

Brabantse vrijetijdseconomie

Stand van zaken 2013

Deze factsheet geeft de belangrijkste feiten en cijfers weer voor de Brabantse vrijetijdseconomie zoals deze er bij aanvang van het Beleidskader en de Uitvoeringsagenda vrijetijdseconomie 2013-2020 voorstaat. Verderop in dit document vindt u ook een verder duiding van de cijfers uit dit Beleidskader vrijetijdseconomie. Het is een nulmeting die gedurende de looptijd van de agenda ijkpunt kan zijn waaraan voortgang getoetst wordt. Een bijbehorende onderlegger verschaft inzicht in de onderzoeksmethodiek en geeft extra duiding aan de cijfers. Deze is op te vragen bij de griffie.



2013 > >

AMBITIES

Om de voortgang van het beleidskader te toetsen, zijn **indicatoren** nodig.

Een indicator is meetbaar en heeft een signalerende functie.

Uit de huidige contouren van de **Uitvoeringsagenda** zijn de volgende ambities afgeleid waarvoor indicatoren zijn opgesteld:



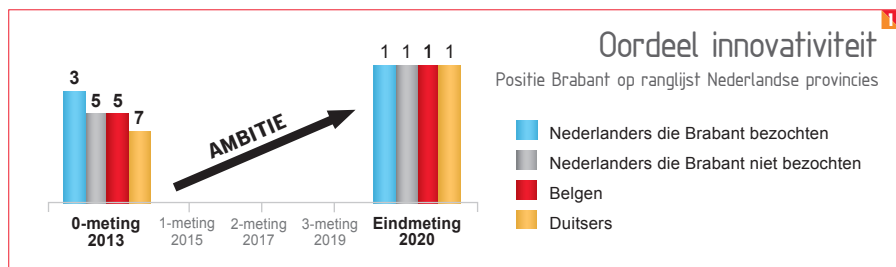
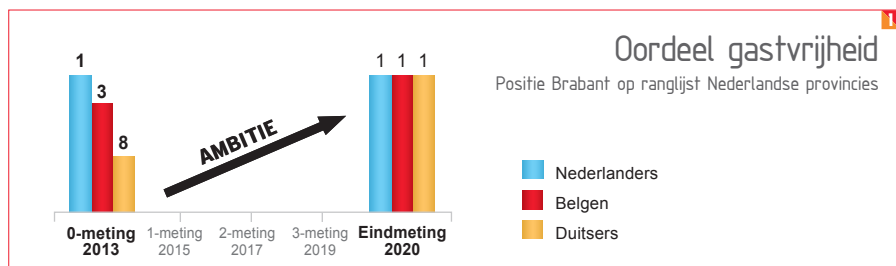
Omdat de aanpak in de Uitvoeringsagenda dynamisch is, kunnen indicatoren worden toegevoegd of bijgesteld. In deze factsheet wordt voor de onderscheiden indicatoren **in cijfers** (kwantitatief) of **beschrijvende zin** (kwalitatief) aangegeven wat de **stand van zaken in 2013** is.

Meest gastvrije en innovatieve provincie van Nederland

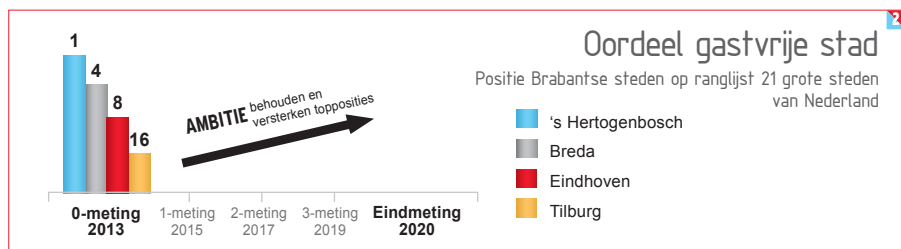
AMBITIE

1. De plaats qua gastvrijheid en innovatie in Merkenonderzoek Nederlandse provincies
2. De plaats en toposities Meest Gastvrije Stad behouden / versterken

Aan Nederlanders, Belgen en Duitsers is gevraagd in hoeverre zij 'gastvrij' en 'innovatief' van toepassing vinden op Nederlandse provincies. Daaruit is een ranglijst samengesteld en scoort Brabant in 2013 als volgt:



In de jaarlijkse verkiezing van de Meest Gastvrije Stad van Nederland scoren de Brabantse steden in 2013 als volgt:



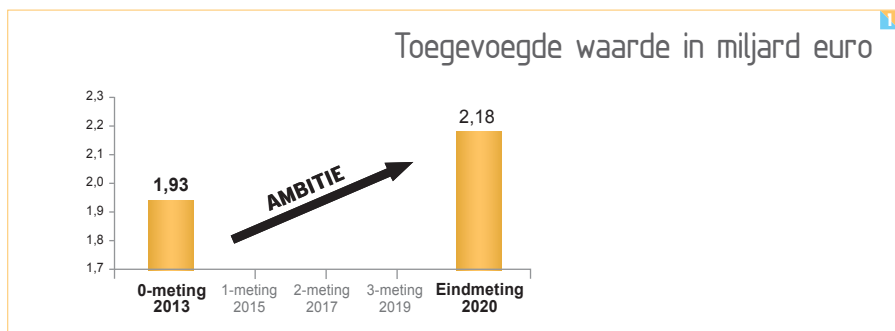
Wist u dat:

- Veel Belgen en Duitsers geen goed beeld hebben van Brabant en bij imago-vragen 'weet niet' invullen?
- In 2025 komt China in de top 5 van landen waar de meeste buitenlandse bezoekers aan Nederland vandaan komen. Chinezen verwachten ruime, moderne hotelkamers, noedels bij het ontbijt en bewegwijzering in het Mandarijn en Kantonees.

Meer toegevoegde waarde

AMBITIE van €1,93 miljard naar €2,18 miljard

In de landelijke onderzoeken naar vakantie en vrijetijdsbesteding wordt consumenten gevraagd hoeveel zij besteden. Deze bestedingen worden omgerekend naar toegevoegde waarde: zo worden bijvoorbeeld de BTW en import in mindering gebracht. Het resultaat, de toegevoegde waarde, is de waarde die daadwerkelijk door de vrijetijdseconomie in Brabant is gecreëerd.



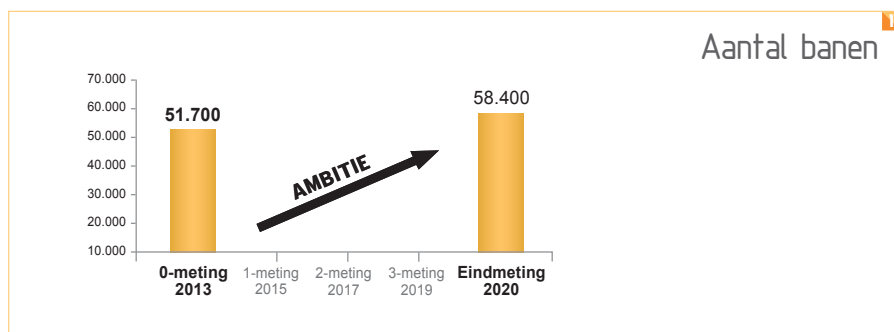
Wist u dat: Het merendeel (78%) van de toegevoegde waarde van de Brabantse vrijetijdseconomie voortkomt uit dagjes uit?

Meer banen

AMBITIE

- 1 van 51.700 naar 58.400 banen, voortkomend uit meer bezoekers, hogere bestedingen en productontwikkeling / innovatie

Het aantal banen dat voortkomt uit dagjes uit en vakanties is berekend op basis van de toegevoegde waarde van de vrijetijdseconomie. Er is een direct verband tussen het geld dat consumenten uitgeven en de werkgelegenheid die nodig is om hen producten en diensten te leveren.



De focus van het huidige beleid omvat ook cross-overs van de vrijetijdseconomie met andere economische sectoren. Deze cross-overs leiden naar verwachting tot extra werkgelegenheid, die niet in producten met bijbehorende consumentenbestedingen in Brabant resulteert. De volledige werkgelegenheid die hiermee gepaard gaat wordt niet kwantitatief in beeld gebracht, omdat dit niet mogelijk is.

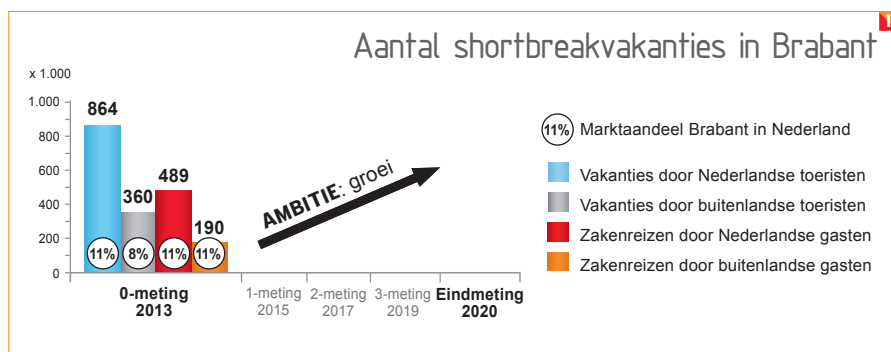
1 In toekomstige metingen kan bij enkele succesvolle cross-overs worden nagegaan welke werkgelegenheid hiermee samenhangt.

Meer bezoekers

AMBITIE

- 1 Vergroten omvang en marktaandeel Brabant in de short-breakmarkt van Nederlandse en buitenlandse gasten
- 2 Verbreden herkomstgebied bij dagjes uit en vakanties
- 3 Behouden omvang bestaande familiemarkt bij dagjes uit en vakanties door Nederlanders

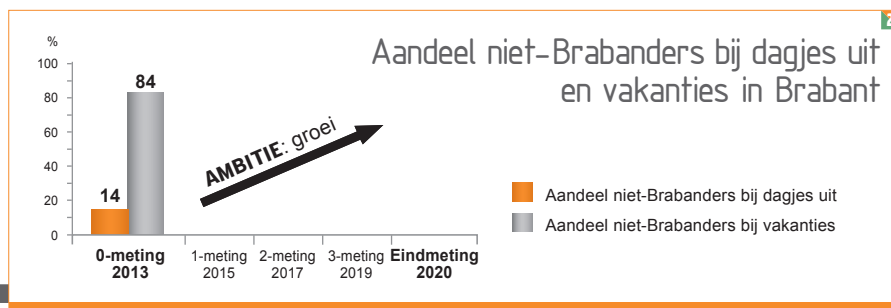
De shortbreakmarkt wordt op korte termijn als meest kansrijk beschouwd om nieuwe bezoekers aan te trekken.



Wist u dat:

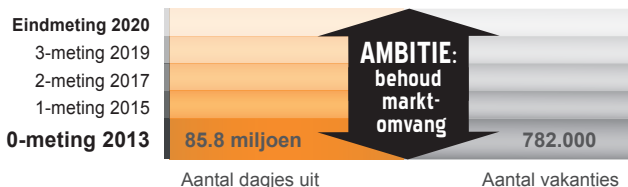
- Brabant de nummer 1 provincie voor shortbreaks in Nederland is onder Belgische gasten?
- 80% van de Duitse gasten die in het kader van een shortbreakvakantie naar Nederland komen in een hotel verblijft?

Meer algemeen wordt beoogd om het herkomstgebied van bezoekers te vergroten.



Voorwaarde voor het verhogen van de totale bestedingen is dat de sterke huidige positie van Brabant op de familiemarkt niet uit het oog verloren wordt.

Dagjes uit en vakanties door Nederlandse gezinnen met kinderen



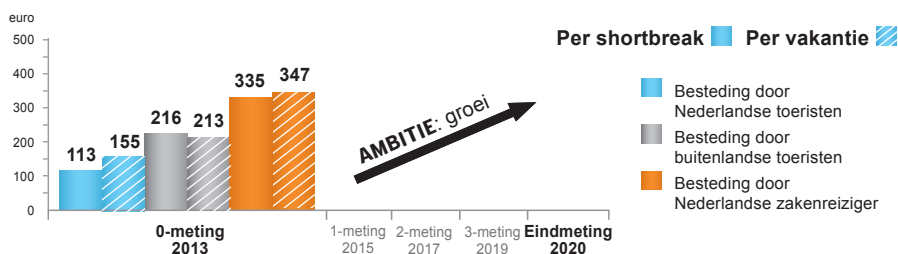
Hogere bestedingen

AMBITIE

Verhogen gemiddelde besteding van gasten

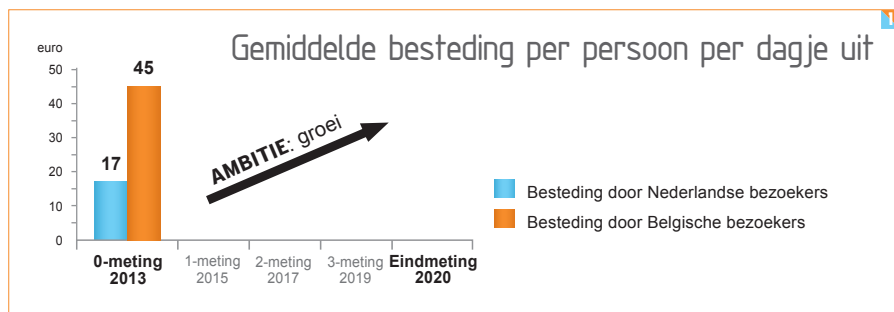
De shortbreakmarkt wordt op korte termijn als meest kansrijk beschouwd om meer bestedingen te genereren. In onderzoeken naar vakanties in Brabant is aan gasten gevraagd wat zij besteden.

Gemiddelde besteding per shortbreak of vakantie



Wist u dat: Cultuurtoeristen veel meer besteden dan andere typen toeristen; bijna vijf keer zo veel als wordt besteed aan een vakantie in landelijke omgeving?

Dagjes uit worden vrijwel uitsluitend ondernomen door Nederlandse en Belgische gasten.



Productontwikkeling / innovatie

AMBITIE

■ De realisatie van cross-overs van vrijetijdseconomie met andere economische sectoren en nieuwe productontwikkeling

De focus van het huidige beleid omvat ook cross-overs van de vrijetijdseconomie met andere economische sectoren.

In toekomstige metingen kan voor enkele succesvolle cross-overs worden nagegaan wat de aard is van de cross-over: wat zijn succesfactoren?

Meer export

AMBITIE

■ Vergroten van de export van leisureproducten voor de (inter)nationale markt

Export is een belangrijk onderdeel van de Nederlandse en Brabantse economie. Brabantse bedrijven leveren ook producten en diensten aan de vrijetijdseconomie buiten Brabant. Bijvoorbeeld: een Brabantse loodgieter die reparaties uitvoert voor een verblijfsaccommodatie in Limburg.

Het is onbekend wat de omvang is van de export van Brabantse bedrijven die leveren aan de vrijetijdseconomie buiten Brabant. De haalbaarheid van het in kaart brengen van de marktomvang kan in vervolgonderzoek worden bekeken.

Proces

AMBITIE

- 1 Partners dragen bij aan en zijn tevreden over proces en doelbereik
- 2 Bijdrage leveren aan de beleidsambities van andere beleids-terreinen en topsectoren

Belangrijk voor succesvol vrijetijdseconomisch beleid is het opzetten van een gedragen strategie, het creëren van commitment bij partners en een goede organisatiestructuur. Daarvoor zijn de volgende stappen gezet:

- Strategisch platform heeft strategie bepaald
- Op korte termijn focus op shortbreakmarkt
- Businessmodel opgesteld
- Stakeholderanalyse gemaakt en strategie besproken met partners
- Kwartiermaker aangesteld
- Bijdragenregeling opengesteld
- Organisatie congressen in oktober en december 2013

Vrijetijdseconomie wil een bijdrage leveren aan de beleidsambities van andere beleidsterreinen en topsectoren.

In toekomstige metingen kunnen enkele succesvoorbeelden worden uitgewerkt waarin de vrijetijdseconomie een bijdrage levert aan de beleidsambities van andere beleidsterreinen en topsectoren.

Vervolg

De indicatoren uit deze nulmeting zijn input voor een jaarlijks gesprek met de partners over de mate waarin gestelde doelen en ambities worden gehaald en de mate waarin het proces wordt gedragen door ondernemers, onderwijsinstellingen, overheden en maatschappelijke organisaties (Triple Helix+). Dit gesprek zorgt mogelijk voor bijstelling van het programma. Om de beleidsuitvoering te volgen en waar nodig bij te sturen, zijn vervolgmetingen gepland in 2015, 2017, 2019 en een eindmeting in 2020.

Colofon

Vrijetijds huis Brabant in opdracht van de provincie Noord-Brabant

Auteurs: Ankie Joos, Jolijn Krijger, Ewout Sanders

Vormgeving: Buro Kaaiman

Uitgave: januari 2014

> > 2020



Brabantse vrijetijdseconomie

Stand van zaken 2013

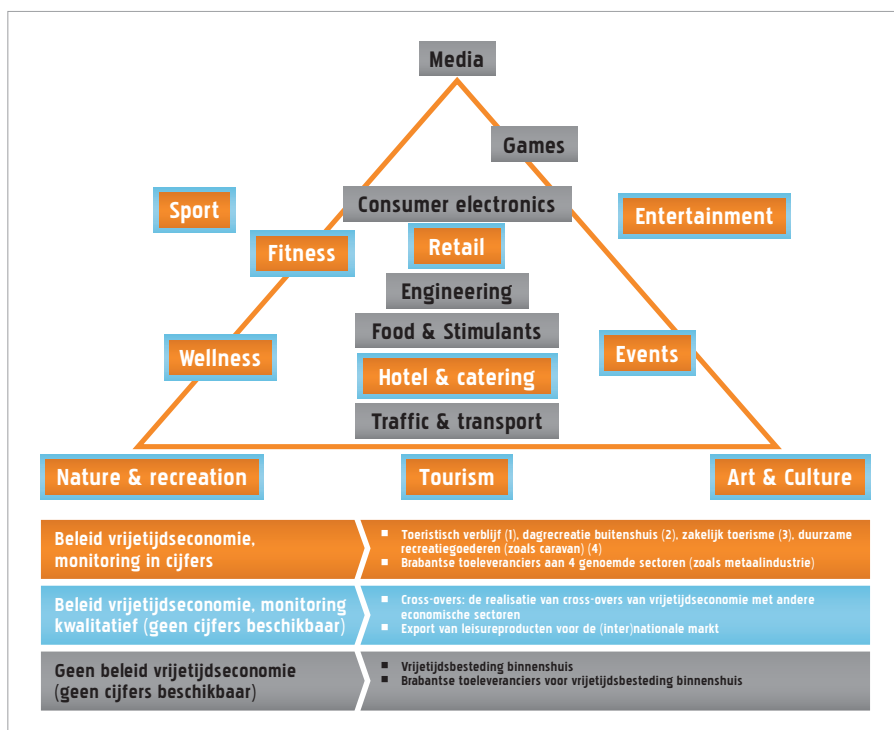
Nulmeting

Er is een nulmeting uitgevoerd door Vrijetijds huis Brabant. De nulmeting bestaat uit een factsheet en onderlegger. In de nulmeting zijn zowel resultaat- als proces-indicatoren in beeld gebracht. Op kwantitatieve en/of kwalitatieve wijze.

Meetbare cijfers en nog niet meetbare cijfers

De Vrijetijdseconomie is een domein in ontwikkeling. In de nulmeting wordt aangegeven voor welke onderdelen van de vrijetijdseconomie meetbare cijfers beschikbaar zijn en welke onderdelen worden geschat. Dit geldt slechts voor een deel van de onderdelen waaruit de Vrijetijdseconomie is opgebouwd. Ieder monitoringsmoment zal in de context van de tijd worden geplaatst; het is een proces in wording. Daarnaast worden de cijfers ook door beleidsexterne factoren beïnvloed.

De cijfers, die in het *Beleidskader Vrijetijdseconomie 2013–2020* zijn genoemd voor de groei van het aantal banen en de bestedingen, zijn opgebouwd uit enerzijds harde cijfers voor vrijetijdsbesteding buitenshuis en de Brabantse toeleveranciers en anderzijds uit een ruwe schatting van de cijfers voor de export van leisurop producten en voor de cross-overs van de toeristische sector met andere sectoren. In *figuur 1* is aangegeven voor welk onderdeel van de Vrijetijdseconomie harde cijfers beschikbaar zijn en welk deel geschat wordt.



Figuur 1: Definitie Vrijtijdseconomie met meetbare en nog niet meetbare onderdelen

In het beleidskader is uitgegaan van de volgende definitie voor Vrijtijdseconomie:

“De vrijetijdseconomie betreft de productie, distributie en consumptie van goederen en diensten ten behoeve van de vrijetijdsbesteding van mensen, zowel binnenshuis als buitenshuis, zowel binnen de eigen woonomgeving als daarbuiten, met inbegrip van verblijf, vervoer en toeleveranciers”.

(Bron: Prof.Ir. J.T. Mommaas, november 2012)

Voor de huidige bestuursperiode is niet voor alle onderdelen binnen deze brede definitie beleid geformuleerd. De onderdelen uit de brede definitie waar geen beleid op is geformuleerd zijn in *figuur 1* grijs gekleurd. Voor de overige onderdelen is wel beleid geformuleerd en deze onderdelen zijn in *figuur 1* met oranje/blauw aangegeven. Voor deze gegevens zijn (nog) niet in alle gevallen kwantitatieve gegevens beschikbaar. Met name over de export ontbreken kwantitatieve gegevens.

Toegevoegde waarde, in plaats van bestedingen

In het Beleidskader en de Uitvoeringsagenda vrijetijdseconomie 2013 – 2020 zijn de volgende doelen voor de Brabantse vrijetijdseconomie opgenomen:

- Groei van de bestedingen van 5,3 miljard in 2011 naar 6 miljard in 2020 (13% groei).
- Groei van 100.000 banen in 2011 naar 130.000 banen in 2020 (30% groei).

Inmiddels is op basis van wetenschappelijk onderzoek duidelijk geworden dat als indicator beter “toegevoegde waarde” kan worden gehanteerd dan “bestedingen”.

Daarom is in de nulmeting binnen het meetbare deel deze indicator aangepast. Er wordt gemeten met “toegevoegde waarde” in plaats van “bestedingen”. Dit geeft een realistischer beeld van de waarde die daadwerkelijk in de Vrijtijds-economie in Brabant is gecreëerd. Dit geeft andere cijfers.

Bij het omrekenen van consumentenbestedingen naar toegevoegde waarde wordt de import en BTW van de consumentenbestedingen afgetrokken. Brabantse toeleveranciers zijn onderdeel van deze toegevoegde waarde.

Een voorbeeld: Wanneer voor het menu in een Brabants restaurant gebruik wordt gemaakt van vis uit Noorwegen komt een deel van de consumentenbestedingen in de Noorse economie terecht. Na correctie voor onder meer BTW en import resteert de toegevoegde waarde, de waarde die daadwerkelijk door de Vrijtijdseconomie in Brabant is gecreëerd.

Beleidskader Vrijtijdseconomie –

Ambitie en daarbinnen het meetbaar gedeelte hiervan.

	2013		2020		Groei (%)	
	Ambitie	Meetbaar in monitoring	Ambitie	Meetbaar in monitoring	Ambitie	Meetbaar in monitoring
Bestedingen – toegevoegde waarde	5,3 mld	1,93 mld	6 mld	2,18 mld	13	13
Banen	100.000	51.700	130.000	58.400	30	13

De toegevoegde waarde van de Vrijtijdseconomie is in werkelijkheid hoger dan de cijfers die in de nulmeting gepresenteerd worden, omdat van de export op dit moment geen kwantitatieve gegevens bekend zijn. De sterke positie die Nederland op de handelsmarkt inneemt (de export is groter dan de import) zou kunnen betekenen dat ook binnen de Vrijtijdseconomie de export groter is dan de import. Dit wordt gedurende de beleidsperiode nader verkend.

De werkgelegenheidseffecten zijn de uitkomst van een modelmatige berekening. De toegevoegde waarde is de basis voor het berekenen van werkgelegenheid (aantal banen). Er is een direct verband tussen het geld dat consumenten uitgeven en de werkgelegenheid die nodig is om hen producten en diensten te leveren.

Daarnaast bestaan in de Vrijtijdseconomie banen in research & development ten behoeve van innovatie en cross-overs, zonder dat dit altijd leidt tot nieuwe consumentenbestedingen. In het aantal banen van dit type bestaat op dit moment geen kwantitatief inzicht, enkel het gedeelte wat meetbaar is wordt meegenomen in de monitoring. Het is de ambitie om in het vervolgstadium de interactie-effecten binnen de Brabantse Vrijtijdseconomie in bredere zin in de vingers te krijgen om zo beter te kunnen gaan sturen.

De totale ambitie voor de Vrijtijdseconomie uit het Beleidskader blijft met deze nuancering onveranderd.

Monitoring

De nulmeting is het vertrekpunt voor de monitoring waarbij zowel resultaat- als procesindicatoren in beeld zijn gebracht. Op kwantitatieve en/of kwalitatieve wijze. Op basis hiervan worden de cijfers tweejaarlijks gemonitord. Dit gebeurt in 2015, 2017, 2019 en 2020. De monitoring gebeurt aan de hand van een indicatorenoverzicht wat overzicht geeft van de doelen van het provinciale Vrijtijdseconomische beleid en de bijbehorende indicatoren. Voor ieder doel wordt bij vervolgmetingen in de monitoring een waardering van de voortgang gegeven met behulp van verkeerslicht symbolen.



Groen = Bereiken doel ligt op schema volgens oorspronkelijke planning.



Oranje = Doel wordt vooralsnog gehaald, maar er zijn aandachtspunten in de uitvoering.



Rood = Doel wordt niet (binnen de oorspronkelijke planning) gehaald.

Het vaststellen van de kleur, gebeurt op basis van de uitkomst van een gesprek met de partners. De indicatoren uit deze nulmeting zijn input voor een jaarlijks gesprek met Statenleden en de partners over de mate waarin gestelde doelen en ambities worden gehaald en de mate waarin het proces wordt gedragen door ondernemers, onderwijsinstellingen, overheden en maatschappelijke organisaties (Triple Helix+). Dit gesprek zorgt mogelijk voor bijsturing in het programma richting het einddoel. Het eerstvolgende informatiemoment over het proces is in 2014 en over de monitoring in 2015.