



MASTERPLAN VRIJETIJDINDUSTRIE



Inhoud

SAMENVATTING	5
1. INLEIDING	9
2. AFBAKENING VRIJETIJDINDUSTRIE	11
3. ECONOMISCHE BETEKENIS	15
4. MAATSCHAPPELIJKE RELEVANTIE	25
5. TRENDS, KANSEN EN BEDREIGINGEN	29
6. ACTIEPROGRAMMA & AANBEVELINGEN	43







Samenvatting

Eind 19^e eeuw werd vrije tijd opgevat als de resttijd voor wie werkte. Vrije tijd was belangrijk voor mensen, maar pas ver nadat zij voorzien waren van baan en inkomen. Steeds duidelijker is dat vrije tijd meer is geworden dan dat. Mensen vinden vrije tijd belangrijk en zijn bereid hier veel geld aan uit te geven. Het aanbod aan mogelijkheden om de vrije tijd mee in te vullen is enorm toegenomen: van tv en internet, tot dagrecreatie, cultuurparticipatie, toeschouwerssport en fitness. Achter dit groeiende aanbod gaat een uitdijende productie-, distributie- en dienstensector schuil. De vrijetijdsindustrie is niet langer de franje, maar een centrale economische en sociale steunpilaar van onze huidige samenleving.

Met dit masterplan beogen MKB-Nederland en Rabobank het MKB-cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid en de vrijetijdsindustrie als geheel een duidelijker identiteit te geven. De economische en maatschappelijke betekenis wordt in kaart gebracht, alsmede de belangrijkste trends, bedreigingen en kansen voor de sector.

Onder vrijetijdsindustrie wordt hier verstaan:

Alle (concentraties van) publieksverzorgende vrijetijdsvoorzieningen met een (boven-)stedelijke verzorgingsfunctie waarvoor een toegangsprijs wordt betaald. Hierbij gaat het om de volgende sectoren: verblijfsaccommodaties en zakelijk toerisme¹, attracties/vermaak, kunst/cultuur, sport/spel, wellness/ health, horeca/uitgaan².

De vrijetijdsindustrie is een jonge, dynamische, heterogene sector, onderhevig aan korte trendcycli en met een onregelmatige piekbelasting ingegeven door seizoens- en klimatologische invloeden of de (tijdelijke) aard van de werkzaamheden (denk aan theaterproducties en evenementen). Branches die deel uitmaken van de vrijetijdsindustrie leveren diensten gericht op vrijetijdsbesteding buitenshuis. Hun onderlinge verbondenheid wordt steeds sterker. Zij faciliteren sociale contacten en bieden

ontspanning aan hun consumenten. De toegevoegde waarde is doorgaans van immateriële aard. De bedrijven in de vrijetijdsindustrie kennen een hoge mate van flexibiliteit, veel kortlopende arbeidscontracten en part-timers, hechten groot belang aan de locatie en worden geconfronteerd met een relatief hoge administratieve lasten- en regeldruk.

ECONOMISCHE ONTWIKKELING

De bijna 54.000 bedrijven in de vrijetijdssector zijn goed voor 7,8 % van het totale aantal bedrijven in de Nederlandse economie en voor 3,3% van het BBP. In 2003 was het aantal werknemers in de vrijetijdssector goed voor 347.000 banen, ongeveer 5 % van de totale werkgelegenheid. Met gemiddeld zeven werknemers per bedrijf is de sector vergeleken met andere mkb-sectoren behoorlijk arbeidsintensief. De Rabobank verwacht een gestage opmars van de sector, waardoor deze in 2015 circa 5,5% van de werkgelegenheid voor zijn rekening neemt.

De omzet is in de vrijetijdsindustrie sterk gerelateerd aan het besteedbaar inkomen. Gezien het lage consumentenvertrouwen en de druk op het besteedbaar

¹ Congressen, vakbeurzen en business events vallen onder zakelijk toerisme -en in deze nota dus ook onder de vrijetijdsindustrie-, maar zijn veelal geen vrijetijdsvoorzieningen. Deelname aan bijvoorbeeld een congres is ingegeven door zakelijke motieven en wordt veelal bekostigd door de werkgever of is fiscaal aftrekbaar omdat het nodig is voor de beroepsuitoefening (leerelement).

² Concept Leisure-nota, gemeente Den Haag 2005





inkomen zal de omzetontwikkeling in de vrijetijdssector de komende jaren langzamer aantrekken dan het totale bedrijfsleven. Ondanks de relatief sterke omzetsdaling van de afgelopen jaren, is het aantal bedrijven echter licht toegenomen en de werkgelegenheid minder sterk afgenomen in relatie tot andere mkb-sectoren. De arbeidsproductiviteit in de vrijetijdsindustrie groeit traag. Eén van de oorzaken hiervoor is dat bedrijven in mindere tijden hun personeel lang vasthouden. Uitdaging voor de sector is het verhogen van de arbeidsproductiviteit. Enerzijds door flexibeler inzet van personeel en anderzijds door innovatie. Het verhogen van de arbeidsproductiviteit in een arbeidsintensieve sector is overigens niet eenvoudig. De overheid moet de sector daarom verlossen van overtollige bureaucratie en een flexibeler inzet van personeel mogelijk maken.

SOCIALE RELEVANTIE

Parallel aan zijn groeiende economische betekenis, stijgt ook de maatschappelijke relevantie van de vrijetijdsindustrie. De vrijetijdsindustrie draagt bij aan de kwaliteit van het leven, stimuleert de fysieke en mentale conditie en biedt inspiratie en ontplooiing. Naast zijn betekenis als werkgever, stimuleert de sector met zijn product "ontspanning" de arbeidsproductiviteit, innovatie en creativiteit en bestrijdt zij verzuim. Diverse bevolkingsgroepen komen in de vrijetijdsindustrie met elkaar in contact, hetgeen begrip en waardering kweekt en integratie bevordert. Het genieten van de vrijetijdsactiviteiten draagt bij aan geluk en bevordert het zelfvertrouwen, een actieve levenshouding en daarmee maatschappelijke participatie. Verder is de aanwezigheid van een vrijetijdssector een voorwaarde voor bruisende steden en een vitaal platteland.

DE NIEUWE 'VRIJETIJDSCONSUMENT'

Vrije tijd is de tijd die overblijft na slapen, werken en huiselijke zorgtaken, school en persoonlijke verzorging. In de hoeveelheid vrije tijd en de vrijetijdsbesteding van burgers heeft zich een significante trendverschuiving voltrokken, die doorwerkt in de aanbodzijde. Van een verzuimd vrijetijdsaanbod - via door de overheid aangeboden vrijetijdsvoorzieningen - naar een volwaardige vrijetijdsindustrie.

De gemiddelde Nederlander heeft 45 uur vrije tijd per week. Dat is 5% minder dan 10 jaar geleden, met name door stijgende arbeidsparticipatie van vrouwen³. Minder vrije tijd, minder bestedingen? Integendeel. De vrijetijdsindustrie heeft te maken met een consument die minder tijd heeft, maar meer te besteden, die bereid is grotere afstanden af te leggen, gevoelig is voor nieuwe trends en die steeds grilliger wordt in zijn wensen ten aanzien van vrijetijdsbesteding. De belevingsopbrengst moet gegarandeerd zijn en de consument heeft er steeds meer geld voor over.

Kortom de consument vraagt om hoogwaardige en vernieuwende producten. Om deze aan te bieden is het noodzakelijk dat ondernemers flexibel zijn en snel kunnen veranderen, innoveren en uitbreiden. Overheden spelen hierin vaak meer een belemmerende dan faciliterende rol. De sector ervaart een grote mate van bureaucratie en overregulering. Daarnaast is men bevreesd voor de opeenstapeling van beschermende natuur- en milieuwetten waardoor er steeds minder ruimte beschikbaar is voor evenementen en (uitbreiding van) recreatieve voorzieningen. Tenslotte wordt het flexibel en kostenbewust inzetten van personeel vanaf volgend jaar alleen maar moeilijker als gevolg van het nieuwe stelsel van premie-differentiatie wachtgeldfondsen.

³ Bron: Sociaal en Cultureel Rapport, 2004





ACTIEPROGRAMMA 2005-2008: FLEXIBILISEREN EN INNOVEREN!

De vrijetijdsindustrie staat voor een grote uitdaging. De sector is zeer conjunctuurgevoelig, heeft te maken met een grillige consument, een grote mate van concurrentie en een overheid die vaak meer belemmert dan faciliteert. Daarnaast wordt van een aantal vrijetijdssectoren, die van oorsprong ondersteund worden door de overheid, meer ondernemerschap verlangd. Om in te kunnen spelen op bovenstaande complicerende omstandigheden, is flexibel en innovatief ondernemerschap noodzakelijk.

Actieprogramma voor het MKB-cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid

Het MKB-cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid (VZG) zet de komende jaren in op innovatie en arbeidsmarkt-beleid & flexibilisering CAO's.

Innovatief ondernemen en sterke marketingconcepten zijn de sleutels tot succes in de vrijetijdsindustrie. Eind 2005 start het MKB-cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid met het project 'Inspireren, profiteren en innoveren!'. Branches en ondernemers binnen de vrijetijdsindustrie worden geïnspireerd om van elkaar te leren en dus te profiteren, met als uiteindelijke doel innoveren. Beoogd wordt het ontwikkelen van totaal nieuwe concepten binnen en tussen sectoren. Het project zal onder meer bestaan uit diverse innovatie-initiatieven, waaronder de organisatie van een Innovatiesalon en deelname aan de TNO ICT-Challenge, alsmede interactieve sessies. Zo zal een digitale brievenbus geopend worden voor nieuwe ideeën en zal een tweejaarlijkse innovatieprijs worden ontwikkeld voor het meest innovatieve project binnen de vrijetijdsindustrie. In 2006 organiseert MKB-Nederland voor het cluster VZG een interactief seminar over marketing, waarna digitaal voorlichtingsmateriaal voor de aangesloten branches wordt ontwikkeld. De Rabobank zal vanaf het

najaar van 2005 lokale seminars organiseren voor de vrijetijds-industrie met als speerpunten 'gebiedsgerichte promotie/ citymarketing' en lokaal vrijetijdsbeleid.

Najaar 2005 zal het cluster VZG de mogelijkheden voor flexibilisering verkennen. Het project moet resulteren in een 'kader arbeidsmarktbeleidsplan'. Daarnaast wordt geïnventariseerd welke branches arbeidsmarktknelpunten ondervinden, waarna in samenwerking met Servicepunt Arbeidsmarkt MKB naar oplossingen gezocht zal worden. Najaar 2005 wordt de buitengewoon flexibele CAO-golf gepresenteerd in het cluster, waarbij ook in bredere zin aandacht besteed wordt aan flexibilisering van de eigen CAO.

Aanbevelingen voor de rijksoverheid: 'PPS Vrijetijdsoverleg'

Terwijl in de markt de scheidslijnen tussen toerisme, recreatie, cultuur, sport en events vervagen, heeft deze ontschotting op ministerieel niveau nog onvoldoende doorgezet.

MKB-Nederland pleit daarom voor een door het kabinet in te stellen interdepartementaal vrijetijdsoverleg, onder auspiciën van Economische Zaken. Het 'vrijetijdsoverleg' zou naast EZ in ieder geval uit de staatssecretarissen Cultuur en Sport en de minister van LNV moeten bestaan, alsmede de voorzitter van MKB-Nederland. Deelname van VNG en IPO aan dit overleg is aanbevelingswaardig.

Doel is een meer integraal beleid te realiseren gericht op versterking van het ondernemerschap en flexibilisering van de sector.

Versterken van ondernemerschap werkt twee kanten op: enerzijds het versterken van ondernemerschap binnen de 'semi-publieke' sectoren (openlucht)recreatie, sport en cultuur. Anderzijds meer aandacht/voorwaarden-scheppend beleid binnen ministeries LNV, VWS en





OC&W voor commerciële aanbieders van sport, recreatie en cultuur. Innovatiesubsidies en adviesorganen (Senter/Novem en Syntens) moeten voor de vrijetijdsindustrie toegankelijker gemaakt worden.

Flexibilisering van de vrijetijdsindustrie dient allereerst plaats te vinden door daadwerkelijke administratieve lastenverlichting. Te realiseren via sectorale reductievoorstellen en -doelstellingen in plaats van departementale. Voorts zouden Nederlandse bewindspersonen in een vroeger stadium geconsulteerd moeten worden door hun ambtenaren over nut versus lasten van in voorbereiding zijnde Europese regelgeving.

Komende jaren wordt de Vogel- en Habitatrichtlijn in Brussel geëvalueerd. MKB-Nederland roept het kabinet op bij de Europese Commissie aan te dringen op een versoepeling van de uitvoering van de richtlijn. Deze Vogel- en Habitatrichtlijn moet veel meer rekening houden met de mate van dichtbevolktheid van landen en daarmee de mogelijkheid aan bovengenoemde richtlijn te voldoen zonder de vitaliteit en economische activiteit van het platteland te schaden.

Maatwerkoplossingen moeten binnen de richtlijnen mogelijk gemaakt worden. Het ministerie van LNV mag wat MKB-Nederland betreft meer voortvarendheid tonen in een haalbare uitwerking van de saldobenadering, het groei- en krimpmoedel en het compensatiebeginsel (oplossingen waarbij ondernemer een compensatie levert voor een stuk natuur dat hij gebruikt bij bijvoorbeeld uitbreiding van zijn bedrijf). Het ministerie gunt zichzelf nog een jaar voor deze uitwerking, dat vindt MKB-Nederland simpelweg te lang.

Het nieuwe stelsel van premiedifferentiatie wachtgeldfondsen stelt ondernemers uit de vrijetijdsindustrie voor het dilemma: lagere loonkosten of een flexibeler arbeidsinzet. Om de noodzakelijke flexibiliteit van de sector niet te schaden en groei te bevorderen, pleit MKB-Nederland voor een vereenvoudigingsoperatie met betrekking tot de uitvoering van overheidsverplichtingen ten aanzien van kleine deeltijdbanen voor scholieren en studenten.





1. Inleiding

De vrije tijd beperkt zich al lang niet meer tot de onschuldige zondagmiddagwandeling met het hele gezin door bos, hei en duin. Het aanbod aan mogelijkheden om de vrije tijd mee in te vullen is enorm toegenomen: van de sfeer van hobby's, tv en internet, tot dagrecreatie, cultuurparticipatie, toeschouwersport en fitness. Die keuzemogelijkheden zijn op hun beurt verbonden met een toenemend aantal diensten en ruimtelijke omgevingen. Denk aan het geheel van themaparken, bioscoopcomplexen, golfaccommodaties, maar ook aan delen van binnensteden, recreatiegebieden en landschappen. Achter dit toenemend aantal producten, diensten en omgevingen gaat bovendien een uitdijende productie, distributie en dienstensector schuil, met een belangwekkende economische betekenis⁴. Een dienstensector die met recht kan worden aangeduid als de vrijetijdsindustrie.

De vrijetijdsindustrie is een jonge, dynamische, vrij heterogene sector, onderhevig aan korte trendcycli en met een onregelmatige piekbelasting ingegeven door seizoensinvloeden of de (tijdelijke) aard van de werkzaamheden. Het zijn vaak voor publiek toegankelijke voorzieningen en dat betekent een bulk aan veiligheidsregels. Regels die overigens veelal zijn ontstaan na incidenten. In het licht van deze significante kenmerken van de vrijetijdsindustrie staat in het masterplan de volgende vraag centraal:

Is het flankerend overheidsbeleid voldoende toegesneden op versterking van het ondernemerschap binnen de vrijetijdsindustrie?

Met dit masterplan beogen MKB-Nederland en Rabobank om zowel het MKB-cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid als de totale vrijetijdsindustrie een duidelijker identiteit te geven. De economische en maatschappelijke betekenis worden in kaart gebracht, alsmede de belangrijkste trends, bedreigingen en kansen voor de sector. De grootste uitdaging schuilt in het streven tot een gezamenlijke beleidsagenda te komen. Aanbevelingen die zowel voor het cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid als de overheid een belangrijke inspiratiebron zijn en richtinggevend in te kiezen speerpunten.



⁴ *Vrijetijd in stad en land - Mommaas*







2. Afbakening Vrijetijdsindustrie

IDENTITEIT VAN HET CLUSTER

Bij MKB-Nederland zijn 135 brancheorganisaties aangesloten en 250 regionale en lokale ondernemersverenigingen. De aangesloten brancheorganisaties zijn binnen MKB-Nederland samengevoegd tot clusters om zo adequater en doelgerichter vorm te kunnen geven aan de belangenbehartiging van de betreffende sector. Eén van de clusters is het cluster Vrijetijd en Zakelijke gastvrijheid. Dit cluster omvat het merendeel van de branches uit de vrijetijdsindustrie. Kenmerkend voor de vrijetijdsindustrie en daarmee het cluster is de grote diversiteit. De grote uitdaging is dan ook om binnen deze variëteit tot een gezamenlijk actieprogramma te komen.

Onder vrijetijdsindustrie wordt hier verstaan:

Alle (concentraties van) publieksverzorgende vrijetijdsvoorzieningen met een (boven-)stedelijke verzorgingsfunctie waarvoor een toegangsprijs wordt betaald. Hierbij gaat het om de volgende sectoren: verblijfsaccommodaties en zakelijk toerisme, attracties/vermaak, kunst/cultuur, sport/spel, wellness/health, horeca/uitgaan⁵.

Hoe ziet het cluster vrijetijd en zakelijke gastvrijheid van MKB-Nederland er uit:

Recreatie	Cultuur	Sport	Events
Verblijfsrecreatie	Schouwburgen,	Fitness	Congressen
Dagrecreatie	concertgebouwen en	Golf	Beurzen &
Zwembaden	overige podia	Betaald voetbal	Tentoonstellingen
Sauna's	Theater- en dans-	Schietbanen (kleidruiven)	Standbouw
Zonnestudio's	gezelschappen	Buitensport-bedrijven	Evenementen
Reisorganisaties	Orkesten		Tentverhuur
Wegrestaurants	Kunsteducatie		Artiestenbureaus
Strandexploitanten	Muziekscholen		
Relaxbedrijven	Creativiteitscentra		
Chartervaart	Rijksgesubsidieerde		
Ballonvaart	filminstellingen		
Speelautomaten	Bibliotheken		
	Bioscopen		
	Televisieproducenten		
	(onafhankelijk)		
	Festivals		

⁵ Concept Leisure-nota, gemeente Den Haag 2005





WAT BINDT DE SECTOR?

Gemeenschappelijke branchekenmerken

De vrijetijdsindustrie is zeer divers. Toch zijn er ook belangrijke overeenkomsten in de activiteiten van de diverse branches. Het zijn de volgende gezamenlijke en veel voorkomende kenmerken die de onderliggende branches in de sector binden:

Gemeenschappelijke kenmerken

- Alle branches zijn dienstverleners
- De branches richten zich op vrijetijdsbesteding (met uitzondering van zakelijk toerisme)
- Relatief hoge mate van flexibiliteit binnen bedrijfsvoering
- Voor het leveren van de diensten zijn voorzieningen nodig
- De branches bieden welzijn en welbevinden
- De consument moet betalen voor het gebruik van de producten en diensten
- De branches faciliteren sociale contacten
- Locatiegebondenheid

Veelvuldig voorkomende kenmerken

- Afhankelijkheid van weersomstandigheid
- Seizoensgebondenheid
- Veel kortlopende arbeidscontracten
- Veel parttimers in dienst
- Hoge regeldruk en hoge administratieve lasten
- De vrijetijdsbesteding vindt buitenshuis plaats

Gemeenschappelijke toegevoegde waarde voor de consument

Vanuit de gemeenschappelijke aard van de producten en diensten bieden de branches in de vrijetijdsindustrie specifieke vormen van toegevoegde waarde voor de consument. De bindende factor voor de sector is dat de toegevoegde waarde voor een belangrijk deel van immateriële aard is. De branches bieden toegevoegde waarde in termen van:

- alle denkbare soorten van beleving: ontspanning, vermaak, ontroering, zelfreflectie, maatschappelijke oriëntatie, etcetera
- Sociale contacten
- Persoonlijke ontwikkeling
- Geestelijke verrijking
- Aantrekkelijke omgeving
- Gezondheid en lichamelijk welbevinden
- Maatschappelijke participatie





ONDERLINGE CONCURRENTIE

Vrije tijd is voor de consument een schaars goed. Hier wordt dan ook zorgvuldig mee omgegaan. De consument maakt altijd bepaalde afwegingen in de keuze voor een bepaalde vorm van vrijetijdsbesteding. Aangezien alle branches in het cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid zich in deze vrijetijdssector bevinden is er binnen het cluster sprake van onderlinge concurrentie⁶.

De keuze voor een bepaalde vorm van vrijetijdsbesteding (buitenshuis) hangt in eerste instantie af van de toegevoegde waarde die de consument zoekt (zie opsomming hierboven) en het gezelschap waarin hij of zij de vrije tijd wil besteden. Uitgaande van de toegevoegde waarden die de consument zoekt, heeft hij nog steeds een groot aantal keuzemogelijkheden. Deze keuze (en dus de mate waarin de branches elkaar beconcurreren) hangt af van de volgende kenmerken van het product/de dienst:

- de toegevoegde waarde (ontspanning, vermaak, ontroering, zelfreflectie, sociale contacten, ontplooiing, omgeving, gezondheid e.d.)
- de prijs die de consument ervoor moet betalen
- het moment waarop het product wordt afgenomen (weersomstandigheden)
- de frequentie waarin de consument het product wenst af te nemen
- de tijd die het gebruik van de dienst kost
- de afstand die consument bereid is om af te leggen voor de dienst
- de kwaliteit van de dienst
- de locatie waarop de dienst geleverd wordt
- het gezelschap waarin de dienst kan worden afgenomen (alleen, gezinsverband, met kinderen)
- de mate waarin tegemoet gekomen wordt aan de actuele behoefte van de consument.

ONDERLINGE VERBINDINGEN

Scheidslijnen tussen de subsectoren recreatie, cultuur, sport en events vervagen. Is zwemmen recreatie of sport? Vanuit de behoefte om de schaarser wordende vrije tijd intensiever te beleven, vinden ook steeds meer combinatiebezoeken plaats. Denk aan een dagje Amsterdam waarbij museumbezoek met winkelen en een lunch wordt gecombineerd. Commerciële sportaanbieders integreren brancheverbreedende elementen (horeca, entertainment) in hun aanbod. Topsport is vermaak geworden, toeschouwerssport. De subsectoren hebben elkaar steeds meer nodig en vullen elkaar moeiteloos aan. Het woord cultuurtoerisme zegt het al, toerisme, recreatie en cultuur versterken elkaar.

Conclusie

Branches die deel uitmaken van de vrijetijdsindustrie leveren diensten tegen betaling gericht op vrijetijdsbesteding buitenshuis. Hun onderlinge verbondenheid wordt steeds sterker. Zij faciliteren sociale contacten en bieden ontspanning aan hun consumenten. De toegevoegde waarde is doorgaans van immateriële aard. De bedrijven in de vrijetijdsindustrie kennen een hoge mate van flexibiliteit, veel kortlopende arbeidscontracten en parttimers, hechten groot belang aan de locatie en worden geconfronteerd met een relatief hoge administratieve lasten- en regeldruk.

⁶ Beurzen en congressen maken ook deel uit van een business-to-business markt, waarvan ook veelvuldig tijdens werktijd gebruik gemaakt wordt.







3. Economische betekenis

INLEIDING

De oorspronkelijke recreatiesector is economisch sterk veranderd. De vraag en behoeftes zijn veranderd naar een bredere beleving van vrije tijd. De sector verandert van een meer aanbodgerichte naar een vraaggerichte vrijetijdsindustrie. Deze vrijetijds- industrie kent een breed en divers aanbod en is volop in beweging. Het kent specifieke kenmerken en heeft daardoor een unieke en belangrijke economische positie. Hier wordt aangegeven wat de positie is en wat de kenmerken zijn.

Tot het einde van de vorige eeuw werd vrije tijd opgevat als de resttijd voor wie werkte. Vrije tijd was belangrijk voor mensen, maar pas ver nadat zij voorzien waren van baan en inkomen. Steeds duidelijker is geworden dat vrije tijd veel meer is geworden dan dat. Door zijn omvang en betekenis is het inmiddels een motor voor economische ontwikkeling geworden (toerisme, vestigingsfactor) en blijkt dat mensen hun woonplaats steeds minder kiezen op basis van de aanwezigheid van werk, maar juist op de beschikbaarheid van vrijetijdsvoorzieningen (Nyfer, Atlas Nederlandse Gemeenten, 2004). Ondanks de groeiende economische betekenis van de vrijetijdsindustrie sluiten CBS-cijfers (nog) niet goed aan bij deze nieuwe sector. Daarom heeft het Economisch

Instituut voor het Midden en Kleinbedrijf de sector als totaal in beeld gebracht.

OMVANG EN WERKGELEGENHEID VRIJETIJDSECTOR

De vrijetijdsindustrie is de afgelopen decennia sterk gegroeid. Huishoudens geven per jaar zo'n 35 miljard euro uit aan de besteding van hun vrije tijd, dat is 25% van het huishoudelijk budget. De uitgaven aan vrijetijdsbestedingen zijn de afgelopen jaren sneller gegroeid dan de uitgaven in winkels⁷. De bijna 54.000 bedrijven in de vrijetijdssector zijn goed voor 7,8 % van het totale aantal bedrijven in de Nederlandse economie. In 2003 was het aantal werknemers in de vrijetijdssector 347.000 banen, ongeveer 5 % van de totale werkgelegenheid. Naar schatting waren deze bedrijven goed voor ruim 13 miljard bruto toegevoegde waarde. Dat is 3,3% van het BBP. Van deze bedrijvigheid komt ongeveer 80% voor rekening van horeca, toerisme en recreatie en ongeveer 20% van cultuur en amusement, waarbij moet worden opgemerkt dat de productiviteit in de horeca relatief laag is. De Rabobank verwacht dat de sector in 2015 circa 5,5% van de werkgelegenheid voor zijn rekening neemt.

Tabel 1 Bedrijven in de gehele vrijetijdssector, per deelsector en totaal Nederland

	Nominaal aantal bedrijven 2004	Aantal werknemers 2003	Toegevoegde waarde 2002
Vrijetijdssector	53.600	347.100	€ 13 miljard
Recreatie, toerisme en horeca	46.000	288.300	€ 10 miljard
Cultuur en amusement	7.600	58.800	€ 3 miljard
Totaal bedrijfsleven	693.000	6.971.000	€ 420 miljard

Bron: EIM, 2005

⁷ Bron: HBD - De Binnenstad



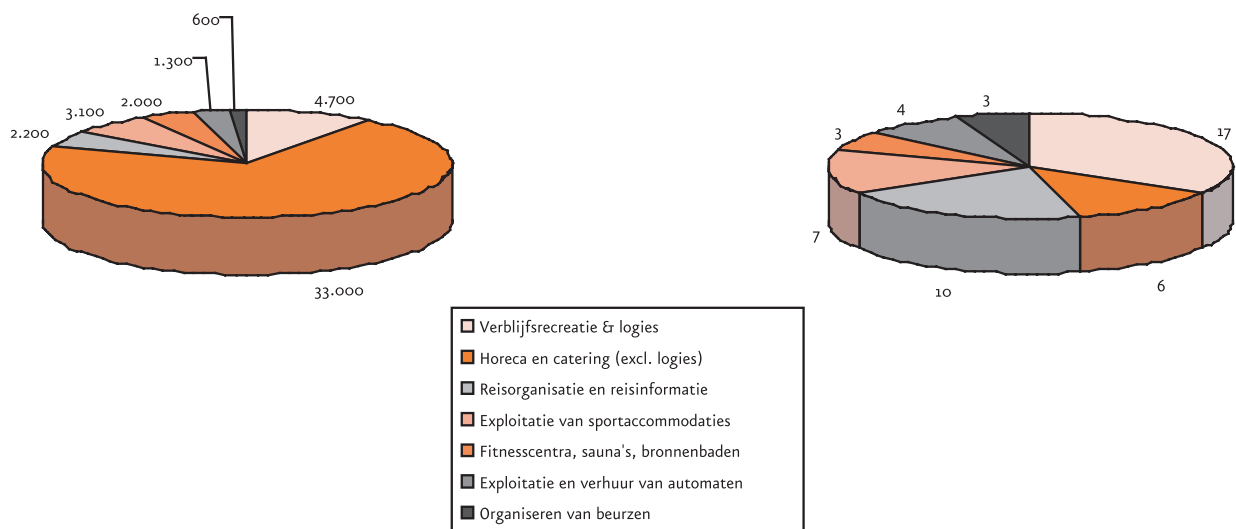


In termen van aantallen bedrijven zijn de restaurants, cafetaria's en cafés samen goed voor ruim de helft van het aantal bedrijven in de vrijetijdssector. Culturele bedrijven vormen 20% van de bedrijven actief in de vrijetijdssector (zie tabel 3). Hotels en campings zijn samen goed voor 10%. Sport en wellness samen eveneens 10% (zie tabel 2). De overige bedrijven waaronder reisorganisaties vormen de rest van de bedrijven.

Figuur 1 Aantal bedrijven en gemiddelde omvang horeca, toerisme en recreatie, 2004

Gemiddeld aantal bedrijven

Gemiddelde bedrijfsgrootte



Bedrijven in de totale sector bieden relatief veel werkgelegenheid. In 2004 was het gemiddeld aantal werknemers in deze sector (7) groter dan bij alle mkb-bedrijven (4,6).

De vrijetijdsindustrie is arbeidsintensief, waarbij er wel verschillen zijn op de deelsectoren. Met name bedrijven met horeca-activiteiten zijn arbeidsintensief.





Tabel 2 Aantal bedrijven en gemiddelde omvang cultuur en amusement, 2004

	Nominaal aantal bedrijven	Gemiddelde bedrijfsgrootte (aantal banen)
Cultuur en amusement Totaal	7.600	7
Theaters, dienstverlening t.b.v. kunst ⁸	2.900	8
Amusement en kunst ⁹	2.300	5
Uitleencentra, musea, dierentuinen e.d.	1.400	14
Productie van (video)films excl. TV	1.000	7

Bron: EIM, 2005

Ook de mkb-bedrijven in de sector cultuur en amusement bieden relatief veel werkgelegenheid. In 2004 was de gemiddelde bedrijfsgrootte 8 werknemers. Alle branches in de sector cultuur en amusement hebben gemiddeld een groter aantal werknemers per bedrijf, dan geldt voor het totale midden- en kleinbedrijf.

Samenvattend

De bijna 54.000 bedrijven in de vrijetijdssector zijn goed voor 7,8 % van het totale aantal bedrijven in de Nederlandse economie, voor ongeveer 5% van de totale werkgelegenheid en voor 3,3% van het BBP. Met gemiddeld 7 werknemers per bedrijf is de sector vergeleken met andere mkb-sectoren behoorlijk arbeidsintensief.

⁸ Theaters, schouwburgen, concertgebouwen, poppodia, evenementhallen, theaterbespreekbureaus, theaterboekingsbureaus, concertbureaus, het organiseren van culturele evenementen, decoratieschilders en -ontwerpers voor het theaterwezen, filmstudio's, geluidsopnamestudio's, grimeurs, platenproducers.

⁹ Beoefening van kunst, podiumkunsten en scheppende kunst, producenten van podiumkunsten, kermisattracties en recreatiecentra, dansscholen, kunstzinnige vorming amateurs en overige amusement en kunst n.e.g.



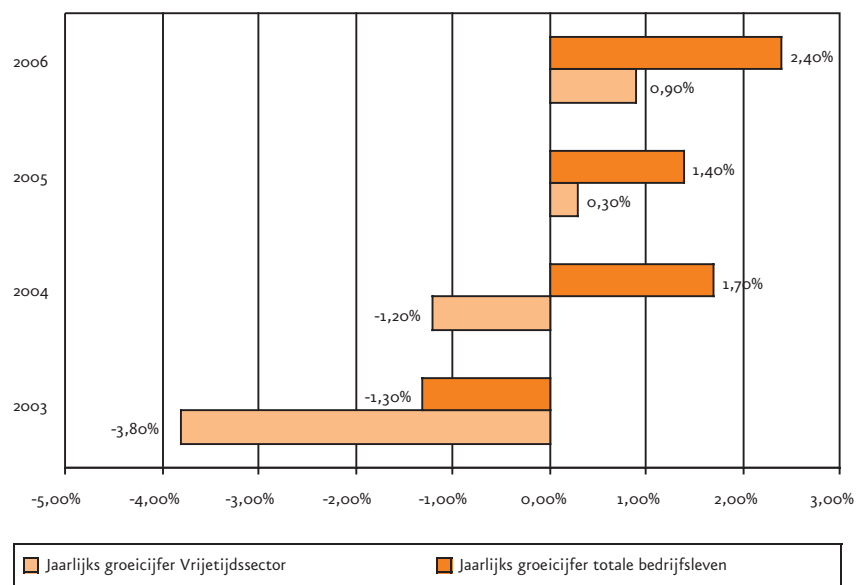


ONTWIKKELINGEN IN DE SECTOR: OMZET, AANTAL BEDRIJVEN, WERK- GELEGENHEID, EN CONSUMENTEN- BESTEDINGEN

Omzetontwikkeling

De vrijetijdsindustrie ademt sterk mee met de stand van de economie. De omzet is sterk gerelateerd aan het besteedbaar inkomen. Gezien het lage consumentenvertrouwen en de druk ook op het besteedbaar inkomen zal de omzetontwikkeling in de vrijetijdssector de komende jaren langzamer aantrekken dan het totale bedrijfsleven. Het dal in 2003 was ook dieper dan in de rest van de economie. Wanneer het besteedbaar inkomen afneemt, voelt de sector dat sterk. Als het besteedbaar inkomen toeneemt, profiteert de sector relatief meer dan de groei van het inkomen.

Figuur 2 Omzetontwikkeling in de sector, ramingen april 2005



Bron: EIM, 2005

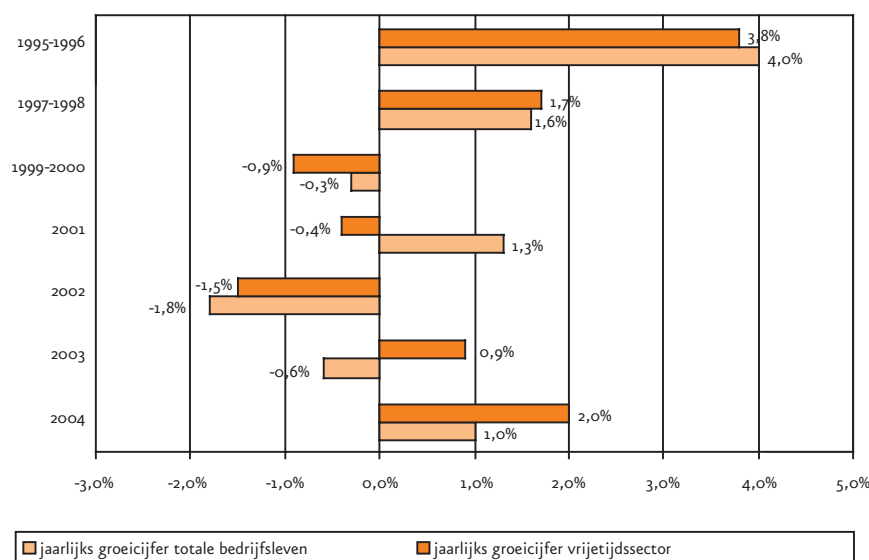




Ontwikkeling in aantal bedrijven

Uit figuur 3 blijkt dat ondanks de relatief sterke omzetting, het aantal bedrijven over de afgelopen jaren in de vrijetijdssector licht is toegenomen. Uitgesplitst naar deelsectoren wordt dit beeld genuanceerder (zie ook bijlage 1). Het valt bij deze uitsplitsing op dat de cultuur en gezondheidsbranches (sport en wellness) aanzienlijk meer groei in het aantal bedrijven hebben vertoond dan de overige sectoren. Veel sectoren vertoonden eind jaren negentig een behoorlijke groei, gevolgd door een flinke dip. De ontwikkeling in het aantal bedrijven begint nu langzaam weer aan te trekken.

Figuur 3 Ontwikkeling in het aantal bedrijven vrijetijdssector (gemiddeld jaarlijks groeicijfer)



Bron: EIM, 2005

De toename van het aantal bedrijven kan een voorteken van economische groei betekenen, die inzet zodra de consumptieve bestedingen aantrekken. Bestaande bedrijven hebben immers hun personeelsbestand beperkt moeten houden ten einde winst te kunnen blijven maken. Nieuwe bedrijvigheid leidt tot meer concurrentie en potentie voor groei en innovatie.





Relatie ontwikkeling aantal bedrijven en werkgelegenheid

Wanneer wij bovenstaande ontwikkeling koppelen aan de ontwikkeling van het aantal arbeidsplaatsen (tabel 3), dan lijkt het erop dat de toename in het aantal bedrijven in 'gezondheid'-branches (sport en wellness) redelijk parallel loopt met een toename in werkgelegenheid. Voor de culturele branches is dat anders. Terwijl de werkgelegenheid in dezelfde periode voor het gehele bedrijfsleven sterk is afgenomen, neemt in deelsectoren van de vrijetijdsindustrie de werkgelegenheid toe en verloopt de uitstoot langzaam. Kortom de bedrijven houden personeel langer vast, zelfs in moeilijke economische tijden.

Dit kan duiden op toenemende concurrentie voor de kunst- en cultuursector vanuit andere vrijetijdsdiensten, dan wel afnemende subsidies van gemeenten. Hierbij moet wel worden aangetekend dat eind jaren negentig juist een groei van de cultuur en amusementsector plaats had. Cijfers voor 2004 zijn nog niet beschikbaar, maar er zijn indicaties dat de activiteit en werkgelegenheid in deze sector weer aantrekt.

De ontwikkeling in werkgelegenheid in de sector cultuur en amusement was minder gunstig dan in de sector horeca, toerisme en recreatie. In de periode 2002-2003 was de banengroei in de sector cultuur en amusement -0,9% en daarmee nog wel gunstiger dan in het totale midden- en kleinbedrijf.

Tabel 3 Banengroei horeca, toerisme en recreatie & cultuur en amusement 2003-2002

	Banengroei		Banengroei
Horeca, toerisme en recreatie	-0,6%	Cultuur en amusement	-0,9%
Verblijfsrecreatie en logies	1%	Theaters, dienstverlening t.b.v. kunst	0%
Horeca en Catering (excl. Logies)	-3%	Amusement en kunst	-8%
Reisorganisatie en reisinformatie	0%	Uitleencentra, musea, dierentuinen	3%
Exploitatie van sportaccommodaties	7%	Productie van (video)films excl. Tv	-4%
Fitnesscentra, sauna's, bronnenbaden	1%		
Exploitatie en verhuur van automaten	-3%		
Congressen en beurzen	0%		

Bron: EIM, 2005

Horeca, toerisme en recreatie

Vergeleken met andere sectoren, was in de periode 2002-2003 de ontwikkeling in werkgelegenheid in de sector horeca, toerisme en recreatie minder slecht dan in andere sectoren van het midden- en kleinbedrijf. De banengroei in deze sector was -0,6%. Bij het totale mkb was de banengroei -1,25%.

Cultuur en amusement

Bij de werkgelegenheidsontwikkeling in de culturele sectoren valt de daling bij de amusement en kunst op.

Conclusie

Ondanks de relatief sterke omzetsdaling in de vrijetijdsindustrie is het aantal bedrijven licht toegenomen en de werkgelegenheid minder sterk afgenomen vergeleken met andere mkb-sectoren. Daarbij in ogenschouw genomen dat de sector al relatief veel werknemers in dienst heeft, kan geconcludeerd worden dat de bedrijven erg afhankelijk zijn van hun personeel en personeel waarschijnlijk ook te lang vasthouden. Personeelskosten worden relatief hoger.

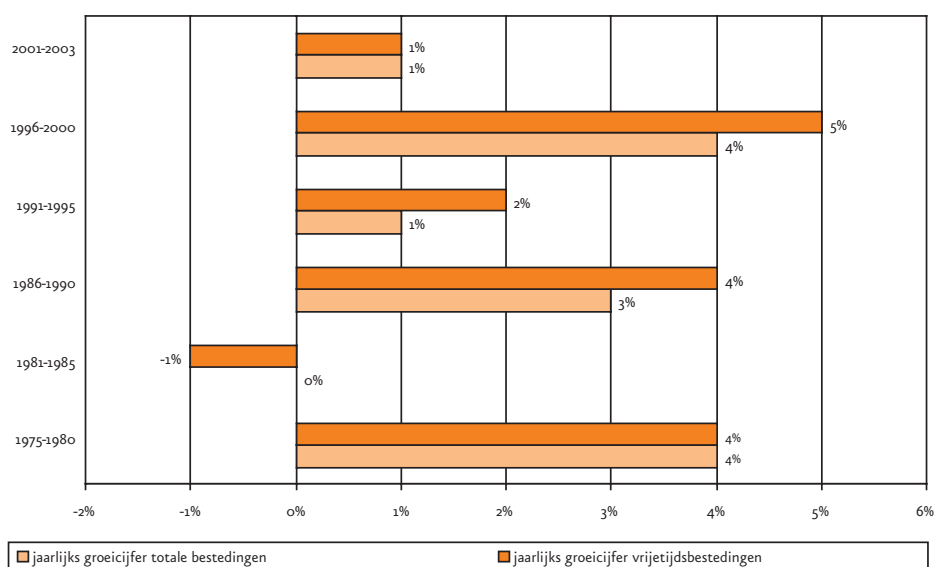




ONTWIKKELINGEN IN CONSUMENTENBESTEDINGEN EN TIJDSBESTEDING

De consumptieve bestedingen aan vrije tijd zijn in de afgelopen jaren in beperkte mate gegroeid. Vooral de consumptie in de horeca is tussen 2001 en 2004 teruggelopen. In figuur 4 staat het patroon in de totale consumptieve bestedingen aan vrijetijdsbesteding samengevat. In totaal werd in 2003 bruto voor bijna 40 miljard euro in de vrijetijdssector geconsumeerd (finale bestedingen, incl. zgn. IZW huishoudens).

Figuur 4 Ontwikkelingen in de consumptieve bestedingen t.b.v. vrije tijd (gemiddeld jaarlijks groeicijfer)¹⁰



Bron: CPB, 2004

Consumptieve bestedingen zijn de laatste jaren nauwelijks gegroeid. Wanneer het consumentenvertrouwen weer gaat stijgen en daarmee de consumptieve bestedingen, zal de vrijetijdsindustrie daarvan zeker profiteren. De sector zal gelijk meegroeien of zelfs harder groeien dan de bestedingen.

¹⁰ Uitgaven aan apparatuur, lectuur, lidmaatschappen, entreegelden, sport, vakanties, uitstapjes en horeca, in constante prijzen, per hoofd van de bevolking (gebaseerd op Nationale Rekeningen)





TOEKOMSTVISIE

Tabel 4 Omzetontwikkeling en Toegevoegdewaardeontwikkeling (ramingen, april 2005)

Jaar	Omzetontwikkeling	Ontwikkeling	Omzetontwikkeling	Ontwikkeling
	Jaarlijks groeicijfer Vrije tijdssector	Toegevoegde waarde Jaarlijks groeicijfer Vrije tijdssector	Jaarlijks groeicijfer Totale bedrijfsleven	Toegevoegde waarde Jaarlijks groeicijfer Totale bedrijfsleven
2003	-3,8%	-4,9%	-1,3%	-1,2%
2004	-1,2%	-1,3%	1,7%	1,5%
2005	0,3%	0,2%	1,4%	1,5%
2006	0,9%	1,1%	2,4%	2,8%

Bron: EIM, 2005

In 2003 heeft het midden- en kleinbedrijf de grootste economische dip gehad. In 2006 zal de omzet en de werkelijke economische productie toenemen. De vrijetijdssector heeft de klap later gekregen, maar deze is groter geweest dan in de overige sectoren. Het herstel verloopt ook langzamer, met name de groei van de toegevoegde waarde loopt achter bij de rest van het bedrijfsleven. Dat komt omdat de sector arbeidsintensief is en de kosten voor arbeid in Nederland zeer sterk zijn gestegen. De vraag hangt af van het besteedbaar inkomen van consumenten en ook dit staat onder druk. In 2004 is het besteedbaar inkomen afgenomen en dit zal ook in 2005 het geval zijn. De kosten zijn dus toegenomen en de omzet is afgenomen.

Meer kleinschalige bedrijven

Het aantal bedrijven neemt toe en dat duidt op schaalverkleining, maar ook op vernieuwing. Meer kleinschalige bedrijven in de sector sluiten aan op de trend naar meer specifieke vrijetijdsbehoeften van de consument in combinatie met korte trendcycli.

Toegevoegde waarde moet stijgen

De groei van de omzet is ongeveer gelijk aan die van de toegevoegde waarde. Dat betekent dat bedrijven in de vrijetijdssector niet winstgeverder worden, in ieder geval niet door de geleverde producten en diensten. De ontwikkeling van de omzet en toegevoegde waarde in de vrijetijdsindustrie is een stuk lager dan die van de markt. Dit betekent dat de arbeidsproductiviteit achterblijft. Uitdaging voor ondernemers is gelegen in het verhogen van de arbeidsproductiviteit, enerzijds door verlaging van personeelskosten en anderzijds door innovatie. De administratieve lasten in de sector vrije tijd zijn relatief hoog. De bureaucratie kan voor de sector behoorlijk tijdrovend zijn. De overheid zal de administratieve lasten in het algemeen en in het bijzonder de administratieve lasten met betrekking tot personeel moeten verlagen. Arbeid moet flexibeler (kunnen) worden ingezet in de sector. Branches zullen zelf hun arbeidsmarktbeleid moeten optimaliseren, of bij het ontbreken ervan ontwikkelen. Versterken van ondernemerschap is vanzelfsprekend van invloed op de stijging van de toegevoegde waarde.





Conclusie

De vrijetijdsindustrie is sterk gegroeid en heeft daarmee een stevige positie in de economie gekregen. De sector is arbeidsintensief en reageert sterk op veranderingen in het besteedbaar inkomen. Aangezien de sector sterk afhankelijk is van personeel, is het lastig om snel op veranderende economische situaties in te spelen. Vernieuwingen komen vooral door nieuwe bedrijven en de vrijetijdsindustrie krijgt meer kleinere flexibele organisaties. De arbeidsproductiviteit in de vrijetijdsindustrie groeit traag. Eén van de oorzaken hiervoor is dat bedrijven in mindere tijden hun personeel te lang vasthouden. Uitdaging voor de sector is het verhogen van de arbeidsproductiviteit. Enerzijds door flexibeler inzet van personeel en anderzijds door innovatie, waarmee naast productvernieuwing juist verbeteringen in bestaande producten, processen en diensten gerealiseerd kan worden. Het verhogen van de arbeidsproductiviteit in een arbeidsintensieve sector is overigens niet eenvoudig. De overheid moet daarom de sector verlossen van overtollige bureaucratie en een flexibele inzet van personeel mogelijk maken.







4. Maatschappelijke relevantie

De vrijetijdsindustrie draagt bij aan de kwaliteit van het leven. Het biedt werk én ontspanning. Het stimuleert de fysieke en mentale conditie, biedt inspiratie en ontplooiing en heeft daarmee een positief effect op het innovatief vermogen van het individu en de samenleving als geheel. Daarnaast blijkt de sector een factor van cruciale betekenis voor het vestigingsgedrag van inwoners, in het bijzonder van hoger opgeleiden en zo - indirect - op vestigingsgedrag van andere bedrijven.

De vrijetijdsindustrie is inmiddels één van de grote werkgevers van ons land. Zij biedt niet alleen werk, maar ook de meest essentiële randvoorwaarde voor werk. De vrijetijdsindustrie is aanbieder van “ontspanning”. Met dit product stimuleert de sector de arbeidsproductiviteit en creativiteit en bestrijdt zij verzuim. De vrijetijdseconomie als totaal is de snelst groeiende commerciële sector. Inmiddels wordt 25% van het besteedbaar inkomen uitgegeven aan vrije tijd. Verwacht wordt dat de werkgelegenheid in deze sector meer dan gemiddeld zal toenemen. Het gaat hierbij voor een belangrijk deel om laaggeschoolde arbeid. Als dienstverlenende sector leidt een toename van de activiteiten tot een meer dan gemiddelde bijdrage aan de groei van de werkgelegenheid (waaronder ook de indirecte werkgelegenheid). De Amerikanen Pine & Gillmore voorspellen in hun boek “Experience Economy” dat “ontspanning” zelfs de grootste economische sector zal worden, waar wereldwijd 1 op de 12 mensen van leven.

De vrijetijdsmarkt biedt ontspanning, onthaasting, ontplooiing, maar ook boeiende belevenissen, inspiratie, contemplatie, troost, avontuur en sportieve activiteiten. Onthaasting en lichamelijk welbevinden zijn inmiddels zo populair dat een nieuwe marketingterm is ontstaan: wellness. Ook in deze sector, die bestaat uit kuuroorden, sauna's, termen, wel of niet met beauty- en massagesalons, tekent zich een sterke groei af. De vrijetijdsindustrie heeft ook een sterke sociale dimensie. De markt biedt mogelijkheden voor socialisa-

tie en integratie. Het aantal alleenstaanden is de afgelopen jaren behoorlijk toegenomen en bedraagt circa 33% van de totale bevolking. Voor hen biedt de sector een ontmoetingsplaats. Diverse bevolkingsgroepen komen in de vrijetijdsindustrie met elkaar in contact, hetgeen begrip en waardering kweekt en integratie bevordert. Het genieten van de vrijetijdsactiviteiten draagt bij aan geluk en bevordert het zelfvertrouwen, een actieve levenshouding en daarmee maatschappelijke participatie¹¹. Nederland vergrijsst in hoog tempo, wat een aanzienlijke stijging van de gezondheidskosten tot gevolg heeft. Ouderen zijn gebaat bij (actieve vormen van) recreatie. Je wordt “succesvol” ouder als je ziekten en handicaps weet te voorkomen, als je cognitief blijft functioneren en actief bent.

BRUISENDE STEDEN

De vrijetijdsindustrie is het visitekaartje van een stad. De sector levert een belangrijk aandeel in de werkgelegenheid en inkomsten van een stad. Een positief imago bevordert de aantrekkingskracht van zowel de vrijetijdsvoorzieningen zelf als de stad als geheel. Een goed vrijetijdsaanbod heeft een positieve invloed op het vestigings-, bezoek- en woonklimaat. Zo blijkt bijvoorbeeld uit onderzoek van Nyfer dat de aanwezigheid van podiumkunsten in de binnenstad niet alleen goed is voor de omliggende horeca en detailhandel, maar de aantrekkingskracht van de stad als geheel bevordert¹². Bij het binden van met name midden- en hogere inkomensgroepen

¹¹ Ontspannen in het groep - Raad Landelijke Gebied 2004

¹² Muziek in de Stad - NYFER, januari 2002





gaat het niet alleen om het aanbieden van een geschikt woningaanbod, ook een adequaat voorzieningenpakket is hiervoor een belangrijke voorwaarde. En bedrijven bepalen hun vestigingsplaatskeuze niet alleen op basis van objectieve argumenten, maar wellicht nog meer op basis van gevoelsargumenten. Hierbij speelt ook de totale woonomgeving, dus inclusief het voorzieningen-aanbod, een belangrijke rol¹³. Ook moet bedacht worden dat een vrijetijdsvoorziening met uitstraling en aantrekkingskracht zoals een groot congrescentrum, nieuwe ontwikkelingen op dezelfde locatie kan aantrekken. In het kader van interstedelijke concurrentie om koopkracht en werkgelegenheid tekent zich op lokaal niveau een toenemende aandacht af voor de vrijetijdsindustrie.

EEN LEEFBAAR EN VITALE PLATTELAND

Voor een vitaal platteland is de sector tenminste zo belangrijk als voor een stad, zeker gezien de sanering in de landbouw. Het aantal agrariërs in ons land zal de komende jaren met circa 3% afnemen. Recreatie betekent een belangrijke impuls voor het platteland, zowel in sociaal-cultureel als in sociaal-economisch opzicht. Die impuls levert enerzijds een draagvlak op voor het behoud van en de zorg voor een kwalitatief hoogwaardige omgeving. Rust, ruimte, natuur en cultuurhistorie zorgen in Nederland voor een herkenbare en vermarktbaare diversiteit in steden, dorpen, regio's en landschappen. Anderzijds is de toeristische en recreatieve sector uitgegroeid tot een belangrijke economische activiteit, met goede potentie om verder te groeien. Dankzij de (groei van de) toeristisch-recreatieve sector kan het voorzieningenniveau en daarmee de leefbaarheid op het platteland op peil gehouden worden, ondanks de sanering in de landbouw. In bepaalde delen van het landelijk gebied is recreatie en toerisme inmiddels de belangrijkste bron van inkomen en werkgelegenheid.

WAT BIEDEN DE SUBSECTOREN NAAST ONTSPANNING?

Recreatiebedrijven

Recreëren in het buitengebied, zoals kamperen, ballonvaren en waterrecreatie, vergroot het besef van de schoonheid en belang van natuur en milieu en stimuleert sportieve activiteiten. Recreatiebedrijven hebben een positieve relatie met de natuur. Sterker, natuur is vaak het unique selling point. De meeste recreatiebedrijven zijn gevestigd in een natuurlijke omgeving. Zo kunnen golfbanen goed landschappelijk worden ingepast en kan de natuur op een goede manier een plek krijgen op een golfterrein¹⁴. Recreatiebedrijven hebben vaak een positieve spinoff op landschaps- en natuurbeheer.

Culturele sector

Cultuur biedt mensen een spiegel voor zichzelf en een nieuw perspectief op hun maatschappelijk leven. Kijken naar theater, luisteren naar muziek of praten over film, of zelf vormgeven, musiceren en verbeelden, het zijn ervaringen die leiden tot verrijking, verdieping en verwondering. De toenemende culturele diversiteit van de bevolking vergt dat de samenleving ruimte biedt om eigen culturele waarden te beleven. De cultuursector trekt grote aantallen bezoekers. De helft van de bevolking bezoekt tenminste eens per jaar een voorstelling, in totaal worden ruim 16 miljoen bezoeken aan een podium gebracht. 43% van de bevolking beoefent zelf één of andere vorm van kunst. De economische toegevoegde waarde ervan is groot.

De culturele sector biedt bovendien een broedplaats voor experimenten en vernieuwing. In 2002 verscheen het boek *The rise of the creative class* van de Amerikaan Richard Florida. Florida stelt dat de aanwezigheid van een zogenaamde creatieve klasse de voorwaarde vormt voor economische groei van steden. Diversiteit van de arbeid en van de economische en culturele omgeving is de centrale kracht van vernieuwende economieën.

¹³ *Leisurenota - Den Haag 2005*

¹⁴ *Recreatiebedrijven en beschermde natuurgebieden - Stichting Recreatie, oktober 2004*





Sport

In tegenstelling tot het niet-commerciële aanbod is het commerciële sportaanbod als gevolg van individualisering, stijgende koopkracht, een veeleisender sportpubliek en de wens het lichaam goed te onderhouden, sterk gegroeid. Maar liefst 13% van de bevolking doet aan fitness, er zijn inmiddels meer private dan publieke zwembaden en het aantal golfaccommodaties heeft een enorme vlucht genomen. Dit tekent ook het maatschappelijk belang van deze sector. Sport heeft positieve effecten op de motoriek en fysieke conditie, karaktervorming en het functioneren ten aanzien van competitie. Sport en beweging zijn onontbeerlijk voor een goede gezondheid. Daarom wil de overheid meer mensen aan het sporten en bewegen krijgen. Deze beleidsdoelstelling kan niet gerealiseerd worden zonder de commerciële sportaanbieders.

Events (Beurzen, congressen, tentoonstellingen en evenementen)

Ook de “eventsector” groeit. Events kunnen zowel een zakelijk als een publiekskarakter hebben. De scheiding tussen de verschillende soorten evenementen vervaagt en steeds meer mengvormen ontstaan. De sector kenmerkt zich door het aantrekken van hoge aantallen bezoekers, die veel spenderen -zeker in de zakelijke markt- omdat er vaak combinatiebezoek plaatsvindt met andere voorzieningen. Zo besteedt een internationale congresganger zo'n 370 euro per dag. De omvang en impact van evenementen kunnen extra complicerende aspecten met zich meebrengen als veiligheid, bereikbaarheid, controleerbaarheid die bij de organisatie van evenementen van groot belang zijn en waarvoor in de toekomst steeds meer specialisten en betere onderlinge afspraken en samenwerking nodig zal zijn (extra inzet politie, wegomleggingen, persoonsbeveiliging, volksgezondheidsinspectie et cetera). Tevens is er een trend waar te nemen naar “educativering” van evenementen,

dat wil zeggen naast ‘fun’ ook ruimte voor ontwikkeling! Bijvoorbeeld het optreden van Ruud Lubbers tijdens Lowlands. Gemeenten hebben grote belangen bij evenementen. Naast de economische spinnoff (een bezoeker aan een publieksevenement geeft gemiddeld 35 euro uit in de stad van het evenement) zijn er belangen op het gebied van stadspromotie, toerisme en het koesteren van een bruisende stad voor de eigen inwoners. De sector is ook in sociaal opzicht relevant: integratie van bevolkingsgroepen (zomercarnaval Rotterdam), educatie, het bevorderen van saamhorigheid en onderling respect.

Conclusie

Mensen vinden vrije tijd belangrijk en zijn bereid hier veel geld aan uit te geven. Vrijtijdsvoorzieningen bepalen de kwaliteit van het woonklimaat en zijn een belangrijke motor voor economische ontwikkeling. De vrijetijdsindustrie is niet langer de franje, maar een centrale economische en sociale steunpilaar van onze huidige samenleving.







5. Trends, kansen en bedreigingen

INLEIDING

Vrije tijd is de tijd die overblijft na slapen, werken, huiselijke zorgtaken, school en persoonlijke verzorging. In de hoeveelheid vrije tijd en de vrijetijdsbesteding van burgers heeft zich een significante trendverschuiving voltrokken, die doorwerkt in de aanbodzijde. Van een verzuimd vrijetijdsaanbod, via door de overheid aangeboden vrijetijdsvoorzieningen naar een volwaardige vrijetijdsindustrie.

De gemiddelde Nederlander heeft 45 uur vrije tijd per week. Dat is 5% minder dan 10 jaar geleden, met name door stijgende arbeidsparticipatie van vrouwen¹⁵. Minder vrije tijd, minder bestedingen? Integendeel, niet voor niets wordt de vrijetijdsindustrie als inspirator en de voorhoede van de beleveniseconomie gezien. Waar de Nederlander minder vrije tijd heeft, wil hij deze juist intensiever beleven. De uitgaven ten behoeve van vrije tijd zijn in 25 jaar met maar liefst 80% gestegen¹⁶.

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste trends, kansen en bedreigingen voor de sector geïnventariseerd. De inventarisatie is totstandgekomen door deskresearch en interviews in combinatie met een brainstormsessie met vertegenwoordigers van de verschillende brancheorganisaties binnen het cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid, alsmede sectordeskundigen van Rabobank Nederland.

VAN BIJVERSCHIJNSEL NAAR IDENTITEITSBEPALENDE FACTOR

Waar vroeger de vraag 'wat doe jij?' automatisch werd beantwoord met een verwijzing naar het werk dat iemand doet, wordt deze vraag steeds meer beantwoord met de vrijetijdsbesteding waar men voorkeuren voor heeft. Mensen ontlenen hun identiteit in toenemende mate aan wat zij in hun vrije tijd doen. Dat geldt niet

alleen voor jongeren, die hun levensstijl in hoge mate laten bepalen door de vrije tijd, maar ook voor oudere, werkende mensen, die in hun onderlinge contact de vrije tijdsbesteding als centrale identiteitsfactor definiëren. Datingsites vragen naar hobby's en muziekvoorkeuren, men is een avontuurlijk reiziger of een sportmens.

VAN VEEL VRIJETIJD NAAR INTENSIEVERE BESTEDING

Nederlanders hebben minder vrije tijd dan 10 jaar geleden. Vrije tijd lijkt in toenemende mate ongelijk verdeeld. Het hoogopgeleide deel van de beroepsbevolking kreeg de afgelopen twintig jaar steeds minder vrije tijd. Dit komt vooral door de toegenomen deelname aan het arbeidsproces en de toenemende vermenging van werktijd en eigen tijd: steeds meer werk wordt in de avonden en weekenden verricht. Ook de gezamenlijke vrije tijd van het gezin komt onder druk te staan, door steeds individuelere agenda's van partners en kinderen.

VAN RECREATIE NAAR VRIJETIJDSEBELEVING

Tegelijkertijd nam met de afname van vrije tijd, het besteedbaar inkomen toe. Met als gezamenlijk resultaat dat consumenten de vrije tijd doelgerichter en efficiënter besteden. De eisen aan kwaliteit zijn hoog, de belevingsopbrengst moet gegarandeerd zijn en de consument heeft er steeds meer geld voor over.

In de vrije tijd volgt de Nederlander steeds meer zijn of haar eigen weg. Dat is een gevolg van onder meer welvaarts-groei, ontkerkelijking en individualisering. De markt heeft de veranderende leefstijl goed begrepen. Steeds meer bedrijven storten zich op de ontwikkeling en verkoop van belevenissen en ervaringen. Doordat het vrijetijdsaanbod hierdoor verruimt en de mens bovendien

¹⁵ Bron: Sociaal en Cultureel Rapport, 2004

¹⁶ Bron: Sociaal en Cultureel Rapport, 2004





steeds mobieler wordt, is binnen de vrijetijdssector de concurrentie om de consument enorm toegenomen. De wensen en voorkeuren van die consumenten worden echter steeds grilliger. Innovatie is van levensbelang. Trends hebben een steeds kortere levenscyclus en verworden tot hypes.

VAN OPENLUCHTRECREATIE NAAR VRIJETIJDSPRODUCTEN

Met de vermarkting van de vrijetijdsbesteding verliest de overheid meer en meer grip op het activiteitenpatroon van burgers. In de praktijk betekent vrijetijdsbesteding steeds vaker consumptie van uiteenlopende commerciële vrijetijdsdiensten, en steeds minder participatie in het door de overheid gesubsidieerde aanbod van openluchtrecreatie. De aandacht voor de zelfontplooiing van de mens en voor diens beleving van natuur en cultuurhistorie heeft in de jaren zeventig geleid tot de aanleg van recreatieve voorzieningen en de inrichting van natuurgebieden. De genoemde beleidsdoelstellingen zijn in de jaren negentig echter naar de achtergrond gedrongen. Toen hebben beleidsmakers (met name EZ) het belang van toerisme onderkend. Een grotere toeloop van binnenlandse en buitenlandse toeristen betekent immers meer bestedingen in hotels, horeca en winkels. Vanaf de jaren negentig daalde het bezoek van Nederlanders aan recreatieve bestemmingen, zoals (stedelijke) recreatiegebieden, bos, hei en andere (beschermde) natuurgebieden. Ook het aantal bezoekers van monumenten, oude stadskernen of bezienswaardige dorpsgezichten nam af (van 49% van de bevolking in 1991 naar 42% in 1999). Alleen de attractiepunten - meestal opgezet door commerciële aanbieders van vertier (pretparken) - konden zich staande houden. In de jaren negentig steeg het bezoek licht van 56 naar 57%. Het sociale draagvlak voor recreatieve activiteiten is kleiner geworden. Ook hier is de recreant zich meer

als consument gaan gedragen¹⁷. Allochtonen vertonen echter het recreatiegedrag van autochtonen in de naoorlogse periode en hebben vooral behoefte aan meer parken en groen in en om de stad om te recreëren.

VAN EEN BREED PUBLIEK NAAR SPECIFIEKE DOELGROEPEN

Actieve ouderen

Ouderen bereiken in de toekomst niet alleen een hogere leeftijd, ze blijven langer vitaal en hebben steeds meer geld te besteden. Kortom, we krijgen te maken met welvarender en actievere senioren met veel vrije tijd. Zij zoeken veel meer dan vroeger verrassende, onderhoudende en educatieve ontspanning buitenshuis voor kortere en langere duur. Zij kennen veel meer vakantie-momenten dan voorheen en gaan veel meer dan vroeger op zoek naar cultuur-, natuur- en ontspanningsbeleving.

Alleenstaanden

Singles worden een serieuze doelgroep voor de vrijetijdsindustrie. Het aantal alleenstaanden is de afgelopen jaren behoorlijk toegenomen tot circa 33% van de totale bevolking: deels jongeren, deels ouderen en deels mensen die ongebonden door het leven willen gaan. De groeiende groep heeft een gevarieerd recreatiegedrag, waarbij ze regelmatig er alleen op uit gaan, maar ook in steeds wisselende verbanden van vrienden, familie en kennissen.

Migranten en hun kinderen

De groep migranten en hun kinderen groeit snel en wordt als doelgroep dus steeds belangrijker. In 2020 is ongeveer 15% van de bevolking van allochtone afkomst. Uit het huidige vrijetijdsgedrag blijkt dat tweede generatie migranten minder aan de etnische cultuur hechten dan hun ouders: ze gaan vaker naar het strand, gaan de stad in en bezoeken cafés en discotheken. Het recreatiegedrag van de migrant en zijn kinderen zal in de toekomst

¹⁷ Bron: *Ontspannen in het Groen. Raad Landelijk Gebied, 2004*





meer op dat van de autochtoon gaan lijken. Ook reizen in de zomer steeds minder migranten af naar hun geboorteland en zullen zij meer gaan deelnemen aan recreatieve activiteiten in Nederland.

VAN FOLDER NAAR WEBSITE

De belangrijkste technologische ontwikkeling voor de vrijetijdsindustrie is ongetwijfeld het internet. Van de totale bevolking maakt 65% regelmatig gebruik van internet en bijna de helft (45%) is tenminste één maal per week online (maart 2002).

**Conclusie: Van massarecreatie naar
hoogwaardige vrijetijdsproducten!**

Bedrijven in de vrijetijdsindustrie moeten strijden om de gunst van de inmiddels steeds grilliger en kritischer wordende consument, die steeds minder tijd maar meer geld te besteden heeft. De industrie moet inspelen op relevante doelgroepen en technologische ontwikkelingen. Trends hebben een steeds kortere levenscyclus. Het bovenstaande vereist een behoorlijke mate van flexibiliteit en innovatief vermogen van de sector.





TRENDS PER SUBSECTOR

RECREATIE EN TOERISME

In 2004 ging ongeveer 81% van de Nederlanders een of meerdere keren op vakantie. In 2003 was dat 82%. Diegenen die in 2004 op vakantie zijn gegaan, zijn echter wel iets vaker gegaan dan het jaar daarvoor (2,82 keer in 2004; 2,77 keer in 2003). Het totaal aantal vakanties kwam daarmee uit op 35,2 miljoen; zo'n 600.000 meer dan in 2003 (een stijging van 2%). De stijging deed zich alleen voor bij de buitenlandse vakanties (+4%); de binnenlandse vakanties namen licht af (-1%). De daling was voornamelijk waar te nemen in het aantal bezoekers van de campings, de bungalows konden een stijging constateren en de hotels zijn stabiel gebleven. Het ContinuVrijetijdsOnderzoek verwacht dat het aantal binnenlandse vakanties in 2005 licht zal dalen. Een drietal redenen ligt hieraan ten grondslag: de matige zomer van 2004, de lagere prijzen voor buitenlandse vakanties en het feit dat binnenlandse vakanties afhankelijk zijn van de 2e en 3e vakanties die juist in economisch mindere tijden onder druk staan.¹⁸

In 2002 zijn er één miljard uitstapjes gemaakt door de Nederlandse bevolking. Dit is een stijging van 5% ten opzichte van zes jaar eerder. Vooral uitgaan en het bezoeken van attracties, bezienswaardigheden en evenementen zijn toegenomen, beide met ongeveer 20 procent. Eenderde van de uitstapjes heeft betrekking op sportieve recreatie. Vooral wandelen en fietsen zijn geliefde bezigheden.¹⁹

¹⁸ Bron: CVO, 2004

¹⁹ Bron: CBS, 2003

Inkomend toerisme

Het aantal buitenlandse toeristen in Nederland is in 2004 met 5% gestegen ten opzichte van het jaar daarvoor. Dit is meer dan verwacht mede door een sterk laatste kwartaal en het aantal buitenlandse bezoekers in 2004 komt neer op 9,6 miljoen.

Mede op basis van de Monitor Toeristische Bedrijven verwacht het NBTC voor de zomer van 2005 2,6 miljoen buitenlandse gasten in Nederland, een stijging van +100.000 gasten ten opzichte van de zomer 2004.

Nieuwe markten komen beschikbaar. Toeristen uit China, India en Oost-Europa zijn de belangrijkste nieuwe doelgroepen. Zo bezoeken over vijf jaar naar verwachting jaarlijks een half miljoen Chinese vakantiegangers ons land. Tot nu toe komen er jaarlijks circa 60.000.

Chinezen zijn funshoppers bij uitstek, ook de detailhandel zal profiteren van deze nieuwe groep toeristen.

Recreatiebeleid ministerie LNV

Met de sanering van de landbouw neemt het belang van de toeristisch-recreatieve sector op het platteland in zowel economisch als sociaal opzicht toe. Deze trend vertaalt zich niet in het recreatiebeleid van het ministerie van LNV dat nog steeds sterk gericht is op het aanleggen van nieuwe recreatiegebieden. LNV ziet het als zijn taak zorg te dragen voor voorzieningen (aantrekkelijke landschappen) die niet door anderen of via de markt tot stand gebracht kunnen worden. Op deze taak valt uiteraard niets af te dingen. Gezien het toenemend belang van de recreatieve sector, alsmede de transformatie van recreant in recreatief consument, ligt een meer stimulerende rol van LNV ten bate van het toeristisch-recreatief bedrijfsleven echter voor de hand.





CULTUUR

In 2003 rapporteerde 37% van de bevolking in de voorafgaande twaalf maanden een museum bezocht te hebben en 25% een (klassieke) podiumvoorstelling, aldus SCP²⁰. Dit is een consolidering van de situatie in 1999. Concurrentie tussen vrijetijdsaanbieders heeft vooral een aanslag op het aandeel cultuur gehad. Door het stijgende opleidings-niveau werd verwacht dat de belangstelling voor cultuur zou stijgen, maar dat blijkt alleen voor musea, die zich actief op de aandacht van het publiek gericht hebben, het geval te zijn. Onder jongeren steeg het aandeel dat jaarlijks een museum bezoekt aanzienlijk, maar dit geldt niet voor het podiumbezoek van jongeren. Onder allochtonen groeide zowel het bereik van musea als dat van podia. Culturele instellingen kunnen nog enige tijd rekenen op de toestroom van actieve ouderen, maar de sector zal zich meer moeten richten op jongeren en allochtonen door bijvoorbeeld een grotere diversiteit van cultuuruitingen aan te bieden. In dat opzicht zijn ook muziekscholen, creativiteitscentra en bibliotheken belangrijk omdat zij potentiële cultuurconsumenten afleveren. Dat met name hoogopgeleiden steeds minder vrije tijd krijgen, is een trend waarop de sector zou kunnen inspelen. Periodieke avondopenstelling door musea bijvoorbeeld.



Cultuurbeleid

Een positieve ontwikkeling in het Rijksbeleid ten aanzien van cultuur is de in 2004 gestarte samenwerking tussen de ministeries OCW en EZ, met als doel een beleidsbrief Cultuur en Economie te ontwikkelen. De Rijksoverheid onderschrijft hiermee het economische belang van de sector cultuur, dat wel eens vergeten wordt. Economisch belang niet alleen in termen van werkgelegenheid, maar ook in de stimulering van de creatieve industrie en innovatie. Het significante belang van de culturele sector in het aantrekken van toeristen (cultuurtoerisme) leidt helaas nog niet tot integratie van de betreffende beleidsterreinen. De overheid legt de laatste jaren steeds meer nadruk op cultureel ondernemerschap. Een beleid gericht op het daadwerkelijk bevorderen van ondernemerschap in de sector ontbreekt vooralsnog. Voorwaarde voor meer ondernemerschap in de sector cultuur is in ieder geval een meer consistent overheidsbeleid ten aanzien van medefinanciering, in plaats van de steeds geringer wordende bereidheid culturele basisvoorzieningen financieel te ondersteunen. Als de sector met bezuinigingen geconfronteerd blijft worden, zal de 'cultureel ondernemer' meer tijd kwijt zijn aan 'het hoofd boven water houden' dan met professionalisering van het ondernemerschap. Professionalisering en verschraving van het aanbod gaan ook niet samen. Bovendien dreigen inmiddels witte vlekken te ontstaan in de cultuureducatie en -participatie omdat bepaalde lokale cultuurvoorzieningen als muziekscholen, bibliotheken of kleine podia door bezuinigingen moeten sluiten. Dit zijn juist voorzieningen die dicht bij huis moeten worden aangeboden. Ter stimulering van cultuurbezoek zou de overheid het fiscaalvrij verstrekken van cultuurvouchers aan medewerkers als vorm van beloning, mogelijk moeten maken.

²⁰ Volgens TNS/NIPO heeft in 2002 echter 47% van de Nederlanders van 12 jaar en ouder een podiumkunst bezocht.





SPORT

Het aantal mensen dat sport is de afgelopen 25 jaar met ruim 20% gestegen. Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek (AVO) laat zien dat anno 2003 maar liefst 73% van de bevolking aan sport doet, 60% ten minste twaalf maal per jaar. Er zijn in 2003 minder sportende allochtonen (62%) dan autochtonen (73%), met name in de groep 20-49-jarigen (achterstand -19 procentpunten). Allochtonen zijn minder vaak lid van een vereniging en zij nemen minder deel aan competities en trainingen dan autochtonen.²¹

Ondanks het feit dat meer mensen sporten, is het aantal sporters dat lid is van een sportvereniging of deelneemt aan competities ten opzichte van begin jaren negentig gedaald. Ontwikkelingen als ontzuiling, individualisering, commercialisering en schaalvergroting zijn niet aan de sport voorbijgegaan. Nog steeds kent de sport 4,9 miljoen verenigingsleden en naar schatting 1,2 miljoen vrijwilligers. Inspelend op een koopkrachtiger en veel-eisender sportpubliek, dat bovendien niet altijd met een verenigingscultuur is opgegroeid, bieden ondernemers commerciële faciliteiten aan om te sporten en te bewegen. Verplichtingen uit hoofde van een verenigingslidmaatschap worden ingeruild tegen betaling voor op afroep beschikbare diensten. Daarbij verschuiven ook de aard en de functie van de sportbeoefening. Die aard is minder gelegen in de onderlinge wedijver in formele competities en ligt meer in de beleving van het sportspel zelf of in het onderhouden van het eigen lichaam²².

Sportbeleid

Het ministerie van VWS vindt sport belangrijk en werkt aan stimulering in sport. Haar beleid is echter uitsluitend gericht op topsport en sportverenigingen. Een dialoog, laat staan samenwerking, met commerciële sportaanbieders ter verwezenlijking van haar doelstelling, ontbreekt vooralsnog. Gezien het toenemend belang van commerciële sportfaciliteiten lijkt deze exclusieve focus op gesubsidieerde sportaanbieders enigszins uit de tijd. In het kader van het convenant Overgewicht dat het ministerie onder meer met MKB-Nederland gesloten heeft, vindt wel contact plaats tussen het sportbedrijfsleven en VWS. Ter bestrijding van overgewicht en bewegingsarmoede zou de overheid de regels omtrent de vrije verstrekking van bedrijfsfitness moeten versoepelen door de eis dat de bedrijfsfitness voor 90% in werktijd moet plaatsvinden, te schrappen. In dit kader pleit MKB-Nederland tevens voor het behoud van schoolzwemmen, dat door steeds meer gemeenten wordt afgeschaft (door de subsidie te staken).



²¹ Bron: Sociaal en Cultureel Rapport, 2004

²² Bron: Sociaal en Cultureel Rapport, 2004

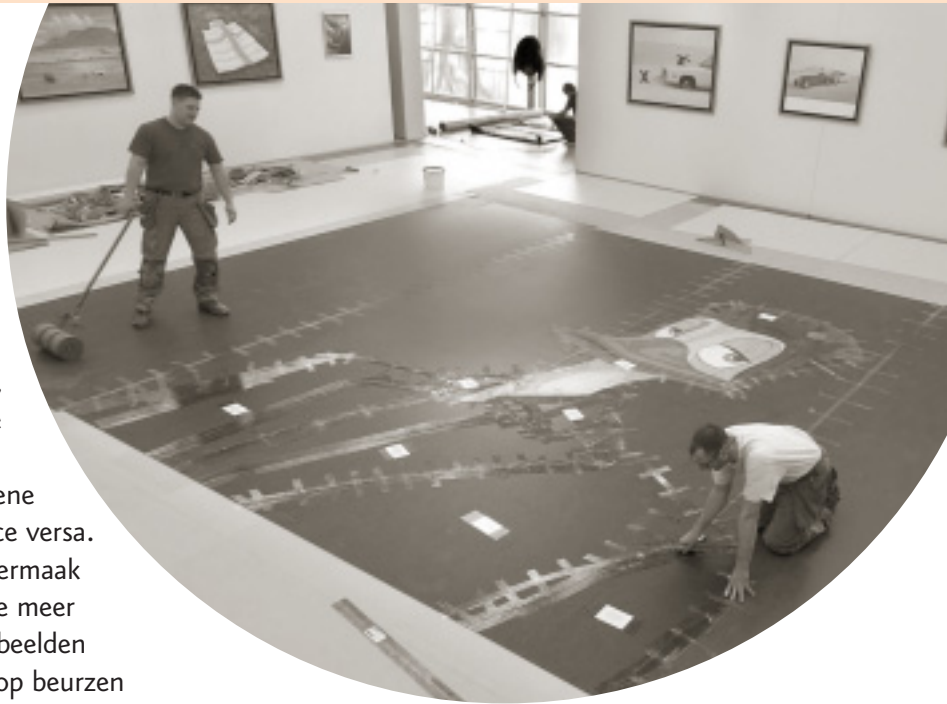




EVENTS

Het maken van een duidelijk onderscheid tussen de verschillende branches binnen het medium Live communication (beurzen, tentoonstellingen, congressen, vergaderingen, events) is niet eenvoudig. Dat komt omdat de grenzen tussen deze branches hoe langer hoe meer vervagen. Succesvolle elementen uit de ene branche worden ingevoerd in de andere en vice versa. Zo gaan bij veel beurzen de factoren fun en vermaak een steeds belangrijker rol spelen, waardoor ze meer het karakter krijgen van een evenement. Voorbeelden daarvan zijn de live optredens door artiesten op beurzen en vermakelijke activiteiten, zoals de Amstel Ballen Bar op de Huishoudbeurs. Ook wordt steeds vaker de combinatie gezocht. Denk aan congressen die gelijktijdig op dezelfde locatie met beurzen plaatsvinden. Beurzen blijven groeien in aantallen, zowel vakbeurzen (11%) als de publieksbeurzen (9%). Ook het aantal exposanten is gestegen. Hier is de stijging bij de publieksbeurzen (16%) groter dan bij de vakbeurzen (8%). Het totaal aantal beursbezoekers is in 2004 echter gedaald met 10% ten opzichte van 2003. Dit komt bijna volledig voor rekening van de publieksbeurzen, waar het aantal bezoekers met 13% daalde.

Als internationale congresdestinatie doet Nederland het echter goed. In 2004 is ons land gestegen van de 10e naar de 6e plaats van de International Congress and Convention Association (ICCA). Nederland behoort hierdoor weer tot dé top van internationale congresdestinaties en staat direct achter de Verenigde Staten, Duitsland, Spanje, Frankrijk en Groot-Brittannië. In 2003 ging in de zakelijke markt in ons land ruim negen miljard euro om. Daarnaast geeft de zakelijke bezoeker drie keer meer uit dan een toeristische bezoeker²³.



Overheidsbeleid beurzen en congressen

Het belang van de congresbranche wordt terecht onderschreven door het ministerie van Economische Zaken (EZ) in de Vernieuwde Toeristische Agenda, waarin het aantrekken van internationale congressen en het heroveren van een positie binnen de top 10 van internationale congressen als een speerpunt is benoemd. Het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) voert deze opdracht in samenwerking met de Vereniging van Nederlandse Congres- en Vergaderbelangen (VNC) met succes uit. Een doelstelling ten aanzien van het binnenhalen van grote internationale beurzen en evenementen ontbreekt echter, terwijl de economische spin-off van deze branches niet aan relevantie onderdoet. Het ministerie van EZ zou haar beleid op inkomend zakelijk toerisme moeten uitbreiden met een speerpunt gericht op Nederland Expoland!

²³ ReSpons Evenementen Monitor, april 2005





Evenementen en festivals

De markt voor grotere evenementen en festivals is toegenomen. Zowel het aanbod van als het bezoek aan publieksevenementen met bovenregionale betekenis is de afgelopen drie jaar verder toegenomen. Ook is het verblijf van bezoekers op evenementen langer geworden. Opvallend is de grote stijging van de uitgaven tijdens evenementenbezoek. Na inflatiecorrectie zijn deze uitgaven met gemiddeld meer dan 10% per jaar gestegen. Er vindt steeds meer interstedelijke concurrentie op het binnenhalen van grote evenementen plaats (North Sea Jazz Festival).

Overheidsbeleid publieksevenementen en -festivals

Het organiseren van grote publieksevenementen en -festivals is buitengewoon complex. Decentrale overheden zijn vaak onervaren met evenementen waardoor vergunningverlening moeizaam verloopt. Gelet op het feit dat soms meer dan 10 afzonderlijke vergunningen noodzakelijk zijn, meerdere (vaak decentrale) overheden deel uitmaken van het bevoegd gezag en meer dan 5 inspectiediensten komen controleren, én het evenement in korte tijd georganiseerd en opgetuigd moet worden, gaat onredelijk veel tijd van evenementmakers en festivalorganisatoren verloren aan bureaucratie. Gebrek aan integrale regelgeving (modelverordening) ligt hieraan ten grondslag. Hier ligt een taak voor de VNG om in samenwerking met de brancheorganisatie tot een goede modelverordening te komen.





KANSEN EN BEDREIGINGEN

Tijdens een elektronische brainstormsessie met vertegenwoordigers van brancheorganisaties uit de vrijetijdsindustrie en sectorvertegenwoordigers van de Rabobank zijn onderstaande issues, kansen en bedreigingen geïnventariseerd. De sociaal-maatschappelijke trends en items betreffen aspecten van de consumptieve omgeving van de vrijetijdsindustrie.

Sociaal maatschappelijke trends / issues

Kans

Toenemende vrije tijd
Groeiende bestedingsruimte senioren
Toenemende diversiteit in samenleving
Gezondheidscultus
Vergrijzing
Economische betekenis vrije tijd
Groeiende recreatieve functie platteland
Metamorfose: van productiesteden naar consumptiesteden
Funshoppen

Bedreiging

Verkorting trendcycli (tot hypes)
Terrorisme
Vandalisme

Kans of bedreiging

Consumentenveiligheid
Individualisering
Low cost carrier

Overheidsbeleid algemeen

Kans

Deregulering
Aandacht voor administratieve lasten van huidige kabinet

Bedreiging

Administratieve lastendruk
Uitvoeringsbureaucratie
Interpretatieverschillen wet- en regelgeving (vergunning/handhaving)
Decentralisatie
Gebrekkige politieke belangstelling voor de sector
Opeenstapeling natuurwetgeving
Richtlijn Diensten
Mobiliteit en Bereikbaarheid
Oneerlijke concurrentie

Kans of bedreiging

Ruimtelijke planologische ontwikkeling

Arbeidsvraagstukken

Kans

Jongerenarbeid
Arbeidsmarktbeleid

Bedreiging

Cyclische werkloosheid & invoering premiegroepen
Loonkostenontwikkeling
Administratieve lasten (arbo/kleine baantjes)
Kwaliteit vakonderwijs en opleidingsniveau
Ontslagrecht

Kans of bedreiging

Arbeidsrecht en arbeidsomstandigheden
CAO/arbeidsvoorwaarden

Bedrijfseconomische trends en issues

Kans

Innovatie
Samenwerking met detailhandel (retailtainment)
CVTO-onderzoek
Professionalisering ondernemerschap

Bedreiging

Onvoldoende sectorale voorlichting
Aansprakelijkheid
Weinig cijfers CBS

Kans of bedreiging

Branchevervaging
Bedrijfslocatie
Bedrijfsoverdracht
Seizoensinvloeden





Uit de analyse blijkt dat de huidige vrijetijdsbehoefte van de consument vraagt om hoogwaardige en vernieuwende producten. Om deze aan te bieden is het noodzakelijk dat ondernemers flexibel zijn, snel kunnen veranderen, innoveren en uitbreiden. De overheid speelt hierin meer een belemmerende dan faciliterende rol. De sector ervaart grote verschillen in uitvoering van het algemene beleid op lokaal niveau en grote verschillen tussen diverse gemeentes wat betreft de eigen beleidsbepaling. Daarnaast is men bevreesd voor een opeenstapeling van beschermende natuurwetten waardoor er steeds minder ruimte dreigt te komen voor evenementen en/of recreatieve voorzieningen. De economische en maatschappelijke betekenis van de sector rechtvaardigen echter een meer dienstverlenende en voorwaardenschepende overheid.

BELANGRIJKSTE COLLECTIEVE BEDREIGINGEN:

- Administratieve lasten (in de breedste zin des woords, inclusief vergunningen)
- Opeenstapeling natuurbeschermingswetten / schaarse ruimte
- Arbeidsmarkt en loonkosten

ADMINISTRATIEVE LASTEN

Uit een brainstormsessie met in de vrijetijdsindustrie actieve branches kwam als grootste bedreiging voor de sector 'administratieve lasten in de brede zin' uit de bus. Bedrijven in de vrijetijdsindustrie hebben te maken met een wirwar aan vergunningen, met doorgesloten handhaving, met grote interpretatieverschillen, stapels formuleren en langdurige procedures. Zo kreeg het bedrijf dat de vuurwerkshow op SAIL 2005 verzorgde op de eerste dag 9 instanties langs, die allen op details op- en aanmerkingen hadden. De betreffende directeur

overwoog te stoppen, maar de organisatie van SAIL wist hem over te halen te blijven. Bureaucratie is een groot probleem voor een sector waarvan een grote mate van flexibiliteit verlangd wordt.

De vrijetijdssector beschikt over een aantal lastenverhogende eigenschappen:

- Het zijn vaak voor publiek toegankelijke bedrijven. Dat feit alleen levert een bulk aan (veiligheids-)regels en vergunningen op. Regels die veelal zijn aangescherpt na incidenten. Als we bedenken wat voor risico's we thuis en op straat lopen, dan is de arbeidsomstandighedenregelgeving wel beschouwd doorgesloten. Overigens geldt dit voor meer regelgeving, als voedselveiligheid- en legionellaregels.
- Bedrijven uit de vrijetijdssector vallen meestal onder verschillende overheden en binnen één overheid onder verschillende afdelingen. Zo heeft een schouwburg binnen de gemeente met de afdelingen bouw- en wonen, economische zaken, bijzondere wetten, cultuur en milieu te maken alsmede met de brandweer. Een wegrestaurant heeft naast de gemeente ook nog met Rijkswaterstaat, domeinen en de douane te maken. Een kampeer/recreatiebungalow bedrijf heeft naast de gemeente ook direct met diverse ministeries en de provincie te maken. Het aantal inspectiediensten is navenant. Afstemming tussen overheden en verschillende afdelingen is nog verre van optimaal, terwijl de (gedeeltelijke) oplossing al enige jaren bekend is: het digitale overheidsloket.
- De initiële administratieve lasten die samenhangen met vergunningaanvragen kosten het bedrijfsleven meer dan 1 miljard euro per jaar. De 7,1 miljoen verplichte aanvragen per jaar zijn een onaanvaardbare rem op de groei van het mkb in het algemeen en de - van veel vergunningen afhankelijke - vrijetijdsindustrie in het bijzonder. Door cumulatie van regelgeving en vergunningstelsels ontbreekt het bovendien veelal aan





transparantie. Zo kan het aantal vergunningen voor een evenement oplopen tot circa vijftien. Veel lokale autonome vergunningstelsels komen voort uit een dwangmatige behoefte risico's te beheersen, alsmede hetgeen zich afspeelt in de openbare ruimte. Deze kunnen vaak risicoloos worden afgeschaft. Daarnaast zijn doorlooptijden van vergunningen te lang en is het serviceniveau van de vergunningverlener(s) te laag.

- Veel regelgeving uit Europa treft de vrijetijdsector, zonder dat voldoende rekening wordt gehouden met de specifieke kenmerken ervan.
- De Nederlandse en buitenlandse toeristen worden in toenemende mate lastig gevallen met gemeentelijke heffingen en belastingen, met als meest aansprekende voorbeeld de Toeristenbelasting. Niet alleen de gast is hiervan de dupe, de ondernemer wordt tevens opgezadeld met de kosten voor de inning en de sterke kostenstijgingen van de laatste jaren, soms meer dan 50% stijging op jaarbasis. Daarbij komt dan nog dat de tarieven in iedere gemeente anders zijn, waardoor concurrentievervalsing optreedt.

OPEENSTAPELING NATUURBESCHERMINGSWETTEN / SCHAARSE RUIMTE

De recreatiebedrijven zijn vaak gevestigd in of in de directe nabijheid van de natuur en prachtige landschappen, omdat juist daar mensen willen recreëren (kwestie van vraag en aanbod). Het ruimtelijk beleid vormt echter vaak een belemmering voor de ontwikkeling van deze sector.

Van de ruim 1500 (verblijfs-)recreatiebedrijven is minimaal de helft gevestigd in een beschermd natuurgebied. Extra ruimte is voor deze bedrijven vaak bittere noodzaak vanuit het oogpunt van regelgeving en de noodzaak tot kwaliteitsverbetering.²⁴ De wetgeving biedt in de praktijk echter nauwelijks mogelijkheden om uit te

breiden of te starten. Desondanks wordt het platteland voor haar voorzieningenniveau wel steeds afhankelijker van de toeristisch-recreatieve sector, gezien de sanering van de landbouw.

Maatwerkoplossingen laten op zich wachten

Al geruime tijd stelt het ministerie van LNV dat door het toepassen van maatwerkoplossingen er meer mogelijk is in natuurgebieden dan lijkt. Hierbij wordt gerefereerd aan de saldobenadering, het krimp- en groeiemodel en het compensatiebeginsel. De praktische toepassing en/of uitwerking van deze maatwerkoplossingen blijkt nu al in de praktijk meestal erg problematisch en leidt vooralsnog niet tot de voorziene oplossing c.q. het te verwachten resultaat. Daarenboven is voor decentrale overheden vooralsnog niet helder hoe deze methoden moeten worden toegepast. Het tempo waarin het ministerie van LNV bovenstaande oplossingsrichtingen wil uitwerken, lijkt niet bijzonder hoog te liggen. Al een aantal jaren wordt gesproken over deze mogelijke oplossingsrichtingen en nu duurt het nóg een jaar voordat LNV door middel van pilots de toepasbaarheid ervan in kaart brengt.

Te restrictieve Europese regels

Bovendien heeft Brussel afwijzend gereageerd op het verzoek het compensatiebeginsel tevens toe te mogen passen op vogelrichtlijngebieden. Een provincie als Zeeland is echter bijna in zijn geheel aangewezen als vogelrichtlijngebied. Zeeland is economisch zeer afhankelijk van de toeristische sector, een sector die behoorlijk ruimte-intensief is. Vanzelfsprekend is bescherming van de natuur en bijzondere dier- en plantensoorten buitengewoon belangrijk. Maar er moet wel enige balans gevonden worden tussen economische activiteiten t.b.v. een vitaal platteland en bescherming van de natuur. De Europese natuurbeschermingswetten en vooral de vertaling daarvan naar nationaal niveau moeten kritisch

²⁴ Recreatiebedrijven en beschermde natuurgebieden - Stichting Recreatie, oktober 2004





tegen het licht gehouden worden. De Europese lijsten met beschermde soorten geven een maximale opsomming. Deze lijsten bevatten soorten die wellicht in het ene land zeldzaam zijn, maar in het andere nog ruimschoots voorkomen. Daarnaast wordt geen rekening gehouden met het feit dat Nederland een klein en zeer dichtbevolkt land is, wat het onmogelijk maakt aan een maximale vertaling van Europese richtlijnen naar nationaal niveau te voldoen zonder schade te berokkenen aan het bedrijfsleven op het platteland, en daarmee het voorzieningenniveau van het buitengebied.

ARBEIDSMARKT

Een flexibele inzet van personeel is voor de vrijetijdsindustrie van het grootste belang. Kortlopende arbeidscontracten komen veelvuldig voor, als gevolg van seizoensinvloeden en klimatologische omstandigheden en/of de (tijdelijke) aard van de werkzaamheden (festivals, attractieparken, toneelproducties, beurzen et cetera).

Stelsel van premiedifferentiatie in de wachtgeldfondsen

Op 1 juli jl. heeft de SER unaniem geadviseerd over het voornemen tot invoering van een stelsel van premiedifferentiatie in de wachtgeldfondsen, welke als doel heeft het bestrijden van cyclische werkloosheid. Aangezien het kabinet in een reactie heeft aangegeven dit SER-advies op hoofdlijnen over te nemen, zal het stelsel naar alle waarschijnlijkheid op 1 januari 2006 worden ingevoerd. Vanaf dat moment zullen arbeidscontracten in een groot deel van de vrijetijdsindustrie korter dan een jaar, duurder worden door een hogere WW-premie. Bij contracten voor een jaar of langer wordt een lagere WW-premie in rekening gebracht. Dit voornemen is begrijpelijk vanuit het principe 'de vervuiler betaalt', maar houdt desalniettemin weinig

rekening met de benodigde flexibiliteit van de arbeidsmarkt voor de vrijetijdsindustrie.

Lagere loonkosten of een flexibeler arbeidsinzet?

Arbeidspatronen en daarmee de duur van arbeidscontracten zijn in de vrijetijdssector slechts beperkt beïnvloedbaar. Denk hierbij aan strandexploitanten die na een half jaar hun bedrijf moeten afbreken. Daarnaast is de vrijetijdsindustrie arbeidsintensief en maken de loonkosten een substantieel deel uit van de totale kosten. Het stelsel van premiedifferentiatie stelt de ondernemer dus voor het dilemma tussen lagere loonkosten (lage WW-premie) of een flexibeler arbeidsinzet (arbeidscontracten korter dan een jaar). Voor strandexploitanten is het zelfs onmogelijk jaarcontracten aan te bieden, aangezien zij slechts gemiddeld genomen een exploitatievergunning voor zes maanden krijgen.

Kleine banen voor scholieren en studenten

Kenmerkend voor de vrijetijdsindustrie is dat relatief veel met studenten en scholieren gewerkt wordt. Het economisch belang van deze werknemers is niet alleen de werkgelegenheid zelf, doch ook het feit dat deze werknemers op vaak onregelmatige basis werkzaamheden verrichten op momenten van de dag dat de meeste andere mensen niet graag werken (avonden, nachten en weekends). Met betrekking tot de toepassing van werknemersverzekeringen, pensioenen en loonbelasting wordt over het algemeen geen onderscheid gemaakt in het aantal uren dat een werknemer werkt. Dit betekent dat de uitvoeringskosten bij zowel de werkgever als de uitvoeringsinstelling relatief hoog zijn voor scholieren en studenten. Terwijl deze groep in de praktijk vrijwel nooit aanspraak maakt op opgebouwde rechten.





Totale administratieve lasten en uitvoeringskosten kleine banen studenten en scholieren in alle sectoren

Administratieve lasten	54.873.666
Loonbelasting en werknemersverzekeringen	44.000.000
Uitvoeringskosten WW, ZW en WAO	19.630.170
Uitvoeringskosten Zfw en WTZ	5.000.000
Uitvoeringskosten PSW	8.500.000
Uitvoeringskosten loonbelasting	405.000
Totaal	132.408.836

Bron: MKB-Nederland, 2005²⁵

Vereenvoudigingen in overheidsverplichtingen met betrekking tot kleine deeltijdbanen van scholieren en studenten leiden al snel tot een substantiële reductie van de administratieve lasten voor werkgever, overheidsinstellingen en pensioenfondsen. Daarnaast biedt de verkleining van het verschil tussen bruto- en nettoloon meer flexibiliteit op de arbeidsmarkt.

²⁵ MKB-nota Scholieren- en studentenbanen en administratieve lasten, februari 2005







6. Actieprogramma & aanbevelingen

KANSEN BENUTTEN: FLEXIBILISEREN EN INNOVEREN!

Het actieprogramma voor de komende jaren rust op twee pijlers. Een actieprogramma voor het cluster Vrijetijd en Zakelijke gastvrijheid en de daarbij aangesloten branches en aanbevelingen voor de overheid.

A. ACTIEPROGRAMMA VOOR HET MKB-CLUSTER VRIJETIJD EN ZAKELIJKE GASTVRIJHEID

Versterken ondernemerschap

De analyse geeft blijk van een trend die zich door de gehele maatschappij doorzet naar meer hoogwaardige ontspanningsdiensten en naar meer variëteit daarin. De toegenomen bestedingsruimte voor vrije tijd, de toenemende diversiteit in de samenleving, de grotere ervaring ('elke consument is inmiddels al een ervaringsdeskundige van het oude'), dragen bij aan deze 'upgrading' van de vraag. Hierin schuilt ook het gevaar, dat te maken heeft met de flexibiliteit van de sector (kan men snel genoeg omschakelen naar weer een nieuwe hype) en het imago van de sector bij de doelgroep (worden bestaande diensten niet te snel als verouderd of als te weinig 'value for money' ervaren?). De sector zal zich continu moeten vernieuwen en diensten moeten aanbieden op hoogwaardig niveau. Dit stelt uiteraard hoge eisen aan de kwaliteit van het ondernemerschap.

Het cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid zet in op de volgende speerpunten voor verdere professionalisering van de vrijetijdsindustrie:

- **Innovatie & marketing**
- **Arbeidsmarktbeleid en flexibeler CAO's**

1. INNOVATIE & MARKETING

De vrijetijdsindustrie heeft te maken met een consument die minder tijd heeft, maar meer te besteden, bereid is grotere afstanden af te leggen, gevoelig is voor nieuwe trends en die steeds grilliger wordt in zijn wensen ten aanzien van vrijetijdsbesteding.

Hoe speel je als sector in op deze kritische consument en in bredere zin op de beleveniseconomie?

Innovatief ondernemen en sterke marketingconcepten zijn de sleutels tot succes in de vrijetijdsindustrie. Dit gaat verder dan het bedenken van een goede campagne. Ondernemers in de vrijetijdsindustrie zullen over de schutting van hun eigen bedrijf moeten kijken. Nieuwe innovatieve Product-Marktcombinaties (PMC's), verrassende arrangementen en collectieve gebiedsgerichte promotie geven de consument de mogelijkheid diverse vrijetijdsactiviteiten te combineren. Hiermee maakt hij optimaal gebruik van zijn spaarzame vrije tijd en maximaliseert hij tegelijkertijd de belevenis.

Collectieve gebiedsgerichte promotie bewijst zich steeds vaker als succesvolle marketingstrategie. Klinkt men bijvoorbeeld op www.vrouwenpolder.nu dan vindt men wat er te doen is in en rondom het toeristische Zeeuwse dorp Vrouwenpolder. De site kwam tot stand binnen het kader van het project Task Force van MKB-Zeeland, met hulp van Europese subsidies. Met de website willen de ondernemers van Vrouwenpolder hun dorp nog beter op de kaart zetten. Naast toeristische informatie zijn speciaal voor inwoners diverse onderdelen opgenomen. Nieuwe concepten en samenwerkingsvormen zijn belangrijk in het realiseren van seizoensverlening, waardoor de seizoensafhankelijkheid afneemt en betere spreiding van te werken uren van werknemers mogelijk wordt.





Beoogd wordt het ontwikkelen van totaal nieuwe concepten binnen en tussen sectoren. MKB-Nederland creëert een forum waarbinnen rond vrijetijdsthema's nieuwe ideeën ontwikkeld worden die met behulp van andere sectoren geconcretiseerd worden. Deze ketenbenadering is mogelijk vanwege de grote diversiteit van de bij MKB-Nederland aangesloten branches. Een helder voorbeeld van een Product-Marktcombinatie is Innovation Island op Schouwenduivenland, waarbij Bouwend Nederland, RECRON, Zorgnet, Rabobank en Metaalunie samenwerken om onder meer recreatiewoningen met zorgvoorzieningen te realiseren.

Los van vernieuwende marketingstrategieën en innovatieve PMC's, verdient marketing als onderdeel van de bedrijfsvoering bijzondere aandacht binnen de vrijetijdsindustrie. Van de culturele sector wordt bijvoorbeeld steeds meer ondernemerschap verwacht. Basale marketingkennis en ervaring ontbreekt nogal eens, terwijl de concurrentie binnen de sector groter wordt. In een in 2006 te organiseren seminar en te ontwikkelen (digitaal) voorlichtingsmateriaal voor het cluster VZG komen onderstaande vragen aan de orde:

Project: Inspireren, profiteren, innoveren!

Eind 2005 start het cluster VZG met project 'Inspireren, profiteren en innoveren!'. Branches en ondernemers binnen de vrijetijdsindustrie worden geïnspireerd om van elkaar te leren en dus profiteren, met als uiteindelijke doel innoveren. Hierbij wordt aan innoveren een ruime definitie toegekend, dus niet alleen productvernieuwing. Naast het ontwikkelen en concretiseren van nieuwe vrijetijdsconcepten wordt onder innovatie ook verstaan vernieuwende vormen van samenwerking binnen de vrijetijdssector en met andere sectoren. Het project zal onder meer bestaan uit diverse innovatie-initiatieven, waaronder de organisatie van een Innovatiesalon en deelname aan de TNO ICT-Challenge, alsmede interactieve sessies. Zo zal een digitale brievenbus geopend worden voor nieuwe ideeën en zal een tweejaarlijkse innovatieprijs worden ontwikkeld voor meest innovatieve project binnen de vrijetijdsindustrie. In 2006 organiseert MKB-Nederland voor het cluster VZG een interactief seminar over marketing, waarna digitaal voorlichtingsmateriaal voor de aangesloten branches zal worden ontwikkeld. De Rabobank zal in het najaar van 2005 lokale seminars organiseren voor de vrijetijdsindustrie met als speerpunten 'gebiedsgerichte promotie/citymarketing' en lokaal leisurebeleid.

Vergroten marketingkennis

- Wie is de belangrijkste doelgroep, wat zijn potentiële nieuwe doelgroepen?
- Via welke kanalen worden deze doelgroepen bereikt?
- Wat zijn de kosten en effecten van advertenties en andere marketingtools?
- Wat doen bedrijven aan klantenbinding? Hoe kan men gebruikmaken van loyaliteitsprogramma's in de vrijetijdsindustrie? (Meerdere retailers werken hier al mee).
- Wat zijn de voordelen van het gebruiken van databestanden? Welke informatie kunnen bedrijven uit eigen klantenbestanden halen?
- Hoe kan aangesloten worden bij de beleveniseconomie?
- Kan middels productinnovatie een grotere doelgroep bereikt worden?
- Wat zijn de mogelijkheden en is de meerwaarde van collectieve promotie?





2. ARBEIDSMARKTBELEID EN CAO

Arbeidsmarktbeleid

Kenmerkend voor de vrijetijdsindustrie zijn veel kortlopende arbeidscontracten, veel parttimers, een onregelmatige piekbelasting en cyclische en seizoensmatige arbeidspatronen, oftewel de behoefte aan flexibele inzet van personeel. Daarbij rekening houdend met het voorstellen van de minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid om premiedifferentiatie op basis van contractduur in te voeren voor de wachtgeldfondsen, is het ontwikkelen van een arbeidsmarktbeleid bepaald geen overbodige luxe. Toch ontbreekt een dergelijk beleid bij veel vrijetijdsbranches, onder meer als gevolg van kleinschaligheid van zowel achterban als brancheorganisatie. Grotere brancheorganisaties als RECRON hebben al wel een eigen arbeidsmarktbeleid ontwikkeld. Met name voor branches met cyclische en seizoensmatige arbeidspatronen is het belangrijk om te kijken naar de mogelijkheden van een betere spreiding van het aantal uren, alsmede de kosten en effecten van het flexibel inzetten van personeel.

Voor het cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid vormt het bovenstaande aanleiding van 'Arbeidsmarktbeleid' een speerpunt te maken. Er zal een 'kader' arbeidsmarktbeleid ontwikkeld worden dat rekening houdt met het nieuwe stelsel van premiedifferentiatie en waarvan kleine brancheorganisaties gebruik kunnen maken bij het ontwikkelen van een branchespecifiek arbeidsmarktbeleid. Hiertoe zal najaar 2005 voor en door het cluster een project gestart worden. Daarnaast zal geïnventariseerd worden welke branches arbeidsmarktknelpunten onderkennen (het vinden van personeel / aanwezigheid vakgericht onderwijs). In samenwerking met Servicepunt Arbeidsmarkt MKB wordt samen met deze branches naar oplossingen gezocht.

Flexibele CAO's

Een meerderheid van de branches in het cluster Vrijetijd en Zakelijke Gastvrijheid heeft een CAO. De flexibiliteit van deze CAO's laat nog wel eens te wensen over. Dit is bijvoorbeeld het geval bij de culturele branches. Het afsluiten en vormgeven van CAO's is bij uitstek een brancheaangelegenheid, maar het traject naar een flexibeler CAO is meestal een lastige. De afgelopen jaar afgesloten CAO-dagrecreatie en CAO-golf kunnen als model-CAO dienen voor de overige vrijetijdsbranches. Deze CAO's maken maximaal gebruik van de mogelijkheden tot flexibilisering van de sector en sluiten naadloos aan bij het door sociale partners afgesproken najaarsakkoord 2004.

Belangrijke eigentijdse elementen van bovengenoemde CAO's:

- Geen loongebouw met vaste periodieken, maar alleen aanvangs- en eindsalaris. Vindt op 1 juli 2006 CAO-stijging plaats van 1% op de aanvangs- en eindsalarissen.
- Gaat uit van 40-urige werkweek. Na maximum van 2080 uur wordt overwerk uitbetaald.
- Werknemers kunnen flexibel worden ingezet met een bandbreedte van 25% voor de werkgever. Werkgever mag een werknemer dus maximaal 50 uur per week inzetten.
- In de CAO zijn de maximale grenzen van de Overlegregeling Arbeidstijdenwet afgesproken.
- Contracten voor bepaalde tijd kunnen binnen 3 jaar maximaal 6 keer worden verlengd.
- Opzegtermijn wijkt af van wetgeving: opzegtermijn van werkgever is gelijk aan die van werknemer (in plaats van 2 x zo lang).
- Geen toeslagen, behalve op feestdagen.
- Bij ziekte wordt het loon de eerste 52 weken tot 100% aangevuld, daarna nog eens 52 weken tot 70%.

¹ Bron: Monitor Criminaliteit Bedrijfsleven, Ministerie van Justitie, 2004





Najaar 2005 gaat MKB-Nederland inventariseren welke branches uit het cluster VZG een arbeidsmarktbeleid hebben. Na verwerking van deze informatie zal in samenwerking met het Servicepunt Arbeidsmarkt MKB gestart worden met een project 'Arbeidsmarktbeleid in de vrijetijdsindustrie', waarbij onder meer de mogelijkheden voor flexibilisering verkend worden. Het project moet resulteren in een 'kader arbeidsmarktbeleidsplan'. Daarnaast wordt geïnventariseerd welke branches arbeidsmarktknelpunten ondervinden, waarna in samenwerking met Servicepunt Arbeidsmarkt MKB naar oplossingen gezocht zal worden. Najaar 2005 worden de CAO's golf en dagrecreatie gepresenteerd in het cluster, waarbij ook in bredere zin aandacht besteed wordt aan flexibilisering van de eigen CAO.

B. AANBEVELINGEN VOOR DE OVERHEID

Voor de vrijetijdsindustrie geldt dat het moeilijk is te starten, te groeien en te blijven vernieuwen. De vrijetijdsindustrie is een jonge en dynamische sector, onderhevig aan korte trendcycli en met een onregelmatige piekbelasting ingegeven door seizoensinvloeden of de (tijdelijke) aard van de werkzaamheden. Het zijn vaak voor publiek toegankelijke voorzieningen en dat betekent een bulk aan veiligheidsregels. Regels die overigens veelal zijn ontstaan na incidenten. De overheid wordt meer als tegenstander dan als medestander ervaren. Voor de overheid is een taak weggelegd de sector te flexibiliseren en het innovatief vermogen te versterken, zodat de vrijetijdsindustrie een dynamische- en groeisector blijft.

Er moet een interdepartementaal vrijetijdsbeleid komen dat voorwaardescheppend is voor de flexibilisering van de sector, opdat deze voldoende kan inspelen op de vrijetijdsbehoeften van de burger en toerist.

EEN PPS VRIJETIJDSONDERLEG

MKB-Nederland en Rabobank pleiten voor een door het kabinet in te stellen interdepartementaal vrijetijdsoverleg, onder leiding van de staatssecretaris van Economische Zaken. Doel is een meer integraal beleid te realiseren gericht op versterking van het ondernemerschap en flexibilisering van de sector. Het 'vrijetijds-overleg', dat een publiek-private-constructie zou moeten krijgen, zou naast EZ in ieder geval uit de staatssecretarissen Cultuur en Sport en de minister van LNV moeten bestaan, alsmede de voorzitter van MKB-Nederland. Andere bewindspersonen kunnen zo nodig aanschuiven, wellicht ook Interprovinciaal Overleg (IPO) en de VNG. Voorstel is een dergelijk overleg circa 3 keer per jaar te laten plaatsvinden. Het economisch en maatschappelijk belang van de vrijetijdsindustrie rechtvaardigt een breed gedragen vrijetijdsbeleid.

Doelstellingen PPS Vrijetijdsoverleg:

1. Mentaliteitsverandering bij de rijksoverheid realiseren
2. Versterken ondernemerschap / innovatie
3. Flexibilisering sector

Ad 1. Mentaliteitsverandering departementen

Het PPS Vrijetijdsoverleg zou een mentaliteitsverandering bij diverse ministeries moeten realiseren.

Ministeries zouden het als hun taak moeten zien waar mogelijk het bedrijfsleven te stimuleren en faciliteren, met name op die beleidsterreinen waar de overheid ook van oorsprong een eigen rol speelt (toerisme, recreatie, cultuur&media en sport).

Terwijl in de markt de scheidslijnen tussen toerisme, recreatie, cultuur, sport en events vervagen, heeft deze ontschotting op ministerieel niveau nog onvoldoende doorgezet.





EZ	LNV	OCenW	VWS	V&W/VROM
Inkomend toerisme	Openluchtrecreatie	Cultuur	Sport	Bereikbaarheid
Evenementen	Natuurbescherming	Media		Water
Ondernemerschap				Kust
Innovatie				RO

Het enigszins verouderde beleid gericht op heilzame openluchtrecreatie, beschavende cultuur en socialiserende sportverenigingen is aan modernisering toe en moet veel meer oog krijgen voor de rol van de vrijetijdsindustrie en haar betekenis voor de economie.

Een integrale kadernota voor de vrijetijdsindustrie, ontwikkeld onder auspiciën van het PPS Vrijetijdsoverleg, zou enerzijds voor ontschotting tussen ministeries moeten zorgen en anderzijds gericht moeten zijn op versterking van de sector.

Ad 2. Versterken ondernemerschap

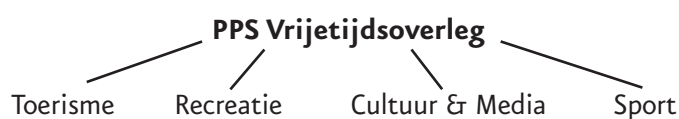
Versterken van ondernemerschap werkt twee kanten op: enerzijds het versterken van ondernemerschap binnen de 'semi-publieke' sectoren (openlucht)recreatie, sport en cultuur. Anderzijds meer aandacht/voorwaardenscheppend beleid binnen ministeries LNV, VWS en OC&W voor commerciële aanbieders van sport, recreatie en cultuur.

Nieuwe sportnota

MKB-Nederland roept het ministerie van VWS op in haar nieuwe -nog uit te brengen- sportnota voldoende aandacht te besteden aan de rol en het belang van de commerciële sportaanbieders. Het MKB-Platform Sport is daartoe graag bereid tot overleg.

Cultureel ondernemerschap

Positief is de huidige samenwerking tussen EZ en OC&W m.b.t. tot de creatieve industrie en de erkenning van de economische betekenis van deze sector. MKB-Nederland pleit voor uitbreiding van deze samenwerking met het onderwerp cultuurtoerisme. MKB-Nederland verwacht dat in de uiteindelijke beleidsbrief van de beide ministeries, die in oktober wordt gepresenteerd, versterking ondernemerschap binnen de culturele sector een belangrijk onderdeel vormt. Bureaucratie, rigide financieringsystemen en starre CAO's vormen momenteel de grootste belemmeringen van cultureel ondernemerschap. De financieringssysteem van de overheid moet op zowel landelijk als lokaal niveau worden aangepast, waarbij het in ieder geval mogelijk gemaakt moet worden: 'geld over te houden aan het eind van het jaar zonder het te moeten teruggeven, maar het te mogen reserveren voor een aansprekend project'.



Eén van de speerpunten van een PPS Vrijetijdsoverleg zou moeten zijn versterking van de vrijetijdsindustrie. Vrijetijdsbesteding heeft hoe langer hoe meer niet alleen economisch en sociaal maar ook ruimtelijk effect op onze leefomgeving. Het zijn bovendien niet alleen de dienstverleners, toeleveranciers en consumenten die baat hebben bij een sterke vrijetijdssector. Ook voor de overheid zijn de diensten die deze sector levert van





belang. De sector draagt in belangrijke mate bij aan de volgende overheidsdoelstellingen: werkgelegenheid, economische groei, welzijn bevolking (arbeidsproductiviteit), volksgezondheid, een aantrekkelijk vestigingsklimaat, internationale concurrentiepositie, inkomend toerisme, lokale en regionale ontwikkeling (een vitaal platteland), goede kwaliteit van de fysieke omgeving. Bovendien is de vrijetijdsindustrie een groeisector wordt zij gezien als de voorhoede en inspirator van de beleveniseconomie.

Stimuleren innovatie

Innovatiesubsidies en adviesorganen (Senter/Novem en Syntens) moeten voor de vrijetijdsindustrie toegankelijker gemaakt worden ter professionalisering van de sector. In de Vernieuwde Toeristische Agenda van de EZ wordt als doelstelling genoemd verbetering van de bekendheid met het EZ-instrumentarium voor innovatie en ondernemerschap bij toeristische ondernemers. Deze doelstelling wordt onder meer uitgewerkt in de vorm van een toerismeportal op www.subsidieshop.nl. MKB-Nederland en Rabobank zijn voorstander van een verbreding van deze portal naar de gehele vrijetijdsindustrie. Daarnaast zou een digitale folder algemene uitleg moeten geven over verschillende soorten innovatiesubsidies, alsmede de werkzaamheden van Senter/Novem en Syntens.

Ad 3. Flexibilisering van de sector

3.1. Aanpak van de administratieve lasten van de vrijetijdsindustrie:

Flexibilisering van de vrijetijdsindustrie dient allereerst plaats te vinden door administratieve lastenverlichting. Na het formuleren van reductiedoelstellingen per ministerie, is het nu tijd reductievoorstellen per sector te maken. Waarbij het midden- en kleinbedrijf en in het bijzonder de vrijetijdsindustrie bijzondere aandacht verdienen.

Kenmerkend voor de vrijetijdsindustrie is de veelheid en variatie aan vereiste vergunningen. MKB-Nederland roept het kabinet op zichzelf ten doel te stellen nog vóór 2007 ten minste 50% van de vergunningen af te schaffen met behulp van het Toetsingskader Vergunningen dat ontwikkeld is door de Taskforce Vergunningen. De overige vergunningen en uitvoering hiervan moeten sterk vereenvoudigd worden. Bij cumulatie van regels moet de handhaving integraal worden uitgevoerd. Regelgeving rondom personeel werkt belemmerend. Zo zijn de uitvoeringslasten van kleine baantjes te hoog, gezien het feit dat nooit aanspraak op opgebouwde rechten wordt gemaakt. De artiestenregeling is buitengewoon complex. Toeristenbelasting dient te worden afgeschaft, evenals de leges.

Europa

Steeds meer regels en verplichtingen komen uit Europa. Zo werd afgelopen juli gestemd over het voorstel waarin de werkgever dagelijks een risicoanalyse dient te plegen van de UV-straling. In geval dat bepaalde grenswaarden worden overschreden moet de werkgever een actieplan opstellen en uitvoeren. Het actieplan moet beslissingen bevatten over de begrenzing van de duur en de mate van blootstelling.

Dit soort detaillistische wetgeving afkomstig uit Brussel, wordt aldaar voorbereid in ambtelijke commissies met vertegenwoordigers uit de diverse lidstaten. Pas als het voorstel door zo'n commissie volledig is uitgewerkt en er unanimititeit over bestaat, wordt het voorstel door de betreffende ambtenaren in Nederland voorgelegd aan de verantwoordelijke bewindspersonen. Besluit een bewindspersoon desondanks het voorstel alsnog af te wijzen, wordt hij of zij in de praktijk vaak op een ander dossier tegengewerkt. MKB-Nederland roept de leden van het kabinet daarom op hun ambtenaren op te dragen nieuwe Europese voorstellen en ideeën al in een vroeg stadium aan hen voor te leggen.





Een Europees project tot deregulering en administratieve lastenverlichting is wat MKB-Nederland betreft noodzakelijk, niet in de laatste plaats voor wat betreft de materie in de hierop volgende paragraaf. Daarnaast is veel Europese regelgeving aangevuld met Nederlandse regelgeving (de zogenaamde 'nationale top'). Het kabinet heeft aangegeven van deze werkwijze te zullen afzien. MKB-Nederland verzoekt daarnaast Europese wetgeving niet strikter te implementeren dan noodzakelijk en hier scherp op toe te zien.

3.2. Ruimte voor recreatiebedrijven in natuurgebieden

Met name bedrijven in de verblijfsrecreatie zijn gevestigd in beschermde natuurgebieden. Pogingen om het bedrijf uit te breiden of aan te passen aan de ontwikkelende markt of regelgeving (brandweer eist meer ruimte tussen stacaravans) lopen dikwijls spaak of monden uit in langdurige procedures. Door opeenstapeling van natuurbeschermingswetten -Vogel-Habitatrichtlijn, Ecologische Hoofdstructuur, Natuurbeschermingswet, en straks beheersplannen en nationale landschappen- verdwijnt de transparantie van het beleid, dat leidt tot grote frustratie bij het daadwerkelijk benutten van de groeikansen op het platteland. Uitbreiding is voor de levensvatbaarheid van veel recreatiebedrijven een voorwaarde.

Vogel- en Habitatrichtlijn

Komende jaren wordt de Vogel- en Habitatrichtlijn in Brussel geëvalueerd. MKB-Nederland roept het kabinet op bij de Europese Commissie aan te dringen op een versoepeling van de uitvoering van de richtlijn. Deze Vogel- en Habitatrichtlijn moet veel meer rekening houden met de mate van dichtbevolktheid van landen en daarmee de mogelijkheid aan bovengenoemde richtlijn te voldoen zonder de vitaliteit en economische activiteit van het platteland te schaden.

Maatwerkoplossingen moeten juist in vogel- en habitatrichtlijngebieden mogelijk worden. Anderzijds moeten de Europese lijsten met beschermde soorten een soort uitzonderingsclausule bevatten voor die gebieden waarin een bepaald beschermde soort juist ruimschoots voorkomt.

Beleid ministerie LNV

Toepassing van natuurregelgeving moet flexibeler, met meer oog voor uiteenlopende belangen. De minister van LNV geeft weliswaar aan dat er veel meer kan en mag dan dat de recreatiesector vaak denkt, maar de praktijk leidt nog steeds tot de conclusie dat er uiteindelijk toch niets mag. Het ministerie van LNV mag wat MKB-Nederland betreft meer voortvarendheid tonen in een haalbare uitwerking van de saldobenadering, het groei- en krimpmoed en het compensatiebeginsel. Het Ministerie gunt zichzelf nog een jaar voor deze uitwerking. Dat vindt MKB-Nederland simpelweg te lang. Overigens verdient het ministerie een compliment voor de informatievoorziening op zijn website. Die is buitengewoon overzichtelijk en behoorlijk volledig.

Provincies moeten gestimuleerd worden databanken te ontwikkelen met gegevens over beschermde soorten in een bepaald gebied. Dit levert grote besparingen op ten aanzien van de verplichting een 'ecologisch' onderzoek te laten verrichten in verband met de vergunningaanvraag (om te starten of uit te breiden) en helpt de recreatie-ondernemer bij de uitvoering van de gedragscode recreatie in het kader van artikel 75 van de Flora & Faunawet. Bovendien kan een ondernemer met deze informatie vooraf beter inschatten waar hij aan toe is als hij ergens wil starten.

3.3. Flexibilisering arbeidsmarkt

Invoering van een stelsel van premiedifferentiatie wachtgeldfondsen om cyclische en seizoenswerkloosheid





te bestrijden, plaatst ondernemers voor het dilemma tussen meer flexibiliteit of lagere loonkosten, terwijl de duur van een arbeidscontract slechts beperkt beïnvloedbaar is en de loonkosten zwaar drukken op de totale kosten. Om zo goed mogelijk een balans tussen flexibiliteit en loonkosten te vinden, is een aantal maatregelen van de overheid noodzakelijk:

- Gezien hun geringe omvang en daarmee geringe capaciteit in menskracht en middelen kunnen veel leisurebranches enige ondersteuning vanuit het ministerie van SZW goed gebruiken bij het ontwikkelen van een arbeidsmarktbeleid waarin creatieve oplossingen verkend worden om cyclische en seizoensmatige werkloosheid te voorkomen. Het ministerie OC&W heeft in 2002 een arbeidsmarktmonitor voor de podiumkunst en film ontwikkeld. SZW en OC&W zouden gezamenlijk een vervolg aan deze monitor moeten geven, met als doel een betere aansluiting van vraag en aanbod. Momenteel is een sprake van een overaanbod aan opleidingen.
- De Rijksoverheid zal in een bestuursakkoord met kustgemeenten de afspraak moeten maken dat strandexploitanten een exploitatievergunning krijgen voor tenminste 9 maanden (exclusief op- en afbraakperiode), zodat het voor hen mogelijk wordt door spreiding van uren jaarcontracten aan te bieden.
- Om enige flexibiliteit te behouden voor de echte piekmomenten, is het noodzakelijk dat in het nieuwe stelsel vakantiekrachten worden uitgezonderd van de hoge WW-premie.
- Het ontslagrecht dient versoepeld te worden.
- Ter bevordering van de groei en flexibiliteit van de vrijetijdsindustrie pleit MKB-Nederland voor een

vereenvoudigingsoperatie met betrekking tot de uitvoering van overheidsverplichtingen ten aanzien van kleine deeltijdbanen voor scholieren en studenten.

C. BELEIDSAGENDA VOOR GEMEENTEN

Van dit masterplan wordt ook een lokale uitwerking gemaakt, een zogenaamde handleiding lokaal leisurebeleid met aanbevelingen voor gemeenten en ondernemers. De lokale beleidsaanbevelingen zullen zich niet uitsluitend richten op promotie en de ruimtelijke inpassing van vrijetijdsvoorzieningen, maar ook op het serviceniveau van de gemeente ten aanzien van de vrijetijdsindustrie en mogelijke samenwerkingsverbanden tussen ondernemers. Den Haag heeft heel vooruitstrevend al een leisurenota ontwikkeld, waarmee zij aangeeft veel belang te hechten aan de vrijetijdsindustrie. De Rabobank zal vanaf het najaar 2005 lokale seminars organiseren over gemeentelijk leisurebeleid en één van de belangrijkste onderdelen ervan: citymarketing/ gebiedsgerichte promotie.





D. OVERIGE AANBEVELINGEN

Subsector	Aanbevelingen
Sport	Ter bestrijding van overgewicht en bewegingsarmoede zou de overheid de regels omtrent de vrije verstrekking van bedrijfsfitness moeten versoepelen door de eis dat de bedrijfsfitness voor 90% in werktijd moet plaatsvinden, te schrappen. In dit kader pleit MKB-Nederland tevens voor het behoud van schoolzwemmen, dat door steeds meer gemeenten wordt afgeschaft.
Cultuur	Ter stimulering van cultuurbezoek zou de overheid, het fiscaalvrij verstrekken van cultuurvouchers aan medewerkers als vorm van beloning, mogelijk moeten maken.
Evenementen	Gebrek aan integrale regelgeving (modelverordening) ligt ten grondslag aan onnodig veel papierwerk bij het organiseren van grote en middelgrote evenementen. MKB-Nederland roept de VNG op om in samenwerking met de brancheorganisatie van evenementmakers tot een goede modelverordening te komen.
Zakelijk toerisme	Het ministerie van EZ zou haar beleid op inkomend zakelijk toerisme -dat zich vooralsnog uitsluitend richt op het binnenhalen van internationale congressen- moeten verbreden naar het binnenhalen van grote internationale beurzen (Nederland Expoland!) en evenementen (Bollywood).







Bijlage I Ontwikkelingen in de deelsectoren

tabel 2 Ontwikkeling in het aantal bedrijven vrijetijdsector (gemiddeld jaarlijks groei cijfer)

Jaar	Horeca, toerisme en recreatie	Restaurants, cafetaria's, snackbars	Cafe's e.d.	Kantines en catering	Hotels, pensions en conferentieoorde	Kampeerterreinen en overige verblijfsrecreatie
1995-1996	4%	4%	0%	8%	3%	5%
1997-1998	1%	1%	-1%	4%	2%	5%
1999-2000	-2%	-3%	-4%	0%	-4%	-1%
2001	-2%	-2%	-5%	-5%	-5%	-6%
2002	-3%	-5%	-4%	6%	-2%	4%
2003	1%	3%	-1%	-1%	-1%	-4%
2004	1%	1%	-1%	2%	-2%	0%

Jaar	Horeca, toerisme en recreatie	Reisorganisatie en reisinformatie	Exploitatie van sport-accommodaties	Fitnesscentra, sauna's, bronnenbaden	Exploitatie verhuur van automaten	Organiseren van beurzen
1995-1996	4%	12%	8%	7%	7%	4%
1997-1998	1%	2%	3%	-1%	0%	8%
1999-2000	-2%	2%	5%	2%	-3%	-2%
2001	-2%	5%	7%	4%	-4%	-3%
2002	-3%	-1%	3%	0%	-3%	-1%
2003	1%	-7%	-1%	8%	-5%	0%
2004	1%	0%	6%	2%	-1%	-6%

Jaar	Cultuur en amusement	Theaters, dienstverlening t.b.v. kunst	Amusement en kunst	Uitleencentra, musea, dieren-tuinen e.d.	Productie van (video)films excl. tv
1995-1996	5%	3%	11%	4%	-2%
1997-1998	6%	5%	9%	2%	5%
1999-2000	8%	4%	6%	6%	1%
2001	11%	5%	12%	7%	2%
2002	5%	4%	1%	4%	0%
2003	2%	0%	1%	4%	-5%
2004	8%	4%	10%	2%	0%

Bron: EIM, 2005





COLOFON

Koninklijke Vereniging MKB-Nederland

Voor meer informatie:

*drs. Ramona P. van den Bosch-Bakker, MKB-Nederland,
telefoon 015 219 12 72, e-mail: r.vandenbosch@mkb.nl*

Met dank aan:

*Marleen J.N. Jansen MM, Rabobank Nederland,
telefoon 030 21 67946, e-mail: m.j.n.@rn.rabobank.nl*

© Copyright Koninklijke Vereniging MKB-Nederland, september 2005.

Vermenigvuldiging van (delen van) deze uitgave is toegestaan, mits met bronvermelding. Hoewel aan de samenstelling van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan voor de inhoud geen aansprakelijkheid worden aanvaard.

Aan de inhoud kunnen ook geen rechten worden ontleend.





Rabobank



Koninklijke Vereniging MKB-Nederland

Brassersplein 1, Postbus 5096, 2600 GB Delft

Telefoon 015 219 12 12, Fax 015 219 14 14

Internet: www.mkb.nl