

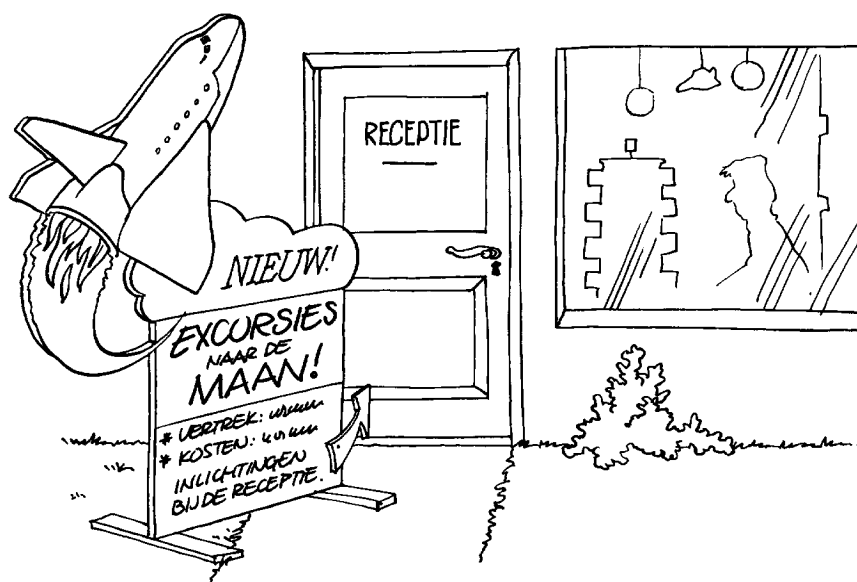
---

## 3 Ontwikkelingen in de recreatie

### Oriëntatie

Kijk jij nog wel eens naar oude foto's? Kun je je nog herinneren welke kleren je op de kleuterschool aanhad? Die zou je nu waarschijnlijk niet meer durven te dragen, omdat ze helemaal uit de mode zijn. In de loop van de jaren treden veranderingen op. Kleding en mode, maar ook opvattingen en wensen van mensen wijzigen zich. In de recreatiesector is het al niet anders. Voor elk bedrijf geldt dat het met de tijd mee moet gaan. Ook recreatiebedrijven moeten blijven om aan de wensen van de gasten te kunnen voldoen. Daarom is het belangrijk dat je inzicht hebt in de ontwikkelingen in de recreatie en in de samenleving. In dit hoofdstuk leer je hier meer over.

**Fig. 3.1**  
Als bedrijf moet je met de tijd meegaan.



### 3.1 Vraag en aanbod

Iedereen in Nederland doet wel eens aan recreatie. Er wordt van alles ondernomen: fietsen, wandelen, surfen, skeeleren, zwemmen, varen, noem maar op. Maar niet iedereen doet aan al deze activiteiten mee. Iedereen heeft zijn eigen opvattingen en mogelijkheden over hoe hij zijn vrije tijd wil en kan doorbrengen. Al deze wensen samen vormen de vraag naar recreatie.

#### Economische factoren

*economische factoren* Economische factoren hebben te maken met arbeid en geld. Hierbij speelt het inkomen een belangrijke rol. Als het inkomen stijgt, kan de vraag

---

naar recreatie toenemen. Maar ook andere zaken hebben invloed, zoals: de beschikbare vrije tijd, de prijs die voor recreatie moet worden betaald, de werkgelegenheid en de wisselkoersen. De wisselkoersen bepalen hoeveel euro's je als toerist van buiten Europa voor je geld krijgt. In het verleden is de Amerikaanse dollar bijvoorbeeld wel eens € 1,14 waard geweest, maar ook wel eens € 0,86. Je begrijpt dat dat voor Amerikaanse toeristen nogal wat uitmaakt. Als de dollar laag staat, krijgen ze weinig euro's voor hun geld en hebben ze dus minder te besteden in Europa. De Amerikaanse vraag naar vakanties in Europa zal dan afnemen.

### **Sociaal-culturele factoren**

*sociaal-culturele factoren* *Sociaal-culturele factoren* houden verband met gedrag en ervaringen van mensen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de ervaring die mensen hebben op het gebied van vakanties. Wie vaak op vakantie is geweest, wil elk jaar weer opnieuw. Mogelijk wel meer dan een keer. Meer ervaring leidt dan tot meer vraag. De vraag kan ook veranderen onder invloed van de levensstijl van een bepaalde groep. Andere mensen vinden die levensstijl wel aantrekkelijk en proberen er zoveel mogelijk van over te nemen. Als het in die groep ineens normaal is dat je in de winter niet gaat skiën maar naar de Canarische Eilanden gaat, dat zullen veel mensen dat gedrag overnemen en ook voor een zonvakantie in de winter kiezen.

### **Demografische factoren**

*demografische factoren* *Demografische factoren* hebben betrekking op de samenstelling van de bevolking. Hierbij is vooral de groei of afname van het aantal inwoners van belang, maar ook de opbouw van de bevolking speelt een rol. Hoeveel kinderen er zijn en hoeveel ouderen. Maar ook de omvang en de samenstelling van het gezin hebben invloed op de deelname aan recreatie.

### **Ruimtelijke factoren**

*ruimtelijke factoren* *Ruimtelijke factoren* hangen samen met de wijze waarop de ruimte in ons land is ingericht. Hierbij speelt de manier waarop men woont een belangrijke rol: in de stad of op het platteland, in een flat of in een eengezinswoning. Verder speelt mee op welke afstand de mensen wonen van de beschikbare recreatievoorzieningen. Deze zaken kunnen de vraag naar recreatie sterk beïnvloeden.

### **Politieke factoren**

*politieke factoren* Ook *politieke factoren*, met name beleidsmaatregelen van de overheid, zijn van invloed op het recreatiegedrag. De overheid kan de deelname aan recreatie stimuleren of afremmen. Met subsidies (CJP-pas voor theaterbezoek) en maatregelen (de stadsbus rijdt op mooie dagen door naar de zwemplas) kan de overheid zorgen voor een grotere deelname aan recreatie. Maar als de gemeente een bouwvergunning afgeeft voor een nieuwe woonwijk en het park moet verdwijnen, dan wordt de vraag afgeremd.

---

## Internationale factoren

*internationale factoren*

*Internationale factoren* verwijzen naar ontwikkelingen in het buitenland. Doordat in het buitenland iets verandert in de politieke of economische situatie, kan in Nederland de vraag naar recreatie toenemen of juist dalen. Een invloedrijke internationale factor was bijvoorbeeld de opheffing van het 'ijzeren gordijn'. Om de Oost-Europese landen te bezoeken had je vroeger een visum nodig. Tegenwoordig kunnen mensen daar gewoon heenreizen. Mensen kiezen daardoor eerder voor een vakantie in Oost-Europa.

**Fig. 3.2**  
Verschillende factoren  
beïnvloeden de vraag  
naar recreatie.



## Het aanbod

*aanbod van recreatie*

Om een goed beeld te krijgen van recreatie, moet je niet alleen de vraag naar recreatie kennen, maar ook het *aanbod van recreatie*. Tot het aanbod van recreatie behoren alle mogelijkheden die er zijn om activiteiten uit te kunnen voeren. Zonder aanbod zou een vraag zich dus nooit in gedrag om kunnen zetten. Als je graag wilt zwemmen, maar er is nergens een zwembad, kun je het toch niet doen. Aan de andere kant ontwikkelt een bepaald aanbod zich, omdat er vraag naar is. Skeelers bijvoorbeeld wordt steeds populairder en daardoor komen er ook steeds meer skeelerbanen.

Het aanbod van recreatie kan in twee groepen worden verdeeld:

- materieel aanbod,
- immaterieel aanbod.

*materieel aanbod*

### **Materieel aanbod**

Onder het *materieel aanbod* vallen alle direct zichtbare voorzieningen, zoals een klimrek, een camping en een manege. Zowel goederen als ruimten kunnen deel uitmaken van het materiële aanbod.

Materiële voorzieningen worden weer onderverdeeld in specifiek en niet-specifiek aanbod.

---

<i>specifieke aanbod</i>	Onder het <i>specifieke aanbod</i> vallen alle voorzieningen die speciaal voor recreatieve doeleinden zijn aangelegd. Denk daarbij bijvoorbeeld aan een zwembad.
<i>niet-specifieke aanbod</i>	Heel anders wordt het als het gaat om een stuwmeer waarin wordt gezwommen. Een stuwmeer is geen zwembad, maar een energievoorziening. Dat door de aanleg ervan ook een recreatief aanbod ontstaat, is een (positieve) bijzaak. Een dergelijke voorziening reken je tot het <i>niet-specifieke aanbod</i> . Recreatie is niet de hoofdfunctie van deze voorziening, maar is een afgeleide functie. Als je goed om je heen kijkt, zie je overal vormen van niet-specifiek recreatief aanbod, bijvoorbeeld het zogenaamde bermtoerisme. De berm is bedoeld als uitwijkmogelijkheid voor verkeersdeelnemers met pech. Diverse mensen gaan op een zonnige dag echter met hun picknickmand en stoeltjes rustig langs de weg zitten. Omdat het uitzicht zo mooi is, omdat ze daar goed kunnen vissen, of om welke reden dan ook.
<i>oneigenlijk gebruik</i>	In een recreatiebedrijf kun je ook te maken krijgen met <i>oneigenlijk gebruik</i> . Gasten gebruiken een voorziening soms voor een activiteit waarvoor deze niet is bedoeld. Kinderen spelen bijvoorbeeld tennis en badminton op de weg die door het park loopt. Gebeurt dit regelmatig, dan valt deze weg onder het <i>niet-specifieke aanbod</i> . Als in de loop van de tijd blijkt dat een voorziening vooral wordt gebruikt voor activiteiten waarvoor deze niet is bedoeld, kan de voorziening worden aangepast. Of er wordt een nieuwe voorziening gemaakt.

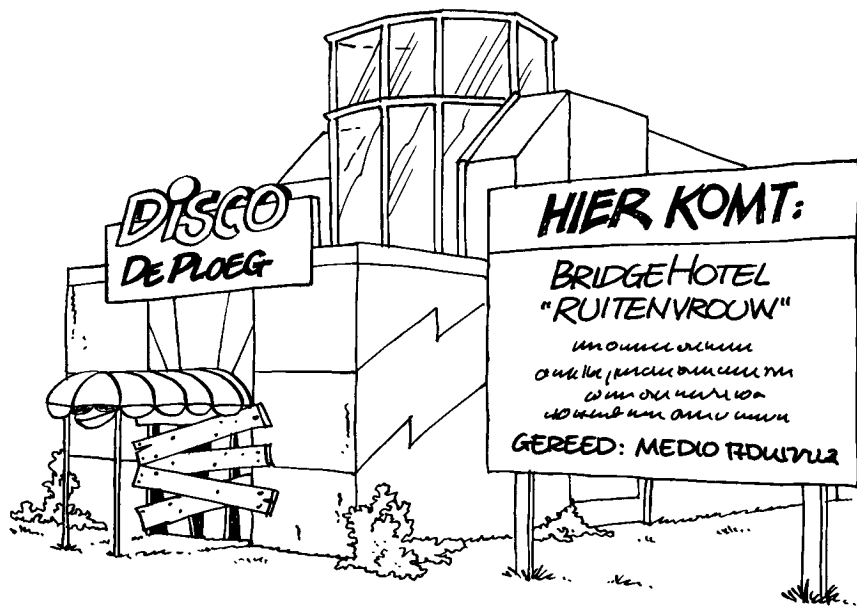
Het is van belang onderscheid te maken tussen specifiek en niet-specifiek aanbod, omdat de omstandigheden bij de laatste vorm vaak verre van ideaal zijn. Bij de aanleg wordt meestal nog geen rekening gehouden met de recreatieve functie. Zo kan het stuwmeer veel te diep zijn, waardoor het water slechts langzaam opwarmt en er pas eind juli lekker kan worden gezwommen. Bij specifiek aanbod wordt met dergelijke zaken wel rekening gehouden.

<i>immaterieel aanbod</i>	<b><i>Immaterieel aanbod</i></b> Onder het <i>immaterieel aanbod</i> vallen de niet-tastbare zaken. Deze komen voort uit het feit dat mensen de voorzieningen draaiende houden. Begeleiding, voorlichting en organisatie vallen hieronder.
---------------------------	---

### **Invloeden op het aanbod van recreatie**

Dezelfde factoren die invloed hebben op de vraag, kunnen ook invloed hebben op het aanbod van recreatie. Als er bijvoorbeeld in Nederland steeds meer ouderen zijn, zal het aantal disco's misschien afnemen en het aantal bridgethotels uitbreiden.

**Fig. 3.3**  
Het aanbod van recreatie  
hangt af van algemene  
ontwikkelingen.



## 3.2 Algemene ontwikkelingen

Om enigszins te kunnen voorspellen hoe de vraag naar en het aanbod van recreatie in de komende jaren zullen veranderen, hoor je inzicht te hebben in algemene ontwikkelingen. Hierbij gaat het zowel om ontwikkelingen binnen de recreatie als om ontwikkelingen in het algemeen.

### Economische ontwikkelingen

Het ministerie van Economische Zaken houdt elk jaar bij hoe de economie van Nederland zich ontwikkelt. Bij een positieve groei van de economie zal de werkgelegenheid groeien en zijn de inflatie en de rentevoet gunstig. Het overheidstekort zal kleiner worden.

Rond de eeuwwisseling was een werkweek van zeventig uur heel normaal. Vanaf 1920 kwam hier verandering in en werkte men gemiddeld 45 uur per week. Iedereen werkte toen zes dagen per week. Na 1960 werden de werkweken korter en nam de vrije tijd toe. De vrije zaterdag werd ingevoerd en het werd mogelijk een weekend weg te gaan. Daarnaast nam het aantal vakantiedagen toe, werkte men minder uren per week en gingen meer mensen in deeltijd werken. Hierdoor werd het voor steeds meer mensen mogelijk een of meer keren per jaar op vakantie te gaan. Ook de invoering van het vakantiegeld heeft hieraan bijgedragen. Werkgevers houden elke maand een deel van het salaris in en betalen dat in mei uit als vakantiegeld.

---

Er zijn de laatste jaren steeds meer vrouwen gaan werken. Dit heeft zowel positieve als negatieve gevolgen voor de recreatie. Als beide partners werken, stijgt het besteedbaar inkomen van het huishouden. Er is dan meer geld om aan recreatie uit te geven. Maar als beide partners werken, blijft het huishoudelijk werk liggen. Degenen die overdag werken, moeten 's avonds of in het weekend het huishouden doen. Zo blijft er minder tijd over om aan recreatie te besteden.

### **Sociaal-culturele ontwikkelingen**

Vier sociaal-culturele ontwikkelingen zijn belangrijk voor de recreatie:

- individualisering;
- toenemende mobiliteit;
- emancipatie van verschillende groepen in de samenleving;
- een hoger gemiddeld opleidingsniveau.

#### ***Individualisering***

*individualisering*

Een sociaal-culturele ontwikkeling die al enkele jaren in gang is en die zich de komende jaren waarschijnlijk verder zal doorzetten, is de *individualisering*. Je kunt dat zien aan een steeds grotere aandacht voor de eigen gezondheid, de drang naar financiële onafhankelijkheid en een zich sterker richten op de eigen welvaartssituatie. Voor de vrijetijdsbesteding zal deze individualisering zich vertalen in:

- het meer zelfstandig eropuit willen trekken;
- een grotere vraag naar sportieve vormen van recreatie;
- meer vraag naar eigen vrijetijdsgoederen;
- een toenemende interesse in vormen van recreatie die goed zijn voor de gezondheid;
- het populairder worden van groepsvakanties. Dit lijkt tegenstrijdig met het begrip individualisering, maar zelfstandig eropuit trekken wil niet zeggen, dat men dit alleen wil doen. Men wil slechts zelf de groep kiezen waarmee men op vakantie gaat.

De individualisering heeft tot gevolg dat mensen meer aandacht gaan besteden aan de eigen leefsituatie en daardoor kritischer worden. Ook ten opzichte van de besteding van hun vrije tijd is dat het geval. Als gevolg hiervan zijn recreanten en toeristen de laatste jaren steeds hogere eisen gaan stellen. De recreatiesector kan dit opvangen door hier vriendelijkheid en service tegenover te stellen.

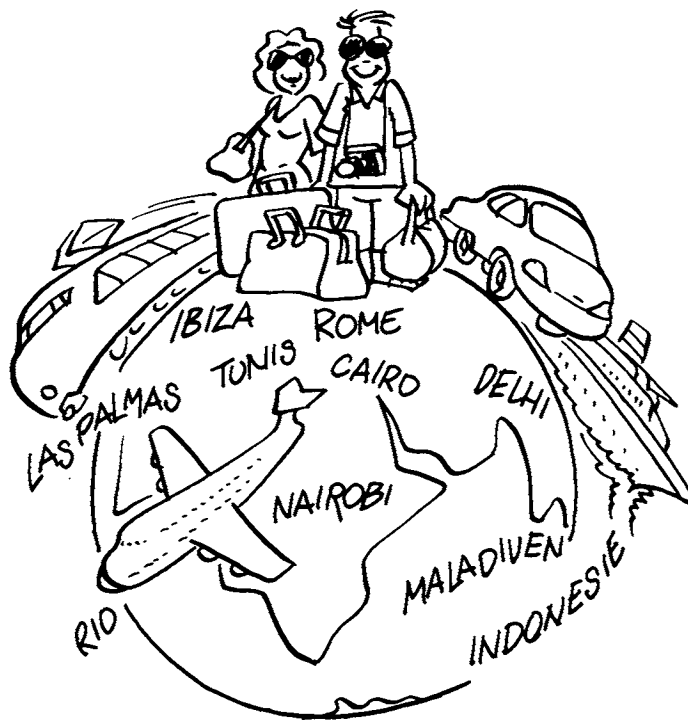
#### ***Mobiliteit***

*toenemende mobiliteit*

Een tweede sociaal-culturele ontwikkeling is de *toenemende mobiliteit*. Deze is door de hogere welvaart mogelijk geworden. Bovendien wordt in de media zeer veel aandacht besteed aan vakanties in het buitenland. Door de talrijke kleurrijke reportages raken veel mensen met verre landen vertrouwd: Spanje ligt psychologisch gezien naast de deur; landen als Thailand en Mexico zijn bereikbaar geworden.

**Fig. 3.4**

Door de toenemende mobiliteit bestaan er voor de toerist geen grenzen meer.



#### **Emancipatie**

*emancipatie*

Een derde ontwikkeling is de *emancipatie* van verschillende groepen in de samenleving. De algemene erkenning van groepen en gedragingen die 'anders' zijn, neemt toe. Deze grotere verdraagzaamheid heeft ook gevolgen voor het gedrag in de vrije tijd. Een voorbeeld hiervan is het naakt zonnen en zwemmen, dat nu veel gewoner is dan vroeger.

#### **Opleidingsniveau**

*opleidingsniveau*

Een laatste belangrijke ontwikkeling is het steeds hoger wordende *opleidingsniveau*. Deze tendens zal in de komende jaren eerder toenemen dan afnemen. Mensen met een hoger opleidingsniveau vertonen een grotere verscheidenheid bij het invullen van hun vrije tijd dan lager opgeleide mensen. Ze gaan vaker naar de schouwburg, naar een (klassiek) concert of een museum, en houden zich meer bezig met educatieve activiteiten.

#### **Gevolgen voor het bedrijf**

Bovenstaande ontwikkelingen zullen gevolgen hebben voor het recreatiebedrijf.

Bijvoorbeeld:

Ontwikkeling: kortere werkweken.

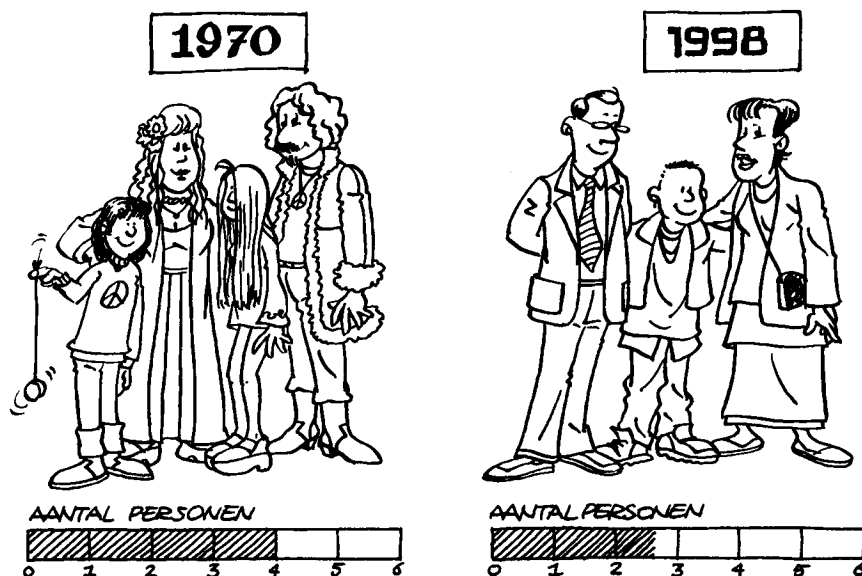
Gevolg: mensen kunnen vaker een weekend weg, maar een recreatiebedrijf loopt het risico de huisjes door de week niet meer te verhuren.

Actie: door speciale midweek-arrangementen voor mensen die door de week wel tijd hebben kan de bezetting verbeteren.

## Demografische ontwikkelingen

De belangrijkste recente demografische ontwikkelingen zijn de ontgroening, de vergrijzing en de verandering van de samenstelling van de huishoudens.

**Fig. 3.5**  
De samenstelling van het huishouden is de laatste jaren veranderd.

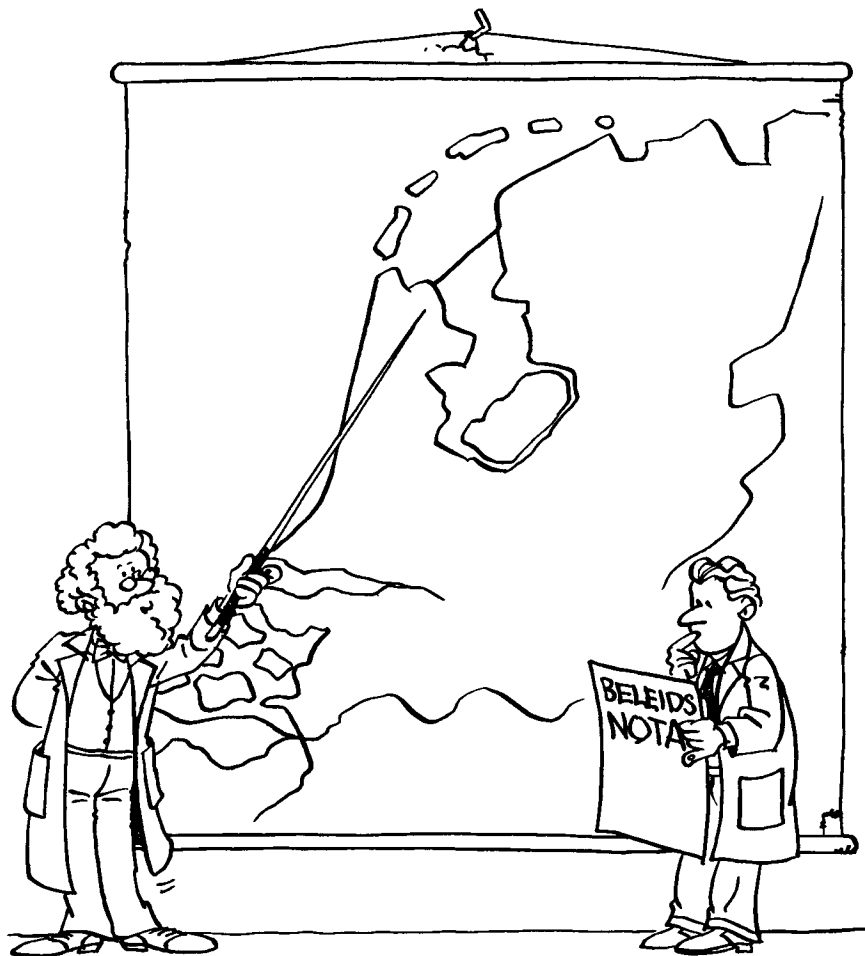


## Ruimtelijke ontwikkelingen

In Nederland is grond schaars. Via bestemmingsplannen en nota's bepalen de overheden welke grond waarvoor mag worden gebruikt. Het rijk, de provincies en de gemeenten maken plannen en schrijven nota's. Het rijk beschrijft in grote lijnen hoe het de ruimte in Nederland verdeeld wil zien. Provincies werken dit rijksbeleid uit voor het hele gebied van de provincie. Aan de hand van de provinciale uitwerking geven de gemeenten binnen hun werkgebied een eigen invulling aan de ruimte. Op deze manier geeft de overheid aan waar wel en geen recreatie mag komen.



**Fig. 3.6**  
*In beleidsnota's wordt  
beschreven hoe de ruimte  
in Nederland wordt  
verdeeld.*



Een belangrijke ruimtelijke ontwikkeling heeft te maken met de infrastructuur. Naar verwachting rijden er in 2020 zo'n acht miljoen auto's in Nederland. Auto's waarmee we naar het werk gaan of waarmee we gaan recreëren. Voor die auto's moeten wegen worden aangelegd. De openbare ruimte dreigt steeds meer beheerst te worden door de auto. Overal komen wegen, en op veel plaatsen doorkruisen de wegen de natuur. Het landschap verliest daardoor veel van zijn aantrekkelijkheid. In steden en dorpen beïnvloeden de wegen de speel- en bewegingsruimte van mensen en kinderen.

### **Politieke ontwikkelingen**

Politieke ontwikkelingen en de gevolgen ervan kunnen heel verschillend zijn. Zo is bijvoorbeeld in 1997 de BTW op toegangskaartjes van attractieparken verlaagd van 17,5% naar 6%. De verwachting was dat daardoor de toegangsprijs zou worden verlaagd. De meeste bedrijven wilden het belastingvoordeel echter gebruiken om hun bedrijf aan te passen en te verbeteren. Een ander voorbeeld is de Wet op de Openluchtrecreatie. Agrariërs en mensen die op het platteland wonen, krijgen de kans met kleinschalige kampeerbedrijven te starten. Het totale recreatieve aanbod wordt daardoor veelzijdiger. Dit heeft tot gevolg dat er meer gasten naar een bepaalde streek komen. Daar hebben alle ondernemers voordeel van. Maar het komt ook voor dat gasten die eerst op een reguliere camping overnachtten, nu naar de kleine camping gaan.

**Fig. 3.7**  
Politieke ontwikkelingen  
kunnen heel divers zijn.



De verschillende ontwikkelingen kunnen invloed hebben op het recreatiebedrijf waarbij jij werkt. Bijvoorbeeld, de verplichting dat elk bedrijf een bedrijfshulpverlener moet hebben, heeft gevolgen voor het bedrijf. Er moeten mensen worden bijgeschoold, er moet een bedrijfsinventarisatie worden gemaakt en op sommige plekken moeten arbeidssituaties worden aangepast. Voor jouw werkzaamheden kunnen ook gevolgen optreden. Je moet misschien veiliger werken of je werkmethode aanpassen.

### Vragen van gasten

Sommige gasten zijn heel nieuwsgierig: 'Goh meneer, waarom draagt u zo'n ding voor uw mond tijdens het schilderen?' Of: 'Heeft die nieuwe wet voor speeltoestellen veel gevolgen voor jullie bedrijf?' Andere gasten hebben altijd iets te zeuren: 'Waarom is er nooit wat leuks te doen voor ons?' 'Die standplaatsen zijn zo klein, kunnen ze niet wat groter?' 'Wat is dat entreekaartje duur.' En weer anderen houden de ontwikkelingen zelfs bij in de krant: 'Zeg, ik las dat de toiletten overal zo vies zijn; hoe zit dat hier?'

Als gasten dit soort vragen aan je stellen, verwachten zij een antwoord van jou. Daarom moet je op de hoogte zijn van nieuwe ontwikkelingen en van de wijze waarop het bedrijf daarmee omgaat.

---

### 3.3 De invloed van de samenleving

De mensen en de maatschappij veranderen. Dat zul je de laatste tijd wel vaker horen. Misschien merk je het zelf ook wel, als je de krant leest. Overvallen, straatgeweld, vernielingen en vuurgevechten komen helaas steeds vaker voor. Normen en waarden veranderen en het lijkt alsof mensen steeds minder respect voor elkaar hebben. De samenleving, ofwel de manier waarop mensen en groepen met elkaar samenleven en met elkaar omgaan, verandert.

Veranderingen in de samenleving hebben eveneens invloed op de recreatie. Je hebt al iets geleerd over individualisering, emancipatie en dergelijke. Daarnaast spelen de volgende ontwikkelingen nog een rol:

- 1 Door het toenemende geweld zijn steeds meer mensen op zoek naar veiligheid, ook tijdens de vakantie.
- 2 Mensen zijn mondiger geworden. Ze hebben al veel gezien en meegemaakt en accepteren alles niet zomaar. Ze zijn op zoek naar kwaliteit.
- 3 Om zichzelf te onderscheiden van de massa, gaan gasten op zoek naar iets nieuws, iets bijzonders, iets dat anderen niet hebben gedaan. Er is meer vraag naar avontuur, maar wel veilig avontuur.
- 4 Mensen zijn de laatste jaren verwend geraakt. Voor het huishoudelijk werk zijn allerlei handige apparaten ontwikkeld, zoals afwasmachines en drogers. Voor wie zich verveelt zijn er televisie en video, of de computer. Mensen hoeven zich niet meer zelf te vermaken, ze worden vermaakt.
- 5 Er is veel te doen in de wereld en iedereen wil overal aan meedoen. Dit heeft tot gevolg dat men achter zichzelf aanrent. Men heeft geen rust meer. Aan de ene kant moet alles snel, aan de andere kant zoekt men tijdens de vakantie de rust om weer tot zichzelf te komen.
- 6 Steeds meer mensen hebben het idee dat het niet goed gaat met het milieu. Actiegroepen proberen mensen over te halen om negatieve milieueffecten te vermijden en de kwaliteit van het milieu te verbeteren. Afval scheiden en gebruik van glasbakken zijn de bekendste vormen waaraan veel mensen meewerken.