

Martijn Mulder

# Leisure!

Inleiding in de vrije tijd



uitgeverij  
coutinho

Leisure!

*'Freedom is for the birds'*

*(Rojek, 2010)*

*'Where we used to work and pray we now work and play'*

*(Veal, 2009)*

**[www.coutinho.nl/leisure3](http://www.coutinho.nl/leisure3)**

Met de code in dit boek heb je toegang tot je online studiemateriaal.

Dit materiaal bestaat uit leerdoelen, cases met opdrachten en een zelftoets.

Om je studiemateriaal te activeren heb je onderstaande code nodig.

Ga naar **[www.coutinho.nl/leisure3](http://www.coutinho.nl/leisure3)** en volg de instructies.

# Leisure!

Inleiding in de vrije tijd

Martijn Mulder

Derde, herziene druk

uitgeverij | C  
coutinho

bussum 2022

© 2011/2019 Uitgeverij Coutinho bv

Alle rechten voorbehouden.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht ([www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)). Voor de readerregeling kan men zich wenden tot Stichting UvO (Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties, [www.stichting-uvo.nl](http://www.stichting-uvo.nl)).

Voor het gebruik van auteursrechtelijk beschermd materiaal in knipselkranten dient men contact op te nemen met Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, [www.stichting-pro.nl](http://www.stichting-pro.nl)).

Eerste druk 2011

Derde, herziene druk 2019, tweede oplage 2022

Uitgeverij Coutinho

Postbus 333

1400 AH Bussum

[info@coutinho.nl](mailto:info@coutinho.nl)

[www.coutinho.nl](http://www.coutinho.nl)

Omslag: studio Pietje Precies bv, Hilversum

Foto omslag: © ImageSource en studio Pietje Precies (reuzenrad)

Opmaak binnenwerk: Coco Bookmedia, Amersfoort

Noot van de uitgever

Wij hebben alle moeite gedaan om rechthebbenden van copyright te achterhalen. Personen of instanties die aanspraak maken op bepaalde rechten, wordt vriendelijk verzocht contact op te nemen met de uitgever.

De personen op de foto's komen niet in de tekst voor en hebben geen relatie met hetgeen in de tekst wordt beschreven, tenzij het anders vermeld is.

ISBN: 978 90 469 0670 5

NUR: 801

# Voorwoord bij de derde editie

## **Leisure! Dat werd tijd ...**

... schreef ik in 2011 in het voorwoord van de eerste editie van dit boek. Op dat moment was er weinig tot geen actuele en relevante (studie)literatuur over dit onderwerp beschikbaar in Nederland. En dat was vreemd te noemen, gezien de enorme omvang van het vakgebied, de impact van leisure op onze samenleving en gezien het feit dat jaarlijks meer dan duizend studenten instromen in leisure- of leisuregerelateerde opleidingen. En toch, ondanks de behoefte die er bestond aan een actueel en relevant studieboek, zou je de ontstaansgeschiedenis van dit boek een uit de hand gelopen hobby kunnen noemen (*serious leisure* zou Stebbins het noemen). Het begon in het voorjaar van 2008 met een reader voor eerstejaarsstudenten vrijetijdsmanagement, ontstaan vanuit het idee dat de beschikbare literatuur onvolledig en op sommige punten gedateerd was. Na het schrijven van de reader *Vrije tijd en leisure in de 21<sup>e</sup> eeuw* vond ik meer onderwerpen die ik van belang achtte voor (toekomstige) managers in de leisure-industrie. Ik ben doorgegaan met schrijven en dat leidde in het voorjaar van 2011 tot de eerste editie van *Leisure!* Na drie jaar achtte ik een vrij grondige herziening noodzakelijk. Niet alleen om de vele cijfers en ontwikkelingen te actualiseren, maar ook omdat voortschrijdend inzicht leerde dat een andere indeling van de drie delen van het boek wenselijk was. Ten slotte bleek er een toenemende behoefte aan een hoofdstuk over werken in leisure: wat kenmerkt het werken in deze sector en welke specifieke competenties zijn daarbij vereist? Deze herziene versie verscheen in de zomer van 2014 op de markt. Bij het verschijnen van deze derde editie ligt dat alweer vijf jaar achter ons en bleek opnieuw een grondige herziening nodig.

Ten opzichte van de tweede editie zijn er dan ook vrij veel wijzigingen doorgevoerd, hoewel de basisindeling niet veranderd is: drie delen waarin achtereenvolgens de grondslag van het vakgebied, het vrijetijdsgedrag en de leisure-industrie centraal staan. Ook de tien hoofdstukken zijn ongewijzigd ten opzichte van de vorige editie; op het niveau van de paragrafen zijn er kleine wijzigingen doorgevoerd. Des te meer is er gewijzigd aan de inhoud. Opnieuw zijn (bijna) alle cijfers, voorbeelden en ontwikkelingen geactualiseerd tot aan de meest recent beschikbare data en informatie. Passages die na tien

jaar achterhaald of gedateerd waren, zijn herschreven en op veel plekken is de tekst aangevuld met nieuwe informatie en inzichten. Dit heeft ertoe geleid dat met name de hoofdstukken 7, 8 en 9 ingrijpend gewijzigd zijn, maar ook in alle andere hoofdstukken is een groot aantal wijzigingen doorgevoerd, waardoor deze editie wezenlijk een ander boek is dan de editie uit 2014.

Gezien de kernvraag van dit boek (Wat is eigenlijk vrije tijd?) heb ik me afgevraagd of het schrijfproces voor mijzelf wel of geen vrije tijd was – en hoe dat in de loop van de jaren veranderd is. Bij het schrijven van de eerste editie rond 2010 gold dat grote delen van het boek geschreven zijn op een terras in de zon, in het toenmalige Café Belmondo te Rotterdam, in de trein van en naar afspraken en zelfs tijdens mijn vakanties in Spanje. Op basis daarvan zou je kunnen concluderen dat het schrijfproces op zijn minst deels een gevoel van vrijetijdsbeleving had. In het geval van de derde editie, die tot stand is gekomen in het najaar en de winter van 2018/2019, was de situatie net even anders: in combinatie met een promotieonderzoek aan de Erasmus Universiteit en een gezin met twee jonge kinderen bleek het herschrijven van het boek een stuk minder vrijetijdsbeleving te bevatten. Het was vaak zoeken naar uren tussen alle andere verplichtingen door om aan de herziening te kunnen werken, waarbij soms de moed me in de schoenen zakte wanneer bronnen of databestanden weer eens niet bleken te kloppen of niet meer voorhanden waren. Desondanks heb ik zowel bij de eerste, tweede als derde editie nooit met tegenzin aan het boek gewerkt – voor zover dat een goede indicator is voor vrijetijdsbeleving. Leisure is een lastig te vatten maar buitengewoon interessant en relevant studieobject, waardoor het steeds weer waardevol en inspirerend was om me er enkele maanden in onder te dompelen.

Bij de eerdere edities van dit boek zijn collega's van verschillende leisure-opleidingen, waaronder Hogeschool Rotterdam, Breda University (voorheen NHTV), Stenden Leeuwarden en Fontys Tilburg, zeer behulpzaam geweest door kritisch naar de inhoud te kijken en verbeterpunten aan te dragen. Voor deze derde editie gaat mijn dank uit naar collega's van de opleiding Leisure Management aan de Hogeschool Rotterdam die mij input en ideeën hebben aangedragen. Met name dank aan Robbin Goedhart voor zijn inspiratie op het gebied van theoretische modellen. Mijn copromotoren Paul Rutten en Erik Hitters bedank ik voor het feit dat zij, ondanks dat ze niet betrokken zijn geweest bij het schrijfproces, hun interesse toonden in het proces en mij de ruimte hebben gegeven dit boek naast het lopende promotietraject af te ronden. Ook gaat dank uit naar Marianne Kruyskamp van Uitgeverij Coutinho voor de flexibiliteit met betrekking tot de planning van de herziening en de

mensen van het SCP voor hun hulp bij vragen die ik had over de door hen gepubliceerde cijfers. De meeste dank ben ik echter verschuldigd aan Anoeek, die mij niet alleen de ruimte heeft gegeven om aan deze herziening te werken maar ook als uitlaatklep heeft gediend op de momenten dat het schrijfproces haperde.

Dit boek dient wat mij betreft meerdere doelen: de lezer kennis te laten maken met het fenomeen vrije tijd of leisure en hem of haar inzicht te verschaffen in de totstandkoming van vrijetijdsgedrag, een zo compleet mogelijk beeld te schetsen van de huidige staat van de leisuresector in Nederland en de specifieke en onderscheidende kenmerken van de sector te duiden. Het doel is niet zozeer geweest om nieuwe inzichten of resultaten te genereren, maar om een zo actueel en relevant mogelijke analyse te maken van het voorradige aanbod aan theorieën, onderzoeken, cijfers en ontwikkelingen. Naar mijn idee biedt dit boek een gedegen basis voor de manager, ondernemer en ambtenaar die nu of in de toekomst aan de slag gaat in de leisuresector of in een sector waar leisure als middel wordt ingezet. Dit boek vormt het bewijs dat leisure een waardevol, belangrijk en relevant thema is dat een centrale rol speelt in ons leven en daarmee het bestuderen meer dan waard is.

Ten slotte: aangezien naar mijn idee alleen de gebruiker kan beoordelen of een boek goed is of niet, sta ik altijd open voor suggesties ter aanvulling of verbetering.

Martijn Mulder  
Rotterdam/Breda, voorjaar 2019



# Inhoud

|                                                                                 |           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Inleiding</b>                                                                | <b>13</b> |
| <b>DEEL 1 VRIJ?</b>                                                             | <b>17</b> |
| <hr/>                                                                           |           |
| <b>1 Vrije tijd, vrijetijd en leisure</b>                                       | <b>18</b> |
| 1.1 Wat is vrije tijd?                                                          | 18        |
| 1.1.1 De objectieve benadering van vrije tijd                                   | 19        |
| 1.1.2 De subjectieve benadering van vrije tijd                                  | 22        |
| 1.2 Cultuurafhankelijkheid van vrije tijd                                       | 24        |
| 1.3 Tijd, gedrag en beleving                                                    | 28        |
| <br>                                                                            |           |
| <b>2 Een korte geschiedenis van de vrije tijd</b>                               | <b>30</b> |
| 2.1 Vrije tijd: onbekend en elitair (tot circa 1850)                            | 31        |
| 2.2 De 'ontdekking' van de vrije tijd door de massa (circa 1850 tot circa 1920) | 32        |
| 2.3 Van volksopvoeding naar een leisure-industrie (circa 1920 tot circa 1990)   | 35        |
| 2.4 Van vrijheidsutopie naar <i>the labour of leisure</i> (vanaf circa 1990)    | 38        |
| 2.5 De opkomst van de studie naar vrije tijd                                    | 44        |
| <br>                                                                            |           |
| <b>DEEL 2 WILLEN, KUNNEN EN MOGEN</b>                                           | <b>47</b> |
| <hr/>                                                                           |           |
| <b>3 Vrijetijdsgedrag: cultuur en individu</b>                                  | <b>48</b> |
| 3.1 Maatschappij, structuur en cultuur                                          | 50        |
| 3.1.1 Sociale structuur                                                         | 50        |
| 3.1.2 Sociale cultuur                                                           | 53        |
| 3.1.3 Structuur, cultuur en vrijetijdsgedrag                                    | 58        |
| 3.2 Subculturen en sociale groeperingen                                         | 60        |
| 3.2.1 Subculturen en leefstijlen                                                | 60        |
| 3.2.2 Subcultuur en vrijetijdsgedrag                                            | 64        |

|                                             |                                                     |            |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------|
| 3.3                                         | Individu en identiteit                              | 66         |
| 3.3.1                                       | Individuele behoefte                                | 66         |
| 3.3.2                                       | Individu en vrijetijdsgedrag: behoeften en motieven | 77         |
| 3.3.3                                       | Individu en vrijetijdsgedrag: ervaring en beleving  | 81         |
| 3.4                                         | Naar een verklaringsmodel voor vrijetijdsgedrag (1) | 89         |
| <b>4</b>                                    | <b>Vrijetijdsgedrag: vraag, aanbod en beleid</b>    | <b>91</b>  |
| 4.1                                         | Omgevingsfactoren                                   | 91         |
| 4.2                                         | Model van voorkeuren, behoeften en middelen         | 93         |
| 4.3                                         | De verhouding tussen vraag en aanbod                | 97         |
| 4.4                                         | De rol van de overheid                              | 101        |
| 4.5                                         | Naar een verklaringsmodel voor vrijetijdsgedrag (2) | 104        |
| <b>5</b>                                    | <b>Vrijetijdsgedrag: ruimte en geografie</b>        | <b>106</b> |
| 5.1                                         | Groeiend bereik van vraag en aanbod                 | 107        |
| 5.2                                         | Stad versus land                                    | 115        |
| 5.2.1                                       | Leisure in de stad                                  | 116        |
| 5.2.2                                       | Leisure in het land                                 | 129        |
| 5.3                                         | Naar een verklaringsmodel voor vrijetijdsgedrag (3) | 132        |
| <b>DEEL 3 LEISURE ALS ECONOMISCHE MOTOR</b> |                                                     | <b>135</b> |
| <b>6</b>                                    | <b>Domeinen in het vrijetijdsveld</b>               | <b>136</b> |
| 6.1                                         | Visies op de vrijetijdssector                       | 137        |
| 6.1.1                                       | Vraagzijde                                          | 137        |
| 6.1.2                                       | Aanbodzijde                                         | 143        |
| 6.1.3                                       | Beleid                                              | 147        |
| 6.2                                         | Een definitieve indeling van de vrijetijdsdomeinen? | 148        |
| 6.2.1                                       | Vraagzijde                                          | 152        |
| 6.2.2                                       | Aanbodzijde                                         | 156        |
| <b>7</b>                                    | <b>Het belang van leisure</b>                       | <b>159</b> |
| 7.1                                         | Een groeiende sector                                | 159        |
| 7.1.1                                       | Leisure wereldwijd                                  | 160        |
| 7.1.2                                       | Nederland leisureland                               | 163        |
| 7.2                                         | Leisure in cijfers                                  | 174        |
| 7.2.1                                       | Bezoekers                                           | 174        |
| 7.2.2                                       | Overheidsgelden                                     | 178        |
| 7.3                                         | Kosten-batenanalyses                                | 185        |

|           |                                                                       |            |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>8</b>  | <b>De nieuwe wereld en de gevolgen voor de leisuresector</b>          | <b>192</b> |
| 8.1       | Wat zijn trends?                                                      | 192        |
| 8.2       | Megatrends                                                            | 194        |
|           | 8.2.1 De vloeibare samenleving                                        | 194        |
|           | 8.2.2 Glocalisering                                                   | 199        |
|           | 8.2.3 Digitalisering                                                  | 201        |
|           | 8.2.4 Dematerialisering                                               | 206        |
|           | 8.2.5 Bewust leven, produceren en ondernemen                          | 207        |
| 8.3       | Gevolgen voor de vrijetijd                                            | 210        |
| <b>9</b>  | <b>Nieuwe verhoudingen: vraag en aanbod in de 21<sup>e</sup> eeuw</b> | <b>214</b> |
| 9.1       | De nieuwe leisureconsument                                            | 214        |
| 9.2       | De nieuwe leisuresector                                               | 223        |
| 9.3       | Nieuwe rollen van leisure                                             | 235        |
| <b>10</b> | <b>Werken en ondernemen in leisure</b>                                | <b>238</b> |
| 10.1      | Schets van het werkveld                                               | 238        |
| 10.2      | Bijzonderheden van het werkveld                                       | 245        |
| 10.3      | Ondernemen in leisure                                                 | 251        |
|           | 10.3.1 Businessmodellen met leisurebelevissen<br>als waardepropositie | 251        |
|           | 10.3.2 Geld verdienen aan leisure en belevissen                       | 255        |
| 10.4      | Kerncompetenties in de leisuresector                                  | 259        |
|           | <b>Nawoord</b>                                                        | <b>265</b> |
|           | <b>Literatuur</b>                                                     | <b>267</b> |
|           | <b>Illustratieverantwoording</b>                                      | <b>277</b> |
|           | <b>Register</b>                                                       | <b>279</b> |
|           | <b>Over de auteur</b>                                                 | <b>288</b> |



# Inleiding

Al heel m'n leven ga ik erheen, iedere twee weken. Op zondagmiddag, of soms op zaterdagavond. Door weer en wind, bij hitte en kou. Het is niet meer zoals vroeger, de sfeer is grimmiger geworden en de veiligheidsmaatregelen zijn buitenproportioneel. Van de zeventien wedstrijden die ik zie in een seizoen, zijn er minimaal twaalf dramatisch. De spelers lopen over het veld alsof het ze niets interesseert, alsof het ze geen donder kan schelen dat ik jaarlijks een behoorlijk deel van m'n inkomen voor die jongens neertel. Een kampioenschap heb ik nog nooit meegemaakt en dat zal ook wel nooit gebeuren. Maar je blijft gaan, hè ... Het blijft toch je club!

*Pure leisure*, zo wordt de staat genoemd waarin je verkeert als je iets doet waarbij je volledige keuzevrijheid ervaart, en waarbij je motivatie om het te doen volledig vanuit jezelf komt. Het wordt wel gezien als de hoogst haalbare vorm van vrijetijdsbeleving. In de praktijk is maar een klein deel van ons vrijetijdsgedrag pure leisure. De meeste dingen die we in onze vrije tijd doen, doen we 'omdat we het nu eenmaal gewend zijn'. Je gaat mee naar het restaurant omdat je ouders dat zo graag willen, je gaat naar Griekenland op vakantie onder druk van je vrienden – zelf had je een voorkeur voor Spanje.

De ervaring van pure leisure lijkt meer een utopie dan realiteit. Daarmee is de complexiteit van de studie naar vrijetijdsgedrag al meteen duidelijk. Blijkbaar kunnen we niet volstaan met het achterhalen van de innerlijke behoeften en verlangens, de drijfveren van het individu. Er speelt veel meer, waarbij de sociale omgeving van het individu wellicht de hoofdrol vertolkt. Vertonen we gedrag omdat het puur onze eigen keuze is, of zijn we vooral bezig met wat anderen van ons zullen denken?

In de hedendaagse samenleving is het vooral onze vrijetijdsbesteding die onze identiteit en status vormgeeft. 'Vertel me niets over je werk, zeg me waar je op vakantie gaat en ik zeg je wie je bent', zei de Franse geograaf Chadeffaud (Furlough, 1998) terecht. De vrijetijdssector is niet meer volgend, zoals in de verzuilde samenleving van de vorige eeuw, maar is leidend geworden in het vormgeven van ons leven. In een welvarend land als Nederland,

waar basiselementen als onderdak, voedsel, veiligheid en inkomen voor het overgrote deel van de bevolking een vanzelfsprekendheid zijn, is leisure een van de belangrijkste onderdelen van ons leven geworden. Vrije tijd is zelfs hard werken, en het is misschien wel net zo stressvol als arbeid, aldus de Britse vrijetijdswetenschapper Chris Rojek (2010). We geven een groot deel van ons besteedbaar inkomen uit aan leisure; de sector is goed voor zo'n 92 miljard euro per jaar in Nederland. De leisuresector is de afgelopen decennia getransformeerd tot een commerciële grootmacht.

Gezien het belang en de impact van leisure in onze samenleving – en dus voor onze economie – is het van belang om professionals op te leiden die de sector kennen, begrijpen en verder kunnen helpen. Gezien de vergaande commercialisering van leisure is het dan ook niet vreemd dat aan het einde van de twintigste eeuw de beroepsopleiding vrijetijdskunde, die vooral een cultureel-maatschappelijke invalshoek had, overgegaan is in vrijetijdsmanagement, met een commerciële en economische invalshoek. En net als de sector zelf floreerden ook de vrijetijdsopleidingen aan het begin van de 21<sup>e</sup> eeuw. Rond 2014 is de naam van veel vrijetijdsopleidingen in Nederland veranderd in Leisuremanagement of Leisure- en Eventmanagement en sindsdien is de opleiding nog steeds populair bij veel studenten (zie ook paragraaf 2.5).

Dat laatste is niet vreemd, want hogeropgeleid personeel is van groot belang voor de eigenzinnige leisure-industrie. Er zijn meerdere redenen te noemen voor het belang van een studie naar leisure. Ten eerste is de omvang van de industrie gigantisch gegroeid. Greg Richards, hoogleraar Leisure Studies, heeft het over *hyperfestivity* – de festivalisering van de samenleving (2010). Dat het organiseren van evenementen een serieuze zaak is, bleek wel uit het fiasco van het Fyre Festival in 2017. Dit had een van de meest luxe festivals op de prachtige Bahama's moeten worden, maar liep op alle fronten mis toen het zover was. Iets langer geleden, in de zomer van 2010, ging het totaal mis bij de Love Parade in Duisburg, waarbij 21 dodelijke slachtoffers vielen door verdrukking. Maar niet alleen de festivalindustrie is uit zijn voegen gebarsten, ook het wereldwijde (leisure)toerisme is zo groot geworden dat de stroom bezoekers voor veel steden en gebieden bijna niet meer te managen is. Wereldwijd behoort de leisure-industrie (inclusief toerisme) zelfs tot de grootste mondiale industrieën, na onder andere fossiele brandstoffen, ICT en de automotive industrie. Daar komt ook nog bij dat Nederland als klein land misschien wel het land in de wereld is met de hoogste 'leisuredichtheid': er zijn niet of nauwelijks landen te noemen die meer leisureaanbod hebben per hoofd van de bevolking dan Nederland.

Een tweede reden waarom een studie naar vrije tijd van belang is, is dat erkenning en waardering van de sector niet altijd vanzelfsprekend is. Veel ondernemers in leisure, met name in de culturele sector, hebben behoefte aan meer kennis en expertise. Daarmee kunnen ze het belang en de waarde van hun aanbod beter aantonen, bijvoorbeeld aan overheden, subsidieverstrekkers of politici, die in tegenstelling tot vroeger minder snel en gemakkelijk steun bieden aan dit soort vrijetijdsvoorzieningen.

De snel en ingrijpend veranderende wereld waarin we leven is een derde reden voor het belang van leisurestudies. Die wereld is de afgelopen twintig jaar veranderd van nauwelijks digitaal naar bijna volledig digitaal. Die ontwikkeling heeft er niet alleen voor gezorgd dat we continu online zijn en daardoor veel onrust en stress ervaren, maar ook dat de hele wereld tegenwoordig in onze broekzak zit. Dit heeft grote gevolgen voor ons vrijetijdsgedrag: we boeken onze vakantie en kijken televisieprogramma's via internet en hebben dankzij de smartphone alle mogelijke informatie op iedere plek voorhanden. Voordat we uit eten gaan, een hotel boeken of een concert bezoeken, kunnen we websites met recensies bekijken; een paar slechte berichten over een restaurant, hotel of artiest op het net, en de omzet loopt terug! De veranderende wereld heeft ook gezorgd voor een enorme vluchtigheid en dynamiek, een ontwikkeling die ook van grote invloed is op onze sector, sterker nog: geen economische sector lijkt zo dynamisch als die van de vrije tijd. De ene hype volgt de andere op; de ene week richten we ons massaal op een nieuwe *viral* op internet, de volgende zijn we in de ban van schaatsen op natuurijs en in week drie is het een filmpremière die onze aandacht opeist. Voor managers, ondernemers en ambtenaren die zich met leisure bezighouden, is het van belang om deze dynamische sector te begrijpen, te analyseren en in te spelen op veranderingen in vraag, aanbod, beleid en de wisselwerking tussen deze vlakken. Dit zijn slechts drie van de vele redenen waarom de leisure-industrie een serieus, belangrijk werkveld is en waarom de studie naar leisure van grote waarde is.

Voor dit boek is gekozen voor een driedeling: in het eerste deel wordt een poging gedaan de begrippen 'vrije tijd' en 'leisure' te definiëren. Daarnaast wordt in vogelvlucht de geschiedenis van de vrije tijd geschetst, verdeeld in vier perioden: van het tijdperk waarin vrije tijd was voorbehouden aan een kleine elite tot aan de huidige tijd van *the labour of leisure*. Ten slotte wordt er specifiek ingezoomd op de geschiedenis van de studie naar vrije tijd.

In het tweede deel staat de vraag naar vrije tijd centraal. In verschillende stappen wordt het model voor vrijetijdsgedrag opgebouwd, waarbij de rol van de samenleving, referentiegroepen, het individu, het aanbod, de overheid en geografische elementen aan bod komen.

Deel 3 is gewijd aan de leisure-industrie. De sector is in kaart gebracht door in eerste instantie te kijken naar de verschillende domeinen van vrije tijd en de samenhang tussen die domeinen. Ten tweede is een groot aantal feiten en cijfers over de sector verzameld, verdeeld in cijfers over bezoekers, bestedingen en overheidsinvesteringen. In dit deel is ook aandacht voor kosten-batenanalyses, een belangrijk onderwerp in de vrijetijdseconomie. Voorts wordt een aantal relevante megatrends gepresenteerd en worden de gevolgen daarvan voor de leisuresector geschetst. In het laatste hoofdstuk staat het werken in de sector centraal: welke eigenschappen onderscheiden leisure van andere sectoren en wat betekent dat voor iedereen die in die sector werkzaam is of zou willen zijn?

Al in deze inleiding valt op dat de begrippen 'vrije tijd' en 'leisure' beide gebruikt worden. Leisure is een verbastering van het Latijnse *licēre*: toegeestaan zijn. Het is een Engels woord (Britten spreken het uit als *lèz-jur*; Amerikanen als *lé-zjur*), maar in de Nederlandse taal is het ook geaccepteerd, waarbij wij over het algemeen de Britse uitspraak hanteren. In plaats van leisure wordt in Nederland ook vrijetijd (aan elkaar geschreven!) gebruikt; in deel 1 zal duidelijk worden dat dit niet hetzelfde betekenis heeft als vrije tijd (twee losse woorden).

### Online studiemateriaal

Op [www.coutinho.nl/leisure3](http://www.coutinho.nl/leisure3) vind je het online studiemateriaal bij dit boek. Dit materiaal bestaat uit:

- leerdoelen
- cases met opdrachten
- een zelftoets

Docenten kunnen tentamenvragen (met antwoorden), de antwoorden bij de cases en powerpointpresentaties aanvragen.



# DEEL 1

Vrij?

# 1

## Vrije tijd, vrijetijd en leisure

Het lijkt zo'n simpele vraag: 'Wat is vrije tijd?' De vraag lijkt gemakkelijk te beantwoorden, aangezien iedereen zich er iets bij kan voorstellen: 's avonds op de bank hangen, naar een café gaan, op zaterdagmiddag sporten. Voorbeelden van wat vrije tijd is kan iedereen wel geven, maar wanneer we proberen het begrip te definiëren, blijkt dat toch best lastig te zijn.

### 1.1 Wat is vrije tijd?

Hier lees je een aantal veelgehoorde antwoorden op de vraag wat vrije tijd is.

**Ik heb vrije tijd als ik niet hoef te werken.**

**Ik heb vrije tijd als ik de dingen kan doen die ik echt leuk vind.**

**Ik heb vrije tijd op momenten dat ik niks móét.**

Alle drie de stellingen kloppen deels. Op momenten dat je niet naar je werk of naar school hoeft, kun je vrije tijd hebben, maar lang niet alle tijd buiten school en werk is vrije tijd. Als je boodschappen doet, slaapt, naar de kapper gaat of als kind op zondagochtend verplicht met je ouders mee moet naar opa en oma, is dat dan vrije tijd? Veel mensen zullen dat niet als zodanig ervaren.

De tweede stelling: kun je iets alleen vrije tijd noemen als je datgene écht leuk vindt? Veel mensen vinden het werk dat ze doen ook écht leuk, maar zien dat

toch niet als vrije tijd. Aan de andere kant gaan veel jongeren op zaterdagavond naar een café of club omdat hun vrienden daarheen willen, terwijl ze die club zelf eigenlijk helemaal niet zo leuk vinden. Kunnen we dat dan geen vrije tijd noemen?

Echte vrije tijd heb je alleen op momenten dat je niks moet, zo luidt de derde stelling. Ook deze lijkt niet waterdicht: mensen die aan (team)sport doen, moeten vaak een of meerdere keren per week trainen en in het weekend een wedstrijd spelen. Meer dan eens zal het gebeuren dat iemand uit een voetbalt ploeg op een koude en regenachtige dinsdagavond helemaal geen zin heeft om te gaan trainen, terwijl het toch moet. Hij kan zijn ploeggenoten toch niet in de steek laten? En als hij niet gaat trainen, staat hij zaterdag ook niet in de basis. Ondanks dit verplichtende karakter zal (bijna) iedereen sporten toch als vrije tijd zien.

Het is dus nog niet zo eenvoudig om het begrip 'vrije tijd' te definiëren. Als je de vakliteratuur erop naslaat, blijken er vele hoofdstukken te zijn geschreven over het onderwerp. Het is zelfs de geleerden nog niet gelukt om een definitie van vrije tijd te formuleren waar iedereen zich in kan vinden. De belangrijkste reden hiervoor is het feit dat vrije tijd een niet-tastbaar begrip is. Het is relatief eenvoudiger om te definiëren wat bijvoorbeeld een stoel is, aangezien iedereen een stoel kan omschrijven op basis van de (uiterlijke) kenmerken. Een stoel is iets tastbaars, iets materieels. Bij vrije tijd is dat niet het geval; je kunt het niet zien, niet aanraken of vastpakken. Daardoor is het veel moeilijker te omschrijven. Toch is het van groot belang om zo precies mogelijk te omschrijven wat we als vrije tijd zien, en wat niet. Als je de vrije tijd gaat bestuderen of managen, moet je zo goed mogelijk kunnen afbakenen wat je wel en niet tot die vrije tijd rekent. Uit alle definities die in de vakliteratuur beschreven zijn, noemen we hier de belangrijkste: de objectieve en de subjectieve benadering.

### 1.1.1 De objectieve benadering van vrije tijd

Objectief wil zeggen: gebaseerd op feiten. Een objectieve benadering van vrije tijd wil zeggen dat vrije tijd zo omschreven wordt dat er geen interpretatieverschillen mogelijk zijn. De objectieve benadering wordt vaak als volgt geformuleerd:

Vrije tijd = alle tijd – arbeid – onderwijs – zorgtaken – persoonlijke tijd

## 1 Vrije tijd, vrijetijd en leisure

**Zorgtaken** zijn alle taken die te maken hebben met de zorg voor anderen en met huishoudelijk werk. De meeste zorgtaken betreffen de opvoeding van kinderen.

Onder **persoonlijke tijd** valt slapen, maar ook eten, drinken, douchen, aankleden en verwante bezigheden.

In een week zitten  $7 \times 24 = 168$  uur. Stel dat je in een week 16 uur werkt, 20 uur studeert of naar school gaat en 70 uur besteedt aan persoonlijke tijd (inclusief slapen dus), dan heb je volgens de objectieve benadering 62 uur vrije tijd die week.

Deze definitie wordt ook wel een **residuele definitie** van vrije tijd genoemd. Een residu is een overblijfsel en zoals in de voorgaande formule te zien is, is dat hier ook het geval. Er wordt niet omschreven wat vrije tijd zelf is, maar eigenlijk alleen wat het níét is. Alle tijd die je overhoudt naast werk, studie, zorgtaken en persoonlijke tijd is vrije tijd. Het is dus niets anders dan tijd die overblijft.

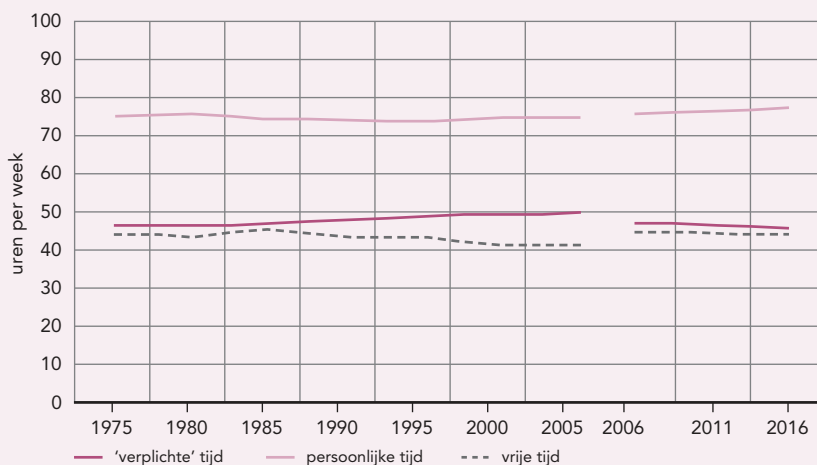
Wat is het nut van deze objectieve benadering? Hij is vooral zinvol als er kwantitatief onderzoek gedaan wordt, oftewel onderzoek waarbij cijfers (aantallen, percentages) geanalyseerd worden. Deze definitie van vrije tijd wordt gebruikt door instanties als het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP). Zij proberen in kaart te brengen hoeveel vrije tijd mensen hebben en hoe dat zich ontwikkelt. In kader 1.1 vind je een voorbeeld van de objectieve benadering. Met deze methode is het bijvoorbeeld mogelijk om de hoeveelheid vrije tijd in verschillende landen met elkaar te vergelijken, om te analyseren of ouderen meer vrije tijd hebben dan jongeren en of we nu meer vrije tijd hebben dan in de jaren vijftig. Dat zijn interessante gegevens, maar een leisuremanager wil meer weten: Wat ervaren mensen nu echt als vrije tijd? Waar geven mensen het liefst hun geld aan uit? Waarom doen ouderen andere dingen in hun vrije tijd dan jongeren? De objectieve benadering van vrije tijd biedt te weinig informatie om dat soort vragen te kunnen beantwoorden. Om duidelijk te maken dat de objectieve benadering lang niet alles zegt, vergelijken we de hoeveelheid vrije tijd van de Nederlander in 2016 met het gemiddeld aantal vrije uren in 1975. In kader 1.1 is te zien dat er nauwelijks verschil tussen beide aantallen zit: in 1975 had de gemiddelde Nederlander 44,3 uur per week over naast verplichte en persoonlijke tijd; in 2016 was dat 43,8 uur (de categorie verplichte tijd bestaat uit arbeid, onderwijs en zorgtaken). Als we deze objectieve benadering van vrije

tijd als uitgangspunt nemen, zouden we moeten concluderen dat de Nederlander in 2016 minder vrije tijd heeft dan in 1975. Je hoeft echter weinig onderzoek te doen om te ontdekken dat vrije tijd anno 2016 onvergelijkbaar is met veertig jaar daarvoor. Vrije tijd heeft een heel andere positie in onze levens gekregen.

### Alle ballen in de lucht. Tijdsbesteding in Nederland en de samenhang met kwaliteit van leven

In 1985 hebben Nederlanders gemiddeld iets meer dan 45 uur per week vrije tijd. In de jaren hierna daalt dit langzaam, naar iets meer dan 40 uur in 2005. In 2006 is het SCP overgegaan op een nieuwe, meer gedetailleerde manier van dataverzameling en komt de hoeveelheid vrije tijd een paar uur hoger uit, op bijna 45 uur. Tussen 2011 en 2016 neemt het aantal uren vrije tijd weer iets af. Hiermee ligt de gemiddelde hoeveelheid vrije tijd in 2016 op ongeveer hetzelfde niveau als in 1975 en 1990 en blijkt dit dus behoorlijk stabiel te zijn.

In de grafiek hierna is een overzicht te zien van de verdeling van onze tijd in verplichte tijd (arbeid, zorg voor kinderen, huishouden), persoonlijke tijd (slapen, rusten, verzorging) en vrije tijd. De cijfers lopen van 1975 tot 2016. Er zitten in alle categorieën kleine schommelingen door de tijd heen die waarschijnlijk grotendeels verklaard kunnen worden door de economische situatie op dat moment – als het economisch goed gaat, besteedt de gemiddelde Nederlander meer tijd aan arbeid (bijvoorbeeld omdat er minder werklozen zijn) en als gevolg daarvan minder aan persoonlijke en vrije tijd. In grote lijnen is onze tijdsbesteding per week eigenlijk nauwelijks veranderd de afgelopen veertig jaar.



De cijfers in de grafiek zijn afkomstig uit het Tijdsbestedingsonderzoek (TBO), een van de langstlopende onderzoeken van het SCP. In 2006 is dit onderzoek aangepast. Sinds dat jaar wordt de tijdsbesteding iets nauwkeuriger gemeten en worden ook nevenactiviteiten (meerdere activiteiten tegelijkertijd) gemeten. Hierdoor is er een trendbreuk in de grafiek

## 1 Vrije tijd, vrijetijd en leisure

tussen 2005 en 2006. De vergelijking tussen 2016 en de jaren vóór 2006 is dan ook niet volledig betrouwbaar.

De voorgaande cijfers zijn gemiddelden en zeggen natuurlijk niet alles. Zo zijn er duidelijke verschillen tussen bepaalde bevolkingsgroepen wat betreft de hoeveelheid vrije tijd: mannen hebben meer vrije tijd dan vrouwen, laagopgeleiden hebben meer vrije tijd dan hoogopgeleiden en – dat zal niemand verbazen – jongeren en (met name) 65-plussers hebben meer vrije tijd dan mensen tussen de 20 en 64 jaar met kinderen.

Ten slotte: in eerste edities van het TBO wijken de cijfers iets af van die in de figuur. In eerdere onderzoeken lag het gemiddeld aantal uren vrije tijd meestal rond de 47 en dit is dan ook het getal dat in veel onderzoeken terug te vinden is. In de publicatie uit 2018 waar de figuur op gebaseerd is, is echter een verandering aangebracht in de categorisering: ‘Een (...) wijziging ten opzichte van het vorige TBO-rapport is dat klusjes in en om het huis, de verzorging van huisdieren en de informele hulp aan andere huishoudens niet langer als vrije tijd, maar als de zorg voor het huishouden en anderen zijn beschouwd. Dit is gedaan om beter aan te sluiten bij de internationale literatuur. Als een gevolg hiervan komt de schatting voor de hoeveelheid vrije tijd lager uit’ (SCP, 2018, p. 34).

**KADER 1.1** Objectieve benadering van vrije tijd, het is een residu naast *verplichte tijd* en *persoonlijke tijd* (SCP, 2013; 2018)

Wanneer we vrije tijd of leisure echt willen begrijpen, is het vaak beter om de subjectieve benadering van het begrip te hanteren. Bij deze benadering gaat het niet zozeer om de ‘gemiddelde Nederlander’, maar om de individuele consument met zijn eigen behoeften en motieven en om de wisselwerking tussen vraag (consument) en aanbod (vrijetijdsindustrie). In deel 2 zullen we zien dat de objectieve definitie van vrije tijd slechts een van de vele factoren is in het verklaren van vrijetijdsgedrag.

### 1.1.2 De subjectieve benadering van vrije tijd

Subjectief wil zeggen dat iets afhankelijk is van de persoonlijke zienswijze; hoe ervaart iemand bepaalde dingen? Is bijvoorbeeld een avond uit eten in een restaurant nu vrije tijd of niet? Volgens de objectieve benadering is dat moeilijk te zeggen: is het persoonlijke tijd (waaronder eten valt), of toch vrije tijd, omdat je naar een restaurant gaat? Als je het volgens de subjectieve benadering bekijkt, hangt het ervan af of degene die uit eten gaat het zelf als vrije tijd ervaart. Dat kan per persoon maar ook per situatie verschillen. Als je vanavond met een paar vrienden gezellig uit eten gaat, zul je dat als vrije tijd ervaren; als je met je collega’s uit eten ‘moet’, terwijl je liever een voetbalwedstrijd op tv zou kijken, ervaar je het waarschijnlijk niet als vrije tijd.

Volgens de subjectieve benadering kun je alleen van vrije tijd spreken wanneer de persoon zelf het op dat moment als vrije tijd ervaart. In dit geval gaat het dus niet zozeer om kwantiteit (hoeveelheid vrije tijd in uren of percentages), maar om kwaliteit (ervaring, beleving). Subjectief gezien is het dus lastiger om uitspraken te doen over vrije tijd van groepen mensen. Vrije tijd is volgens deze benadering een persoonsgebonden fenomeen, of beter gezegd: een persoons- en situatiegebonden fenomeen. Desondanks zijn er genoeg activiteiten of ervaringen te noemen die veel mensen als vrije tijd zullen ervaren: een middag op het strand bij goed weer, naar een café gaan of een speelfilm kijken.



Eerder concludeerden we dat de objectieve definitie van vrije tijd te beperkt is. Nu voegen we daar de conclusie aan toe dat bij de subjectieve benadering de ervaring en beleving van de individuele consument centraal staan en dat het lastig is om daar uitspraken over te doen. Toch is het voor de leisuremanager van belang om beide benaderingen van vrije tijd te kennen en toe te passen. Enerzijds is het waardevol om te weten hoeveel vrije tijd verschillende bevolkingsgroepen hebben en hoe zich dat ontwikkelt. Anderzijds is het belangrijk om te weten wanneer iemand iets als vrije tijd ervaart, om adequaat op de behoefte van consumenten in te kunnen spelen. Binnen de leisurestudies zijn beide benaderingen terug te vinden, hoewel de subjectieve benadering steeds belangrijker wordt: wanneer beleeft een persoon iets als vrije tijd en hoe kun je daar slim op inspelen? Om die vragen goed te kunnen beantwoorden is het niet noodzakelijk om een perfecte definitie van vrije tijd te vinden. Het is wel van belang om te weten hoe het vrijetijdsgedrag van een individuele consument tot stand komt. Vandaar dat we in de rest van dit boek

## 1 Vrije tijd, vrijetijd en leisure

niet langer zoeken naar een definitie, maar verschillende manieren om vrije tijd en leisure te beschrijven naast elkaar gebruiken. In paragraaf 1.3 lees je meer hierover.

De begrippen 'objectieve vrije tijd' en 'subjectieve vrije tijd' hebben verschillende betekenissen. Bij eerstgenoemde staat de kwantiteit centraal, bij laatstgenoemde de kwaliteit. In het Engels bestaan er verschillende termen voor beide benaderingen: objectieve vrije tijd is *free time* en subjectieve vrije tijd is *leisure*. In het Nederlands bestaat er van oudsher geen woord dat gelijkstaat aan *leisure*, vandaar dat deze term 'vernederlandst' is en in Van Dale staat met als betekenis: 'vrijetijdsbesteding en alles wat daarmee samenhangt, met name beschouwd als economische sector'. Van Dale omschrijft *leisure* dus als *vrijetijdsbesteding*, hoewel het eigenlijk veel meer gaat om *vrijetijdsbeleving*. Een andere manier om subjectieve vrije tijd in het Nederlands te duiden is door het begrip als één woord te schrijven: *vrijetijd*. Taalkundig gaat het dan niet meer om een zelfstandig en een bijvoeglijk naamwoord (een bepaalde tijdseenheid die vrij is), maar om een zelfstandig naamwoord op zich, met een betekenis die niet per definitie gekoppeld is aan een tijdseenheid. In dit studieboek zal vanaf nu ook zo veel mogelijk een onderscheid gemaakt worden tussen vrije tijd en vrijetijd: twee losse woorden wanneer het om een tijdseenheid gaat; één woord zonder spatie wanneer het gaat om de sector, de beleving en/of het gedrag van de consument.

### 1.2 Cultuurafhankelijkheid van vrije tijd

In de vorige paragraaf is duidelijk geworden dat vrijetijd tegenwoordig vooral op een subjectieve manier benaderd wordt. In het tweede deel van dit boek zullen we uitgebreid ingaan op de totstandkoming van ons vrijetijdsgedrag. Hieruit blijkt dat vrijetijd allerminst gelijkstaat aan volledige keuzevrijheid. Als je het vrijetijdsgedrag van een bepaalde bevolkingsgroep wilt analyseren, of wilt onderzoeken hoe de vrijetijdssector in een bepaald land eruitziet, dan zul je in je analyse altijd de cultuur van de betreffende samenleving moeten meenemen. Het is van groot belang om te weten dat zo goed als alle studies die in de vorige eeuw zijn verschenen rondom het onderwerp vrije tijd, afkomstig zijn van westerse wetenschappers. Het beeld van vrije tijd of *leisure*, zoals omschreven in dit boek en verwante studies, is dan ook vooral een westers beeld; een beeld van een fenomeen bekeken door een (West-)Europese of Noord-Amerikaanse bril. In hoofdstuk 2 wordt als verklaring hiervoor gegeven dat de westerse samenlevingen eerder geïndustrialiseerd zijn en dat het fenomeen vrije tijd zich in industriële economieën pas echt ontwikkelt. Dit