

Legislatuurnota 2019-2024 Vrije Tijd

Inhoud

1	Begrippenkader	2
2	Omgevingsanalyse	6
A	Macro-omgeving: trends	6
1.	Demografische factoren	6
2.	Economische factoren – vrijetijdseconomie.....	13
3.	Politieke en institutionele factoren	18
4.	Ecologische factoren	20
5.	Sociaal-maatschappelijke of sociaal-culturele factoren	28
6.	Technologische factoren	34
7.	Conclusie: impact op vrije tijd en toerisme.	37
B	Stakeholdersanalyse	39
C	Interne analyse	39
D	Overkoepelende SWOT	40
E	Inspiratie uit... Bibliografie	43
F	Bijlagen	44
	Bijlage 1: Verhouding 0-19 jarigen tov alle inwoners.....	44
	Bijlage 2: Economie en Toerisme	44
	Bijlage 3: ecosysteemdienstbenadering.	45
	Bijlage 4: Vrije Tijd Provincie Antwerpen in cijfers	46
	Bijlage 5: Sustainable Development Goals (SDG's)	61
	Bijlage 6: geestelijke gezondheid.....	62

1 Begrippenkader

Vrije tijd

Vrije tijd kunnen we omschrijven als de tijd die overblijft wanneer men voldaan heeft aan zijn beroeps- en sociale verplichtingen (karweitjes opknappen, ziekenbezoek, ...) en aan de fysiologische behoeften zoals eten, drinken en slapen.

Daarnaast kan vrije tijd ook als een gemoedstoestand beschouwd worden. Het aspect van ongedwongenheid komt hier sterk naar voor. Vrije tijd wordt dan bekeken vanuit een subjectief standpunt, waarin vooral het gevoel 'vrij' te zijn primeert om activiteiten te kunnen ondernemen omwille van de activiteit zelf en de persoonlijke voldoening die ze geeft.

Vrije Tijd wordt ingevuld met uithuizige activiteiten maar ook met creatieve binnenhuisactiviteiten zoals handwerken, aquarelschilderen,... of vrijwilligerswerk in Oxfam wereldwinkels, ondersteuning in RVT's of kleuterscholen.

We focussen ons in deze analyse en in onze werking voornamelijk op de uithuizige (dag)recreatieve activiteiten.

Uithuizige vrijetijdsactiviteiten

Onder uithuizige vrijetijdsactiviteiten worden alle (dag)recreatieve activiteiten verstaan die worden ondernomen buiten de eigen woning en waarbij men minimaal een uur van huis is (inclusief reistijd).¹

Toerisme

Toerisme wordt door de World Tourism Organization van de Verenigde Naties (UNWTO) gedefinieerd als : "de activiteiten van personen die reizen naar en verblijven op plaatsen buiten hun normale omgeving, voor niet langer dan een (aaneengesloten) jaar, om redenen van vrijetijdsbesteding, zaken, en andere doeleinden die niet zijn verbonden met het uitoefenen van activiteiten die worden beloond vanuit de plaats die wordt bezocht" (UNWTO, 2015a).

Dagtoerisme omvat geen overnachting, verblijfstoerisme omvat minimaal één overnachting. Er wordt verder onderscheid gemaakt tussen kort (1-3 nachten) en lang verblijfstoerisme (4 nachten en meer).

¹ NRIT, Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd, 2016

Recreatie

Recreatie wordt gedefinieerd als het geheel van gedragingen die een mens in zijn vrije tijd vrijwillig onderneemt of ondergaat, waarvan verondersteld wordt dat ze primair gericht zijn op het bevredigen van de eigen verlangens naar fysieke en geestelijke ontspanning als belevingsactiviteit. Ook rust en ontwikkeling zijn elementen die in dit belevingsmoment een rol kunnen spelen.

Omgevingsrecreatie

Omgevingsrecreatie wordt beschouwd als een recreatieve activiteit, gewoonlijk van kortere duur, die plaatsvindt buiten de eigen woning maar binnen de dagelijkse leefomgeving of eigen regio.

Natuurrecreatie

Natuurrecreatie is recreatie die hoofdzakelijk gericht is op de directe beleving van vrij gave natuurlijke gebieden en landschappen.

Recreatief medegebruik

Recreatief medegebruik kan omschreven worden als elke vorm van meervoudig ruimtegebruik waarbij op één ruimtelijk geheel verschillende functies kunnen voorkomen waarvan toerisme en recreatie er één is. Zo is natuurrecreatie een uitgesproken vorm van recreatief medegebruik. Medegebruik impliceert niet noodzakelijk dat de functie toerisme en recreatie ondergeschikt is aan de andere functies. De draagkracht van het gebied in kwestie moet steeds mee in rekening worden gebracht.

Erfgoedbeleving

Een gemeenschap is niet lukraak gekozen. Ze is ontstaan uit een generatielange overlevering van kennis en tradities die materiële en immateriële sporen hebben nagelaten. Samen vormen ze ons roerend en onroerend erfgoed en vormen zij de wortels van een gemeenschap. Het zeer drastisch vernietigen van erfgoed kan leiden tot vervreemding en zelfs het uitwissen van de geschiedenis van een volk. Om de identiteit van een gemeenschap te bewaren is het zinvol om dit erfgoed zorgvuldig te selecteren, te bewaren en te valoriseren. Erfgoedbeleving geeft dit erfgoed op een zinvolle wijze terug aan de gemeenschap door het erfgoed op te laden met (nieuwe) publieksgerichte waarden en functies die zeer divers kunnen zijn maar steeds respect opbrengen voor de historische waarde en context. Het levende erfgoed zijn bijvoorbeeld onze historische bossen en parken maar ook plantencollecties vormen een deel van dit erfgoed. Beleefbaar erfgoed vormt in grote mate ook de grondstof voor toeristisch-recreatieve producten.

Groene infrastructuur

Groene infrastructuur kan het best worden omschreven als een strategisch opgezet netwerk van natuurlijke en seminatuurlijke gebieden met diverse milieukenmerken, dat ontworpen is en beheerd wordt teneinde een brede reeks ecosystemendiensten te leveren en de biodiversiteit te bewaren in zowel een landelijke als een stedelijke omgeving. ²

Groene infrastructuur moet ontworpen en beheerd worden als een multifunctionele bron die ecologische diensten en levenskwaliteit kan aanreiken voor de gemeenschap. Ze moet tevens duurzaamheid vooropstellen. ³

Een groene infrastructuur kan het best worden bereikt door een geïntegreerde aanpak waarbij alle beleidsdomeinen betrokken worden bij de ontwikkeling ervan (natuur, water, recreatie, landbouw, ...)

Blaauwe Halte

Een blauwe halte is een multimodale plek aan het water waarbij mobiliteitsmodi over land gecombineerd wordt met mobiliteitsmodi over het water.

Toegankelijk nabij groen

Zowel in een bebouwde context als in de open ruimte moeten plekken en verbindingen worden gerealiseerd, waar 'puur genieten' en 'kijken naar', laagdynamische activiteiten zoals het 'ommetje rond het dorp', de hond uitlaten, spelen en ravotten, vissen... tot het meer dynamische joggen en sporten,... een plaats krijgen. De mogelijkheid om binnen een straal van ca. 400 m toegang te hebben tot een plek in een groene omgeving waar je kan verpozen en ontspannen, komt de gezondheid van elke mens ten goede. De impact van regelmatig even kunnen 'herademmen' in een groene omgeving is veel groter dan een tweewekelijkse wandeling in een bos van een half uur.

Zie ook tabel 8 op pagina 23 met afstandsnormen en aanbevolen hoeveelheid groen in de stedelijke omgeving.

Natuurlijk kapitaal

² Bron: European Commission, Building a green infrastructure for Europe, 2013

³ Bron: Natural England

Natuurlijk kapitaal is de voorraad aan natuurlijke ecosystemen die een stroom van waardevolle producten en diensten voortbrengt, nu en in de toekomst. Het is de uitbreiding van het economische begrip kapitaal (vervaardigde productiemiddelen) met de producten en diensten die de natuurlijke omgeving voortbrengt.

De succesvolle inzet op het fietstoerisme in Vlaanderen heeft de relatieve waarde van het natuurlijk kapitaal van de toeristische regio's verhoogd. Met het fietsknooppuntensysteem zijn regio's die vroeger moeilijk toeristisch te ontsluiten waren heden socio-economisch belangrijker voor de provincies. Het natuurlijk kapitaal vormt daarmee steeds uitdrukkelijker en vrijwel letterlijk de 'grondlaag' voor de toeristische identiteit van een streek.

Bruto nationaal geluk

Welvaart werd tot hiertoe enkel gemeten vanuit economisch oogpunt, aan de hand van het bruto binnenlands product (BBP). Dankzij het inspirerende voorbeeld van de Bhutaanse koning Jigme Singye Wangchuck keurde de VN in 2011 een geluksresolutie goed. Sindsdien krijgt het begrip 'bruto nationaal geluk' meer en meer ingang waarbij vanuit een holistische visie welzijn in rekening wordt gebracht.

Niet alleen economische, maar ook emotionele en spirituele indicatoren zijn immers relevant: het gezondheids- en onderwijssysteem, een veilige omgeving, een vast inkomen, fatsoenlijke huisvesting, degelijke gemeenschapsvoorzieningen, voldoende vrije tijd, het behoud van cultureel erfgoed, lokale tradities en leefomgeving dragen allemaal bij tot een veerkrachtige en gelukkige gemeenschap. ⁴

Ecosysteemdienst

Het uitgangspunt is dat niet alleen onze omgeving, maar ook wijzelf, met al onze activiteiten, onze welvaart en ons welzijn, deel uitmaken van ecosystemen. Het concept wordt sinds de Millennium Ecosystem Assessment (MEA) in 2005 wereldwijd gebruikt. De baten die natuur ons biedt, zijn zeer uiteenlopend. De MEA onderscheidt: productiediensten, regulerende diensten, culturele diensten en ondersteunende diensten (zie figuur in bijlage). Deze benadering verenigt zowel ecologische als economische en sociale aspecten in eenzelfde kader. (INBO, 2016)

Vrije Tijd heeft raakvlakken met zowel het ecologische, economische als sociale.

⁴ Bron: MO magazine: Het Bruto Nationaal Geluk, Alma De Walsche, februari 2014

2 Omgevingsanalyse

A Macro-omgeving: trends

1. Demografische factoren

A.1.1 Vergrijzing en ontgroening.



Een dalend geboortecijfer en een stijgende levensverwachting brengen een **veroudering** van de bevolking met zich mee.⁵ De ouderen vormen een heterogene groep op vlak van leeftijd, financiële middelen, gezondheid en tijdsbesteding.

De ouderen van nu zullen gezonder oud worden, proberen zich zo lang mogelijk jong te voelen, zijn veel mobieler en willen hun omvangrijke vrije tijd een actieve invulling geven. Die omvangrijke vrije tijd komt langs de andere kant onder druk, omwille van flexijobs, opvang kleinkinderen, langer werken, ...

Er is een vitale groep met relatief veel geld en tijd die men wil besteden aan 'me-time': rust, ruimte, uitstappen, reizen en beleven. Aspecten als betrouwbaarheid, authenticiteit, gezondheid, comfort, gemak en veiligheid maar ook afwisseling zijn hierbij zeer belangrijk.



Daarnaast zijn deze 'ouderen' vaak ook op zoek naar een zinvolle vrijetijdsinvulling waar zij een sociaal engagement kwijt kunnen. Hier kan de vrijetijdssector ook dankbaar op inzetten.

De vergrijzing is echter niet voor iedereen een evident gegeven. Een beperkt pensioen is voor velen een remmende factor. Ook zorgbehoeften spelen een grote rol in de vrijetijdsparticipatie van de oudere.

Als de vrijetijdssector erin slaagt rekening te houden met de diverse noden en wensen van deze doelgroep dan bieden deze 'ouderen' heel wat opportuniteiten voor verdere ontwikkeling en vernieuwing.

⁵ In 2013 was het aandeel van de ouderen (60+) in België nog 24%, tegen 2050 zal dit aandeel oplopen tot 31,8% (bron: Trendrapport Toerisme 2014, p24).

Enkele voorbeelden:

- Fietsen is een activiteit die heel populair is bij de ouderen. De opmars van de e-bike zal zich verderzetten en biedt extra mogelijkheden voor de (minder mobiele) ouderen.
- Ouderen engageren zich graag als fietspeter/meter, vrijwilliger bij evenementen, (natuur- of toeristische) gids...
- Deze doelgroep biedt opportuniteiten voor seizoensspreiding en een nieuw aanbod zoals zorgvakanties en bestemmingen met een sterk toegankelijk toeristisch product....

Ondanks de afname van het aantal jongeren in de samenleving en hun beperktere budgettaire mogelijkheden mogen de **jongeren** op gebied van vrijetijdsbesteding niet verwaarloosd worden.⁶



12.8. - De jongeren van nu zijn opgegroeid in een digitale wereld, waar vrije tijd en werken sterk in elkaar overlopen. Ze zijn over het algemeen actief, houden van avontuur, zijn erg gevoelig voor hypes en trends, maar hechten bovenal belang aan samen zijn en beleving.

Eens 18 jaar nemen meer en meer jonge studenten studentenjobs aan om dit zelf te kunnen financieren. Reizen mogen low budget zijn maar ze moeten vooral boeiend zijn en verrijkend voor hun persoonlijke ervaring en ontwikkeling. Ze reizen in gezelschap van vrienden en leeftijdsgenoten, kiezen vaker voor verre bestemmingen en voor actieve vakanties. Ook opleidingen en stageplaatsen in het buitenland spreken hen aan. Qua dichtbij-huis-bestemmingen scoort vooral het festivaltoerisme.

⁶ Het aantal 0-tot 20-jarigen neemt slechts licht in aantal af om na 2030 weer toe te nemen. (NRIT, p21).

Enkele voorbeelden:

- Gaming is een bijzonder populaire vrijetijdsbesteding bij jongeren.
- De markt speelt al volop in op het individuele jongerentoeerisme met een aanbod aan groepsreizen voor jongeren vanaf 12 jaar: skivakanties, surfen, zeilen, bergbeklimmen.... (jongerentravel.be, studentenreisbureau Kilroy, ...).
- Het aantal Erasmus+ studenten in Vlaanderen neemt toe: 5.648 studenten namen deel in het academiejaar 2016-2017: dit is 5,65% meer dan in 2015-2016 en het is de hoogste score in 30 jaar. (Persbericht kabinet Vlaams minister voor Onderwijs, 17 augustus 2017).
- Heel wat jongeren volgen actief de blogs en vlogs van hun 'influencers' en laten zich hierdoor inspireren voor levensstijl en vrije tijd.

Onder andere de financiële drempel maakt dat de vakantieparticipatie bij jongeren uit de lagere sociale klasse aanzienlijk lager ligt. Op jonge leeftijd is het vaak nog de jeugdbeweging of de jongerenvereniging waarvan ze lid zijn, waardoor kinderen een eerste (en soms enige) toeristische ervaring opdoen. Eens ouder vervalt, om financiële reden, vaak die mogelijkheid.

Daarnaast zijn er nog culturele drempels: zo slaagt het klassieke Vlaamse jeugdwerk er moeilijk in om allochtone kinderen en jongeren in hun werking te brengen.⁷ Dit wordt gedeeltelijk gecompenseerd door andere organisatoren van jeugdtoeristische activiteiten die er wel in slagen een breder en gevarieerder publiek te bereiken.⁸

⁷ Het aantal allochtonen in Vlaanderen binnen de leeftijdscategorie 0 tot 5 jaar is 25 %. Voor de leeftijdscategorie tussen 6 en 11 jaar is dit 23 % en voor de leeftijdscategorie tussen 12 en 25 jaar 18 %. Het aantal allochtone kinderen dat participeert aan deze vorm van jeugdtoerisme ligt beduidend lager.

⁸ Lokale jeugd- en jongerenbewegingen, koepelverenigingen met vormingscursussen, mutualiteiten, vakantieorganisaties, jeugdhuizen, jeugdverenigingen zoals jeugdkoren en jeugdfanfares.

Jeugdbeweging:

- In Vlaanderen is de jeugd- of jongerenvereniging een populaire vrijetijdsbesteding. Met de vakantiecampen biedt ze bovendien ook een waardevol vakantieaanbod aan dat erg in trek is (86% van de Vlaamse jongeren tot 24 jaar gaat mee op vakantie met hun vereniging, goed voor de helft van het totaal aantal overnachtingen). Het is meestal een duurzaam verblijf in eigen land en het is betaalbaar. Ze bereiken echter moeilijk allochtone kinderen en jongeren.

Andere organisatoren van jeugdtoeristische activiteiten die wel een breder en gevarieerder publiek bereiken:

- jeugdsportclubs en sportverenigingen met een jeugdwerking, scholen die bos-, zee-, stads- en plattelandsklassen of bezinningsweekends of meerdaagse stages inrichten, instellingen voor bijzondere jeugdzorg of MPI's (medisch-pedagogische instituten).

A.1.2 Wijzigende gezinssamenstelling

De gemiddelde grootte van een gezin is gedaald. Het aandeel **singles** en **eenoudergezinnen** stijgt.⁹ Daarnaast neemt het belang van de '**multigeneration family**' verder toe: er ontstaat een familienetwerk van ouders, met kinderen, grootouders, ooms en tantes, en zelfs overgrootouders. Er zijn meer nieuw samengestelde gezinnen dan ooit.

Huishoudens en gezinnen worden bijgevolg almaar diverser en daar zal de vrijetijdsector rekening mee moeten houden door een divers en flexibel aanbod te ontwikkelen.

⁹ Eenoudergezinnen in 2013: 34% in België; tegen 2050: al 42% verwacht. (Bron: Trendrapport Toerisme 2014)

Enkele voorbeelden:

- Eénoudergezinnen en gezinnen met kinderen hebben nood aan goede logistieke ondersteuning voor kinderen zoals babysitdiensten.
- Er is een groeiende nood aan verblijfslocaties en een activiteiten aanbod voor multigenerationele vakanties .

A.1.3 Van een multiculturele naar een diversere samenleving



De huidige vluchtelingencrisis versnelt de overgang naar een **diversere samenleving**. Er is een grote diversiteit binnen de diversiteit.



11.3 - Naast de klassieke elementen zoals geslacht, leeftijd, religie, sociaaleconomische status, seksuele geaardheid etc. komen er nieuwe elementen bij, zoals verschillende immigratiestatus en de bijbehorende (ingeperkte) rechten van nieuwkomers, hun onderwijs- en arbeidservaring, en hun ervaringen met administraties.

Al deze factoren hebben invloed op de levens van mensen en bepalen die levens zelfs in grote mate: ze bepalen manieren van denken, handelen, voelen en betekenis geven.¹⁰



Dat deze diversere samenleving ook tot een andere toeristisch-recreatieve vraag leidt, is duidelijk. Toch wordt hier vandaag de dag onvoldoende rekening mee gehouden. Integratie via vrije tijd is nog geen succes.¹¹

¹⁰ In steden als Brussel vormen mensen met wortels in migratie al de meerderheid van de stadsbewoners. Volgend decennium is dat ook in Antwerpen een realiteit (Bron: Dirk Geldof: Superdiversiteit. Hoe migratie onze samenleving verandert. (2013, 5de geactualiseerde druk 20 15, 7de druk 2017)

¹¹ Alloctonen participeren nauwelijks aan het 'reguliere' vrijetijdsaanbod (zie ook hierboven bij jongeren).

Enkele voorbeelden:

- Internationaal begint de halal economie zich te ontwikkelen. Zo zijn halal vakanties razend populair bij moslims uit verschillende landen in de wereld.
- Serveren de concessionarissen in de provinciedomeinen aangepaste voeding voor verschillende doelgroepen. Bijvoorbeeld allergieën, kindermenu's, vegetariërs, koosjer, ...?
- Toeristisch-recreatieve promotie toont als visueel beeld vrijwel uitsluitend het stereotiepe blanke gezin of koppel.
- Zijn de verblijfsvoorzieningen aangepast aan specifieke noden, bijvoorbeeld rolstoeltoegankelijk, audiovisuele aanpassingen, 'childproof', ...

Daarnaast is er ook de vraag hoe in te spelen op andere vormen van diversiteit, om er met genderneutraliteit maar één te noemen.



1.b - In dit kader past ook het **social toerisme**, nu 'Toerisme voor Allen' genoemd.

Het Toerisme voor Allen beleid wil in de vakantieketen alle drempels wegwerken die een individu of groep niet op eigen kracht kan overwinnen, via een samenwerking tussen partners vanuit een maatschappelijk verantwoorde visie.





De drempels worden in zes categorieën onderverdeeld : financiële drempel¹²; socioculturele drempel; fysieke drempel; psychische, verstandelijke, sociale drempel; leeftijdsdrempel en gezinssituatiedrempel.



11.7 - Toerisme Vlaanderen probeert zoveel mogelijk drempelverlagend te werken via ondersteuningssubsidies en allerlei initiatieven. Ook binnen het vrijetijdsbeleid van de provincie is gelijke kansen een prioritaire beleidsdoelstelling. Het blijft echter nog steeds een uitdaging om bepaalde doelgroepen beter te bereiken!

Enkele voorbeelden:

- Toerisme Vlaanderen lanceerde het Steunpunt Vakantieparticipatie, Rap op Stap kantoren in samenwerking met lokale OCMW's (reisadvies) en de website www.vakantieschakel.be die een match nastreeft tussen vraag en aanbod
- TPA: Beleidsnota Toerisme voor Allen werd in 2017 opgemaakt.

¹² Uit armoedecijfers blijkt dat het totaal aandeel personen onder de armoededrempel min of meer stabiel is gebleven, maar dat er binnen bepaalde bevolkingsgroepen wel evoluties zijn op te merken: vooral personen in eenoudergezinnen (27 procent), personen in grote gezinnen (18 procent) en alleenstaanden (17 procent) lopen een hoger armoederisico dan gemiddeld. Ook bij de groep personen geboren in een land buiten de EU is het armoederisico zeer hoog: het ligt zelfs hoger dan het Europese gemiddelde.

2. Economische factoren – vrijetijdseconomie

A.2.1 Flexwerken

Het flexwerken, een nieuwe werkstijl met **flexibiliteit in tijd, plaats en duur** van werken, zet zich door. Door deze vrijheid tot flexibele invulling, wordt de vrije tijd van (jonge) actieven steeds meer versnipperd: nog even snel gaan joggen voor de werkdag start, thuiswerken en tussendoor wat privé-zaken regelen, even gaan fitnessen tijdens de lunchpauze, ... Een stijgende belangstelling voor vrijetijds mogelijkheden in de onmiddellijke woon- of werkomgeving zijn hiervan een direct gevolg.

Technologische innovaties met de smartphone voorop, maken dat werk en vrije tijd niet meer complementair zijn maar steeds meer verweven geraken. Men is **altijd bereikbaar** en het werk en de thuisbasis zijn daardoor nooit ver weg. De verwachtingsdruk ligt hoog. Echte rustbeleving wordt zeldzaam. Zelfs in het weekend moet er van alles gebeuren. Vervelen mag niet meer, terwijl dit juist belangrijk is voor het creatieve denkproces. De nood aan ruimte voor totale ont-haasting neemt hierdoor toe.

Enkele voorbeelden:

- Bedrijven bieden kortingen aan om in de buurt van het werk te fitnessen, een yogales te volgen,
- De belangstelling voor (korte) verblijven of uitstappen in een rustige, kwalita-tieve plattelandsomgeving neemt toe.

A.2.2 Toerisme = economie



8.9 - De vrijetijdseconomie is uitgegroeid tot een speerpunt voor onze economie en jobcreatie. Toerisme wordt nauwkeurig gemonitord via het Tourism Satellite Account (TSA) van de United World Tourism Organisation (UNWTO). Daarnaast publiceert Toerisme Vlaanderen jaarlijks haar rapport 'Toerisme in Kerncijfers'. Dit rapport bundelt data uit sectoren die inkomsten genereren zoals logies, horeca, vervoer, kleinhandel van streekproducten, sport- en recrea-tiedomeinen, ... waardoor ook een zeker aandeel dagrecreatie is opgenomen.

Enkele cijfers:

- Met 8,6 miljard euro of 4,3% van de totale toegevoegde waarde haalt de toeristische sector in het Vlaams Gewest meer toegevoegde waarde dan sectoren als chemie (3,1%), elektriciteit, gas en water (2,3%) of de hele financiële sector (3,8%). Het bruto binnenlands product van toerisme is 5 miljard euro of 2,1% van het totale bruto binnenlandse product.
- De toeristische sector zorgt tevens voor een (gevarieerde) tewerkstelling: goed voor 185.842 jobs in het Vlaamse Gewest in 2016, waarvan 27,8% of 51.725 jobs in de provincie Antwerpen. Verder is het aandeel van tewerkstelling in de toeristische bedrijfstakken binnen de totale tewerkstelling in het Vlaams Gewest 5,5% voor de loontrekkenden en 8,1% voor de zelfstandigen en helpers (cijfers TSA 2016).

Dat vrije tijd een belangrijke bron van inkomsten kan zijn en dat er nog volop groeipotentieel is, hebben ook meer en meer jonge, creatieve ondernemers ontdekt. In belevingsvolle omgevingen investeren ze in een eerder kleinschalig toeristisch-recreatief aanbod dat zich richt op een niche-markt zoals avontuurlijke teambuilding activiteiten, retro fietsevents, pop-up zomerbars, Vespa-tours, experiential tours... Zij worden belangrijke spelers op de toeristische markt van de toekomst.

De deeleconomie

Na de belevings- en betekenis-economie, die een sterke impuls hebben gegeven aan de heropbloei van de creatieve sectoren, duikt recent het fenomeen op van de deeleconomie. Tal van **initiatieven rond 'delen'** en uitwisselen van persoonlijke ervaringen en zelfs persoonlijke eigendom staan hierbij centraal. Onlineplatformen, websites en apps schieten als paddenstoelen uit de grond.

Die nieuwe bedrijven zijn enorm vindingrijk en stellen talloze originele ideeën voor. Er is sprake van een heuse revolutie die het speelveld ingrijpend verandert. De deeleconomie verandert hoe toeristen zich verplaatsen (mobiliteit), waar ze verblijven (accommodatie), wat en waar ze eten (restaurants) en wat ze doen (attracties en allerhande activiteiten). ¹³

¹³ NRIT, Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016

Enkele voorbeelden:

- Mensen wenden zich tot bedrijven zoals Airbnb om logies te vinden of doen een beroep op bedrijven die een kampeerplek bij particulieren aanbieden.
- Vervoersalternatieven zoals Uber veroveren de markt.

A.2.3 Gewijzigd verblijfslandschap

Kamperen is in de provincie Antwerpen een belangrijke verblijfsvorm en een belangrijke bron van inkomsten, met name in de Kempen.¹⁴ De vraag naar jaarplaatsen op de campings neemt evenwel sinds 2004 gestaag af en het Centre of Expertise in Leisure, Tourism and Hospitality (CELTH) verwacht nog een verdere daling. De wens om een staanplaats 'te bezitten' is niet meer van deze tijd.¹⁵ Gezien het economisch belang is het een uitdaging om naar de toekomst een nieuw publiek te vinden en wordt er bv. gedacht aan het aantrekken van jonge stadsgezinnen, tweeverdieners, die in het weekend willen onthaasten in het groen.

Een andere trend die economische repercussies heeft, is de toename van **werkgerelateerde verblijven**. Toeristische overnachtingsmogelijkheden worden meer en meer ingevuld voor kortere of langere tijd door buitenlandse werknemers, in functie van tijdelijke werkopdrachten. In het laagseizoen kan dit een positief effect hebben op de economische rendabiliteit, maar in het hoogseizoen nemen deze 'werkenden' de accommodatie in die bestemd is voor toeristen, terwijl ze nauwelijks gebruik maken van randactiviteiten en weinig spenderen.

Het is wenselijk deze problematiek onder de aandacht te blijven brengen bij de ruimtelijke planning en inrichting van bedrijventerreinen zodat er gezocht kan worden naar een betere match tussen vraag en aanbod.

De verblijfstoerist wordt veeleisender en dit resulteert in een **verhoogde investeringsdruk** voor de toeristische uitbaters.

De verblijfstoerist onderneemt vaker kleine of grotere reizen en richt zich hiervoor in grote mate op het internet of op de eigen ervaring of de ervaring van vrienden en familie. Hij vergelijkt prijzen, accommodaties; hij wikt en weegt en stelt voor zichzelf een eisenpakket op waaraan een

¹⁴ 381.638 overnachtingen in de provincie Antwerpen waarvan 364.108 in de Kempen (Bron: Toerisme Vlaanderen, Toerisme in cijfers XL, 2016)

¹⁵ 30% van de jaarplaatsen zijn in het bezit van 65+'ers maar al 50% van de 70+'ers geeft aan afstand te willen doen van hun jaarplaats; veel kinderen willen de jaarplaats van hun ouders niet overnemen

verblijf moet voldoen. Camping- en logiesuitbaters worden geconfronteerd met een basiseisenpakket dat qua prijs-kwaliteit nog moeilijk in te vullen is. Het legt een zware druk om voortdurend te vernieuwen en te investeren in kwaliteit waardoor de winstmarge alsmaar kleiner wordt.

A.2.4 Gewijzigde financieringsmodellen

Voor de realisatie van kwalitatieve vrijetijdsinfrastructuur zoeken overheden meer en meer naar **creatieve cofinancieringsmodellen** om de druk op gemeenschapsgelden te verminderen. Externe partners worden via publiek-private samenwerking (PPS) mee aangesproken voor de realisatie van infrastructuur of zelfs het totaal overnemen van de exploitatie, met een eigen verdienmodel.

PPS constructies bieden bijvoorbeeld voor de recreatiedomeinen en landgoederen heel wat potentieel.

Enkele voorbeelden:

- Kempens Landschap steunt in grote mate op PPS-constructies voor de restauratie en exploitatie van belangrijke erfgoedsites zoals de kolonies van Merksplas en Wortel en spreekt potentiële investeerders rechtstreeks aan via hun website.
- De Schorre biedt avontuurlijke activiteiten aan samen met privé-partners zoals Intense Activities, Kajakclub KNRS, Hockeyclub Braxgata, ...

A.2.5 Bruto nationaal geluk (BNG).



Welvaart werd tot hertoe enkel gemeten vanuit economisch oogpunt, aan de hand van het bruto binnenlands product (BBP). De VN keurde in 2011 de Geluksresolutie goed. Sindsdien krijgt het begrip bruto nationaal geluk meer en meer ingang waarbij vanuit een holistische visie **welzijn in rekening wordt gebracht**. Er werd ook een intergouvernementele werkgroep opgericht om elementen van dit denken op te nemen in de nieuwe set doelstellingen die na 2015 de millenniumontwikkelingsdoelen moeten opvolgen.

Ook in België werd een wetsvoorstel goedgekeurd, ingediend door de commissie Financiën en Economie van de senaat voor het ontwikkelen van nieuwe indicatoren voor economische prestaties, sociale vooruitgang, levenskwaliteit en geluk.

Als het Bruto Nationaal Geluk doorbreekt als indicator van ontwikkeling, wint het aspect vrije tijd als een factor van welzijn, van welvaart sterk aan belang. ¹⁶



11.7 - Welzijn ligt onder druk, denk maar aan het feit dat een toenemend aantal mensen te kampen hebben met psychische problemen. Dit versterkt de noodzaak aan publieke groene ruimte (zoals de provinciale domeinen) waar mensen tot rust kunnen komen, zich ontspannen en heropladen. Meer info hierover onder A4.3 (Erkenning belang groen en natuur als grondstof voor vrije tijd en welzijn)

A.2.6 Rol provinciale aanbod openluchtrecreatie

Hoewel toerisme en recreatie een belangrijke markteconomische waarde (cfr A2.2 Toerisme = economie) hebben, is het belangrijk dat naast de (privé-) initiatieven, ook een maatschappelijke nood, ingevuld kan worden. Zoals ook verder in deze omgevingsanalyse onder A4.3 toegelicht wordt, is er in de huidige context van schaarse ruimte, met toename van onzekerheden en stress, ... een grote nood aan publieke groene ruimte waar mensen tot rust kunnen komen, zich ontspannen en heropladen. De provincie Antwerpen neemt haar verantwoordelijkheid op met haar laagdrempelig (cfr sociaal toerisme pg 11 en 12) aanbod van bovenlokale openluchtrecreatie, variërend van laag- tot hoogdynamisch. Het feit dat dit aanbod zo laagdrempelig mogelijk aangeboden moet worden en de afhankelijkheid van de weersomstandigheden bij openluchtrecreatie, maken dat deze 'bedrijven' dus niet of moeilijk rendabel te houden zijn. Daarnaast maken ook het grondgebonden en bovenlokale karakter van deze domeinen en bedrijven de provincie per definitie meest geschikt voor deze opdracht. De provincie streeft hierin om gebiedsdekkend te zijn, maar momenteel is er in het noorden van Antwerpen nog een blinde vlek.

Andere initiatieven, overdekt (B&B, hotels, vakantieparken, e.d.) zijn privé initiatieven die per definitie rendabel moeten zijn en een specifiek betalend aanbod hebben welke modale recreanten (zijn geen toeristen) 'financieel' afschrikken en de geformuleerde maatschappelijke behoefte niet afdekken.

¹⁶ Maarten Desmet, Bruto Nationaal Geluk. Bhutan inspireert de wereld, Lannoo, ISBN 9789401410281

3. Politieke en institutionele factoren

A.3.1 Terreur



11.7 - De turbulente gebeurtenissen van de afgelopen twee jaar hebben het onveiligheidsgevoel van veel mensen versterkt. Voor de vrijetijdsector is **veiligheid** juist een belangrijke voorwaarde om te ontspannen en te kunnen genieten.

De daadwerkelijke effecten lijken meestal tijdelijk en relatief lokaal, toch ondervindt ook de vrijetijdsector hier de gevolgen van.

Enkele voorbeelden:

- Er geleden striktere veiligheidsvereisten bij het organiseren van evenementen, toegang tot ...
- Angst en een onveiligheidsgevoel leiden tot meer dichtbij vakanties in eigen land

A.3.2 Onveiligheidsgevoel en vandalisme



De toenemende onveiligheidsproblematiek en het **vandalisme** in sommige recreatiegebieden zijn de laatste jaren zo opvallend dat het VIR en de VVP deze problematiek overkoepelend hebben opgenomen. Het onderzoek concentreert zich op drie vragen.

- Welke beveiligingsmaatregelen zijn effectief op het moment zelf dat de problematiek zich voordoet?
- Welke (juridische) handvaten zijn er om overtreders te bestraffen?
- Proactief, hoe kunnen we deze problematiek voorkomen? In hoeverre kun je bepaalde doelgroepen betrekken, dat ze zich thuis voelen, ... ?

A.3.3 Gewijzigde bevoegdheden

Met de gewijzigde bevoegdheden van de provincies vormt **gebiedsgerichte werking** en een interdepartementale aanpak een belangrijke pijler. Ook het provinciale vrijetijdsbeleid zal hier op inhaken en haar rol opnemen in de strategische en gebiedsgerichte projecten.

Daarnaast richt het provinciale vrijetijdsbeleid zich ook op enkele **hiaten** in het beleid van andere overheden: zo zijn bijvoorbeeld watergebonden recreatie, kamperen en jeugdtoerisme en 'nabijheid van groen' momenteel geen prioriteiten voor Toerisme Vlaanderen, maar vormen zij

voor de provincie Antwerpen, omwille van hun belang voor de provincie, wel een belangrijk speerpunt. Door haar intermediaire rol op te nemen en samenwerkingen op te zetten tussen Kempen Campings, Toerisme Provincie Antwerpen, lokale actoren en overheden ... kan hierop ingespeeld worden

A.3.4 Regulering



8.3 - Tenslotte maken de uitgebreide reguleringen het voor de vrijetijdsmaker niet makkelijk, denk maar aan de **reguleringen rond logies** of de inzet van vrijwilligers. De provincie kan hierin een ondersteunende en adviserende rol vervullen.

4. Ecologische factoren

A.4.1 Verstedelijking en schaarse open ruimte



11.3 - Vlaanderen verstedelijkt verder. Open ruimte wordt schaarser terwijl het wordt geclaimd vanuit verschillende hoeken.¹⁷ Natuur, landbouw, water en recreatie vormen samen een geheel van sectoren die het nut en de noodzaak van de open ruimte benadrukken. De omvorming van deze schaarse open ruimte tot **een kwalitatieve open ruimte** (waar natuur, landbouw, water en recreatie een samenhangend en functioneel geheel vormen), ... vormt een grote uitdaging. De open ruimte vormt het natuurlijk kapitaal waar (o.a.) de vrijetijdsbeleving kan plaatsvinden.



Want open ruimte zorgt voor (adem)ruimte, rust en stilte in onze sterk verstedelijkte provincie; het versterkt de kwaliteiten van het landschap en het kan instaan voor het leveren van talrijke ecosystemediensten: biodiversiteit, voedselproductie, waterberging, bestuiving, recreatie, capteren CO₂,...

Vrije tijd speelt sinds de jaren '80 een steeds belangrijkere rol in onze maatschappij en ons leven. Ontspanning en toerisme dicht bij huis, en het liefst in een groene en authentieke omgeving, winnen aan belang. De eisen van de recreatieve bezoeker worden ook hoger: hij is niet enkel tevreden met wandelen en fietsen, maar zoekt naar een gevarieerd aanbod.

In het toekomstig beleid moet vrije tijd als een volwaardige partner meegenomen worden om samen met ruimte voor water, landbouw en natuur ook ruimte te bieden voor vrije tijd en de daaraan gekoppelde infrastructuur, zonder te veel druk op de open ruimte. De **draagkracht** van deze open ruimte dient steeds bewaakt te worden.

Recreatief medegebruik voor de zachte recreatie in een kwalitatief openruimtelandschap, kan hierop al een antwoord bieden. Alle sectoren kunnen uit dat meervoudig gebruik van ruimte immers voordeel halen.

¹⁷ Het Natuurrapport 2014 van het Instituut voor Natuur en BosOnderzoek rapporteert 945.000 hectare niet-urbane ruimte; de CORINE land cover databank van 2012 van het Europees Milieu Agentschap bevat iets meer dan 990.000 hectare 'niet-artificiële' ruimte. Dit is net geen 75% van de totale oppervlakte. Hiermee zit Vlaanderen in de staart van het Europese peloton. Gemiddeld gezien is het aandeel niet-artificiële ruimte in de Europese lidstaten meer dan 95%..

Enkele voorbeelden van recreatief medegebruik:

- De natuursector vergroot er haar draagvlak voor natuurontwikkeling mee; de omgekeerde toegankelijkheid wordt onderzocht: bewust kiezen om 'alles' open te stellen in plaats van enkel bepaalde gebieden/stukken.
- De agrarische sector kan een graantje meepikken via hoevetoerisme en de verkoop van hoeveproducten.
- Originele kampeermogelijkheden midden in de natuur winnen aan belang: paalkamperen, vlotkamperen, boomhutten ...
- Natuur en recreatie vinden elkaar in de creatie van stiltegebieden.
- Trage wegen worden meer en meer opengesteld.

Ook bij zachte recreatie dient de draagkracht opgevolgd te worden. Zo taste de populariteit van paalkamperen ¹⁸(of het oneigenlijke gebruik ervan) in sommige gevallen de draagkracht van de site aan of leidde tot overlast voor de omgeving.

Schaarse ruimte leidt soms ook tot conflicten tussen verschillende gebruikersgroepen van deze beperkte ruimte. Locaties met hoogdynamische recreatie en de organisatie van (grote) events zoals muziekfestivals, grote sportmeetings zoals BK-veldrijden, massa-events van verenigingen... heeft een zware impact op de omgeving waardoor maar weinig locaties dergelijke initiatieven, met een minimum aan hinder, kunnen laten plaatsvinden .

Het is voor het vrijetijdsbeleid een belangrijke opdracht om een evenwicht te vinden om bij de organisatie van bovenlokale evenementen de draagkracht van de omgeving te blijven bewaken.

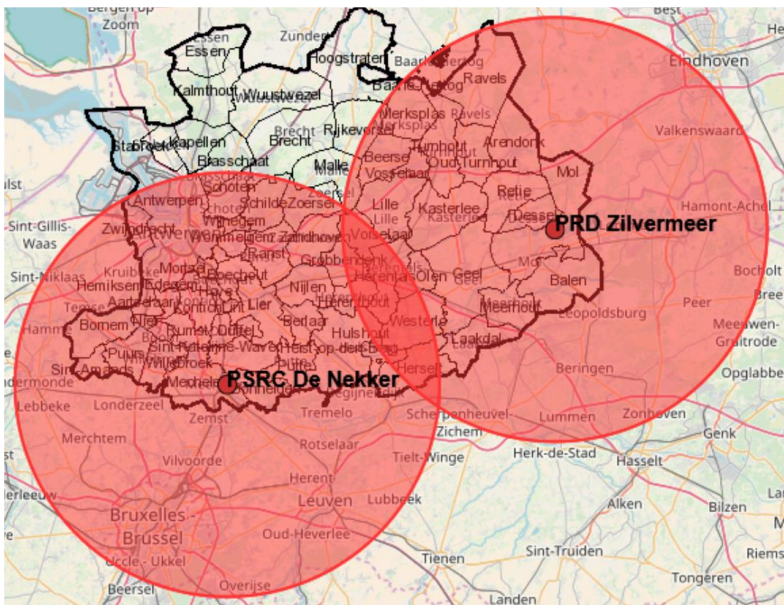
Daarnaast voert de provincie een actief beleid **om hoogdynamische recreatie** te voorzien in haar recreatiedomeinen: het Zilvermeer, De Schorre en De Nekker. Naar de toekomst toe stelt het provinciaal vrijetijdsbeleid voor om weldoordachte hoogrecreatieve clusters te definiëren op locaties die zich ertoe lenen, omwille van hun recreatieve mogelijkheden, hun bovenlokale aantrekkingskracht en hun groeipotentieel. De drie provinciale recreatiedomeinen kunnen als motor van een dergelijke cluster fungeren; daarnaast dienen ook criteria bepaald te worden voor de ontwikkeling van potentiële clusters.

¹⁸ Ook bivakzones genoemd. In speciaal aangeduide zones (gemarkeerd met een paal of pomp) kan je kort en zonder luxe bivakkeren in een natuurlijke omgeving. Meer info op www.bivakzone.be

Enkele voorbeelden:

- Dancefestival Tomorrowland in De Schorre is hét voorbeeld waarbij de provincie samen met de gemeente en de organisatoren het evenwicht moet bewaken tussen een massa-event en de omgeving.
- Hoogrecreatieve clusters bevinden zich vaak op locaties van vroegere ontginning: zandontginning, kleiontginning, zandwinningsputten omwille van hun (water)recreatief potentieel en de spontane ontwikkeling van de natuur in en rond deze putten. Hun locatie is zeer bepalend.

Om tegemoet te komen aan de nood aan ruimte voor vrijetijdsbeleving en toegankelijk groen heeft de provincie een ruim aanbod van provinciale groen- en recreatiedomeinen verspreid over de provincie. We streven hierbij naar een recreatief aanbod voor elke inwoner nabij de eigen leefomgeving. Voor hoogdynamische recreatie gaan we uit van een verplaatsingsbereidheid van 30 km vanuit de eigen woonplaats. Hierbij stellen we vast dat de eigen provinciale recreatiedomeinen allen gelegen zijn in het zuiden van de provincie. Uitgaande van de 30 km straal betekent dit dat er geen aanbod aan provinciale recreatiedomeinen is voor inwoners uit het noorden van de provincie.



A.4.2 Ecologische wijzigingen en ecologisch bewustzijn

In de nabije toekomst worden we in toenemende mate geconfronteerd met de klimaatwijzigingen ten gevolge van de opwarming van de aarde. Zomers worden warmer en droger; winters natter. De impact is zo groot dat er drastische maatregelen dienen te worden genomen. Een duurzaam beleid is niet langer een 'nice to have', maar een 'need to have'.

De provinciale groen- en recreatiedomeinen zijn altijd al erg weersafhankelijk geweest. Goed weer betekent hoge bezoekerscijfers. Met de opwarming van de aarde en de verwachte hete en droge zomers, bieden de domeinen eilanden van verpozing en verkoeling in de schaduw van het groen en waar dit kan ook verfrissing in het water.



13.3 - Aandacht voor duurzaamheid staat in alle sectoren centraal: een 'groene' levensstijl, het compenseren van CO² uitstoot, sociaal bewustzijn: ieder zoekt naar een betere balans tussen People, Profit en Planet. Overheden moeten hierin een voorbeeldfunctie vervullen en een voortrekkersrol opnemen. Groene sleutel, SDG's ISO14001, inzetten op 'duurzame' bereikbaarheid van het provinciale vrijetijdsaanbod, ... zijn hier enkele voorbeelden van.

Het **mobilititeitsbeleid** in Vlaanderen focust al jaren op het woon-werk- en het woon-schoolverkeer. Pas recent groeide de aandacht voor recreatieve verplaatsingen. Het aandeel recreatief verkeer is de laatste jaren sterk gegroeid. Ongeveer een derde (29,47%) van de verplaatsingen is zuiver vrijetijdsverkeer, dat is meer dan woon-werkverkeer (14,88%), zakelijk verkeer (5,74%) en woon-schoolverkeer (6,65%) samen! ¹⁹

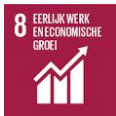
Er bestaan heel wat vormen van recreatief verkeer met een groot aantal verschillende soorten bestemmingen, actoren, openingsuren, ... Daarenboven valt het thema op het kruispunt van verschillende beleidsdomeinen. Het beleidsoverschrijdend karakter van het thema alsook de complexiteit ervan, zorgen dat dit thema zelden tot de prioriteit behoort binnen één van de betrokken velden.

A.4.3 Erkenning belang groen en natuur als grondstof voor vrije tijd en welzijn



Meer en meer worden de baten van groen en natuur voor de mens bevestigd. Ook het belang van vrijetijd (in een groene omgeving) voor het algemeen welzijn wordt erkend. Dat uithuizige vrijetijdsbestedingen voor een groot deel in de (groene) open ruimte plaatsvinden versterkt het belang van beide. Groen en natuur zijn de grondstof voor recreatie en toerisme:

¹⁹ Gemiddeld verplaatst de Vlaming zich 3,12 keer per dag: 0,92 verplaatsingen zijn recreatief. Dagelijks legt de Vlaming 13 kilometer af in zijn vrije tijd, dat is ongeveer een derde van de totale dagelijks afgelegde afstand.



Groen als ruimte voor recreatie en toerisme: parken en groene (openbare) ruimten bieden de ruimte voor harde en zachte recreatie en toerisme. Het voordeel van groen heeft zowel betrekking op **welvaartswinsten** voor de recreanten als de lokale **economische effecten** van uitgaven door recreanten en toeristen.



Groene ruimten zijn milieubeschermend en klimaatregulerend: ze vervullen een **'groene long'-functie**.

Contact met groen en natuur –gaande van het meer passieve uitzicht hebben op tot het aanwezig zijn in en het nog actiever bewegen in- kan directe **positieve gezondheidseffecten hebben**²⁰. Ook voor kinderen is de omgang met natuur essentieel voor hun emotionele ontwikkeling en geestelijke ontplooiing en bevordert tevens hun motorische ontwikkeling. Het biedt hen een potentieel voor exploratie, onafhankelijkheid, spel en sociale omgang.

Dit gezondheidsbevorderend aspect is heel relevant, denk bv. maar aan het hoge en stijgende aantal mensen dat kampt met psychische problemen.²¹

Enkele statistieken:

- a) Zo gebruikten in 2016 1.202.040 Belgen antidepressiva, dat is bijna 7,5 procent meer dan in 2015. "Meer en meer mensen voelen zich slecht en dat zijn opvallend veel jongeren. In de groep 11- tot 15-jarigen namen vorig jaar 3.125 jongeren antidepressiva. Dat is 8,6 procent meer dan een jaar eerder. Bij de 16- tot 20-jarigen zijn het er 14.480, twee procent meer."
- b) In 2015 stierven 1.051 Vlamingen door zelfdoding.
- c) In 2016 kregen **57.901** personen hulp in een CGG. Dit zijn er 600 meer dan in 2015. In de periode 2012-2016 steeg het aantal cliënten gemiddeld met 1,2% per jaar.
- d) In 2017 waren 28.000 Belgen (tijdelijk) arbeidsongeschikt omwille van een burn-out

²⁰ Dit door louter het zicht op natuur (i), de aanwezigheid in een natuurlijke omgeving (ii) of fysiek actief te zijn in een groene omgeving (iii). Daarnaast is ook aangetoond dat zich in een groene omgeving bevinden of het louter al zien van groen positieve effecten heeft op het recupereren van stress en dat het leidt tot het beter bestand zijn tegen toekomstige stress. Uit studies blijkt dat 10% meer groen dan gemiddeld binnen 1 kilometer straal van de woning een winst betekent van 2,46 DALYs (=verloren gezonde levensjaren) voor 1000 inwoners. Het betekent een reductie van 3,3% ten overstaan van de totale ziektelast. Omgezet in euro's betekent dit een winst van 214 EUR minder ziektelast per persoon.

²¹ De cijfers hieronder komen uit a) VTM nieuws, 'Nooit eerder namen Belgische jongeren zoveel antidepressiva: "De druk is enorm"', 28 november 2017, Belga. b) Agentschap Zorg en Gezondheid. Evolutie van sterfte door zelfdoding (2015) [Online publicatie]. Brussel, [geraadpleegd op 23-april-2018]. Beschikbaar op:



11.3 - Sociaal-maatschappelijk: groene open ruimte en groene corridors bevorderen recreatie, beweging en sociale interacties. Het aanbod van openbare en goed bereikbare ontmoetingsplaatsen is essentieel voor een goede sociale structuur. Het voorkomt segregatie en vereenzaming.

Groen als ruimte voor '**totale onthaasting**': groene ruimte biedt letterlijk de ruimte voor wettelijke onthaasting. In een maatschappij waar vrije tijd meer en meer volgepland wordt, komt meer en meer de noodzaak (even) te ontsnappen aan het drukke bestaan, bij te tanken. Groen biedt de ruimte en mogelijkheid voor (totale) rustbeleving.



13.3 - Educatief: groen helpt het tegengaan van vervreemding van de mens ten overstaan van de natuur. Door contact met groen kunnen mensen kennismaken met de natuur en gesensibiliseerd worden voor natuur en milieu in het algemeen. Deze natuurlijke elementen vormen de aanleiding om ecologische verbanden te leren ontdekken en een inzicht te krijgen in hun functies en de noodzakelijkheid ervan.

Binnen de provincie bieden o.a. de groendomeinen de ruimte om hier ook actief op in te spelen door het aanbieden van NME/EDO (Natuur en Milieu Educatie/Educatie Duurzame Ontwikkeling) activiteiten.



Ook de **ecosysteemdienstbenadering**²² en groene infrastructures die meer en meer opgang vinden in het maatschappelijk debat en het beleid passen hierin.

<https://www.zorg-en-gezondheid.be/evolutie-van-sterfte-door-zelfdoding-2015>. C) Zorg en Gezondheid Cijfers Centra voor Geestelijke Gezondheidszorg -2016 [Online publicatie]. Brussel: Agentschap Zorg en Gezondheid, afdeling Informatie en Zorgberoepen, 2016 [geraadpleegd op 23/april/2018], Beschikbaar op: <http://www.zorg-en-gezondheid.be/cijfers-centra-voorgeestelijke-gezondheidszorg> d) 28.000 Belgen vorig jaar geveld door burn-out, de Morgen, 29 januari 2018, beschikbaar op <https://www.demorgen.be/binnenland/28-000-belgen-vorig-jaar-geveld-door-burn-out-b2beb494/>.

²² INBO, 2016; Vrije Tijd heeft raakvlakken met zowel het ecologische, economische als sociale.

Daarnaast kan (stedelijk) groen nog **diverse functies** hebben zoals een esthetische (kijkgroen), een stedenbouwkundige ('pas - en vormgevingsgroen'), een cultuurhistorische en een economische functie.

De provincie zet ook sterk in op collecties die enerzijds uniek zijn en wetenschappelijke waarde hebben zoals de collecties rododendron, rozen, dahlia's, canna's, hamamelis, ... maar anderzijds een sterke educatieve waarde hebben met sterke belevingsgraad.

A.4.4 Toegankelijk nabij-groen.

Gezien de hierboven klaarblijkelijke baten van groen voor de mens, lijkt '**toegankelijk nabij-groen**' een logische keuze. Groenbehoefte in stedelijke gebieden wordt er benaderd vanuit een kwalitatieve invalshoek door de parameters 'bereikbaarheid' en 'aantrekkelijkheid'. Mensen vertoeven meer in het groen als dit dichterbij is én de weg naar deze groene ruimte aantrekkelijk en veilig is.



11.7 - Voor Vlaanderen wordt aanbevolen dat buurtgroen waar men terecht kan voor een kort rustgevend verblijf **voor iedereen binnen de 400 meter beschikbaar** is. Nu is het gemiddelde 484 meter maar dit varieert echter sterk:

- 1/3 van de bevolking van stadskernen heeft geen groene ruimte voor doordeweeks gebruik binnen een afstand van minder dan 800 meter
- Bereikbaar groen is ongelijk verdeeld over de sociale lagen van de bevolking: de laagste inkomensklasse heeft minder groene ruimten
- Een belangrijk deel van het aanbod bestaat uit groene ruimte die NIET voor recreatie is ingericht maar er wel voor gebruikt wordt: hiervoor is té weinig beleidsaandacht

Functieniveau	Maximumafstand	Minimumareaal
Buurtgroen	< 400 m	> 1 ha
wijkgroen	< 800 m	> 10 ha (park: > 5 ha)
stadsdeelgroen	< 1600 m	> 30 ha (park: > 10 ha)
stadsgroen	< 3200 m	> 60 ha
stadsgroen (stadsbos)	< 5000 m	> 200 ha

Tabel 8: Afstandsnormen en aanbevolen hoeveelheid groen in stedelijke omgeving (ANB, 2012)

Dit 'nabij groen' focust in eerste instantie op het verbeteren van de woonomgeving en het algemeen welzijn van omwonenden in een stedelijke context maar heeft uiteraard ook positieve effecten op de beleving van deze ruimte voor de bezoekende toerist. Recreatief medegebruik is eerder gericht op de zachte recreatie in een kwalitatief openruimtelandschap voor de recreant en toerist.

Naar de toekomst toe zijn het aanbieden van toegankelijk (openbaar) groen voor vrijetijdsbesteding en natuureducatie bijgevolg zeer relevante beleidsopties. **Het provinciaal Vrijetijdsbeleid** kan hierin een rol spelen in en rond de eigen domeinen, maar ook door in te zetten op verbindingen en netwerken tussen deze domeinen.

5. Sociaal-maatschappelijke of sociaal-culturele factoren

Drie trends zijn leidend als het gaat om onze vrije tijd in 2016: **ingetogen genieten, puur samen en mobiel digitaal.** ²³

Economisch merken we terug een herstel, maar we gaan er niet meer overmoedig terug tegen aan, maar we kiezen voor vooral **ingetogen genieten**. We zijn nog steeds waakzaam als het gaat om het wankel herstel van de crisis.

De druk op onze vrije tijd neemt door de nieuwe participatiesamenleving toe. De overheid voorziet niet meer in al de sociale noden maar doet meer en meer (terug) beroep op haar burgers om zorgtaken op te nemen. Er gaat meer tijd in mantelzorg, vrijwilligerswerk en sociale betrokkenheid zitten. Logisch dus dat we meer **samen willen genieten** met familie, vrienden, buren,... van pure momenten en producten. We gaan voor pure, natuurlijke en duurzame relaties en belevingen.

De **technologie** blijft daarnaast een steeds grotere rol spelen in onze vrije tijd. (zie hoofdstuk A.6)

A.5.1 Aandacht voor het 'beleven'

Het 'fietsen om te fietsen' en het 'wandelen om te wandelen' hebben plaats gemaakt voor een actievere en bewuste beleving. De recreant gaat vanuit deze optiek planmatiger met zijn tijd om. Musea en tentoonstellingen worden interactief en participatief. De bezoeker wordt **actief ingeschakeld in een totaalbeleving**. Men spreekt ook over 'edutainment'. Men voelt zich betrokken bij de activiteiten en men wil het gevoel hebben iets unieks meegemaakt te hebben. Het aspect 'beleven' hangt samen met emotie, fascinatie, uitdaging, avontuur en breken met routine.-

Ook nieuwe recreatieve routestructuren spelen in op zintuiglijke gewaarwordingen en avontuur: boomkroonpaden, klompenpaden, laarzenpaden, blote voetenpaden, avonturenparcours e.a. Daarnaast zit ook de avontuurlijke natuur in de lift: natuurspeelplaatsen, struinnatuur, waterspeelplaatsen, de Ruige Routes van Staatsbosbeheer, ... ²⁴.

De forse uitbreiding van het aantal bivakzones en paalkampeerterreinen in natuurdomeinen in Vlaanderen sluit aan bij dit maatschappelijk verlangen naar meer avontuurlijke natuur.

²³ Bron: NRIT Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016

²⁴ Ruimte voor Recreatie, 2009, p130-134

Maar de beleveniseconomie maakt ook dat de consument snel is uitgekeken op attracties en telkens weer iets anders, snellers en beters wil. De eis om telkens te vernieuwen is groot waardoor de zorg voor een kwaliteitsvol structureel aanbod onder druk komt te staan.

Van beleving naar betekenis

In de Westerse landen zien we een verschuiving van het belang van het materiële bezit naar het immateriële, van beleving naar betekenis. In onze gejaagde wereld waarin alles steeds sneller moet gaan, worden vrije tijd en de persoonlijke invulling ervan steeds belangrijker. Drukbezette mensen gaan in hun vrije tijd op zoek naar **betekenisvolle belevingen** en ervaringen. Dat kan bijvoorbeeld door vluchtelingen te gaan helpen op Lesbos, of dichterbij huis door zich als vrijwilliger in te zetten ... ²⁵.

Voorbeeld: Experiential travel:

Onder experiential travel verstaan we gepersonaliseerde, avontuurlijke reizen die in harmonie zijn met de bestemming en inspirerend werken. Globalisering en technologie hebben geleid tot een homogenisering van het toeristisch-recreatief aanbod: het verschil tussen de infrastructuur en het aanbod van de ene bestemming naar de andere is soms beduidend klein. Als tegenreactie op deze 'eenheidsworst' gaan meer en meer toeristen op zoek naar ervaringen die hen raken op een dieper, emotioneel niveau en die een impact hebben op hun persoonlijke ontwikkeling (enrichment). De toerist wil de bestemming écht ervaren. Hij wil zich verdiepen in de lokale cultuur en zoekt écht menselijk contact. Daarnaast willen steeds meer toeristen activiteiten ondernemen die aansluiten bij hun persoonlijke interesses of een bepaald thema. De interesse voor nichereizen groeit.

Drie kernwaarden zijn bij experiential travel belangrijk: personalisatie, inspiratie en zelfontwikkeling.

²⁵ Bronnen: Trendrapport Toerisme 2014 p 34 en NRIT, Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016, p92

A.5.2 Gezondheid, wellness en spiritualiteit: mindful vrije tijd



Een goede gezondheid wordt gezien als een absolute voorwaarde voor geluk. Zowel fysiek als innerlijk welzijn staan hoog op de agenda. Men verwacht dat deze trend zich de komende jaren zal verderzetten, maar dat de nadruk zal verschuiven van de zogenaamde hardware naar de software.

Waar vroeger wellness werd ingevuld door te investeren in zwembaden, sauna's en fitnesscentra komt er steeds meer aandacht voor emotionele en spirituele zorg. De gezondheidsindustrie van de toekomst zal zich dus vooral richten naar wellness in de brede zin van het woord: **'well-being'**.

Wellnessvakanties hebben binnen de groep van de 'special interest' vakanties het grootste groeipotentieel. Hierop inspelen betekent voor toeristische bedrijven, die vaak seizoenafhankelijk zijn, een kans om het hele jaar door te opereren en zo continuïteit in het bedrijf te realiseren. De behoefte aan ontspanning en onthaasting is immers niet seizoensgebonden. Enkele voorbeelden zijn kuurvakanties, fitvakanties en yogaretraites.

Ecologisch bewustzijn



12.8 - Er komt meer en meer aandacht voor duurzaamheid, een 'groene' levensstijl, het compenseren van CO₂-uitstoot en sociaal bewustzijn. Er wordt gezocht naar een betere balans tussen People, Planet en Profit. Er blijkt op dit gebied echter een groot verschil te zijn tussen houding en gedrag. Hoe hoger de persoonlijke kosten en/of offers voor milieubewust gedrag zijn, hoe minder de daad bij het woord wordt gevoegd. Wel veranderen langzamerhand onze normen en waarden op milieugebied.

Voor aanbieders wordt het daarom steeds belangrijker duurzaam te ondernemen en dus ook duurzame producten aan te bieden. Een duurzaam beleid is niet langer 'nice to have' maar 'need to have'. Dichtbij vakanties en milieuvriendelijke alternatieven voor het vliegverkeer worden bewuste keuzes van de milieubewuste reizigers. Toeristen willen ook zelf mee bijdragen tot het behoud van de natuur via vrijwilligerswerk of meer kennis over de natuur vergaren door deel te nemen aan natuurexpedities.²⁶

²⁶ Bron: Trendrapport Toerisme 2014 p 35

A.5.3 Groeiend individualisme en nieuwe netwerken

Je eigen wereld creëren, op zoek naar je eigen identiteit en authentiek zijn, daar draait het tegenwoordig om. Met behulp van `customizing` maak je een product of dienst tot zelfs je werk passend, gepersonaliseerd, op maat. **Individualisme**, vrijheid en creativiteit, zelf kunnen beslissen, zelf je pakket kunnen samenstellen, staan voorop. Recreanten laten zich niet enkel meer leiden over vastgelegde routes, ze willen startplaats en traject voortaan zelf bepalen. De knooppuntennetwerken die zowel voor wandelaars, fietsers en ruiters werden ontwikkeld, spelen hier handig op in en worden opgeladen met beleving.

Naast deze individualisering, is er ook de trend naar **nieuwe** natuurlijke **netwerken**. Het individu maakt een verbinding met gelijkgestemden, en vriendengroepen, en passeert bestaande voorgekookte structuren, zoals verenigingen, familieverbanden, ... Het vormt een uitdaging voor de vrijetijdsaanbieders om een aan deze nieuwe gezelschapsvormen aangepast aanbod en logiesvormen te voorzien.

A.5.4 Authentieke ervaring en identiteit

Authenticiteit

Als uiting van de **eigen identiteit** neemt de appreciatie voor het **authentieke** toe. Het gaat dan niet alleen over traditioneel vakmanschap of heimwee naar vroeger, maar vooral ook over het herontdekken van waarden en tradities en het interpreteren daarvan op een nieuwe manier, back to basics.²⁷ Authenticiteit wordt beleefd in echte gastvrijheid, de pure beleving van natuur, rust en schoonheid, het genieten van een ongedwongen sfeer zonder een te grote commercialisatie van de dienstverlening en het ontdekken van typische streekelementen zoals de gastronomie en de streekambachten.²⁸ Duurzaamheid in de vorm van esthetische, sociale, ecologische en andere waarden staat centraal (cfr. slow).²⁹ Hierin past ook de trend dat meer en meer consumenten de verbreking van de band tussen consument en producent als een gemis

²⁷ Steunpunt Toerisme en Recreatie. Invloed van macrotrends op toerisme. Brussel, Steunpunt Toerisme en Recreatie Planning en Onderzoek, 2011, p19

²⁸ Westtoer APB, Ruimte voor recreatie. Strategisch Beleidsplan Openluchtrecreatie voor de provincie West-Vlaanderen 2009-2018, Brugge, Westtoer APB, 2009, p.131

²⁹ Steunpunt Toerisme en Recreatie. Invloed van macrotrends op toerisme. Brussel, Steunpunt Toerisme en Recreatie Planning en Onderzoek, 2011, p19

ervaren en een groeiende interesse tonen voor authentieke voedingsproducten met rechtstreekse verkoop op de hoeve of boerenmarkten.³⁰

Identiteit en erfgoedbeleving



11.4 - Onze identiteit vindt ook zijn roots in de natuur en het erfgoed rondom ons.

Deze natuur en erfgoed bepalen soms ons landschap en vormen een basis voor de toekomst. Deze **band tussen het verleden en de toekomst**, is waardevol en maakt ons mede tot wie we zijn. Historische gebouwen restaureren en onderhouden kost handenvol geld en vergt een intensieve begeleiding. Toch is het duidelijk dat de verstrengeling van natuur, open ruimte, erfgoed en recreatie een enorme kwaliteit biedt die we moeten koesteren en die betekenisvol kan zijn voor onze eigen identiteit. Erfgoedsites kunnen dankzij nieuwe invullingen ook een hefboom worden voor de economische en duurzaam-toeristische ontwikkeling van het landschap en de streek errond. Historische collecties van levend materiaal maken de brug tussen verleden en toekomst maar hebben ook een sterke educatieve meerwaarde.

A.5.5 Veeleisend en maatwerk

Toeristen en recreanten worden steeds meer kritische consumenten, met een hoger opleidingsniveau en veel aandacht voor de fysieke en geestelijke ontwikkeling. Het **kwaliteitsaspect** wordt daarbij uiterst belangrijk. De recreant is bereid meer geld uit te geven voor een dienst of product, maar verwacht dat de kwaliteit daarvan dan ook onberispelijk is. Kwaliteit heeft zowel betrekking op logies, dienstverlening, infrastructuur als op het landschap.

Deze ontwikkeling wordt nog versterkt door de trend van het individualisme. De aanbieders van vrije tijd zullen moeten inspelen op de vrijheid en de creativiteit die de consument verwacht om **zelf zijn vrijetijdspakket** te kunnen samenstellen, op maat te maken.

³⁰ De SPIEGELEIRE, D., CABUS, P. en BRYON, J. Functieverweving en medegebruik vanuit toeristisch-recreatief perspectief. Leuven? Steunpunt Toerisme en Recreatie K.U. Leuven, 2016, p.27

Voorbeeld: Vraag naar luxueuze vormen van jaarplaatsen (camping).

De markteisen van de verblijfsgast zijn veeleisend. Ze wensen:

- grotere jaarplaatsen én met meer privacy
- meer luxueuze chalets in eigentijdse vormen en stijlen
- een verrassende en speelsere inrichtingsstructuur van het terrein met aandacht voor landscaping
- een groter én kwalitatief aanbod aan dagrecreatie in de nabijheid: clustering van grote publieksactiviteiten, grotere jaarplaatsen én met meer privacy

Kanttekening:

Ons drukke leven gaat steeds meer parten spelen. We zouden het liefst willen onthaasten, maar we slagen daar eenvoudigweg niet in. Welbevinden speelt een grote rol, maar ook dat moet ingepast worden in de drukke agenda. Want vreemd genoeg hebben we misschien eerder meer vrije tijd dan vroeger (voor de ouderen dan toch, voor de actieve tweeverdieners en éénoudergezinnen is dit niet van toepassing), maar doordat we méér willen doen, hebben we het gevoel dat we juist te weinig vrije tijd hebben.

6. Technologische factoren

A.6.1 Mobiel digitaal

Technologie is niet meer weg te denken uit onze vrije tijd in 2016. De **smartphone** is voor veel mensen het basisstation van het dagelijkse leven. Via dit mobiele apparaat houden we niet alleen continu contact met werk en privé, maar het bevat ook heel wat entertainment waar we tijdens 'verloren momenten' naar grijpen: onze muziekcollectie, onze favoriete games, de nieuwste films en series die we willen zien. Sinds enige jaren maken ook **interactieve applicaties** en **virtual reality** deel uit van het belevingsaanbod en zijn beelden gemaakt door drones recent aan hun opmars bezig.

Online media zijn voor velen dé belangrijkste bron van informatie. De recreant of toerist zorgt via sites zelf voor zijn boekingen van tickets en reizen. Voor de aanbieders biedt het enorme mogelijkheden omdat ze segmenten aan hun product of dienstverlening kunnen toevoegen door samenwerking met andere aanbieders.³¹

Enkele voorbeelden:

- Strava is een mooi voorbeeld van een website en mobiele applicatie waarmee sportprestaties kunnen worden bijgehouden via GPS. Belgische en Nederlandse wielrenners zijn actief op Strava, waardoor sportieve fietsers hun prestaties met die van professionals kunnen vergelijken.
- Wearable technology zoals Google Glass en virtual reality brillen zijn in opmars om erfgoedbeleving te verhogen: historische beelden geprojecteerd op een achtergrond van een landschap of een erfgoedplaats
- de explosieve groei van fietsdeelsystemen via apps op de smartphone, zowel in de stad als in het buitengebied.

A.6.2 Social media en review economy

Steeds meer mensen zijn quasi continu online. Sociale netwerksites zijn de nummer één van bezochte sites. Het belang van zien, en vooral gezien worden, neemt enorm toe. Door de onbeperkte mogelijkheid om online geleverde diensten te becommentariëren, creëert men een zelfregulerend systeem, een 'review economy', zoals bijvoorbeeld Tripadvisor. Dit systeem van zelfregulering heeft ook zijn keerzijde: de objectiviteit van de beoordelingen is niet altijd waterdicht

³¹ Bron: NRIT Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016, p 100

en de weg naar bewuste manipulatie ligt open. Als aanbieder van logies een wederwoord krijgen bij onterechte recensies, blijkt niet evident te zijn.

Opvallend actief op sociale media zijn de millennials, de twintigers van nu, die opgegroeid zijn in de digitale wereld. Zij betreden nu de markt van recreatie en toerisme en dit is een trendmatige omwenteling waar de sector aan moet wennen. Ze delen volop hun ervaringen en laten zich graag inspireren door het vrijetijdsaanbod dat vrienden en kennissen delen.³²

Trends in reizen en communicatie bij de millennials:

- Een krachtige beleving is een reis op zichzelf
- Reizen en duurzaamheid gaan automatisch samen
- Verblijfsaccommodaties zoals hotels mogen kleiner als het samenzijn maar groot is
- Reizen en werken vloeien nog veel sterker in elkaar over dan nu het geval is
- Andere kijk op Maslov: eerst wifi dan eten
- Technologie in combinatie met traditionele omgeving
- Weg van one to all communication, meer selectieve communicatie

A.6.3 Big data

Het enorme volume aan verschillende soorten data die het voortdurend gebruik van moderne technologie genereert, wordt ook wel omschreven als big data. Typisch voor big data is dat het afkomstig is uit zoveel verschillende bronnen en zo variabel is, dat het niet mogelijk is om het op één plaats of via traditionele analyseprogramma's te analyseren.

Via online applicaties en sociale media worden enorm veel gegevens verzameld over de voorkeuren en gedragspatronen van gebruikers. Elke transactie, elk bericht, rating, (dis)like die online wordt geplaatst, geeft informatie over gebruikersgedrag. Deze schat aan vaak ongestructureerde gegevens (big data) verandert radicaal de manier waarop we producten verkopen en vermarkten.

Door voorspellende analyses kunnen de favoriete bestemmingen, accommodaties en ervaringen van klanten geïdentificeerd en aangeboden worden.

³² Bron: NRIT Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016, p93

Binnen toerisme kan de analyse van big data en geositionering zeer nuttig zijn om een goed beeld te krijgen van de bezoekersstromen. Zo kan er adequaat ingespeeld worden op veranderingen en succesvol gecommuniceerd naar de doelgroepen. Ook de effecten op de plaatselijke economie kunnen hiermee gemeten worden.³³.

De keerzijde van de medaille is dat we veel van onze privacy prijs geven en dat aanbieders zorgvuldig met de privacygegevens moeten omspringen.

Een voorbeeld:

- Reisagentschappen gebruiken online services zoals Facebook en Google ads om gepersonaliseerde advertenties tot bij de consument te krijgen.

³³ Bron: Trendrapport Toerisme, 2014, p. 40-41

7. Conclusie: impact op vrije tijd en toerisme.

A.7.1 Twee maatschappelijke uitdagingen met grote relevantie voor het vrijetijdsbeleid

De omslag om welvaart te meten aan de hand van het bruto nationaal geluk waarbij ook welzijn in rekening gebracht wordt, is een belangrijke evolutie. De erkenning van het belang van vrije tijd, maar ook van de noodzaak aan groen en groene ruimten voor het algemeen maatschappelijk welzijn, beklemtonen het belang van een provinciaal vrijetijdsbeleid. Naar de toekomst toe vormen een inclusief vrijetijdsbeleid met toegankelijk groen voor iedereen en een kwalitatieve invulling van de schaarse open ruimte met aandacht voor recreatie en toerisme, twee grote uitdagingen.

i. Vrije tijd voor iedereen



De erkenning van vrije tijd als een factor van welzijn, van welvaart maakt een provinciaal vrijetijdsbeleid nog relevanter! In de huidige context van schaarse ruimte en met de toename van onzekerheden en stress, ... is er een grote nood aan publieke groene ruimte waar mensen tot rust kunnen komen, zich ontspannen en heropladen. Het ontwikkelen en promoten van een laagdrempelig, kwaliteitsvol en bovenlokaal vrijetijdsaanbod blijft zo bijzonder actueel. Naast het gewone vrijetijdsaanbod, richt het provinciaal vrijetijdsaanbod zich op:



Vrije tijd voor allen. Leeftijd, beperkingen, afkomst, financiële drempels, ... zouden geen hinderpaal mogen vormen voor een actieve deelname aan toerisme en het vrijetijdsaanbod. De realiteit is anders. Als overheid streven we naar een inclusief aanbod, door enerzijds in de eigen domeinen een laagdrempelig en waar nodig aangepast aanbod aan te bieden, maar anderzijds ook door derden te ondersteunen in de ontwikkeling en promotie hiervan.



Toegankelijk (nabij) groen biedt mogelijkheden tot (omgevings)recreatie, maar heeft ook een positieve invloed op de gezondheid van mensen en sociale structuur ...

ii. Schaarse ruimte en groene infrastructuur



Vanuit de invalshoek van vrije tijd is het een uitdaging om een open ruimte met een landschappelijke kwaliteit, interessant voor toeristen en recreanten, te creëren. Daarnaast is er

een groeiende nood aan ruimte voor hoogdynamische recreatieve clusters die als poorten naar de omgeving kunnen ingezet worden. Zo kunnen het recreatiedomein Zilvermeer, de Nekker en het recreatiedomein De Schorre een hoofdrol opnemen in de hoogdynamische recreatieve clusters 'Kempense Meren', 'Nekkerpoort' en 'Rupel'. De draagkracht van een regio moet evenwel steeds bewaakt worden!

A.7.2 Op het vlak van de vrijetijdsinvulling zien we zowel bij toeristen als recreanten volgende trends:

Om met het provinciale vrijetijdsbeleid antwoorden te kunnen bieden op de hierboven onder A.7.1 geformuleerde uitdagingen is het belangrijk dat dit beleid ook rekening houdt en inspeelt op de vrijetijdstrends. De voornaamste trends op het vlak van vrijetijdsinvulling bij toeristen en recreanten zijn:

Ingetogen genieten: ingetogen in de uitgaven (minder groots en meer en vaker kleine genietmomenten) en in uitbundigheid. Samen zijn, doen en denken, heeft een belangrijke rol in de vrije tijd. Zich kunnen thuis voelen op vakantie is ook belangrijk. De algemene kwaliteitsnormen van de toerist en recreant stijgen. Basisvoorzieningen moeten wat luxueuzer...

Puur samen: de hang naar natuurlijke en authentieke belevingen groeit nog steeds, ook samen iets unieks beleven en een uitdaging aangaan, lijkt de trend. Duurzaamheid, erfgoedbeleving en natuurgerichte recreatie werken positief op lichaam en geest.

Mobiel digitaal. De smartphone en sociale media zorgen ervoor dat iedereen altijd en overal online kan zijn, en creëren heel wat nieuwe kansen en uitdagingen naar toekomstige vrijetijdsbeleving. Zowel het aanbod zelf, de promotie, communicatie, boekingen, ... worden er door beïnvloed. Review economy, big data, ... zorgen voor een ware revolutie.

Veeleisende consument. Toeristen en recreanten worden steeds meer kritische consumenten, die een hoge kwaliteit verwachten. Kwaliteit heeft zowel betrekking op logies, dienstverlening, infrastructuur als op het landschap. De aanbieders van vrije tijd zullen moeten inspelen op de vrijheid en de creativiteit die de consument verwacht om zelf zijn vrijetijdspakket te kunnen samenstellen, op maat te maken.

B Stakeholdersanalyse

Zie doc op [sharepoint](#).

C Interne analyse

Sterktes van het departement	Zwaktes van het departement
<p>- Personeel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vele gedreven en betrokken medewerkers. - Vakkennis van het personeel inzake groen, recreatie en toerisme. - Collegialiteit en samenwerking tussen de diensten binnen DVT (door o.a. uitwisselen van materiaal, expertise...). <p>-Doelstellingen worden gerealiseerd.</p> <p>-Flexibel kunnen inspelen op hedendaagse tendensen en acute noden.</p> <p>-Er wordt economisch omgesprongen met de beperkte budgetten. Waar nodig en mogelijk wordt creatief gezocht naar alternatieve financiering.</p> <p>-Zeer uitgebreid en divers patrimonium.</p> <p>-Fundamenteel publieksgerichte werking!</p> <p>-Dienst- en departementoverschrijdende samenwerking (NME/EDO netwerk).</p> <p>-Verzelfstandiging laat toe om snel in te spelen op veranderende omstandigheden.</p> <p>-Samenwerking met derden.</p>	<p>- Personeel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toenemende personeelsdruk - Relatief verouderd personeelsbestand. Heel wat expertise (zeker wat betreft onderhoud groen en recreatie) dreigt verloren te gaan. <p>-Domeinen onder druk.</p> <p>-Werkingsmiddelen onder druk.</p> <p>- Communicatie/promotie gebeurt nog AD HOC en te weinig dienstoverschrijdend.</p> <p>-Nood aan gedocumenteerde processen / draaiboeken voor een aantal departementspecifieke zaken (zoals organisatie van evenementen, ...).</p> <p>-Administratieve last wordt steeds groter (bv decentrale agendering, GDPR, ...).</p> <p>- Beperkte middelen voor de uitvoering van onroerende investeringen en onderhoud.</p> <p>-Soms verschil in focus tussen ondersteunende diensten en de publieksgerichte werking van de diensten DVT.</p> <p>-Departementoverschrijdend werken.</p>

D Overkoepelende SWOT

Hieronder een overkoepelende SWOT voor het departement Vrije Tijd. Er werd ook een SWOT per dienst opgemaakt. Deze staan op sharepoint.

SWOT DVT

STERKTES	ZWAKTES
<ul style="list-style-type: none"> - Publieksgerichte werking <ul style="list-style-type: none"> • Laagdrempelig en betaalbaar, divers (elk domein heeft eigen karakter), kwalitatief, geografisch verspreid, bovenlokaal • Aanbod voor veel doelgroepen: scholen, (van passieve tot erg actieve) recreant, groenbeleving, levend erfgoed, actief gelijke kansen beleid, ruimte om te sporten, • Activiteitsaanbod: ruim, divers en kwalitatief aanbod in een natuurlijke omgeving - Educatie: kwalitatief educatief aanbod - Horeca / concessie: must voor publieksgerichte werking - Gemotiveerd en betrokken personeel - Grote maatschappelijke taak / opdracht / verantwoordelijkheid - Integratie recreatie – toerisme binnen het departement, maar ook geïntegreerde aanpak: aandacht voor natuur, open ruimte, erfgoed, recreatie, toerisme, ... - Breed netwerk: van lokale samenwerking tot gebiedsgerichte werking - Uitstraling: vrije tijd is uithangbord van de provincie - Voorbeeldfunctie op het vlak van duurzaamheid 	<ul style="list-style-type: none"> - Activiteiten / aanbod: huidig aanbod is kleiner dan de vraag - Moeilijkheid om alle doelgroepen te bereiken (bv alloctonen) - De verweving tussen recreatie en toerisme kan nog beter. - Draagkracht van de domeinen (omgeving, domein zelf en personeel) is niet altijd in evenwicht met de verwachtingen die er zijn. - Momenteel niet gebiedsdekkend provinciaal aanbod hoogdynamische recreatie. (geen aanbod in noorden van Antwerpen) - Eigen profilering soms in het gedrang door de vele spelers (intern en extern) in vrije tijd - DVT wordt soms beschouwd als een operationele entiteit, minder als een beleidsmaker. Daardoor wegen we soms onvoldoende op andere beleidsdomeinen en worden niet altijd spontaan meegenomen. - Afhankelijkheid van beleidsondersteunende diensten op vlak van ondersteuning, expertise en budgetten; - Soms verschil in focus tussen ondersteunende diensten en de publieksgerichte werking van de diensten DVT. - Infrastructurele beperkingen: bijvoorbeeld geen all weather infrastructuur, beperkte middelen voor permanent onderhoud. - Toenemende werkdruk op personeel – enerzijds door groei van de werking, anderzijds door besparingen, beleidskeuzes, ...

	- Kennis binnen departement zit verspreid en wordt onvoldoende gedeeld
KANSEN	BEDREIGINGEN
<ul style="list-style-type: none"> - Met het divers aanbod is het mogelijk om snel in te spelen op trends en demografische factoren: - Toenemend belang van omgevingsrecreatie: het provinciale aanbod blijft uiterst relevant en kan versterkt worden (bv vraag naar korte verblijven). Ruime mogelijkheden tot vrije recreatie / sport en sportclubs in domeinen. Fijnmazig netwerk. Recreatief medegebruik... - Proximity tourism - Veranderende gezinssamenstelling: aangepast aanbod voorzien - Aangepast aanbod voor senioren en medioren (vergrijzing), hangjongeren, allochtonen... - We hebben de ruimte voor rustbeleving in drukke samenleving, nood aan contact met 'natuur' - Tendens om BNG (bruto nationaal geluk) als indicator voor ontwikkeling te nemen. Belang van vrije tijd wint aan belang ~ welzijn - Belevingsgericht: <ul style="list-style-type: none"> • Mensen zijn op zoek naar beleving op maat en authenticiteit → inspelen op nieuwe nichemarkten, ... • Streekgebonden identiteit → sterke merken, streekproducten, ... • Vrije Tijd als uitdrager van persoonlijke identiteit • Fysiek en innerlijk welzijn • Nabijheid van groen en open ruimte - Groeiende kloof arm en rijk ~ sociaal toerisme, vrije tijd voor allen - Zorg vrije tijd - Toenemend belang duurzaamheid biedt verschillende kansen: <ul style="list-style-type: none"> • Voorbeeldrol opnemen • Veranderde manier van denken in verband met klimaatverandering → adaptatie • Samenwerking natuur – recreatie / toerisme werkt versterkend (geen concurrenten, maar medestanders) ; ecosysteemdiensten 	<ul style="list-style-type: none"> - Druk op omgeving (schaarse ruimte): moeilijk evenwicht tussen de draagkracht van een domein en zijn omgeving bij organisatie van evenementen maar ook in het algemeen (bv parkeerproblemen). - Stijgende kwaliteitsnormen van de recreant. - Financieel/structureel: - Evenwicht zoeken tussen gratis / goedkoop/ laagdrempelig aanbod en economisch rendement, tussen maatschappelijke rol en Inkomsten moeten minimum exploitatiekosten dekken bij recreatiedomeinen. - Beperkte middelen en personeel om flexibel in te spelen op snel veranderende maatschappij, vrijetijdsinvulling. - Terugschroeven van Vlaamse middelen voor toerisme en recreatie - Identiteit en profilering: - Relatie met omgeving : besturen willen vooral zichzelf 'in the picture' zien. Provinciale identiteit mag niet verloren gaan. - Soms verschil in focus tussen verschillende beleidsdomeinen; bijvoorbeeld tussen recreatie en natuur. - Profileringsdrang zonder meerwaarde voor de recreant / toerist → wildgroei aan bebording, verrommeling van het landschap,... - - Zeker in stedelijke context problemen met veiligheid, hinder en vandalisme. - Kamperen wordt niet als volwaardige toeristische activiteit beschouwd → niet ondersteund door Toerisme Vlaanderen en Logeren in Vlaanderen,... - Nieuwe trends: werktoerisme - Risico's op voortbestaan van bepaalde domeinen: bijv. Zilvermeer = ontginningsgebied,... - Missie onder druk door invloeden van buitenaf

<ul style="list-style-type: none"> • Vraag naar duurzame invulling Vrije Tijd, deeleconomie, ... • mobiliteit - Werktoerisme - ->diversiteit van de domeinen blijven uitspelen en inzetten op beleven en betekenen, door een authentiek, uniek, kleinschalig, duurzaam, slow, ... aanbod waar o.a. ook natuurbeleving met hoge natuurwaarden aan bod komt. Uiteraard ook laagdrempelig, democratisch, gezinsgericht,... - Relatie met omgeving / lokaal bestuur: partners op gebied van communicatie, toerisme, mobiliteit, brandweer en politie, samenwerking met scholen op gebied van educatie, ... - Uitstraling / promotie: inspelen op sociale media, milieulabels, nieuwe publicatie (ter vervanging van publicatie 'Uitstap') en gezamenlijke communicatie. - Consument wordt producent → trip advisor, sociale media,... - Educatie: inzetten op gediversifieerd aanbod (0-99, inclusie, ...), maximaliseren van huidig aanbod en uitwerken van een bovenlokale visie, interdepartementale samenwerking, voorzien van de nodige infrastructuur (refter, sanitair, labo,) en personeel, ... - Domeinen nog meer bovenlokaal verankeren door o.a. de domeinen te koppelen aan het natuur / recreatief-toeristisch aanbod in de omgeving (poort). Dit kan door wandel- en fietsknooppunten die de domeinen doorkruisen, startplaatsen, inrijpunten, verbindingsmogelijkheden tussen wandel-, fiets-, en watertoerisme, ... - De overname van Lilse Bergen biedt de mogelijkheid voor het aanbieden van provinciale gebiedsdekkende hoogdynamische recreatie - Inspelen op hiaten in het beleid van andere overheden: watergebonden recreatie, nabijheid van groen,... - Gebiedsgerichte werking – publieksgerichte insteek - Projectmiddelen en ondersteuning van andere beleidsdomeinen - Automatisatie van processen: smart cities, internet of things, , ... - Ontwikkelen van commerciële faciliterende activiteiten 	
--	--

E Inspiratie uit... Bibliografie

1. NRIT. Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2017, 558p
2. NRIT. Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016, 528p
3. BRYON, J., JANSSEN, S. en VANLANGENDONCK, M. Vakantieparticipatie bij maatschappelijk kwetsbare groepen. Een prospectie naar de horizon van de toeristische markt. Leuven, Steunpunt Buitenlands Beleid, Toerisme en Recreatie, Spoor Toerisme en Recreatie - K.U. Leuven, 2010, 67p. http://www.steunpunttoerisme.be/steunpunttoerisme/publicaties/19_vakantieparticipatie_maatschappelijk_kwetsbare_groepen.pdf
4. <http://www.provincies.incijfers.be>
5. <http://www.toerismevlaanderen.be/cijfers-en-statistieken>
6. DE SPIEGELEIRE, D., CABUS, P. en BRYON, J. Functieverweving en medegebruik vanuit toeristisch-recreatief perspectief. Leuven, Steunpunt Toerisme en Recreatie K.U. Leuven, 2006, 114p.
7. Steunpunt Toerisme en Recreatie. Invloed van macrotrends op toerisme. Brussel, Steunpunt Toerisme en Recreatie, Planning en Onderzoek, 2011, 35p.
8. WESTTOER APB. Ruimte voor Recreatie. Strategisch Beleidsplan Openluchtrecreatie voor de provincie West-Vlaanderen 2009-2018, Brugge, Westtoer APB, 2009, 250 p. + kaartbijlage.
9. LOUV, R., Het laatste kind in het bos, Uitgeverij Jan Van Arkel, 2007, 383p.
10. WES, 30 jaar vakanties van de Belgen, 2013.
11. Toerisme Vlaanderen, Trendrapport toerisme 2014, 2014, 88p
12. ANB-afdeling Natuur en Bos, Literatuurstudie. Daarom groen! Waarom u wint bij groen in uw stad of gemeente, 2012, 144p
13. GEERTS, P., Park voor de toekomst. Een voorbeeldgids voor de 21^{ste} eeuw. 2013, 171p.
14. Toerisme Vlaanderen, Beoordelingskader voor recreatief medegebruik in het buitengebied. Handleiding, 2010
15. Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek, 50 tinten groen. Naar een gemeenschappelijke beleidsstrategie voor groene infrastructuur. 2016, 104p.
16. Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek, Het ecosysteemdienstenconcept als ondersteuning van bovenlokale visievorming. Natuurrapport – Aan de slag met ecosysteemdiensten, 2016.
17. PASAR, Tijd voor Vrije Tijd. Beleidsplan 2016-2020. Bron: Literatuurstudie. Daarom groen! Waarom u wint bij groen in uw stad of gemeente; studie uitgevoerd in opdracht van ANB, 2012
18. STATISTIEK VLAANDEREN. De economische betekenis van toerisme in Vlaanderen. TSA 2016 voor het Vlaamse Gewest, 2018, 92p.
19. VTMNIEUWS, Nooit eerder namen Belgische jongeren zoveel antidepressiva: "De druk is enorm", 28 november 2017, Belga.
20. Agentschap Zorg en Gezondheid. Evolutie van sterfte door zelfdoding (2015) [Online publicatie]. Brussel, [geraadpleegd op 23-april-2018]. Beschikbaar op: <https://www.zorg-en-gezondheid.be/evolutie-van-sterfte-door-zelfdoding-2015>.
21. Zorg en Gezondheid Cijfers Centra voor Geestelijke Gezondheidszorg -2016 [Online publicatie]. Brussel: Agentschap Zorg en Gezondheid, afdeling Informatie en Zorgbezoeken, 2016 [geraadpleegd op 23/april/2018], Beschikbaar op: <http://www.zorg-en-gezondheid.be/cijfers-centra-voorgeestelijke-gezondheidszorg>

F Bijlagen

Bijlage 1: Verhouding 0-19 jarigen tov alle inwoners

provincie	1995	2000	2005	2010	2016
Antwerpen	23,60%	23,20%	22,50%	22,40%	22,30%
Brussels Hoofdstede- lijk Gewest	.	23,40%	23,80%	24,40%	25,10%
Limburg	25,60%	24,00%	22,30%	21,60%	20,80%
Oost-Vlaanderen	23,10%	22,40%	21,80%	21,90%	21,60%
Vlaams-Brabant	23,20%	22,90%	22,70%	22,80%	22,70%
West-Vlaanderen	23,90%	23,10%	21,90%	21,20%	20,20%

Bron	Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium - Dienst Demografie
------	--

	1995	2000	2005	2010	2016
Stad Antwerpen	21,50%	21,90%	22,20%	23,10%	24,30%

Bron	Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium - Dienst Demografie
------	--

Bijlage 2: Economie en Toerisme

Enkele toeristische cijfers:

*Cijfers aankomsten en overnachtingen:

- in 2016 1.825.802 aankomsten en 4.241.787 overnachtingen in Provincie Antwerpen
- 637.396 aankomsten en 2.093.860 overnachtingen in Kempen
- 113.139 aankomsten en 232.928 overnachtingen in (heel) Scheldeland

*Toerisme Provincie Antwerpen richt zich in haar werking op:

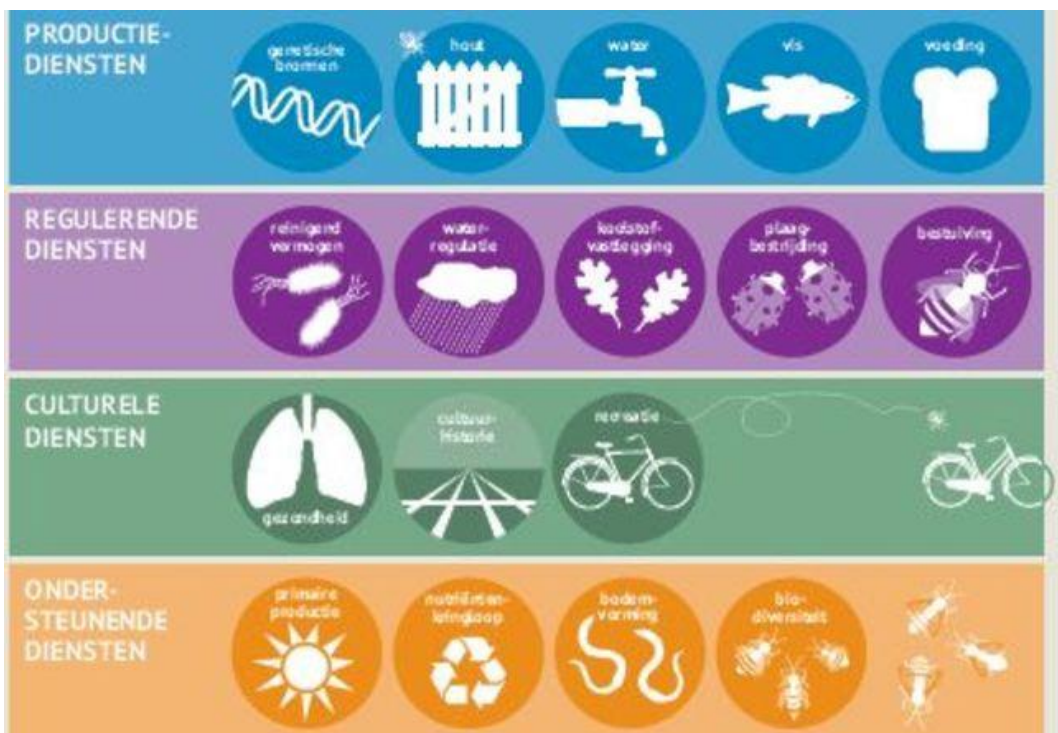
- 414.750 aankomsten (excl. jeugd) in Kempen in 2016 =12,6% van totale toeristische aankomsten in 15 Vlaamse Regio's en 1.364.000 overnachtingen in Kempen (excl. Jeugd) in 2016, goed voor bijna 17% van totale toeristische overnachtingen in de Vlaamse Regio's

- En 87.000 toeristische aankomsten in Scheldeland in 2016 = 2,6% van totale aankomsten in 15 Vlaamse Regio's. Scheldeland noteert in 2016 160.000 toeristische overnachtingen in Scheldeland, goed voor 2,0% van de Vlaamse Regio's

*Attractiebezoeken:

Kempense attracties die deelnemen aan de attractiebarometer noteerden in 2016 1.930.149 bezoekers. Dit komt overeen met 22,2% van alle dagbezoeken in de 15 Vlaamse Regio's.

Bijlage 3: ecosysteemdienstbenadering.

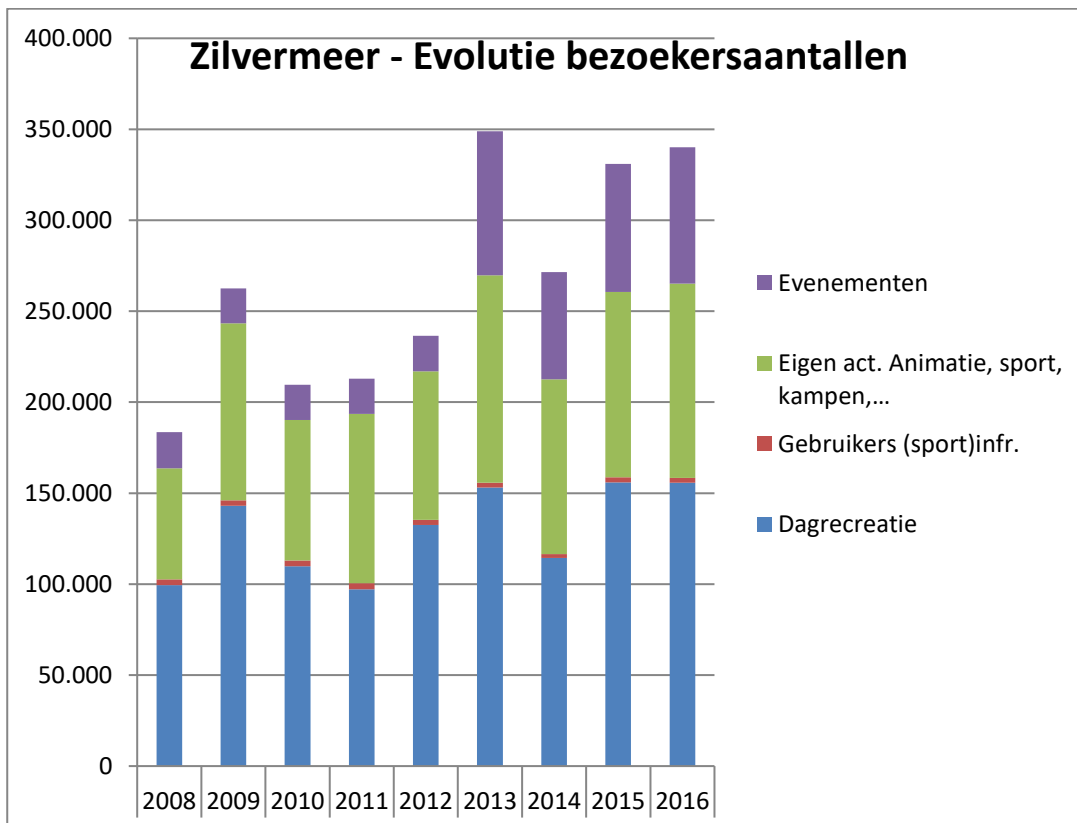


Bijlage 4: Vrije Tijd Provincie Antwerpen in cijfers

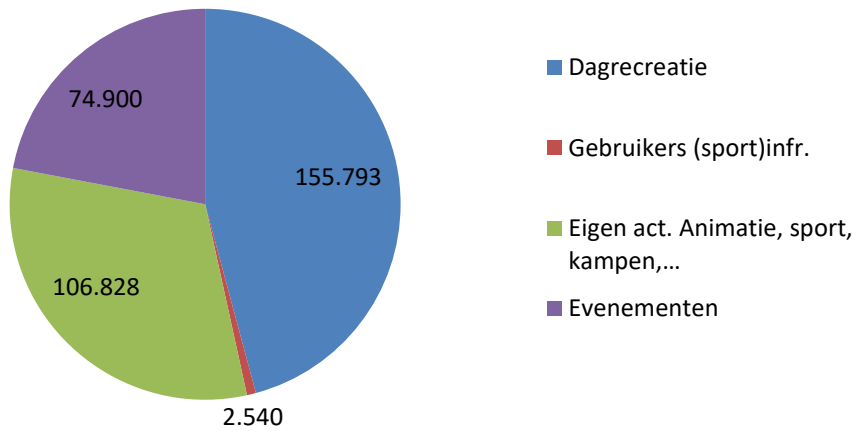
Ons eigen vrijetijdsaanbod/instellingen bestaan uit 3 recreatiedomeinen, 12 groendomeinen, Kasteel D'Ursel, Arboretum Kalmthout en Kempens Landschap vzw. Voor meer informatie over elk van deze domeinen / werking kan je terecht op de provinciale website www.provincieantwerpen.be. Hieronder een overzicht van het aantal bezoekers/deelnemers dat we bereiken met het eigen provinciale vrijetijdsaanbod. Financiële cijfers worden hier niet opgenomen en zijn beschikbaar in de jaarrapporten.

4.1 Recreatie

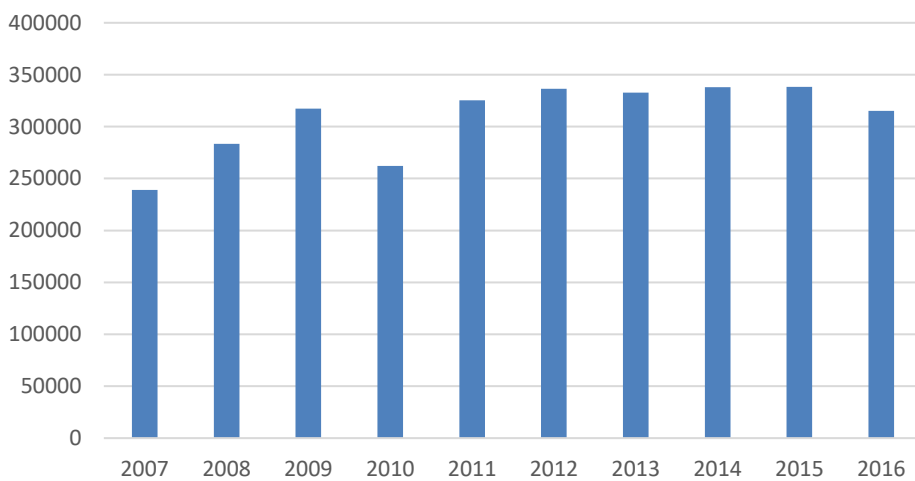
Het Zilvermeer



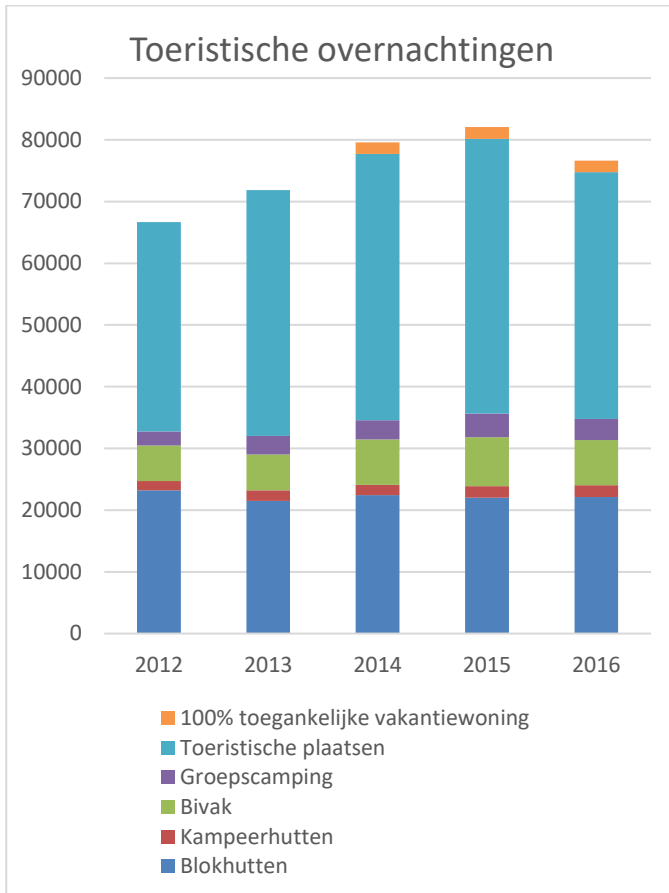
Zilvermeer - Bezoekers per categorie 2016



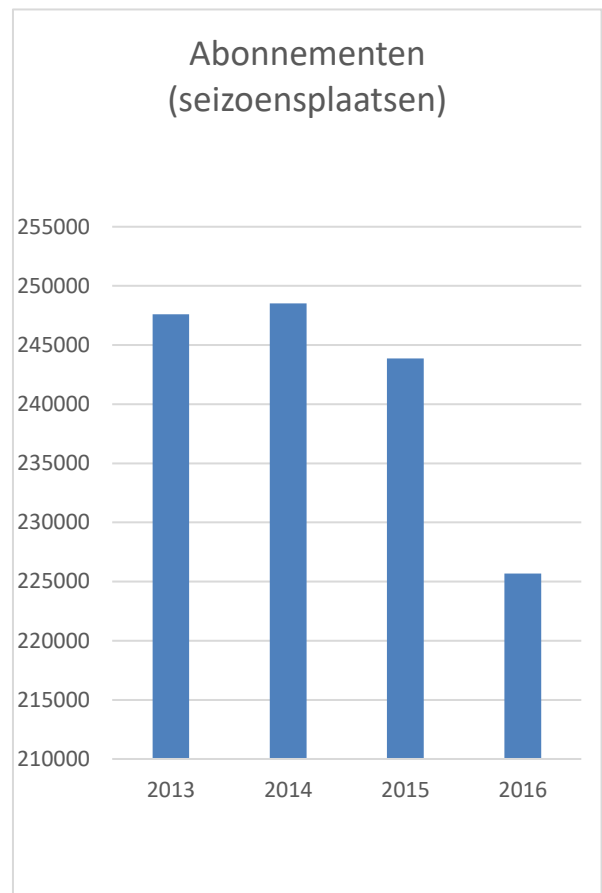
Totaal aantal overnachtingen Zilvermeer



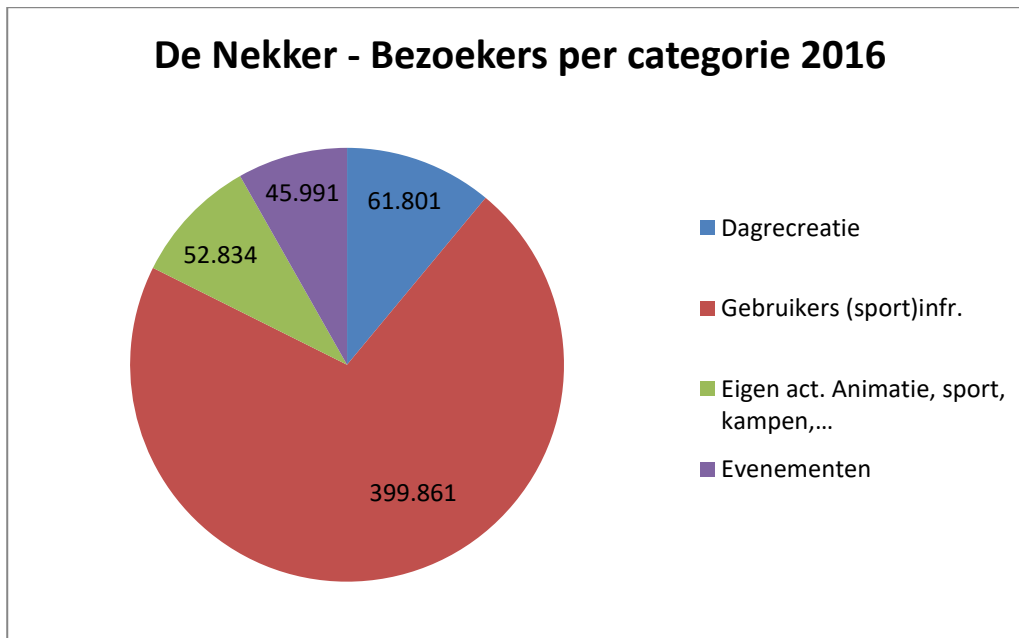
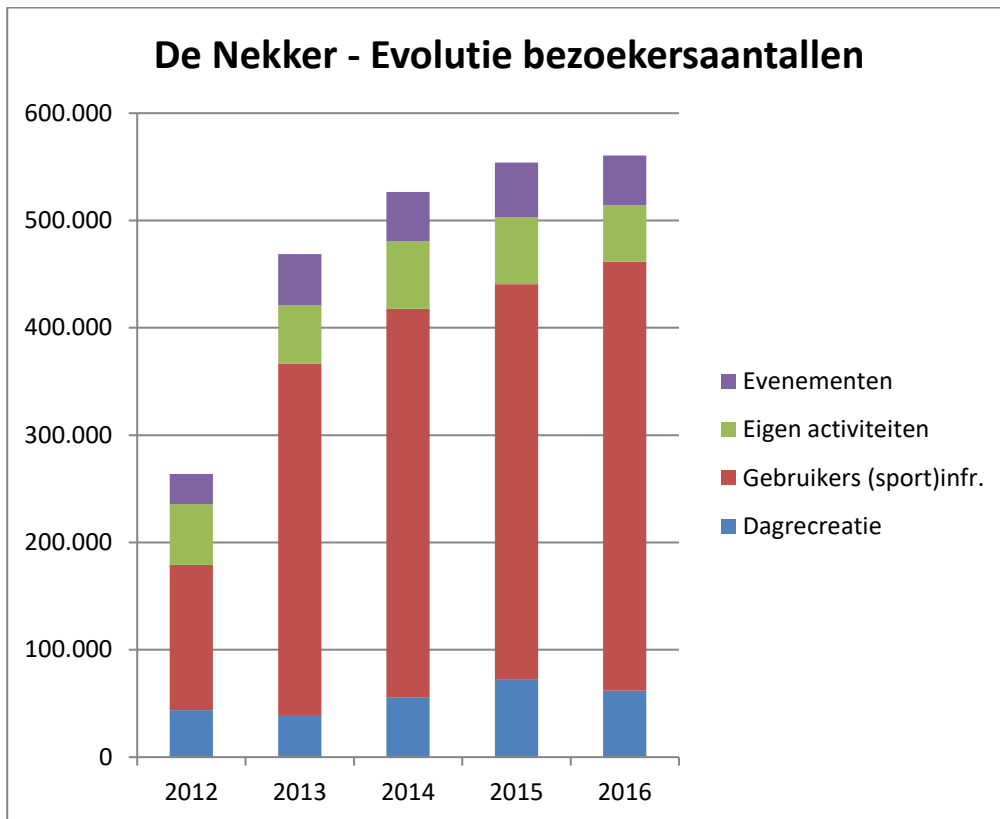
Waarvan toeristische overnachtingen



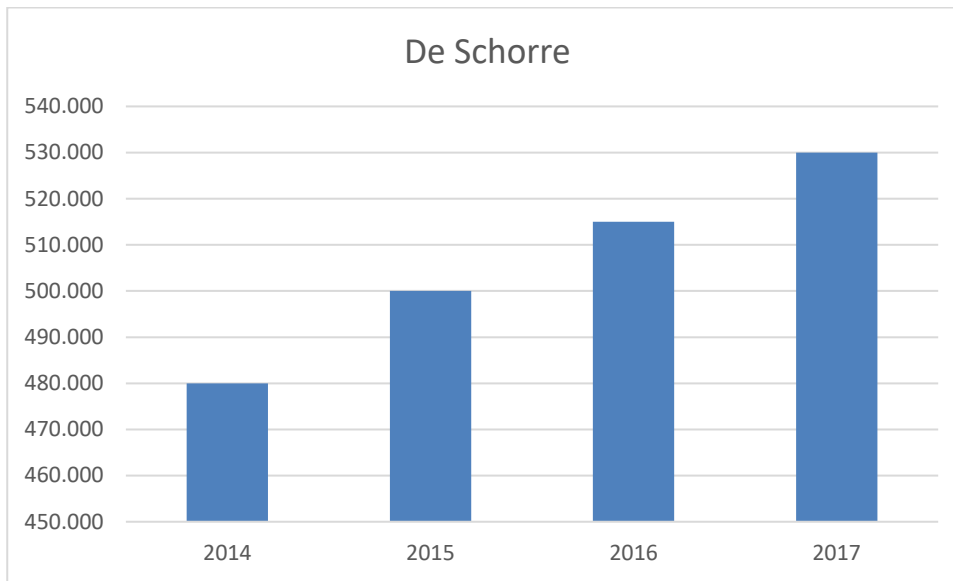
en seizoensplaatsen



De Nekker



De Schorre (deelnemers aan activiteiten en evenementen op jaarbasis)



Deze cijfers bevatten de gewone bezoekers, en de deelnemers aan activiteiten en evenementen (zowel intern als extern). Even inzoomend op de cijfers van 2017 geeft dat volgende bezoekers-samenstelling:

- 40.000 algemene bezoekers domein. Dit zijn dag bezoekers en recreanten niet gebonden aan een evenement of specifieke activiteit. Het exact aantal bezoekers is moeilijk te meten, we baseren ons op een indicatie uit:
 - 7.500 verhuringen binnen de recreatieverhuur (minigolf, waterfietsen, fietsen, wandelingen, vissen, ...)
 - De fietstellers: 28.000 registraties per jaar.
 - Bezoekers speeltuin, brasserie, binnenspeeltuin, hondenweide: 15.000/jaar
- 3000 Congrescentrum de Pitte, dit zijn de gebruikers op jaarbasis van een infrastructuur, netwerkmoment, klantendag, ...
- 430.000 Event service. Dit is het grootste aandeel in de bezoekersaantallen vanwege de massa events Tomorrowland: 360.000; Superprestige, Thxville, Spartacus run: 50.000; en andere middelgrote events: 15.000. Het verlies van Music for life en de beperking van het aantal evenementen in 2017 gecompenseerd door een tweede weekend Tomorrowland
- 32.000 Partners de Schorre zoals
 - Intense activiteiten: 3.000: scholen en groepen
 - Braxgata hockeyclub, Judo Fudji Yama, basket Phantoms Boom: 12.000: spelers, supporters, events
 - Circus events: 10.000: circusvoorstellingen, bedrijfsfeesten, workshops
 - Sportclubs: 4.000: Kayak, Parapente, Mountainbikeparcours, Mountainboard, schorrestappers
 - Toerisme Rupelstreek: 3.000: infokantoor, groepen, tochten
- 25.000 bezoekers voor eigen evenementen (Kunstenaarsmarkt, plantendag, schorremorrie, Xtreme xperience, Lekker Klassiek, Putteke Winter).

In de evolutie van de cijfers 2014-2017 zien we een gestage groei die gerealiseerd werd vanwege:

- i. Meer bezoekers vinden de weg naar de Schorre vanwege de continue verbeterings- en verfraaiingswerken aan het domein. Vb Brug Arne Quinze, aanleg park Deltaweide, Bosvlonders, ... De aantrekkingskracht van de Schorre lokaal en bovenlokaal is hierdoor sterk vergroot.
- ii. Groei van de bezoekers binnen event service – evenementen georganiseerd door derden. Door het werken met een vaste kalender met gekende grote partners staan deze evenementen steeds sterker in de markt en stijgen de bezoekersaantallen.
- iii. Investeren in de eigen evenementen. Voor de uitbouw van de eigen evenementen worden de nodige samenwerkingsverbanden opgezet met professionele partners (Xtreme Xperience – fast forward, Lekker klassiek – Studio 100). Hierdoor wordt er bijkomend geïnvesteerd om de evenementen naar een hoger niveau te brengen. Dit zorgt voor een beter en professioneler product met een grotere aantrekkingskracht en bijhorend een stijging van de bezoekersaantallen.
- iv. Groei van de lokale partners. Alle vaste partners op het domein zijn in volle ontwikkeling. Voorbeelden hiervan zijn de uitbouw van Intense Activities, de bouw van een sporthal en judozaal op site Braxgata enz. Deze groei uit zich in bijkomende infrastructuur en bijhorende nieuwe gebruikers van de Schorre.

4.2 Groendomeinen

Bezoekerscijfers Groendomeinen

De groendomeinen zijn algemeen toegankelijk, zonder toegangscontrole, dus exacte algemene bezoekerscijfers zijn er niet. Op basis van schattingen komen we ruwweg aan 2.3 miljoen bezoekers/gebruikers per jaar, bezoekers voor specifieke evenementen, educatie, ... inclusief.

In de kempense groendomeinen werden voor 2017 volgende schattingen gemaakt van de bezoekers (zonder evenementen en educatie).

- Prinsenpark: 50.000
- Averegeten: 45.000
- Hoge mouw: 20.000
- Hertberg: 24.000

De Mechelse domeinen komen met een ruwe totaal-inschatting van bezoekers/sporters/gebruikers/deelnemers wandelingen... aan volgende cijfers

- Vrijbroekpark: 250.000
- Broek De Naeyer: 10.000
- Neteland: 5000

We schatten verder in dat daarbovenop ook nog eens ongeveer 200.000 mensen en kinderen jaarlijks door het park fietsen.

Voor de groendomeinen regio Antwerpen werden volgende schattingen gemaakt:

- Rivierenhof: 1.037.000
- Vrieselhof: 39.055
- Kesselse Heide: 29.000
- Hof van Leysen: 28.000

Ook door het Rivierenhof rijden zeer veel functionele en recreatieve fietsers dagelijks. Deze werden niet in de schattingen opgenomen.

Het is dus duidelijk dat de groendomeinen (doorheen het jaar) heel wat bezoekers ontvangen. Het aantal bezoekers bij evenementen is de afgelopen jaren toegenomen en zit hier en daar aan zijn maxima. Ook op mooie weerdagen zijn de groendomeinen een populaire bestemming: in de voor- en nazomer om te genieten van het zonnetje, op hete zomerdagen ook om verkoeling op te zoeken. Dit legt heel wat druk op de domeinen en zijn omgeving (bv parkeerdruk). De draagkracht dient nauwlettend in het oog gehouden te worden.

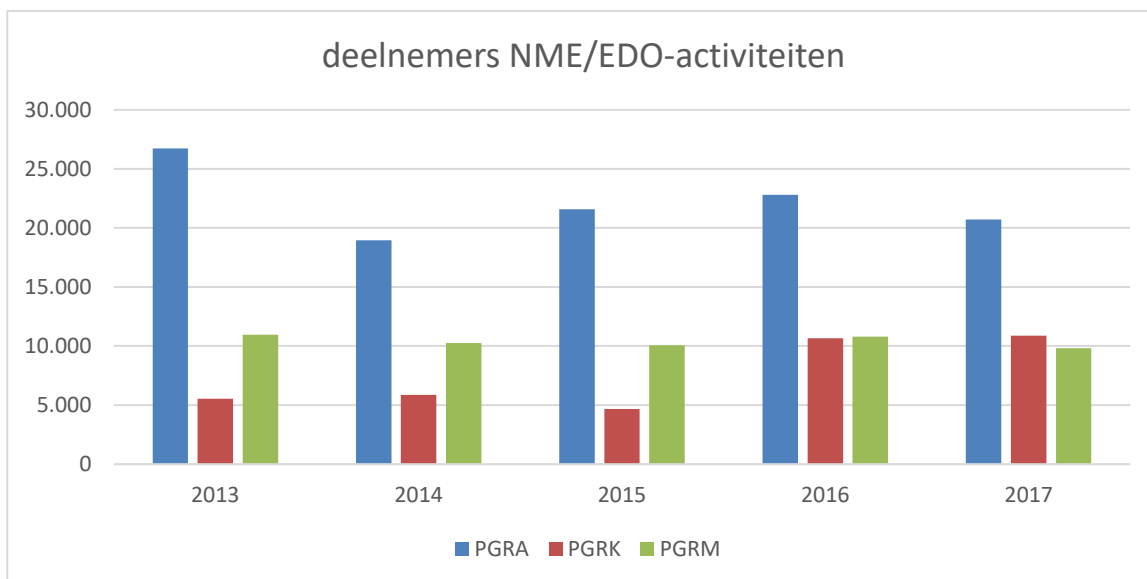
Uit de resultaten van een bezoekersbevraging in het Vrijbroekpark en het Rivierenhof (op standaard dagen, niet tijdens evenementen) blijkt dat beide parken voor veel mensen (in de stedelijke context) de nodige rust en ruimte voor ontspanning in het groenen bieden. Ze hebben een erg

divers en verscheiden publiek en, ook in de week anders dan in het weekend, met een groot aandeel regelmatige bezoekers. Toch lijken de beide parken niet iedereen te bereiken. In beide onderzoeken waren bijvoorbeeld de hoger opgeleiden duidelijk oververtegenwoordigd (Rivierenhof : 46% diploma hoger onderwijs, in Vrijbroekpark: 61%). Bezoekers komen om te wandelen, of voor de ontspanning en rust, te genieten van de natuur, vrij te sporten, hond uit te laten, natuur te spotten, onder de mensen te komen, buiten te komen, ...

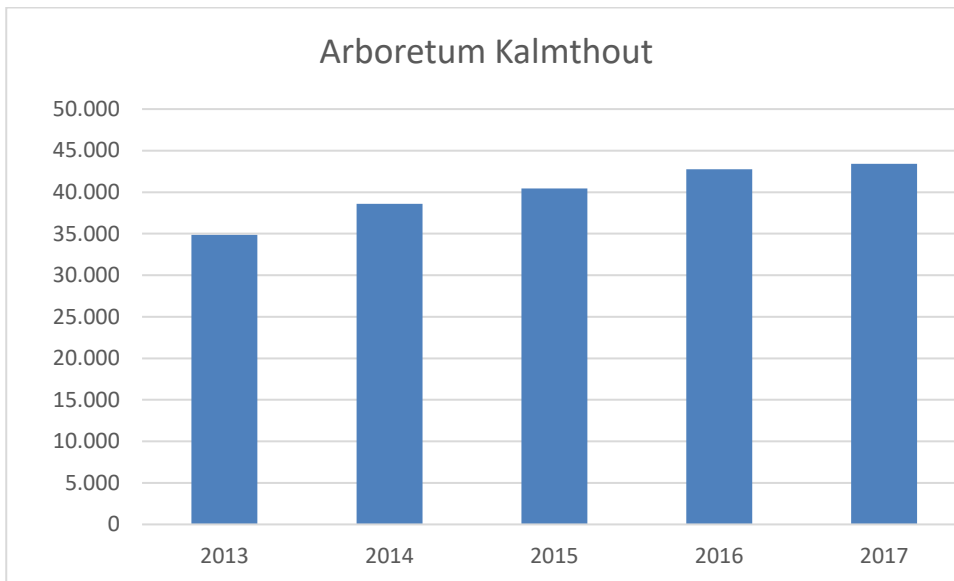
Vele functies dus voor druk bevroegde en drukbezocht domeinen, functies ook die niet altijd compatibel met elkaar zijn. Hoewel de tevredenheid bij de gemiddelde bezoeker erg hoog is, moet dit een belangrijk aandachtspunt blijven in de verdere ontwikkeling van het domein. Een andere uitdaging naar de toekomst is om nog uitdrukkelijker toegankelijk en laagdrempelig te zijn. Aangezien het park gratis toegankelijk, vlot bereikbaar en (vermoedelijk) ook gekend is spelen hier andere drempels. Nog heel wat stof voor verder onderzoek...

Natuur en Milieu Educatie/Educatie Duurzame Ontwikkeling (NME/EDO) in de groendomeinen

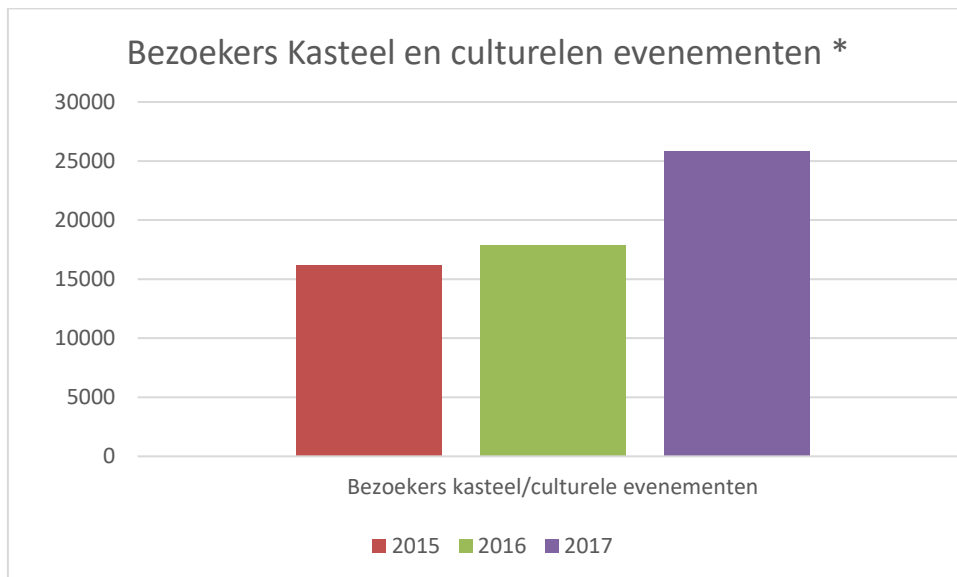
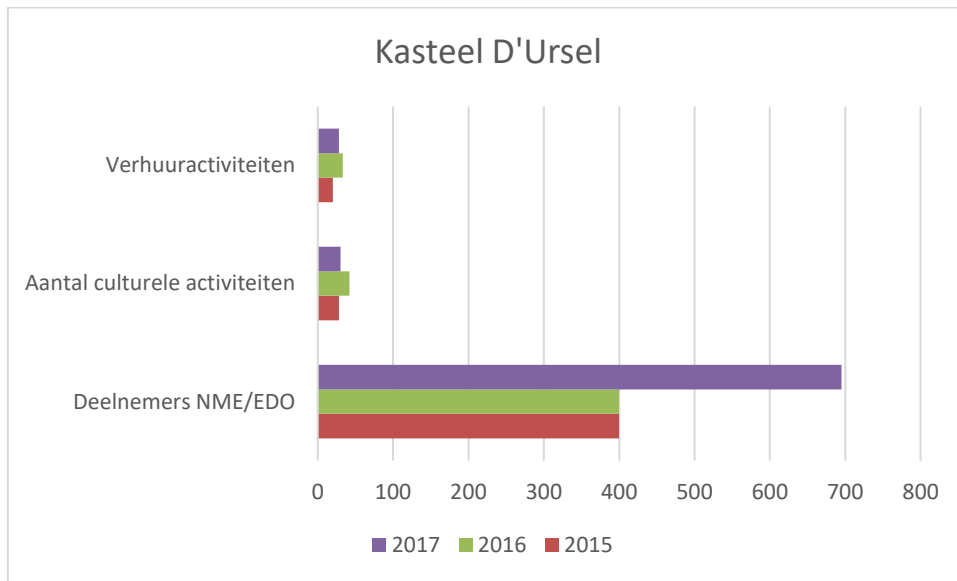
Hieronder vindt men een overzicht van de deelnemers aan NME/EDO-activiteiten binnen de groendomeinen. Deze zijn voornamelijk gericht op lagere scholen.



Activiteiten Arboretum Kalmthout



Cijfers Kasteel d'Ursel



* Dit zijn enkel bezoekers voor het kasteel of voor culturele evenementen in het park. De gewone recreanten werden niet geteld.

Terra Nova

Terra Nova is een zomeractiviteiten-reeks die georganiseerd wordt vanuit Dienst Vrijtijds- en Landschapsbeleving (DVL). Samen met de communicatiedienst van de provincie Antwerpen, het overgrote deel van de provinciale groen- en recreatiedomeinen en een aantal ander provinciale instellingen, wordt in 2018 al voor de 11e keer een pakket unieke, interessante en uitdagende activiteiten uitgewerkt.

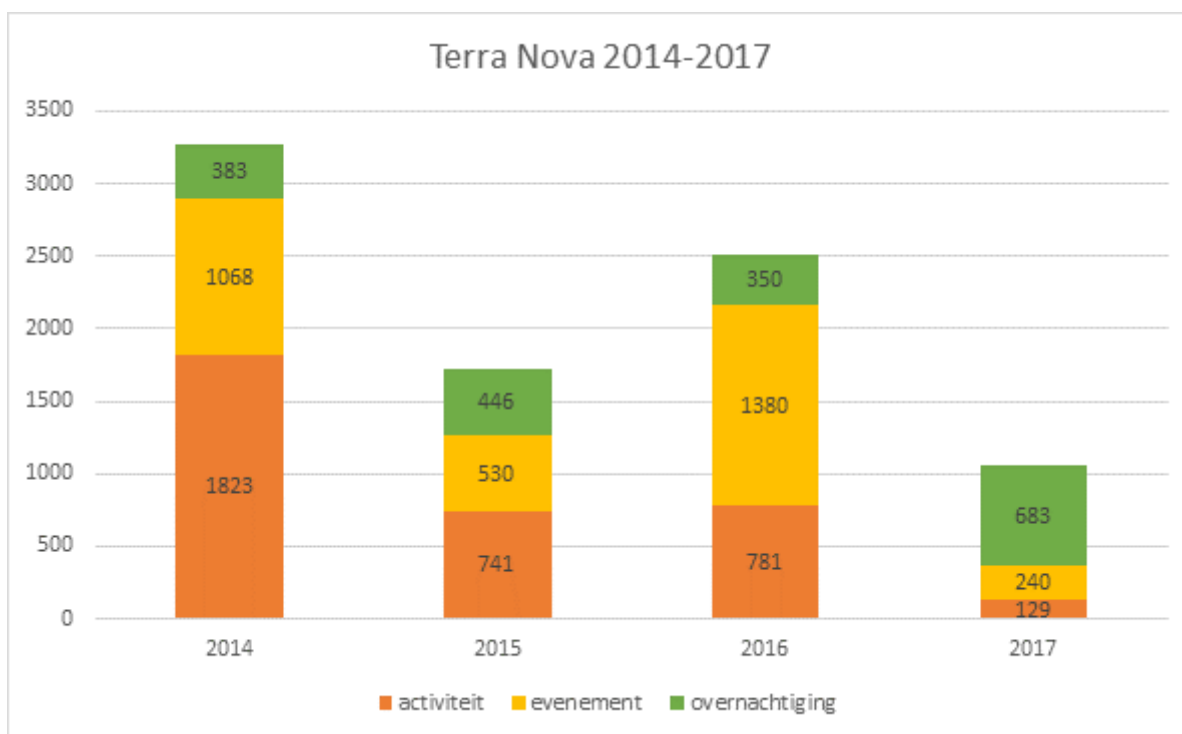
Terra Nova heeft als hoofddoel om vrije tijd-beleving dichtbij huis te promoten. Aan de hand van kleinschalige, intensieve en avontuurlijke activiteiten, wil DVL het grote publiek kennis doen maken met de vrijetijds-, recreatieve en toeristische mogelijkheden in de eigen provincie. Voor de

eigen diensten en instellingen is Terra Nova een laboratorium om nieuwe ideeën te testen, een bredere beleving te creëren en andere perspectieven op het vaste aanbod uit te werken.

Verkoopcijfers: kwaliteit over kwantiteit

De basisfilosofie is echter dat de online-ticketverkoop de kosten van de activiteit dekt. Er wordt gemikt op een break-even. Ook al zijn de activiteiten kleinschalig (sessies in kleine groepen, ter verhoging van de beleving, ...), de inkomsten via de ticketverkoop zijn telkens voldoende gebleken om de investeringen te bekostigen. Elke jaargang geraakt ook meer dan 80% van het contingent tickets verkocht. Inkomsten schommelen per jaargang sterk wegens het al dan niet aanwezig zijn van grootschalige activiteiten. Verschillende jaargangen hadden een 'massa'-evenement in het programma, zoals de muzikale performances van Jef Neve in Merksplas Kolonie in 2014 en 2016, of het vuurspektakel van Compagnie Carabosse op Kasteeldomein d'Ursel. Een dergelijk event zit er dit jaar niet bij.

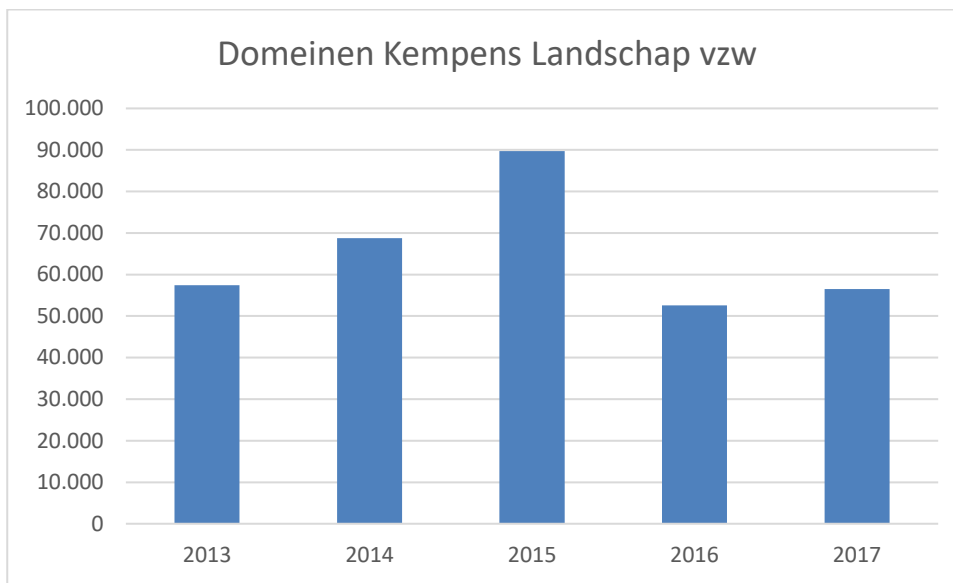
De grafiek hieronder bundelt de cijfers over de zomerevenementen van Terra Nova van de voorbije jaren.



Inkomsten van de voorbije jaren:

2014	€ 41.605,0
2015	€ 39.104,0
2016	€ 51.658,0
2017	€ 49.424,0

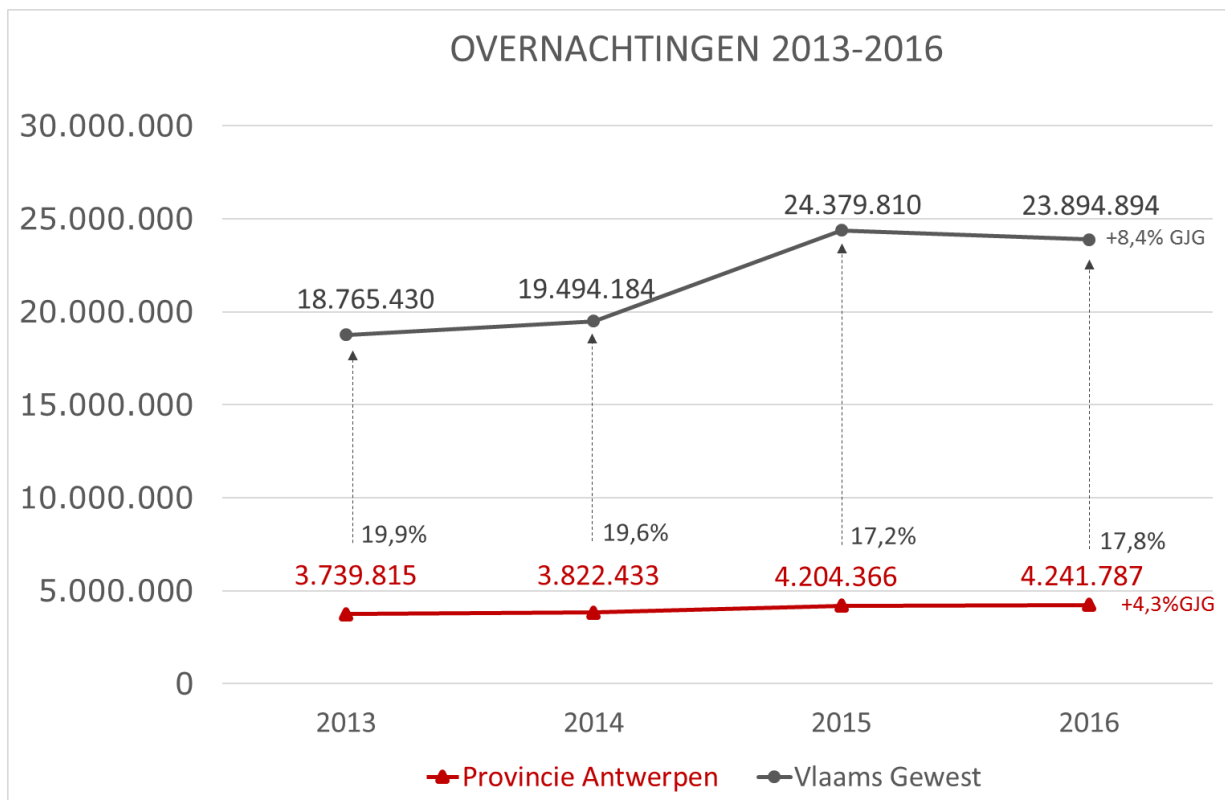
Kempens Landschap vzw (deelnemers aan activiteiten op jaarbasis)

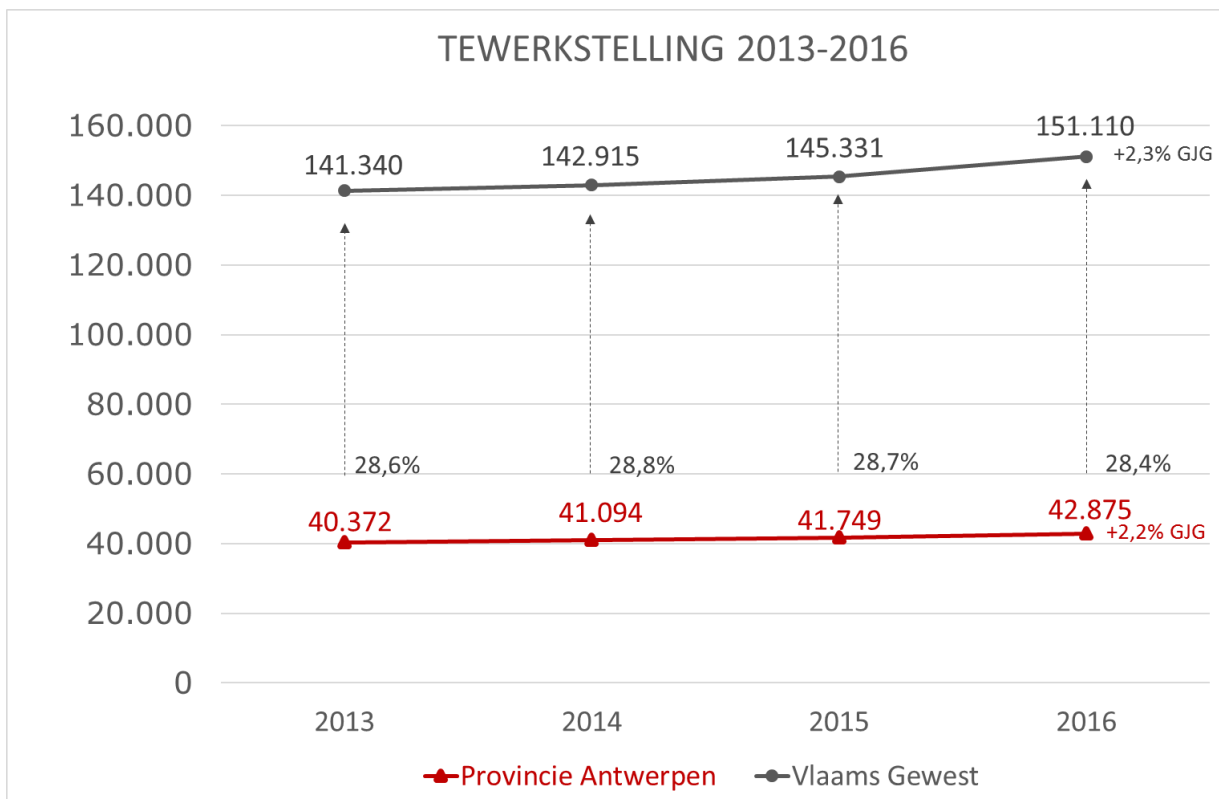
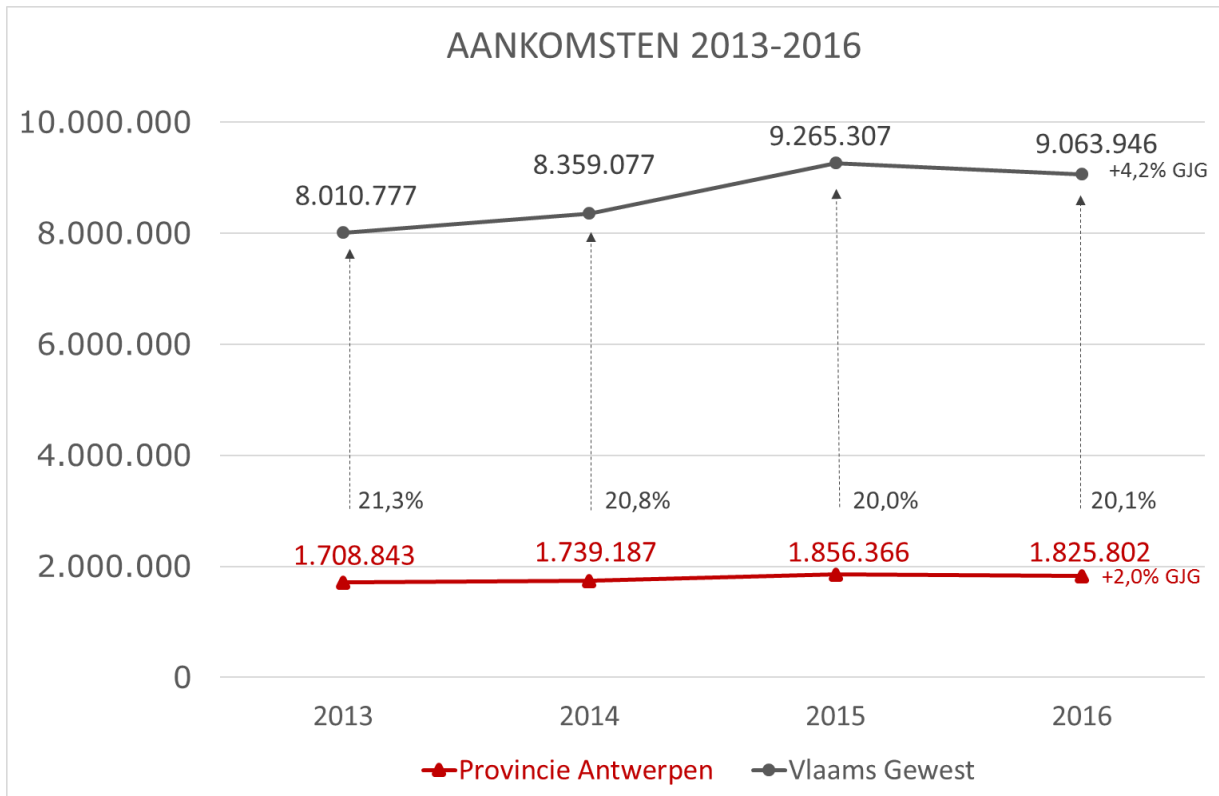


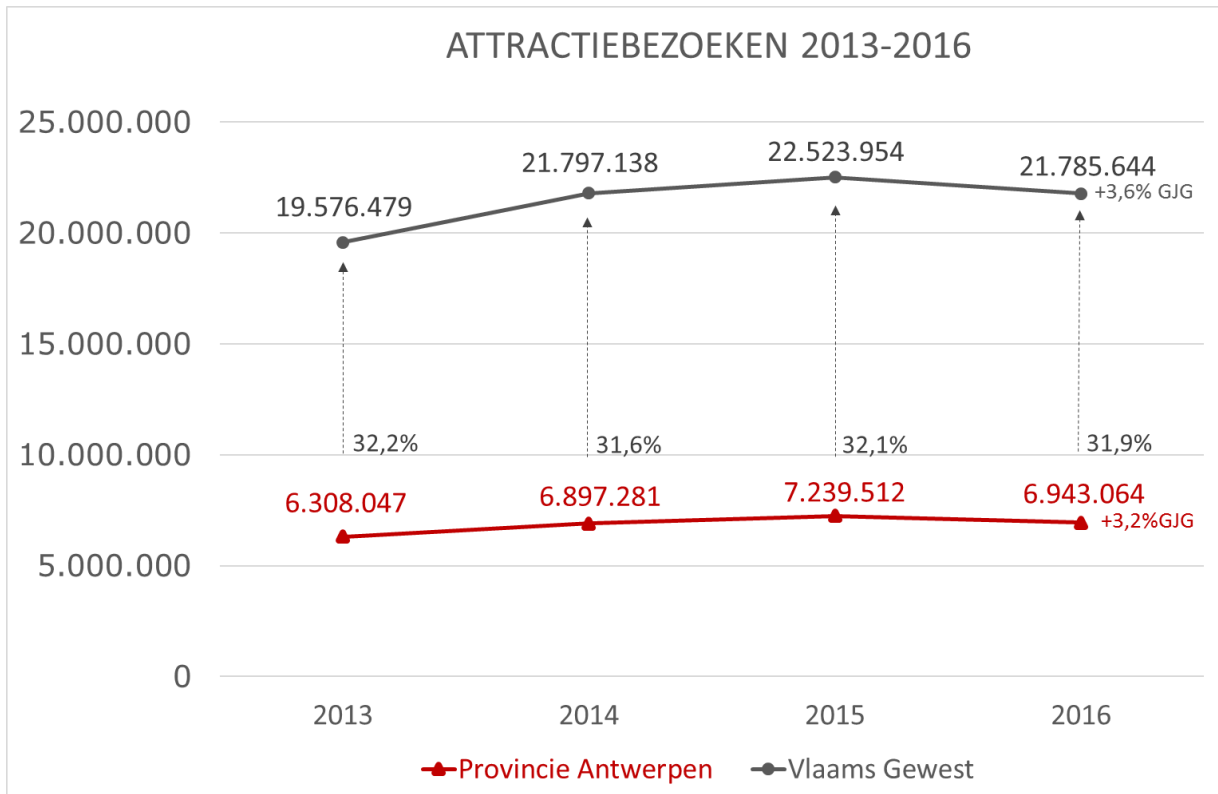
4.3 Cijfers Toerisme

Zie map sharepoint "bijlage toerisme omgevingsanalyse" voor cijfers over sociaal toerisme, toeristisch recreatieve knooppunten en wandeltoerisme.

Hieronder nog cijfers (2013-2016) over toeristische overnachtingen, aankomsten, tewerkstelling en attractiebezoeken.







Bijlage 5: Sustainable Development Goals (SDG's)



Developed in collaboration with TROLLBACK & COMPANY | TheGlobalGoals@trollback.com | +31-20-558 1010
For queries on usage, contact: dpc@campagnebur.org | Non official translation made by UNIRIC Brussels (September 2015)

De Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (SDG)

Van 25 tot 27 september 2015 vond er in het hoofdkwartier van de Verenigde Naties in New York de Duurzame Ontwikkelingstop plaats waar alle staatshoofden, overheids- en topvertegenwoordigers samenkwamen. Ze bespraken de nieuwe Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (SDG's) die tegen 2030 bereikt moeten worden. Die traden in werking vanaf 1 januari 2016.

De SDG's werden voorafgegaan door de Millenniumdoelstellingen (MDG's). Een terugkerend onderwerp in beide ontwikkelingsdoelstellingen is armoede. Hieronder een oplistijng van de 17 Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen:

- SDG 1 - Beëindig armoede overal en in al haar vormen
- SDG 2 - Beëindig honger, bereik voedselzekerheid en verbeterde voeding en promoot duurzame landbouw
- SDG 3 - Verzeker een goede gezondheid en promoot welzijn voor alle leeftijden
- SDG 4 - Verzeker gelijke toegang tot kwaliteitsvol onderwijs en bevorder levenslang leren voor iedereen
- SDG 5 - Bereik gendergelijkheid en empowerment voor alle vrouwen en meisjes
- SDG 6 - Verzeker toegang en duurzaam beheer van water en sanitatie voor iedereen
- SDG 7 - Verzeker toegang tot betaalbare, betrouwbare, duurzame en moderne energie voor iedereen
- SDG 8 - Bevorder aanhoudende, inclusieve en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen

- SDG 9 - Bouw veerkrachtige infrastructuur, bevorder inclusieve en duurzame industrialisering en stimuleer innovatie
- SDG 10 - Dring ongelijkheid in en tussen landen terug
- SDG 11 - Maak steden en menselijke nederzettingen inclusief, veilig, veerkrachtig en duurzaam
- SDG 12 - Verzeker duurzame consumptie- en productiepatronen
- SDG 13 - Neem dringend actie om klimaatverandering en haar impact te bestrijden
- SDG 14 - Behoud en maak duurzaam gebruik van oceanen, zeeën en maritieme hulpbronnen
- SDG 15 - Bescherm, herstel en bevorder het duurzaam gebruik van ecosystemen op het vasteland, beheer bossen en wouden duurzaam, bestrijd woestijnvorming, stop landdegradatie en draai het terug en roep het verlies aan biodiversiteit een halt toe
- SDG 16 - Bevorder vreedzame en inclusieve samenlevingen met het oog op duurzame ontwikkeling, verzeker toegang tot justitie voor iedereen en bouw op alle niveaus doeltreffende, verantwoordelijke en toegankelijke instellingen uit
- SDG 17 - Versterk de implementatiemiddelen en revitaliseer het wereldwijd partnerschap voor duurzame ontwikkeling

Meer informatie op <https://unric.org/nl/sdg-in-nederlands>.

Bijlage 6: geestelijke gezondheid

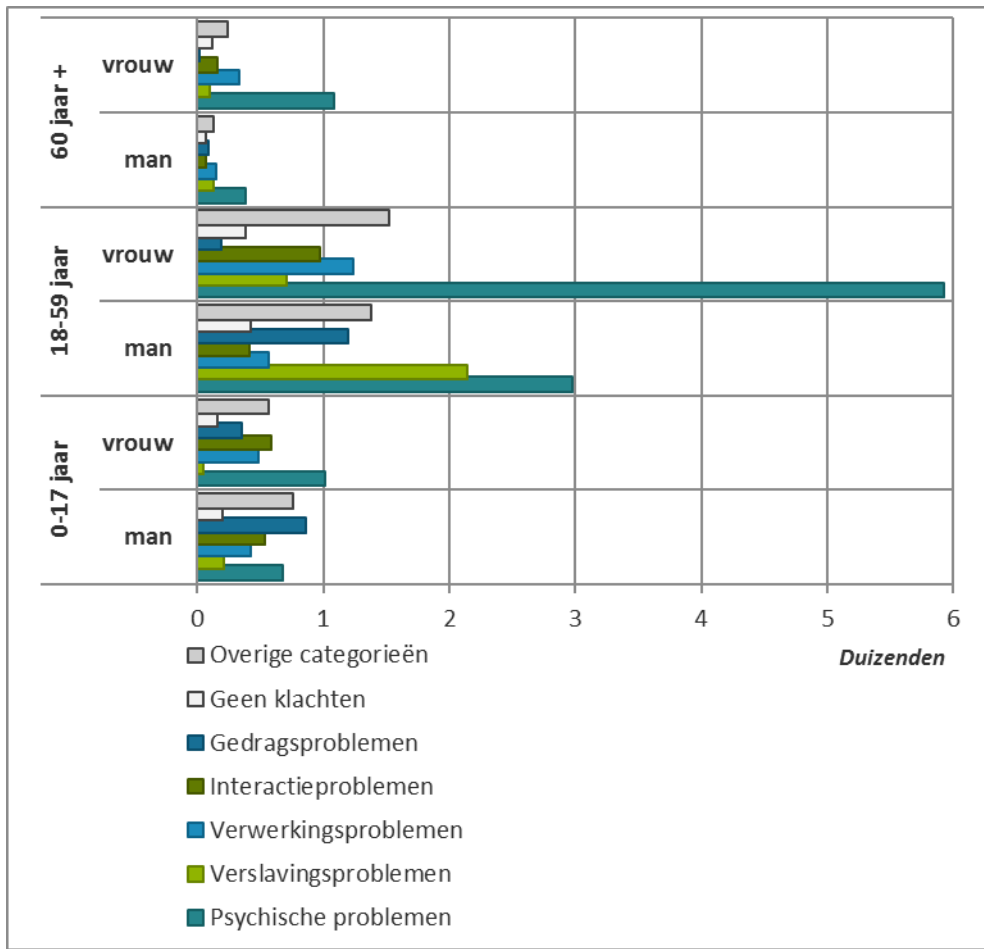
In 2015 stierven 1.051 Vlamingen door zelfdoding. Bijna 3 op de 4 (72%) van hen waren mannen: 752 mannen tegenover 299 vrouwen. In 2015 overleden 2% minder mensen door zelfdoding dan in 2014.

Hierbij moeten we wel voorzichtig zijn met snelle conclusies. Elk jaar zijn er een aantal sterfgevallen waarbij de intentie niet kon bepaald worden. Deze "sterfgevallen door onbepaalde intentie" nemen de laatste jaren toe, waardoor ook de onzekerheid rond het gerapporteerde suïcidecijfer toeneemt.

Direct gestandaardiseerd sterftecijfer (ASR-E) door zelfdoding (per 100.000 inwoners), Vlaams Gewest, 2000, 2005, 2010, 2015

Geslacht	2000	2005	2010	2015
totaal	20,2	18,6	17,2	16,3
Mannen	30,6	28,7	25,8	23,9
Vrouwen	11,2	9,8	9,3	9,1

Uit: Agentschap Zorg en Gezondheid. **Evolutie van sterfte door zelfdoding (2015)** [Online publicatie]. Brussel, [geraadpleegd op 23-april-2018]. Beschikbaar op: <https://www.zorg-en-gezondheid.be/evolutie-van-sterfte-door-zelfdoding-2015>



Uit: **Zorg en Gezondheid Cijfers Centra voor Geestelijke Gezondheidszorg -2016**

[Online publicatie]. Brussel: Agentschap Zorg en Gezondheid, afdeling Informatie en Zorgberoepen, 2016 [geraadpleegd op 23/april/2018], Beschikbaar op: <http://www.zorg-en-gezondheid.be/cijfers-centra-voor-geestelijke-gezondheidszorg>