

# Culturele industrieën in Nederland van 1899 tot 2005

Amsterdam is wat betreft de culturele industrieën koploper in Nederland. De voorsprong op de andere drie grote steden is vooral na 1960 aanmerkelijk vergroot. Den Haag daarentegen heeft veel terrein moeten prijsgeven en dreigt steeds verder weg te zakken.

**V**an een verheven doel op zich is cultuur afgedaald naar de wereld van vraag en aanbod en van winst en verlies. Cultuur is in de tweede helft van de twintigste eeuw meer en meer een economisch goed geworden. De culturele industrieën omvatten de economische activiteiten waarbij de symbolische of esthetische waarde van het product voorop staat. Die producten concurreren dus op een kwaliteitsaspect en kennen doorgaans een relatief hoge inkomenselasticiteit waardoor zij door onderzoekers en beleidsmakers gezien worden als een belangrijke bron van werkgelegenheid en economische groei voor geavanceerde steden (Currid, 2007; Scott, 2000; 2008). Succesvolle culturele industrieën bouwen echter vaak voort op lange lokale tradities. Daarom is het interessant om, juist in een tijd waarin veel steden zich profileren als creatief, de globale trends in de werkgelegenheid in de culturele industrieën in Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Utrecht vanaf 1899 te traceren.

Voor het onderzoeksproject (Kloosterman *et al.*, 2008) is gekozen voor branches waarvan het evident is dat de symbolische of esthetische waarde de essentie van hun producten vormen, namelijk kunsten, uitgeverijen, reclame en architectonisch ontwerp. Voor drie van deze branches is het mogelijk om aan de hand van data van het CBS de ontwikkeling van de werkgelegenheid in de individuele steden te traceren tot 1899. Voor reclame zijn pas vanaf 1930 dergelijke gegevens beschikbaar. De data zijn niet probleemloos, want de classificatie is verschillende malen gewijzigd, maar voor een globaal beeld goed genoeg

**MICHAËL N. DEINEMA**  
Promovendus aan de Universiteit van Amsterdam

**ROBERT C. KLOOSTERMAN**  
Hoogleraar aan de Universiteit van Amsterdam en hoogleraar aan het University College London

## De grote steden nader bekeken

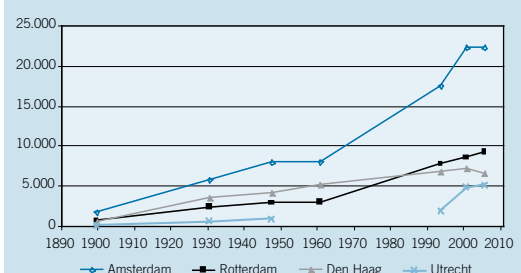
Het Nederlandse stedelijke landschap is historisch gezien polycentrisch van aard. De grootste steden liggen relatief dicht bij elkaar in het westen en de verschillen qua bevolkingsomvang zijn relatief gering. Hoewel Amsterdam altijd wel belangrijker is geweest dan de andere drie, was het na de hoogtijdagen in de zeventiende eeuw toch vooral *primus inter pares*. Dat beeld rijst ook op uit de ontwikkeling van de totale werkgelegenheid in de vier geselecteerde

branches in de culturele industrieën in de periode tot 1960 (figuur 1). Vooral de afstand tot Den Haag was lang tamelijk gering. Vanaf 1960 echter is de stijging in Amsterdam veel groter dan elders en is er geen twijfel mogelijk dat Amsterdam de culturele hoofdstad van Nederland is (Kloosterman, 2004). Het terreinverlies van Den Haag is eveneens opvallend. Lang was het de tweede stad op het terrein van de culturele industrieën, maar in de periode 1960–1993 moet de hoofdstad deze positie prijsgeven en wordt de stad door Rotterdam gepasseerd. Gezien de dalende tendens van werkgelegenheid in absolute zin in Den Haag in de meest recente periode, valt te verwachten dat in de naaste toekomst ook Utrecht Den Haag voorbij zal streven.

Het relatieve belang wordt aangegeven door middel van locatiequotiënten. Een locatiequotiënt is het aandeel van een branche in een stad gedeeld door het aandeel van die branche op nationaal niveau. Een locatiequotiënt van meer dan één geeft aan dat een branche is oververtegenwoordigd en een bovenlokale markt bedient, en bij lager dan één ziet men de stad als een netto-importeur van de betrokken producten. Het verloop van de locatiequotiënten van de gezamenlijke werkgelegenheid in de geselecteerde culturele industrieën in de vier grote steden bevestigt het beeld van de absolute cijfers, maar noopt ook tot een zekere nuancering (figuur 2). Ten eerste kan gesteld worden dat het aandeel van de vier grote steden als geheel in de geselecteerde culturele industrieën over deze periode is afgenomen. Het lijkt aannemelijk dat de bewust door de overheid gestuurde spreiding van cultuur van na de Tweede Wereldoorlog hier ook een rol in heeft gespeeld. Een tweede conclusie betreft, opnieuw, de relatief sterke positie van Amsterdam. Ook in de hoofdstad is de locatiequotiënt na 1960 licht gedaald, maar toch een eeuw stabiel rond de twee gebleven. Amsterdam is voortdurend een exporteur van

Figuur 1

Aantal werkenden in de geselecteerde culturele industrieën.



producten op het gebied van de culturele industrieën geweest. Gegevens voor de individuele branches laten zien dat Amsterdam dominant is op het gebied van kunsten, de reclame- en de uitgeverijbranche. Alleen voor architectonisch ontwerp scoort Amsterdam, zij het pas recent, lager dan één en is Rotterdam belangrijker.

Een derde bevinding is, opnieuw, de verslechtering van de positie van Den Haag. Van een stad die in 1930 nog de relatief grootste concentratie van deze culturele industrieën vertoonde, is Den Haag in de tweede helft van de twintigste eeuw ver teruggevallen. Die val doet zich over de gehele linie voor, maar is vooral geprononceerd in de kunsten en de architectuur. Nog even en dan zal Den Haag onder de cruciale grens van één schieten en wellicht een netto-importeur worden op het terrein van de geselecteerde branches in de culturele industrieën. Rotterdam is niet een uitgesproken centrum van dergelijke activiteiten; de locatiequotiënt voor de vier culturele industrieën tezamen bevindt zich vanaf 1930 vrijwel continu om en nabij de één; alleen de architectuurbranche vormt een uitzondering (Kloosterman, 2008). Utrecht lijkt recent bezig met een opmars en dan vooral in de reclamebranche en in de kunsten.

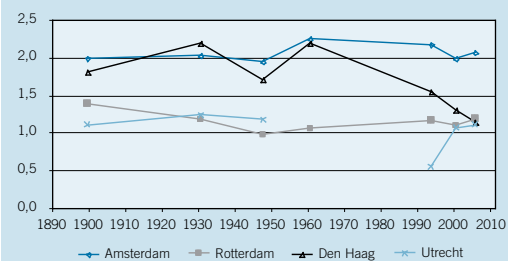
### Contrast tussen hoofdstad en hofstad

Het beeld van een stijging van de werkgelegenheid in de geselecteerde culturele industrieën in de vier grootste steden in de twintigste eeuw komt duidelijk naar voren. Die stijging versnelt na 1960. Dat geldt vooral voor Amsterdam dat dan een ander groeitraject lijkt in te slaan en haar positie als culturele hoofdstad aanmerkelijk weet te versterken. Binnen de vier grote steden vormt Den Haag het contrast waar na 2000 zelfs een daling in absolute zin optreedt. Rotterdam en Utrecht nemen een tussenpositie in, al lijkt Utrecht eveneens op weg naar een groeiversnelling. De veel meer geprononceerde stijging van de werkgelegenheid in de culturele industrieën in Amsterdam, ook ten opzichte van Utrecht, wijst op toenemende schaalopbrengsten waarbij het productiesysteem in de hoofdstad steeds sterker is geworden. Dit systeem omvat niet alleen de bedrijven, maar ook de ondersteunende instituties op het gebied van opleiding en scholing, onderlinge kennisuitwisseling en marketing. Een verfijnde arbeidsdeling, een breed spectrum van voorzieningen, met name voor persoonlijke ontmoetingen, en een groot arbeidsaanbod maken deel uit van in Amsterdam gelocaliseerde productiesystemen of clusters, zo tonen casestudies naar uitgeverijen (Deinema, 2008), reclamebureaus (Röling, 2010), de audiovisuele branche (Van der Groep, 2010) en architectonisch ontwerp (Kloosterman, 2008, 2010). Die casestudies laten ook zien dat het arbeidsaanbod in Amsterdam zeer internationaal is. De clusters bestaan deels bij de gratie van de inbreng van buitenlanders die niet alleen werken bij bedrijven, maar zelf ook bedrijven oprichten. Voor deze groep werkers biedt Amsterdam vele voordelen, variërend van eigen expat-kranten tot een zeer divers winkel- en horecabestand (Marlet, 2009). Die buitenlanders hebben door hun kennis van andere afzetmarkten ook een rol gespeeld in het versterken van de internationale oriëntatie van de bedrijven in Amsterdam. Amsterdam lijkt in dit opzicht veel meer deel uit te maken van een wereldomspannend mozaïek van wereldsteden, met New York aan de top (Scott, 2004).

Interessant is het verval van Den Haag dat als overheidscentrum en ambassade-stad in principe toch een internationaal aantrekkelijk cultureel profiel zou moeten hebben. De stad waar ooit Louis Couperus, H.W. Mesdag, Simon Carmiggelt, Kees van Kooten en Wim de Bie, Shocking Blue en Golden Earring hebben gewoond, is in de tweede helft van de twintigste eeuw ver weggezakt. In plaats van een positief zelfversterkend proces laat Den Haag eerder een negatieve ontwikkeling zien. Een deel van de infrastructuur die de sterke positie van Den Haag van voor de Tweede Wereldoorlog mogelijk maakte, is nog altijd aanwezig. De Koninklijke Schouwburg, het Koninklijk Conservatorium voor Muziek en Dans en de Koninklijke Academie van Beeldende Kunsten zijn nog altijd in Den Haag gevestigd. Men zou kunnen zeggen dat het voorvoegsel Koninklijk van deze belangrijke instituties ook al wijst in de richting van waar Den Haag tekortschiet. Te veel gericht op de bovenkant en de smaak van een elite en te weinig op wat ooit alternatieve cultuur werd genoemd. Ironisch genoeg heeft juist deze alternatieve cultuur vaak aan de basis gestaan van meer marktgerichte culturele indu-

Figuur 2

Ontwikkeling van de locatiequotiënten van de culturele industrieën in de vier grote steden.



strieën (Scott, 2000; Currid, 2007). Het ontbreken van een echte universiteit en dus ook van een grote studentenpopulatie die in is voor zulke jongerencultuur, zal hier mede debet aan zijn. De ambitie van Den Haag om in 2018 Europese Culturele Hoofdstad te worden, is een loffelijk streven en er is genoeg kunst uit het verleden en het heden zoals, bijvoorbeeld, het Nederlands Dans Theater, om die ambitie kracht bij te kunnen zetten. Maar een nationaal, laat staan Europees, centrum van culturele industrieën is weer heel wat anders. Dit terwijl juist culturele economische activiteiten de aantrekkingskracht van een stad kunnen vergroten; ze geven een stad cachet en verbeteren het leefklimaat waardoor weer andere vormen van bedrijvigheid worden aangetrokken.

### LITERATUUR

Currid, E. (2007) *The Warhol economy: how fashion, art, and music drive New York City*. Princeton: Princeton University Press.

Deinema, M.N. (2008) *Amsterdam's re-emergence as a major publishing hub in a changing international context*. Paper gepresenteerd op The IXth International Conference of the European Association for Urban History, Lyon, 29 augustus.

Groep, R. van der (2010) 'Breaking out' and 'breaking in': changing firm strategies in the Dutch audiovisual industry. *Regional Studies*, te verschijnen.

Kloosterman R.C. (2004) Recent employment trends in the cultural industries in Amsterdam, Rotterdam, The Hague and Utrecht; a first exploration. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 95(2), 243-262.

Kloosterman, R.C. (2008) Walls and bridges: knowledge spillover between 'superdutch' architectural practices. *Journal of Economic Geography*, 8(4), 545-563.

Kloosterman, R.C. (2010) Building a career: labour practices and cluster reproduction in Dutch architectural design. *Regional Studies*, te verschijnen.

Kloosterman, R.C., M. Lavanga, M.N. Deinema en C. Rasterhoff (2008) *Places and their culture: the evolution of Dutch cultural industries from an international perspective, 1600-2000*. Onderzoeksproject van NWO.

Marlet, G. (2009) *De aantrekkelijke stad*. Proefschrift, Universiteit Utrecht.

Röling, R. (2010) Small town, big campaigns. The rise and growth of an international advertising industry in Amsterdam. *Regional Studies*, te verschijnen.

Scott, A.J. (2000) *The cultural economy of cities; essays on the geography of image producing industries*. Londen: Sage Publications.

Scott, A.J. (2004) Cultural-products industries and urban economic development: prospects for growth and market contestation in global context. *Urban Affairs Review*, 39(4), 461-490.

Scott, A.J. (2008) *Social economy of the metropolis; cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*. Oxford: Oxford University Press. 1916