



Huwelijkse voordelen

Auteur(s):

Jonkhoff, W.

Verschenen in:

ESB, 87e jaargang, nr. 4345, pagina 81, 1 februari 2002

Rubriek:

Van de redactie

Trefwoord(en):

De rijkshoofdstad is omgetoverd in een onneembare vesting. Het prinselijk huwelijk, de beste publiciteitscampagne die het koninklijk huis zich maar kon wensen, brengt de natie op de been. Eerdere evenementen van koninklijke huize, in 1966 en 1980, brachten behalve ongenode (de honderdduizenden koningsgezinden die jaarlijks op 30 april de familie Van Oranje vermaken met hoepel en priktol) ook daadwerkelijk onwelkome gasten - werkschuw bommengooiend tuig. Tijdens de zestigste verjaardag van koningin Beatrix en de Eurotop, heeft zich een grote risicoaversie meester gemaakt van de autoriteiten. Nu, voor Het Huwelijk, is het niet anders. Burgemeester Cohen raadt zelfs af de stad te bezoeken.

Dat wegens de enorme inzet van dienders het leger nodig zou zijn om een onverhoopt simultaan gehouden Elfstedentocht mogelijk te maken, is een veeg teken van de kosten die het evenement met zich meebrengt. En wellicht dat het feest door terroristen wordt uitgelegd als on-gelovig? Doordat 11 september nog vers in het geheugen ligt, wordt ongetwijfeld meer uitgegeven aan alternatief aanwendbare beveiliging. En dan nog: je kunt alles beveiligen maar op zo'n dag loopt niets zoals gepland, merkte Cohen terecht op. Daarbij is het relschoppen, net zoals het gehele aardse leven, de laatste decennia flink geseclariseerd. Er wordt minder betoogd voor een hoger doel en er worden meer strafbare feiten gepleegd. Relschoppers bij wie het eigenbelang sterker weegt dan de behoefte aan politiek protest zien morgen hun kans schoon. De extra criminaliteit als gevolg van verminderde politie-inzet elders in het land brengt derhalve extra kosten met zich mee.

Ook worden de Amsterdammers beperkt in hun mogelijkheden in de binnenstad (denk bijvoorbeeld aan winkelen). Nu zijn ze dit door toeristen, het weer en de aanleg van de Noord-Zuidlijn wel gewend maar het draagt bij aan de kosten van het huwelijk.

Het koninklijk huis is sowieso een dure aangelegenheid. In de *Miljoenennota 2002* wordt tot 2006 een jaarlijkse uitgavenpost van 7,9 miljoen euro verwacht. De Oranjes hebben nu eenmaal een dure smaak. Bovendien dienen ze het Nederlandse visitekaartje te zijn. En er wordt nog wel eens een auto aan puin gereden. Maar blijkbaar zijn we als Nederlanders graag bereid elk vijftig eurocent per jaar te doneren aan 's lands rijkste familie. De koninklijke familie is een maatschappelijk bindmiddel. Behalve individueel vermaak biedt het sociale externaliteiten: een extra reden om weer eens met de burenen te gaan nabomen over wat voor een aparte dag het toch wel was. Dat kan worden gezien als een *merit good* (zie ook het artikel van Annelies Hogenbirk en Hans van Kranenburg in deze *ESB*). En hoe polariserend wellicht de discussie over de aanwezigheid van de heer Zorreguieta ook heeft gewerkt, de tongen zijn flink losgemaakt. Kostte het vele diplomatieke (en hoogbetaalde) uren hem te overtuigen van het nut van het wegblijven bij de bruiloft, indien de kroonprins een ander tot zijn bruid had verkozen zou dit tot minder discussie hebben geleid, waardoor het huwelijk minder zou leven onder de bevolking.

Een meer concreet voorbeeld van de kroon als bindmiddel was de rol die koningin Beatrix speelde tijdens de min of meer recente rampen in Enschede en Volendam. Men kan zich afvragen of een president een dergelijke taak even goed zou vervullen. Doordat het electoraat beslist over de president, is de gemiddelde functieduur hier korter en kan het volk zich minder met hem identificeren. Een koningin is in wezen onderdeel van de vierde macht, die der ambtenarij, en dus langer in functie. Dat bindt beter.

De gemeente Amsterdam grijpt het huwelijk aan als gratis reclamestunt, die best wat mag kosten¹. Bovendien creëert het festijn nieuwe markten: die voor alles wat met oranje te maken heeft. De toeloop op de kennismakingstournee, de paraferalia en ga zo maar door. Wie morgen Amsterdam bezoekt, zal weinig van het bruidspaar te zien krijgen maar desondanks (of juist daardoor) flink wat uitgeven aan verteringen. Tevens zijn er inverdieneffecten; een permanent effect van koningshuizen is dat zij de verkoop van boulevardbladen en kranten stimuleren. Het blad *Vorsten* ontleent er zelfs haar bestaansrecht aan. Een president spreekt nu eenmaal niet zo tot de verbeelding als een vorst. Ook daar wreekt zich dat presidenten afhankelijk zijn van electoraten (indien zij dit niet zijn, grijpen ze meestal naar de wapenen om indruk te maken), terwijl vorsten een leven lang en koninklijke families zelfs permanent een deel van het openbare leven vormen. In huwelijkse termen: toen de heer Chirac trouwde leverde dit geen hossende mensenmenigtes in de straten van Parijs op.

Het is onmogelijk een zinnig bedrag te noemen als de toegevoegde waarde van het koningshuis. Het biedt echter velen vermaak en dus consumentensurplus. In vroeger tijden overleefde het koningshuis al de anarchie van diezelfde stad Amsterdam. Meer recent bleken de hippies van de jaren zestig en de 'no future'-adepten van de jaren tachtig niet in staat het van zijn troon te stoten. Ondanks de hoge kosten vermoed ik een batig saldo. En een goede marketingactie

¹ Zie W. van Bergen, Eén grote reclamestunt, *FEM/De Week*, 26 januari 2002, blz. 24-28.

