

Bijeenkomst vrije tijd 8 januari 2015 Trendbureau Overijssel

Aanwezig: Hans Mommaas (Universiteit Tilburg) HM, Jacintha Scheerder (STT) JS, Annet Tiessen-Raapdonk (SCP) AT, Hans de Haan (Provincie Overijssel) HH, Michiel Flooren (Saxion) MF, Godelieve Wijffels (Natuur & Milieu Overijssel) GW, Monique Beernink (Vrijwilligers 053) MB, Mieke Conijn (Kunstenlab) MC, Cor van Gasteren CG, Jan van Oene (Provincie Overijssel) JO Martin Maassen, Recron (MM)

HM: We kunnen niet zomaar zeggen 'Er is meer vrije tijd, dus er komt ook meer vrijetijdseconomie'. Die relatie is er niet, de relatie ligt tussen bestedingsruimte in de vrije tijd en economisch effect. Overigens is de hoeveelheid vrije tijd ook niet zoveel gegroeid.

Wat drijft de wereld van de vrije tijd? Het draait niet alleen om techniek en het gebruik ervan. Creativiteit en inlevingsvermogen zijn erg belangrijk, de wereld van de vrije tijd is een wereld van verbeelding. De materiële factor steeds minder belangrijk.

We moeten kijken naar de systemen onder de verschijnselen. Het heeft geen zin om trends in manifestaties te benoemen. We moeten veranderingen ook begrijpen. Castells is het ijkpunt wat mij betreft. Zijn inzichten over de netwerksamenleving en de informatie samenleving zijn wat mij betreft fundamenteel.

The real virtuality is een thema: werkelijkheid inrichten naar het ideaal in de virtualiteit in plaats van andersom (virtual reality): virtuele wereld inrichten naar het ideaal in de werkelijkheid. Gamification hoort hierbij en wordt steeds belangrijker.
3 thema's voor nu:

Placemaking, Hoofdpunt is concurrentie om vrije tijd, niet absolute omvang van vrije tijd: de intensievere strijd om die vrije tijd tussen plekken, steden, regio's. De strijd om de creatieve stad, toenemend belang van de stad als centrum van de kenniseconomie. Competitief voordeel verplaatst nog steeds richting stad ten opzichte van secundaire steden. Platteland verliest niet, die hebben hun eigen kracht en zelforganiserend vermogen. De problemen zitten bij de middelgrote steden.

Verbeelding. Kennis en creativiteit, verbeelding wordt steeds belangrijker als drager van innovativiteit – hier zit de link met vrije tijd. We worden niet alleen consumenten maar producenten van verbeelding. Vrije tijd is een inspiratiebron voor nieuwe ideeën. Cultuur 3.0: iedereen wordt cultureel ondernemer. Hybride economie, vrije tijd en werk lopen steeds meer door elkaar. Spelend gaan werken.

Techniek. De materiële wereld wordt steeds meer een symbolische speler, de ervaring wordt belangrijker. Het verdienvermogen zit bij de experience, de beleving: daar kan je een hek omheen zetten. De content is vogelvrij: het blijkt heel lastig om daar verdienmodellen omheen te bouwen.

De uitdaging voor deze verkenning is de contextuele zoektocht naar nieuwe markten in vrijetijdseconomie voor Overijssel. Een mogelijkheid is het fysieke landschap als authentieke experience inzetten.

HH: Wat is vrije tijd? Participatie maatschappij gaat een rol spelen, dat zijn ook transacties met economische betekenis.

Er ontstaat een discussie over de betekenis van het begrip 'vrije tijd'.

HM: In het Nederlands hebben we helaas geen onderscheid tussen free time en leisure. Leisure gaat over kwaliteit van ervaring van vrije tijd (zakelijk toerisme valt hierbuiten, maar heeft wel vrijetijdsdrijfveren). In de discussie noemen mensen toerisme en media vaak als vormen van leisure, maar toerisme is leisure op afstand, media is communicatie over leisure: geen vorm van toerisme op zichzelf.

HB: In hoeverre is de claim waar dat beleving steeds belangrijker wordt? Net als dat mensen zelf steeds meer gaan produceren. Ik hoor dit soort claims vaak, en ze zijn ook plausibel, maar ik ken weinig cijfers. Zijn ze in hun algemeenheid waar? Gelden ze bv. voor alle bevolkingsgroepen?

HM: Nee, er zijn verschillen tussen groepen in de bevolking, de capaciteiten van mensen om mee te gaan in de verandering naar 'beleving' is hier van belang. Dat verschil in vermogen hierin mee te gaan, creëert een dichotomie tussen bevolkingsgroepen. Het klassieke kamperen neemt bijvoorbeeld ook af, tegenwoordig alleen nog veel glamping e.d. Er komt een verschil tussen groepen die actief of passief de vrije tijd willen beleven. Er bestaat een directe relatie tussen manier van vrijetijdsbesteding en opleidingsniveau/inkomen.

GW: Flexibele werkplekken en tijden leveren alleen op dat mensen extra gaan werken bovenop de reguliere tijden.

MM De hoeveelheid vrije tijd is voor alle leeftijden gedaald, werk dringt huis steeds meer in. Vrijetijdsstress door overmaat van aanbod en werkstress doordat het niet meer aan werk gebonden is. We zijn op zoek naar balans. We moeten ook iets doen aan relatie tussen cosmopolitans en locals, vooral in Overijssel. Vrijetijdsindustrie is meer dan toerisme!

SCP

Onderzoek naar tijdsbesteding van Nederlanders. Onderzoek begonnen in 1975, ieder jaar 1 week per 10 minuten opgeschreven door 2000 deelnemers. Vrije tijd bij SCP is optelsom van activiteiten, alles wat overblijft na werk en andere verplichtingen. Vrouwen hebben meer vrije tijd dan mannen.

Wat zijn trends over het gehele spectrum: meer werk, minder huishouden, hoe ouder hoe meer vrije tijd.

Wanneer heeft men vrije tijd? Verdeling is nog steeds vrij klassiek. Het verloop van vrije tijd wordt iets minder.

De besteding van vrije tijd wel veranderd t.o.v. 1980, veel meer ICT en media gebruik en minder sociale contacten. Hobby en spel ook heel duidelijk afgenomen.

Wie doet wat? 40+ers zonder kinderen hebben het meeste vrije tijd, maar besteden dat ook grotendeels aan media. Geen opzienbarende verschillen. Michiel Flooren heeft probleem met de gemaakte leeftijdsverdelingen. Ook nemen ouderen bijvoorbeeld in hun vrije tijd meer zorgtaken op zich, dat komt niet uit de tabellen terug.

CG: wat zijn de verbanden tussen de twee verhalen van Mommaas en SCP?

HM: Er zijn vrij robuuste ontwikkelingen in de tijd zichtbaar, we meten hetzelfde maar op een andere manier. De strijd gaat over het type activiteiten waarmee de consument zijn vrije tijd vult, de invulling van de 'zak' vrije tijd.

HB: Er bestaan veel cijfers die wijzen op dat we een groter aandeel van onze vrije tijd besteden aan natuur, fietsen e.d., maar procentueel is het nog steeds een minuscuul deel, klopt dat?

HM: het gaat niet alleen om mensen die naar de Efteling komen, maar ook om mensen die thuis met de Efteling bezig zijn. Bedrijven realiseren zich dit vaker dan overheden. Overheden kijken teveel puur naar uithuizige vrije tijd, terwijl het veel groter is dan dat. Daarnaast wordt uithuizige vrije tijd in Overijssel nog steeds voor het overgrote deel door Overijsselaren ingevuld, focus je eerst daar op! Eigen bewoners zijn dragers van de innovativiteit van het toerisme in je regio. Als je je dat niet realiseert en daar niet op focust, mis je de verankering in de regio en dan komt er vervreemding: kijk naar Rimini etc. Als je dit goed aanpakt, worden inwoners door deze binding zowel consument als producent.

JS: gaan we met het verdwijnen van de spenderende babyboomers in 2030 niet een deel van de geldbesteders missen? Als deze wegvallen, missen we misschien een groot budget in de vrijetijdsindustrie zoals we deze nu kennen. En als de generaties van nu minder geld krijgen (door minder werken), gaan we dan niet minder spenderen en onze vrije tijd anders inrichten?

HM: dat zeiden we in de jaren '80 ook en dat bleek niet waar te zijn. Destijds gaven ze ook de schuld aan automatisering, maar historisch gezien heeft iedere bron van tijdswinst geleid tot meer activiteit!

JS: lag dat niet aan de groei van het kapitalisme, en dat er nu meer belangstelling is voor authenticiteit en het 'sharing is caring' principe gebaseerd op een deel en geef economie?

HM: Wetmatigheid van afgelopen twee eeuwen hoeft niet ook nu automatisch te gebeuren.

MC: betekent minder verdienen wel minder vrijetijdsbesteding? Je kan ook vrijetijdsbesteding doen zonder financiële transactie, dan is het nog steeds economie.

EP: Inderdaad, ter illustratie : inde sportsector is 110.000fte werkzaam, maar in 1 week zijn er ook 56.000 fte als vrijwilliger werkzaam: maar dat zie je niet als economische activiteit.

HM: voor Brabant geprobeerd vrijetijdsindustrie in kaart te brengen. Ook detailhandel (fysieke winkels) toegevoegd. Je ziet een duidelijke stedelijke en groene as, maar wat er buiten valt zijn de bedrijven die leveren aan de vrijetijdsindustrie. We zijn kwalitatief naar de bedrijven toegestapt met de vraag wat hun markt binnen de vrijetijdsindustrie is. Zit veel meer economie aan vast dan standaard berekend wordt. In cultuur gaat dit meten vaak verkeerd, er wordt een waardesysteem gehangen aan iets wat anders of moeilijker te meten is.

Relatie tussen formele en informele economie wordt dichter, de formele economie heeft er baat bij dat de informele economie goed gaat, maar deze moet wel voldoen aan eisen van formele economie: zie belastingen van sportvoorzieningen op de exploiterende verenigingen, wordt opeens enorm veel meer. Dit zorgt in de praktijk vaak voor problemen.

MM: mensen kopen geen caravan meer, maar delen. Dit heeft ook invloed op de campings in Overijssel.

Jacintha Scheerder

Houdt zich bezig met *signals for change* voor de toekomst. Het toenemen van de diensteneconomie; economieën die draaien op ruilen en geven i.t.t. geld, en de toenemende mate van de belevingseconomie zijn hoog geplaatste signalen. De visie op toekomstige banen is daarbij ook interessant. Volgens Bill Gates gaan er 2 miljard huidige banen verdwijnen, o.a. door automatisering. Daar komen wel weer nieuwe banen voor in de plaats. Voor het verkennen van de toekomst in de vrijetijdssector moeten we out-of-the-box denken!

CG: misschien moeten we niet meer in categorieën bevolking denken (zoals in dit onderzoek weer gebeurt), maar in 17 miljoen verschillende burgers. We hebben geen zekerheden meer, dus we moeten de wensen en eisen van ieder individu unieker bekijken.

MM: Je moet toch je doelgroep in je hoofd houden, daar je aanbod op afstellen. Nu is het aanbod al totaal anders dan 20 jaar geleden: weten wie je gast is, rekening houden wat de 'kleur' van je gast is. Belangrijk voor de marktsegmentatie is het bedrijfsleven en de economie adaptief maken.

HM: de grootste driver of change zit niet in het bedrijfsleven (behalve private equity) maar dit zijn de recent afgestudeerden die risico's durven te nemen. Is de regio in staat

innovatievermogen te realiseren met het bedrijfsleven in de vrijetijdseconomie? Daarnaast moet je de vrijetijdsgelateerde opleidingen verbinden met start-ups in de omgeving, zodat mensen met nieuwe banen kunnen gaan experimenteren. Gaat niet uitsluitend over vrije tijd, maar ook in de vrije tijd moet je dit toepassen.

MF: Out of the box denken; in 2030 hebben we een totaal ander klimaat, de seizoenen gaan verschillen. Daarnaast moeten we anders in gaan spelen op de rivieren, hoe gaan we daar geld aan verdienen?

HM: het investeringsvermogen in de vrijetijdsindustrie is vrij laag. Bedrijven (zoals Landal en Efteling) zetten vaak zelf innovatiefondsen of -labs op. Men moet niet alleen inzetten op de reguliere VVV-strategie, maar ook aan structuurversterking in de vrijetijdsindustrie doen.

MB: zijn veel bedrijven nu niet ook bezig met het doen van investeringen voor eigen medewerkers? Op die manier ben je zowel bezig met participatie in de samenleving als het versterken van de eigen mensen.

HM: Randstad heeft dat enorm veel gedaan, vrijetijd het bedrijfsleven in proberen te helpen, de werkvloer op.

MB: Moet deze factor zich niet buiten het kantoor, in de maatschappij, afspelen?

HM: er zijn twee belangrijke drijvers in de vrijetijdsindustrie, eentje is incentive voor je werknemers – schaarste van arbeid. De andere is maatschappelijke verantwoordelijkheid en competenties ontwikkelen bij je eigen medewerkers. Hieronder valt het investeren in maatschappelijke ontwikkelingen.

MF: dit gebeurt naar mijn idee al veel in Overijssel (landgoederen die multipurpose worden), ook het samenwerken tussen verschillende partners om een maatschappelijk sterk cross-over concept neer te zetten. Ketenbedrijven (vooral internationaal) zijn hier minder goed in.

Regionale vrijetijdseconomie moet je zoveel mogelijk baseren op regionaal ondernemerschap.

HB: gemiste woorden?

MM: varkensziektes, overaanbod, recreanten zijn wij niet maar Henk&Ingrid – verschuiving van doelgroep. Voor- en naseizoen worden belangrijker

EP: in pandige vs buitenpandige vrije tijd – hoe kunnen we daar ons geld mee verdienen

JS: mogelijke nieuwe markten voor vrije tijd in de toekomst

MB: meten van maatschappelijk rendement en de betekenis van de waarde van sociale input

HM: vrije tijd als innovatieomgeving

GW: duurzaamheid in groene economieplan

MC: meer virtueel aanbod

AT: keuzeproblematiek, hangt samen met lagere inkomensgroep die verزند raken en keuzes en daarom mogelijk soms dingen niet doen

CG: zelf doen, wij is het nieuwe ik, nieuwe bedrijven die hierin voorzien

HH: werkgelegenheid, met name voor laaggeschoolde doelgroep en mensen met afstand tot arbeidsmarkt

JO: retail, attractieve steden en het afhaken van de retailsector bij het nadenken over innovatie