering van de gratis toegang de British Galleries geopend. Aan de opening daarvan is een grote publiekscampagne voorafgegaan, die de bezoekcijfers mede heeft opgestuwd.

Het Victoria & Albert Museum claimt dat de publiekssamenstelling de afgelopen jaren nauwelijks is veranderd door de verschillende vormen van prijsbeleid. De lagere sociaal-economische klassen en de allochtonen blijven steeds sterk ondervertegenwoordigd. Ongeveer 40% van het bezoek bestaat uit buitenlandse toeristen. Effecten op de publiekssamenstelling van het eind november 2001 ingezette beleid van gratis toegang zijn nog niet bekend.

De ervaringen van het Victoria & Albert Museum met gratis toegang zijn overwegend positief. Het museum ziet educatie van het publiek van alle leeftijden als belangrijkste doel en de voornaamste bestaansreden van het Victoria & Albert Museum. Om deze doelstelling te kunnen realiseren, moet het museum zich nog extra inspanningen getroosten. Het museum wil tevens het inzicht vergroten in de wensen en behoeften van doelgroepen die tot nu toe in het publiek ondervertegenwoordigd zijn. Qua financiën verwacht het museum weinig problemen met de afschaffing van de entreegelden. De inkomsten uit entreegelden vielen in het verleden in het niet bij de overige inkomsten. De overheid vergoedt de gemiste inkomsten uit entreegelden voor een belangrijk deel. Tegenover de eventuele extra kosten van de gratis toegang staan besparingen op de kassamedewerkers en dergelijke.

#### 0.6.4 Staatliche Museen zu Berlin

De Staatliche Museen in Berlijn zijn een samenvoeging van zeventien Oostberlijnse en Westberlijnse musea, die thans door de stichting *Preussischer Kulturbesitz* worden beheerd. Vóór de val van de Berlijnse muur waren de musea in West-Berlijn gratis toegankelijk, terwijl in Oost-Berlijn 1 Ost-Mark toegang werd geheven. Na de Duitse hereniging verminderde de overheidssubsidie aan de musea. Daardoor waren de musea gedwongen om met ingang van 1 januari 1992 toegangsprijzen in te voeren. Alleen de zondag bleef gratis om zo veel mogelijk mensen toch nog in staat te stellen de musea te bezoeken. De invoering van toegangsprijzen heeft tot een sterke bezokedaling geleid (ruwweg een halvering), die is versterkt doordat het effect van de val van de Berlijnse muur is uitgewerkt. In 1996 lopen de subsidies nog verder terug, waardoor ook gratis zondag ter discussie staat. Noodgedwongen verhogen de musea de toegangsprijzen met 50% en beperken zij de gratis toegang tot één zondag per maand. Er komen aparte toegangsprijzen voor de grote en de kleine musea. Een

toegangkaartje voor de grote musea geeft tevens recht op toegang in alle Berlijnse musea. Dit leidt niet tot verschuivingen in de aantallen bezoeken. In 2001 zijn de toegangsprijzen wederom met 50% verhoogd.

De behoefte aan financiële middelen wordt in Berlijn steevast opgelost via de entreeheffing. Andere opties vallen af. Aan de uitgavenkant blijkt het nauwelijks mogelijk te bezuinigen. Sponsoring is vrijwel onmogelijk door de zwakke Berlijnse economie. Winkels en restaurants zijn niet in beheer van de musea. Ondanks het feit dat de musea tot de belangrijkste Duitse musea worden gerekend, ontberen zij een internationale aantrekkingskracht: slechts 35% van het bezoek aan de Berlijnse musea bestaat uit toeristen. De ligging van Berlijn is hier debet aan.

Voor de Duitse hereniging oefende Oost-Berlijn een grote aantrekkingskracht uit op de Oost-Duitsers door de beschikbaarheid van producten in winkels. Ook was er sprake van verplichte bezoeken van Oost-Duitsers aan de Oostberlijnse musea. Na de Duitse hereniging verdwijnen deze impulsen. Bovendien worden museumbezoeken voor Oost-Duitsers steeds meer een luxe door de gedaalde koopkracht. Deze ontwikkelingen hebben geleid tot een sterke vermindering van het aantal Oostduitse bezoekers. De lokale bevolking brengt een kwart van hun bezoek op de gratis zondag. Op de gratis zondagen komt 60% meer bezoek dan op de betaalde zondagen. Er komen op de gratis dag vooral veel gezinnen met kinderen uit de middenklasse. De gemiddelde bezoekduur is iets korter dan op de dagen met entreeheffing. Substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek vindt gezien de maandelijkse frequentie vooral plaats bij de lokale bevolking.

Naast de maandelijkse gratis zondag hebben de musea een uitgebreid doelgroepenbeleid. 30 tot 50% van het publiek heeft recht op gratis toegang, terwijl een kwart à een derde recht heeft op gereduceerde toegangsprijzen. Voor schoolklassen zijn de musea gratis toegankelijk. Deze zijn goed voor 10% van het totale bezoek. De musea verstrekken gratis koptelefoons met een rondleiding in het Turks, maar die blijken weinig aan te slaan bij het Turkse publiek. Deze bezoekers hebben in de regel een hogere opleiding en hebben weinig behoefte aan specifiek Turks materiaal.

## **0.7 Gratis toegang in Nederland**

### *0.7.1 Achtergrond*

In 1999 was volgens CBS-cijfers 21% van de Nederlandse musea gratis toegankelijk. Het betreft circa 190 meestal kleinere musea. De afgelopen tijd zijn daarnaast in de Nederlandse museumwereld een aantal nieuwe pogingen ondernomen om de financiële drempels voor een museumbezoek te slechten.

Twee musea hebben recent geëxperimenteerd met permanente gratis toegang. Andere musea hebben de laatste tijd gratis toegang voor jongeren of schoolklassen ingevoerd. Het Fries Museum heeft sinds 1 januari 2002 één dag in de week gratis toegang. Verder kent Nederland een aantal andere initiatieven die zich in meerdere of mindere mate richten op het beperken van de financiële drempels voor het bezoek aan musea en andere culturele voorzieningen. Deels wordt daarbij samengewerkt met scholen.

Om meer zicht te krijgen op de Nederlandse ervaringen, heeft APE casestudies uitgevoerd bij het Bonnefantenmuseum en het Westfries Museum, die de afgelopen tijd experimenten met gratis toegang hebben gevoerd. Via literatuurstudie en interviews is verder geprobeerd andere Nederlandse initiatieven te inventariseren, die zich niet altijd uitsluitend op musea richten; bijvoorbeeld het Cultureel Jongerenpaspoort, de Culturele en Kunstzinnige Vorming in het voortgezet onderwijs, de Amsterdamse Stadspas, de museumjaarkaart en het Leidse project Museum en School voor het primair onderwijs

#### *0.7.2 Casestudies Bonnefantenmuseum en Westfries Museum*

Het Bonnefantenmuseum, gesubsidieerd door de provincie Limburg en gevestigd in Maastricht, heeft van maart 2001 tot februari 2002 geëxperimenteerd met gratis toegang tot de vaste collectie. Voor tentoonstellingen heft het Bonnefanten wel entree. De vaste collectie en de tentoonstellingen van het Westfries Museum, een gemeentelijk museum in Hoorn, zijn vanaf april 2001 gedurende een proefperiode gratis toegankelijk. De proefperiode is verlengd in afwachting van definitieve besluitvorming door de gemeenteraad. Beide experimenten zijn initiatieven van de musea zelf. Ze worden uit de eigen middelen van de musea bekostigd.

Het *Bonnefantenmuseum* gebruikt de helft van het gebouw voor de vaste collectie en de andere helft voor de tentoonstellingen. Het museum heeft geen uitgebreid doelgroepenbeleid, maar is wel actief voor het basis- en voortgezet onderwijs. De gratis toegang tot de vaste collectie berust enerzijds op het Angelsaksische gedachtegoed – burgers hebben al via de belastingen betaald voor de vaste collectie – en anderzijds op commerciële overwegingen. Het Bonnefantenmuseum hoopt via gratis toegang meer opbrengsten van de museumwinkel en de horeca te genereren en mensen tot betaald tentoonstellingsbezoek aan te zetten. Het is mogelijk om een kaartje voor één tentoonstelling (€ 5) of voor twee tentoonstellingen (€ 8) te kopen. Het Bonnefantenmuseum heeft recent aangekondigd het experiment te beëindigen. De bezoekerscijfers vallen tegen. Het aantal bezoeken is vrijwel niet toegenomen en

het museum trekt nog steeds weinig bezoek uit de regio. De beperkte schaal van het experiment heeft tot gevolg dat de gratis toegang niet in brede kring bekend is. De inkomsten van de museumwinkel, de horeca en de tentoonstellingen vallen eveneens tegen. De middelen blijken niet voldoende te zijn om de gedeerde entreegelden te compenseren. Het Bonnefantenmuseum heeft oneigenlijk gebruik door organisatoren van groepsbezoek (touroperators) geconstateerd. Ten slotte heeft de provincie Limburg plannen om de provinciale musea gedeeltelijk gratis open te stellen. Het Bonnefantenmuseum wil bij dit initiatief en eventuele initiatieven op landelijk niveau aansluiten. Het museum ziet in dat geval voordelen van de grotere schaal van de maatregel en de mogelijke compensatie van de gedeerde inkomsten.

De toekomst van het experiment in het *Westfries Museum* is nog onzeker. De gemeente Hoorn is niet van plan de gedeerde entreegelden te compenseren. Het Westfries Museum financiert de gratis toegang op dit moment uit inkomsten uit legaten en schenkingen, besparingen op het kassapersoneel, winkelinkomsten en vrijwillige bijdragen van het publiek. De gratis toegang heeft een ideële insteek: de beheerscommissie van het museum is van mening dat het openbaar kunstbezit gratis toegankelijk dient te zijn. Het museum claimt 25% meer bezoek, mede door meer bezoek uit de regio en meer bezoek van gezinnen met kinderen. Touroperators hebben het gratis museum in hun programma opgenomen. Het Westfries Museum vindt dit laatste niet problematisch. Volgens de gemeente Hoorn is het extra bezoek vooral het gevolg van tentoonstellingen en extra publiciteit, niet van de gratis toegang. Slechts 30% van het bezoek is op de hoogte van de gratis toegang. Met de andere, niet-gratis musea in Hoorn vindt geen substitutie van betekenis plaats, omdat zij verschillende doelgroepen bedienen. Het Westfries Museum heeft geen uitgebreid doelgroepenbeleid, maar neemt wel deel aan het Kunstenplan van de gemeente Hoorn, waarmee leerlingen kennis kunnen maken met het hele aanbod van culturele voorzieningen.

De twee Nederlandse voorbeelden illustreren dat geïsoleerde acties van individuele musea minder kans op succes hebben dan gecoördineerde acties op nationaal niveau (zoals in Frankrijk en Groot-Brittannië). Dat geldt voor een deel ook voor initiatieven van *andere* Nederlandse musea. Deze initiatieven richten zich veelal op gratis toegang voor de jeugd, maar zijn geen onderdeel van een geïntegreerd marketingbeleid. Doordat de gratis toegang voor de jeugd niet gekoppeld is aan gratis entree of reductie voor de volwassenen die de jeugd begeleiden, is het effect op het aantal bezoeken van jeugdigen beperkt. Deze maatregel blijkt in de praktijk alleen het schoolbezoek te stimuleren, wanneer dat nog niet gratis was.

### 0.7.3 *Initiatieven van andere instellingen*

Naast de afzonderlijke musea proberen ook andere instanties het bezoek aan musea en andere culturele instellingen te stimuleren:

- Via het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV) tracht de overheid leerlingen van het voortgezet onderwijs ervaring met culturele activiteiten te laten opdoen en hun kennis op dit terrein te stimuleren. De leerlingen krijgen onder andere vouchers om culturele instellingen te bezoeken. In de praktijk blijken de leerlingen de vouchers weinig te gebruiken voor museumbezoek, maar meer voor theater en bioscoopbezoek. Dat is niet zo verrassend, omdat veel musea voor de schoolgaande jeugd gratis toegankelijk zijn.
- Een aantal grote steden verstrekt aan doelgroepen met een beperkte koopkracht stadspassen die recht geven op korting of culturele, sportieve en recreatieve voorzieningen. De onderscheiden doelgroepen en de kosten van een pas (soms gratis) kunnen per gemeente verschillen. Vaak betreft het uitkeringsontvangers, andere mensen met lage inkomens, inburgeraars en bejaarden, zo ook in Amsterdam. Daar krijgen deze groepen een stadspas. Circa 80% van de rechthebbenden bezit er één. De Amsterdamse stadspas geeft onder meer recht op kortingen bij musea en op gratis toegang bij het Amsterdams Historisch Museum en het Stedelijk Museum plus bonnen voor gratis toegang bij tentoonstellingen in andere musea. De doelgroepen maken maar beperkt gebruik van het recht op gratis toegang. Alleen bij gerichte acties met 'extraatjes' neemt het museumbezoek toe, vooral bij bejaarden. Het wegnemen van financiële drempels heeft bij de doelgroepen van de Amsterdamse Stadspas alleen effect als het aanbod goed aansluit bij hun preferenties.
- De museumjaarkaart biedt houders gratis toegang tot de vaste collectie van ruim 400 Nederlandse musea. Voor het bezoek aan tentoonstellingen moet soms worden bijbetaald. De reguliere museumjaarkaart is te koop voor 31,75 Euro (70 gulden); jongeren tot 25 jaar betalen 13,60 Euro (30 gulden). Daarnaast bestaan ook de gratis Rabo-kaart en de NS-kaart, die tegenwoordig recht geven op 50% korting op de entreprijs. De reguliere museumjaarkaart is in 1981 ingevoerd om de interesse voor musea te stimuleren en het bezoek te vergroten. Het is vooral een kaart voor de museumliefhebbers, die voor de bezitter pas rendabel is bij verscheidene museumbezoeken in een jaar. Het is daarom onwaarschijnlijk dat de reguliere kaart nieuwe doelgroepen tot museumbezoek verleidt. De kans op nieuw museumbezoek is wat groter bij de Rabo-kaart en de NS-kaart. De houders van de museumjaarkaart zijn in 2000 goed voor ongeveer 20% van het museumbezoek.

#### *0.7.4 Museum en School*

In de eerste vier jaar richtte het project Museum en School zich op de groepen 3 tot en met 8 van het basisonderwijs. Het meerjarige project bevordert het schoolbezoek, maar wil ook het buitenschoolse museumbezoek stimuleren. Museum en School vindt plaats in de gemeente Leiden. Aan het project namen zes Leidse musea (inmiddels zeven) deel, die elk voor één van de groepen van het basisonderwijs een speciaal programma hebben opgesteld. Daardoor kan een leerling gedurende de basisschoolperiode ieder jaar een ander museum bezoeken. Het ministerie van OCenW subsidieert het project voor ruim de helft. De rest van de subsidie komt van de gemeente Leiden. In de schooljaren 1997/'98 tot en met 2000/'01 heeft het project in totaal 700.000 gulden (€ 318.000) aan subsidie ontvangen. De musea nemen zelf ook een deel van de kosten voor hun rekening. In het schooljaar 2000/'01 vergt het project een bedrag van circa 12,50 gulden (€ 5,70 ) per leerling aan subsidie. Het ministerie van OCenW fourneert hiervan circa 7 gulden, de gemeente Leiden de rest. Een deel van de subsidie is gereserveerd voor de dekking van de vervoerskosten, die soms als financiële drempel blijken te fungeren.

Museum en School heeft een groot deel van de Leidse basisschoolleerlingen bereikt: in eerste instantie 92% van de doelgroep. Later in de eerste vierjaarsperiode is dit percentage gezakt naar 78, omdat de programma's van twee musea volgens de scholen te zwaar waren. Bij het speciaal onderwijs ligt het bereik lager dan in het reguliere basisonderwijs, hoewel speciale programma's voor deze doelgroep zijn ontwikkeld. Leerkrachten en museummedewerkers vinden Museum en School een groot succes. Zij hebben de indruk dat kinderen met hun ouders terugkomen in de musea. Gezien het succes is het project recent met vier jaar verlengd. Alle Leidse basisscholen en ook scholen uit de omgeving nemen thans deel. Het programma is uitgebreid en het budget verhoogd, zodat ook de groepen 1 en 2 uit basisonderwijs kunnen participeren. De hoge deelname maakt duidelijk dat Museum en School een succesvolle vorm van samenwerking is tussen scholen en musea, die maar een relatief beperkt bedrag per leerling vergt.

### **0.8 Synthese van de resultaten**

#### *0.8.1 De effecten van toegangsprijzen*

Het is onomstreden dat gratis toegang tot meer museumbezoek leidt. Hoe groot het effect precies is, hangt af van een groot aantal specifieke factoren. De aard en de presentatie van de collectie, de ligging van een museum, de attractiewaarde voor lokale bezoekers, het marketing-, communicatie- en

educatiebeleid, de preferenties en de culturele competenties van de bevolking, en de vormgeving van de gratis toegang zijn in belangrijke mate bepalend voor het succes van gratis toegang. Alleen maar gratis toegang (of lage toegangsprijzen) heeft niet zo veel effect:

1. Bij een groot deel van de bevolking blijken andere dan financiële drempels doorgaans een grotere belemmering voor het museumbezoek te vormen. Niet voor niets wordt vaak gewezen op de belangrijke rol van culturele ervaringen op jonge leeftijd en de rol van het onderwijs bij de ontwikkeling van culturele preferenties en competenties. De samenstelling van het publiek van gratis toegankelijke musea wijkt doorgaans niet wezenlijk af van andere vergelijkbare musea met entreeheffing.
2. De financiële drempel bestaat maar voor een beperkt deel uit de entreekosten. Reiskosten, consumpties en andere bijkomende kosten vormen voor een groot deel van het publiek een substantieel deel van de kosten van een museumbezoek.

Uit de literatuur komt naar voren dat het effect van veranderingen in de hoogte van de toegangsprijs op het museumbezoek op korte termijn beperkt is. Dat lijkt op het eerste gezicht moeilijk verenigbaar met de recente Franse en Britse ervaringen met gratis toegang. Toch zijn de resultaten goed te duiden:

- In de eerste plaats beperkt het grootste deel van de literatuur zich tot empirische analyses van kleine procentuele prijsveranderingen. De invoering (of afschaffing) van gratis toegang is kwantitatief van een andere orde van grootte dan dergelijke beperkte veranderingen in de hoogte van de toegangsprijzen. Dit verschil bepaalt het effect op de bezoekerijfers.
- In de tweede plaats richt de literatuur zich vooral op de reacties van het bestaande museumpubliek (de 'liefhebbers') op de hoogte van de toegangsprijzen.
- In de derde plaats blijven de effecten van flankerend beleid, zoals marketing in brede zin, communicatie en educatie in empirische analyses doorgaans buiten beschouwing. Deze instrumenten bepalen in sterke mate het succes van het entreebeleid.
- In de vierde plaats is de vormgeving van de gratis toegang van groot belang voor het succes van de maatregel. De Franse overheid heeft gekozen voor gratis toegang in de vorm van een evenement met veel publiciteit: een maandelijkse happening op de eerste zondag van de maand. Daardoor houdt de gratis toegang nieuwsaarde. Van het Britse voorbeeld moet nog blijken of de toename van het museumbezoek duurzaam is als het huidige effect van de publiciteit is uitgewerkt.
- In de vijfde plaats maakt het uit of gratis toegang een geïsoleerde actie is van een beperkt aantal musea (met een beperkte bekendheid van de maatregel) of dat er sprake is van een nationaal georkestreerde campagne met grote



media exposure. Alleen grote topmusea, zoals het Louvre, hebben voldoende uitstraling om (gedeeltelijke) gratis toegang op eigen kracht in te voeren.

- In de zesde plaats leidt de gratis toegang doorgaans niet tot een metamorfose van de publiekssamenstelling. De Franse casestudy illustreert dat het vooral gezinnen met kinderen en studenten zijn die op de gratis toegang afkomen. Voor de moeilijk bereikbare groepen biedt het (gedeeltelijk) wegnemen van de financiële drempel onvoldoende soelaas. De ervaringen met de Amsterdamse Stadspas ondersteunen dit.

### 0.8.2 *Vormgeving van gratis toegang*

De buitenlandse ervaringen geven aan dat gratis toegang administratief en praktisch uitvoerbaar is, ook als gratis toegang beperkt blijft tot een dag in de week of maand (vergelijk de Franse ervaringen). De vormgeving van gratis toegang bepaalt het succes in termen van de toename van het bezoek. Er zijn echter ook nog andere criteria dan bezoekcijfers die een rol spelen bij de beoordeling van de verschillende vormen van gratis toegang: de kosten, de substitutie tussen betaald bezoek en gratis bezoek, de verstoringen van de concurrentieverhoudingen met andere culturele of recreatieve voorzieningen, de (financiële) autonomie van de musea en de fiscale consequenties van gratis toegang. Daarnaast spelen ook langetermijnoverwegingen een rol die te maken hebben met de duurzaamheid van de gestegen bezoekcijfers. De volgende varianten komen aan de orde:

1. permanente gratis toegang ('Britse model');
2. één gratis zondag in de week;
3. één gratis zondag in de maand ('Franse model');
4. één gratis werkdag in de week;
5. incidentele gratis toegang;
6. gratis toegang voor doelgroepen.

### 0.8.3 *Permanente gratis toegang*

Variant 1 – permanente gratis toegang tot de (vaste) collectie van een museum – is de meest vergaande variant. De kosten zijn het hoogst, maar door de 365 dagen per jaar gratis toegang stijgt het aantal bezoeken het meest. Doordat mensen gewend raken aan de gratis openstelling, zwakt het effect op het aantal bezoeken in de tijd echter af. Wel ligt het voor de hand dat deze variant veel gezinnen met kinderen en studenten aantrekt. Dit is een investering in het toekomstige publiek. Ook bij andere varianten is dit in belangrijke mate het geval. Als de gratis toegang voor *alle* musea geldt, vindt er binnen de museumsector geen substitutie plaats van betaald naar gratis bezoek. Daardoor is het per *extra* bezoek niet noodzakelijk de duurste variant (vanuit de rijksoverheid gezien),

hoewel het een kostbare manier is om meer bezoek aan te trekken. Musea raken in deze variant bovendien de status van onderneming voor de BTW-heffing kwijt. Zij komen voor de publieksfunctie in beginsel niet langer in aanmerking voor verrekening van de BTW die zij hebben betaald bij de aanschaf van goederen en diensten. Dit leidt tot een fors verlies aan middelen voor de musea, tenzij de rijksoverheid de financiële effecten teniet doet via een BTW-compensatiefonds (à la Groot-Brittannië).

Permanente gratis toegang verstoort de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen. Het betekent tevens het einde van de museumjaarkaart. Musea worden in deze variant voor hun middelen sterk afhankelijk van de overheid. Het gevaar bestaat dat dit uiteindelijk de beleidsvrijheid van musea vermindert. Wanneer de gratis toegang uitsluitend betrekking heeft op de rijksmusea, worden de concurrentieverhoudingen binnen de museumsector verstoord. In dat geval treedt er een forse verschuiving op van betaald bezoek bij de overige musea naar gratis bezoek bij de rijksmusea. Dit geldt te meer, omdat een groot deel van de Nederlandse lokale musea – in tegenstelling tot Groot-Brittannië – niet gratis toegankelijk zijn. Deze musea zullen de rijksoverheid om compensatie vragen. Inwilliging van dit verzoek heeft tot gevolg dat permanente gratis toegang bij de rijksmusea per extra museumbezoek voor de rijksoverheid een kostbare zaak kan worden.

#### *0.8.4 Een wekelijkse gratis zondag*

Een wekelijkse gratis zondag (variant 2) gaat minder ver dan het hele jaar gratis toegang. Daardoor leidt deze variant tot minder extra museumbezoeken dan variant 1. De kosten van deze variant zijn echter relatief hoog. Zeker per extra bezoek is deze variant kostbaar (vermoedelijk het kostbaarst). De keuze voor 52 gratis zondagen per jaar leidt tot een grote omzetsderving. Zondag is immers voor de meeste musea de dag met de meeste bezoeken en de grootste omzet. Voor de meeste mensen geldt dat zij op die dag niet werken en gemakkelijk een museum kunnen bezoeken. Dit leidt weliswaar tot veel extra bezoek op de wekelijkse gratis zondag, maar tegelijkertijd tot veel substitutie van betaald bezoek (op andere dagen) naar gratis bezoek (op zondag). Doordat musea elke zondag gratis toegankelijk zijn, treedt gewinning op bij het publiek en bestaat het gevaar dat het effect van de gratis entree op termijn afzwakt. Gezien de wekelijkse frequentie is het niet echt een evenement.

Bij een wekelijkse gratis zondag in *alle* musea, treedt binnen de museumsector geen aanvullende substitutie van musea met entreeheffing naar musea met gratis toegang op. Wel worden de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen verstoord. Het is de vraag of de

museumjaarkaart bij dit grote aanbod van gratis zondagen voor een groot deel van de huidige bezitters nog voldoende aantrekkelijk blijft. Er moet sterk rekening gehouden worden met negatieve repercussies voor de museumjaarkaart. De frequente gratis openstelling maakt dat musea in deze variant voor hun middelen sterk afhankelijk zijn van de overheid. Hoewel er geen sprake is van permanente gratis toegang, bestaat het gevaar dat musea beperkingen ondervinden bij de verrekening van de betaalde BTW op de aanschaf van goederen en diensten. Door de veelvuldige gratis toegang op een topdag is het niet zo duidelijk of hier sprake is van een promotionele activiteit. In dat geval moet goed worden nagedacht over vormgeving van de middenstroom van de overheid naar de musea; bijvoorbeeld in de vorm van een belastbare prijssubsidie. Als variant 2 alleen bij de rijksmusea wordt ingevoerd, treedt een verschuiving van het bezoek op van de overige musea (betaald) naar de rijksmusea (gratis). Een eventuele financiële compensatie hiervoor aan de overige musea drijft de kosten per extra museumbezoek voor de rijksoverheid op.

#### *0.8.5 Een gratis zondag in de maand*

Een maandelijks gratis zondag (variant 3) gaat minder ver dan beide voorgaande varianten. Het aantal gratis dagen blijft beperkt tot 12 zondagen per jaar, waardoor het aantal bezoeken per definitie minder stijgt dan in de twee voorgaande varianten. Door het geringe aantal gratis zondagen blijft de substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek in deze variant relatief beperkt. De negatieve repercussies voor de museumjaarkaart zijn eveneens verhoudingsgewijs bescheiden, terwijl de verstoring van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen minder groot is dan bij verdergaande vormen van gratis toegang. De beperkte frequentie maakt dat de gratis toegang een evenement is dat niet kan worden gemist: als mensen de gratis zondag hebben gemist, moeten zij een maand wachten tot de volgende gelegenheid. Daardoor blijven de bezoekcijfers op de gratis zondag structureel op een hoog niveau (vergelijk het voorbeeld van het Louvre). De Franse ervaringen geven aan dat het bezoek van studenten en gezinnen met kinderen sterk stijgt. In Frankrijk blijken de kosten van deze variant mee te vallen, te meer omdat de Franse musea erin slagen op de gratis zondag met de reguliere personeelsbezetting het bezoek in goede banen te leiden. Zelfs bij ruimhartiger vormen van financiële compensatie aan musea blijft het een relatief kosteneffectieve vorm van gratis toegang. Het is duidelijk een promotionele maatregel die de fiscale status van een museum als onderneming niet in gevaar brengt. Verrekening van de BTW op aangeschafte goederen en diensten mag niet op problemen stuiten. Als variant 3 alleen bij de rijksmusea wordt ingevoerd, heeft dit een verstoring van de concurrentieverhoudingen met

de overige musea tot gevolg. Door de beperktere frequentie van de gratis toegang, zijn de verstoringen kleiner dan in de overige varianten.

#### *0.8.6 Een gratis doordeweekse dag in de week*

Een wekelijkse gratis doordeweekse dag (variant 4) leidt tot minder extra bezoek dan een wekelijkse gratis zondag, maar eveneens tot minder substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek en een geringere verstoring van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen. Het werkende en schoolgaande deel van de bevolking kan zich op een doordeweekse dag minder snel vrijmaken dan op een zondag. Tegelijkertijd is het een goedkopere optie dan de wekelijkse gratis zondag, omdat de inkomstenderving op een doordeweekse dag beperkter is dan op een zondag. De negatieve effecten op de aantrekkelijkheid van de museumjaarkaart zijn beperkter dan bij een wekelijkse gratis zondag en vermoedelijk grosso modo vergelijkbaar met één gratis zondag in de maand. Omdat de gratis dag niet op een topdag maar op een 'slappe' dag valt, zijn consequenties voor de fiscale behandeling vermoedelijk geringer dan bij een wekelijkse gratis zondag. In dit geval is de gratis dag duidelijker een promotie-instrument. Uitsluitend invoering van gratis toegang bij de rijksmusea leidt ook in deze variant tot negatieve repercussies voor het bezoek en de inkomstenstroom van de overige musea.

#### *0.8.7 Incidentele gratis toegang*

Incidentele gratis toegang (variant 5) is de minst vergaande variant. Door het incidentele karakter neemt het bezoek op jaarbasis weinig toe. Het leidt niet tot een routine bij het publiek en daardoor niet tot een duurzame stijging van de bezoekerscijfers. Hoogstens wordt een beperkt aantal nieuwe bezoekers over de drempel getrokken. De kosten zijn echter laag en de verstoringen van de concurrentieverhoudingen minimaal. Over het promotionele karakter van de maatregel valt niet te twisten. Daardoor staat de fiscale status van de musea in deze variant op geen enkele wijze ter discussie.

#### *0.8.8 Gratis toegang voor doelgroepen*

Gratis toegang voor doelgroepen (variant 6) wijkt duidelijk af van de andere varianten. Deze variant kan op een groot aantal uiteenlopende wijze vorm worden gegeven, variërend van voucherachtige systemen – bijvoorbeeld vergelijkbaar met een stadspas of een gratis beschikbaar gestelde museumjaarkaart – tot algemene gratis toegang voor de jeugd en ouderen of gratis georganiseerd schoolbezoek, zoals het Leidse Museum en School. Deze

grote verscheidenheid maakt het lastig deze variant op dezelfde wijze als de voorgaande varianten te beoordelen. In de regel leidt gratis toegang voor doelgroepen niet tot vergaande verstoringen van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen. Er bestaan evenmin aanwijzingen dat de fiscale status van de musea als onderneming wordt beïnvloed door gratis toegang voor doelgroepen (vergelijk het Britse voorbeeld). De kosten van de gratis toegang hangen sterk af van de vormgeving en de omvang van het doelgroepenbeleid.

Uit de ervaringen met de Amsterdamse Stadspas is bekend dat het wegnemen van financiële drempels voor een museumbezoek weinig effect heeft op de participatie van achterstandsgroepen. Gratis toegang voor de jeugd heeft weinig effect op het aantal bezoeken als de begeleidende ouders of volwassenen gewoon de reguliere toegangsprijs moeten betalen. Deze vorm van gratis toegang stimuleert hoogstens het schoolbezoek (als dat al niet gratis was). Gratis toegang voor ouderen is doorgaans een redelijk effectieve maatregel (behalve voor de hoogbejaarden). Het betreft een doelgroep met veel vrije tijd en belangstelling voor het cultureel erfgoed, die in sommige gevallen wordt geremd door hun bestedingsruimte. Aan gratis georganiseerd schoolbezoek is al aandacht geschonken bij de bespreking van Museum en School. We hebben geconstateerd dat dit een succesvolle vorm van samenwerking is tussen scholen en musea, die maar een beperkt bedrag per leerling vergt. Het is een investering in een toekomstige generatie museumbezoekers. Gezien het succes in Leiden brengen we de kwantitatieve effecten van landelijke invoering van Museum en School in beeld.

## **0.9 Kwantitatieve effecten**

### *0.9.1 Uitgangspunten*

Op basis van de voorgaande synthese van de resultaten hebben we geprobeerd de kwantitatieve effecten van onderscheiden varianten te simuleren. Simulatie van variant 5 blijft achterwege; de resultaten voor deze variant hangen sterk af van de precieze vormgeving van de maatregel, maar de kwantitatieve effecten kunnen niet anders dan beperkt zijn. Voor het onderzoek is gezien de doorlooptijd van het project geen empirisch veldwerk verricht. Voor de kwantificering maken we gebruik van inzichten uit de literatuur en de casestudies. We proberen de resultaten zo goed mogelijk naar de Nederlandse situatie te vertalen. De kwantificering van de effecten van gratis toegang heeft een *tentatief* karakter.

In de varianten is steeds gekozen voor een ruimhartige financiële compensatie voor de musea; niet alleen de gedeerde entreegelden, maar ook de *extra* kosten van de publieksfunctie als er meer bezoeken aan de musea worden gebracht. De toegepaste vergoedingsregeling pakt voor de musea duidelijk gunstiger uit dan het Franse systeem, waar de musea alleen worden gecompenseerd voor de gedeerde omzet (op basis van een reguliere zondag). De vergoeding is ook ruimhartiger dan de systematiek die bij de museumjaarkaart wordt gehanteerd. Daar blijft de financiële compensatie voor een museumbezoek beperkt tot circa 60% van de toegangsprijs.

De financiële effecten van een eventuele verandering van de fiscale status van musea door gratis toegang (vooral bij permanente gratis toegang) blijft in de berekeningen buiten beschouwing. Dit is immers een *vestzak-broekzakoperatie* binnen de rijksoverheid, die gemakkelijk zonder financiële consequenties is op te lossen (vergelijk Groot-Brittannië).

Binnen de varianten 1 tot en met 4 worden twee subvarianten onderscheiden. De ene subvariant heeft steeds betrekking op invoering van gratis toegang bij alle musea; de andere subvariant veronderstelt dat alleen bij de rijksmusea gratis toegang wordt ingevoerd. In de laatste subvariant zijn echter wel de consequenties voor de overige musea doorgerekend in termen van minder bezoek en minder inkomsten uit entreegelden. We veronderstellen dat de rijksoverheid de overige musea financieel *compenseert* voor de gedeerde entreegelden. De kosten van de landelijke invoering van Museum en School (variant 6) zijn geënt op de Leidse situatie en zijn zo goed mogelijk vertaald naar de landelijke situatie.

### 0.9.2 *Gratis toegang*

Tabel 0.1 toont de kwantificering van varianten 1 tot en met 4 voor *alle* musea. Tabel 0.2 beperkt zich daarentegen tot de gevolgen van invoering van gratis toegang bij de *rijksmusea*, maar neemt wel de *repercussies* voor de overige musea in beschouwing. De repercussies hebben betrekking op minder bezoek aan de overige musea (in verband met een verschuiving van het bezoek naar de rijksmusea) en een bijbehorende omzetsderving, waarvan wordt aangenomen dat de rijksoverheid deze compenseert.

Tabel 0.1: *Kwantitatieve effecten van verschillende vormen van gratis toegang in alle musea*

	Extra bezoeken (x 1.000) <sup>a</sup>	Relatieve netto bezoekstijging (in %)	Kosten (x mln. euro) <sup>b</sup>
Permanente gratis toegang	6.204	30,0	86,9
1 gratis zondag in de week	439	2,1	20,6
1 gratis zondag in de maand	194	0,9	5,3
1 gratis werkdag in de week	282	1,4	9,8

a Netto toename aantal bezoeken in alle musea samen.

b Gederfde entreegelden en extra kosten publieksfunctie; prijspeil 2002.

Bron: APE

Van alle in tabel 0.1 gepresenteerde vormen van gratis toegang heeft permanente gratis toegang *op jaarbasis* het meeste effect: 30,0% meer bezoek. Dit spreekt voor zich, omdat de musea in deze variant 365 dagen per jaar gratis toegankelijk zijn tegen 52 of 12 dagen per jaar in de overige varianten. De kosten voor de rijksoverheid zijn echter hoog, hoewel substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek in deze variant achterwege blijft. Door het achterwege blijven van deze bezoeksverschuiving zijn de kosten per extra bezoek voor de overheid het laagst van alle varianten (€ 14 per extra bezoek). De hoge overall kosten gelden in iets mindere mate ook voor een wekelijkse gratis zondag, die per extra bezoek echter het duurst is van onderzochte varianten (€ 47 per extra bezoek). De verschuiving van het bezoek – 22,5% van het bezoek op de wekelijkse gratis zondag komt van een betaalde dag – alsmede de omzetsderving op de zondag zelf zijn hier debet aan. Bij een maandelijke zondag is het beeld voor de kosten per extra bezoek voor de rijksoverheid iets gunstiger (€ 27 per extra bezoek). Het effect op de bezoekcijfers is echter beperkt, evenals bij een wekelijkse gratis doordeweekse dag. De wekelijkse gratis doordeweekse bezoekdag genereert verhoudingsgewijs weinig extra bezoek, omdat het voor grote delen van de bevolking lastig is om op die dag een museumbezoek af te leggen. Daardoor zijn de kosten per extra bezoek hoog (€ 35 per extra bezoek). In alle varianten vormen de gederfde entree-opbrengsten het leeuwendeel van de kosten voor de overheid. Alleen in de variant met permanente gratis toegang zijn de extra kosten van de publieksfunctie van substantiële betekenis (€ 27,0 mln.). Dit komt door de forse bezoekstijging (30%).

Tabel 0.2: *Kwantitatieve effecten van verschillende vormen van gratis toegang in de rijksmusea*

	Extra bezoeken (x 1.000) <sup>a</sup>	Relatieve netto bezoekstijging (in %)	Kosten (x mln. euro) <sup>b</sup>
Permanente gratis toegang	608	2,9	39,3
1 gratis zondag in de week	103	0,5	9,2
1 gratis zondag in de maand	52	0,3	2,3
1 gratis werkdag in de week	69	0,3	4,4

a Netto toename aantal bezoeken in alle musea samen. Dit is in het aantal extra bezoeken aan de rijksmusea verminderd met de verschuiving van het bezoek van de overige musea naar de rijksmusea (substitutie).

b Gederfde entreegelden van rijksmusea en overige musea plus extra kosten publieksfunctie van rijksmusea; prijspeil 2002.

Bron: APE

Als gratis toegang alleen in de *rijksmusea* wordt ingevoerd, zijn de kosten per extra bezoek aanzienlijk hoger dan bij invoering van de maatregel in alle musea. De kosten per extra bezoek lopen uiteen van € 44 bij een maandelijkse gratis zondag in de rijksmusea tot € 89 bij een wekelijkse gratis zondag. De hoge kosten per extra bezoek zijn het gevolg van de terugloop van het bezoek bij de overige musea (met entreeheffing). Daardoor blijft de netto toename van het aantal bezoeken bij *alle* musea beperkt. Gezien de compensatie die de overige musea voor hun gedeerde entreegelden ontvangen zijn de kosten voor de rijksoverheid hoger dan alleen de gedeerde entreegelden en de extra kosten van de publieksfunctie bij de rijksmusea. De financiële compensatie aan de overige musea is noodzakelijkerwijs het grootst (€ 3,4 mln.) bij permanente gratis toegang in de rijksmusea. Wegens de relatief beperkte concurrentievervalsing bij een maandelijkse gratis zondag in de rijksmusea is de financiële compensatie aan de overige musea in deze variant het geringst (€ 0,1 mln.). Geïsoleerde invoering van gratis toegang bij de rijksmusea heeft weinig effect op de nationale bezoekcijfers. De effecten op de bezoekcijfers zijn uiteraard het grootst bij permanente gratis toegang tot de rijksmusea. In dat geval loopt het bezoek aan de overige musea echter met 9,1% terug.

### 0.9.3 *Museum en School*

Bij de landelijke invoering van Museum en School is verondersteld dat het programma vooralsnog beperkt blijft tot de groepen 3 tot en met 8 van het basisonderwijs (1,2 mln. leerlingen). Omdat de situatie in grote delen van Nederland minder mogelijkheden biedt dan de Leidse situatie, nemen we aan dat Museum en School landelijk 70% van de doelgroep bereikt. Dit betekent dat Museum en School 840.000 extra museumbezoeken genereert. Een derde



daarvan vindt plaats in de rijksmusea; de rest in de overige musea. Tabel 0.3 vat de resultaten van de simulatie samen.

Tabel 0.3: *Effecten landelijke invoering Museum en School in alle musea*

	Extra bezoeken (x 1.000)	Rijkssubsidie (x mln. euro) <sup>a</sup>
Rijksmusea	280	0,98
Overige musea	560	1,96
Totaal	840	2,94

a prijspeil 2002.

Bron: APE

Door de landelijke invoering van Museum en School stijgt het aantal museumbezoeken met 840.000 (ruim 4%). Dit vergt een rijkssubsidie van € 2,94 mln. als de gemeenten naar evenredigheid met de Leidse situatie bijdragen. Dit laatste vereist op landelijk niveau gemeentelijke subsidies van in totaal € 2,31 mln. Volledigheidshalve zij opgemerkt dat in Leiden de deelnemende musea een substantieel deel van de kosten van Museum en School voor eigen rekening nemen. Geëxtrapoleerd naar landelijke totalen gaat het om een bedrag van € 6,83 mln.

De resultaten van de kwantificering van gratis toegang en landelijke invoering van Museum en School kunnen als volgt worden samengevat:

- Permanente gratis toegang aan *alle* musea (365 dagen per jaar) leidt op jaarbasis tot de grootste bezoekstijging (30%). De kosten voor de rijksoverheid zijn echter het hoogst van de onderzochte varianten (€ 86,9 mln.). De kosten per *extra* bezoek zijn daarentegen het laagst (€ 14) doordat in deze variant geen verschuiving van betaald naar gratis bezoek optreedt. Musea komen bij permanente gratis toegang niet langer in aanmerking voor verrekening van de betaalde BTW op de aanschaf van goederen en diensten. Tevens worden de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen verstoord.
- Een wekelijkse gratis zondag in *alle* musea heeft op jaarbasis 2,1% meer bezoek tot gevolg. De kosten voor de rijksoverheid zijn hoog (€ 20,6 mln.). Per extra bezoek zijn de kosten het hoogst van alle onderzochte varianten (€ 47). Er treedt zowel een flinke omzetsderving op de zondag op als een bezoekverschuiving van de dagen met entreeheffing naar de gratis zondag. De concurrentieverhoudingen met de overige culturele en recreatieve voorzieningen worden verstoord. Of de fiscale status van de musea zich wijzigt bij deze variant, is niet geheel duidelijk.

- Een maandelijkse gratis zondag in *alle* musea heeft op jaarbasis 0,9% meer bezoeken tot gevolg. De kosten zijn relatief laag (€ 5,3 mln.), terwijl de kosten per extra bezoek het één na laagst zijn van alle onderzochte vormen van gratis toegang (€ 27). De substitutie van betaald naar gratis bezoek blijft beperkt, evenals de verstoring van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen. De fiscale status van de musea blijft ongewijzigd.
- Een gratis doordeweekse dag per week in *alle* musea leidt op jaarbasis tot 1,4% meer bezoek. Voor veel mensen is het lastig om op een doordeweekse dag een museum te bezoeken. Daardoor blijft de verschuiving van betaald bezoek naar gratis bezoek relatief beperkt. De kosten bedragen € 9,8 mln. Per extra bezoek zijn de kosten relatief hoog (€ 35). De verstoring van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen valt mee. De fiscale status van de musea blijft vermoedelijk ongewijzigd.
- Als de verschillende vormen van gratis toegang alleen in de *rijksmusea* worden ingevoerd, is de toename van het aantal museumbezoeken aanzienlijk geringer dan bij invoering in alle musea. Dat komt mede door de terugloop van het bezoek bij de overige musea (met entreeheffing). De kosten per extra bezoek zijn hoog bij een beperking van gratis toegang tot de rijksmusea, doordat de overige musea worden gecompenseerd voor de gedeelde entreegelden.
- Landelijke invoering van Museum en School vergt een rijkssubsidie van € 2,9 mln. en gemeentelijke subsidies van € 2,3 mln. bij een deelname van 840.000 leerlingen van de basisschool.

# 1. Inleiding

## 1.1 Inleiding

Het aantal museumbezoeken heeft zich na een forse stijging in de jaren tachtig in de tweede helft van de jaren negentig gestabiliseerd op een niveau van ruim 20 miljoen bezoeken per jaar, ondanks de gunstige inkomensontwikkeling, en de toename van de bevolking en het aantal musea. Het museumpubliek vergrijst. Daarnaast bestaan er aanwijzingen dat het aandeel van Nederlandse bezoekers afneemt ten gunste van buitenlandse bezoekers. Ten slotte bestaat de indruk dat het bezoek aan de vaste collecties is afgenomen ten opzichte van het bezoek aan tentoonstellingen. Het voorgaande leidt tot de conclusie dat het publieksbereik van Nederlandse musea onder druk staat. Deze tendensen worden in een recente brief van de Staatssecretaris van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen (OCenW) aan de Tweede Kamer gesignaleerd (Tweede Kamer 2001/2002). De Staatssecretaris heeft het publieksbereik tot een centraal punt in zijn beleid gemaakt en mikt op een verjonging en verbreding van het publiek en een vergroting van de publieke toegankelijkheid in het algemeen.

Toegankelijkheid van musea kent vele dimensies. Het gaat om het wegnemen van drempels die de publieke participatie belemmeren.<sup>1</sup> Naast fysieke, intellectuele en culturele drempels voor participatie springen ook financiële drempels in het oog. Betalende bezoekers zijn de afgelopen jaren in Nederlandse musea geconfronteerd met toegangsprijzen die aanzienlijk meer zijn gestegen dan de inflatie.<sup>2</sup> De pregnante prijsontwikkeling heeft naar verwachting invloed uitgeoefend op de ontwikkeling van het aantal bezoeken.

In andere Europese landen staat de publieke toegankelijkheid van musea eveneens prominent op de beleidsagenda. De Britse regering heeft bijvoorbeeld met ingang van 1 december 2001 gratis toegang voor de hele bevolking in alle rijksmusea ingevoerd, nadat gratis toegang voor kinderen en gepensioneerden al eerder is gerealiseerd. De Franse regering heeft met ingang van 2000 een maandelijkse gratis zondag ingevoerd in alle rijksmusea. In het algemeen kennen veel buitenlandse musea vaak dagen met gratis toegang of sterk gereduceerde toegangsprijzen naast (bijna) gratis toegang voor bepaalde bevolkingsgroepen (jongeren, ouderen, werklozen, et cetera).

---

<sup>1</sup> Een praktisch getint overzicht is te vinden in Museums & Galleries Commission, (2000).

<sup>2</sup> Tussen 1985 en 1999 zijn de toegangsprijzen voor volwassenen met circa 120% gestegen, terwijl de inflatie in deze periode bijna 30% bedroeg.

De Staatssecretaris van OCenW heeft aangegeven om ook in Nederland onderzoek te willen starten naar publieksontwikkeling via gratis toegang aan musea. De Staatssecretaris onderkent dat sommige vormen van gratis toegang ongewenste neveneffecten of hoge kosten met zich mee kunnen brengen die zo goed mogelijk in kaart dienen te worden gebracht voordat een gefundeerde keuze kan worden gemaakt. De Staatssecretaris denkt aan twee vormen van gratis toegang. Ten eerste aan gratis schoolbezoek voor met name de basisscholen en ten tweede aan het buitenlandse voorbeeld van gratis bezoek op een vaste dag. De Tweede Kamer staat welwillend tegenover dit gedachtegoed. De Staatssecretaris heeft de Tweede Kamer toegezegd om op korte termijn een onderzoek te laten verrichten naar de mogelijke vormgeving en de effecten van gedeeltelijke gratis toegang tot musea. Het voorliggende rapport doet hiervan verslag. Bij de opstelling van het rapport is dankbaar gebruik gemaakt van de inzichten van de begeleidingscommissie van het project, bestaande uit vertegenwoordigers van respectievelijk de Nederlandse museumwereld en het ministerie van OCen W.<sup>3</sup>

## 1.2 Onderzoeksvragen

### 1.2.1 Hoofdlijnen

Voor de vormgeving van gratis toegang aan musea is kennis over ervaringen met gratis toegang en de effecten daarvan noodzakelijk. Het is verstandig om te leren van ervaringen die elders met dit beleidsinstrument zijn opgedaan. Daarbij hoeven we ons niet uitsluitend te beperken tot de bekende buitenlandse voorbeelden. Een aantal Nederlandse musea kent immers verschillende vormen van gratis toegang of gereduceerde entreprijzen voor verschillende publieksgroepen. De toepassing van prijsdifferentiatie berust op de gedachte dat de verschillende publieksgroepen in uiteenlopende mate gevoelig zijn voor de hoogte van de toegangsprijzen en vergt kennis van de preferenties en de prijsgevoeligheid van (potentiële) museumbezoekers. Die kennis is niet systematisch beschikbaar (Goudriaan *et al.* 1998).

Het voorgaande vraagt om een systematische inventarisatie van de ervaringen met gratis toegang in Nederland en in het buitenland, in combinatie met een beoordeling en een kwalitatieve weging van de onderzoeksresultaten. In de voorliggende onderzoeksopzet staan de volgende onderzoeksvragen centraal:

---

<sup>3</sup> De bijlage *Begeleidingscommissie* geeft de samenstelling van de begeleidingscommissie.

1. Wat zijn de verschillende denkbare, operationele varianten voor de vormgeving van gratis toegang (inclusief gratis schoolbezoek) en welke vormgeving heeft men hiervoor in het buitenland gekozen?
2. Wat is het effect van de verschillende vormen van gratis toegang op de omvang en samenstelling van het museumpubliek en in hoeverre leidt dat tot verschillende socialisatie-effecten?
3. Welke substitutie vindt plaats tussen betaald en gratis bezoek, wat is de vermoedelijke netto inkomstenderving door een specifieke gratis dag, wat zijn de additionele kosten en in hoeverre treden ongewenste effecten op?

### 1.2.2 Nadere uitwerking

De *eerste* onderzoeksvraag richt zich op een systematische analyse van de voordelen en de nadelen van de verschillende vormen van gratis toegang. Deze worden bezien in het licht van ervaringen elders en in het licht van de realisatie van de nagestreefde beleidsdoelstellingen op het gebied van de toegankelijkheid.

De *tweede* onderzoeksvraag gaat voor de musea *met* entreeheffing in op de verwachte stijging van het aantal museumbezoeken en op de daarmee samenhangende veranderingen in de samenstelling van de publieke belangstelling; bijvoorbeeld of de bestaande bezoekers vaker een museum frequenteren of dat er een nieuw publiek met een andere sociaal-economische achtergrond wordt aangeboord. Bij dit laatste kan bijvoorbeeld worden gedacht aan bevolkingsgroepen met museale belangstelling, maar met een beperkt budget. Verder wordt bezien of het lukt om bepaalde *doelgroepen* van het overheidsbeleid via het prijsbeleid te verleiden tot museumbezoek of dat daarvoor meer noodzakelijk is.

De *derde* onderzoeksvraag analyseert de netto inkomstenderving en de additionele kosten door het gratis bezoek. Samen vormen zij de kosten van de beleidsmaatregel. De bruto inkomstenderving valt uiteen in twee delen. Ten eerste de entreeopbrengst van het aantal bezoeken dat op de beoogde gratis dag tot dusverre betaald werd afgelegd. Ten tweede de verschuiving van het bezoek van dagen met entreeheffing naar dagen met gratis toegang. Het ligt voor de hand dat de invoering van een gratis dag gepaard gaat met een gedeeltelijke verschuiving van het bezoek van de dagen met entreeheffing naar de dag met gratis toegang. Daardoor valt de netto inkomstenderving hoger uit dan de bruto inkomstenderving. Naast inkomstenderving worden de musea ook geconfronteerd met de extra kosten van een piekbelasting op de gratis dag in de vorm van meer bewaking, klimaatbeheersing, enzovoort. Tot slot moet worden bedacht dat musea tegelijkertijd meer inspanningen op het gebied van educatie en presentatie moeten gaan verrichten om nieuwe publieksgroepen aan te boren en deze binnen boord te houden.

## 1.3 Vormgeving van het onderzoek

### 1.3.1 Hoofdpijnen

Het onderzoek kent een korte doorlooptijd. Dat bepaalt mede de onderzoeksopzet. Uitgebreid veldonderzoek en grootschalige empirische analyses zijn binnen de vereiste doorlooptijd niet goed mogelijk. In overleg met het Ministerie van OCenW hebben wij daarom gekozen een *meta-analyse*. De meta-analyse berust op een *synthese* van de bestaande literatuur in combinatie met de inzichten van deskundigen in de museumwereld en casestudies bij een aantal buitenlandse en Nederlandse musea. Aan de hand van de resultaten van de meta-analyse en Nederlandse cijfers over museumbezoek en entreegelden proberen wij te komen tot een gestileerde empirische onderbouwing van de effecten van een aantal vormen van gratis toegang. Het gaat onder meer om de toename van het aantal museumbezoeken, de substitutie tussen betaald en gratis bezoek, en de budgettaire effecten van gratis toegang.

### 1.3.2 Nadere uitwerking

Overheidsbeleid voor musea en voor cultuur in het algemeen speelt een belangrijke rol bij de beoordeling van de effecten van de hoogte van toegangsprijzen of gratis toegang op de omvang en samenstelling van het museumbezoek. Wij schenken daarom op hoofdpijnen aandacht aan het museumbeleid in Nederland, Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland. In deze landen zijn ook de casestudies van musea met (gedeeltelijke) gratis toegang verricht. Frankrijk en Groot-Brittannië zijn de meest prominente voorbeelden van landen met een overheidsbeleid gericht op volledige of gedeeltelijke gratis toegang van musea. Beide landen kennen op dit terrein een zekere historische traditie. In Duitsland voert de centrale overheid geen prijsbeleid bij de overheids musea.

De casestudies bij de afzonderlijk musea zijn bedoeld om gedetailleerd inzicht te krijgen in de effecten van gratis toegang inclusief de eventuele problemen die daarbij optreden. De in dit kader verrichte interviews leveren meer en ook andere informatie over de modaliteiten van gratis toegang op dan de literatuurstudie naar de effecten van toegangsprijzen op het museumbezoek. Daarbij komt dat de extern toegankelijke literatuur op dit terrein verhoudingsgewijs beperkt blijkt te zijn. Het betreft voornamelijk een gering aantal economisch georiënteerde publicaties. In de overige sociaal-wetenschappelijke literatuur wordt vrijwel geen aandacht geschonken aan de effecten van toegangsprijzen op het

museumbezoek, omdat men in deze disciplines *andere* dan financiële drempels relevanter vindt dan de hoogte van de toegangsprijzen.

### *1.3.3 Indeling van het rapport*

Het rapport kent de volgende indeling. Hoofdstuk 2 bevat de resultaten van een literatuurstudie naar de effecten van toegangsprijzen op de omvang en samenstelling van het museumbezoek. Hoofdstuk 3 gaat in op een aantal trends in het museumbezoek en het profiel van het museumpubliek. Hoofdstuk 4 geeft - ter voorbereiding van de analyses in de volgende hoofdstukken - een beknopte schets van het beleid in Nederland, Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland. In hoofdstuk 5 komen de resultaten van drie buitenlandse casestudies aan de orde. Het betreft musea die verschillende vormen van gratis toegang hanteren. Hoofdstuk 6 beschrijft een aantal casestudies van Nederlandse musea waar via gratis toegang geprobeerd is extra publiek aan te trekken. Het hoofdstuk gaat eveneens in op het Museum en School project en andere initiatieven die zich richten op de stimulering van het museumbezoek. Hoofdstuk 7 bevat een synthese van de belangrijkste inzichten over de effecten van gratis toegang. Aan de hand van de inzichten uit de synthese wordt vervolgens een poging ondernomen om de effecten van de verschillende vormen van gratis toegang met inbegrip van gratis schoolbezoek kwantitatief in beeld te brengen.





## **2. Museumbezoek en toegangsprijzen: een inventarisatie van de literatuur**

### **2.1 Inleiding**

Museumbezoek wordt bepaald door een groot aantal factoren. Naast economische factoren, zoals het inkomen van de (potentiële) museumbezoeker, de hoogte van de toegangsprijzen, de prijzen van andere concurrerende vormen van vrijetijdsbesteding, en de bijkomende kosten van een museumbezoek (bijvoorbeeld reiskosten) spelen veel andere factoren een belangrijke rol. De preferenties en de culturele competenties van mensen zijn van groot belang bij de beslissing om een museum te bezoeken. Hiermee samenhangend beïnvloeden ook de aard van de collectie en de ligging van een museum het museumbezoek.

In het voorliggende hoofdstuk komt de invloed van toegangsprijzen op het bezoek aan musea aan de orde. We schenken zowel aandacht aan de invloed van toegangsprijzen op het aantal bezoeken (de 'omvang') als op de samenstelling van het bezoek (het 'publiek'). Het hoofdstuk berust op een literatuurstudie naar de effecten van toegangsprijzen op het museumbezoek. De meeste literatuur heeft een economische oriëntatie. In de overige sociaal-wetenschappelijke literatuur wordt vrijwel geen aandacht geschonken aan de effecten van toegangsprijzen op het museumbezoek. In de economische literatuur worden vooral de reacties op (beperkte) prijsveranderingen van mensen die al gewend zijn musea te bezoeken (de 'liefhebbers') geanalyseerd. De effecten van gratis toegang komen in de literatuur veel minder vaak aan de orde.

De indeling van het hoofdstuk is als volgt. Paragraaf 2.2 geeft een korte beschrijving van de micro-economie van het consumentengedrag. In paragraaf 2.3 komt de empirische relatie tussen de hoogte van de toegangsprijzen en het aantal bezoeken aan de orde. Paragraaf 2.4 behandelt de effecten van toegangsprijzen op de samenstelling van het museumpubliek. Tot slot vat paragraaf 2.5 de belangrijkste conclusies van het hoofdstuk samen.

### **2.2 De museumbezoeker als consument**

Hef effect van de hoogte van toegangsprijzen op het museumbezoek laat zich goed analyseren binnen het kader van de micro-economische theorie van het consumentengedrag (Goudriaan 1990). Daarin wordt het bezoek aan kunstuitingen gezien als een vorm van consumptie die onderhevig is aan de invloed van een aantal economische randvoorwaarden. De preferentiestructuur

van consumenten wordt als gegeven beschouwd. Daarin wijkt de economische invalshoek duidelijk af van de sociologische en psychologische benaderingen, waar socialisatieprocessen en preferentievorming een centrale plaats innemen. Dat verklaart wellicht ook dat er geen specifieke economische theorie van cultuurdeelname bestaat.

In de meest elementaire zin komt het economisch model op het volgende neer. Consumenten beschikken over voldoende informatie om een pakket van consumptiegoederen te kiezen en handelen rationeel en consistent. Gegeven hun beschikbare inkomen (= de bestedingsruimte), de prijzen van verschillende goederen en diensten, en hun preferenties schaffen zij 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 goederen en diensten – zoals het bezoek aan musea – afhangt van het beschikbare inkomen en de prijzen.

Het gaat daarbij niet alleen om de prijs van het product zelf – in dit geval de toegangsprijs van museum – maar evenzeer om de prijzen van andere goederen en diensten. In het geval van een museum spelen ook de prijzen van complementaire goederen en diensten, en de prijzen van concurrerende vrijetijdsalternatieven een rol. Complementaire kosten zijn bijvoorbeeld reiskosten, de aanschaf van een catalogus, horecabestedingen, enzovoort. In de regel zijn de complementaire kosten van een museumbezoek aanzienlijk hoger dan de kosten van de entree. Dat geldt in het bijzonder voor buitenlandse toeristen en Nederlandse bezoekers die van ver komen. Deze publieksgroepen zijn daarom minder gevoelig voor de hoogte van de toegangsprijs. Het prijsniveau van concurrerende vrijetijdsalternatieven beïnvloedt het museumbezoek eveneens. Als concurrerende vrijetijdsalternatieven beduidend hoger geprijsd zijn dan musea kiezen mensen verhoudingsgewijs eerder voor een museumbezoek. De invloed van de prijzen van concurrerende vrijetijdsalternatieven hangt af van het karakter van een museum. Naarmate een museum meer concurreert met recreatieve voorzieningen is de prijsgevoeligheid van het bezoek groter. Daarentegen geldt hoe meer 'high brow' en unieker het museum is des te ongevoeliger het publiek is voor de hoogte van de prijzen. Ook bij unieke 'blockbusters' is de prijsgevoeligheid van het publiek in de regel beperkt.

De prijsgevoeligheid meet men doorgaans via de *prijselasticiteit* van het museumbezoek. Deze maatstaf geeft aan met welk percentage het aantal bezoeken verandert, wanneer de toegangsprijs met één procent wordt verhoogd. Is de prijselasticiteit bijvoorbeeld -1, dan daalt het aantal bezoeken met 1% als de entreprijzen met 1% stijgen. In dat geval blijft de opbrengst uit entreegelden constant. Liggen de prijselasticiteiten tussen de 0 en de -1, dan daalt het bezoek weliswaar maar minder dan evenredig. Daarom stijgen de inkomsten uit entree-

gelden in dat geval. Wanneer de prijselasticiteit de -1 overtreft, leiden prijsstijgingen door een meer dan evenredige vraaguitval tot een daling van de inkomsten uit entreegelden.

Een hoger inkomen betekent een grotere bestedingsruimte en leidt tot een meer financiële ruimte voor een bezoek. Daarnaast hebben mensen met hogere inkomens doorgaans een hogere opleiding en meer ontwikkelde preferenties voor cultuurdeelname.<sup>4</sup> Kenmerkend voor cultuurdeelname is dat gewoontevorming een belangrijke rol speelt. Mensen die gewend zijn een museum te bezoeken zijn niet zo snel geneigd dit gedrag te veranderen wanneer hun inkomen daalt of de toegangsprijzen stijgen. De andere kant van de medaille is dat mensen die niet gewend zijn een museum te bezoeken zich niet zo snel door gratis toegang of verlaagde toegangsprijzen laten verleiden tot een museumbezoek. Dit min of meer hardnekkig vasthouden aan bestaande gewoonten geeft aan hoe belangrijk de rol van determinanten van de preferentiestructuur, zoals opvoeding, culturele ervaringen op jeugdige leeftijd, sociale achtergrond en socialisatieprocessen is. Daardoor wordt cultuurdeelname verhoudingsgewijs – in ieder geval op korte termijn – beperkt geconditioneerd door economische randvoorwaarden. Op lange termijn is de kwantitatieve betekenis van economische randvoorwaarden voor museumbezoek naar verwachting groter, omdat zij op termijn de preferenties kunnen beïnvloeden.

### **2.3 Toegangsprijzen en de omvang van het museumbezoek**

In deze paragraaf geven we een indruk van de invloed van toegangsprijzen op het aantal bezoeken aan musea. Tabel 2.1 geeft per studie aan wat de invloed is van een prijsverhoging, respectievelijk gratis dag, op het aantal bezoeken.

In de regel daalt het aantal bezoeken (-) bij een prijsverhoging. De geraadpleegde studies zijn hierover nagenoeg eensluidend. De daling van het aantal bezoeken bij invoering van toegangsprijzen bedraagt in de meeste gevallen 30 à 40%. Omgekeerd leidt gratis toegang veelal tot 30 à 40% meer bezoek. Bij deze resultaten moet nadrukkelijk de kanttekening worden geplaatst dat de bezoekcijfers van gratis musea vaak zijn gebaseerd op handmatige tellingen, waarvan de nauwkeurigheid in twijfel kan worden getrokken (Bailey *et al.* 1997). Bij controles hierop (via videocamera's) zijn soms overschattingen van de bezoekcijfers met 20% of meer geconstateerd. Ook wanneer entree wordt ingevoerd, veranderen musea vaak van telmethode: in plaats van op handmatige tellingen zijn bezoekcijfers gebaseerd op de kaartverkoop. Dit laatste is vaak veel nauwkeuriger. Het

---

<sup>4</sup> Het effect van preferenties en bestedingsruimte is dus moeilijk van elkaar te onderscheiden.

is moeilijk om op basis van dergelijke moeilijk vergelijkbare bezoekcijfers het exacte effect van gratis toegang op het aantal bezoeken vast te stellen. Verder hangt het effect van de invoering van gratis toegang sterk af van groot aantal specifieke factoren. De aard en de presentatie van de collectie, de ligging van een museum, de attractiewaarde voor lokale bezoekers, het marketing-, communicatie- en educatiebeleid, de preferenties en de culturele competenties van de bevolking, en de vormgeving van de gratis toegang zijn in belangrijke mate bepalend voor de effecten van gratis toegang op het aantal bezoeken.

Tabel 2.1: *Invloed van de toegangsprijs op aantal bezoeken*

Onderzoek	Musea	Bezoeken
<i>Prijsverhoging</i>		
AEA consulting (1997)	Britse lokale en rijksmusea	-
Bailey et al. (1997)	Britse musea in alle Area Museum Council regio's (verschillende typen en zowel gratis als niet-gratis) <sup>a</sup>	0
Darnell et al. (1990)	Beamish Open Air Museum, North of England (1971-1988)	-
Darnell et al. (1998)	Bowes Museum, North East of England (1974-1994)	-
Goudriaan (1984 & 1990)	10 Nederlandse rijksmusea	-
Goudriaan (1985)	4 Rotterdamse gemeentemusea <sup>a</sup>	-
Institut für Museumskunde (1996)	Enquête betalende bezoekers van 15 Duitse musea	-
Johnson (2000)	Musea uit de BTA/ETB database	
	Local Authority Museums	-
	Government Museums	0
Luksetich en Partridge (1997)	Amerikaanse musea	-
O'Hagan (1998)	Long Room in Trinity College Dublin: Book of Kells <sup>a</sup>	+
<i>Gratis toegang</i>		
AEA consulting (1997)	10 kleine Britse musea	+
Octobre (2000)	Franse Rijksmusea <sup>b</sup>	+
Steiner (1997)	Eén van de vijf grootste musea van de VS (in het mid-Westen) <sup>b</sup>	+

<sup>a</sup> Van gratis toegang naar betaalde toegang

<sup>b</sup> Gratis dag

Bron: APE

Goudriaan (1984 en 1990) heeft berekend dat de prijselasticiteit van de Nederlandse rijksmusea -0,1 à -0,2 bedraagt. Britse en Amerikaanse onderzoeken indiceren een prijselasticiteit van -0,25 (Darnell *et al.* 1998, respectievelijk Luksetich en Partridge 1997). De prijselasticiteit bij het Beamish openlucht museum is enigszins hoger: -0,54 (Darnell *et al.* 1990). Waarschijnlijk komt dat door het recreatieve karakter van het museum. Bij de vier Rotterdamse musea uit het onderzoek van Goudriaan (1985 en 1990) daalt het aantal bezoeken het sterkst bij het meest recreatief georiënteerde museum (het museumschip De

Buffel). Meer recreatief georiënteerde musea moeten concurreren met andere recreatiemogelijkheden, zoals pretparken, en trekken een meer prijsgevoelig publiek.

Een verklaring voor de lage prijselasticiteit is dat de toegangsprijs slechts een gering deel (17%) van de totale kosten van een museumbezoek uitmaakt (Bailey *et al.*, 1997)<sup>5</sup>. De totale kosten worden voor veel bezoekers grotendeels bepaald door reiskosten en kosten van eten, drinken en eventueel verblijf. Het effect van deze complementaire kosten is groter naarmate de afstand toeneemt. Buitenlandse toeristen zijn daardoor niet of nauwelijks gevoelig voor de hoogte van de toegangsprijs. Dit wordt gestaafd door het onderzoek van Johnson (2000). Bij de Britse rijksmusea heeft het al dan niet heffen van entree geen significante invloed op het aantal bezoeken. Voor de lokale musea blijkt de invloed van entreeheffing wel significant. Deze musea trekken in de regel bezoek vanuit de directe regio. Reiskosten en dergelijke zijn in dat geval van beperkte betekenis.

Uit een vergelijking van de bezoekaantallen vóór en na het invoeren van entree bij een aantal nationale en lokale musea in het Verenigd Koninkrijk blijkt dat bij op één na alle onderzochte nationale musea het aantal bezoeken met 30 tot 40% daalde (AEA consulting, 1997). Bij de lokale musea was het effect zelfs nog wat groter. Op wat langere termijn herstelden de bezoekaantallen zich niet. Het Imperial War Museum was het enige nationale museum waar het aantal bezoeken gestegen was. Het museum bevond zich echter in een uitzonderlijke positie. Voordat het museum een entree is gaan heffen, is het museum langdurig verbouwd waardoor het bezoek sterk was terug gelopen. De heropening en de invoering van entreeheffing vielen samen. Ook bij deze cijfers moet aangetekend worden dat de telmethode en daarmee de nauwkeurigheid voor en na het invoeren van entree vaak verschilt. Dat maakt het vergelijken van de bezoekaantallen lastig.

Bailey *et al.* (1997) concluderen dat het onduidelijk is wat en in welke mate de introductie van toegangsprijzen van invloed is op het aantal bezoeken. Uit een bevolkingsonderzoek dat in het kader van het onderzoek is gehouden, blijkt dat slechts 4% van de ondervraagden de toegangsprijs spontaan noemt als reden om niet naar een museum te gaan. Daarnaast rapporteren musea die kort voor het onderzoek toegangsprijzen hebben ingevoerd zowel dalingen van het aantal bezoeken als stijgingen. Het aantal dalingen is overigens groter dan het aantal stijgingen. De invloed op het aantal bezoeken is sterk afhankelijk van de opstelling van musea zelf en de individuele situatie van musea, zoals de publiekssamenstelling, kortingen voor bepaalde groepen, aard van de collectie, ligging van het museum en aanwezigheid alternatieven voor vrijetijdsbesteding.

---

<sup>5</sup> Voor Nederland geldt een vergelijkbaar percentage (Goudriaan 1990).

Bailey *et al.* (1997) hebben in hun onderzoek gevraagd naar de ervaringen van musea met het invoeren van een toegangsprijs. Bij het onderzoek waren veel verschillende typen musea betrokken: lokale musea, onafhankelijke musea, universiteitsmusea, militaire musea, rijksmusea, *national trust* en Engels erfgoed musea. Daardoor is het moeilijk om een eenduidig beeld vast te stellen. Ter illustratie schenken we aandacht aan de gevolgen van het invoeren van entree bij de Britse rijksmusea. Van de 47 rijksmusea die participeerden in het onderzoek rapporteren twaalf musea dalingen van het aantal bezoeken na de invoering van entreeheffing: zes musea worden geconfronteerd met dalingen van 20% of meer en de andere zes musea met dalingen van 10 à 19%. Drie musea berichten geen veranderingen in het aantal bezoeken en drie andere een stijging van het aantal bezoeken met 10 à 29%. De helft van de respondenten gaf aan dat het ging om een blijvende verandering en de andere helft dacht dat de effecten tijdelijk zijn. Dalingen van het aantal bezoeken na het invoeren van entree worden vooral veroorzaakt door het wegblijven van incidentele bezoekers. De toename van het aantal bezoeken zou het gevolg zijn van nieuwe marketingstrategieën.

De casestudy van O'Hagan (1998) voor de Long Room van Trinity College Dublin illustreert dat behalve de toegangsprijs andere factoren een belangrijke rol spelen. Na de invoering van toegangsprijzen is er geen daling van het aantal bezoeken opgetreden, maar juist een stijging. O'Hagan voert een aantal verklaringen aan voor de stijging: het grote aandeel van buitenlandse toeristen, die weinig prijsgevoelig zijn, de afwezigheid van substituten voor het museum en de kwaliteitsverbeteringen die het museum heeft gerealiseerd na het invoeren van een toegangsprijs.

Het aantal bezoeken op de gratis dinsdag van één van de vijf grootste musea in de VS is meer dan twee keer zo groot als op een normale doordeweekse dag. De gratis toegang heeft een duidelijk positieve invloed op het aantal bezoeken. Ook in Frankrijk trekt de gratis eerste zondag van de maand 60 à 70% meer publiek als op een zondag met entreeheffing. Dit beeld wordt mede beïnvloed door verschuivingen in de bezoekpatronen (van betaalde dagen naar gratis dagen). De positieve invloed van gratis toegang blijkt ook uit een vergelijking door AEA consulting van de bezoekcijfers voor en na het afschaffen van toegangsprijzen bij een aantal kleine Britse musea.<sup>6</sup> Het afschaffen van toegangsprijzen heeft geresulteerd in bezoekstijgingen van 17 tot 143% (AEA consulting 1997).

De invloed van de toegangsprijs op het aantal bezoeken is op korte termijn tamelijk gering. De literatuur suggereert tal van *andere factoren* die van invloed

---

<sup>6</sup> Deze bezoekcijfers zijn zowel voor als na het afschaffen van de toegangsprijzen gebaseerd op betrouwbare meetmethoden (AEA consulting 1997).

zijn op het aantal bezoeken. Toeristen en dagjesmensen hebben te maken met relatief hoge complementaire kosten, waarbij de toegangsprijs veelal in het niet valt. Darnell laat zien dat kwaliteitsverbeteringen een positief effect hebben op het aantal bezoeken. De algemeen bekende aantrekkingskracht van tentoonstellingen illustreert ook de positieve invloed van kwaliteit op het aantal bezoeken.

Stijgingen van het reëel besteedbaar inkomen leiden eveneens tot een stijging van het aantal museumbezoeken. Dit compenseert voor een belangrijk deel eventuele stijgingen van de toegangsprijzen. Goudriaan (1984 en 1990) heeft voor de Nederlandse rijksmusea berekend dat een reële inkomensstijging met 1% tot 0,5% tot meer bezoeken leidt. Hij vindt ook een belangrijk effect van gewoontevorming. Het museumbezoek in het voorafgaande jaar oefent een duidelijke positieve invloed uit op het bezoek in het lopende jaar, mede onder invloed van mond-tot-mondreclame. Educatie, voorlichting en publiciteit kunnen de gewoonte om musea te bezoeken bevorderen. Daarnaast kunnen blijvend lage of hoge toegangsprijzen op wat langere termijn de preferenties van (potentiële) museumbezoekers beïnvloeden. Bij blijvend lage toegangsprijzen kunnen toevallige bezoekers structurele bezoekers worden. Omgekeerd kunnen permanent hoge toegangsprijzen mensen vervreemden van musea, zodat ook incidentele bezoeken achterwege blijven. In beide gevallen betreft het bevolkingsgroepen met een beperkte financiële ruimte die qua preferenties op de wip zitten.

## **2.4 Toegangsprijzen en de samenstelling van het museumbezoek**

Het beoogde effect van gratis toegang tot musea is het vergroten van de toegankelijkheid van musea. Steeds weer blijkt dat vooral hogeropgeleiden met hogere inkomens musea bezoeken. De lagere inkomens zijn ondervertegenwoordigd. Het wegnemen van de financiële drempel kan in beginsel een positief effect op de participatie van de lagere inkomensklassen hebben. Gratis toegang kan echter ook tot gevolg hebben dat bestaande bezoekers musea vaker frequenteren. Dit leidt niet tot de gewenste toename van de toegankelijkheid voor de bredere lage van de bevolking. Het is van belang dat niet alleen het aantal bezoeken toeneemt, maar ook dat de *samenstelling* van het publiek verandert.

Een aantal studies gaat in op de invloed van een prijsstijging op de publiekssamenstelling van de musea (zie tabel 2.2). De studies laten zien dat de publiekssamenstelling door prijsveranderingen slechts beperkt verandert. Dat geldt in het bijzonder voor de sociaal-economische kenmerken van het publiek.



Tabel 2.2: *Invloed van de toegangsprijs op de publiekssamenstelling*

Onderzoek	Musea	Publiekssamenstelling
<i>Prijsverhoging</i>		
AEA consulting (1997)	Vijf rijksmusea in Londen	0
Bailey <i>et al.</i> (1997)	Musea in alle Area Museum Council regio's in de UK (verschillende typen en zowel gratis als niet-gratis)	0
Creigh-Tyte & Selwood (1998)	Bezoekgegevens musea UK	0
Ganzeboom en Haanstra (1989)	Heranalyse van publieksgegevens 142 Nederlandse musea	0
Goudriaan (1985)	Vier Rotterdamse gemeentemusea na invoering van een toegangsprijs	0
Institut für Museumskunde	Enquête betalende bezoekers van 15 Duitse musea	0
O'Hagan (1998)	Museum of London	-
<i>Gratis dag</i>		
Octobre (2000)	Nationale Musea van Frankrijk	+

Bron: APE

De conclusie van Bailey *et al.* (1997) is dat vrijwel geen invloed van toegangsprijzen op de publiekssamenstelling kan worden vastgesteld. Achttien van de nationale musea rapporteren dat na invoering van entree het aandeel bezoeken van de middenklasse is toegenomen en het aandeel bezoeken van de lagere sociaal-economische klasse afgenomen. Meer musea geven echter aan dat het effect marginaal is. De middenklasse was toch al oververtegenwoordigd en de inhoud van de tentoonstelling heeft meer invloed op de publiekssamenstelling dan de toegangsprijs. De individuele situatie van een museum en het flankerende beleid bepaalt in belangrijke mate de gevolgen van het invoeren van een toegangsprijs.

Vooraf het aantal marginale bezoeken neemt af bij het invoeren van een toegangsprijs. De motivatie voor dergelijke bezoeken is doorgaans niet cultureel van aard. Uit het onderzoek van Goudriaan (1985, 1990) blijkt dat de relatief sterke afname van de kortdurende bezoeken een toename van de bezoekduur tot gevolg heeft. De daling van het aantal bezoeken wordt gedeeltelijk gecompenseerd door de toename van de bezoekduur. De uitkomsten van de enquête van het Duitse *Institut für Museumskunde* (1996) ondersteunen de conclusie dat prijsverhogingen een positief effect hebben op de bezoekduur. Museumbezoekers geven aan dat ze de duur van hun bezoek zullen verlengen als de toegangsprijs stijgt.

Het verwachte negatieve effect van een prijsverhoging op het aandeel bezoekers met een lage sociaal-economische positie is relatief bescheiden. Uit een onderzoek in the Museum of London (O'Hagan, 1998) blijkt dat de lagere sociaal-economische groepen na de prijsverhoging juist wat beter vertegenwoordigd zijn. Ook de resultaten van Goudriaan (1985), en Creigh-Tyte en Selwood (1998) ondersteunen dit. Na het invoeren van een toegangsprijs bij vier Rotterdamse musea is het aandeel van de lage inkomensklassen tegen de verwachtingen in toegenomen. In het algemeen blijkt de samenstelling van het publiek slechts beperkt te veranderen. Creigh-Tyte en Selwood (1998) vergelijken de samenstelling van het bezoek naar sociaal-economische kenmerken bij gratis musea en niet-gratis musea. De lagere inkomensklassen zijn niet structureel beter vertegenwoordigd bij de gratis musea. Deze resultaten worden ondersteund door een dergelijke vergelijking bij vijf rijksmusea in Londen in het onderzoek van AEA consulting (1997). Gewoontevorming en een voorkeur voor museumbezoek lijken belangrijker dan de hoogte van de toegangsprijs. Ganzeboom en Haanstra (1989) hebben een heranalyse uitgevoerd van 142 publieksonderzoeken in Nederlandse musea. Ook zij constateren dat de hoogte van de toegangsprijs (rekeninghoudend met kortingen) geen significante invloed uitoefent op de samenstelling van het museumpubliek naar opleiding en beroepsniveau.

Goudriaan (1985) heeft de invloed van de invoering van een toegangsprijs in Rotterdam op veertien publiekskenmerken onderzocht. Slechts bij zes kenmerken kunnen significante wijzigingen worden aangetoond. Naast het positieve effect op de bezoekduur en het negatieve effect op het netto maandinkomen heeft het invoeren van een toegangsprijs een positief effect op het aandeel museumjaarkaarhouders, de afstand en de groepsgrootte en een negatief effect op het aantal bezoeken in gezelschap.<sup>7</sup> De toename van het bezoekaandeel van de publiekscategorie die op grotere afstand woont wekt geen verbazing. De toegangsprijs is voor hen bescheiden in verhouding tot de andere kosten, zoals de reiskosten. Ook uit de enquête van het Institut für Museumkunde (1996) blijkt dat personen die op grotere afstand wonen een grotere betalingsbereidheid hebben dan personen uit de omgeving. Uit het Franse onderzoek naar het museumbezoek op de gratis eerste zondag van de maand blijkt dat in verhouding vooral mensen uit de directe omgeving van een museum van de gratis dag profiteren (Octobre 2000).

---

<sup>7</sup> Een toename van de gemiddelde groepsgrootte en een daling van het bezoek in gezelschap lijkt op het eerste gezicht tegenstrijdig. Hoewel het aandeel van het bezoek in gezelschap is afgenomen, is juist het aandeel van grote groepen in het bezoek gestegen. Het laatste veroorzaakt de significante stijging van de gemiddelde groepsgrootte.

Bij andere publiekskenmerken, zoals leeftijd, opleidingsniveau, aandeel eerste bezoeken en bezoekfrequentie, neemt Goudriaan in de Rotterdamse musea geen wijziging waar. Octobre (2000) stelt op de gratis zondag in Frankrijk vast dat het aandeel eerste bezoeken stabiel is en dat de leeftijd van het publiek lager is. Daarnaast blijkt het bezoekaandeel van gezinnen met kinderen en het aandeel van de jong volwassenen groter te zijn op de gratis zondag. Octobre concludeert dat de gratis zondag zowel een positief effect heeft op het aantal bezoeken als op het bereik van de musea.

## **2.5 Samenvatting**

Via een literatuurstudie is geprobeerd meer te weten komen over de effecten van toegangsprijzen op het bezoek aan musea. Het hoofdstuk bespreekt zowel de invloed van toegangsprijzen op het aantal bezoeken (de 'omvang') als op de samenstelling van het bezoek (het 'publiek'). De besproken literatuur geeft aanleiding tot de volgende conclusies:

- Op korte termijn is de invloed van (beperkte) veranderingen in de hoogte van de toegangsprijzen op de omvang en de samenstelling van het museumbezoek relatief bescheiden. Het bestaande museumpubliek is tamelijk ongevoelig voor de hoogte van de toegangsprijzen. Gewoontevorming speelt een belangrijke rol.
- Gratis toegang heeft doorgaans meer effect en leidt tot 30 à 40% meer bezoeken, maar niet tot een wezenlijke verandering van het museumpubliek. De effecten van gratis toegang hangen sterk af van het beleid van de musea.
- Bij gratis toegang wordt het aantal bezoeken minder nauwkeurig geteld dan bij entreeheffing. Dat verklaart een deel van de effecten.
- Voor veel bezoekers (in het bijzonder bezoekers die van ver komen) maken de toegangsprijzen maar een beperkt deel uit van de kosten van een museumbezoek.



### 3. Trends en publiek

#### 3.1 Inleiding

Het voorliggende hoofdstuk schenkt aandacht aan de ontwikkeling van het museumbezoek en de samenstelling van het museumpubliek. Tevens wordt de ontwikkeling van het aantal musea en van de entreprijzen in kaart gebracht. De presentatie richt zich op Nederland. Het hoofdstuk presenteert een aantal feiten die dienstig zijn voor de analyses in de volgende hoofdstukken. Dit biedt een kader waartegen de uitkomsten van de analyses kunnen worden afgezet.

De opbouw van het hoofdstuk is als volgt. Paragraaf 3.2 schetst een aantal trends voor de Nederlandse musea. In paragraaf 3.3 komt het profiel van het Nederlandse museumpubliek aan de orde. Paragraaf 3.4 sluit het hoofdstuk af met een samenvatting van de belangrijkste bevindingen.

#### 3.2 Trends

Het aantal museumbezoeken heeft in de jaren tachtig van de vorige eeuw een stormachtige ontwikkeling doorgemaakt (zie tabel 3.1): van circa 14,5 mln. bezoeken in 1980 is het bezoek gestegen tot circa 22,0 mln. bezoeken in 1990. In de jaren negentig stagneert de stijging van het aantal bezoeken, ondanks de stijging van het aantal musea en groei van de bevolking. Het aantal bezoeken per museum is in de jaren negentig gedaald. In de tweede helft van het afgelopen decennium beweegt het aantal bezoeken zich rond 20 mln. In 1999 telt het CBS bijna 20,7 mln. bezoeken.

Tabel 3.1: *Museumbezoek en aanbod van musea, 1980-1999*

Jaar	Bezoeken (x 1.000)	Aantal musea	Bezoeken per museum (x 1.000)
1980	14.504	485	29,9
1985	15.879	538	29,5
1990	22.042	697	31,6
1995	21.921	744	29,5
1997 <sup>a</sup>	20.266	942	21,5
1999	20.679	902	22,9

a Door een herziening van de Statistiek Musea zijn de gegevens over 1997 en 1999 beperkt vergelijkbaar met voorgaande jaren.

Bron: CBS

In de periode 1980-1999 is het aantal museumbezoeken met 43% gestegen. De stijging van het bezoek blijft achter bij het bezoek aan toeristische attracties dat in dezelfde periode ruimschoots verdubbelde. Het aantal musea is in periode 1980-1999 met 86% toegenomen.<sup>8</sup> Deze toename is aanzienlijk groter dan die van het museumbezoek. Bij deze conclusie moet worden aangetekend dat de cijfers van de laatste jaren door veranderingen in de museumdefinitie beperkt vergelijkbaar zijn met eerdere jaren. Tot en met 1995 loopt het aantal bezoeken redelijk gelijk op met het aantal musea. In periode 1980-1999 is de bevolking met 13% toegenomen (van 13,9 mln. in 1980 tot 15,8 mln. in 1999). Deze stijging is aanzienlijk kleiner dan die van het museumbezoek.

Het aandeel van de buitenlandse bezoekers in het totale bezoek schommelt in de tijd tussen 15% en 20%. In 1999 bedraagt het aandeel van het buitenlandse bezoek ruim 19%. De rijksmusea zijn in 1999 goed voor ongeveer kwart van het totale aantal museumbezoeken. In dat zelfde jaar nemen bezitters een museumjaarkaart ongeveer 20% van het totale aantal museumbezoeken voor hun rekening. Daarnaast is ruim 15% van de bezoeken gratis. Volgens de CBS-cijfers heft 21% van de musea in het geheel geen entree. Het betreft circa 190 meestal kleinere musea. Inclusief de opbrengsten van de museumjaarkaart ontvangen musea in 1999 120,1 mln. gulden (€ 54,5 mln.) aan entreegelden. De rijksmusea nemen daarvan ruim 37% voor hun rekening (€ 20,4). In 1999 bedraagt de gemiddelde toegangsprijs voor volwassenen bij de musea met entreeheffing gemiddeld bijna 5 gulden. Voor kinderen bedraagt deze bijna 3 gulden.<sup>9</sup> Tabel 3.2 brengt de ontwikkeling van de entreprijzen en de inflatie in beeld.

Tussen 1985 en 1999 is de entreprijs voor volwassenen met 118% gestegen. Voor kinderen bedraagt het overeenkomstige stijgingspercentage 127. Dat is in beide gevallen aanzienlijk meer dan de inflatie die in deze periode 29% bedroeg. De stijging van de entreprijzen vindt vooral na 1990 plaats. Dit is tevens de periode waarin groei van het museumbezoek stagneert. In guldens van 1985 zijn de entreprijzen tussen 1985 en 1999 ongeveer met 70 à 75% gestegen. Dat betekent dat huishoudens in de tijd steeds meer koopkracht hebben moeten opofferen om een museum te bezoeken. Ondanks de stijging van de toegangsprijzen zijn de entree-opbrengsten in 1999 nog steeds ontoereikend om

---

<sup>8</sup> Naast de toename van het aantal musea zijn ook bestaande musea uitgebreid en/of gerenoveerd. Dit is in feite ook een vergroting van het aanbod evenals de sterke groei van het aantal tentoonstellingen. Het aantal tentoonstellingen nam tussen 1980 en 1999 toe van 1.280 tot 2.249. Dit is een stijging van ruim 75%.

<sup>9</sup> Het betreft in beide gevallen het ongewogen gemiddelde van de musea die voor deze groepen entree heffen.

de kosten van de publieksfunctie te dekken. Bij de rijkmusea overtreffen de kosten van de publieksfunctie - gemiddeld genomen - de opbrengsten uit entreegelden met 50%.

Tabel 3.2: *Inflatie en toegangsprijzen, 1985-1999*

Jaar	Inflatie <sup>a</sup>	Entreprijs volwassenen <sup>a</sup>	Entreprijs kinderen <sup>a</sup>
1985	100	100	100
1990	104	125	128
1995	119	180	181
1997 <sup>b</sup>	124	199	199
1999	129	218	227

a Indexcijfers met 1985 = 100.

b Door een herziening van de Statistiek Musea zijn de gegevens over de entreprijzen in 1997 en 1999 beperkt vergelijkbaar met voorgaande jaren.

Bron: CBS (APE-bewerking)

### 3.3 Profiel van het museumpubliek

De belangstelling van de bevolking voor cultuur neemt sinds het einde van de jaren zeventig toe. Vooral het stijgende gemiddelde opleidingsniveau blijkt daarbij de onderscheidende factor te zijn (SCP 2000). Het deel van de bevolking dat jaarlijks een culturele instelling bezoekt is van 1979 tot 1999 licht toegenomen: van 64% naar 71%. Tot 1991 steeg het percentage van de bevolking dat jaarlijks een museum bezoekt. In 1995 lag dit percentage op een lager niveau dan in 1991: 30 in 1995 tegen 34 in 1991. In 1999 ontvangen de Nederlandse musea een iets groter deel van de bevolking (33%) dan in 1995. Dit is echter nog onder het niveau van 1991. De eerdere stijging is tot stilstand gekomen, de recente daling eveneens. Het deel van de Nederlandse bevolking dat jaarlijks een museum bezoekt, is redelijk vergelijkbaar met andere landen. In Groot-Brittannië bezoekt bijvoorbeeld 32% van de bevolking een museum en in Frankrijk is dat 30% van de bevolking (De Haan 1997).

In de jaren tachtig is vooral het aantal incidentele bezoeken sterk toegenomen. De daling van het aantal bezoeken na 1991 is vooral toe te schrijven aan de afname van de incidentele bezoeken. De frequente bezoeken blijven stabiel (SCP 2000). In 1999 bezoekt 6% van de bevolking regelmatig een museum en 28% van de bevolking incidenteel.

De belangstelling voor musea is vooral toegenomen bij personen van 45 jaar en ouder. Ook in de leeftijd tot 10 jaar stijgt het percentage bezoekers (SCP 2000).

Waarschijnlijk bezoekt deze groep de musea grotendeels in schoolverband. Daar staat tegenover dat het percentage museumbezoekers bij de jongvolwassenen (20-34 jaar) een stuk lager ligt. Het SCP constateert dat een divergerende trend tussen de participatie van jongeren en ouderen plaatsvindt: in de loop van de tijd is de belangstelling onder 50-plussers meer dan gemiddeld toegenomen terwijl de belangstelling van personen onder de 35 jaar duidelijk achterblijft.

Tabel 3.3 toont het profiel van de Nederlandse museumbezoeker in 1999. De tabel geeft aan welk deel van de bevolking van 12 jaar en ouder jaarlijks een museum bezoekt. Het opleidingsniveau is een belangrijke onderscheidende factor voor het publiek van musea. Hogeropgeleiden bezoeken vaker musea dan lageropgeleiden. In 1999 bezocht 24% van de laagopgeleiden een museum tegen 54% van de hoogopgeleiden. Hoewel het verschil in museumbezoek tussen laag- en hoogopgeleiden in de jaren tachtig en negentig steeds groter is geworden, wijzen recente cijfers op een verkleining. Dit komt vooral door een stijging van het bezoek onder laagopgeleiden. Vermoedelijk is dit het gevolg van veranderingen in de samenstelling van de opleidingsgroepen (SCP 2001). De groep lageropgeleiden bevat steeds meer ouderen, die een grotere belangstelling hebben voor museumbezoek.

In het museumpubliek zijn personen van 50 tot en met 64 jaar oververtegenwoordigd: 39% bezoekt ten minste één keer per jaar een museum. Vrouwen zijn gemiddeld iets vaker een museumbezoeker dan mannen. Alleenstaanden zijn beter vertegenwoordigd in het museumpubliek dan personen die in een andere huishoudensvorm wonen. Ook gezinnen zonder kinderen zijn vaker museumbezoeker dan gezinnen met kinderen. Een verklaring hiervoor is dat alleenwonenden en gezinnen zonder kinderen minder verplichtingen hebben en gemakkelijker tijd vrij kunnen maken voor museumbezoek. Het uitoefenen van werk blijkt geen belemmerende factor te zijn voor het museumbezoeken: 33% van de werkenden bezoekt wel eens een museum. Van de studenten en scholieren behoort 36% tot de museumbezoekers. Allochtonen zijn minder goed in het museumpubliek vertegenwoordigd dan de autochtone bevolking: 18% van de allochtonen bezoekt minstens één keer per jaar een museum tegen 33% van de autochtonen.

Tussen de bevolkingskenmerken bestaat in een aantal gevallen een sterke samenhang. De invloed van maatschappelijke positie hangt samen met verschillen in leeftijd en opleidingsniveau. De zelfstandige invloed van etniciteit op het museumbezoek is in verhouding tot het opleidingsniveau gering. Uit de literatuur komt naar voren dat de verschillen in museumbezoek primair zijn toe te schrijven aan verschillen in leeftijd en opleidingsniveau.



Tabel 3.3: *Kenmerken van museumbezoekers in relatie tot de bevolking van 12 jaar en ouder, 1999*

	Bezoekers van musea (in % van de bevolking)
<i>Totaal/gemiddeld</i>	33
<i>Geslacht</i>	
mannen	31
vrouwen	34
<i>Leeftijd<sup>a</sup></i>	
12-19	31
20-34	25
35-49	35
50-64	39
65 en hoger	31
<i>Opleidingsniveau<sup>b</sup></i>	
laag	24
midden	36
hoog	54
<i>Gezinssituatie</i>	
inwonend bij ouders	27
alleenwonend	38
met partner zonder kind	34
ouder met thuiswonend(e) kind(eren)	30
<i>Maatschappelijke positie</i>	
schoolgaand/studerend	36
werkend	33
huishouding	31
werkloos/ arbeidsongeschikt	30
gepensioneerd	34
<i>Etniciteit<sup>c</sup></i>	
Autochtoon	33
Allochtoon	18

<sup>a</sup> APE-bewerking van het Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek (AVO'99) wegens een onwaarschijnlijk hoog aandeel 50 tot 65-jarigen (50%) in de SCP-cijfers.

<sup>b</sup> Huidige of voltooide opleiding.

<sup>c</sup> Onder allochtonen worden personen met een Turkse, Marokkaanse, Surinaamse, Antilliaanse, Molukse of Indische nationaliteit verstaan; in het AVO zijn alleen mensen ondervraagd die de Nederlandse taal machtig zijn.

Bron: SCP (2001) & APE

### 3.4 Samenvatting

In het hoofdstuk zijn een aantal trends voor de Nederlandse musea in beeld gebracht en is het profiel van het Nederlandse museumpubliek geschetst. Het hoofdstuk geeft aanleiding tot de volgende conclusies:

- Het aantal museumbezoeken is in de jaren tachtig van de vorige eeuw stormachtig gestegen. In de jaren negentig stagneert de stijging van het aantal museumbezoeken ondanks de toename van het aantal musea.
- De stijging van de entreprijzen in de periode 1985-1999 is aanzienlijk groter dan de inflatie. Dat geldt vooral in de jaren negentig. Huishoudens moeten steeds meer koopkracht opofferen om een museum te bezoeken.
- Ongeveer een derde van de Nederlandse bevolking bezoekt ten minste één keer per jaar een museum. Dat is redelijk vergelijkbaar met Frankrijk en Groot-Brittannië.
- In het museumpubliek zijn 50-plussers en hoogopgeleiden oververtegenwoordigd. Laagopgeleiden, jongvolwassenen en allochtonen zijn daarentegen ondervertegenwoordigd.

## **4. Overheidsbeleid in de onderzochte landen**

### **4.1 Inleiding**

Als achtergrond voor de casestudies in de volgende hoofdstukken geeft het voorliggende hoofdstuk een beknopte schets van de hoofdlijnen van het overheidsbeleid in Nederland, Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland. De schets blijft beperkt tot de beleidscomponenten die relevant zijn voor de onderzoeksvragen. Het betreft de achtergronden van het overheidsbeleid, de omgang met financiële drempels, de vorming van culturele preferenties, de aanpassing aan de preferenties van het publiek, de randvoorwaarden en de BTW-heffing.

De indeling van het hoofdstuk is als volgt. Paragraaf 4.2 schetst de hoofdlijnen van het Nederlandse overheidsbeleid. Paragraaf 4.3 doet hetzelfde voor Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland. Paragraaf 4.4 vat de conclusies van het hoofdstuk samen.

### **4.2 Overheidsbeleid in Nederland**

#### *4.2.1 Achtergrond*

De Nederlandse overheid vindt cultuurdeelname van groot belang voor de ontwikkeling van de samenleving. In het cultuurbeleid heeft de overheid van oudsher altijd veel van doen gehad met de musea. Het cultureel erfgoed is een zaak van algemeen belang. Beheer en behoud ervan is een kostbare taak. Aan de bekostiging daarvan levert de overheid via subsidies een aanzienlijke bijdrage. De presentatie van de collectie aan het publiek (de publieksfunctie) heeft in het verleden minder aandacht gekregen dan het beheer en het behoud van de collectie. Het Nederlandse cultuurbeleid was in het verleden vooral aanbodgericht.

In de eerste helft van de jaren negentig van de vorige eeuw zijn de rijksmusea verzelfstandigd. De verzelfstandiging moet de musea prikkels geven om doelmatig te functioneren, doordat zij zelf keuzes en afwegingen bij hun bedrijfsvoering maken. De verzelfstandiging stimuleert een actievere houding van de rijksmusea bij de verwerving van eigen inkomsten, zoals entreegelden. In het verleden hadden de rijksmusea vrijwel geen enkele prikkel om eigen inkomsten te verwerven, omdat de revenuen daarvan vooral aan de schatkist ten goede kwamen. Het prijsbeleid van de rijksmusea is daarom van recente datum.

#### 4.2.2 Financiële drempels

In ons land is gratis toegang tot musea is een betrekkelijk nieuw fenomeen in de discussies op nationaal niveau over de vergroting van de publieke toegankelijkheid van musea (Tweede Kamer 2001/2002). Dat laat onverlet dat in het verleden gratis toegang tot musea een onderwerp was dat op lokaal niveau vaak tot grote beroering leidde (zie bijvoorbeeld Goudriaan (1985)). Veel lokale overheden hebben in de jaren tachtig van de vorige eeuw gratis toegang onder invloed van de financiële omstandigheden afgeschaft. Op dit moment zijn nog slechts 190, veelal kleinere musea geheel gratis toegankelijk. Daarnaast experimenteert een aantal musea met verschillende vormen van gratis toegang (zie paragraaf 6.2).

Publieksparticipatie en de toegankelijkheid van musea zijn al geruime tijd belangrijke issues in het cultuurbeleid. Gratis toegang speelde in die discussie tot voor kort echter geen rol van betekenis. Alleen voor bepaalde doelgroepen was gratis toegang bespreekbaar. Tegelijkertijd legt de overheid steeds meer nadruk op de vergroting van de eigen inkomsten van culturele instellingen en op cultureel ondernemerschap. In de Cultuurnota 1993-1996 *Investeren in Cultuur* noemt de toenmalige minister d'Ancona een aantal argumenten om juist wel entree te heffen:

- De prijsgevoeligheid van het museumpubliek is beperkt. De hoogte van de toegangsprijzen vormt geen echt struikelblok voor een museumbezoek. De sociaal-economische achtergrond en het opleidingsniveau zijn doorslaggevendere factoren bij de participatie.
- De overheid vindt het reëel dat het publiek meebetaalt voor het cultureel aanbod, mits de prijs redelijk is.
- Gratis toegang tot musea past niet bij de ingezette verzelfstandigingsoperatie van de rijksmusea. Musea maken hun eigen keuzes en afwegingen. Voorwaarden stellen aan het prijsbeleid is in strijd met dit uitgangspunt.

Het inzetten van prijssubsidies en kortingsmaatregelen voor doelgroepen zag minister d'Ancona destijds wel als belangrijke voorwaarde om de toegankelijkheid te bevorderen.

Het streven naar vergroting en verbreding van de culturele participatie is een constante factor in de diverse cultuurnota's. Tot dusverre is gratis toegang in de cultuurnota's niet als beleidsoptie overwogen. In navolging van een aantal omringende landen (zie paragraaf 4.3) wil de huidige staatssecretaris van OCenW ook in Nederland echter het publieksbereik van de musea vergroten via vormen van (gedeeltelijke) gratis toegang. Deze wens is ingegeven door de stagnerende ontwikkeling van het aantal museumbezoeken en de vergrijzing van het museumpubliek in het afgelopen decennium. Gedeeltelijke gratis toegang

kan worden ingezet als promotie-instrument voor de stimulering van museumbezoek. De staatssecretaris denkt aan twee elkaar niet uitsluitende beleidsopties. De eerste optie is gratis toegang voor kinderen tot 12 jaar (de basisschoolleeftijd). De tweede optie is gratis toegang gedurende een (dag)deel in de week.

#### *4.2.3 Preferentievorming*

Cultuureducatie neemt een belangrijke positie in het Nederlandse cultuurbeleid. In 1996 verscheen de startnotitie Cultuur en School. De overheid onderstreept hiermee het belang van het onderwijs bij de bevordering van de culturele participatie (preferentievorming) en de verbetering van de cultuurbeleving (competentievorming). Behalve dat een hoger opleidingsniveau leidt tot een vergroting van de culturele belangstelling, heeft cultuureducatie binnen het reguliere onderwijs een aanzienlijke invloed op de cultuurdeelname in het latere leven. Via convenanten met lokale overheden wil de rijksoverheid aan dit onderwerp inhoud geven. De doelstelling is dat cultuur een duidelijke plaats krijgt in het reguliere onderwijs. Om dit te bereiken, moeten culturele instellingen en het onderwijs duurzaam samenwerken. Culturele diversiteit en cultureel erfgoed zijn speciale aandachtgebieden. Cultuur en School heeft tot nu toe sterk ingezet op het vmbo, omdat in dit schooltype traditioneel aanzienlijk minder cultuureducatieve activiteiten werden ondernomen dan elders. Cultuur en School berust op een vakkenbrede aanpak in het primair en voortgezet onderwijs. Het betreft uiteenlopende vakken en leergebieden; het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming is daar één van (zie paragraaf 6.3). Het Leidse Museum en School project komt eveneens voort uit Cultuur en School (zie paragraaf 6.4).

#### *4.2.4 Aanpassing aan de preferenties van het publiek*

De laatste tien jaar probeert de overheid tevens de vraaggerichtheid van de musea te stimuleren. In de visie van de overheid kunnen musea door aansluiting te zoeken bij de preferenties van het publiek kunnen een zo breed mogelijk deel van het potentiële publiek bereiken. Daartoe moeten musea een kwalitatief goed en gedifferentieerd aanbod bieden, dat is afgestemd op het kennisniveau en de achtergrond van de verschillende publieksgroepen. De traditionele niet-museumbezoekers vormen een belangrijke doelgroep. De overheid wil dat musea met (1) educatieve begeleiding gericht op verschillende doelgroepen, (2) meer aanvullende informatie en (3) diverse presentatietechnieken een museumbezoek boeiender maken. In het huidige overheidsbeleid wordt het belang van de presentatie en het inspelen op wensen van het publiek nog sterker benadrukt (ministerie van OCenW 2000).

#### 4.2.5 Randvoorwaarden

Gelet op het feit dat de discussies over gratis toegang pas van recente datum zijn, bestaat op er op dit moment nog geen duidelijk inzicht in de feitelijke randvoorwaarden. Het is duidelijk dat meer moet worden geboden dan alleen gratis toegang. Flankerend beleid om nieuwe publieksgroepen aan te trekken en vast te houden is van cruciaal belang voor het succes van de gratis toegang. De staatssecretaris schetst in zijn museumbrief (Tweede Kamer 2000/2001) een aantal randvoorwaarden waaraan de vormgeving van gratis toegang gedurende een dag(deel) moet voldoen. Het systeem moet eenvoudig uitvoerbaar zijn en de prikkels zodanig bij de betrokken partijen leggen dat een optimale inzet van de middelen mag worden verwacht.

### 4.3 Overheidsbeleid in de omringende landen

#### 4.3.1 Achtergrond

De oorsprong van het museumbeleid in de ons omringende landen ligt doorgaans in een ver verleden. De traditie van gratis toegang in *Frankrijk* start rond de Franse revolutie aan het einde van de 18de eeuw. Bij de opening van het *Museum Central des Arts* - het huidige Louvre - is gratis toegang geïntroduceerd voor artiesten en kunstenaars. Ruim een halve eeuw later, in 1855, geldt de gratis entree voor de hele bevolking. Vanaf het midden van de negentiende eeuw verandert het prijsbeleid regelmatig. De varianten beslaan het gehele spectrum van mogelijkheden: permanent gratis, uitsluitend een vaste dag of dagdeel gratis en uitsluitend gratis voor doelgroepen (Octobre 2000). Na de Franse revolutie krijgt de gelijkheid van alle Fransen een centrale positie in het overheidsbeleid. De gelijkheid is tot stand gekomen door de aristocraten hun bevoorrechte positie te ontnemen, ook wat betreft het cultureel erfgoed. Het cultureel erfgoed is nationaal bezit; zowel rijk als arm moet in staat worden gesteld om daar gebruik van te maken. Het gelijkheids- en democratiseringsideaal bepaalt in sterke mate de gevoelens rondom het Franse cultureel erfgoed.

In *Groot-Brittannië* is gratis toegang tot musea bepaald geen opwelling van de huidige Labourregering. Het politieke debat over het prijsbeleid van musea kent een lange historie, zij het een andere dan de Franse. In Groot-Brittannië leeft het gevoel dat de belastingbetaler recht heeft op gratis toegang tot het cultureel erfgoed, omdat deze hiervoor reeds indirect heeft betaald. Het cultureel erfgoed is nadrukkelijk nationaal bezit.

Illustratief voor Groot-Brittannië is de ontwikkeling van het entreebeleid van het *British Museum* (Anderson 1998). Het in 1753 opgerichte museum was het eerste Britse rijksmuseum.<sup>10</sup> Het museum is vanaf de opening gratis toegankelijk. Dit betekende indertijd niet dat het iedereen even makkelijk wordt gemaakt een bezoek te brengen aan het museum, gelet op de beperkte openingstijden en een maximaal aantal bezoeken. Steeds opnieuw probeerden de schatkistbeheerders toegangsprijzen in te voeren. De raad van toezicht van het museum heeft dit echter steeds weten tegen te houden. In het begin van de 20ste eeuw wordt een serieuze poging ondernomen om toegangsprijzen in te voeren. Dit resulteert in 1929 in een afwijzing van toegangsprijzen door de *Royal Commission on National Museums and Galleries*. De commissie doet zelfs de aanbeveling om toegangsprijzen af te schaffen bij alle musea met entreeheffing. In de Victoriaanse tijd hanteert de overheid het standpunt dat musea een maatschappelijke rol en een belangrijke educatieve functie hebben. Daartoe moeten zij gratis toegankelijk zijn (Bailey et al. 1997). Men beschouwt musea als overheidsdienst. Bij de hervorming van de maatschappij vormen gratis musea, onderwijs en bibliotheken een centraal element. In de loop van tijd richt de overheid steeds meer gratis toegankelijke rijksmusea op.

Vanaf 1970 vindt een kentering plaats. De toenmalige conservatieve regering stelt voor entreegeld te vragen bij de grote rijksmusea als tegemoetkoming voor de toenemende kosten. De entreeheffing moet per jaar 1 mln. pond opleveren. Op 1 januari 1974 worden de toegangsprijzen ingevoerd. Het beleid is echter van korte duur. Na vier maanden schaft de nieuw aangetreden Labourregering de toegangsprijzen weer af. In 1979 wordt opnieuw een conservatieve regering gekozen. Deze is van mening dat musea zelf verantwoordelijk zijn voor de beslissing om al dan niet gratis toegankelijk te zijn. Sinds die periode voeren een groot aantal musea toegangsprijzen in, onder meer wegens de teruglopende overheidssubsidies (Bailey et al. 1997).

In *Duitsland* legt de grondwet vast dat kunst en cultuur voor de vrijheid, de ontwikkeling en de waardigheid van de mensen alsmede voor hun welzijn van existentieel belang zijn. Kunst en cultuur worden vrijgehouden van staatsingrijpen. Tevens is de staat verplicht het cultureel erfgoed te onderhouden, de ontwikkeling van kunst en cultuur actief te bevorderen en waar mogelijk de toegang tot kunst en cultuur te waarborgen.

De primaire verantwoordelijkheid voor het cultuurbeleid en de subsidiëring ligt in Duitsland bij de deelstaten (Länder). De federale overheid richt zich in het bijzonder op regelingen van nationaal belang of met een internationaal bereik. De

---

<sup>10</sup> In Groot-Brittannië spreekt men van een 'national museum'. Wij hebben dit vertaald in rijksmuseum om zo goed mogelijk bij de Nederlandse situatie aan te sluiten.

federale overheid handelt alleen in samenwerking met de betreffende deelstaat. Berlijn is daar een voorbeeld van. In de jaren vijftig van de vorige eeuw financiert de federale regering de herstart van de Westberlijnse musea, toen de diverse eigendommen na de Tweede Wereldoorlog uit alle delen van het land moesten worden teruggevorderd. De overheid acht het behouden en beschermen van het Duitse cultuurgoed van nationaal belang. Om deze taken uit te voeren is toen de stichting *Preussischer Kulturbesitz* opgericht.<sup>11</sup> Dit is een samenwerkingsverband tussen de federale overheid en de zestien Duitse deelstaten. De Duitse federale overheid gaat zich vanaf de jaren tachtig van de vorige eeuw, in de persoon van de bondskanselier Kohl, intensiever bemoeien met het cultureel erfgoed op nationaal niveau. Met de benoeming van bondskanselier Schröder in 1998 krijgt het Duitse cultuurbeleid opnieuw een impuls.

#### 4.3.2 Financiële drempels

Het beleid in Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland loopt sterk uiteen. In Frankrijk krijgt een experiment bij het Louvre op landelijk niveau navolging. In 1996 introduceerde het Louvre in samenwerking met de Franse overheid één dag per maand gratis toegang voor het voltallige publiek en wel op de eerste zondag van de maand. Met ingang van 2000 neemt de Franse regering dit beleid over voor alle rijksmusea.<sup>12</sup> Het betreft 33 musea met in 2000 15,4 mln. bezoeken. In totaal is Frankrijk bijna 1.300 musea rijk, waaraan in 1998 naar schatting 52 mln. bezoeken worden afgelegd. De Franse overheid overweegt om de maandelijkse gratis zondag ook op te leggen aan andere musea die zij op enigerlei wijze financieel ondersteunt.

Naast de gratis eerste zondag van de maand kent Frankrijk een uitgebreid doelgroepenbeleid, waarbij zowel korting als gratis toegang wordt gegeven. Criteria op grond waarvan men de doelgroepen onderscheidt zijn leeftijd, sociaal-economische status, beroepsgroep, lidmaatschap van culturele organisaties of verenigingen en groepen. Door het uitgebreide doelgroepenbeleid lijkt een dag met vrij entree op het eerste gezicht overbodig. De financiële drempel is voor de betreffende groepen immers weggenomen door het doelgroepenbeleid. Niettemin bestaat 40% van het bezoek op de gratis zondag uit leden van die al recht hebben op gratis toegang of reductie. De toegevoegde waarde van de

---

<sup>11</sup> Onder het beheer van de stichting vallen de volgende instellingen: Staatliche Museen zu Berlin, Staatsbibliothek zu Berlin, Geheimes Staatsarchiv, Ibero-Amerikanisches Institut und Staatliches Institut für Musikforschung.

<sup>12</sup> Evenals in Groot-Brittannië spreekt men in Frankrijk van nationale musea. De rijksmusea vormen de Nederlandse pendant hiervan. Daarom vertalen we nationale musea met rijksmusea.



gratis zondag zit volgens de Fransen in het gelijkheidsbeginsel op deze dag: iedereen is gelijk en iedereen heeft daardoor recht op vrij entree. Op de andere dagen moeten de leden van een doelgroep immers aantonen via een pas of anderszins dat zij recht hebben op korting of vrij entree. Bovendien weten zij lang niet altijd dat zij recht hebben op korting of vrij entree. De gratis eerste zondag van de maand is daarmee een aanvulling op het bestaande doelgroepenbeleid (zie paragraaf 5.2).

In Groot-Brittannië komt de discussie over gratis toegang in 1997 na de verkiezingszege van de Labour partij en de vorming van het kabinet Blair weer in alle hevigheid op gang. Hoewel Labour altijd voor gratis toegang is geweest, zijn de beperkte publieke middelen voor het kabinet een reden om hun standpunt te heroverwegen. Uiteindelijk besluit het kabinet om gratis toegang gefaseerd in te voeren. Het entreebeleid was in de jaren tachtig en negentig gekoppeld aan doelgroepen. Vanaf 1 april 1999 is het doelgroepenbeleid van de rijksmusea uitgebreid met gratis toegang voor kinderen tot 16 jaar. Een jaar later worden de rijksmusea ook voor 60+-ers gratis toegankelijk. Sinds 1 december 2001 geldt voor de gehele bevolking permanent gratis toegang tot de vaste collectie van de rijksmusea. Nadrukkelijk moet worden vermeld dat dit beleid uitsluitend betrekking heeft op de musea die worden aangestuurd door de Britse centrale overheid. In het geval van Groot-Brittannië betreft dit 17 rijksmusea (13 instellingen) die samen goed zijn voor bijna 29 mln. bezoeken (DCMS 2001). Landelijk heeft Groot-Brittannië ongeveer 2.500 musea waarvan 1692 voorkomen in DOMUS, de database van geregistreerde musea van de Museums and Galleries Commission. Die musea worden per jaar circa 80 mln. keer bezocht. Groot-Brittannië heeft met de maatregel om de rijksmusea permanent gratis open te stellen voor de gehele bevolking gekozen voor de meest vergaande vorm van het wegnemen van de financiële drempels. Het ministerie van Cultuur, Media en Sport (DCMS) is met deze maatregel verder gegaan dan het in eerste instantie voor ogen had. Reden hiervan is dat het administreren van een beperkt aantal vrije dagen volgens het ministerie lastig en fraudegevoelig is en aanzienlijke administratieve lasten met zich mee brengt. De Franse ervaringen spreken dit overigens tegen.

De Duitse federale overheid heeft in het cultuurbeleid vooral een ondersteunende functie. In samenwerking met de deelstaten subsidieert de overheid een aantal instellingen. De stichting *Preussischer Kulturbesitz* is daar één van. Deze stichting is één van de belangrijkste culturele instellingen van Duitsland. De federale overheid stelt de stichting subsidie ter beschikking voor de wederopbouw van het in de Tweede Wereldoorlog verwoeste *Museumsinsel*. Ook de hoofdstad Berlijn staat op de subsidielijst van de nationale overheid. Voor 2002 is de subsidie verdubbeld naar DM 120 mln. (€ 61 mln.). De nadruk ligt op de investeringen in gebouwen en het stimuleren van culturele samenwerking.

Op nationaal niveau voert de bondregering geen specifiek beleid om de toegankelijkheid van musea te vergroten. Dit beleid valt onder de verantwoordelijkheid van de instellingen die de musea in eigendom hebben. De meeste musea in Duitsland zijn eigendom van lokale overheden en lokale publieke instellingen. Daarnaast zijn een groot aantal musea eigendom van privaatrechterlijke instellingen (IFM 2000). De musea van de deelstaten hebben een relatief groot aandeel in het totaal aantal bezoeken (IFM 2000). De *Staatliche Museen zu Berlin* zijn eigendom van de Stichting *Preussischer Kulturbesitz*. De stichting is verantwoordelijk voor het prijsbeleid van haar musea, maar is daarbij wel sterk afhankelijk van de omvang van de subsidie die zij ontvangt van de federale overheid en deelstaten.

Veel Duitse musea (38%) kunnen gratis worden bezocht. Opvallend is dat het aandeel van de gratis musea in de voormalig Oostduitse staten (19%) lager ligt dan in de voormalig Westduitse staten (44%). Veel musea met entreeheffing hebben wel een doelgroepenbeleid. Groepen die in aanmerking komen voor gratis toegang of korting zijn onder meer jongeren, ouderen, uitkeringsontvangers, gehandicapten, scholen, houders van een gezinskaart en museumvrienden.

#### 4.3.3 *Preferentievorming*

Het stimuleren van museumbezoek vraagt om een bredere aanpak dan uitsluitend het verwijderen van financiële drempels. In Frankrijk voert de overheid – in tegenstelling tot Groot-Brittannië – echter bewust geen specifiek beleid voor bepaalde doelgroepen. Een afwijkend beleid voor bepaalde doelgroepen – denk bijvoorbeeld aan bepaalde etnische groepen of sociaal-economische klassen – is strijdig met het Franse gelijkheidsbeginsel. Preferenties hoeven niet te worden beïnvloed. Kunst is universeel. Iedereen kent daaraan dezelfde waarde toe. Het gelijkheidsideaal en het uitgangspunt van gelijke preferenties maken dat het flankerend beleid vooral voorwaardenscheppend is. Iedereen wordt via intensieve publiciteitscampagnes en dergelijke op de hoogte gebracht van de gratis entree op de eerste zondag van de maand. Beïnvloeding van preferenties geschiedt primair via op kinderen gerichte educatieve activiteiten. De educatieve taak is een van de primaire taken van de Franse musea. De Franse musea hebben doorgaans intensieve samenwerkingsprogramma's met scholen om zowel in de musea als op de scholen de kinderen vertrouwd te maken met het cultureel erfgoed.

Alle landen gebruiken educatie voor kinderen als middel om kinderen vertrouwd te maken met musea. Vooral in Groot-Brittannië krijgt culturele vorming veel

aandacht van scholen én musea. Groot-Brittannië vult het educatiebeleid voor kinderen echter aan met educatiebeleid voor volwassenen. Educatieve activiteiten voor volwassenen dienen vooral om het bezoek voor deze groep aantrekkelijker en leerzamer te maken.

#### 4.3.4 *Aanpassing aan de preferenties van het publiek*

De Franse overheid kiest voor een beperktere frequentie van gratis toegang dan de Britse overheid. Enerzijds heeft dit een financiële achtergrond. Anderzijds heeft de beperkte frequentie een prikkelende of motiverende achtergrond. De Fransen hebben – op basis van de ervaringen van het Louvre – bewust gekozen voor een maandelijks terugkerende gratis zondag (zie paragraaf 5.2). De gratis toegang heeft een zodanige frequentie dat het publiek met een zekere regelmaat naar het museum kan komen en kan wennen aan museumbezoek. Tegelijkertijd is de frequentie laag genoeg om omvangrijke substitutie van betaald bezoek op andere dagen naar de gratis dag te voorkomen. Voor de musea is de beperkte frequentie aantrekkelijk, omdat de financiële afhankelijkheid van de overheid nauwelijks wordt vergroot. Bij de keuze voor de zondag sluit men zo veel mogelijk aan bij de preferenties van de bevolking. Op zondag kunnen zo veel mogelijk mensen een museumbezoek afleggen.

Groot-Brittannië kent een ruim gedefinieerd toegankelijkheidsbeleid. Daarmee probeert men zo veel mogelijk aan te sluiten bij de preferenties van het publiek. Dit vergroot het bereik van de musea. Om dit te bevorderen, dienen de fysieke, intellectuele, culturele en financiële drempels zo veel mogelijk te worden weggenomen (DCMS 1999). Om bepaalde groepen – bijvoorbeeld met een andere culturele achtergrond, lager opgeleiden of gehandicapten – aan te spreken, nemen musea speciaal op deze groepen gerichte strategieën op in hun beleidsplannen. Musea betrekken leden van een bepaalde doelgroep bij het samenstellen van een tentoonstelling of organiseren tentoonstellingen voor een specifieke doelgroep. Financiële drempels worden bovendien duidelijk breder geformuleerd dan uitsluitend de toegangsprijs. Ook de kosten van vervoer en consumpties worden als financiële drempel beschouwd.

De stimulering van het museumbezoek maakt in Groot-Brittannië deel uit van het streven om cultuurbeleving voor de gehele samenleving op alle mogelijke manieren maximaal toegankelijk te maken. Kernwoorden van dit beleid zijn educatie, uitmuntendheid en toegankelijkheid (DCMS 2001). Naast de gratis toegang tot de rijksmusea wil de overheid de toegankelijkheid van cultuur maximaliseren door zogenaamde '*Creative Partnerships*' tussen scholen, professionele culturele organisaties en individuen te ontwikkelen. *Social inclusion* – het verbeteren van de culturele mogelijkheden voor personen uit alle lagen van de samenleving – neemt in dit beleid een centrale plaats in.

In Duitsland ontbreekt een nationaal beleid. De bevordering van de vraaggerichtheid en de aanpassing aan de wensen van het publiek zijn in Duitsland nog betrekkelijk onderontwikkeld. Dat geldt zowel in het overheidsbeleid op nationaal en lokaal niveau als in het beleid van de musea zelf.

#### 4.3.5 *Randvoorwaarden*

Het overheidsbeleid in de betrokken landen hangt sterk samen met de maatschappelijke opvattingen over kunst en cultuur. De Franse historische banden met kunst en cultuur bepalen mede de preferenties voor musea. Een soortgelijke beleving is zichtbaar in Groot-Brittannië waar de band tussen bevolking en musea wordt gecreëerd door de financiering van musea uit de belastingopbrengsten. In Duitsland leven dergelijke gevoelens veel minder. Nederland is op dit punt beter vergelijkbaar met Duitsland dan met de andere landen uit de casestudies.

De financiering van het toegankelijkheidsbeleid verschilt in de besproken landen evenzeer als het beleid zelf. Naast de verschillen in beleid wordt dit veroorzaakt door twee factoren. De eerste betreft de status of rechtspositie van het museum. Naarmate een museum onafhankelijker is van de overheid spelen de inkomsten uit entreegelden ook een meer op zichzelf staande rol. Bij musea die deel uitmaken van de overheid is de vergoeding voor gedeelde entreegelden veel meer onderdeel van het totale budget. De tweede factor die de financiering bepaalt is de intensiteit van de gratis entree. De omvang van de financiële compensatie voor gratis toegang loopt sterk uiteen wanneer men een gratis dag vergelijkt met permanente gratis toegang.

In Frankrijk stuurt de overheid de rijksmusea direct aan, aangezien zij tot overheid behoren. De exploitatiekosten van de musea liggen daarmee directer bij de overheid. De vergoeding die de musea ontvangen voor de gratis openstelling op de eerste zondag van de maand is gebaseerd op de inkomsten die een museum op een reguliere zondag ontvangt. In totaal kost de gratis openstelling de Franse overheid 10 mln. Franse franc op jaarbasis (ruim € 1,5 mln.).

In Groot-Brittannië treffen we een geheel andere situatie dan in Frankrijk. De musea hebben in Groot-Brittannië de status van *Non-Departmental Government Bodies* gekregen. Zij zijn daarmee op afstand van overheid (*arm's length*) van de overheid en worden bestuurd door een onafhankelijke raad van toezicht. Voor de financiering zijn de musea grotendeels afhankelijk van de overheid. Wel zijn zij vrij in het te voeren beleid. Dit creëert een enigszins dubbelzinnige situatie

waarbij de financier geen directe zeggenschap heeft over het beleid en toch kan worden geconfronteerd met de gevolgen van falend beleid.

Het entreegeld maakt maar een gering deel uit van de totale inkomsten van de Britse rijksmusea. Naast de overheidssubsidies hebben de musea ook inkomsten uit sponsoring en donaties. De eerder ingestelde gratis openstelling voor kinderen en ouderen heeft een gering effect op de financiën van de rijksmusea gehad. Zij hebben hiervoor geen directe vergoeding ontvangen. Voor de permanente gratis openstelling ontvangen de musea wel een compensatie. De vergoeding berust op het verwachte aantal bezoeken. Het verwachte aantal bezoeken is gebaseerd op de in voorgaande jaren behaalde resultaten gecombineerd met beleids- en omgevingsontwikkelingen. De overheid heeft hiervoor geen uniform model voor alle rijksmusea ontwikkeld. Ieder museum stelt één maal per drie jaar een plan op waarin het de geprognosticeerde bezoekaantallen motiveert. Deze prognose en de beleidsplannen voor de vergroting van het publieksbereik vormen de grondslag voor de overheidssubsidie. Voor de centrale overheid bedragen de extra kosten van gratis toegang tot de rijksmusea voor de gehele bevolking bedraagt ruim 27 mln. pond (€ 43 mln.).

De verantwoordelijkheidsverdeling tussen federale overheid en de deelstaten in Duitsland komt ook in de financiering terug. De deelstaten nemen 90% van de cultuursubsidies voor hun rekening. Wanneer de federale overheid ook bijdraagt, is dat bijna altijd in samenwerking met de betreffende deelstaat of instelling. Zo ontvangt de stichting *Preussischer Kulturbesitz* zowel subsidie van de nationale overheid als van zestien Duitse deelstaten. De deelstaten leveren echter de grootste bijdrage. Doordat gratis toegang in Duitsland niet op nationaal niveau wordt aangestuurd, bestaat er geen vergoeding van de overheid voor de gedeelde inkomsten. De *Staatliche Museen zu Berlin* krijgen evenmin een vergoeding voor de gratis zondag per maand. Het werkt eerder andersom: de *Staatliche Museen* zijn de laatste jaren gedwongen om de wekelijkse gratis toegang op zondag terug te brengen tot één zondag in de maand wegens de teruglopende overheidssubsidie.

#### 4.3.6 *Gratis toegang en BTW-heffing*

Een van de bijwerkingen van de volledige afschaffing van entreeheffing is dat musea de status van onderneming voor de BTW-heffing kwijt raken. Gegeven het wegvallen van de publieksinkomsten zijn zij immers vrijgesteld van BTW-heffing. Zij komen voor de publieksfunctie niet langer in aanmerking voor de verrekening van de BTW die zij zelf hebben betaald bij de aanschaf van goederen en diensten. Dit leidt tot een fors verlies aan middelen voor de musea, zeker als zij

omvangrijke investeringen plegen. BTW-heffing stimuleert daardoor musea om entree te blijven heffen, tenzij de overheid een regeling treft om de financiële effecten te compenseren (Creigh-Tyte en Thomas 2001). Fiscale overwegingen domineren in dat geval het toegankelijkheidsbeleid. De Britse overheid heeft dit probleem onderkend. Om te voorkomen dat musea wegens het wegvallen van de mogelijkheden tot verrekening van de betaalde BTW niet meewerken aan de invoering van gratis toegang, heeft de Britse overheid voor de deelnemende rijksmusea een regeling getroffen. In feite gaat het om een vestzakbroekzakoperatie binnen de centrale overheid.

Een wetswijziging maakt het mogelijk dat gratis toegankelijke rijksmusea in aanmerking komen voor een aangepaste BTW-regeling. De musea (nominatief vermeld) zijn opgenomen in het *VAT refund scheme* (Finance Bill 2001, part IV: 96 en VAT act 1994, chapter 23: 33 A). Daarmee compenseert de Britse overheid de musea die in dit schema zijn opgenomen voor de door hen betaalde BTW. De redenering is dat musea – in opdracht van de overheid – een dienst leveren: gratis toegang. De overheid dient de musea daarom te compenseren voor de vermindering van de mogelijkheden tot BTW-verrekening. Onderscheid wordt gemaakt in activiteiten die bijdragen aan de genoemde overheidsdienst en de activiteiten die hieraan niet bijdragen. Uitsluitend die activiteiten worden gecompenseerd die bijdragen aan de publieksvoorziening via gratis toegang. De overige activiteiten, zoals de museumwinkel of de horeca-exploitatie vallen onder de normale BTW-heffing. Voor deze goederen kan het museum de voordruk verrekenen met de geheven BTW.

De Britse overheid lost daarmee in één keer het probleem op dat gehele of gedeeltelijke gratis entree in het recente verleden zo vaak parten heeft gespeeld. Musea raakten bij gratis toegang geheel of gedeeltelijk de status van onderneming kwijt, afhankelijk van de beslissingen van individuele belastinginspecteurs. Sommige musea met een gratis dag hielden de status van onderneming, terwijl andere musea een zevende deel van de BTW niet mochten verrekenen. Verder werden de laatste jaren verschillende typen musea verschillend behandeld. Musea van lokale overheden konden gebruik maken van een soort BTW-compensatiefonds, terwijl deze mogelijkheid tot de wetswijziging ontbrak voor de rijksmusea.

In Frankrijk spelen de problemen met het wegvallen van BTW-verrekening niet. Dit heeft twee redenen. Ten eerste blijft de frequentie van gratis toegang beperkt tot twaalf keer per jaar. Het is een promotionele maatregel die de fiscale status van de musea ongewijzigd laat. Ten tweede maken de musea deel uit van de nationale overheid.

#### 4.4 Samenvatting

Het gevoerde beleid in de onderzochte landen leert ons een aantal zaken. Het beleid hangt nauw samen met de *nationale* opvattingen over het bezit van het cultureel erfgoed. In Frankrijk en Groot-Brittannië beschouwen de bevolking én de overheid gratis entree eerder als recht dan als gunst. De bereidheid om middelen vrij te maken voor de stimulering van museumbezoek is in deze landen dan ook groter dan in Duitsland en Nederland, zowel bij musea als overheid.

Groot-Brittannië kiest voor de meest vergaande variant van gratis toegang: 365 dagen per jaar gratis toegang tot de vaste collectie. De Franse variant is bescheidener: twaalf dagen per jaar gratis toegang. In beide landen heeft de gratis toegang betrekking op de nationale pendanten van de rijksmusea. In Duitsland ontbreekt evenals in Nederland een nationaal prijsbeleid voor de musea. Duitse initiatieven rond gratis toegang vinden vooral op het decentrale niveau plaats, zoals bij de Berlijnse musea. In Nederland komt gratis toegang – afgezien van het doelgroepenbeleid – alleen voor bij een aantal kleinere lokale musea. De gedachtevorming over gratis toegang als instrument voor de vergroting van het publieksbereik is in ons land van recente datum.

De opvattingen over de betekenis van andere dan financiële drempels en het al dan niet slechten van deze drempels lopen per land sterk uiteen. De Britse overheid signaleert nadrukkelijk ook andere dan financiële drempels die delen van de bevolking van een museumbezoek weerhouden. De gratis entree maakt in Groot-Brittannië deel uit van een breder toegankelijkheidsbeleid. Dit beleid richt zich op het verwijderen van intellectuele, culturele en fysieke drempels. Musea worden gezien als instrument voor de bestrijding van sociale uitsluiting. Frankrijk voert bewust geen breed toegankelijkheidsbeleid. De Franse overheid vindt een dergelijk beleid stigmatiserend. In Berlijn speelt het flankerend beleid eveneens een minder prominente rol dan in Groot-Brittannië. Alle landen – ook Nederland – schenken veel aandacht aan culturele educatie.





## **5. Gratis toegang in buitenlandse musea**

### **5.1 Inleiding**

De ons omringende landen passen uiteenlopende vormen van entreebeleid toe, inclusief verschillende vormen van gratis entree. Om een indruk te krijgen van de effecten van de verschillende vormen van gratis entree, hebben we casestudies uitgevoerd in Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland. Het betreft de volgende musea: het Louvre in Parijs, het Victoria & Albert Museum in Londen en de Staatliche Museen in Berlijn.

Het Louvre schenkt veel aandacht aan publieksonderzoek en weet daardoor veel van het publiek en hun preferenties. Het Louvre beschikt over meerjarige ervaring met (gedeeltelijke) gratis toegang en is een internationaal topmuseum. Op basis van de ervaringen bij het Louvre heeft de Franse overheid besloten om de rijksmusea vanaf 2000 elke maand één zondag gratis open te stellen.

Het Victoria & Albert Museum (V&A) in Londen kent een lange traditie van gratis toegang. Het museum is sinds de opening in 1857 tot de jaren tachtig van de vorige eeuw gratis toegankelijk geweest. Vanaf 1985 heeft het museum onder druk van de financiële omstandigheden geëxperimenteerd met de vormgeving van het prijsbeleid. Het museum heeft eerst een vrijwillige bijdrage aan het publiek gevraagd en later een verplichte toegangsprijs ingevoerd. De laatste jaren heeft het museum gratis toegang gefaseerd heringevoerd. De worsteling met de vormgeving van het prijsbeleid maakt het V&A een interessante casestudie.

De situatie van de Berlijnse Staatliche Museen wijkt af van de twee andere onderzochte musea. In Berlijn heeft een omgekeerde ontwikkeling plaatsgevonden als bij de andere twee onderzochte musea: van permanente gratis toegang via een wekelijkse gratis zondag naar één gratis zondag in de maand. De achtergrond van deze ontwikkeling en de gevolgen daarvan maken de Berlijnse musea een interessante casestudie.

Het hoofdstuk kent de volgende indeling. In paragraaf 5.2 komt de casestudy van het Louvre aan de orde. Paragraaf 5.3 beschrijft de casestudy het Victoria & Albert Museum. De casestudy van de Staatliche Museen zu Berlin wordt in paragraaf 5.4 behandeld. Paragraaf 5.5 vat de belangrijkste bevindingen van het hoofdstuk samen.

## 5.2 Het Louvre – Parijs

### 5.2.1 Het museum

Het Louvre is een van de grootste musea ter wereld, gesitueerd in het centrum van Parijs. Het heeft een omvangrijke collectie historische kunstvoorwerpen over uiteenlopende onderwerpen, zoals Griekse en Romeinse kunst, Egyptische kunst, beelden en schilderkunst. Jaarlijks wordt het museum ruim 6 miljoen keer bezocht. Tweederde van het bezoek komt voor rekening van buitenlandse toeristen. Jaarlijks heeft het museum een omzet van ruim 600 mln. Franse frank (bijna € 100 mln.). Een kwart van de inkomsten bestaat uit entree-opbrengsten.

### 5.2.2 Financiële drempels

Het Louvre is in 1996 begonnen te experimenteren met gratis toegang. Het Louvre en de Franse overheid wilden weten of de introductie van gratis toegang nieuw publiek zou trekken. Het Louvre heeft bewust gekozen voor gratis toegang op de eerste zondag van de maand. De volgende overwegingen liggen ten grondslag aan de gekozen frequentie van één maal per maand:

- *Beperkt substitutie-effect*  
De substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek blijft beperkt. Bezoekers die bereid zijn te betalen voor hun bezoek, zijn bij deze lage frequentie minder snel geneigd om te kiezen voor bezoek op de gratis dag dan bij een hogere frequentie.
- *Happening, geen gewoonte*  
Eén maal per maand gratis toegang is dusdanig beperkt dat de gratis dag een 'happening' blijft en geen gewoonte wordt. Bij een hogere frequentie is de gratis toegang niet langer iets bijzonders. Het bezoek kan in dat geval worden uitgesteld tot een volgende week of een volgende dag. Wanneer gratis toegang slechts één keer per maand plaatsvindt, moeten mensen zorgen om op die dag te komen, want de volgende mogelijkheid dient zich pas een maand later aan.
- *Gewenning aan museumbezoek*  
De frequentie van één maal per maand kent een zodanige regelmaat dat mensen gewend raken aan museumbezoek. Deze traditie wordt niet bereikt via een incidentele gratis dag per jaar.
- *Financiële onafhankelijkheid museum*  
Het museum blijft door het beperkte gratis entree financieel redelijk onafhankelijk van de overheid. Beleidsvrijheid voor het museum vergt een zekere mate van financiële autonomie.

Het aantal bezoeken ligt op de gratis zondag circa 60% hoger dan op de betaalde zondag. Het aantal bezoeken dat Fransen afleggen, ligt zelfs 130% hoger. Voor de buitenlanders bedraagt het overeenkomstige percentage 20. De vergelijking met andere zondagen (met entreeheffing) zegt natuurlijk niet zo veel, omdat een verschuiving van het bezoek plaatsvindt van de dagen met entreeheffing naar de maandelijkse gratis zondag. Een gratis dag trekt mensen die anders toegang zouden betalen. Bij het Louvre benadrukt men dat dit effect twee kanten op werkt. De gratis dag trekt bezoekers aan van de dagen waarop entree wordt geheven (gemiddeld bijna 25% van het bezoek van de gratis zondag). Tegelijkertijd mijden andere bezoekers de gratis zondag vanwege de drukte (circa 12%) en brengen zij een bezoek op een andere dag (Fourteau, 2001). In het laatste geval gaat het voornamelijk om mensen die al recht hebben op gratis toegang (leden van vriendenverenigingen en bezitters van kortingspassen en dergelijke).

Het publiek op de gratis zondag is in het algemeen jonger dan op de betaalde zondagen. Onder de Franse jeugd (15 tot 25 jaar) neemt dit percentage toe van 18 op de betaalde dag tot 25,5 op de betaalde dag. Ook het aandeel van de buitenlandse jongeren stijgt van 24,5% naar 34,5%. Het vermoeden bestaat dat dit voornamelijk studenten betreft die tijdelijk in Parijs verblijven, maar hun moederland invullen bij de enquête. Naast de jongeren zijn ook gezinnen met kinderen beter vertegenwoordigd in het publiek op de gratis zondag. Afhankelijk van de regio in Frankrijk waaruit zij afkomstig zijn, betreft het in absolute zin een verdubbeling tot bijna een verviervoudiging ten opzichte van de andere zondagen (met entreeheffing).

De opkomst van lagere sociaal-economische groepen is op de gratis zondag in absolute zin eveneens groter dan op de overige zondagen, hoewel het aandeel van deze categorie in het totale bezoek globaal gelijk is gebleven. In beginsel is geen wijziging op dit punt te verwachten, aangezien veel mensen uit deze groep reeds recht op gratis toegang of reductie hadden. Van een gewijzigde financiële prikkel is dan ook geen sprake. Voor de grotere opkomst van de lagere sociaal-economische klassen wordt de gelijkheid van alle bezoekers op de eerste zondag van de maand als verklaring gegeven. Op de overige dagen dienen mensen aan te tonen dat zij deel uitmaken van een van de doelgroepen met recht op korting of gratis toegang. Op de eerste zondag van de maand is iedereen gelijk, rijk en arm, hoger en lager opgeleid. Daardoor ervaart men deze vorm van gratis toegang als minder stigmatiserend dan de doelgroepenkortingen.

De bestedingen in de museumwinkel en andere verkooppunten zijn op de gratis zondag per persoon gemiddeld lager dan op overige zondagen, maar dit wordt gecompenseerd door het grotere aantal bezoeken. Bovendien hebben de producten die op de gratis zondag worden aangeschaft een betere marge, zodat

het financiële resultaat voor het Louvre nauwelijks verandert. Het Louvre beschouwt de gratis zondag – vooral door de opkomst van de jongeren en gezinnen – als een investering in het publiek van de toekomst.

Een dag gratis toegang heeft financiële gevolgen voor het museum. Het Louvre ontvangt van de Franse overheid een vergoeding voor het gratis openstellen van het museum. Deze vergoeding per gratis zondag is gelijk aan de inkomsten die het Louvre op een reguliere zondag ontvangt uit entreegelden. Op jaarbasis betreft dit 5 mln. Franse frank (ongeveer € 0,76 mln.). De kosten van de gratis openstelling zijn gering. Dat komt zowel door de beperkte frequentie – één dag per maand – als de reeds bestaande (ongunstige) verhouding tussen betaald en gratis bezoek. Een aanzienlijk deel van het publiek bezoekt het Louvre al gratis of met korting.

### *5.2.3 Preferentievorming*

Het Louvre heeft een duidelijk visie over de voorkeur van het publiek. Kunst is universeel. Inhoudelijke aanpassingen van de tentoonstellingen aan de preferenties van (potentiële) bezoekers zijn niet aan de orde. In de optiek van het Louvre werkt zo'n beleid eerder stigmatiserend dan dat het meer publiek aantrekt. Het Louvre organiseert bewust geen speciale tentoonstellingen om nieuwe publieksgroepen aan te trekken. Het museum voert wel een actief educatiebeleid. Doel daarvan is om kinderen op jonge leeftijd vertrouwd te maken met musea, zodat zij op latere leeftijd makkelijker en vaker het museum bezoeken (een socialisatieproces). Om dit doel te bereiken, werkt het Louvre intensief samen met scholen. De scholen bezoeken het museum; het Louvre beschikt over diverse faciliteiten hiervoor. Andersom bezoeken medewerkers van het museum ook de scholen en bereiden zij de kinderen voor op het bezoek aan het museum. De scholen staan in verbinding met het museum via internet. Hiervoor zijn speciale lesprogramma's ontwikkeld. De gratis zondag in de maand levert door de grote toeloop van gezinnen met kinderen eveneens een bijdrage aan het socialisatieproces. Ook op deze dag wennen jongeren en kinderen aan museumbezoek. Dit vormt de culturele competentie en de preferenties van deze publieksgroep. De maandelijkse frequentie zorgt ervoor dat zij gewend raken aan museumbezoek.

### *5.2.4 Aanpassing aan de preferenties van het publiek*

Het Louvre probeert bij de vormgeving van de gratis entree rekening te houden met de voorkeuren van het publiek:

- Ten eerste sluit de keuze voor de gratis zondag aan bij de wensen van het publiek. Het Louvre heeft bewust voor deze dag gekozen om zo veel mogelijk

mensen in staat te stellen het museum te bezoeken. De toegankelijkheid van het museum, zowel financieel als qua tijdstip, draagt bij aan de Franse democratie. In het Franse bestel nemen democratie en gelijkheid een zeer belangrijke plaats in. Iedere burger heeft daarom recht op toegang tot het Franse cultureel erfgoed. Dit gedachtegoed leeft sterk bij het Louvre.

- Ten tweede is het Louvre zeer geïnteresseerd in de aard en de achtergronden van het bezoek, in bijzonder van de mensen die voor het eerst komen. Het Louvre voert permanent publieksonderzoek uit, onder meer om inzicht te krijgen in de voorkeuren en het gedrag van nieuwe bezoekers. Het museum volgt deze publiekscategorie om te zien waarvoor zij interesse tonen en hoe lang zij op bepaalde plekken blijven. De nieuwe bezoekers zijn aan het einde van het bezoek geïnterviewd en gevraagd om na drie maanden terug te komen. Dit vervolgbezoek dient om de herinneringen aan het eerste bezoek te inventariseren. Uit het onderzoek komt naar voren dat deze nieuwe bezoekers (1) in het Louvre verdwalen, (2) niet voorbereid zijn op hun bezoek, (3) hoogstens enkele topstukken van het museum weten te vinden en (4) zich niet zo op hun gemak voelen. Daardoor is deze publiekscategorie niet zo snel bereid de entreprijs te betalen. Op deze gratis dag vindt men het minder relevant als een aantal topstukken worden gemist. De nieuwe bezoekers verwachten dat zij na de eerste ervaring beter zijn toegerust voor een museumbezoek. Het Louvre besteedt – behalve aan het ontwikkelen van nieuw gratis documentatiemateriaal inclusief een plattegrond – geen bijzondere aandacht aan de nieuwe bezoekers. Dit beleid is in overeenstemming met de filosofie van het Louvre dat kunst universeel is.

### 5.2.5 Randvoorwaarden

Het Louvre en het gevoerde beleid voldoen aan een aantal randvoorwaarden die gratis toegang succesvol maken:

- In de eerste plaats beschouwt het museum de gratis entree als recht voor de Franse bevolking. Iedereen is gelijk en moet in beginsel het museum kunnen bezoeken. Om iedereen hiervan op de hoogte te stellen, is een intensieve reclamecampagne gevoerd om de gratis dag onder de aandacht te brengen.
- Ten tweede beschikt het museum over de faciliteiten om een grote toeloop van publiek te kunnen opvangen. De winkels en horecagelegenheden zijn zodanig gehuisvest dat zij extra inkomsten opleveren bij de toename van het bezoek.
- Ten derde maakt de aard van de collectie van het Louvre – een in brede kring bekend cultureel erfgoed – het museum bij uitstek geschikt voor gratis toegang.
- Ten vierde draagt de ligging van het museum, in het centrum van Parijs, eveneens bij aan het succes van gratis entree. Deze ligging leent zich goed

voor bezoek van toevallige binnenlopers uit de stad of de regio. Het Louvre ervaart het niet als een probleem dat ook buitenlandse toeristen gebruik maken van de gratis toegang. Dit laatste is onvermijdelijk, gezien de ligging van het museum. Het Louvre heeft de indruk dat de buitenlandse toeristen op de gratis zondag vaak afkomstig zijn uit Midden-Europa. Daarentegen mijden veel andere toeristen juist de gratis zondag en komen zij bij voorkeur op een rustiger dag (met entreeheffing).

### **5.3 Victoria & Albert Museum – Londen**

#### *5.3.1 Het museum*

Het Victoria & Albert Museum (V&A) is een kunsthistorisch museum gelegen in de Londense wijk South Kensington. Het beschikt over collecties van Britse, Europese, Aziatische en Islamitische kunst. De kunstvoorwerpen lopen uiteen van schilderijen, sieraden, textiel tot keramiek en glas. Het museum stelt zich sinds de oprichting in 1857 tot doel om een zo breed mogelijk publiek toegang tot de collectie te bieden. Jaarlijks wordt het museum bijna 1,5 mln. keer bezocht. Bijna 40% van het bezoek komt voor rekening van buitenlandse toeristen. De omzet van het museum ligt rond de 45 mln. pond (ruim € 70 mln.). De inkomsten bestaan tot nu toe voor 5% uit entreegelden.

#### *5.3.2 Financiële drempels*

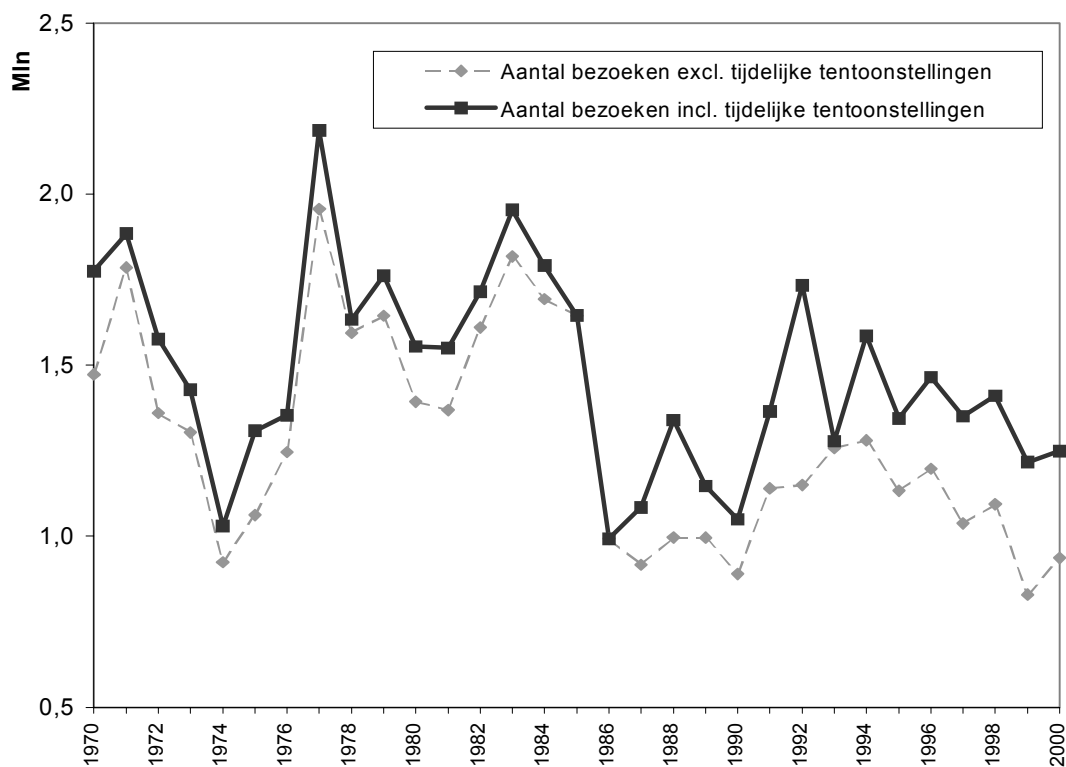
Het V&A was sinds haar oprichting gratis toegankelijk voor het publiek. Om financiële redenen zag het management van het V&A zich in 1985 genoodzaakt een vrijwillige bijdrage voor de toegang tot het museum te vragen. In 1996 heeft het V&A een verplichte toegangsprijs ingevoerd. Het aantal bezoeken is sterk gedaald na beide maatregelen (zie grafiek 5.1). In 1986 heeft het aantal bezoeken een duikvlucht genomen om zich daarna voorzichtig weer te herstellen. Vanaf 1996 daalt het aantal bezoeken opnieuw. Een verklaring voor de sterke daling na het invoeren van vrijwillige bijdrage is dat veel mensen de regeling als zeer verwarrend ervoeren. Het was niet duidelijk of er nu wel of niet moest worden betaald.

De grafiek toont het aantal bezoeken aan het museum voor de periode van 1970-2000. Het aantal bezoeken is zowel inclusief als exclusief het aantal bezoeken aan tentoonstellingen weergegeven. Het aantal tentoonstellingen varieert van 0 tot 7 per jaar en het bijbehorende aantal bezoeken varieert van ruim 2.000 tot ruim 231.000. Het aantal grote tentoonstellingen is de afgelopen jaren sterk

toegenomen. Dit is ook in de grafiek te zien: het aandeel van de bezoeken aan tentoonstellingen in het totaal aantal bezoeken neemt toe.

Na de verkiezingsoverwinning van de Labourpartij in 1997 is gratis toegang tot musea weer hoog op de politieke agenda komen te staan. Vanaf 1999 heeft de Labourregering gratis toegang gefaseerd ingevoerd. Vanaf 1 april 1999 zijn alle rijksmusea gratis toegankelijk voor kinderen tot 16 jaar. Kinderen hebben in het V&A echter altijd gratis toegang gehad, waardoor deze maatregel geen gevolgen heeft voor het V&A. Op 1 april 2000 voert de overheid gratis toegang in voor de 60+'ers. Het V&A liet senioren vóór die tijd tegen gereduceerd tarief naar binnen. Over het effect van gratis toegang voor senioren zijn weinig gegevens beschikbaar. Bij het museum bestaat echter het vermoeden dat deze maatregel geen grote toename van het aantal bezoeken tot gevolg heeft gehad, omdat nauwelijks ruchtbaarheid is gegeven aan de maatregel.

Grafiek 5.1: Aantal bezoeken V&A (x 1 mln.)



Sinds 1 december 2001 is de gratis toegang tot de Britse rijksmusea voor de gehele bevolking een feit. Het V&A staat vanwege haar historie en centrale beleidsdoelstelling positief tegenover deze maatregel. Sinds 22 november 2001 is het V&A voor iedereen gratis toegankelijk. Op dit moment is het nog erg kort

dag om te zeggen wat het effect van deze maatregel op lange termijn is, maar voorlopig lijkt het succesvol. Het V&A rapporteert een verviervoudiging van de bezoekaantallen sinds de introductie van gratis toegang in de maand december ten opzichte van het jaar daarvoor. De sterke stijging wordt mede veroorzaakt doordat gelijktijdig met de invoering van de gratis toegang ook de *British Galleries* zijn heropend. Dit onderdeel van het V&A geeft een overzicht van Britse kunst en cultuur van 1500 tot 1900. De transformatie van de *British Galleries* is het grootste project van het V&A sinds een halve eeuw. Vóór de opening ervan heeft het museum een uitgebreide publiciteitscampagne gevoerd. In de campagne is de opening van de *British Galleries* benadrukt. Pas drie à vier dagen van tevoren is bekend gemaakt dat de toegang vanaf 22 november gratis zou zijn; dit om uitstel van bezoek tot na de 22ste zoveel mogelijk te voorkomen. De publiciteit is kort voor de opening sterk opgevoerd. Het V&A heeft gebruik gemaakt van een grote hoeveelheid posters en ansichtkaarten. Om een breed publiek te bereiken, zijn ook op de website aankondigingen verschenen, dat het museum gratis toegankelijk zou worden.

De publiekssamenstelling van het V&A is naar eigen zeggen door de verschillende varianten van prijsbeleid nauwelijks veranderd.<sup>13</sup> In het publiek zijn vooral de hogere sociaal-economische klassen van de samenleving goed vertegenwoordigd. De lagere sociaal-economische klassen hebben slechts een bezoekaandeel van gemiddeld 5%. Met het aandeel van de etnische minderheden in het bezoek is het slechter gesteld; deze groep vormt slechts een marginale fractie van het bezoek. Een groot deel van het bezoek bestaat uit buitenlandse toeristen (40%), waarvan het grootste deel afkomstig is uit Noord-Amerika. Het publiek van het V&A is overwegend ouder dan 25 jaar (circa 80%). Driekwart van de bezoeken van personen onder de 25 jaar wordt afgelegd door studenten. Slechts een bescheiden deel van de bezoeken vindt plaats in gezins- en schoolverband. Ongeveer 45% van de bezoeken zijn herhalingsbezoeken. Ouderen, gezinnen met kinderen en de lokale bezoekers brengen meer dan gemiddeld een bezoek aan het V&A.

Qua financiën verwacht het V&A geen grote problemen door de introductie van de gratis toegang. De inkomsten uit entreegelden zijn in verhouding tot de totale inkomsten bescheiden: 5%. Een deel van de gemiste inkomsten vergoedt de overheid met extra subsidie. Ook komt er meer druk op de fondsenwerving te liggen. Het V&A ervaart dit niet als probleem. Openstelling voor een breed publiek is één van hun voornaamste doelen. De hoogte van de subsidie is vastgelegd in een zogenaamde *Funding Agreement* die het V&A voor drie jaar

---

<sup>13</sup> Gegevens over de publiekssamenstelling en de aard van het bezoek komen uit een door MORI uitgevoerd intern onderzoek van het V&A (*Visitors to the V&A*, 2000) en bestrijken ongeveer de periode van 1996-2000.



met het Britse *Department for Culture, Media and Sports* (DCMS) heeft afgesloten (zie tabel 5.1). In de *Funding Agreement* zijn de doelstellingen van DCMS uiteengezet en de bijdrage daaraan van het V&A.

De extra kosten bij de gratis toegang ziet het V&A niet als een probleem. Tegenover deze kosten staan besparingen op kassamedewerkers en kassavoorzieningen die bij entreeheffing wel nodig zijn. Het V&A heeft weinig zicht op de extra kosten die de recente invoering van gratis toegang met zich meebrengt. Dat komt doordat deze kosten uit dezelfde pot worden betaald als de verbouwing van de *British Galleries*.

Tabel 5.1: *Overheidssubsidie van het Victoria & Albert Museum (x 1 mln. pond)*

	2001/'02	2002/'03	2003/'04
Basissubsidie	31,3	31,3	31,3
Subsidie voor gratis toegang met stijging in 2002/3 en 2003/4	0,3	0,4	0,4
Subsidie voor gratis toegang voor volwassenen met stijging in 2002/3 en 2003/4	0,7	2,3	2,3
Totaal <sup>a</sup>	32,4	33,9	33,9

a Door afrondingen bij de presentatie tellen de bedragen niet precies op tot het totaal.

Bron: *V&A Funding Agreement 2001-2004*

### 5.3.3 *Preferentievorming*

Conform het Britse overheidsbeleid maakt het V&A plannen om de toegankelijkheid te vergroten. Enerzijds bereikt het museum dit door beter aan te sluiten bij de bestaande preferenties van het publiek. Anderzijds probeert het V&A de preferenties van het publiek te beïnvloeden, bijvoorbeeld via educatie. Het educatiebeleid van het V&A moet breed worden opgevat: educatie is voor alle leeftijden. Uitgangspunt van het museum is dat een museum een centrum is voor openbare educatie. In 2001 heeft het V&A een langetermijnstrategie voor educatie opgesteld. Hoewel het museum altijd al veel aan educatie heeft gedaan, zijn nog een aantal stappen nodig om de genoemde doelstellingen te bereiken. Het aantal en het bereik van programma's, en de publieksdiensten dienen te worden uitgebreid. Daarbij moet rekening worden gehouden met verschillen in vaardigheid, leerstijl en intelligentie van het publiek. Binnen de programma's en de publieksdiensten moet meer ruimte komen voor creativiteit. Het museum wil meer studie- en onderzoeksfaciliteiten bieden, zoals studieruimte en internet, en ondersteunend personeel. Onderdeel van de plannen is ook het ontwikkelen van online educatie, die in het museum ook ter beschikking van het publiek staat.

Educatie heeft bij het V&A een brede doelstelling. Uiteraard wennen kinderen aan musea wanneer zij in school- of gezinsverband een museum bezoeken, waardoor zij ook op latere leeftijd vaker terug komen. Via educatie voor alle leeftijdscategorieën, heeft educatie een bredere doelstelling dan uitsluitend socialisatie. Educatie moet een bezoek leerzamer maken en meer onderhoudend. Door de aard van de collectie, met veel schilderkunst en andere kunstvoorwerpen dreigt een museumbezoek een redelijke passieve aangelegenheid te worden. In dit opzicht past het V&A zich via educatie eerder aan bij de preferenties van het publiek dan het museum probeert de preferenties van het publiek te beïnvloeden.

#### 5.3.4 *Aanpassing aan de preferenties van het publiek*

Het museum richt zich op de preferenties van het museumpubliek, zoals zojuist bleek door de manier waarop het V&A educatie interpreteert voor volwassenen. Het museum doet onderzoek naar de huidige participatie van ondervertegenwoordigde groepen. Het wil het veranderingen in het aandeel van deze groepen monitoren. Daardoor krijgt het V&A een beter inzicht in de wensen en behoeften van deze doelgroepen. Het V&A voegt tevens een *handicap specialist* aan het personeel toe. Andere vormen van flankerend beleid zoals het verruimen van openingstijden en het verzorgen van vervoer gebruikt het V&A niet om de toegankelijkheid voor bepaalde groepen te vergroten. Het V&A is elke woensdag en elke laatste vrijdag van de maand 's avonds open. Het museum gebruikt korting op de vervoerskosten als promotie-instrument.

#### 5.3.5 *Randvoorwaarden*

Gratis entree leeft bij het V&A. Dit volgt direct uit het Angelsaksische gedachtegoed over de rechten van de belastingbetaler (zie paragraaf 4.3). Naast deze opvatting heeft het V&A sinds de oprichting al duidelijke opvattingen over de toegankelijkheid voor de gehele bevolking. Gratis toegang wordt in dit museum breed gedragen. Het V&A ligt in een omgeving met verscheidene grote musea, zoals het *Natural History Museum* en het *Science Museum*. Dit biedt zowel kansen als bedreigingen. De musea in de *South Kensington* wijk voeren een gezamenlijk marketingbeleid en profileren de wijk als museumgebied. Tegelijkertijd zijn het elkaars concurrenten. De bevolking van South Kensington bestaat uit de lagere sociaal-economische klassen; dit is juist het publiek dat de Britse overheid wil activeren. De relatieve invloed van entreeheffing op het bezoek is groter bij de lokale bevolking. Dit komt door de afwezigheid van reiskosten. Het wegnemen van de financiële drempel heeft in beginsel het grootste effect op de lokale bevolking. Het is nog onduidelijk of dit daadwerkelijk het geval is. In verband met de gratis toegang heeft het museum recent enkele

voorzieningen aangepast om de toeloop van publiek op te kunnen vangen. Het betreft voornamelijk sanitaire voorzieningen en garderobefaciliteiten.

## 5.4 Staatliche Museen zu Berlin – Berlijn

### 5.4.1 *Het museum*

De *Staatliche Museen zu Berlin* omvatten zeventien grotere en kleinere musea met uiteenlopende collecties. In de musea is zowel Europese als niet-Europese kunst te zien, evenals gevarieerde collecties op het gebied van kunstnijverheid, archeologie, volkenkunde en hedendaagse kunst. De musea zijn gevestigd op vijf verschillende locaties, zowel in het centrum als in de buitenwijken van Berlijn. De stichting *Preussischer Kulturbesitz* beheert de *Staatliche Museen*. De stichting is een van de belangrijkste culturele instellingen van Duitsland. Ondanks dat hebben de musea geen grote internationale aantrekkingskracht: slechts 35% van het bezoek bestaat uit buitenlandse toeristen. Naast de musea beheert de stichting nog vijf kleinere instellingen, waaronder de *Staatsbibliothek zu Berlin* en het *Geheimes Staatsarchiv*. De jaarlijkse omzet van de stichting in totaal is 270 mln. Duitse mark (€ 140 mln.). Een groot deel van de omzet (bijna 50%) komt voor rekening van de *Staatliche Museen*. Samen trekken de musea ongeveer 2,7 mln. bezoeken per jaar. In 2000 levert dit bijna 9 mln. Duitse mark (€ 4,5 mln.) aan entreegelden op; dit is gemiddeld 7% van de totale inkomsten.

### 5.4.2 *Financiële drempels*

In de tijd dat de Berlijnse muur nog stond, hadden de musea in Oost- en West-Berlijn een verschillend toegangsbeleid. In West-Berlijn was de toegang gratis, terwijl in Oost-Berlijn de entreprijs ongeveer 1 Ost-Mark bedroeg. Na het verdwijnen van de muur was de wederzijdse belangstelling groot. Ook de musea profiteerden daarvan: het aantal bezoeken steeg *tijdelijk* met 40%.

Na de hereniging van Oost- en West-Duitsland zijn de zeventien Berlijnse musea op 1 januari 1992 samengevoegd in de stichting *Preussischer Kulturbesitz*. Tegelijkertijd verminderde de subsidie aan de musea. Daardoor waren de musea vanaf 1 januari 1992 genoodzaakt toegangsprijzen te introduceren. Alleen de zondag bleef gratis om zoveel mogelijk mensen toch nog in staat te stellen een bezoek aan de musea te brengen. In de jaren daarna worden de musea geconfronteerd met te geringe inkomsten door tegenvallende bezoekerscijfers. Het publiek blijft weg of komt op de wekelijkse gratis zondag (IFM, 1996). De gratis zondag staat daardoor ter discussie. In 1996 besluiten de *Staatliche Museen* de gratis toegang te beperken tot één zondag per maand en de entreprijzen te

verhogen met 50%. Er komen verschillende toegangsprijzen voor de grote en de kleine musea. Een entreebewijs voor een groot museum geeft op die dag recht op toegang tot alle vestigingen van de *Staatliche Museen*. Dit laatste heeft geen grote verschuivingen in bezoekaantallen tot gevolg. In 2001 verhogen de *Staatliche Museen* de entreprijzen opnieuw met 50%.

Kenmerkend voor de *Staatliche Museen* is dat zij de behoefte aan extra financiële middelen steevast oplossen via prijsverhogingen. Andere opties vallen af. Sponsoring is gezien de economische situatie in de omgeving van Berlijn nauwelijks mogelijk en de winkels en horecagelegenheden in de musea zijn niet in beheer van de stichting. Ook aan de uitgavenkant is het nauwelijks mogelijk te bezuinigen. De krap bemeten, operationele middelen zetten de musea in voor tentoonstellingen en aanwinsten. Het beperken van de administratieve en personeelslasten is op middellange termijn geen optie.

Na de introductie van entreprijzen in 1992 loopt het aantal bezoeken sterk terug (ongeveer een halvering). De bezoekdaling is versterkt doordat het effect van de val van de Berlijnse muur is uitgewerkt. Ook hebben de musea – naar eigen zeggen – de gevolgen ondervonden van substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek. Het publiek komt vooral op de wekelijkse gratis zondag. Bij toeristen vindt hetzelfde substitutie-effect plaats.

Vanaf 1996 valt weer een opwaartse trend in het aantal bezoeken waar te nemen (zie grafiek 5.2). De laatste jaren neemt vooral het lokale bezoek toe. De beperking van de gratis zondag van elke zondag naar één gratis zondag per maand en de prijsstijging van 50% in 1996 hebben geen negatief effect gehad op het totaal aantal bezoeken. Wel is het percentage gratis bezoeken is teruggelopen van 50 naar 40. Daarmee correspondeert een toename van het percentage betaalde bezoeken van 50 naar 60. Deze verhoudingen verschillen per museum. De gratis bezoeken omvatten niet alleen het bezoek van de maandelijkse gratis dag. De *Staatliche Museen* kennen namelijk eveneens een uitgebreid doelgroepenbeleid. Voor bepaalde doelgroepen zijn de musea gratis toegankelijk. Daarnaast heeft 25 tot 33% van het publiek recht op een gereduceerd tarief.

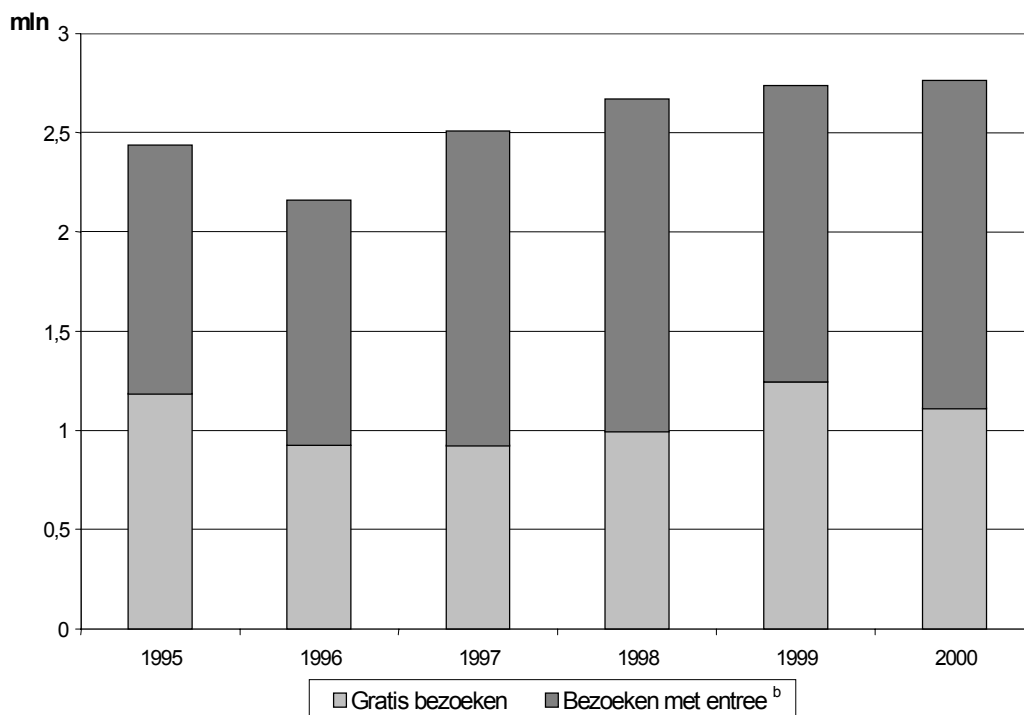
Op de gratis zondag ligt het aantal bezoeken 60% hoger dan op de reguliere zondagen.<sup>14</sup> Karakteristiek voor het publiek op deze dag is de relatief hoge opkomst van middenklasse gezinnen met kinderen. Ook heeft de gratis zondag een grote aantrekkingskracht op het lokale publiek: 25% van de lokale bezoeken vindt plaats op de gratis zondag. De musea hebben de indruk dat het lokale publiek hun bezoek uitstelt tot de gratis zondag. Verder zijn het vaak kleine

---

<sup>14</sup> Dit percentage is vergelijkbaar met het Louvre in Parijs.

groepjes die de gratis dag gebruiken om samen naar het museum te gaan. De kenmerken van het bezoek zijn enigszins anders op de gratis zondag. Het bezoek is iets korter dan op de andere dagen. De kortere bezoekduur op de gratis zondag hangt onder andere samen met het niet gratis beschikbaar stellen van koptelefoons. Op de dagen met entreeheffing zijn de kosten hiervan inbegrepen in de entreprijs. Op die dagen maakt 95% van het bezoek gebruik van de koptelefoons. Op de maandelijkse gratis zondag moeten de bezoekers hiervoor apart betalen. De koptelefoons verlengen het bezoek, doordat het publiek wegens de uitleg langer bij de opgestelde objecten blijft staan.

Grafiek 5.2: Aantal bezoeken Staatliche Museen zu Berlin, 1995-2000<sup>a</sup>



a Over het aantal bezoeken vóór 1995 hebben de *Staatliche Museen* geen cijfers beschikbaar.

b De bezoeken met entree zijn inclusief bezoeken tegen gereduceerd tarief.

Bron: *Staatliche Museen zu Berlin*

#### 5.4.3 Preferentievorming

De *Staatliche Museen* hebben geen uitgebreid beleid om de preferenties van het potentiële publiek te beïnvloeden. Bij de *Staatliche Museen* heerst het idee dat vooral het opleidingsniveau bepalend is voor het bezoek aan de musea. Toch is het educatieve beleid zowel op scholieren als op het reguliere publiek gericht. Het reguliere publiek kan gebruik maken van gratis audiovisuele media (behalve op de gratis zondag) om het bezoek een educatief tintje te geven. Voor

schoolklassen is de toegang gratis. Bij leerlingen tot 14 jaar krijgen de klassen een gratis gids mee. In 2000 zijn de musea door bijna 274.000 scholieren onder begeleiding bezocht; dit is 10% van het totale bezoek. Het bezoekaandeel van de scholieren verschilt sterk per museum: van 0% in het *Neues Museum* tot 45% in het oudheidkundige *Museum für Vor- und Frühgeschichte*. Bij de grotere musea ligt het bezoekaandeel van de scholieren op 20 à 30%.

#### 5.4.4 *Aanpassing aan de preferenties van het publiek*

De musea passen zich ook aan bij de preferenties van het publiek. De *Staatliche Museen* richten zich op het organiseren van evenementen en tentoonstellingen, omdat daar veel mensen op afkomen. De tentoonstellingen zijn zoveel mogelijk gratis toegankelijk. In 2000 waren 60 van de 82 tentoonstellingen gratis toegankelijk. Ook staat er een museumnacht op het programma. Voor kinderen is het *Juniormuseum* opgericht. Specifieke initiatieven voor allochtonen hebben niet het gewenste effect gehad. Voor het Turkse publiek hebben de musea audiovisueel materiaal in het Turks aangeboden. Het Turkse publiek van de musea is echter hoogopgeleid en heeft (juist) geen behoefte aan specifiek Turks materiaal. Het *Museum für Islamische Kunst* trekt evenmin grote groepen allochtonen: slechts 1% van het bezoek aan dit museum is allochtoon.

#### 5.4.5 *Randvoorwaarden*

De *Staatliche Museen* bevinden zich in een bijzondere positie. De repercussies van bijna 50 jaar communisme in Oost-Duitsland en de muur zijn groot. Moderne infrastructuur ontbreekt in Berlijn en de nabije omgeving grotendeels. Na het vallen van de muur is bovendien een groot deel van het bedrijfsleven weggetrokken dat zich in West-Berlijn bevond. Verder hebben de stad en de musea te maken met grote bouwprojecten waaraan forse financiële verplichtingen zijn verbonden. De stichting *Preussischer Kulturbesitz* is bijvoorbeeld in samenwerking met de nationale overheid bezig met de herbouw van het *Museumsinsel*. Dit is een tienjarig project waarvoor in totaal ruim 2 mrd. Duitse mark (ruim € 1 mrd.) begroot is. Behalve het *Museumsinsel* worden ook de andere museumgebouwen gerenoveerd. Daardoor zijn verscheidene musea voor langere tijd gesloten. De *Staatliche Museen* proberen de negatieve effecten hiervan op het aantal bezoeken zoveel mogelijk te beperken door het publiek goed te informeren over de openstelling en de sluiting van musea. Het entreebewijs voor een van de grotere musea dat op dezelfde dag toegang tot alle vestigingen van de *Staatliche Museen* geeft, is een tegemoetkoming voor de ongemakken.

De afgelopen tien jaar is het aantal (voormalige) Oostduitse bezoeken sterk afgenomen. Vóór de hereniging had Oost-Berlijn een grote aantrekkingskracht op Oost-Duitsers. De beschikbaarheid van producten in winkels maakte Berlijn voor de Oost-Duitsers een aantrekkelijke stad om te bezoeken, zelfs als het bezoek plaatsvond in het kader van verplichte museumbezoek aan Berlijnse musea. De verplichte museumbezoeken en de extra aantrekkingskracht van Berlijn zijn na de hereniging verdwenen. Bovendien is de koopkracht in de voormalige Oostduitse staten laag. Daardoor is museumbezoek een luxe geworden. De lokale bevolking legt daarom 25% van de bezoeken af op de gratis zondag. Vanuit de regio rond Berlijn komt weinig bezoek. De grote steden liggen op een te grote afstand om regelmatig een bezoek aan de Berlijnse musea te brengen.

Berlijn heeft zich de afgelopen 50 jaar niet kunnen ontwikkelen tot een grote metropool met een internationale aantrekkingskracht. De *Staatliche Museen* moeten het niet hebben van de buitenlandse toeristen. Gemiddeld is het aandeel toeristen 35%. De meeste toeristen komen uit West-Europa, omdat de andere continenten geen rechtstreekse (lucht)verbinding hebben met Berlijn. Uit Oost-Europa komen vrijwel geen bezoekers; de Oost-Europeanen trekken voor hun vakanties naar andere delen van West-Europa

## 5.5 Samenvatting

In het hoofdstuk zijn de ervaringen met gratis toegang in drie buitenlandse musea besproken. Deze geven een beeld van de situatie in Frankrijk, Groot-Britannië en Duitsland. Tussen het beleid van de musea bestaan overeenkomsten en verschillen. Kort samengevat zijn de belangrijkste bevindingen van dit hoofdstuk:

- Het Louvre en de Franse overheid beschouwen het experiment met een maandelijkse gratis zondag als een groot succes. Op de gratis zondag ligt het aantal bezoeken 60% hoger dan op de zondagen met entreeheffing. Het Louvre is tevreden over de blijvend hoge opkomst op de gratis zondag van vooral jongeren tot 25 jaar en gezinnen met kinderen. De samenstelling van het publiek naar sociaal-economische categorieën wijzigt zich echter niet. Het museum ziet de gratis zondag wegens het jongere publiek als een investering in het toekomstige publiek. Deze investeringsgedachte maakt dat de beperkte extra kosten die voortvloeien uit de gratis zondag acceptabel worden gevonden. Het museum draagt via de gratis entree bij aan de toegankelijkheid voor de gehele bevolking van het Franse cultureel erfgoed. Gelet op het succes bij het Louvre heeft de Franse overheid de maandelijkse gratis zondag ingevoerd in alle rijksmusea.
- Gezien de recente invoering van de permanent gratis toegang voor de gehele bevolking bij het Victoria & Albert Museum is het voorbarig conclusies te

trekken over de effecten van de maatregel. Het moet nog blijken of de grote belangstelling direct na de invoering van de gratis toegang beklijft. Naast de omvang van het publiek is de samenstelling van het publiek relevant. Tot op heden is het museum er niet in geslaagd om meer publiek uit de lagere sociaal-economische groepen aan te trekken. Het moet nog blijken welke sociaal-economische categorieën worden bereikt via de permanente gratis toegang.

- De *Staatliche Museen zu Berlin* bevinden zich in een bijzondere situatie; de val van de muur is zeer bepalend geweest voor de ontwikkeling van het bezoek aan de musea. Op grond van financiële overwegingen is de gratis toegang tot de Staatliche Museen steeds meer ingeperkt. Dit in tegenstelling tot het Louvre en het V&A, waar juist (gedeeltelijke) gratis toegang is ingevoerd. Toch hebben de Berlijnse musea één gratis zondag per maand behouden. Op deze dag ligt het aantal bezoeken 60% hoger dan op een zondag met entreeheffing (vergelijkbaar met het Louvre). Ook de samenstelling van het publiek is anders. Er komen op de gratis zondag meer middenklasse gezinnen met kinderen en lokale bezoekers. De lagere sociaal-economische klassen en allochtonen maken vrijwel geen gebruik van de gratis toegang.



## **6. Gratis toegang in Nederland**

### **6.1 Inleiding**

In de Nederlandse musea staat gratis toegang eveneens in de belangstelling. In 1999 was volgens CBS-cijfers 21% van de Nederlandse musea gratis toegankelijk. Het betreft ongeveer 190 meestal kleinere musea. In 2001 hebben twee Nederlandse musea met permanente gratis toegang geëxperimenteerd. Het Bonnefantenmuseum heeft in maart 2001 op eigen initiatief gratis toegang tot de vaste collectie van het museum geïntroduceerd. Voor tentoonstellingen heft het museum nog wel entree. Het entreesysteem is in een proefperiode tot februari 2002 toegepast en maakt van het Bonnefantenmuseum een interessante casestudy. Het Westfries Museum is vanaf 1 april 2001 voor een proefperiode tot 1 oktober 2001 gratis toegankelijk. De proefperiode is verlengd in afwachting van definitieve besluitvorming door de gemeente Hoorn. Het museum heeft aangegeven tevreden te zijn met het effect op het aantal bezoeken. De gemeente heeft in samenwerking met alle musea in Hoorn een publieksenquête opgesteld voor de evaluatie van het experiment. Naast deze experimenten worden in Nederland ook initiatieven ontplooid die betrekking hebben op doelgroepen of gratis toegang op bepaalde dagen. Een aantal musea heeft gratis entree geïntroduceerd voor jongeren, zoals het Mauritshuis, het Frans Halsmuseum en het Rijksmuseum. Musea zoals het Fries Museum hebben een gratis dag met in de week ingevoerd.

Naast musea ontwikkelen andere instellingen initiatieven om musea beter toegankelijk voor het publiek te maken. Deze projecten richten zich op de stimulering van cultuurdeelname (inclusief museumbezoek) van bepaalde doelgroepen. Het Leidse Museum en School project is een interessant voorbeeld van een initiatief dat zich concentreert op jongeren. Dit project richt zich voornamelijk op de vorming van preferenties en competenties voor museumbezoek bij kinderen. De nadruk ligt op educatie en socialisatie. Het wegnemen van financiële drempels, zowel gratis toegang als het vergoeden van reiskosten, spelen een voorwaardescheppende rol.

Het hoofdstuk is als volgt ingedeeld. Paragraaf 6.2 geeft de ervaringen van het Bonnefantenmuseum, het Westfries Museum en een aantal andere Nederlandse musea weer. In paragraaf 6.3 komen de initiatieven van het Cultureel Jongeren Paspoort, het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming, de Stadspas en de Museumjaarkaart aan bod. Het project Museum en School staat centraal in paragraaf 6.4. Paragraaf 6.5 vat de belangrijkste resultaten van het hoofdstuk samen.

## 6.2 Initiatieven van musea

### 6.2.1 *Het Bonnefantenmuseum en het Westfries Museum*

Het Bonnefantenmuseum is een provinciaal museum voor archeologie en beeldende kunst. De collectie bestaat zowel uit hedendaagse kunst als uit oude kunst en archeologische vondsten. De afdeling archeologie toont bodemvondsten die de bewoningsgeschiedenis van Limburg belichten en heeft daarmee een regionaal karakter. De afdeling hedendaagse kunst heeft juist een collectie met een internationale uitstraling. Jaarlijks ontvangt het Bonnefantenmuseum ongeveer 110.000 bezoeken. Ongeveer 10% van de totale omzet bestaat uit entreegelden.

Het Westfries Museum is een historisch museum met een gevarieerde collectie Westfries erfgoed. Er is een grote hoeveelheid voorwerpen te zien over de geschiedenis van de stad Hoorn, de kunstnijverheid, de schutterij, de Verenigde Oostindische Compagnie, de handel en de archeologie. Het museum ontvangt van de gemeente een budgetsubsidie, die het museum vrij laat in de besteding van de subsidie. Wel is een beheerscommissie ingesteld, waarin ook gemeenteraadsleden zitting hebben. Het museum heeft een omzet van 1,8 mln. gulden (€ 0,8 mln.), waarvan 0,2 mln. gulden (€ 0,1 mln.) bestaat uit eigen inkomsten. Entreegelden leveren per jaar 68.000 gulden (€ 31.000) op.

### 6.2.1 *Financiële drempels*

Beide musea hebben in het experiment hun museum permanent gratis toegankelijk gemaakt. Het Westfries museum gaat met volledige gratis toegang nog een stapje verder dan het Bonnefantenmuseum, waar voor de tentoonstellingen wel entree moet worden betaald.

Het *Bonnefantenmuseum* heeft de gratis entree vanuit zakelijke en ideële overwegingen opgezet. Het idee achter de opzet van gratis toegang is dat de vaste opstelling openbaar bezit is, waarvoor de bevolking via de belastingen reeds heeft betaald. Deze filosofie komt overeen met het Angelsaksische gedachtegoed. De tentoonstellingen daarentegen zijn op initiatief van het museum en brengen extra kosten met zich mee. Daarom wordt een financiële bijdrage voor de tentoonstellingen gevraagd in de vorm van entreegeld. Het museum heeft twee tentoonstellingen waarvoor moet worden betaald. Het is mogelijk om een kaartje te kopen voor één (€ 5) of voor twee (€ 8) tentoonstellingen. Ongeveer 50% van de oppervlakte is in gebruik voor de vaste opstelling en de andere 50% voor tentoonstellingen. Door verlaging van de financiële drempel hoopt het museum dat mensen sneller naar binnen lopen en

daar worden 'verleid' tot een bezoek aan de tentoonstellingen en extra bestedingen in de museumwinkel en horecavoorzieningen. Het Bonnefantenmuseum wil een laagdrempelige kijkplek zijn, waar de bezoeker zijn eigen keuzes kan maken. Het museum vindt permanent gratis toegang voor het publiek duidelijker dan een gratis dag in de week of maand.

Uit de eerste indrukken van een publieksonderzoek dat in december 2001 is uitgevoerd, blijkt dat het publiek enthousiast is over het systeem. De geïnterviewde bezoekers zeggen dat ze van plan zijn vaker terug te komen. Het is de vraag of zij dat ook echt doen. De bezoekcijfers van het Bonnefantenmuseum vallen tegen: het aantal bezoeken is in 2001 nauwelijks hoger dan in het jaar daarvoor. Het museum trekt nog steeds weinig bezoek uit de regio. Dit laatste is opvallend, want juist deze mensen kunnen makkelijk even naar binnen lopen. Georganiseerde groepen toeristen maken wel gebruik van de gratis toegang. De ervaring van het museum is dat deze publieksgroep doorgaans geen bezoek brengt aan de tentoonstellingen en weinig geld in het museum besteedt. Het Bonnefantenmuseum is dan ook niet gelukkig met het bezoek van deze publieksgroep.

Bij de interpretatie van de bezoekcijfers moet rekening worden gehouden met het feit dat het museum in 2001 minder grote publiekstrekkingen bij de tentoonstellingen heeft gehad. Voordat de tentoonstelling 'de Firma Brueghel' in het museum te zien was, kocht 48% van het bezoek een kaartje voor een tentoonstelling. Tijdens de tentoonstelling 'de Firma Brueghel' deed 65% van het bezoek dit. Het museum vermoedt dat de beperkte schaal van het experiment (alleen gratis toegang bij het Bonnefantenmuseum) een verklarende factor is. De beperkte schaal heeft tot gevolg dat het entreesysteem bij weinig mensen bekend is en daardoor minder wervend is. Het Bonnefantenmuseum heeft wel publiciteit aan het systeem gegeven, maar verwacht dat het jaren duurt voordat het algemeen bekend is. Wanneer het systeem landelijk of bij een aantal grote musea zou worden toegepast, zou het probleem van de onbekendheid snel worden opgelost.

Het *Westfries Museum* is op initiatief van de beheerscommissie van het museum sinds 1 april 2001 gratis toegankelijk. In beginsel was het de bedoeling om een dag in de week gratis toegankelijk te zijn, maar uiteindelijk bleek ook permanente gratis toegang financieel haalbaar te zijn. Ook de tentoonstellingen van het museum zijn gratis te bezichtigen. De gratis toegang heeft een ideële insteek. De beheerscommissie van het museum is van mening dat het openbaar kunstbezit voor iedereen gratis toegankelijk moet zijn. Dit is drempelverlagend en heeft een groot educatief effect.

Het Westfries Museum claimt een stijging van het aantal bezoeken met 25%. Het museum heeft laten weten dat er relatief meer mensen uit de regio komen, meer gezinnen met kinderen en dat ook touroperators het museum in hun programma hebben opgenomen. In tegenstelling tot het Bonnefantenmuseum vindt het Westfries Museum dit laatste geen probleem. Voorheen kwamen de touroperators niet naar het Westfries Museum. De bezoeken vinden volgens museum ook beter verspreid over de dag plaats. De gemeente Hoorn is daarentegen van mening dat de toename van de bezoeken niet zozeer komt door de gratis toegang, maar dat tentoonstellingen en de extra publiciteit een grotere rol hebben gespeeld. Uit een publieksenquête blijkt dat slechts 8% van de ondervraagden wegens de gratis toegang komt en dat maar 30% van het bezoek op de hoogte is van de gratis toegang. Uit de resultaten blijkt ook dat er geen substitutie plaatsvindt tussen het bezoek aan de verschillende musea in Hoorn. Het Westfries Museum onttrekt door de gratis entree geen bezoek aan de andere musea. Daarvoor zijn de doelgroepen van de musea te verschillend. In 1998 bezochten 45.000 mensen het Westfries Museum; in 1999 werd het museum 50.000 keer bezocht. In 2000 valt het aantal bezoeken terug naar 44.500 en neemt het vervolgens in 2001 weer toe tot ruim 52.000. Ondanks de gratis toegang verstrekt het museum nog wel toegangsbewijzen. De bezoeken worden daardoor redelijk accuraat geteld; de bezoekcijfers zijn vergelijkbaar met voorgaande jaren.

Beide musea dragen zelf zorg voor de financiering van de gratis entree. Het Westfries Museum vangt de misgelopen inkomsten, geschat op 68.400 gulden (ruim € 31.000), op uit de eigen middelen. Het museum stelt dat de extra bezoeken meer inkomsten van de winkel opleveren en dat kosten worden bespaard bij het kassapersoneel. Daarnaast vraagt het museum een vrijwillige bijdrage. Op jaarbasis levert dit circa 18.000 gulden (Bijna € 8.200) op.

Het entreesysteem van het Bonnefantenmuseum zou zichzelf moeten bedruipen. Inkomsten uit de tentoonstellingen, de museumwinkel en de pacht van het café moeten de gedeerde entreegelden compenseren. Deze inkomsten vallen door het tegenvallende aantal bezoeken lager uit dan begroot. De uitgaven per bezoek zijn wel gestegen en ook de totale inkomsten zijn toegenomen, maar niet voldoende om de gedeerde entreegelden te compenseren.

Na de evaluatie heeft het Bonnefantenmuseum de knoop doorgehakt om het experiment beëindigen en weer terug te gaan naar het 'oude' systeem. Aan de beslissing liggen drie overwegingen ten grondslag:

- De resultaten voldoen om verschillende redenen niet aan de verwachtingen: het museum trok in 2001 slechts 1.000 bezoeken meer dan het jaar daarvoor.
- Voorts is het oneigenlijk gebruik van de gratis toegang door georganiseerde groepen toeristen een reden om het experiment niet voort te zetten.

- De provincie Limburg heeft bovendien vergevorderde plannen om de provinciale musea in Limburg te verplichten een aantal dagen per jaar gratis toegankelijk te zijn. Ook de ontwikkelingen op landelijk niveau spelen een rol. Het museum ziet aanzienlijke voordelen als de gratis toegang op grotere schaal wordt uitgevoerd. Ook de eventuele compensatie voor gedeelde inkomsten speelt een rol.

In Hoorn staat het vervolg van de gratis toegang in de gemeente nog niet vast. Het experiment is verlengd, zodat eventueel kan worden aangesloten bij landelijk beleid. De gemeente Hoorn is niet van plan in de toekomst de gedeelde inkomsten door gratis toegang te vergoeden.

### 6.2.2 *Preferentievorming*

Scholen kunnen zowel het Bonnefantenmuseum als het Westfries Museum tegen gereduceerd tarief bezoeken. Het Bonnefantenmuseum is altijd actief geweest voor het basis- en voorgezet onderwijs. Jongeren en scholen krijgen korting op de toegang en er zijn speciale programma's. Voorheen ontving het museum 15.000 bezoeken van jongeren op een totaal aantal bezoeken van ruim 110.000. Het afschaffen van de provinciale subsidie op het busvervoer naar het museum heeft een negatieve invloed uitgeoefend op het aantal schoolbezoeken. Ook voor volwassenen ontwikkelt het museum programma's om een bezoek aantrekkelijker te maken. Het educatiebeleid heeft financiële grenzen; inhoudelijk en publicitair is het kostbaar.

Het Westfries Museum neemt deel aan het Kunstenplan van de gemeente Hoorn. Het streven is dat leerlingen in het basisonderwijs kennis maken met het hele scala van cultureel aanbod. Elk schooljaar bezoekt een leerling een andere cultuurvorm, waaronder musea. De gemeente vergoedt de helft van het entreegeld. Het museum draagt zorg voor speciale programma's voor schoolbezoeken in het kader van het Kunstenplan. Bijna alle scholen (98%) in Hoorn nemen deel aan het Kunstenplan. Dit plan heeft raakvlakken met het Leidse Museum en School project. Leerlingen bezoeken echter in Hoorn minder frequent de musea, terwijl en het entreegeld maar gedeeltelijk wordt vergoed. Ook bestaat er geen tegemoetkoming in de reiskosten. Dit punt speelt minder sterk in Hoorn, omdat iedereen door de beperkte afstand op de fiets kan komen. Het Westfries Museum voorziet via museumpresentaties en tentoonstellingen in kennisoverdracht aan de rest van het publiek. Hulpmiddelen daarbij zijn museumteksten, audio en video. Bij groepsbezoeken kan de bezoeker gebruik maken van rondleidingen. Ook stelt het Westfries Museum kijkwijzers en puzzelbladen beschikbaar.

### *6.2.3 Aanpassing aan de preferenties van het publiek*

Zowel het Bonnefantenmuseum als het Westfries Museum passen zich niet aan bij de preferenties van het publiek. Het Bonnefantenmuseum is van mening dat mensen uit zichzelf het museum binnen moeten komen. Het museum richt zich primair op mensen die geïnteresseerd zijn en graag in het museum komen en verblijven. De doelgroep allochtonen is voor het Bonnefantenmuseum minder relevant dan voor musea in de Randstad, omdat er in Zuid-Limburg weinig allochtonen wonen.

### *6.2.4 Randvoorwaarden*

Het systeem van vrije toegang in het Bonnefantenmuseum is vooral interessant voor bezoekers uit de regio. Bezoekers kunnen nog eens terugkomen om een object te bekijken, koffie te drinken in het grand café of het gebouw te bekijken. Daarom is het verbazingwekkend dat het aandeel bezoeken van de lokale bevolking niet is toegenomen. De thuismarkt van het museum moet zich echter nog ontwikkelen. Het museum is relatief jong. Limburgers zijn bovendien geen museumbezoekers. Het museum ligt niet in het centrum en mensen lopen dus niet zomaar even naar binnen. Het duurt nog wel enige jaren voordat het museum(bezoek) deel uitmaakt van de vrijetijdsbesteding. Ongeveer 50% van het bezoek komt uit de Randstad. Dit bezoek reist meestal één keer per jaar af naar het Zuiden om (onder meer) het Bonnefantenmuseum te bezoeken. Het museum probeert ook te profiteren van het grote aantal toeristen dat in Maastricht verblijft. Daarnaast komt een deel van het bezoek uit België en Duitsland. Het aantal bezoeken uit deze landen wisselt met de tentoonstellingen en de publiciteit in het buitenland. De verhouding tussen lokale bezoeken, bezoeken uit de Randstad en bezoeken uit het buitenland bedraagt bij de recente Brueghel tentoonstelling respectievelijk 25%, 50% en 25%. Deze verhouding is ook het streven van het museum, maar wordt niet altijd gehaald.

Het Bonnefantenmuseum heeft een actief marketingbeleid. Het maakt gebruik van contacten met het VVV Maastricht, VVV Limburg en de provincie Limburg, om te profiteren van de toeristische aantrekkingskracht van Maastricht. Daarnaast worden de tentoonstellingen intensief onder de aandacht gebracht van het potentiële publiek; afhankelijk van het onderwerp zowel in het buitenland als in heel Nederland. Afhankelijk van de tentoonstelling ontvangt het museum van de provincie extra middelen voor promotie, naast de reguliere subsidie. De ervaring leert dat promotie een positieve invloed heeft op de bezoekaantallen. Dit is bijvoorbeeld het geval bij de tentoonstelling 'de Firma Brueghel'.

Het Westfries Museum is een typisch streekmuseum met een op de streek georiënteerde collectie. Daarnaast is Hoorn met haar monumentale kern en ligging aan het IJsselmeer, een toeristisch stadje. Het museum kreeg veel publiciteit door de ophef die de gratis entree met zich meebracht. Aan echte marketing is weinig gedaan, juist omdat het politiek zo gevoelig lag. De landelijke aandacht heeft niet geresulteerd in meer bezoek uit de rest van Nederland.

#### 6.2.5 Voorbeelden van gratis toegang bij andere musea

Andere musea, bijvoorbeeld het Mauritshuis, het Frans Halsmuseum en het Rijksmuseum, hebben gratis entree geïntroduceerd voor jongeren. De maatregel voor deze doelgroep heeft een tweeledig effect. Enerzijds wordt de financiële drempel weggenomen voor (wat oudere) jongeren zelf, gezinnen met kinderen of scholen. Anderzijds beïnvloedt het de preferenties van de doelgroep en leidt het tot een socialisatieproces. De omvang van het effect op het aantal bezoeken is sterk afhankelijk van het al dan niet bestaan van gratis entree voor scholen voorafgaande aan de invoering van gratis entree voor de jeugd. Het Rijksmuseum kende reeds gratis toegang voor scholen. Mede daardoor is het effect van de gratis entree voor jongeren bescheiden: circa 10.000 extra bezoeken. Het Mauritshuis kende geen gratis toegang voor schoolklassen, maar kan nu rekenen op een grote belangstelling uit deze hoek. De categorie jeugd vormde in 2000 nog geen 7% van het bezoek. In 2001 is dat percentage gestegen tot 10. Sinds 1999 is het Frans Halsmuseum voor jongeren onder de 18 jaar gratis toegankelijk. Het museum wil daarmee het bezoek voor ouders met kinderen aantrekkelijker maken. Voor schoolklassen was het bezoek altijd al gratis. Bij vergelijking van de bezoekcijfers van vóór en na introductie van de gratis toegang blijkt dat het aantal bezoeken van jongeren in 1999 niet op een hoger niveau ligt dan in de jaren daarvoor. In 2000 daarentegen is het aantal bezoeken van jongeren toegenomen met 78%. Deze stijging komt vooral door een toename van de individuele bezoeken. Het expositieprogramma speelt hierin een rol: de tentoonstelling 'Kinderen op hun mooist' trok in 2000 heel veel jeugdig publiek. Het jaar daarop is het aantal bezoeken van jongeren drastisch gedaald, zelfs onder het niveau van 1999. De aard van een tentoonstelling lijkt meer bepalend te zijn voor het bezoek van jongeren dan de gratis toegang.

Andere musea kiezen voor gratis toegang op bepaalde dagen of dagdelen. Het Fries Museum is hier een voorbeeld van. Het museum is sinds 1 januari 2002 voor iedereen elke woensdag gratis toegankelijk. Het museum heeft voor de woensdag gekozen om een aantal redenen:

- Woensdag is het rustig in het museum en zou meer bezoek kunnen worden ontvangen.
- Schoolkinderen zijn op woensdagmiddag vrij. Het museum wil kinderen vaker en op jongere leeftijd in het museum zien.

- Een doordeweekse dag werkt ‘normaliserend’. Mensen wandelen relatief laagdrempelig het museum binnen – bijvoorbeeld een kort bezoek tijdens de lunchpauze of na het werk – om een nieuwe aanwinst te aanschouwen.

Over het effect van maatregel in het Fries Museum kunnen op dit nog geen zinvolle uitspraken worden gedaan.

## **6.3 Andere initiatieven**

### *6.3.1 Inleiding*

Naast de afzonderlijke musea proberen ook andere instanties het bezoek aan musea en andere culturele instellingen te stimuleren. De projecten richten zich op bepaalde doelgroepen. Het Cultureel Jongeren Paspoort (CJP) en het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV) hebben de ambitie om de preferenties en participatie van jongeren te beïnvloeden. De Amsterdamse Stadspas wil onder meer de cultuurdeelname van mensen met een laag inkomen, een hoge leeftijd, een lage opleiding of van allochtone afkomst stimuleren. De Museumjaarkaart richt zich op een breder publiek. Iedereen kan voor circa € 32 een kaart aanschaffen die vervolgens een jaar lang gratis toegang biedt tot 440 aangesloten musea. Jongeren onder de 25 jaar betalen ongeveer de helft. Daarnaast bestaan nog twee varianten van de Museumjaarkaart – de gratis RABO-kaart en de gratis NS-kaart – die recht geven op 50% korting op de toegangsprijs.

### *6.3.2 Cultureel Jongeren Paspoort*

De organisatie van het Cultureel Jongeren Paspoort (CJP) heeft recent vouchers verstrekt aan haar leden en CKV-leerlingen. Dit biedt een CJP-lid de mogelijkheid om met twee personen het Groninger Museum te bezoeken voor de prijs van één. In totaal zijn er 820.000 vouchers verspreid via de CJP-gids. Door de financiële drempel te verlagen en jongeren te attenderen op de mogelijkheden tracht het CJP het bereik van musea onder jongeren te vergroten. In totaal hebben 800 jongeren bij het museum een bon ingeleverd. De organisatoren zijn tevreden met het resultaat van de actie.

### *6.3.3 Culturele en Kunstzinnige Vorming*

Het ministerie van OCenW stimuleert in het kader van het project Cultuur en School de uitwisseling tussen school en culturele omgeving. Het gaat om een vakkenbrede aanpak in het primair en voortgezet onderwijs. Het betreft



uiteenlopende vakken en leergebieden; het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming is daar één van. Het ministerie van OCenW stimuleert onder meer het bezoek aan culturele instellingen via een vraaggestuurd subsidieschema in de vorm van vouchers. De inzet van vouchers bij het tweede fase vak CKV (havo, vwo) is inmiddels geëvalueerd.

De doelstelling van het vak is jongeren ervaring en kennis van culturele activiteiten te laten opdoen. CKV richt zich op het beïnvloeden van preferenties van jongeren door educatie. Het wordt daarbij ondersteund door het verlagen van financiële drempels. Leerlingen zijn verplicht een aantal bezoeken te brengen aan culturele instellingen. Voorzien is dat de bezoeken aanzienlijke kosten met zich meebrengen voor de leerlingen. Als tegemoetkoming in de kosten ontvangen de leerlingen van OCenW vouchers ter waarde van 50 gulden (€ 23). Daarnaast ontvangen leerlingen een CJP/CKV-pas die kortingen bij culturele activiteiten biedt. De vouchers zijn één schooljaar geldig.

In het schooljaar 1998/1999 is in acht gemeenten een experiment met het uitreiken van CJP-passen onder de CKV-leerlingen ondernomen. Uit de evaluatie blijkt dat leerlingen die een CJP hebben gekregen 20% vaker een culturele instelling bezoeken dan de controlegroep die niet over CJP-pas beschikt. Leerlingen met een zelf aangeschafte CJP blijken nog vaker een culturele instelling te bezoeken (Ganzeboom *et al.* 2001).

Uit het eerste deel van het Volgonderzoek CKV1 (Ganzeboom *et al.* 2001) blijkt dat de leerlingen vaak voor een populaire invulling van het vak kiezen. In principe bepalen de leerlingen zelf of zij naar het populaire of het traditionele cultuuraanbod gaan. Docenten kunnen er echter voor kiezen de bonnen niet aan individuele leerlingen uit te reiken, maar geheel of gedeeltelijk in te zetten voor collectieve besteding. Circa de helft van de bezoeken valt in het schooljaar 1999/2000 onder het populaire kunstaanbod: popmuziek, cabaret en vooral veel bioscoopbezoek. Een derde van de bonnen komt terecht bij bioscopen. Een kritische kanttekening daarbij is dat CKV1-ers vergeleken met de controlegroep niet vaker naar de film gaan en ook niet naar andere films. Slechts 4% van de bonnen wordt in het jaar 1999-2000 gebruikt voor bezoeken aan musea. Wel hebben de CKV1-leerlingen vaker dan de controlegroep serieuze culturele activiteiten bezocht, vooral theater en musea. Tevens is onderzocht of de houding van de leerlingen ten opzichte van cultuur is veranderd. Het blijkt dat het oudere cohort – in tegenstelling tot het jongere cohort – positiever tegenover kunst en cultuur staat. Het effect beperkt zich echter tot de korte termijn en heeft niet tot frequenter bezoek geleid. In het schooljaar 2000/'01 hebben de deelnemers 7% van de vouchers besteed aan museumbezoeken. Theater en bioscopen of filmhuizen zijn nog altijd meer in trek: CKV-leerlingen gebruikten hiervoor respectievelijk 35% en 31% van hun vouchers. Voor het geringe gebruik

van de vouchers voor museumbezoek bestaan twee verklaringen. Ten eerste zijn veel musea al gratis toegankelijk voor de schoolgaande jeugd. Ten tweede zijn de coupures van de vouchers te groot: musea zijn al goedkoop voor de doelgroep, waardoor zij niet snel geneigd zijn een voucher in te zetten voor een museumbezoek.

#### *6.3.4 Stadspas Amsterdam*

Een aantal grote steden verstrekt aan doelgroepen met een beperkte koopkracht stadspassen die recht geven op korting op culturele, sportieve en recreatieve voorzieningen. De onderscheiden doelgroepen en de kosten van een stadspas (soms gratis) kunnen per gemeente verschillen. In Amsterdam kunnen uitkeringsgerechtigden, personen die in aanmerking komen voor kwijtschelding van de gemeentebelastingen, 65-plussers en inburgeraars volgens de Wet Instroom Nieuwkomers gratis aanspraak maken op de Amsterdamse Stadspas. De doelstelling van de pas is het gebruik van culturele, sportieve en recreatieve voorzieningen door Amsterdammers met een laag inkomen, een hoge leeftijd, een lage opleiding of van allochtone afkomst, te stimuleren door de financiële drempel te verlagen. Op dit moment bezit bijna 80% van de rechthebbenden daadwerkelijk een stadspas. In totaal zijn 165.000 Stadspassen in omloop. Met de Stadspas krijgt de bezitter korting bij circa 350 instellingen, bedrijven en (sport)verenigingen. In het Amsterdams Historisch Museum en het Stedelijk Museum geeft de pas het hele jaar recht op gratis toegang. De entreegegevens van het Amsterdams Historisch Museum zijn alleen over 1999 bekend: in totaal zijn ongeveer 400 bezoeken afgelegd in dat jaar. Het Stedelijk Museum scoorde in 1999 bijna 2000 bezoeken. Op dit moment realiseert het Stedelijk Museum circa 450 bezoeken per maand. Daarnaast heeft het Bureau Stadspas elke maand speciale acties. Met een cheque kunnen Stadspashouders gebruik maken van een uiteenlopend aanbod van extra kortingen. Het aanbod wisselt van theater, concert, film, recreatie tot gratis entree bij musea. De musea retourneren de cheques; deze vormen de factureringsgrondslag voor de vergoeding die het Bureau Stadspas aan de musea betaalt. De opkomst varieert sterk. Bureau Stadspas geeft aan dat er in het algemeen weinig gebeurt als museumbezoeken gratis worden gemaakt. Het wegnemen de financiële drempels heeft nauwelijks effect op het museumbezoek van de pasbezitters. Alleen bij gerichte acties met 'extraatjes' die aansluiten bij de preferenties van de pasbezitters neemt het museumbezoek toe, vooral bij bejaarden.

#### *6.3.5 Museumjaarkaart*

De museumjaarkaart is in 1981 ingevoerd om de interesse voor musea te stimuleren en meer mensen vaker musea te laten bezoeken. De

museumjaarkaart (MJK) biedt houders gratis toegang tot meer dan 400 Nederlandse musea. Voor tentoonstellingen moet soms worden bijbetaald. De kaart is te koop voor 70 gulden (€ 31,75); jongeren onder de 25 betalen 30 gulden (€ 13,60). Naast de reguliere kaart bestaan ook nog de zogenaamde RABO-kaart en NS-kaart. De Europashouders van de Rabobank krijgen vanaf 1991 een gratis museumjaarkaart. Tot 2000 gaf deze kaart ook recht op gratis toegang, maar daarna is dat recht teruggebracht tot 50% korting. De gratis NS-kaart bestaat sinds 1997. De houders van de kaart hebben vanaf 2001 50% korting. Vóór die tijd was de entree met de NS-kaart gratis.

Musea ontvangen van de Stichting Museumjaarkaart een vergoeding voor de gedeerde entreegelden bij bezoeken van museumjaarkaarthouders. De vergoeding komt neer op circa 60% van de gedeerde entreegelden. De museumjaarkaart is voor de aangesloten musea rendabel als de extra bezoeken die kaart genereert, gepaard gaan met voldoende extra bestedingen in de horecavoorzieningen en de museumwinkel. Daardoor plukken vooral de wat grotere musea financieel de vruchten van de museumjaarkaart (Berkhout en Kok 2000).

Het aandeel bezoeken van museumjaarkaarthouders in het totaal aantal bezoeken is sinds 1991 van 7% toegenomen tot 20% in 2000. Terwijl het totaal aantal bezoeken de laatste jaren is gedaald is het aandeel museumjaarkaartbezoeken licht gestegen. De bezitters van een museumjaarkaart blijken een relatief vaste groep van frequente museumbezoekers te zijn. Vanaf 1991 is het aantal bezoeken van museumjaarkaarthouders gestegen van bijna 1,5 mln. bezoeken naar ongeveer 3,5 mln. bezoeken in 2000. De grootste stijging heeft zich voorgedaan vanaf 1995 tot 1999. In eerste instantie steeg zowel het reguliere MJK-bezoek als het Rabo-kaart bezoek. Later vindt er een zekere mate van substitutie plaats tussen het reguliere MJK-bezoek en het Rabo-kaart- en NS-kaartbezoek. In totaal stijgt het bezoek van museumjaarkaarthouders.

De houders van een museumjaarkaart zijn over het algemeen 'liefhebbers' van musea. Pas wanneer bezitters van de reguliere museumjaarkaart in een jaar een flink aantal museumbezoeken afleggen, halen zij de kosten van de kaart eruit. Voor mensen die nooit musea bezoeken is de reguliere museumjaarkaart wegens de kosten niet interessant. Het is niet waarschijnlijk dat de reguliere kaart nieuwe doelgroepen trekt. De kans op nieuw museumbezoek is wat groter bij de Rabo-kaart en de NS-kaart. De museumjaarkaart heeft een positief effect op de bezoekfrequentie van de houders.

Van een eventuele gratis dag in de week of in de maand vreest de Stichting Museumjaarkaart weinig concurrentie. De museumliefhebbers zijn betrekkelijk prijsongevoelig en zullen de drukke gratis dag vooral mijden.

#### **6.4 Project Museum en School – Gemeente Leiden**

Eind 1997 heeft het ministerie van OCenW in het kader van de Cultuurnota 1993-1996 *Investeren in cultuur* een convenant met de provincie Noord-Holland, de provincie Zuid-Holland, de gemeente Haarlem en de gemeente Leiden afgesloten. Onderdeel van dit convenant is de afspraak tussen de gemeente Leiden en het ministerie van OCenW om samen het project Museum en School te subsidiëren. Het project Museum en School ontvangt voor vier jaar een budget van 0,7 mln. gulden (€ 0,3 mln.). De basisschoolleerlingen uit groepen 3 tot en met 8 kunnen aan de hand van speciaal op de groepen toegesneden programma's zes Leidse musea bezoeken. Doel is het structureel inpassen van het museumbezoek in het lesprogramma van de basisscholen.

Zes rijks- en gemeentegesubsidieerde musea geven aan alle basisscholen in Leiden en omstreken gratis toegang. Daarnaast heeft elk museum voor één van de groepen van het basisonderwijs een speciaal programma opgesteld. Door de gekozen opzet is het mogelijk dat een schoolkind gedurende de basisschoolperiode elk jaar een ander museum bezoekt. De nadruk ligt op het beïnvloeden van de preferenties van de jeugd. Het accent van Museum en School ligt op kinderen laten ervaren dat museumbezoek leuk en leerzaam is en hen vertrouwd maken met musea. Voor de voorbereiding, begeleiding en verwerking van het bezoek is uiteenlopend educatief materiaal ontwikkeld. Daardoor is het project duidelijk meer dan alleen een museumbezoek. Voor groep drie komt er bijvoorbeeld voorafgaande aan het museumbezoek een museummedewerker op school langs die ter voorbereiding van het bezoek vertelt wat een museum is, hoe het eruit ziet, wat wel en niet mag en waar de wc en garderobe zich bevinden. Door de goede voorbereiding en aandacht voor de verwerking van het bezoek blijft de stof langer hangen. Het onderwijsveld heeft bij de voorbereiding van het project een belangrijke rol gespeeld. Na intensieve samenwerking tussen vertegenwoordigers uit de museumwereld, de gemeente en het onderwijs is een plan van aanpak tot stand gekomen. Daarbij zijn ook knelpunten bij het vervoer en het budget van scholen aan de orde gekomen.

Het project is succesvol in het bereiken van een groot deel van de basisschoolleerlingen van de gemeente Leiden. In de schooljaren 1997/98 en 1998/99 hebben 31 van de 32 basisscholen in Leiden zich voor het project ingeschreven. In totaal hebben in het eerste jaar ruim 6.200 leerlingen aan het project deelgenomen, dit is 92% van de totale doelgroep. Een jaar later is de

deelname gedaald tot 78%. Deze daling komt bijna geheel voor rekening van twee van de zes musea. Het evaluatieonderzoek geeft als verklaring dat de leerkrachten de programma's van beide musea te zwaar vinden voor hun leerlingen (Ranshuysen 2000). In de schooljaren 1999/2000 en 2000/'01 hebben alle basisscholen uit de gemeente Leiden deelgenomen aan het project. Daarnaast hebben diverse scholen uit de omgeving van Leiden meegedaan. In 1999/2000 bezochten 11.000 scholieren in schoolverband de musea en voor 2000/01 wordt verwacht dat het aantal deelnemende leerlingen zal stijgen naar 15.000. Ter vergelijking: Leiden telt circa 10.000 basisschoolleerlingen. Ook basisscholen uit het speciaal onderwijs zijn uitgenodigd om aan het project deel te nemen. In het schooljaar 1997/98 bereikt het project 36% van de leerlingen in het speciaal onderwijs. In 1998/'99 is dit percentage toegenomen tot 58. De musea hebben een inhoudelijk programma ontwikkeld dat aangepast is of kan worden aan het lesniveau van moeilijk lerende kinderen. Ook op praktisch gebied is het project geschikt gemaakt voor de leerlingen van het speciaal onderwijs.

Behalve de bevordering van het schoolbezoek is de stimulering van het buitenschoolse bezoek een belangrijke doelstelling van het project. In de evaluaties zijn docenten en museummedewerkers gevraagd of zij denken dat basisschoolleerlingen buiten school om het museum opnieuw bezoeken. Zowel de docenten als de museummedewerkers achten het waarschijnlijk dat kinderen met hun ouders in het museum terugkomen. Een meerderheid van de docenten (90%) meent dat kinderen worden gestimuleerd om nog eens terug te komen. Zij maken dit op uit de enthousiaste reacties van de leerlingen en reeds gerealiseerde herhalingsbezoeken. Kinderen willen vaak terugkomen om nog onvoltooide speurtochten af te maken. De actie van één van de musea om een vrijkaartje voor het hele gezin mee te geven wordt positief gewaardeerd. In ieder geval is sprake van een stimulans voor het klassikaal museumbezoek. Een derde van de ondervraagde docenten bezocht voorheen nooit een museum met de klas (Ranshuysen 2000).

Voor het vierjarige project hebben de gemeente Leiden en het ministerie van OCenW 0,7 mln. gulden (€ 0,3 mln.) begroot. Het bedrag bestaat uit een bijdrage van de gemeente Leiden en van het ministerie van OCenW. Tabel 6.1 geeft een overzicht van de per jaar begrote kosten van het project. In het eerste jaar zijn de totale kosten hoger dan in de drie daarop volgende jaren in verband met eenmalige ontwikkelingskosten van de programma's, ontwerpkosten van informatie- en promotiemateriaal, en de startmanifestatie om het project bekendheid te geven.

Tabel 6.1: *Subsidie Museum en School*

Jaar	Totaal	Subsidie gemeente Leiden	Subsidie OCenW
1997/'98	286.000	125.000	161.000
1998/'99	138.000	60.000	78.000
1999/'00	138.000	60.000	78.000
2000/'01	138.000	60.000	78.000
Totaal	700.000	305.000	396.000

Bron: Gemeente Leiden

Tabel 6.2 toont de gedetailleerde begroting van het project. We lichten de begroting op een aantal punten kort toe. Voor de inkomstenderving ten gevolge van het gratis schoolbezoek ontvangen de musea een vergoeding van 2,50 gulden (€ 1,15) per leerling. In totaal is hiervoor 3.750 gulden (€ 1.700) begroot. Daarnaast krijgen musea een vergoeding van 5.000 gulden (€ 2.300) voor het aantrekken van gespecialiseerde begeleiders.

Museum en School heeft eveneens geld uitgetrokken voor de ontwikkeling en het onderhoud van de programma's alsmede voor deskundigheidsbevordering van de docenten. Het laatste gebeurt via bijeenkomsten waar docenten en museummedewerkers hun ervaringen uitwisselen. Vervoer naar de musea stuitte soms op financiële bezwaren. Daarom is per jaar 10.000 gulden (€ 4.500) gereserveerd voor de vervoerskosten van de leerlingen. Vervoerskosten mogen geen reden zijn om niet deel te nemen aan het project. Scholen kunnen een beroep doen op een vergoeding voor de gemaakte vervoerskosten op basis van de tarieven van het openbaar vervoer.

Tabel 6.2: *Begroting Museum en School (x 1.000 gulden)*

	1ste jaar	2e t/m 4e jaar
<i>Totale bijdrage aan (6) musea</i>		
Eenmalige bijdrage ontwikkelingskosten	150	-
Bijdrukken/ onderhoud materiaal	-	23
Deskundigheidsbevordering	10	10
Begeleiders in het museum	30	30
Inkomstenderving	22,5	22,5
<i>Algemene kosten</i>		
Startmanifestatie en voorlichtingsbijeenkomst	6	2
Druk/ ontwerpkosten promotie en informatiemateriaal	25	8
Projectorganisatie en promotie	22,5	22,5
Kosten vervoer kinderen	10	10
Evaluatiekosten	10	10
Totaal (excl. eigen bijdrage musea)	286	138
<i>Eigen bijdrage (6) musea</i>		
Vorbereidingskosten project	60	60
Vorbereidingskosten groepenbegeleiding/organisatie	60	60
Kosten bijhouden project	60	60

Bron: Gemeente Leiden

De subsidies van de gemeente Leiden en het Ministerie van OCenW dekken echter bij lange na niet de totale kosten van het project. Vorbereidingskosten voor het project, vorbereidingskosten voor groepenbegeleiding en organisatie en kosten voor het bijhouden van de projecten zijn voor eigen rekening van de musea. De totale kosten die jaarlijks ten laste van de musea komen, bedragen 180.000 gulden (€ 82.000), dit komt per museum neer op een bedrag van 30.000 gulden (€ 14.000).

Wegens het succes van het project Museum en School hebben de deelnemers besloten voor de komende vier jaar opnieuw een convenant af te sluiten. De gemeente Leiden concludeert dat het gratis beschikbaar stellen van lesmateriaal, begeleiding en entree effectief is. Alle basisscholen in Leiden en ook scholen uit de omgeving nemen thans deel. Het project Museum en School bereikt een deelname van de leerlingen van 100%: zowel autochtone als allochtone leerlingen bezoeken de musea. Gebleken is dat de reiskostenvergoeding een belangrijke factor is voor de hoge gerealiseerde deelname. De verwijdering van financiële en praktische bezwaren voor scholen om musea te bezoeken bleek effectief. Ook de musea zijn enthousiast over het continueren van het project. De jaarlijkse bijdrage per museum is verhoogd naar 40.000 gulden (€ 18.000).

De begroting is in vergelijking met de vorige op een aantal punten gewijzigd. In plaats van zes doen er in de komende periode zeven musea mee. Dit brengt hogere kosten op alle posten met zich mee. Het programma is uitgebreid, zodat groep 1 tot en met 8 van het basisonderwijs aan het project kunnen deelnemen. Voorzien is dat de reiskosten aanzienlijk toenemen, omdat er meer en ook kleinere kinderen deelnemen. Voor de reiskosten is voor de komende periode een bedrag van 20.000 gulden (€ 9.000) per jaar begroot. Ook de post informatie- en promotiemateriaal is verhoogd, omdat niet kan worden volstaan met het promotiemateriaal van het eerste jaar met een geringe aanvulling.

Het project Museum en School heeft tot doel kinderen ervaring te laten opdoen met museumbezoek. Dit levert een bijdrage aan de vorming van de preferenties en de culturele competenties van de leerlingen. Naast gratis toegang is ook voorzien in een vergoeding voor de vervoerkosten. De nadruk ligt sterk op het inhoudelijke programma. Musea, het onderwijsveld en de gemeente zijn zeer tevreden over de resultaten. De participatie is hoog en er bestaan er sterke aanwijzingen dat kinderen worden gestimuleerd buiten schooltijd musea te bezoeken.

## **6.5 Samenvatting**

In het hoofdstuk zijn de Nederlandse ervaringen met gratis toegang aan de orde gekomen. Het betreft zowel initiatieven van afzonderlijke musea als bredere initiatieven tot stimulering van cultuurdeelname en verwante projecten in schoolverband. In tegenstelling tot Frankrijk en Groot-Brittannië kent Nederland op dit moment geen nationaal beleid op het gebied van het wegnemen van de financiële drempels voor museumbezoek. Veel van de huidige Nederlandse initiatieven missen daardoor de kritische massa om van gratis toegang een succes te maken. Het hoofdstuk leidt tot de volgende conclusies:

- Individuele initiatieven van musea blijken heel veel van de musea te vragen om van gratis toegang een succes maken. Vooral de financiering, en ook de communicatie richting het publiek vragen van de afzonderlijk musea buitengewoon grote inspanningen. Het Bonnefantenmuseum heeft daaruit de conclusie getrokken dat het op eigen kracht vrijwel onmogelijk is om van gratis toegang een succes te maken. Dit is alleen weggelegd voor topmusea, zoals het Louvre.
- Gratis toegang voor jongeren heeft vooral effect op het aantal bezoeken als het tot meer schoolbezoek leidt. Als het schoolbezoek al gratis was, is het effect op de bezoekcijfers bescheiden. Dat komt doordat bij het buitenschoolse museumbezoek de volwassen begeleiders de volledige toegangsprijs moeten betalen.



- Gratis toegang voor achterstandsgroepen leidt niet tot een wezenlijke stijging van het museumbezoek van deze groepen. De ervaringen met de Amsterdamse Stadspas illustreren dit.
- Gratis schoolbezoek blijkt in de praktijk een succesvol instrument om het museumbezoek te stimuleren. Het is een investering in een nieuwe generatie museumbezoekers. Vooral als scholen en musea intensief samenwerken, zoals in het Leidse Museum en School project, is gratis schoolbezoek een effectief instrument om het museumbezoek ook buiten schoolverband te stimuleren.



## 7. Synthese van de resultaten en de kwantitatieve effecten van gratis toegang

### 7.1 Inleiding

In het voorliggende hoofdstuk proberen we tot een synthese van de belangrijkste inzichten over de effecten van gratis toegang te komen. Deze berust voor een belangrijk deel op een kwalitatieve analyse van praktijkervaringen in de onderzochte landen en inzichten uit de literatuur, toegespitst op een aantal nader te bespreken vormen van gratis toegang. Aan de hand van de inzichten uit de synthese wordt vervolgens een poging ondernomen om de effecten van gratis toegang kwantitatief in beeld te brengen. De gepresenteerde varianten lopen uiteen van permanente gratis toegang in alle musea tot één gratis zondag in de maand in de rijksmusea. Tevens komen de kwantitatieve effecten van landelijke invoering van Museum en School aan de orde.

Voor de kwantificering is – gezien de doorlooptijd van het project – geen uitgebreid empirisch veldwerk verricht. Gebruik wordt gemaakt van inzichten uit de synthese en het daaraan ten grondslag liggende materiaal, zoals informatie uit de literatuur en de casestudies. We proberen de inzichten zo goed mogelijk naar de Nederlandse situatie te vertalen. De effecten van de invoering van gratis toegang op het aantal bezoeken zijn in de praktijk moeilijk te isoleren van andere effecten die tegelijk optreden. Denk enerzijds aan bepaalde vormen van flankerend beleid, bijvoorbeeld marketing, communicatie en een toegespitste presentatie, en anderzijds aan bijzondere omstandigheden, zoals de aanwezigheid van specifieke tentoonstellingen, het optreden van ‘museumweer’ en de aanwezigheid van andere bijzondere evenementen in de recreatieve en culturele sfeer. Op grond van het voorafgaande heeft de kwantificering van de effecten van gratis toegang een *tentatief* karakter.

De indeling van het hoofdstuk is als volgt. Paragraaf 7.2 geeft een synthese van de inzichten over de effecten van gratis toegang. Paragraaf 7.3 behandelt de kwantitatieve effecten van de invoering van verschillende vormen van gratis toegang. In paragraaf 7.4 komen de kwantitatieve effecten van landelijke invoering van Museum en School aan de orde. Paragraaf 7.5 vat de belangrijkste bevindingen van het hoofdstuk samen.

## 7.2 Synthese effecten gratis toegang

### 7.2.1 De effecten van toegangsprijzen

Het is onomstreden dat gratis toegang tot meer museumbezoek leidt. Hoe groot het effect precies is, hangt af van een groot aantal *specifieke factoren*. De aard en de presentatie van de collectie, de ligging van een museum, de attractiewaarde voor lokale bezoekers, het marketing-, communicatie- en educatiebeleid, de preferenties en de culturele competenties van de bevolking, en de vormgeving van de gratis toegang zijn in belangrijke mate bepalend voor het succes van gratis toegang. Op grond van de literatuur kan ruwweg worden gesteld dat gratis toegang tot 30 à 40% meer museumbezoeken leidt. De variatie in uitkomsten is echter groot, mede afhankelijk van de hiervoor genoemde factoren.

Aan de gratis toegang moet veel bekendheid worden gegeven en de presentatie van de collectie dient rekening te houden met het beoogde nieuwe publiek, wil er sprake zijn van een succesvolle invoering van gratis toegang (zie box 7.1). Alleen maar gratis toegang (of lage toegangsprijzen) heeft in de regel maar een beperkt effect. Ten eerste blijken bij een groot deel van de bevolking andere dan financiële drempels doorgaans een grotere belemmering voor het museumbezoek te vormen dan financiële drempels. Niet voor niets wordt vaak gewezen op de belangrijke rol van culturele ervaringen op jonge leeftijd en de rol van het onderwijs bij de ontwikkeling van culturele preferenties en competenties. De samenstelling van het publiek van gratis toegankelijke musea wijkt doorgaans niet wezenlijk af van andere vergelijkbare musea met entreeheffing. Ten tweede bestaat de financiële drempel maar voor een beperkt deel uit de entreekosten. Reiskosten, consumpties en andere bijkomende kosten vormen voor een groot deel van het publiek een substantieel deel van de kosten van een museumbezoek.

Uit de literatuur komt naar voren dat het effect van veranderingen in de hoogte van de toegangsprijs op het museumbezoek op korte termijn beperkt is. Dat lijkt op het eerste gezicht moeilijk verenigbaar met de recente Franse en Britse ervaringen met gratis toegang. Toch zijn de resultaten goed te duiden:

- In de eerste plaats beperkt het merendeel van de literatuur zich tot empirische analyses van *kleine* procentuele prijsveranderingen. De invoering (of afschaffing) van gratis toegang is kwantitatief van een andere orde van grootte dan dergelijke beperkte prijsveranderingen. Dit verschil bepaalt het effect op de bezoekers.
- In de tweede plaats richt de literatuur zich vooral op de reacties van het bestaande museumpubliek (de 'liefhebbers') op de hoogte van de toegangsprijzen.

- In de derde plaats blijven de effecten van flankerend beleid, zoals marketing in brede zin, communicatie en educatie in empirische analyses doorgaans buiten beschouwing. Deze instrumenten bepalen in sterke mate het succes van het entreebeleid.
- In de vierde plaats is de vormgeving van de gratis toegang van groot belang voor het succes van de maatregel. De Franse overheid heeft gekozen voor gratis toegang in de vorm van een evenement met veel publiciteit: een maandelijkse happening op de eerste zondag van de maand. Daardoor houdt de gratis toegang nieuws waarde. Van het Britse voorbeeld moet nog blijken of de toename van het museumbezoek duurzaam is als het huidige effect van de publiciteit is uitgewerkt.
- In de vijfde plaats maakt het uit of gratis toegang een geïsoleerde actie is van een beperkt aantal musea (met een beperkte bekendheid van de maatregel) of dat er sprake is van een nationaal georkestreerde campagne met grote media exposure. Alleen grote topmusea, zoals het Louvre, hebben voldoende uitstraling om (gedeeltelijke) gratis toegang op eigen kracht in te voeren.
- In de zesde plaats leidt de invoering van gratis toegang doorgaans niet tot een metamorfose van de publiekssamenstelling. De Franse casestudy illustreert dat het vooral gezinnen met kinderen en studenten zijn die op de gratis toegang afkomen. Voor de moeilijk bereikbare groepen biedt het (gedeeltelijk) wegnemen van de financiële drempel onvoldoende soelaas. De ervaringen met de Amsterdamse Stadspas ondersteunen dit.

### 7.2.2 *Vormgeving van gratis toegang*

De buitenlandse ervaringen geven aan dat gratis toegang administratief en praktisch uitvoerbaar is, ook als gratis toegang beperkt blijft tot een dag in de week of maand (vergelijk de Franse ervaringen). De vormgeving van gratis toegang bepaalt het succes in termen van de toename van het bezoek. Er zijn echter ook nog andere criteria dan bezoekcijfers die een rol spelen bij de beoordeling van de verschillende vormen van gratis toegang: de kosten, de substitutie tussen betaald bezoek en gratis bezoek, de verstoringen van de concurrentieverhoudingen met andere culturele of recreatieve voorzieningen, de (financiële) autonomie van de musea en de fiscale consequenties van gratis toegang. Daarnaast spelen ook langetermijnoverwegingen een rol die te maken hebben met de duurzaamheid van de gestegen bezoekcijfers. De volgende varianten komen aan de orde:

1. permanente gratis toegang ('Britse model');
2. één gratis zondag in de week;
3. één gratis zondag in de maand ('Franse model');
4. één gratis werkdag in de week;
5. incidentele gratis toegang;

6. gratis toegang voor doelgroepen.

## **OPINIE**

De opgedane indrukken zijn voorgelegd aan de heer Van Os, voorheen directeur van het Rijksmuseum en inmiddels Universiteitshoogleraar kunst en samenleving aan de Universiteit van Amsterdam. De heer Van Os noemt een aantal voorwaarden voor een succesvol beleid van gratis toegang.

*De directie van een museum moet er vierkant achter staan*

Gratis toegang vraagt een grote inspanning van het museum.

*Onderscheid tussen musea*

Niet ieder museum leent zich om gratis toegang in te voeren. Bij het al dan niet introduceren van gratis toegang dient rekening te worden gehouden met een aantal randvoorwaarden:

*Collectie*

Het antwoord op de vraag of de toegang tot een museum gratis moet zijn, hangt mede af van de aard van de collectie. Zo is het meer vanzelfsprekend dat entree gevraagd wordt voor sterk gespecialiseerde musea dan voor het nationaal erfgoed.

*Omgevingsfactoren*

Niet ieder museum leent zich om gratis toegang tot een succes te maken. Bijvoorbeeld de ligging van het museum: deze moet laagdrempelig zijn voor nieuwe bezoekers. Wanneer mensen hun bezoek aan het museum kunnen combineren met andere vormen van vrijetijdsbesteding, zijn zij eerder geneigd om naar het museum te gaan.

*Voorzieningen*

De aanwezigheid van voorzieningen binnen het museum zijn van invloed op het al dan niet slagen van de gratis toegang. Sanitaire en garderobevoorzieningen dienen op zijn minst toereikend te zijn. Tevens beïnvloeden de exploitatie en de huisvesting van de museumwinkel en horecavoorzieningen het financiële resultaat van het museum.

*Dosering gratis toegang*

Gratis toegang dient niet te ver te worden doorgevoerd. Permanente gratis toegang neemt de prikkels voor het personeel weg.

### 7.2.3 *Permanente gratis toegang*

Variant 1 – permanente gratis toegang tot de (vaste) collectie van een museum – is de meest vergaande variant. De kosten zijn het hoogst, maar door de 365 dagen per jaar gratis toegang stijgt het aantal bezoeken het meest. Doordat mensen gewend raken aan de gratis openstelling, zwakt het effect op het aantal bezoeken in de tijd echter af. Wel ligt het voor de hand dat deze variant veel gezinnen met kinderen en studenten aantrekt. Dit is een investering in het toekomstige publiek. Ook bij andere varianten is dit in belangrijke mate het geval. Als de gratis toegang voor *alle* musea geldt, vindt er binnen de museumsector geen substitutie plaats van betaald naar gratis bezoek. Daardoor is het per *extra* bezoek niet noodzakelijk de duurste variant (vanuit de rijksoverheid gezien), hoewel het een kostbare manier is om meer bezoek aan te trekken. Musea raken in deze variant bovendien de status van onderneming voor de BTW-heffing kwijt. Zij komen voor de publieksfunctie in beginsel niet langer in aanmerking voor verrekening van de BTW die zij hebben betaald bij de aanschaf van goederen en diensten. Dit leidt tot een fors verlies aan middelen voor de musea, tenzij de rijksoverheid de financiële effecten teniet doet via een BTW-compensatiefonds (à la Groot-Brittannië).

Permanente gratis toegang verstoort de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen. Het betekent tevens het einde van de museumjaarkaart. Musea worden in deze variant voor hun middelen sterk afhankelijk van de overheid. Het gevaar bestaat dat dit uiteindelijk de beleidsvrijheid van musea vermindert. Wanneer de gratis toegang uitsluitend betrekking heeft op de rijksmusea, worden de concurrentieverhoudingen binnen de museumsector verstoord. In dat geval treedt er een forse verschuiving op van betaald bezoek bij de overige musea naar gratis bezoek bij de rijksmusea. Dit geldt te meer, omdat een groot deel van de Nederlandse lokale musea – in tegenstelling tot Groot-Brittannië – niet gratis toegankelijk zijn. Deze musea zullen de rijksoverheid om compensatie vragen. Inwilliging van dit verzoek heeft tot gevolg dat permanente gratis toegang bij de rijksmusea per extra museumbezoek voor de rijksoverheid een kostbare zaak kan worden.

### 7.2.4 *Een gratis zondag in de week*

Een wekelijkse gratis zondag (variant 2) gaat minder ver dan het hele jaar gratis toegang. Daardoor leidt deze variant tot minder extra museumbezoeken dan variant 1. De kosten van deze variant zijn echter relatief hoog. Zeker per extra bezoek is deze variant kostbaar (vermoedelijk het kostbaarst). De keuze voor 52 gratis zondagen per jaar leidt tot een grote omzetsderving. Zondag is immers voor



de meeste musea de dag met de meeste bezoeken en de grootste omzet. Voor de meeste mensen geldt dat zij op die dag niet werken en gemakkelijk een museum kunnen bezoeken. Dit leidt weliswaar tot veel extra bezoek op de wekelijkse gratis zondag, maar tegelijkertijd tot veel substitutie van betaald bezoek (op andere dagen) naar gratis bezoek (op zondag). Doordat musea elke zondag gratis toegankelijk zijn, treedt gewenning op bij het publiek en bestaat het gevaar dat het effect van de gratis entree op termijn afzwakt. Gezien de wekelijkse frequentie is het niet echt een evenement.

Bij een wekelijkse gratis zondag in *alle* musea, treedt binnen de museumsector geen aanvullende substitutie van musea met entreeheffing naar musea met gratis toegang op. Wel worden de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen verstoord. Het is de vraag of de museumjaarkaart bij dit grote aanbod van gratis zondagen voor een groot deel van de huidige bezitters nog voldoende aantrekkelijk blijft. Er moet sterk rekening gehouden worden met negatieve repercussies voor de museumjaarkaart. De frequente gratis openstelling maakt dat musea in deze variant voor hun middelen sterk afhankelijk zijn van de overheid. Hoewel er geen sprake is van permanente gratis toegang, bestaat het gevaar dat musea beperkingen ondervinden bij de verrekening van de betaalde BTW op de aanschaf van goederen en diensten. Door de veelvuldige gratis toegang op een topdag is het niet zo duidelijk of hier sprake is van een promotionele activiteit.<sup>15</sup> In dat geval moet goed worden nagedacht over vormgeving van de middelenstroom van de overheid naar de musea; bijvoorbeeld in de vorm van een belastbare prijssubsidie. Als variant 2 alleen bij de rijksmusea wordt ingevoerd, treedt een verschuiving van het bezoek op van de overige musea (betaald) naar de rijksmusea (gratis). Een eventuele financiële compensatie hiervoor aan de overige musea drijft de kosten per extra museumbezoek voor de rijksoverheid op.

#### *7.2.5 Een gratis zondag in de maand*

Een maandelijkse gratis zondag (variant 3) gaat minder ver dan beide voorgaande varianten. Het aantal gratis dagen blijft beperkt tot 12 zondagen per jaar, waardoor het aantal bezoeken per definitie minder stijgt dan in de twee

---

<sup>15</sup> In Groot-Brittannië heeft de invoering van een wekelijkse gratis dag in het verleden tot allerlei problemen met de fiscale status van musea geleid. Musea werden ongelijk behandeld, afhankelijk van de beslissingen van individuele belastinginspecteurs. Voor sommige musea waren er in het geheel geen repercussies. Andere musea raakten daarentegen het recht op verrekening van de BTW op aangeschafte goederen en diensten gedeeltelijk kwijt. Gezien deze eerdere problemen heeft de Britse regering bij de huidige invoering van gratis toegang gekozen voor een wetswijziging.

voorgaande varianten. Door het geringe aantal gratis zondagen blijft de substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek in deze variant relatief beperkt. De negatieve repercussies voor de museumjaarkaart zijn in deze variant eveneens verhoudingsgewijs bescheiden, terwijl de verstoring van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen minder groot is dan bij verdergaande vormen van gratis toegang. De beperkte frequentie maakt dat de gratis toegang een evenement is dat niet kan worden gemist: als mensen de gratis zondag hebben gemist, moeten zij een maand wachten voor de volgende gelegenheid. Daardoor blijven de bezoekcijfers op de gratis zondag structureel op een hoog niveau (vergelijk het voorbeeld van het Louvre). De Franse ervaringen geven aan dat het bezoek van studenten en gezinnen met kinderen sterk stijgt. In Frankrijk blijken de kosten van deze variant mee te vallen, te meer omdat de Franse musea erin slagen op de gratis zondag met de reguliere personeelsbezetting het bezoek in goede banen te leiden.<sup>16</sup> Zelfs bij ruimhartiger vormen van financiële compensatie aan musea blijft het een kosteneffectieve vorm van gratis toegang. Het is duidelijk een promotionele maatregel die de fiscale status van een museum als onderneming niet in gevaar brengt. Verrekening van de BTW op aangeschafte goederen en diensten mag niet op problemen stuiten. Als variant 3 alleen bij de rijksmusea wordt ingevoerd, heeft dit een verstoring van de concurrentieverhoudingen met de overige musea tot gevolg. Door de beperktere frequentie van de gratis toegang, zijn de verstoringen kleiner dan in de voorgaande varianten.

#### *7.2.6 Een gratis doordeweekse dag per week*

Een wekelijkse gratis doordeweekse dag (variant 4) leidt tot minder extra bezoek dan een wekelijkse gratis zondag, maar eveneens tot minder substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek en een geringere verstoring van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen. Het werkende en schoolgaande deel van de bevolking kan zich op een doordeweekse dag minder snel vrijmaken dan op een zondag. Tegelijkertijd is het een goedkopere optie dan de wekelijkse gratis zondag, omdat de inkomstenderving op een doordeweekse dag beperkter is dan op een zondag. De negatieve effecten op de aantrekkelijkheid van de museumjaarkaart zijn beperkter dan bij een wekelijkse gratis zondag en vermoedelijk grosso modo vergelijkbaar met één gratis zondag in de maand. Omdat de gratis dag niet op een topdag maar op een 'slappe' dag valt, zijn consequenties voor de fiscale behandeling vermoedelijk geringer dan bij een wekelijkse gratis zondag. In dit

---

<sup>16</sup> De Franse rijksmusea sluiten bepaalde, minder goed bezochte zalen op de gratis zondag. Dit hoeven niet noodzakelijk steeds dezelfde zalen te zijn. De sluiting van de zalen beperkt de kosten.

geval is de gratis dag duidelijker een promotie-instrument. Uitsluitend invoering van gratis toegang bij de rijksmusea leidt ook in deze variant tot negatieve repercussies voor het bezoek en de inkomstenstroom van de overige musea.

#### *7.2.7 Incidentele gratis toegang*

Incidentele gratis toegang (variant 5) is de minst vergaande variant. Door het incidentele karakter neemt het bezoek op jaarbasis weinig toe. Het leidt niet tot een routine bij het publiek en daardoor niet tot een duurzame stijging van de bezoekerscijfers. Hoogstens wordt een beperkt aantal nieuwe bezoekers over de drempel getrokken. De kosten zijn echter laag en de verstoringen van de concurrentieverhoudingen minimaal. Over het promotionele karakter van de maatregel valt niet te twisten. Daardoor staat de fiscale status van de musea in deze variant op geen enkele wijze ter discussie.

#### *7.2.8 Gratis toegang voor doelgroepen*

Gratis toegang voor doelgroepen (variant 6) wijkt duidelijk af van de andere varianten. Deze variant kan op een groot aantal uiteenlopende wijze vorm worden gegeven, variërend van voucherachtige systemen – bijvoorbeeld vergelijkbaar met een stadspas of een gratis beschikbaar gestelde museumjaarkaart – tot algemene gratis toegang voor de jeugd en ouderen of gratis georganiseerd schoolbezoek, zoals het Leidse Museum en School. Deze grote verscheidenheid maakt het lastig deze variant op dezelfde wijze als de voorgaande varianten te beoordelen. In de regel leidt gratis toegang voor doelgroepen niet tot vergaande verstoringen van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen. Er bestaan evenmin aanwijzingen dat de fiscale status van de musea als onderneming wordt beïnvloed door gratis toegang voor doelgroepen (vergelijk het Britse voorbeeld). De kosten van de gratis toegang hangen sterk af van de vormgeving en de omvang van het doelgroepenbeleid.

Uit de ervaringen met de Amsterdamse Stadspas is bekend dat het wegnemen van financiële drempels voor een museumbezoek weinig effect heeft op de participatie van achterstandsgroepen. Gratis toegang voor de jeugd heeft weinig effect op het aantal bezoeken als de begeleidende ouders of volwassenen gewoon de reguliere toegangsprijs moeten betalen. Deze vorm van gratis toegang stimuleert hoogstens het schoolbezoek (als dat al niet gratis was). Gratis toegang voor ouderen is doorgaans een redelijk effectieve maatregel (behalve voor de hoogbejaarden). Het betreft een doelgroep met veel vrije tijd en belangstelling voor het cultureel erfgoed, die in sommige gevallen wordt geremd door hun bestedingsruimte. Aan gratis georganiseerd schoolbezoek is al aandacht geschonken bij de bespreking van Museum en School. We hebben

geconstateerd dat dit een succesvolle vorm van samenwerking is tussen scholen en musea, die maar een beperkt bedrag per leerling vergt. Het is een investering in een toekomstige generatie museumbezoekers. Gezien het succes in Leiden brengen we de kwantitatieve effecten van landelijke invoering van Museum en School in beeld.

### **7.3 Kwantitatieve effecten van gratis toegang**

#### *7.3.1 Uitgangspunten*

Met de voorgaande synthese van de resultaten hebben we geprobeerd de kwantitatieve effecten van onderscheiden varianten te simuleren. Simulatie van variant 5 blijft achterwege; de resultaten voor deze variant hangen sterk af van de precieze vormgeving van de maatregel. Bovendien kunnen de kwantitatieve effecten niet anders dan beperkt zijn. De simulatie van de landelijke invoering van Museum en School komt in de volgende paragraaf aan de orde.

Binnen alle vier varianten worden twee subvarianten onderscheiden. De ene subvariant heeft betrekking op de invoering van gratis toegang in alle musea; de andere subvariant veronderstelt dat alleen bij de rijksmusea gratis toegang wordt ingevoerd. In de laatste subvariant zijn echter wel de consequenties voor de overige musea doorgerekend in termen van minder bezoek en minder inkomsten uit entreegelden. We veronderstellen in de berekeningen dat de rijksoverheid deze musea financieel *compenseert* voor de gedeerde entreegelden.

APE heeft in alle varianten steeds gekozen voor een ruimhartige financiële compensatie voor de musea; niet alleen de gedeerde entreegelden, maar ook de *extra* kosten van de publieksfunctie als er meer bezoeken aan de musea worden gebracht. De kosten van de publieksfunctie zijn immers *gemiddeld* 50% hoger dan de opbrengsten uit entreegelden.<sup>17</sup> De toegepaste vergoedingsregeling pakt voor de musea duidelijk gunstiger uit dan het Franse systeem, waar de musea alleen worden gecompenseerd voor de gedeerde omzet (op basis van een reguliere zondag). De vergoeding is ook ruimhartiger dan de systematiek die bij de museumjaarkaart wordt gehanteerd. Bij een bezoek van een bezitter van een museumjaarkaart blijft de financiële compensatie voor musea beperkt tot circa 60% van de toegangsprijs.

De simulaties zijn gebaseerd op cijfers uit 1999 van het CBS en het ministerie van OCenW. Om te corrigeren voor inflatie, zijn de opbrengsten uit entreegelden met 10% verhoogd en vervolgens naar euro's omgerekend. We maken om

---

<sup>17</sup> Dit cijfer geldt voor de rijksmusea in 1999. Het is ook als gemiddelde voor de overige musea aangehouden.

praktische redenen geen onderscheid tussen bezoek aan de vaste collectie en bezoek aan tentoonstellingen.<sup>18</sup> In de varianten die betrekking hebben op specifieke dagen is aangenomen dat jaarlijks 25% van de museumbezoeken op zondag plaatsvindt en dat per doordeweekse dag 12% van het jaarlijkse aantal bezoeken wordt afgelegd. De simulaties van de verschillende (sub)varianten kennen steeds dezelfde opzet. We lichten eerst de opzet van de varianten met gratis toegang in *alle* musea toe. Aan het nummer van deze varianten voegen we de letter *a* toe. Daarna komen de varianten aan bod waarbij de invoering van gratis toegang uitsluitend bij de rijksmusea plaatsvindt (aangeduid met de toevoeging *b*). De bespreking van de kwantitatieve resultaten heeft zo veel mogelijk een niet-technisch karakter. Technische informatie is op aanvraag beschikbaar bij APE.

### 7.3.2 *Gratis toegang in alle musea*

Variant 1a – *permanente gratis toegang in alle musea* – is de meest eenvoudige variant. Het aantal bezoeken in alle musea samen neemt toe met 30%. Gegeven het feit dat alle musea in deze variant permanent gratis toegankelijk zijn, vindt er geen substitutie plaats van betaald bezoek naar gratis bezoek. De bruto en de netto toename van het aantal bezoeken zijn daardoor aan elkaar gelijk. De financiële compensatie voor de musea bestaat uit twee componenten: (1) de gedeelde entreegelden op basis van het oorspronkelijke aantal bezoeken en (2) de kosten van de publieksfunctie voor de extra bezoeken in de nieuwe situatie.

In variant 2a – *een wekelijkse gratis zondag in alle musea* – neemt het aantal bezoeken op de gratis zondag *bruto* met gemiddeld 40% toe. Omdat een verschuiving plaatsvindt van het bezoek van de dagen met entreeheffing naar de gratis zondag, is de netto toename van het aantal bezoeken duidelijk geringer dan de bruto toename. Geënt op de Franse situatie en rekeninghoudend met het feit dat het een wekelijkse gratis zondag in plaats van een maandelijkse gratis zondag betreft, wordt aangenomen dat 22,5% van het bezoek op de gratis zondag afkomstig is van dagen met entreeheffing.<sup>19</sup> De netto toename van het

---

<sup>18</sup> In de bezoekcijfers en de cijfers over de opbrengsten uit entreegelden kunnen we dit onderscheid niet goed maken. Het is overigens niet uitgesloten dat de entree-opbrengsten van tentoonstellingen voor een deel niet zijn begrepen in de totale opbrengsten uit entreegelden (als de opbrengsten en kosten van de tentoonstelling niet via de exploitatierekening van de musea lopen).

<sup>19</sup> Bij de maandelijkse gratis zondag in de Franse rijksmusea is ongeveer 25% van het bezoek op de gratis zondag toe te schrijven aan een verschuiving van het bezoek van de dagen met entreeheffing naar de gratis zondag. Circa 13 procentpunt daarvan heeft betrekking op een bezoekverschuiving van de zondagen met entreeheffing naar

bezoek op de wekelijkse gratis zondag bedraagt daardoor 8,5%.<sup>20</sup> Met de omgekeerde verschuiving van het bezoek van de gratis dag naar de dagen met entreeheffing hoeft in de berekeningen geen rekening te worden gehouden. In de eerste plaats blijken het in de Franse situatie voornamelijk mensen te zijn die toch al recht hebben op gratis toegang (leden van vriendenverenigingen en houders van kortingskaarten en dergelijke). In de tweede plaats hoeven de musea voor deze 'bezoekverschuivers' geen vergoeding op de gratis zondag te ontvangen, ook niet als het mensen zijn die geen recht hebben op gratis toegang. In het laatste geval betalen deze bezoekers gewoon toegang op de doordeweekse dag. De financiële compensatie voor de musea bestaat in variant 2a uit drie componenten: (1) de gedeelde entreegelden op basis van het oorspronkelijke aantal bezoeken op de gratis dag, (2) de gedeelde entreegelden door de verschuiving van het bezoek van de dagen met entreeheffing naar de gratis dag en (3) de kosten van de publieksfunctie voor de extra bezoeken in de nieuwe situatie.

In variant 3a – *een maandelijks gratis zondag in alle musea* – neemt het aantal bezoeken op de gratis zondag *bruto* met gemiddeld 55% toe. De veronderstelde procentuele *bruto* toename van het aantal bezoeken is kleiner dan bij de Franse rijksmusea, omdat de maatregel in variant 3a betrekking heeft op *alle* musea.<sup>21</sup> Overeenkomstig de Franse resultaten, wordt ervan uitgegaan dat 25% van het bezoek op de gratis zondag afkomstig is van de dagen met entreeheffing. Daardoor bedraagt de *netto* toename van het bezoek 16,25%. De financiële compensatie voor de musea kent in deze variant dezelfde opbouw in drie componenten als in variant 2a.

In variant 4a – *elke week een gratis doordeweekse dag in alle musea* – neemt het aantal bezoeken op de gratis dag *bruto* met gemiddeld 35% toe. De veronderstelde procentuele *bruto* toename van het aantal bezoeken is kleiner dan in variant 2a, omdat een beperkter deel van de bevolking in staat is om op een doordeweekse dag een museumbezoek af te leggen. De verschuiving van het bezoek van de dagen met entreeheffing naar de gratis dag is eveneens in geringer dan in variant 2a: 17,5% in variant 4a tegen 20% in variant 2a. De *netto*

---

de gratis zondagen. Bij een wekelijkse gratis zondag is de laatstgenoemde vorm van substitutie onmogelijk.

<sup>20</sup> De stap van *bruto* naar *netto* geschiedt als volgt. Op de gratis zondag vindt *bruto* 40% meer bezoek plaats. Het indexcijfer is dus 140. Dit indexcijfer vermenigvuldigen we met 0,775 (= 1 – 0,225), zijnde het aandeel van de bezoeken op de gratis zondag dat niet is ingegeven door een verschuiving van de bezoekdag. Dit levert de *netto* toename van het aantal bezoeken op, die in deze variant 8,5% bedraagt.

<sup>21</sup> Er treedt in deze variant geen verschuiving van het bezoek op van de overige musea naar de gratis rijksmusea.

toename van het bezoek bedraagt per saldo circa 11,4%. De financiële compensatie voor de musea bestaat in deze variant uit dezelfde drie componenten als in beide voorgaande varianten.

### 7.3.3 *Gratis toegang in de rijksmusea*

Variant 1b – *permanente gratis toegang in de rijksmusea* – is gecompliceerder dan variant 1a met gratis toegang in alle musea, omdat er een verschuiving gaat optreden van betaald bezoek aan de overige musea naar gratis bezoek aan de rijksmusea. Het aantal bezoeken aan de rijksmusea neemt bruto toe met 40%. Voor de rijksmusea zijn de bruto en de netto toename van het aantal bezoeken aan elkaar gelijk, maar dat geldt *niet* voor de gehele museumsector. Verondersteld is dat 20% van het bezoek aan de rijksmusea afkomstig is van de overige (niet-gratis) musea. Dat houdt in dat het bezoek aan de overige musea met 9,1% terugloopt. Daardoor neemt het aantal bezoeken in de *gehele* museumsector *netto* met slechts 2,9% toe. De financiële compensatie voor de rijksmusea bestaat uit twee componenten: (1) de gedeerde entreegelden op basis van het oorspronkelijke aantal bezoeken en (2) de kosten van de publieksfunctie voor de extra bezoeken in de nieuwe situatie. Daarnaast is in de simulaties rekening gehouden met een derde vorm van financiële compensatie: een vergoeding voor de gedeerde entreegelden van de *overige* musea.

In variant 2b – *een wekelijkse gratis zondag in de rijksmusea* – neemt het aantal bezoeken aan de rijksmusea op de gratis zondag *bruto* met gemiddeld 55% toe. We nemen aan dat 22,5% van het bezoek aan de rijksmusea op de gratis zondag afkomstig is van dagen met entreeheffing. Daardoor bedraagt de netto toename van het bezoek aan de rijksmusea 20,1%. Voor de museumsector als geheel is netto toename van het bezoek op de zondag beduidend geringer, doordat substitutie optreedt van betaald bezoek aan de overige musea naar gratis bezoek aan de rijksmusea. Verondersteld is dat 10% van het bezoek aan de rijksmusea op de gratis zondag afkomstig is van de overige (niet-gratis) musea. Dat houdt in dat het bezoek aan de overige musea op zondag met 3,9% terugloopt. Daardoor neemt het aantal bezoeken in de *gehele* museumsector op zondag *netto* met slechts 2,0% toe. De financiële compensatie voor de rijksmusea bestaat in variant 2b uit drie componenten: (1) de gedeerde entreegelden op basis van het oorspronkelijke aantal bezoeken op de gratis dag, (2) de gedeerde entreegelden door de verschuiving van het bezoek van de dagen met entreeheffing naar de gratis dag en (3) de kosten van de publieksfunctie voor de extra bezoeken in de nieuwe situatie. Daarnaast ontvangen de overige musea een financiële compensatie voor de gedeerde entreegelden.

In variant 3b – *een maandelijks gratis zondag in de rijksmusea* – neemt het aantal bezoeken aan de rijksmusea op de gratis zondag *bruto* met gemiddeld 70% toe. Overeenkomstig de Franse resultaten, wordt ervan uitgegaan dat 25% van het bezoek aan de rijksmusea op de gratis zondag afkomstig is van de dagen met entreeheffing. Daardoor bedraagt op de gratis zondag de netto toename van het bezoek aan de rijksmusea 27,5%. Voor de museumsector als geheel is de netto toename van het bezoek op de zondag aanzienlijk geringer. In de simulaties hebben we aangenomen dat 7,5% van het bezoek aan de rijksmusea op de gratis zondag afkomstig is van de overige (niet-gratis) musea. Dat betekent dat het bezoek aan de overige musea op de betreffende zondag met 3,1% terugloopt. Daardoor stijgt het aantal bezoeken in de *gehele* museumsector op deze dag netto slechts met 4,4%. De financiële compensatie voor de rijksmusea en de overige musea bestaat in deze variant uit dezelfde componenten als in variant 2b.

In variant 4b – *elke week een gratis doordeweekse dag in de rijksmusea* – neemt het aantal bezoeken aan de rijksmusea op de gratis dag *bruto* met gemiddeld 50% toe. De veronderstelde procentuele *bruto* toename van het aantal bezoeken is in deze variant kleiner dan in variant 2b in verband met de keuze voor een gratis doordeweekse dag. De verschuiving van het bezoek van de dagen met entreeheffing naar de gratis dag is eveneens in geringer dan in variant 2b: 17,5% in variant 4b tegen 20% in variant 2b. De netto toename van het bezoek aan de rijksmusea bedraagt op de gratis dag weliswaar circa 23,8%, maar voor de totale museumsector is het beeld minder gunstig. Verondersteld is dat 10% van het bezoek aan de rijksmusea op de gratis dag afkomstig is van de overige (niet-gratis) musea. Dat heeft tot gevolg dat het bezoek aan de overige musea op de betreffende doordeweekse dag met 4,0% terugloopt, waardoor het aantal bezoeken in de *gehele* museumsector op deze dag netto met slechts 2,8% stijgt. De financiële compensatie voor de rijksmusea en de overige musea bestaat in deze variant uit dezelfde componenten als in beide voorgaande varianten.

#### 7.3.4 *Kwantitatieve resultaten*

Tabel 7.1 toont de kwantificering van de varianten voor *alle* musea. Tabel 7.2 beperkt zich daarentegen tot de gevolgen van invoering van gratis toegang bij de *rijksmusea*, maar neemt wel de *repercussies* voor de overige musea in beschouwing. De *repercussies* hebben betrekking op minder bezoek aan de overige musea (in verband met een verschuiving van het bezoek naar de rijksmusea) en een bijbehorende omzetzijding, waarvan wordt aangenomen dat de rijksoverheid deze compenseert.



In beide tabellen relateren we de netto toename van het aantal bezoeken aan het oorspronkelijke aantal bezoeken per *jaar*; dit in tegenstelling tot de voorgaande bespreking, waar de netto toename van het aantal bezoeken om didactische redenen steeds werd gerelateerd aan het oorspronkelijke aantal bezoeken op de gratis dag. De presentatie in de tabellen geeft een beter beeld van de uiteindelijke kwantitatieve effecten. De financiële effecten van een eventuele verandering van de fiscale status van musea door gratis toegang (vooral bij permanente gratis toegang) blijft in de presentatie *buiten beeld*. Dit is immers een vestzak-broekzakoperatie binnen de rijksoverheid, die gemakkelijk zonder financiële consequenties is op te lossen (vergelijk Groot-Brittannië).

Tabel 7.1: *Kwantitatieve effecten van verschillende vormen van gratis toegang in alle musea*

	Extra bezoeken (x 1.000) <sup>a</sup>	Relatieve netto bezoekstijging (in %)	Kosten (x mln. euro) <sup>b</sup>
Permanente gratis toegang	6.204	30,0	86,9
1 gratis zondag in de week	439	2,1	20,6
1 gratis zondag in de maand	194	0,9	5,3
1 gratis werkdag in de week	282	1,4	9,8

a Netto toename aantal bezoeken in alle musea samen.

b Gederfde entreegelden en extra kosten publieksfunctie; prijspeil 2002.

Bron: APE

Van alle in tabel 7.1 gepresenteerde vormen van gratis toegang heeft permanente gratis toegang *op jaarbasis* het meeste effect: 30,0% meer bezoek. Dit spreekt voor zich, omdat de musea in deze variant 365 dagen per jaar gratis toegankelijk zijn tegen 52 of 12 dagen per jaar in de overige varianten. De kosten voor de rijksoverheid zijn echter hoog, hoewel substitutie van betaald bezoek naar gratis bezoek in deze variant achterwege blijft. Door het achterwege blijven van deze bezoeksverschuiving zijn de kosten per extra bezoek voor de overheid het laagst van alle varianten (€ 14 per extra bezoek). De hoge overall kosten gelden in iets mindere mate ook voor een wekelijkse gratis zondag, die per extra bezoek echter het duurst is van onderzochte varianten (€ 47 per extra bezoek). De verschuiving van het bezoek – 22,5% van het bezoek op de wekelijkse gratis zondag komt van een betaalde dag – alsmede de omzetsderving op de zondag zelf zijn hier debet aan. Bij een maandelijkse zondag is het beeld voor de kosten per extra bezoek voor de rijksoverheid iets gunstiger (€ 27 per extra bezoek). Het effect op de bezoekcijfers is echter beperkt, evenals bij een wekelijkse gratis doordeweekse dag. De wekelijkse gratis doordeweekse bezoekdag genereert verhoudingsgewijs weinig extra bezoek, omdat het voor grote delen van de bevolking lastig is om op die dag een museumbezoek af te leggen. Daardoor zijn

de kosten per extra bezoek hoog (€ 35 per extra bezoek). In alle varianten vormen de gedeerde entree-opbrengsten het leeuwendeel van de kosten voor de overheid. Alleen in de variant met permanente gratis toegang zijn de extra kosten van de publieksfunctie van substantiële betekenis (€ 27,0 mln.). Dit komt door de forse bezoekstijging (30%).

Als gratis toegang alleen in de *rijksmusea* wordt ingevoerd, zijn de kosten per extra bezoek aanzienlijk hoger dan bij invoering van de maatregel in alle musea (vergelijk tabellen 7.1 en 7.2). De kosten per extra bezoek lopen uiteen van € 44 bij een maandelijkse gratis zondag in de rijksmusea tot € 89 bij een wekelijkse gratis zondag. De hoge kosten per extra bezoek zijn het gevolg van de terugloop van het bezoek bij de overige musea (met entreeheffing). Daardoor blijft de netto toename van het aantal bezoeken bij *alle* musea beperkt. Gezien de compensatie die de overige musea voor hun gedeerde entreegelden ontvangen zijn de kosten voor de rijksoverheid hoger dan alleen de gedeerde entreegelden en de extra kosten van de publieksfunctie bij de rijksmusea.

Tabel 7.2: *Kwantitatieve effecten van verschillende vormen van gratis toegang in de rijksmusea*

	Extra bezoeken (x 1.000) <sup>a</sup>	Relatieve netto bezoekstijging (in %)	Kosten (x mln. euro) <sup>b</sup>
Permanente gratis toegang	608	2,9	39,3
1 gratis zondag in de week	103	0,5	9,2
1 gratis zondag in de maand	52	0,3	2,3
1 gratis werkdag in de week	69	0,3	4,4

a Netto toename aantal bezoeken in alle musea samen. Dit is in het aantal extra bezoeken aan de rijksmusea verminderd met de verschuiving van het bezoek van de overige musea naar de rijksmusea (substitutie).

b Gedeerde entreegelden van rijksmusea en overige musea plus extra kosten publieksfunctie van rijksmusea; prijspeil 2002.

Bron: APE

De financiële compensatie aan de overige musea is noodzakelijkerwijs het grootst (€ 3,4 mln.) bij permanente gratis toegang in de rijksmusea. Wegens de relatief beperkte concurrentieverstoring bij een maandelijkse gratis zondag in de rijksmusea is de financiële compensatie aan de overige musea in deze variant het geringst (€ 0,1 mln.). Afsluitend kan worden gesteld dat geïsoleerde invoering van gratis toegang bij de rijksmusea betrekkelijk weinig effect heeft op de nationale bezoekcijfers. De effecten op de bezoekcijfers zijn uiteraard het grootst bij permanente gratis toegang tot de rijksmusea. In dat geval loopt het bezoek aan de overige musea echter met 9,1% terug.

## 7.4 Kwantitatieve effecten landelijke invoering Museum en School

In deze paragraaf komen de kwantitatieve effecten van de landelijke invoering van Museum en School bij alle musea aan de orde. Op grond van de resultaten van gesprekken met deskundigen zijn wij tot het inzicht gekomen dat het niet verstandig is om het georganiseerd schoolbezoek te laten plaatsvinden op een dag dat musea gratis toegankelijk zijn voor iedereen (uitgezonderd variant 1 met permanente gratis toegang). Op zo'n drukke gratis dag is het moeilijk specifieke (educatieve) activiteiten voor scholen te organiseren die juist cruciaal zijn voor het succes van het georganiseerd schoolbezoek. Daarnaast is het niet ondenkbaar dat de combinatie van drukte en schoolbezoek andere publieksgroepen juist afschrikt. Het leeuwendeel van de kosten van Museum en School heeft bovendien geen betrekking op de entreegelden. Daarom is gemakshalve verondersteld dat de kosten van Museum en School onafhankelijk zijn van de vormgeving van verschillende varianten van gratis toegang. Dit betekent dat wanneer Museum en School en één van de varianten van gratis toegang samen worden ingevoerd, de kwantitatieve effecten van beide maatregelen – in termen van bezoeken en kosten – bij elkaar kunnen worden opgeteld.

In het schooljaar 2000/'01 vergt Museum en School in Leiden een bedrag van 12,50 gulden per leerling aan subsidie.<sup>22</sup> Het ministerie van OCenW fourneert in dat jaar ongeveer 7 gulden per leerling, terwijl de gemeente Leiden ongeveer 5,50 gulden per leerling (= ruim 40% van de totale subsidie) inbrengt. De totale subsidie is echter niet kostendekkend. De musea nemen zelf ongeveer een bedrag van 16,30 gulden per leerling voor hun rekening; dat is meer dan de totale subsidie. In de simulatie van Museum en School beperken we ons tot de bedragen die met de *rijkssubsidie* zijn gemoeid. Om te corrigeren voor de effecten van inflatie en dergelijke, verhogen we de rijkssubsidie per leerling met 10% tot 7,70 gulden (€ 3,50) in 2002.<sup>23</sup>

In de simulatie wordt ervan uitgegaan dat de landelijke invoering van Museum en School vooralsnog beperkt blijft tot de groepen 3 tot en met 8 van het basisonderwijs (1,2 mln. leerlingen).<sup>24</sup> Omdat de situatie in grote delen van Nederland minder mogelijkheden biedt dan de Leidse situatie, veronderstellen

---

<sup>22</sup> In het startjaar 1997/'98 bedroeg de totale subsidie het dubbele van de latere jaren in verband met eenmalige ontwikkelingskosten, ontwerpkosten van het informatie- en promotiemateriaal, enzovoort (zie paragraaf 6.4).

<sup>23</sup> Het overeenkomstige bedrag voor de gemeentesubsidie per leerling bedraagt 6,05 gulden (€ 2,75). Voor de musea gaat het om een bedrag van bijna 17,95 gulden (bijna € 8,15).

<sup>24</sup> Dit is vergelijkbaar met het invoeringstraject van Museum en School in Leiden.

we dat Museum en School 70% van de doelgroep bereikt. Dit betekent dat Museum en School 840.000 extra museumbezoeken genereert. Een derde daarvan vindt plaats in de rijksmusea; de rest in de overige musea. Tabel 7.3 vat de resultaten van de simulatie samen.

Door de landelijke invoering van Museum en School stijgt het aantal museumbezoeken met 840.000 (ruim 4%). Dit vergt een rijkssubsidie van € 2,94 mln. als de gemeenten naar evenredigheid met de Leidse situatie bijdragen. Dit laatste vereist op landelijk niveau gemeentelijke subsidies van in totaal € 2,31 mln. Volledigheidshalve zij opgemerkt dat in Leiden de deelnemende musea een substantieel deel van de kosten van Museum en School voor eigen rekening nemen. Geëxtrapoleerd naar landelijke totalen gaat het om een bedrag van € 6,83 mln.

Tabel 7.3: *Effecten landelijke invoering Museum en School in alle musea*

	Extra bezoeken (x 1.000)	Rijkssubsidie (x mln. euro) <sup>a</sup>
Rijksmusea	280	0,98
Overige musea	560	1,96
Totaal	840	2,94

a prijspeil 2002.

Bron: APE

## 7.5 Samenvatting

In dit hoofdstuk is een synthese van de belangrijkste inzichten over de effecten van gratis toegang gepresenteerd en zijn de effecten van gratis toegang kwantitatief in kaart gebracht. Voor de kwantificering is – gezien de doorlooptijd van het project – geen uitgebreid empirisch veldwerk verricht. De kwantificering heeft daardoor een *tentatief* karakter. De onderzochte varianten lopen uiteen van permanente gratis toegang in alle musea tot respectievelijk één gratis zondag in de maand bij uitsluitend de rijksmusea en landelijke invoering van Museum en School.

De vormgeving van gratis toegang bepaalt het succes in termen van de toename van het aantal bezoeken. Naast de effecten op bezoekcijfers hebben we de onderzochte varianten van gratis toegang beoordeeld op een groot aantal criteria: de kosten voor de rijksoverheid, de substitutie tussen betaald en gratis bezoek, de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen, de financiële autonomie van de musea, de fiscale consequenties

en de duurzaamheid van de gestegen bezoekerscijfers. Het hoofdstuk komt tot de volgende conclusies:

- Permanente gratis toegang aan alle musea (365 dagen per jaar) leidt op jaarbasis tot de grootste bezoekersstijging (30%). De kosten voor de rijksoverheid zijn echter het hoogst van de onderzochte varianten (€ 86,9 mln.). De kosten per *extra* bezoek zijn daarentegen het laagst (€ 14) doordat in deze variant geen verschuiving van betaald naar gratis bezoek optreedt. Musea komen bij permanente gratis toegang niet langer in aanmerking voor verrekening van de betaalde BTW op de aanschaf van goederen en diensten. Tevens worden de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen verstoord.
- Een wekelijkse gratis zondag in alle musea heeft op jaarbasis 2,1% meer bezoek tot gevolg. De kosten voor de rijksoverheid zijn hoog (€ 20,6 mln.). Per extra bezoek zijn de kosten het hoogst van alle onderzochte varianten (€ 47). Er treedt zowel een flinke omzetsderving op de zondag op als een bezoekersverschuiving van de dagen met entreeheffing naar de gratis zondag. De concurrentieverhoudingen met de overige culturele en recreatieve voorzieningen worden verstoord. Of de fiscale status van de musea zich wijzigt bij deze variant, is niet geheel duidelijk.
- Een maandelijkse gratis zondag in alle musea heeft op jaarbasis 0,9% meer bezoeken tot gevolg. De kosten zijn relatief laag (€ 5,3 mln.), terwijl de kosten per extra bezoek het één na laagst zijn van alle onderzochte vormen van gratis toegang (€ 27). De substitutie van betaald naar gratis bezoek blijft beperkt, evenals de verstoring van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen. De fiscale status van de musea blijft ongewijzigd.
- Een gratis doordeweekse dag per week in alle musea leidt op jaarbasis tot 1,4% meer bezoek. Voor veel mensen is het lastig om op een doordeweekse dag een museum te bezoeken. Daardoor blijft de verschuiving van betaald bezoek naar gratis bezoek relatief beperkt. De kosten bedragen € 9,8 mln. Per extra bezoek zijn de kosten relatief hoog (€ 35). De verstoring van de concurrentieverhoudingen met andere culturele en recreatieve voorzieningen valt mee. De fiscale status van de musea blijft vermoedelijk ongewijzigd.
- Als de verschillende vormen van gratis toegang alleen in de rijksmusea worden ingevoerd, is de toename van het aantal museumbezoeken aanzienlijk geringer dan bij invoering in alle musea. Dat komt mede door de terugloop van het bezoek bij de overige musea (met entreeheffing). De kosten per extra bezoek zijn hoog bij een beperking van gratis toegang tot de rijksmusea, doordat de overige musea worden gecompenseerd voor de gedeelde entreegelden.
- Landelijke invoering van Museum en School vergt een rijkssubsidie van € 2,9 mln. en gemeentelijke subsidies van € 2,3 mln. bij een deelname van 840.000 leerlingen van de basisschool. Daarnaast vereist Museum en School –

uitgaande van de Leidse verhoudingen – een bijdrage van de musea ter  
grootte van € 6,8 mln.

## Literatuur

- AEA Consulting, 1997, *The impact of charging on visitor profile*, Unpublished study commissioned by the British Museum.
- Anderson, R.G.W., 1998, Is charging economic?, *Journal of Cultural Economics*, 22 (2-3), blz. 179-187.
- Bailey, S.J. et al., 1997, Charging for admission to museums and galleries: arguments and evidence, *International Journal of Museum Management and Curatorship*, 16 (4), blz. 355-369.
- Bailey, S.J. et al. ,1997, *To charge or not to charge? Summary report. A study of museum admission policies commissioned by the MGC and undertaken by Glasgow Caledonian University*, London: Museum & Gallerie Commission.
- Bailey, S.J. et al., 1998, *To charge or not to charge? Full report. A study of museum admission policies commissioned by the MGC and undertaken by Glasgow Caledonian University*. London: Museum & Gallerie Commission.
- Bailey, S.J., P. Falconer, 1998, Charging for admission to museums and galleries: A framework for analysing the impact on access, *Journal of Cultural Economics*, 22 (2-3), blz. 167-177.
- Berkhout, P.H.G., en M.H.C. Kok, 2000, *De toegevoegde waarde van de museumjaarkaart*, Amsterdam: Stichting voor Economisch Onderzoek.
- Breedveld, K., A. van den Broek, J. de Haan, F. Huymans en D. Niggebrugge, 2001, *Trends in de tijd*, Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Creigh-Tyte, A., B. Thomas, 2001, Taxation, in: Selwood, S., (ed.), *The Cultural Sector in the UK: Profile and Policy Issues*, Londen: Policy Studies Institute, blz. 118-138.
- Creigh-Tyte, S., en S. Selwood, 1998, Number of museums, their funding and access, *Journal of Cultural Economics*, 22 (2-3), blz. 151-165.
- Darnell, A., P. Johnson en B. Thomas, 1990, Beamish Museum – modelling visitor flows, *Museum Management*, september 1990, blz. 251-257.
- Darnell, A.C., P.S. Johnson en R.B. Thomas, 1998, The demand for local authority museums: management issues and hard evidence, *Local Government Studies*, 24 (4), blz. 77-94.
- DCMS, Museums and Galleries Division, 1999, *Museums for the many; Standards for Museums and Galleries to use when developing access policies*.
- DCMS, Museums and Galleries Division, 2001, *Culture and creativity: The next ten years*.

- Finance Bill*, 2001, part IV: 96 en VAT act 1994, chapter 23: 33 A.
- Fourteau, C., 2001, *La gratuite au bois dormant*, Paris: Musée du Louvre.
- Ganzeboom, H.B.G., en F. Haanstra, 1989, *Museum en publiek*, Rijswijk: Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.
- Ganzeboom, H. B. G., F. Haanstra, M. van Hoorn, I. Nagel en C. Vingerhoets, 2001, *Cultuur + Educatie, Momentopname 2000 CKV1-Volgproject*, Utrecht:: Cultuurnetwerk Nederland.
- 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.
- Goudriaan, R., 1990, Kunst en consumentengunst, *Boekmancahier*, 2 (5), blz. 245-262.
- Goudriaan, R., W. de Haart en C. Sips, 1998, *Prijsdifferentiatie bij musea: een inventarisatie*, Den Haag: IOO bv.
- Haan, J. de, 1997, *Het gedeelde erfgoed*, Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Haan, J. de, en W. P. Knulst, 2000, *Het bereik van de kunsten*, Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- IFM, 1996, *Heft 46: Eintrittspreise von Museen und Ausgabeverhalten von Museumsbesuchern*, Berlin: Institut für Museumskunde.
- IFM, 2000, *Heft 53: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 1999*, Berlin: Institut für Museumskunde.
- Johnson, P., 2000, The size-age-growth relationship in not-for-profit tourist attractions: evidence from UK museums, *Tourism Economics: the business and finance of tourism and recreation*, 6 (3), blz. 221-232.
- Luksetich, W.A., en M.D. Partridge, 1997, Demand functions for museum services, *Applied Economics*, 29 (12), blz. 1553-1559.
- Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur, 1992, *Cultuurnota 1993-1996 investeren in cultuur*, Rijswijk: Ministerie WVC.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, 1996 *Cultuurnota 1997-2000 Pantser of ruggegraat*, Zoetermeer: Ministerie van OCenW.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, 2000, *Cultuurnota 2001-2004 Cultuur als confrontatie*, Zoetermeer: Ministerie van OCenW.



- Museums & Galleries Commission, 2000, *Developing an access policy: fact sheet*, London.
- National Audit Office, 1993, *Department of national heritage, national museums and galleries: quality of service to the public*, Londen: HMSO.
- Octobre, S., 2000, *Evaluation mesures tarifaires musées*, Parijs: Ministère de la Culture et de Communication.
- O'Hagan, J., 1995, National Museums: to charge or not to charge?, *Journal of Cultural Economics*, 19 (1), blz. 33-47.
- O'Hagan J.W. en C. Duffy, 1995, National museums: functions, costs and admission charges, *The European Journal of Cultural Policy*, 2, blz. 369-380.
- O'Hagan, J., 1998, *The state and the arts: An analysis of key economic policy issues in Europe and the United States*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Ranshuysen, L. en H.B.G. Ganzeboom, 1993, *Cultuureducatie en cultuurparticipatie. Opzet en effecten van de kunstkijkuren en muziekluisterlessen in het Amsterdams primair onderwijs*, Rijswijk: Ministerie van OC&W.
- Ranshuysen, L., 2000, *Evaluatie Museum en School en museumfestivals*, i.o.v. gemeente Leiden, Dienst Cultuur en Educatie.
- SCP, 2000, *Sociaal en Cultureel rapport 2000*, Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- SCP, 2001, *De sociale staat van Nederland 2001*, Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Selwood, S., (ed.), 2001, *The Cultural Sector in the UK: Profile and Policy Issues*, Londen: Policy Studies Institute.
- Steiner, F., 1997, Optimal pricing of museum admission, *Journal of Cultural Economics*, 21 (4), blz. 307-333.
- Tweede Kamer, 2001/2002, 27 432, nr. 28, *Cultuurnota 2001-2004*.



## **Begeleidingscommissie**

Mevrouw A. Vels-Heijn	- Nederlandse Museum Vereniging
De heer E. van Rooij	- Vereniging van Rijks gesubsidieerde Musea
De heer H. van der Maas	- Vereniging van Rijks gesubsidieerde Musea
De heer M.J.M. van der Kaaij	- Erfgoed Actueel
De heer G.W. Eshuis	- Ministerie van OcenW
De heer V. Bina	- Ministerie van OGenW
De heer W. J. Westerveld	- Ministerie van OcenW
De heer R.J.M. van Hengstum	- Ministerie van OGenW



## Gesprekspartners

Louvre	- Mevrouw C. Fourteau - Mevrouw C. Bourdillat
Le Ministère de la Culture et Communication, direction des Musées de France	- Mevrouw S. Octobre - De heer O. Bouquillard - Mevrouw B. Goldstein
Victoria & Albert Museum	- Mevrouw S. Gray
Science Museum	- Mevrouw J. Hold
Department for Culture Media and Sport-	De heer R. Hartman - De heer S. Creigh-Tyte
Staatliche Museen zu Berlin	- De heer G. Schauerte - De heer C. Richartz
Bonniefantemuseum	- De heer A. van Grevestein - Mevrouw E. Saris
Gemeente Hoorn	- Mevrouw P. van Zijl
Sociaal en Cultureel Planbureau	- De heer A. van den Broek - De heer J. de Haan
Rijksmuseum	- De heer E. van Rooij - Mevrouw L. van Valkenhoef
Stichting Museum Jaarkaart	- Mevrouw L. Boelrijk
Universiteit van Amsterdam	- De heer H. van Os
Bureau Stadspas Amsterdam	- Mevrouw M. Schok