



# Vrije tijd

Hoofdstuk 9 van *De sociale staat van Nederland 2017*, ISBN 978 90 377 0847 9

De webversie van deze publicatie wijkt in opmaak iets af van de gedrukte, papieren versie. Bij verwijzingen naar pagina's van deze editie daarom vermelden dat naar de webversie is verwezen.

## 9 Vrije tijd

Anne Roeters, Annemarie Wennekers, Andries van den Broek, Ine Pulles en Annet Tiessen-Raaphorst

---

- Nederlanders besteedden in 1990 per week ongeveer 47 uur aan vrijetijdsactiviteiten. Dit was nagenoeg hetzelfde in 2016. Mannen, 65-plussers, lageropgeleiden en mensen zonder jonge kinderen of werk hebben de meeste vrije tijd.
  - Net als in 1990 gaat in 2016 de meeste vrije tijd naar het gebruik van media en ICT. De digitalisering en de opkomst van het internet hebben voor veranderingen in het medialandschap gezorgd, maar nieuwe media zijn vooral nog een aanvulling op (of gedeeltelijke vervanging van) de traditionele media.
  - Na een dip in 2011 is de tijdsbesteding aan sociale contacten in 2016 weer terug op het niveau van 2006. Het gemiddelde van 8,3 uur per week ligt echter nog altijd lager dan de bijna 10 uur per week die Nederlanders hier in 1990 aan besteedden.
  - Ongeveer de helft van de bevolking sport wekelijks. Het individueel of ongeorganiseerd sporten is anno 2016 populairder dan het sporten in verenigingsverband, maar het lidmaatschap van sportverenigingen is sinds 2000 niet meer gedaald.
  - Popconcerten werden in een kwart eeuw iets voor alle leeftijden. Het cultuurbereik ligt onder hoger opgeleiden nog altijd hoger dan onder lager opgeleiden.
  - Het aantal vakanties nam in de afgelopen 25 jaar sterk toe. In vergelijking met andere Europeanen gaan relatief veel Nederlanders op vakantie. In 2014 ging 82% van de Nederlanders ten minste een keer per jaar op vakantie, tegenover een EU-gemiddelde van 60%.
- 

### 9.1 Inleiding

Vrije tijd dient vele doelen. Mensen kunnen zich in hun vrije tijd ontplooiën, loskomen van werk en banden met anderen onderhouden (Verbeek en De Haan 2011). De hoeveelheid vrije tijd geeft een indicatie van hoe druk mensen het hebben en in hoeverre zij hun tijd zelf in kunnen vullen. Sommigen hebben dan ook voorgesteld om de hoeveelheid vrije tijd en de mate waarin men deze waardeert, mee te nemen bij het bepalen van de kwaliteit van leven (Stiglitz et al. 2010) (zie ook hoofdstuk 12). De manier waarop mensen hun vrije tijd precies invullen, biedt eveneens zicht op maatschappelijke veranderingen en verschillen, omdat het laat zien wat (verschillende) mensen belangrijk vinden. Gaan mensen op hun vrije avond naar het theater of liever naar de sportschool? *De sociale staat van Nederland* (SSN) besteedt al vanaf de eerste editie aandacht aan de vrije tijd. Maar de vrijetijdsbesteding krijgt niet alleen van onderzoekers aandacht; beleidsmakers schetsen met het beleid op het terrein van media, sport en cultuur de contouren van het speelveld van de burger.

In dit hoofdstuk staat centraal hoeveel vrije tijd Nederlanders hebben en hoe zij deze inrichten. Daarnaast kijken we, net als de andere hoofdstukken in dit rapport, 25 jaar terug

en gaan we na hoe de vrijetijdsbesteding zich ontwikkeld heeft. Er is eveneens aandacht voor sociale verschillen: hoe richten mannen en vrouwen, lager en hoger opgeleiden, en jongeren en ouderen hun vrije tijd in?

Er zijn verschillende definities van vrije tijd (Bittman en Wajcman 2000; Sayer 2005; Passias et al. 2017). Sommige onderzoekers zien vrije tijd als alle tijd die niet wordt besteed aan betaald werk, scholing, het huishouden en zorgactiviteiten. De tijd die overblijft is immers vrij in te richten.<sup>1</sup> Andere onderzoekers bakenen de vrije tijd af tot specifieke activiteiten, hoewel de precieze afbakening wisselt. Eerdere edities van de ssn (en de tijdsbestedingsonderzoeken van het scp) hebben deze laatste benadering gekozen. Onder vrije tijd rekenen we daarom de tijd besteed aan 'mediagebruik, sociale contacten, recreatieve activiteiten en ontspanning, maatschappelijke participatie en vrijetijdsmobiliteit' (Cloïn 2013, p. 32; Bijl et al. 2015, p. 241).

In deze ssn wordt ook stilgestaan bij de vraag of er een verschil is tussen de *cans* en *cannots*: mensen die makkelijk hun weg kunnen vinden in de veranderende samenleving en mensen die hier niet de juiste vaardigheden voor hebben. In tegenstelling tot de andere domeinen, is het bij vrije tijd lastig om aan te geven wat deze vaardigheden zijn. Want wanneer kan gesproken worden van een meer succesvolle vrijetijdsbesteding? Om deze reden zullen we wel stilstaan bij de opleidingsverschillen die zich aftekenen, maar deze verschillen niet proberen te duiden in termen van *cans* en *cannots*.

Dit hoofdstuk bespreekt de totale vrije tijd van Nederlanders (§ 9.2), mediagebruik (§ 9.3), sociale contacten (§ 9.4), sport (§ 9.5) en cultuur (§ 9.6). Op alle deelterreinen van de vrije tijd lijkt de afgelopen decennia meer mogelijk te zijn geworden. Er is technologisch meer mogelijk, en er zijn nieuwe sporten en cultuurvormen ontstaan of naar Nederland gekomen. Mensen hebben echter niet meer tijd gekregen. Wat betekent dit voor de manier waarop mensen hun tijd inrichten? En versterkt de verbreding van het aanbod de sociale verschillen of verkleint ze deze juist?

Omdat de veranderingen op de verschillende deelterreinen niet een-op-een met elkaar overeenkomen, legt iedere paragraaf een verschillend accent. Zo wordt bij media en sociale contacten de rol van de digitalisering belicht en wordt bij sport de verschuiving van sporten in verenigingsverband naar individueel sporten in kaart gebracht. Bij cultuur schetsen we trends in de belangstelling ervoor en bezien we of sociale verschillen in die belangstelling eventueel toe- of afgenomen zijn. Tot slot staan we in paragraaf 9.7 kort stil bij misschien wel de ultieme vorm van vrije tijd: vakanties.

## 9.2 Vrije tijd in een vogelvlucht

Als startpunt en context voor de verdiepende analyses in de paragrafen die volgen, schetst deze paragraaf de hoofdlijnen van de vrijetijdsactiviteiten van Nederlanders. De analyses in deze paragraaf zijn voor het grootste deel gebaseerd op het Tijdsbestedingsonderzoek (TBO) (zie kader 9.1). Hoewel vrije tijd veel meer is dan enkel een vorm van tijdsbesteding,

zijn tijdsbestedingsdata een handig middel om de participatie in verschillende activiteiten te vergelijken. Een uur in een cultuurinstelling staat immers gelijk aan een uur sport. De keuzes die mensen maken in het besteden van hun tijd zijn daarmee een goede afspiegeling van wat zij belangrijk vinden.

---

#### **Kader 9.1** Het meten van vrije tijd aan de hand van dagboekdata

Deze paragraaf geeft een globaal overzicht van de vrijetijdsbesteding van Nederlanders. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de meest recente gegevens van het Tijdsbestedingsonderzoek (TBO) dat het SCP in samenwerking met CBS uitvoert. Deze gegevens zijn in 2016 gedurende het jaar verzameld. Het eerste tijdsbestedingsonderzoek in Nederland stamt uit 1975 en sindsdien zijn iedere vijf jaar nieuwe gegevens verzameld. Omdat deze ssn 25 jaar terugkijkt, is 1990 hier het startpunt. Tijdsbestedingsonderzoek levert een uniek inzicht in de dagelijkse activiteiten van mensen. De deelnemers aan het onderzoek vullen naast een standaardvragenlijst ook een zogenaamd tijdsdagboek in. Gedurende zeven dagen houden zij bij hoe zij hun tijd besteden. Dit betekent dat zij voor vooraf bepaalde perioden aangeven wat zij op dat moment deden. De precieze methodologie is over de jaren wat veranderd, maar sinds 2006 geven mensen voor iedere periode van tien minuten aan wat op dat moment hun hoofdactiviteit is, wat zij nog meer doen (de zgn. nevenactiviteit), waar zij zich bevinden en wie er nog meer aanwezig is. Deze dagboekdata zijn een rijke bron van informatie, omdat ze inzicht geven in wie wat wanneer doet. Over het algemeen wordt ervan uitgegaan dat dagboekdata niet of slechts beperkt vertekend worden door sociale wenselijkheid, doordat mensen hun gedrag registreren en niet zelf een inschatting maken van de hoeveelheid bestede tijd aan verschillende bezigheden (Gershuny 2003; Sayer 2005). Tijdsbestedingsdata zijn minder geschikt om activiteiten te meten die weinig voorkomen of die weinig tijd kosten.

---

#### Ontwikkelingen in de hoeveelheid vrije tijd

Tabel 9.1 geeft een overzicht van de totale vrijetijdsbesteding van Nederlanders en licht een aantal specifieke activiteiten uit. In de tabel is een breuk tussen 2005 en 2006 te zien. In 2006 zijn namelijk enkele grote veranderingen doorgevoerd in de manier waarop de TBO-data verzameld zijn. Hoewel de impact van deze wijzigingen beperkt lijkt te zijn, betekent dit dat de cijfers uit de periode vóór 2006 niet een-op-een te vergelijken zijn met die uit de periode erna (Kamphuis et al. 2009). De belangrijkste wijzigingen zijn dat de meting vanaf 2006 betrekking had op het hele jaar (in plaats van de maand oktober, zoals in 2005 en eerder) en er per periode van tien minuten is nagegaan wat mensen doen (in plaats van per vijftien minuten). Daarnaast moesten de deelnemers aan het onderzoek in 2005 en eerder uit een aantal opties een activiteit selecteren die naar hun inzicht het beste hun eigen activiteit weergaf, terwijl vanaf 2006 mensen in hun eigen woorden hebben genoteerd wat ze deden en codeurs deze vervolgens hebben omgezet in activiteiten.

Tabel 9.1

## In zowel 1990 als 2016 iets meer dan 47 uur vrije tijd per week

De hoeveelheid vrije tijd (totaal en opgesplitst), personen van 12 jaar en ouder, 1990-2016<sup>a</sup> (in uren per week, vrije tijd als hoofdactiviteit)

	1990	2000	2005	2006	2011	2016
totaal	47,2	44,8	44,7	46,9	47,8	47,1
media- en ICT-gebruik <sup>b</sup>	18,8	18,7	18,9	19,6	20,9	18,9 <sup>d</sup>
sociale contacten <sup>c</sup>	9,8	8,5	7,5	8,6	7,2	8,3 <sup>d</sup>
sport	1,2	1,2	1,6	1,4	1,7	1,7
cultuur	0,4	0,4	0,4	0,3	0,5	0,5
uitstapjes	1,5	1,4	2,0	1,7	1,8	1,8
uitrusten, luieren	1,2	1,3	1,3	2,5	1,7	2,0 <sup>d</sup>

a Tussen 2005 en 2006 vond een breuk in de meetmethode plaats, waardoor de cijfers niet zonder meer te vergelijken zijn.

b Exclusief onlinecommunicatie.

c Inclusief onlinecommunicatie.

d Verschilt significant van de tijdsbesteding in 2011.

Bron: SCP (TBO'90-'06); SCP/CBS (TBO'16)

In 1990 hebben Nederlanders gemiddeld iets meer dan 47 uur per week vrije tijd. In de jaren hierna daalt dit langzaam, naar bijna 45 uur in 2005. In 2006 is overgegaan op de nieuwe manier van dataverzameling en komt de hoeveelheid vrije tijd iets meer dan 2 uur hoger uit, op bijna 47 uur. In 2011 neemt dit met ongeveer 1 uur toe, maar in 2016 komt deze toename tot stilstand. Hiermee komt de hoeveelheid vrije tijd in 2016, met iets meer dan 47 uur per week, weer op hetzelfde niveau als in 1990.

Een nadere blik op de verschillende deelterreinen laat zien dat de inrichting van de vrije tijd in 2016 slechts beperkt verschilt van die in 1990. Net als in 1990 gaat de meeste tijd (bijna 19 uur) naar het gebruik van media en ICT en naar het onderhouden van sociale contacten (bijna 10 uur in 1990 en ruim 8 uur in 2016). Het media- en ICT-gebruik is, na een piek in 2011, weer terug op het stabiele niveau van 2006. De tijd die aan sociale contacten wordt besteed, is na een dip in 2011 weer hersteld tot het niveau van 2006. Dit is echter nog altijd 1,5 uur per week minder dan in 1990. Nederlanders zijn sportiever dan in 1990, maar de afgelopen tien jaar lijkt er weinig veranderd te zijn. Ook bij cultuur en het maken van uitstapjes is het beeld stabiel. Er wordt in 2016 2 uur besteed aan simpelweg uitrusten. Dit is bijna een verdubbeling van de tijd die hier in 1990 aan werd besteed en lijkt ook een lichte toename ten opzichte van 2011. De tijd besteed aan uitstapjes blijft vrij constant over de afgelopen 25 jaar.

## Sociale verschillen in de totale hoeveelheid vrije tijd

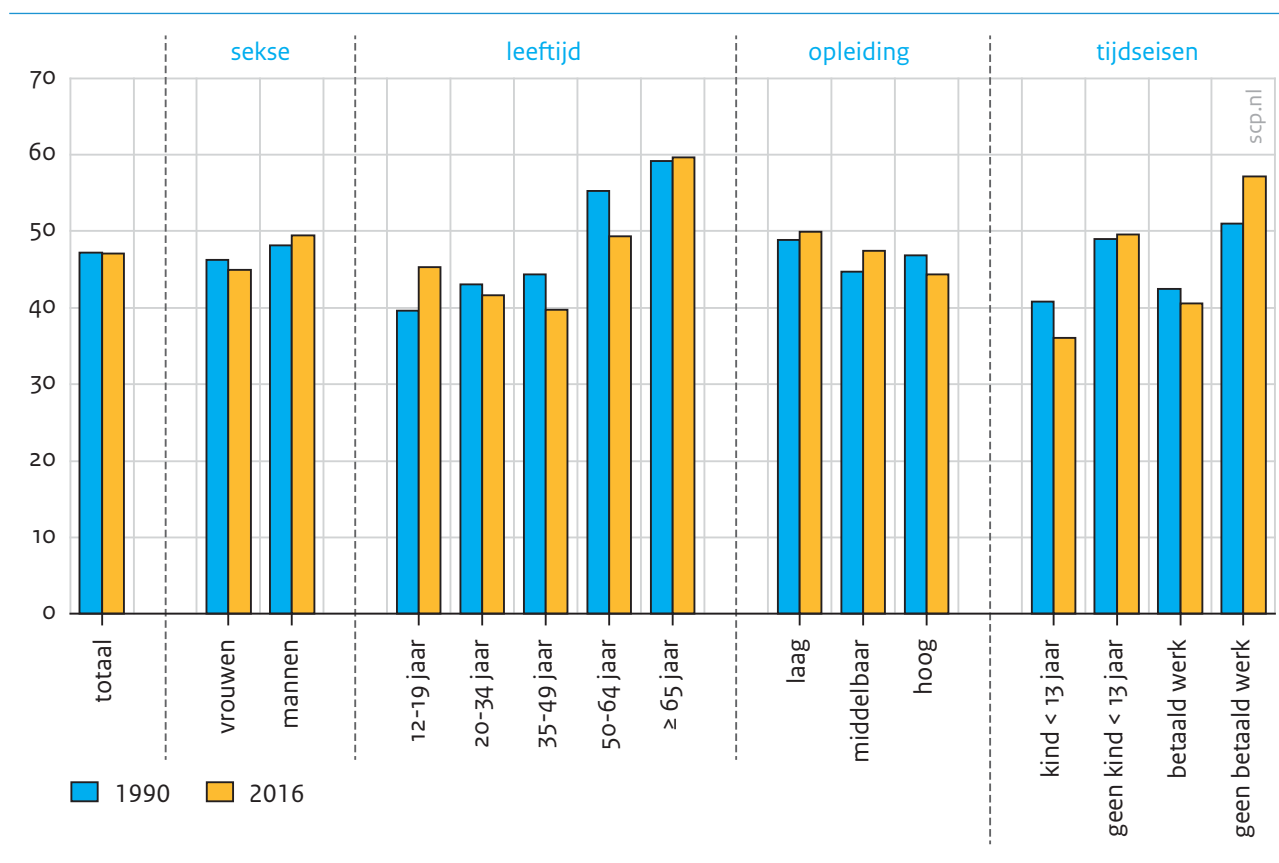
Figuur 9.1 toont de sociale verschillen in de hoeveelheid vrije tijd in 1990 en 2016. In 2016 rapporteerden mannen en lager opgeleiden meer vrije tijd dan vrouwen en hoger

opgeleiden. Er zijn ook leeftijdsverschillen. De 35-49-jarigen, maar ook de 20-34-jarigen hebben de minste vrije tijd. Jonge kinderen en betaald werk lijken grote concurrenten van vrije tijd te zijn. Zo is het verschil tussen mensen met en zonder een jong kind meer dan 13 uur, en is voor betaald werk het verschil zelfs 17 uur. Deze bevinding ondersteunt het idee dat de levensfase met jonge kinderen het spitsuur van het leven is, waarin beperkte ruimte is voor andere dingen dan werk en de zorg voor kinderen.

Figuur 9.1

Mannen, lager opgeleiden en mensen zonder een jong kind of werk hebben de meeste vrije tijd

Totale hoeveelheid vrije tijd, naar achtergrondkenmerken, personen van 12 jaar en ouder, 1990 en 2016 (in uren per week)



Bron: SCP (TBO'90); SCP/CBS (TBO'16)

Bij de vergelijking tussen de sociale verschillen in 2016 en 1990 valt een aantal dingen op. Zo was de voorsprong van mannen op vrouwen in 1990 kleiner dan in 2016. Het verschil is meer dan verdubbeld: van 2 uur naar 4,5 uur per week. Ook de opleidingsverschillen lijken tussen 1990 en 2016 toegenomen: waar in 1990 lager opgeleiden 2 uur meer vrije tijd per week hadden dan hogeropgeleiden, was dit verschil in 2016 opgelopen tot 5,6 uur (in 2011 was de kloof, met 7,5 uur, nog groter). En waar de middelbaar opgeleiden in 1990 nog de minste vrije tijd hadden, hebben ze in 2016 echt een middenpositie gekregen. Het patroon in de leeftijdsverschillen is niet eenduidig. In 1990 hadden de tieners de minste vrije tijd, in 2016 bevinden zij zich in de middenmoot. Nederlanders in de beroepsleeftijd lijken daaren-

tegen minder vrije tijd te hebben dan in 1990. Ten slotte zijn de verschillen tussen mensen met en zonder een jong kind, en die met en zonder werk tussen 1990 en 2016 toegenomen.

### De meest populaire vrijetijdsactiviteiten buitenshuis

Een andere manier om na te gaan hoe mensen hun vrije tijd inrichten, is om naar de meest populaire vrijetijdsactiviteiten te kijken. Het Continu vrijetijdsonderzoek (CVTO) heeft in kaart gebracht wat de top 10 van activiteiten buitenshuis is (CBS 2016a, p. 55). De meest recente cijfers over 2015 laten zien dat wandelingen het meest populair zijn (tabel 9.2). Op jaarbasis zijn er naar schatting 441 miljoen wandelingen gemaakt. De nummers 2 en 3 in de top van meest populaire activiteiten zijn winkelen in een binnenstad en uit eten gaan. Bijna de helft van de vrijetijdsactiviteiten buitenshuis vindt in de eigen gemeente plaats.

#### Tabel 9.2

##### Wandelen is de meest populaire vrijetijdsbesteding

Top 10 van populairste uithuizige vrijetijdsactiviteiten,<sup>a</sup> 2015 (in aantallen x mln.)

1	wandeling voor plezier	441
2	winkelen in een binnenstad	202
3	uit eten in restaurant/eetcafé	194
4	fietstocht voor plezier	193
5	fitness/aerobic/steps/spinning/ enz.	182
6	winkelen voor plezier in stadsdeelcentrum of wijkcentrum	119
7	zwemmen in een binnenbad	103
8	onderwijs/schoolvereniging	98
9	toertochtje met de auto	85
10	bar/cafébezoek	79

a Exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Bron: CBS (2016b: 55)

Het cvto gaat helaas niet terug tot 1990. Wel biedt de voorloper van dit onderzoek, het Onderzoek dagrecreatie (ODR), enig inzicht in de populariteit van activiteiten 25 jaar geleden. Omdat het hier een ander type onderzoek met andere indelingen betreft, kunnen er uit deze vergelijking geen grote conclusies worden getrokken. Toch valt op dat, net als in 2015, winkelen en wandelen populaire activiteiten zijn (tabel 9.3). Beide stonden ook in 1990 in de top 3. Uit eten gaan stond ook in 1990 in de top 10 (op nummer 6), maar was toen wel minder populair dan in 2015.

### Tabel 9.3

#### Winkelen en wandelen al 25 jaar lang populair, uit eten in 1990 minder populair

Top 10 van populairste uithuizige vrijetijdsactiviteiten,<sup>a</sup> 1990 (in aantallen x mln.)

1	recreatief winkelen	129
2	verenigingsactiviteiten, hobbyclubs e.d.	92
3	wandelen	60
4	overige binnensport	58
5	overige buitensport	53
6	uit eten gaan	41
7	fietsen	38
8	totaal film, toneel, concert, e.d.	35
9	bar-/cafébezoek	32
10	zwemmen in binnenbad	29

a Exclusief de bevolking in instellingen, inrichtingen en tehuizen.

Bron: (CBS 2017a)

### Tevredenheid met de hoeveelheid vrije tijd

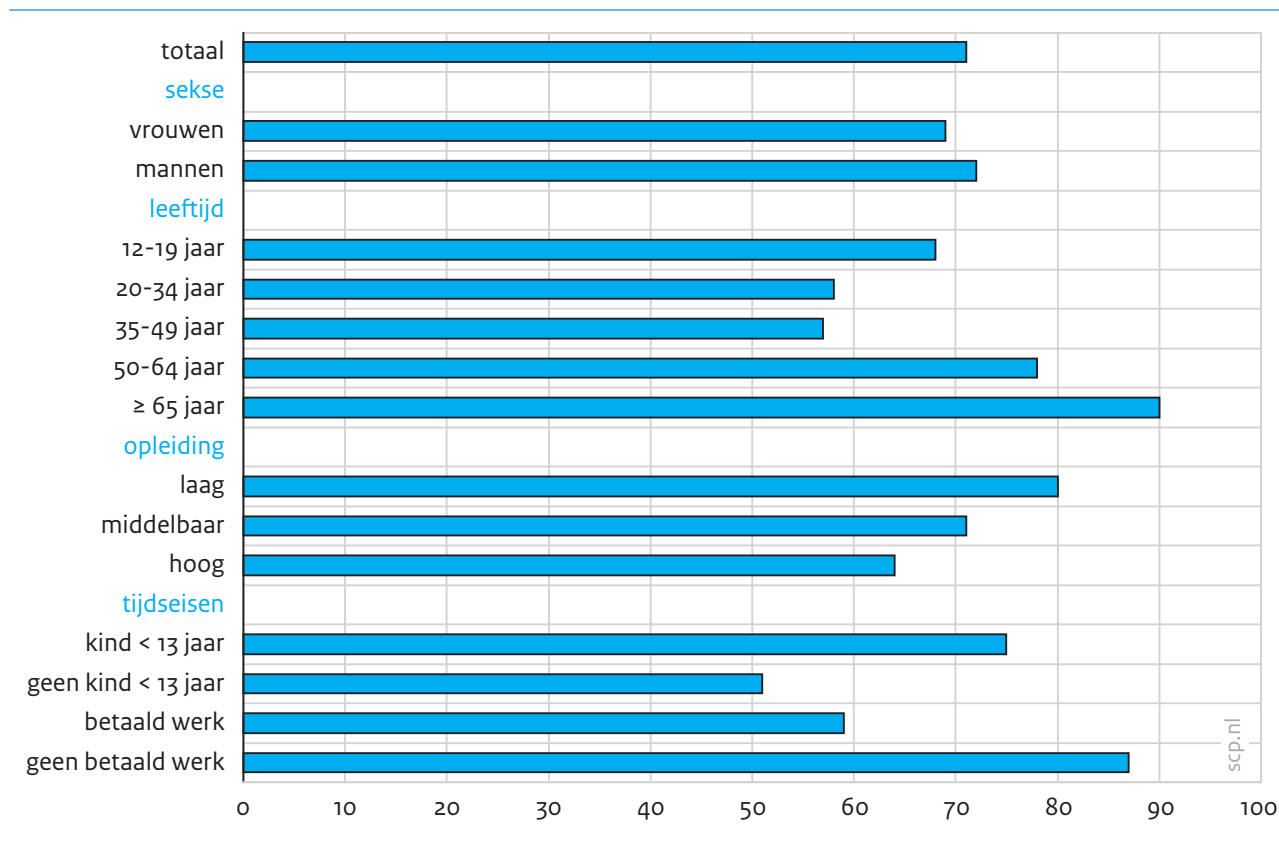
Bijna driekwart van de Nederlanders is van mening dat hij of zij voldoende vrije tijd heeft (figuur 9.2). De tevredenheid met de hoeveelheid vrije tijd varieert echter wel tussen de bevolkingsgroepen. Het patroon komt overeen met verschillen in de hoeveelheid vrije tijd die in de vorige alinea's besproken zijn: mannen zijn iets tevredener dan vrouwen, en lager opgeleiden zijn tevredener dan hoger opgeleiden. Mensen die het drukker hebben, omdat ze werken en/of een jong kind hebben, geven minder vaak aan dat zij voldoende vrije tijd hebben dan mensen zonder baan of jong kind. Ook de leeftijdsverschillen lijken te wijzen op een samenhang met drukte. De 20-49-jarigen, die zich vaak in een drukke levensfase met jonge kinderen en belangrijke carrièrestappen bevinden, zijn het minst tevreden met hun vrije tijd.



Figuur 9.2

### Ruime meerderheid is tevreden met de hoeveelheid vrije tijd

Tevredenheid met de vrije tijd,<sup>a</sup> naar achtergrondkenmerken, personen van 12 jaar en ouder, 2016  
(in procenten)



a Aandeel dat het eens is met de stelling 'Ik heb voldoende vrije tijd.'

Bron: SCP/CBS (TBO'16)

## 9.3 Mediagebruik

Het voorheen relatief overzichtelijke medialandschap,<sup>2</sup> dat hoofdzakelijk uit kranten en omroepen bestond, is op een aantal punten ingrijpend veranderd. De belangrijkste ontwikkelingen met de meest ingrijpende gevolgen zijn de digitalisering, commercialisering en internationalisering. In 1992 werd de Mediawet uit 1987 ingrijpend gewijzigd, door de toelating van de commerciële omroep (voor een beschrijving van de periode voor 1992, zie Hoefnagel 2005). In 2008 ging een nieuwe Mediawet in werking, die de Mediawet uit 1987 verving, door deze te moderniseren en technisch aan te passen.

Onder druk van commercialisering en internationalisering nam het aantal spelers in het medialandschap sterk toe en is dat van karakter veranderd. Het huidige mediabeleid is niet langer verzuild te noemen, maar wel mediumspecifiek. Meer dan van een algemeen mediabeleid is er sprake van persbeleid, omroepbeleid en internetbeleid.

Deze 'verkokering' is een gevolg van de opkomst van telkens weer nieuwe media (na de pers achtereenvolgens radio, televisie en internet).

Tijdens de kabinetsperiode van Rutte II is de Mediawet uit 2008 gewijzigd. Deze wetswijziging werd noodzakelijk geacht, gezien de inperking van de rijksbijdrage en ontwikke-

lingen in het medialandschap. In het wetsvoorstel stond een toekomstbestendige publieke omroep centraal, met als kerntaken educatie, cultuur en informatie. Nadat het wetsvoorstel (TK 2014/2015) in de Tweede Kamer was goedgekeurd, uitte de Eerste Kamer er stevige bezwaren tegen. Er werden onder andere vragen gesteld over de politieke onafhankelijkheid van de publieke omroep. Met een aanvulling op het wetsvoorstel (TK 2015/2016), die in zowel de Tweede als Eerste Kamer is aangenomen, zijn de wetswijzigingen op 2 november 2016 in werking getreden.

Waarden als pluriformiteit, onafhankelijkheid en toegankelijkheid blijven aan de basis van het mediabeleid staan. Deze set waarden brengt tot uitdrukking wat het belang van een goed functionerend medialandschap is voor de samenleving, en ook dat van een toekomstig medialandschap mag worden verwacht dat het een belangrijke bijdrage levert aan het functioneren van democratie, economie en samenleving (WRR 2005).

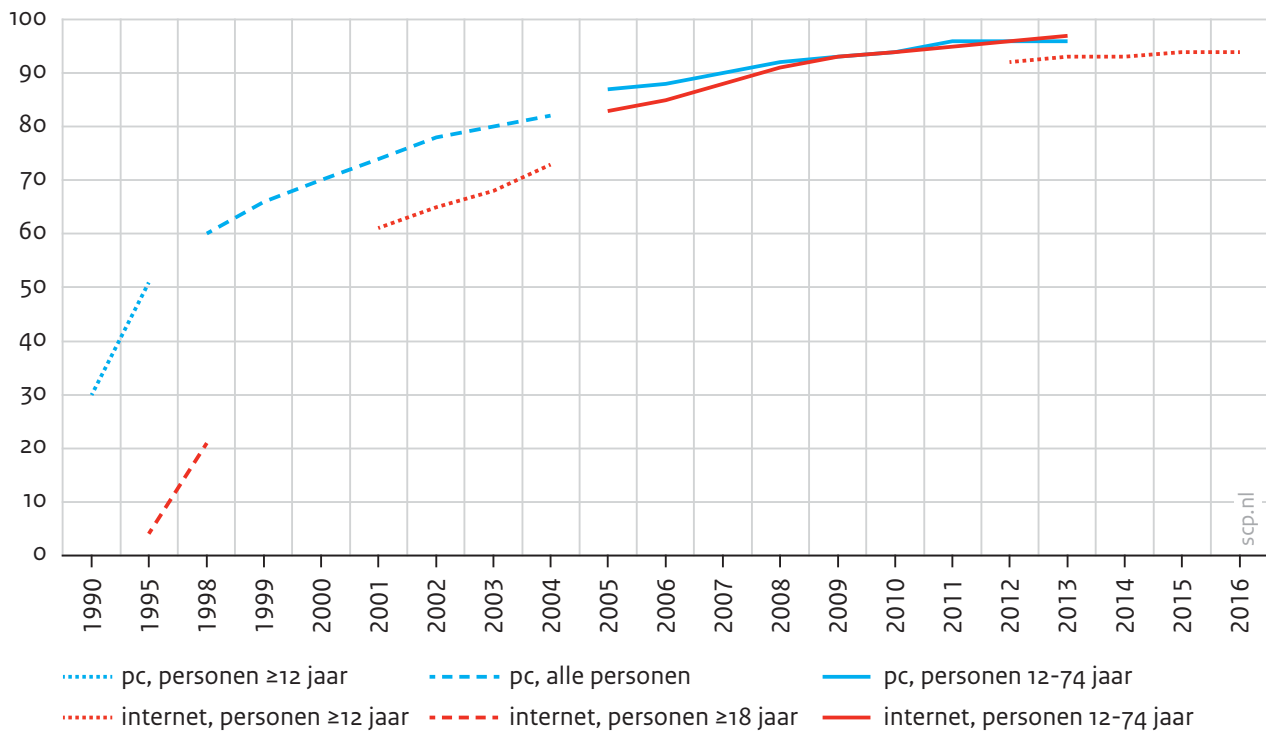
### Digitalisering en het veranderende medialandschap

Een belangrijke maatschappelijke ontwikkeling van de afgelopen 25 jaar, die naar verwachting ook de komende decennia nog impact zal hebben (Van den Broek et al. 2016), is de verdere digitalisering van de leefwereld van Nederlanders (De Haan 2010). De eerste computers kwamen begin jaren tachtig van de vorige eeuw op de markt, maar het duurde tot in de jaren negentig voordat een aanzienlijk deel van de bevolking overging tot aanschaf. In 1990 had nog geen derde (30%) van de Nederlanders thuis een computer, maar dit aandeel steeg geleidelijk naar 96% in 2013 (zie figuur 9.3). De belangrijkste ontwikkeling in de tussentijd was de aansluiting op het internet. Nadat in 1993 door het *world wide web* het gebruiksgemak was toegenomen, werd internet ook buiten de kring van universiteiten en grote bedrijven aantrekkelijk en groeide het binnen 15 jaar uit tot een informatie- en vermaakmedium voor vrijwel iedereen. In 1995 had nog slechts 4% van de Nederlanders toegang tot internet. Dit aandeel steeg naar 46% tijdens de eeuwwisseling, en naar 97% in 2013<sup>3</sup>. In internationaal perspectief behoort Nederland daarmee tot de koplopers. Nederland gaat in Europa ook voorop als het gaat om het gebruik van internet (EC 2015). In 2015 gaf 86% van de Nederlandse bevolking aan (bijna) dagelijks internet te gebruiken. Denemarken (85%) en Zweden (85%) volgen op de voet, terwijl het laagste internetgebruik in Roemenië werd gevonden (39%).

Figuur 9.3

Gestage maar onstuitbare verspreiding van computers en internettoegang

Bezit van personal computer (pc) en toegang tot het internet, naar leeftijdscategorie, 1990-2016 (in procenten)



Bron: CBS (POLs'98-'04; ICT'05-'16); CBS/SCP (ICT-pilot 2001); SCP (TBO'90-'95; GNC'98), zie Huysmans et al. (2004)

Inmiddels is de mobiele telefoon uitgegroeid tot het populairste apparaat voor internetgebruik (CBS 2016b). Het aandeel bezitters van een smartphone steeg tussen 2005 en 2016 van 11% naar 85% (niet in de figuur). Daarmee zijn er nu meer Nederlanders die een smartphone bezitten dan een laptop (79%) of computer (58%), en ook de tablet (68%) blijft hier nog bij achter. Van de jongste leeftijdsgroep (12-25 jaar) heeft in 2016 bijna iedereen een smartphone (98%), gevolgd door de 25-45-jarigen (95%) en 45-65-jarigen (90%). Het bezit van smartphones steeg in de afgelopen jaren sterk onder de oudere leeftijdsgroepen, van 15% in 2012 naar 65% in 2016 voor 65-75-jarigen en van 2% naar 30% voor 75-plussers. Een gemeenschappelijk kenmerk van de verspreiding van computers, internet en mobiele telefonie is dat jongeren, net als hoogopgeleiden en mensen met hogere inkomens, vooroplopen in aanschaf en gebruik (Huysmans et al. 2004).

De digitalisering en de opkomst van het internet hebben grote gevolgen gehad voor het medialandschap. Dezelfde inhoud is tegenwoordig via verschillende kanalen te lezen, beluisteren of bekijken. Ook zijn media niet langer tijd- en plaatsgebonden. Gebruikers kunnen zelf bepalen waar en wanneer ze welke media raadplegen. Hiermee zijn de gebruiksmogelijkheden en keuzevrijheid van mediagebruikers bij het informeren, amuseren en communiceren enorm toegenomen. Daarbij heeft het kenmerkende eenrichtings-

verkeer van traditionele (massa)media plaatsgemaakt voor een situatie waarin gebruikers niet alleen ontvangers, maar ook zenders en makers van media-inhoud zijn (zoals van video's, vlogs of blogs).

Door de groeiende mogelijkheden tot interactiviteit heeft de gebruiker een actieve rol gekregen in het medialandschap. Welke veranderingen hebben zich als gevolg van deze ontwikkelingen voorgedaan in het mediagebruik van Nederlanders? Bij de beantwoording van deze vraag staat in deze ssn de omvang van het mediagebruik centraal: zijn Nederlanders over de jaren meer tijd aan media gaan besteden? Ook de vorm en inhoud van het mediagebruik komen aan bod: welke media worden op welke manier gebruikt en hebben zich hierin veranderingen voorgedaan in de afgelopen jaren?

### Ontwikkelingen in het mediagebruik van Nederlanders

De tijd besteed aan mediagebruik als hoofdactiviteit in de vrije tijd bleef lang constant, met zo'n 19 uur per persoon per week (tabel 9.1). Na 2006 steeg de tijd besteed aan media voor het eerst in jaren: van 19,6 uur per week in 2006 naar 20,9 uur in 2011. In 2016 zet deze groei niet door en is het gebruik van media en ICT, met 18,9 uur per week, weer terug op het niveau van 2006 en daarvoor. Dit komt voor het grootste deel door het internet- en computergebruik; dit vertoonde een forse stijging tussen 2006 en 2011, van 2,8 naar 4 uur in de week, maar is in 2016 met 2,5 uur in de week weer terug op het niveau van 2006 (figuur 9.4). Een belangrijke kanttekening is dat internet via de mobiele telefoon hier niet is meegerekend, terwijl dit in de laatste jaren juist in populariteit is toegenomen. In paragraaf 9.4 komt dit terug bij het onderdeel onlinecommunicatie en communicatie via de (mobiele) telefoon.

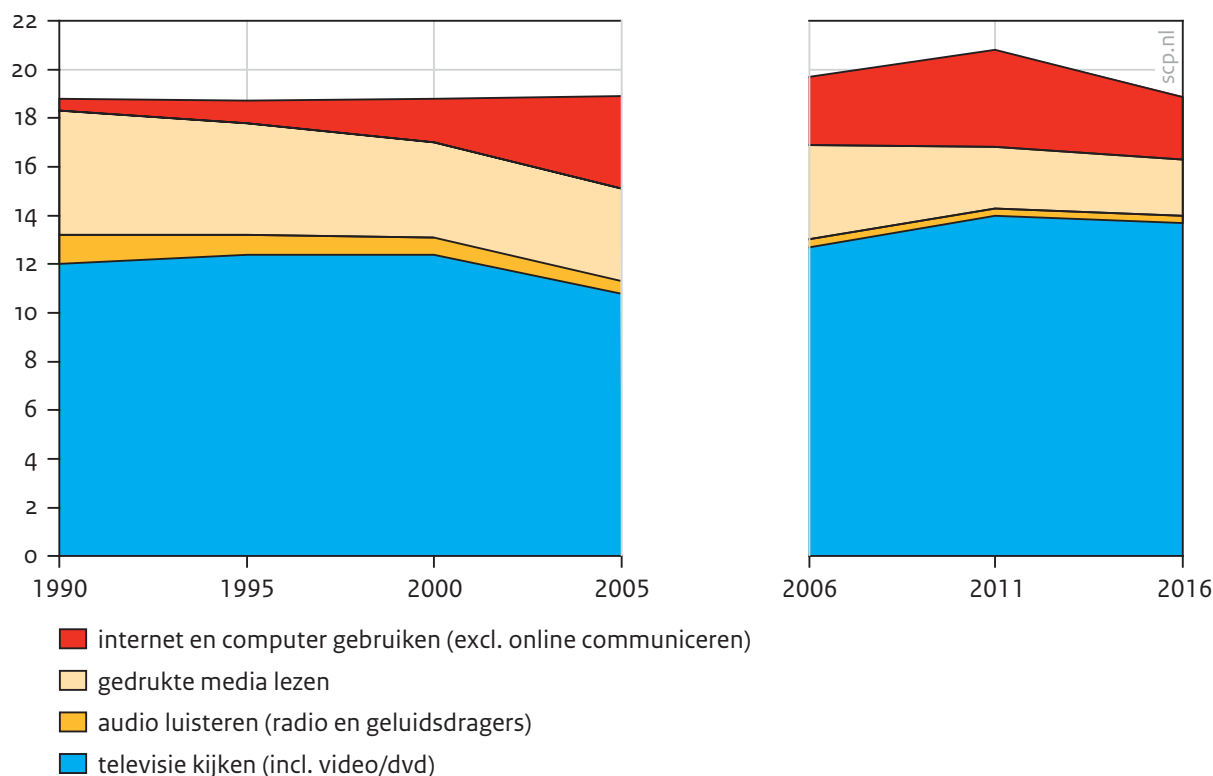
De populairste media-activiteit is onveranderd televisiekijken. In 1990 besteedden Nederlanders hier 12 uur in de week aan en in 2016 lag de kijktijd ruim 1,5 uur hoger (13,6 uur). Lezen van gedrukte media (boeken, tijdschriften, kranten enz.) stond in 1990 op de tweede plaats met 5,1 uur per week, maar in de jaren negentig vertoonde dit een forse daling. Deze teruggang loopt samen met de opkomst van het internet, maar de daling was al halverwege de jaren vijftig begonnen (Knulst en Kraaykamp 1996). Met 2,3 uur is de leestijd in 2016 ongeveer gelijk aan die in 2011 (2,5 uur). Radio en muziek luisteren als hoofdactiviteit is al jaren goed voor 0,3 uur in de week, wat flink minder is dan de 1,2 uur die hier in 1990 nog aan werd besteed. Internet- en computergebruik was in 1990 nog zeer bescheiden, met 0,5 uur in de week.

Het TBO biedt helaas weinig inzicht in welke media mensen op welke manier gebruiken. Respondenten noteren hun mediagedrag sinds 2006 in hun eigen woorden en als iemand bijvoorbeeld 'internetten' heeft genoteerd, is het niet duidelijk wat die persoon precies online heeft gedaan en via welk apparaat. Of, als iemand heeft aangegeven met de smartphone bezig te zijn geweest, dan is niet duidelijk of deze persoon communiceerde, iets op internet opzocht, of misschien een serie aan het kijken was of naar de radio aan het luisteren.

Figuur 9.4

Nederlanders besteden stabiel de meeste tijd aan televisiekijken

Mediagebruik,<sup>a</sup> personen van 12 jaar en ouder, 1990-2016 (in uren per week)



a Televisiekijken, naar de radio luisteren, lezen van gedrukte media, internet- en computergebruik als hoofdactiviteit.

Bron: SCP (TBO'90-'06); SCP/CBS (TBO'11 en '16)

In het huidige medialandschap is het steeds lastiger om onderscheid te maken tussen verschillende media-activiteiten en om massamediagebruik en interpersoonlijke communicatieactiviteiten van elkaar te scheiden (zoals bij het gebruik van sociale media). Om het mediagebruik zo gedetailleerd mogelijk in kaart te brengen, is het SCP samen met verschillende mediaonderzoekorganisaties in 2013 een nieuw tijdsbestedingsonderzoek gestart: het Mediatijdbestedingsonderzoek (Media:Tijd). Daarin geven respondenten in een dagboek specifieke informatie over hun mediagebruik, zoals de activiteiten die ze hebben verricht en de dragers (vaste en mobiele apparaten, of papier) die ze hiervoor gebruikt hebben (Wennekers et al. 2017). Ook wordt het gelijktijdige gebruik van verschillende media bijgehouden, waarmee een scala aan mediacombinaties onderzocht kan worden. Uit de meest recente meting van 2015 blijkt dat Nederlanders gemiddeld 7 uur en 23 minuten per dag aan media besteden (Wennekers et al. 2016). Hieronder vallen de traditionele massamedia (televisie, radio en gedrukte media) in alle mogelijke verschijningsvormen (online en offline, op papier en digitaal, via vaste en mobiele apparaten), evenals gaming, computer- en internetgebruik, en communiceren via media. Het grootste deel van de mediatijd (ruim 3,5 uur) worden media gecombineerd met andere activiteiten, zoals televisiekijken tijdens het eten of sporten. Bijna 3 uur op een dag wordt besteed aan één enkele

media-activiteit, zoals het spelen van een computerspel zonder dat daar iets anders naast wordt gedaan. Bijna een uur bestaat uit het combineren van meerdere media-activiteiten, zoals naar muziek luisteren tijdens het krant lezen.

### Gebruik van media via oude en nieuwe kanalen

In 1995 voorspelde Nicholas Negroponte dat binnen vijf jaar de passieve oude (massa)media plaats zouden maken voor interactieve nieuwe media. Gezien de technologische mogelijkheden voorzag hij schokkende veranderingen (Negroponte 1995). Veranderingen blijken zich echter langzamer te voltrekken dan gedacht; de gehechtheid aan het bestaande en het vertrouwde voorkomt dit soort plotse verschuivingen (De Haan 2010). Zo zijn in 2015 de traditionele massamedia niet ineengestort. Er lijkt eerder sprake van een geleidelijke overgang, waarbij het oude (al dan niet in gewijzigde vorm) naast het nieuwe blijft bestaan. Nederlanders besteedden op een dag in 2015 de meeste tijd aan kijken (3 uur en 4 minuten) en luisteren (2 uur 42 minuten), en deze tijd gaat grotendeels nog naar 'klassieke' vormen: televisiekijken op het moment van uitzending (78% van de kijktijd) en naar de radio luisteren op het moment van uitzending (91% van de luistertijd) (zie tabel 9.4). De overige kijktijd gaat naar het uitgesteld kijken van televisieprogramma's of het streamen van video (bv. via Netflix of YouTube). Nieuwe luistervormen spelen, met 9% van de totale luistertijd op een dag, nog een bescheiden rol, maar het luisteren via internet verdubbelde wel tussen 2013 en 2015. Voor het lezen van boeken, tijdschriften en kranten hebben de schermen (zoals e-reader, tablet, computer, smartphone) het papier nog niet ingehaald. Van de 37 minuten die Nederlanders gemiddeld op een dag besteden aan lezen, gaat het grootste deel (82%) nog op klassieke wijze van papier.

Tabel 9.4

## Ondanks veranderingen in het medialandschap zijn traditionele media nog steeds dominant

Tijd besteed aan klassieke vormen van kijken,<sup>a</sup> luisteren<sup>b</sup> en lezen,<sup>c</sup> uitgedrukt als aandeel van de totale kijk-, luister-, en leestijd, naar enkele achtergrondkenmerken, personen van 13 jaar en ouder, 2013 en 2015 (in procenten)<sup>d</sup>

	televisie op moment van uitzending (als % van de totale kijktijd)		radio op moment van uitzending (als % van de totale luistertijd)		lezen van papier (als % van de totale leestijd)	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015
totaal ≥ 13 jaar	84	78	94	91	85	82
vrouwen	83	77	94	91	84	77
mannen	85	79	94	92	86	87
13-19 jaar	72	55	84	73	78	82
20-34 jaar	71	61	92	86	78	67
35-49 jaar	83	76	95	92	78	74
50-64 jaar	89	85	94	94	83	78
≥ 65 jaar	94	94	98	98	93	91
laagopgeleid	88	85	94	95	90	85
middelbaar opgeleid	84	80	95	92	82	81
hoogopgeleid	78	68	92	87	84	80

a Televisiekijken op het moment van uitzending.

b Naar de radio luisteren op het moment van uitzending.

c Gedrukte media.

d Gemeten op een doorsneedag.

Bron: NLO/NOM/SKO/SCP (Media:Tijd'13); NLO/NOM/SKO/BRO/SCP (Media:Tijd'15)

Uit tabel 9.4 blijkt dat bepaalde groepen wel duidelijke verschuivingen in hun media-gebruik laten zien. Tieners en jongvolwassenen gaan eerder over tot het gebruik van nieuwe (digitale) media – veelal ten koste van de traditionele (massa)media – terwijl oudere gebruikers meer het vertrouwde mediarepertoire vasthouden (Wennekers en De Haan 2017; Wennekers et al. 2016). Dit past bij een min of meer vast patroon waarlangs innovaties zich in een samenleving verspreiden (Rogers 2003): een voorhoede met affiniteit voor technologie (veelal jong en hoogopgeleid, digitaal vaardig) wordt op ruime afstand gevolgd door een groep die niet of pas laat overgaat tot het gebruik van de nieuwe technologie (overwegend ouder, laagopgeleid en onervaren of minder vaardig met nieuwe media). Tussen deze twee uitersten bevindt zich het merendeel van de bevolking, die de nieuwe technologie later accepteert dan de eerste groep, maar sneller dan de laatste groep (De Haan 2010).

## 9.4 Sociale contacten

### Frequentie van contact met familie, vrienden, en buren

Mensen gebruiken de vrije tijd ook om hun sociale leven te onderhouden. Er blijkt in de afgelopen 25 jaar weinig veranderd te zijn in de frequentie waarmee Nederlanders contact hebben met hun familie, buren en vrienden/kennissen (tabel 9.5). Het aandeel Nederlanders dat wekelijks contact heeft met familie ligt al sinds 2008 net onder de 75%. Het aandeel mensen dat wekelijks contact heeft met vrienden en kennissen bedraagt sinds 2008 stabiel ongeveer 60%. Het aandeel dat wekelijks contact heeft met buren is het laagst, 39% in 2016, maar ook hierin zijn weinig veranderingen waarneembaar in de laatste jaren. Door veranderingen in de meetmethode laten deze cijfers zich niet zo gemakkelijk vergelijken met de jaren ervoor. De verschillen met 1999/'00 (toen Nederlanders frequenter contact leken te hebben met hun naasten) en 1990 (toen de frequentie van contact stukken lager lag) moeten dus met voorzichtigheid geïnterpreteerd worden.

Tabel 9.5

#### Weinig veranderingen in de frequentie waarin Nederlanders contact hebben met hun naasten

Frequentie van sociale contacten door de jaren heen, personen van 18 jaar en ouder, 1990-2016 (in procenten)

	1990	1999 <sup>a</sup>	2002	2008 <sup>b</sup>	2010	2012	2014	2016
contact met de familie								
eenmaal per week of vaker	66	84	86	73	73	73	75	76
eenmaal in de 2 weken	15	7	7	15	15	16	13	13
minder vaak	19	9	8	12	13	12	12	11
contact met de buren								
eenmaal per week of vaker	62	67	76	42	41	38	41	39
eenmaal in de 2 weken	11	12	9	25	27	28	25	27
minder vaak	27	22	15	33	32	34	34	34
contact met vrienden en kennissen								
eenmaal per week of vaker	67	75	76	56	59	59	- <sup>c</sup>	60
eenmaal in de 2 weken	15	12	12	26	23	24	- <sup>c</sup>	23
minder vaak	19	14	12	19	19	18	- <sup>c</sup>	17

a Trendbreuk door overgang van DLO naar POLS.

b Trendbreuk door overgang van mondelinge naar schriftelijke vraagstelling.

c Door een fout in de vragenlijst ontbrak een hokje bij de antwoordoptie 'eenmaal in de 2 weken'. Veel van deze antwoorden zijn hoogstwaarschijnlijk in de omliggende antwoordopties terechtgekomen. Deze cijfers ontbreken daarom in de tabel.

Bron: CBS (DLO'90, POLS-SLI'99 en '02, CV'08-'16) SCP-bewerking



## Ontwikkelingen in de tijd besteed aan sociale contacten

De tijd die gemoeid is met het (bij)praten met anderen, face to face of gemedieerd (via telefoon en/of internet), laat over de jaren wel een daling zien (tabel 9.6). Bedroeg die tijd in 1990 nog 9,8 uur, in 2005 was dit gedaald naar 7,5 uur. Sinds 2006 wordt ook communicatie via internet meegeteld bij de sociale contacten. Tussen 2006 en 2011 daalde de totale tijd besteed aan sociaal contact in een week van 8,6 uur naar 7,2 uur. In 2016 steeg dit echter weer naar 8,3 uur. Het grootste deel van deze tijd gaat naar face-to-facecontact (6 uur). Het gemedieerde contact bedroeg 2,3 uur in 2016 en heeft daarmee ten opzichte van 1990 aan betekenis gewonnen in het totaal van de sociale contacten. Tussen 2011 en 2016 verdubbelde de tijd aan contact via de (mobiele) telefoon (van 0,8 naar 1,6 uur). Dit kan te maken hebben met de eerdergenoemde stijging in de populariteit van de smartphone, die overigens niet alleen voor communicatie gebruikt kan worden, maar ook voor overige (online) media-activiteiten.<sup>4</sup>

Tabel 9.6

In 1990 hadden Nederlanders meer tijd voor visite en bijpraten (face to face) dan in 2016

Belangrijkste activiteiten in sociale contacten (als hoofdactiviteit), personen van 12 jaar en ouder, 1990-2016 (in uren per week)

	1990	2000	2005	2006	2011	2016
sociale contacten	9,8	8,5	7,5	8,6	7,2	8,3
face-to-facecontact <sup>a</sup>	9,2	7,8	6,8	6,9	5,7	6,0
met huisgenoten (praten)	2,0	1,3	1,2	0,7	0,6	0,8
met derden (visite)	7,2	6,5	5,6	5,5	3,8	3,5
gemedieerd contact				1,7	1,5	2,3
via (mobiele) telefoon	0,6	0,7	0,7	1,1	0,8	1,6
via internet				0,6	0,8	0,7

- a De totale uren per week besteed aan face-to-facecontact bevatten naast het praten met huisgenoten en visites (op visite gaan en ontvangen, maaltijd nuttigen bij anderen thuis) ook de overige en ongespecificeerde tijd besteed aan sociaal leven (die niet uitgesplitst kan worden naar contact met huisgenoten of derden).

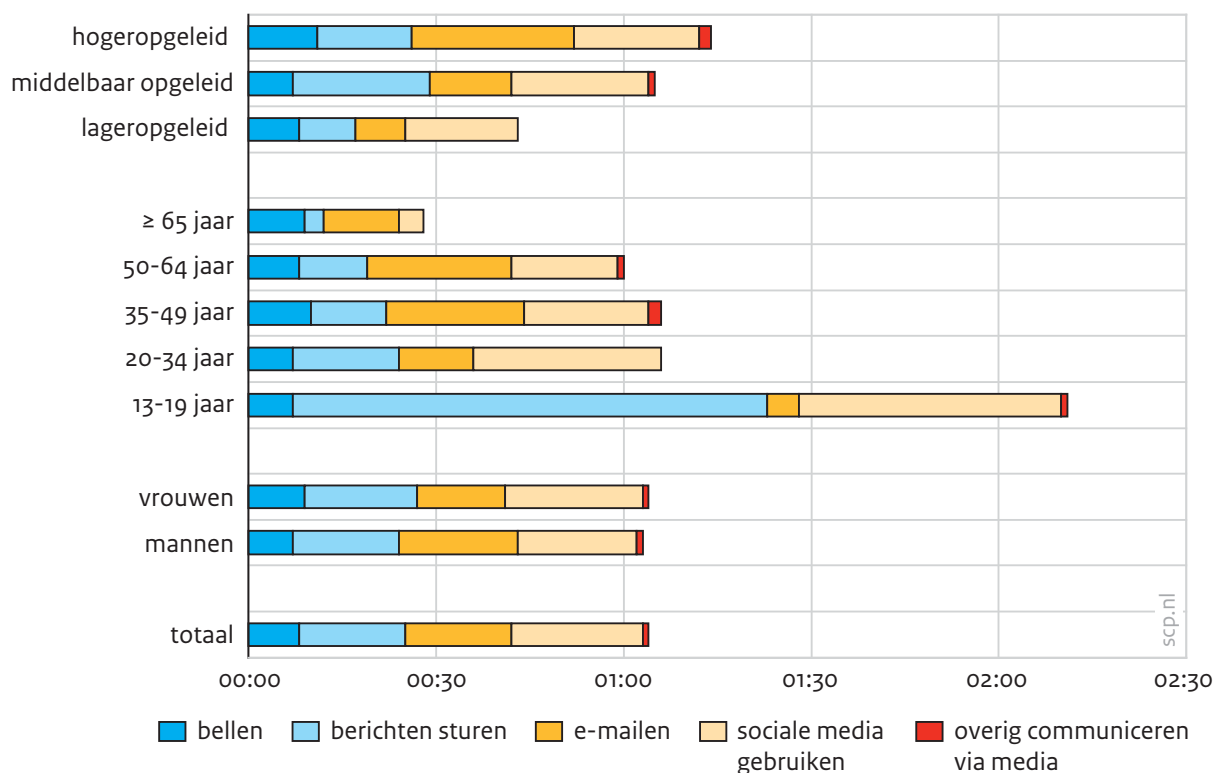
Bron: SCP (TBO'90-'06); SCP/CBS (TBO'11 en '16)

Er zijn twee kanttekeningen te plaatsen bij bovenstaande meting van sociale contacten. De eerste betreft de meting van het face-to-facecontact. Hieronder wordt alleen de tijd gerekend die mensen besteden aan bijpraten en op visite gaan. Een deel van het sociale contact gebeurt echter in combinatie met uitstapjes, sport of culturele activiteiten (zie § 9.5-9.7). De conclusie dat mensen in de afgelopen 25 jaar minder tijd met anderen zijn gaan doorbrengen, is op basis van bovenstaande dus niet gerechtvaardigd. Het is immers mogelijk dat door een groeiende tijdsdruk en groeiende concurrentie van mogelijkheden in de vrije tijd, de sociale contacten tegenwoordig meer gecombineerd worden met andere activitei-

ten. Net als op andere terreinen in het dagelijks leven stellen mensen ook hoge eisen aan (de invulling van) de vrije tijd (Breedveld en Van den Broek 2004). De vrijetijdsmarkt biedt met een groeiend aantal opties voor tijdverdrijf veel keuzemogelijkheden, maar mogelijk ook keuzeproblemen binnen de beperkte hoeveelheid vrije tijd.

**Figuur 9.5**  
**Tieners besteden de meeste tijd aan communiceren via media**

Verskillende vormen van communiceren via media, naar enkele achtergrondkenmerken, personen van 13 jaar en ouder, 2015 (in uren:minuten)<sup>a</sup>



a Gemiddeld op een doorsneedag.

Bron: NLO/NOM/SKO/BRO/SCP (Media:Tijd'15)

De tweede kanttekening betreft het gemedieerde contact. Het TBO geeft slechts een grove indicatie van het contact dat mensen via internet of telefoon hebben. Het Media:Tijd-onderzoek geeft meer inzicht in deze gemedieerde contacten. In de dagboeken werd in 2015 op een dag gemiddeld 1 uur en 6 minuten aan communiceren via media genoteerd<sup>5</sup> (figuur 9.5). Dit was nagenoeg gelijk aan de tijd in 2013. Sociale media nemen de meeste tijd in beslag (21 minuten), gevolgd door e-mailen (17 minuten), berichten uitwisselen via sms, chat of app (17 minuten) en bellen (8 minuten). Verschillen tussen leeftijdsgroepen springen het meest in het oog. Zo besteden tieners, met gemiddeld 2 uur en 12 minuten op een dag, de meeste tijd aan communiceren via media, tegenover de 65-plussers, die hier met nog geen half uur op een dag de minste tijd aan besteden. Voor 13-19-jarigen en 20-34-jarigen zijn sociale media en het sturen van berichten de populairste vormen van

communiceren. Deze leeftijdsgroepen doen het minste aan de klassiekere communicatievormen (bellen en e-mailen).

## 9.5 Sport

### Sportbeleid in vogelvlucht

25 jaar geleden werd sport vooral gezien als een middel om welzijnsdoelen te bereiken. Beleidsmakers wilden met hun beleid arbeidsplaatsen in de sport creëren, de sportdeelname van niet-westerse bevolkingsgroepen en vrouwen bevorderen, de discriminatie van homoseksuelen tegengaan en sociale vernieuwing op gang brengen. In het begin van de jaren negentig kregen beleidsmakers ook meer aandacht voor topsport. In 1999 werd door het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (vws) de nota *Kansen voor topsport* uitgebracht (Ministerie van Volksgezondheid 1999). Deze richtte zich niet alleen op de prestaties van topsporters, maar ook op het bezoek aan evenementen en de rol van media. Twee jaar later verschoof de aandacht van de beleidsmakers met de nota *Sport, bewegen en gezondheid* naar de positieve gezondheidseffecten van bewegen en sporten (Ministerie van Volksgezondheid 2001). Pas in 2005 werden de afzonderlijke doelstellingen van de eerdere nota's bij elkaar gebracht. De nota *Tijd voor sport. Bewegen, meedoen, presteren* (Ministerie van Volksgezondheid 2005) legde de basis voor het huidige landelijke sportbeleid, gericht zowel op meedoen, gezondheid en presteren als op meeleven (zie ook Van Bakel et al. 2017). Onder meeleven wordt het volgen van sport via de media en het bezoek aan wedstrijden verstaan. In deze nota werd overigens niet alleen gesproken over ambities voor het beleidsterrein sport, maar werd ook uitgebreid stilgestaan bij de mogelijke bijdrage van sport aan andere beleidsterreinen. Anders gezegd, sport was niet alleen een doel op zich, maar ook een middel om andere maatschappelijke beleidsdoelen te bereiken. Voorbeelden hiervan zijn het verbeteren van de gezondheid en het vergroten van de maatschappelijke samenhang door samen te sporten. Dit wordt ook wel de instrumentalisering van het sportbeleid genoemd (Van den Heuvel en Van der Poel 1999). Het meest recente kabinetsstandpunt, *Uitblinken op alle niveaus* (Ministerie van Volksgezondheid 2009), zet deze lijn door en ziet (top)sport en bewegen als middel om brede beleidsdoelstellingen te bereiken op het gebied van maatschappelijke participatie, gezondheid, een goed leefklimaat en economische vooruitgang.

### Ontwikkelingen in de sportdeelname van Nederlanders

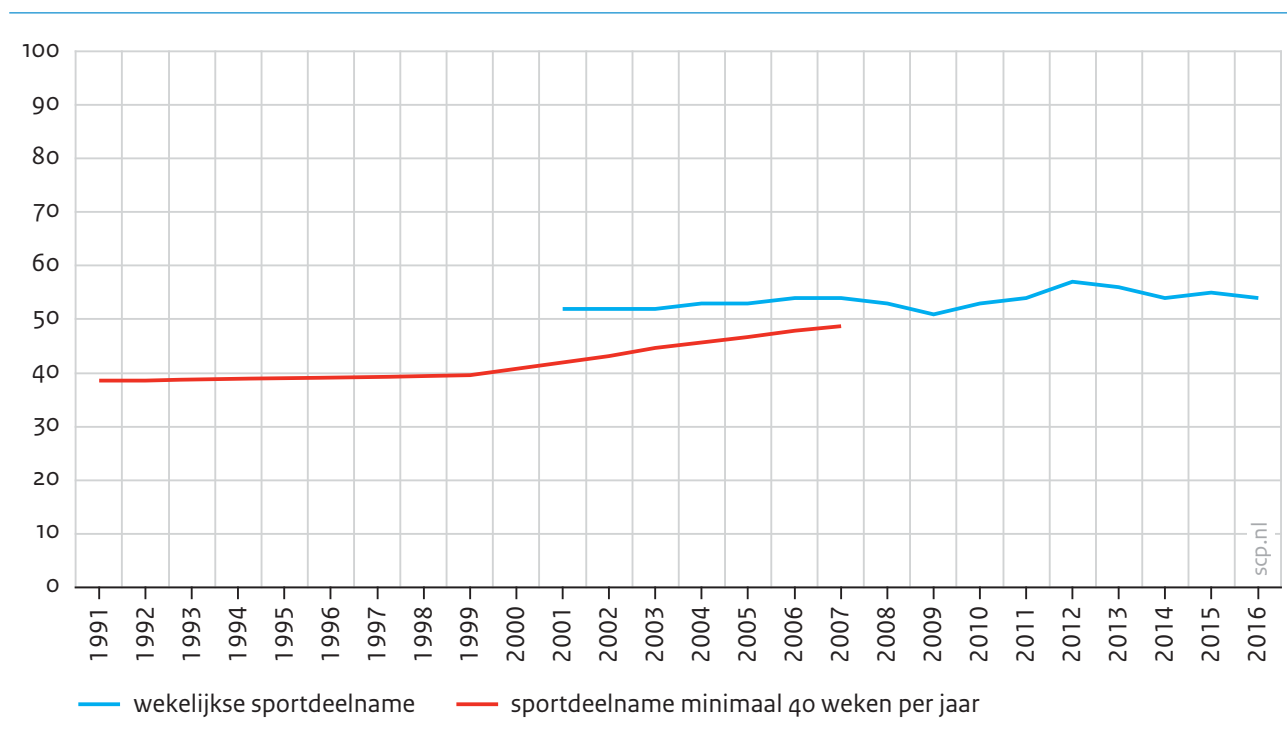
In de *Sport Toekomstverkenning*, die in de herfst van 2017 is uitgebracht, stellen de auteurs dat maatschappelijke ontwikkelingen zoals individualisering, flexibilisering en commercialisering een grote invloed op de Nederlandse sport hebben. Mensen willen steeds vaker zelf bepalen waar, wanneer en met wie zij sporten en bewegen. Daarnaast is het commerciële sportaanbod toegenomen en wordt de beleving van sport steeds belangrijker. Deze en andere ontwikkelingen zijn reeds ingezet en zullen de sport ook in de toekomst beïnvloeden (Van Bakel et al. 2017). In hoeverre is dit terug te zien in trends in de afgelopen decennia?

Om een beeld te schetsen van de afgelopen 25 jaar maken we gebruik van twee data-bronnen: het Aanvullend voorzieningengebruik onderzoek (AVO, met cijfers over de periode 1991 tot 2007) en de Gezondheidsenquête/Leefstijlmonitor (GE/LSM, vanaf 2001). Figuur 9.6 laat zien dat de sportdeelname van de gehele bevolking tussen de 12 en 79 jaar is toegenomen. In 1991 deden vier op de tien Nederlanders tussen de 12 en 79 jaar minstens veertig weken per jaar aan sport. In de rest van de jaren negentig bleef de deelname constant en na 2000 steeg deze tot de helft van de Nederlanders. Het databestand van CBS en RIVM meet sportdeelname op een iets andere manier en kijkt naar het percentage Nederlanders dat wekelijks aan sport doet. Dit fluctueert licht tussen 2001 en 2016, maar is over de hele linie stabiel gebleven. In 2016 deed 54% van de 12-79-jarigen wekelijks aan sport.

Figuur 9.6

Wekelijkse sportdeelname is de afgelopen 25 jaar toegenomen

Wekelijkse sportdeelname, personen van 12-79 jaar, 1991-2016 (in procenten)



Bron: CBS (GE'01-'13); CBS i.s.m. RIVM (GE/LSM'14-'16); SCP (AVO'91-'07)

De man-vrouwverschillen in sportdeelname zijn verwaarloosbaar, maar wel waren en blijven leeftijd, opleidingsniveau en gezondheid belangrijke verklarende variabelen voor verschillen in sportdeelname (tabel 9.7). In de afgelopen vijftien jaar zijn de verschillen naar opleidingsniveau en herkomst groter geworden (Gooskens en Van den Dool 2017). Onder hoger opgeleiden was het aandeel sporters in 2001 al groter en dit is sindsdien verder toegenomen, terwijl het aandeel sporters onder middelbaar en lager opgeleiden juist licht is afgenomen. De verschillen naar herkomst zijn iets kleiner, maar ook hier is sprake van een groeiende kloof. De verschillen tussen leeftijdsgroepen laten zien dat de sportdeelname afneemt met de leeftijd. Wel zijn deze verschillen kleiner geworden, met name doordat meer 65-plussers zijn gaan sporten.

Tabel 9.7

## Verschillen in sportdeelname naar opleidingsniveau en herkomst nemen toe

Wekelijkse sportdeelname naar achtergrondkenmerken, personen van 12 jaar en ouder, 2001-2016  
(in procenten)

	2001	2008	2016
totaal	51	51	52
vrouwen	50	51	51
mannen	52	50	54
4-11 jaar <sup>a</sup>	-	-	65
12-19 jaar	77	76	70
20-34 jaar	62	62	64
35-49 jaar	53	52	52
50-64 jaar	42	45	47
≥ 65 jaar	26	30	37
laagopgeleid <sup>b</sup>	35	32	32
middelbaar opgeleid <sup>b</sup>	51	48	48
hoogopgeleid <sup>b</sup>	60	63	67
autochtone Nederlander	51	51	54
westerse migrant	50	54	49
niet-westerse migrant	45	40	41

a Vanaf 2016 is de kernmodule van de Leefstijlmonitor uitgebreid met de 4-11-jarigen. Deze groep is niet meegenomen in het totaal en bij de andere achtergrondkenmerken.

b 25 jaar en ouder.

Bron: CBS (GE'01 en '08); CBS i.s.m. RIVM (GE/LSM'16)

Bepaalde groepen uit de samenleving doen dus nog altijd minder aan sport. Zijn deze Nederlanders ook minder tevreden over de beschikbare voorzieningen en het aanbod dat daarin georganiseerd wordt? Inderdaad zijn migranten van niet-westerse afkomst, mensen met een matige of slechte gezondheid en lager en middelbaar opgeleiden vaker ontevreden over de accommodaties en keuze aan sporten in hun omgeving (Wennekers et al. 2015). De vraag is of ontevredenheid over de voorzieningen en het aanbod de deelname negatief beïnvloedt. De redenatie kan namelijk ook andersom gemaakt worden: onbekend zijn met sporten maakt het aanbod onbemind. Op basis van de beschikbare gegevens is het niet mogelijk om deze vraag te beantwoorden. Over het algemeen zijn Nederlanders echter dik tevreden met het sport- en beweegaanbod in hun directe woon-omgeving (86%) en is hierin de afgelopen jaren weinig veranderd.

### In verenigingsverband, commercieel, individueel of ongeorganiseerd sporten?

Nederlanders sporten individueel, in verenigingsverband en via commerciële aanbieders. Het individueel of ongeorganiseerd sporten is anno 2016 de meest populaire vorm van sporten, maar lijkt over de jaren niet gegroeid te zijn. Tabel 9.8 laat zien dat in 2016 44% van de bevolking alleen of ongeorganiseerd sportte. Hier staat tegenover dat ongeveer een derde van de Nederlanders lid is van een sportvereniging en een op de vijf Nederlanders bij een commerciële aanbieder sport. De piek in clublidmaatschap lag in 1991, toen 37% van de bevolking lid was van een sportvereniging (Kamphuis en Van den Dool 2008). Tot 2000 is het lidmaatschap gedaald, waarna het constant is gebleven (Tiessen-Raaphorst 2015). Het sporten in commercieel verband is tussen 2012 en 2016 toegenomen. Niet alle bevolkingsgroepen maken evenveel gebruik van de verschillende organisatievormen. Individueel of ongeorganiseerd sporten is vooral iets voor mannen, volwassenen en hoger opgeleiden. Daarnaast is de toename hierin vooral zichtbaar bij de 20-34-jarigen. Dit is ook de leeftijdsgroep die het meest in commerciële sportcentra te vinden is.

De behoefte om flexibel te zijn wanneer je sport is, naast het combineren van organisatievormen, ook terug te zien in een toename van de beoefening van sporten zoals hardlopen, wielrennen en fitness. In 1991 was de meest beoefende sport zwemmen (33% van de bevolking had dit ten minste eenmaal gedaan), op ruime afstand gevolgd door toerfietsen/wielrennen (14%), schaatsen (13%), trimmen/joggen (11%), tennis en veldvoetbal (beide 10%) en dan pas fitness/aerobics (9%) (Breedveld en Tiessen-Raaphorst 2006). Extra analyses op basis van de VTO-data laten zien dat fitness in 2016 inmiddels de meest beoefende sport is (27%, incl. aerobics en outdoor fitness 32%). Tussen 1991 en 2007 heeft de deelname aan fitness een enorme groei doorgemaakt; vanaf 2007 lijkt er echter sprake van een stabilisering (Hover et al. 2012). Zwemmen is net als in 1991 nog steeds een populaire sport (26%), al is de deelname eraan wat afgenomen, gevolgd door andere individueel te beoefenen sporten zoals hardlopen of joggen (19%) en wandelsport (15%). Verenigingssport veldvoetbal (11%) sluit de top 5 van meest beoefende sporten in 2016.

Tabel 9.8

## Kleine verschuivingen in organisatievormen

Clublidmaatschap en individueel sporten naar achtergrondkenmerken, personen van 6 jaar en ouder, 2012 en 2016 (in procenten)

	individueel of ongeorganiseerd		abonnee of lid van fitnesscentrum of commerciële sportaanbieder		lid van een sportvereniging	
	2012	2016	2012	2016	2012	2016
totaal	49	44	18	21	32	31
vrouwen	46	41	19	24	29	28
mannen	51	47	16	19	35	34
6-11 jaar	38	34	20	20	70	78
12-19 jaar	45	38	17	17	66	56
20-34 jaar	61	58	26	34	36	35
35-49 jaar	55	48	19	23	25	23
50-64 jaar	51	48	15	16	19	19
≥ 65 jaar	31	28	11	14	16	18
laagopgeleid <sup>a</sup>	34	29	11	12	16	14
middelbaar opgeleid <sup>a</sup>	52	45	17	22	23	24
hoogopgeleid <sup>a</sup>	67	60	26	28	32	29

a 20 jaar en ouder.

Bron: SCP/CBS (VTO'12-'16)

## 9.6 Cultuur

Over de tijd bezien kent het Nederlandse cultuurbeleid een hoge mate van continuïteit. Om het culturele veld te steunen is midden vorige eeuw een stelsel van cultuurbeleid in het leven geroepen dat nog steeds bestaat: de overheid stelt middelen ter beschikking, cultuurexperts adviseren bij de verdeling ervan. In 1993 is dit vastgelegd in de Wet op het specifiek cultuurbeleid. Die wet is nog altijd van kracht en belast de minister 'met het scheppen van voorwaarden voor het in stand houden, ontwikkelen, sociaal en geografisch spreiden of anderszins verbreiden van cultuuruitingen' op basis van 'overwegingen van kwaliteit en verscheidenheid' (artikel 2). Een Raad voor Cultuur, met experts uit het veld, adviseert de minister (artikel 2a). Maar terwijl het stelsel hetzelfde bleef, evolueerden de smaakvoorkeuren en samenstelling van de bevolking en erodeerde hierdoor het voetstuk van de 'hoge' kunst. De emancipatie van het individu, onder het motto van zelfontplooiing, zelfbeschikking en eigen regie, staat op gespannen voet met de idee dat sommige kunstvormen wel overheidssteun waard zijn en andere niet.

Voor zover er al trendbreuken in het cultuurbeleid bestaan, zijn er wellicht twee. Dit zijn de roep om meer aandacht voor jong publiek en migranten, eind vorige eeuw ingezet door toenmalig staatssecretaris Van der Ploeg, en de bezuiniging op kunst (erfgoed werd ontzien), ingezet onder kabinet-Rutte I. Toch ligt er een zekere continuïteit achter deze koerswijzigingen: de overheid heeft namelijk al lange tijd de wens geuit dat het gesubsidieerde deel van de cultuursector zich richt op de veranderende smaakvoorkeuren van de in samenstelling veranderende bevolking.

Om zicht te krijgen op patronen in de culturele belangstelling van de bevolking, hanteert het SCP in onderzoek al sinds jaar en dag een brede of inclusieve definitie van het begrip ‘cultuur’. Daarin gaat het niet alleen om opera, klassieke muziek en andere gecanoniseerde kunstvormen, maar ook om populaire cultuur. De vraag aan de respondent is of die een optreden of tentoonstelling bezocht heeft; een onderscheid naar hoog en laag volgt pas in de analyse daarna, maar is niet maatgevend voor wat wel en niet gemeten wordt. Daarnaast heeft SCP ook steeds aandacht besteed aan het zelf beoefenen van kunstvormen in de vrije tijd (zoals muziek maken en schilderen). Hier gaat de aandacht uit naar enkele vormen van cultuurbezoek.

Het bereik van klassieke concerten daalt door de jaren licht, maar gestaag (tabel 9.9). Het bereik van popconcerten (incl. musicals) groeide aanvankelijk flink en lijkt zich recent te stabiliseren. Na een aanvankelijke daling in de jaren negentig, steeg het aandeel dat in een jaar minstens eenmaal een museum bezoekt.

Tabel 9.9

Lichte daling klassiekconcertbezoek, flinke stijging bezoek aan popconcerten

Ontwikkelingen in enkele vormen van cultuurbereik, bevolking van 6 jaar en ouder, 1991-2016 (in indexcijfers,<sup>a</sup> 2007 en 2012 =100)

	1991	1999	2007 en 2012	2016
klassieke concerten (incl. opera)	114	107	100	88
pop concerten (incl. musical)	71	82	100	100
musea	100	90	100	108

a De tijdreeks 1991-1999-2007 en de tijdreeks 2012-2016 zijn door verschillen in meting niet zonder meer vergelijkbaar, reden om te indexeren. De cijfers voor 1991 en 1999 zijn afgezet tegen 2007 = 100, de cijfers voor 2016 tegen 2012 = 100. Dat 2007 en 2012 beide op 100 zijn gesteld, betekent niet dat er in de tussenliggende jaren niets veranderd zou zijn. Een SCP-studie naar langetermijnontwikkelingen over deze trendbreuk heen is in voorbereiding (te verschijnen in 2018).

Bron: SCP/CBS (AVO'91-'07; VTO'12 en '16)

De Wet op het specifiek cultuurbeleid spreekt expliciet van het sociaal spreiden van cultuur: cultuur zou geen beperkt publiek moeten hebben, maar bezocht moeten worden door mensen met verschillende achtergronden. Het zijn echter met name ouderen en



hoger opgeleiden die cultuur bezoeken (tabel 9.10). Sekse is minder onderscheidend. Maar is cultuurbereik nu gelijkmatiger naar leeftijd en opleiding verdeeld dan voorheen?<sup>6</sup> Qua leeftijdsopbouw springt vooral de ‘democratisering’ van het bereik van popconcerten in het oog. Dit berust deels op een generatie-effect: wie eerder in de levensloop popconcerten bezocht, is dat vaak blijven doen. Dit verklaart echter niet dat ook veel meer kinderen in de leeftijd van 6 tot 11 jaar popconcerten bezoeken. Enerzijds lijkt een ontwikkeling van een popaanbod voor jonge kinderen een rol te spelen, anderzijds zijn ouders popconcerten met hun kroost gaan bezoeken. Daarbij vergeleken vertoonde de leeftijdsopbouw van het bereik van klassieke muziek en musea vooral continuïteit. De doorwerking van opleidingsniveau bleek hardnekkig: het verschil in cultuurbereik naar opleiding is weliswaar iets minder scherp geworden, maar blijft groot.

Tabel 9.10

Popmuziek is gedemocratiseerd naar leeftijd van de bezoekers

Enkele vormen van cultuurbereik, naar achtergrondkenmerken, personen van 6-79 jaar, 1991 en 2016 (in indexcijfers, jaargemiddelde =100)

	klassieke concerten <sup>a</sup>		popconcerten		musea	
	1991	2016	1991	2016	1991	2016
vrouwen	113	103	106	109	102	102
mannen	88	97	94	90	98	98
6-11 jaar	44	50	29	108	129	125
12-19 jaar	56	71	139	115	107	104
20-34 jaar	88	99	184	114	105	96
35-49 jaar	119	75	90	113	108	57
50-64 jaar	138	116	45	97	95	50
65-79 jaar	125	151	4	72	34	52
lager onderwijs <sup>b</sup>	38	50	37	52	46	42
vmbo, lbo, mavo <sup>b</sup>	82	96	86	83	83	80
havo, vwo, mbo <sup>b</sup>	119	80	143	95	115	87
hbo, universiteit <sup>b</sup>	231	151	167	127	168	137

a Inclusief opera.

b 20 jaar en ouder.

Bron: SCP/CBS (AVO'91; VTO'16)

## 9.7 Vakanties

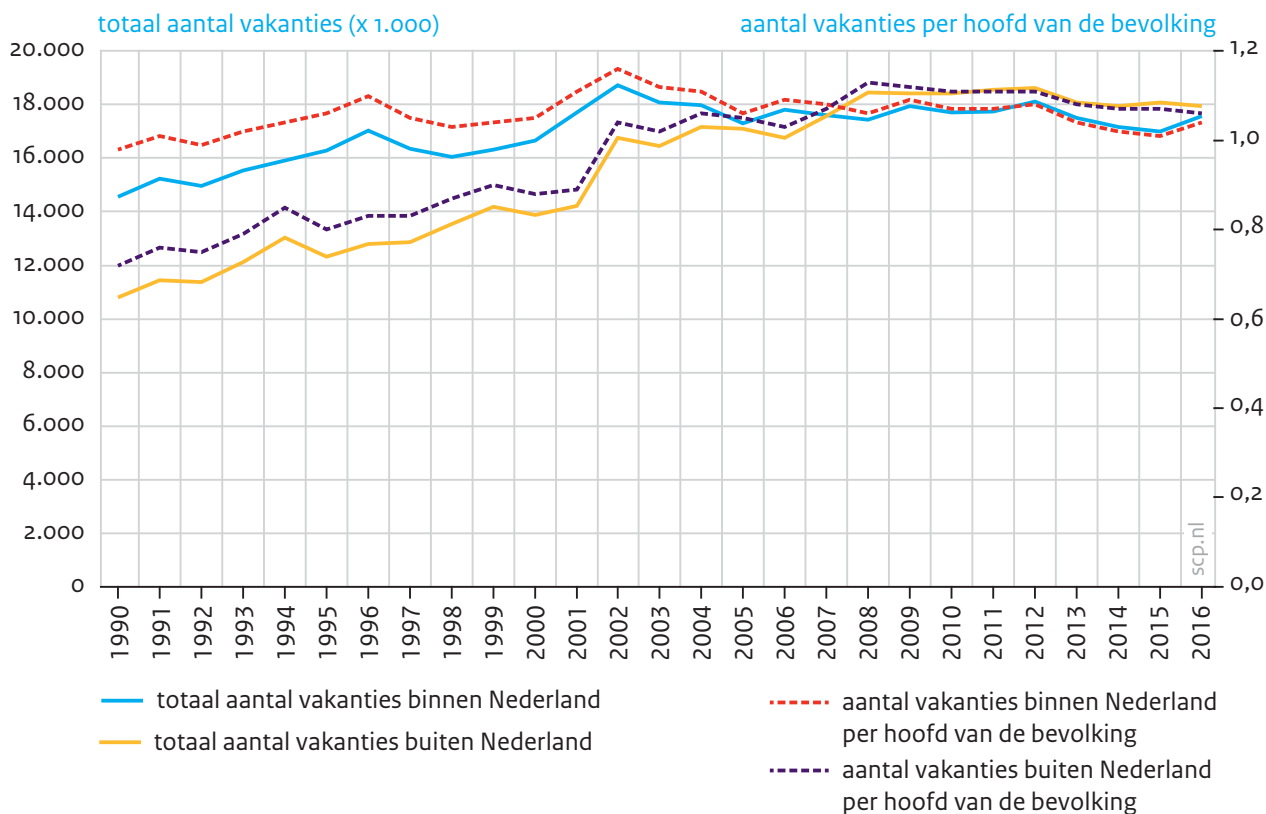
We sluiten af met een korte bespreking van het aantal vakanties dat Nederlanders nemen. Figuur 9.7 toont de ontwikkeling van het totale aantal vakanties in binnen- en buitenland en het aantal vakanties per hoofd van de bevolking. Dat aantal nam tussen 1990 en 2016 sterk toe. In 1990 gingen Nederlanders gemiddeld 1 keer per jaar op vakantie binnen

Nederland en 0,7 keer op vakantie buiten Nederland. In 2016 was dit toegenomen tot een gemiddelde van 1,04 voor het binnenland en 1,06 voor het buitenland. Er is dus met name in de vakanties in het buitenland een stijging te zien. De groei was het sterkst tussen 1990 en 2006 en kwam hierna tot stilstand. In de jaren na de crisis was er zelfs sprake van een lichte daling. Deze ontwikkeling is ook internationaal zichtbaar (CBS 2016b, p. 24). In vergelijking met de rest van Europa gaan relatief veel Nederlanders op vakantie. De meest recente cijfers laten zien dat in 2014 82% van de Nederlanders ten minste een keer per jaar op vakantie is gegaan, tegenover een EU-gemiddelde van 60% (CBS 2016b, p. 37). In 1990 was het aantal vakanties in Nederland groter dan dat in het buitenland (een verschil van bijna 3,8 miljoen vakanties). Tijdens de groeiperiode van 1990 tot halverwege de jaren 2000 lag de groei van buitenlandse vakanties echter hoger, waardoor deze kloof gedicht werd en vanaf 2004 verdwenen was. In de periode hierna is het aantal buitenlandse vakanties zelfs iets boven het aantal vakanties in Nederland komen te liggen, maar het verschil is klein.

Figuur 9.7

### Vakanties in binnen- en buitenland zijn toegenomen

Totale aantal vakanties<sup>a</sup> en het aantal vakanties per hoofd van de bevolking, 1990-2016 (in absolute aantallen)



a De definitie van een vakantie was tot 2002 'een verblijf buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier met ten minste één overnachting anders dan bij familie of kennissen thuis doorgebracht.' Na 2002 was dit een verblijf buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier met ten minste één overnachting. Ook het logeren bij familie, vrienden of kennissen in het buitenland valt onder het begrip 'vakantie'. Een verblijf bij familie, vrienden of kennissen in Nederland telt echter niet mee, tenzij de bewoners de hele tijd of de meeste dagen afwezig waren.

Bron: (CBS 2017b)

## 9.8 Slotbeschouwing

De hoeveelheid vrije tijd is de afgelopen 25 jaar, op een aantal fluctuaties na, gelijk gebleven. Weliswaar lijken Nederlanders hun vrije tijd iets anders in te richten, maar er is geen sprake van grote verschuivingen. Er is inmiddels meer te kiezen, bijvoorbeeld tussen oude en nieuwe media, commerciële en gesubsidieerde kunstvormen, en de sportvereniging en bootcamp in het park. Maar de bevindingen in dit hoofdstuk suggereren dat nieuwe vormen van vrijetijdsbesteding de oude niet vervangen, maar aanvullen. Anno 2016 lezen mensen de krant op hun telefoon én op papier, sporten ze in organisatieverband én individueel, en gaan ze naar het theater én naar populaire cultuurvormen.

Analyses van de deelterreinen van de vrije tijd laten een meer gedetailleerd beeld zien. De opkomst van nieuwe vormen van ICT en de sociale media heeft een duidelijk stempel gedrukt op de ontwikkeling van de mediaconsumptie. Er is echter geen sprake van een complete omslag, want klassieke vormen van media worden nog altijd veel gebruikt. In vergelijking met 1990 besteden mensen minder tijd aan sociale contacten. Tussen 2011 en 2016 lijkt er echter een opleving te zijn. Daarnaast blijft de frequentie van sociaal contact stabiel, wat kan betekenen dat mensen elkaar korter zien of spreken, of dat zij sociale contacten vaker combineren met andere activiteiten.

Sport blijft ook een populaire bezigheid: ongeveer de helft van de Nederlanders sport wekelijks. Dit is geen groot verschil met 25 jaar geleden. Achter de gemiddelden liggen echter grote verschillen naar opleiding, leeftijd en herkomst. Het aandeel mensen dat lid is van een vereniging en/of ongeorganiseerd sport, is stabiel gebleven. Wel lijkt er anno 2017 een grote behoefte te zijn om op flexibele momenten te sporten.

De trends in het bereik van cultuur zijn wisselend. Het bereik van klassieke concerten daalt gestaag, popmuziek heeft een groter bereik gekregen en het museumbezoek zit na een aanvankelijke dip in de lift. Daarnaast blijven de grote verschillen naar opleiding in het oog springen. De verschillen naar leeftijd in het bereik van popmuziek zijn afgenomen.

Ten slotte laat de laatste paragraaf zien dat het aantal vakanties is toegenomen, met name die naar het buitenland.

Als we de sociale verschillen op de diverse deelterreinen van de vrije tijd vergelijken, komt er geen eenduidig beeld naar voren. Vrouwen hebben minder vrije tijd dan mannen en richten deze ook anders in: ze sporten iets minder en bezoeken meer cultuur.

De opleidingsverschillen springen het meest in het oog. Hoger opgeleiden hebben minder tijd, maar sporten meer en bezoeken ook meer cultuur. De opleidingsverschillen in de totale vrije tijd en sport zijn toegenomen, maar bij cultuur lijken ze licht geslonken.

Mogelijk wijst dit erop dat de pogingen van de overheid om het cultuurbereik onder lager opgeleiden te vergroten enigszins succesvol zijn geweest. Het sportbeleid heeft, in tegenstelling tot het cultuurbeleid, geen doelgroepenbeleid gevoerd. De (toenemende) opleidingsverschillen in sport zouden echter wel een aandachtspunt voor beleidsmakers kunnen zijn, zeker in het licht van de gezondheidsverschillen tussen lager en hoger opgeleiden (zie ook hoofdstuk 7).

## Noten

- 1 Deze benadering gaat eraan voorbij dat mensen in de andere domeinen eveneens zelf (mede) kunnen bepalen hoeveel tijd zij hieraan besteden. De zorg voor kinderen is hier een goed voorbeeld van. Hoewel sommige taken (zoals het voeden van een baby) inderdaad in hoge mate vaststaan, zijn andere zorgtaken (zoals het spelen met kinderen of een bezoek aan de speeltuin) meer flexibel en kunnen ze zelfs als vrije tijd worden aangeduid. Daarbij zijn kinderen over het algemeen niet iets wat mensen overkomt, maar waar meestal bewust voor gekozen wordt.
- 2 Onder 'medialandschap' wordt het geheel van voorzieningen verstaan waarover een samenleving beschikt om haar maatschappelijke communicatieverkeer af te wikkelen (Bardeel en Van Cuilenburg 2003).

- 3 Het aandeel van de Nederlanders met toegang tot internet ligt in de meting van 2012-2016 lager dan het eindniveau van de meting van 2005-2013. Dit kan worden verklaard door het feit dat in de meest recente meting ook Nederlanders van 75 jaar en ouder meegenomen zijn, terwijl de meting van 2005-2013 alleen 12-74-jarigen meenam. De lagere internettoegang onder ouderen werkt hier door in het bevolkingsgemiddelde.
- 4 In het TBO kan het communiceren via de smartphone niet altijd goed onderscheiden worden van het overige mobiele mediagebruik. Het gebruik van de smartphone is hier daarom bij sociale contacten ondergebracht, maar bevat mogelijk ook nog tijd besteed aan andere media-activiteiten, zoals het (online) kijken van filmpjes.
- 5 Vermeld moet worden dat dit mogelijk nog een onderschatting is. Communiceren via (sociale) media kenmerkt zich door korte gebruiksmomenten (< 5 minuten), die niet in het tijdsbestedingsdagboek vermeld worden. Aan het einde van elke dag gaven respondenten wel aan of en hoe vaak ze dit soort korte communicatiemomenten hadden gehad, maar dit is niet om te zetten in tijdsbesteding.
- 6 Ook etniciteit is sterk van invloed op cultuurdeelname, zie Van den Broek en Keuzekamp (2008). Zij pogen via gericht veldwerk een goed beeld te krijgen van culturele activiteiten van nieuwe groepen in de Nederlandse samenleving. Dit was echter eenmalig en daarom bevat deze paragraaf geen trends daarover.

## Literatuur

- Bakel, M. van, I. Pulles, A. Tiessen-Raaphorst, F. den Hertog, R. Vonk en C. Schoemaker (2017). *Een sportiever Nederland. Sport Toekomstverkenning*. Bilthoven / Den Haag: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) / Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP). Te raadplegen via [www.sportenbewegenincijfers.nl/toekomstverkenning](http://www.sportenbewegenincijfers.nl/toekomstverkenning).
- Bardoel, J. en J.J. van Cuilenburg (2003). *Communicatiebeleid en communicatiemarkt. Over beleid, economie en management voor de communicatiesector*. Amsterdam: Cramwinckel Uitgever.
- Bijl, R., J. Boelhouwer, E. Pommer en I. Andriessen (red.) (2015). *De sociale staat van Nederland 2015*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Bittman, M. en J. Wajcman (2000). The rush hour. The character of leisure time and gender equity. In: *Social Forces*, jg. 79, nr. 1, p. 165-189.
- Breedveld, K. en A. van den Broek (2004). *De veeleisende samenleving*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Breedveld, K. en A. Tiessen-Raaphorst (red.) (2006). *Rapportage sport 2006*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau / W.J.H. Mulier Instituut.
- Broek, A. van den en S. Keuzenkamp (red.) (2008). *Het dagelijks leven van allochtone stedelingen*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den, C. van Campen, J. de Haan, A. Roeters, M. Turkenburg en L. Vermeij (2016). *De toekomst tegemoet. Leren, werken, zorgen, samenleven en consumeren in het Nederland van later. Sociaal en Cultureel Rapport 2016*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- CBS (2016a). *ICT, kennis en economie 2016*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- CBS (2016b). *Trendrapportage toerisme, recreatie en vrije tijd, 2016*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- CBS (2017a). *Dagtochten naar kenmerken; 90/91-06/07*. Geraadpleegd via <http://statline.cbs.nl/statweb/publication/?vw=t&dm=slnl&pa=70220ned&d1=0,2-6,8-19,21-34,36-45,47-51&d2=0&d3=0&hd=170828-1623&hdr=g2,g1&stb=t>.
- CBS (2017b). *Ontwikkeling van het aantal vakanties naar vakantiekenmerken*. Geraadpleegd via <http://statline.cbs.nl/statweb/publication/?vw=t&dm=slnl&pa=37526&d1=0,38&d2=0&d3=0&d4=a&hd=170919-1109&hdr=t,g1&stb=g2,g3>.

- Cloin, M. (red.) (2013). *Met het oog op de tijd. Een blik op de tijdsbesteding van Nederlanders*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- EC (2015). *Eurobarometer 84*. Brussel: Directorate-General for Communication, European Commission.
- Gershuny, J. (2003). *Changing times. Work and leisure in postindustrial society*. Oxford: Oxford University Press.
- Gooskens, W. en R. van den Dool (2017). *Sportdeelname en opleidingsniveau: factsheet 2017/8*. Utrecht: Mulier Instituut.
- Haan, J. de (2010). *De trage acceptatie van snelle media* (Tiele-lezing 2010). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Heuvel, M. van den en H. van der Poel (1999). *Sport in Nederland. Een beleidsgerichte toekomstverkenning*. Tilburg: Tilburg University Press.
- Hoefnagel, F.J.P.M. (2005). *Geschiedenis van het Nederlands inhoudelijk mediabeleid*. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. Te raadplegen via [www.wrr.nl/publicaties/publicaties/2005/04/19/geschiedenis-van-het-nederlands-inhoudelijk-mediabeleid---8](http://www.wrr.nl/publicaties/publicaties/2005/04/19/geschiedenis-van-het-nederlands-inhoudelijk-mediabeleid---8).
- Hover, P., S. Hakkers en K. Breedveld (2012). *Tendrapport fitnessbranche 2012*. Utrecht/Nieuwegein: Mulier Instituut / Arko Sports Media.
- Huysmans, F., J. de Haan en A. van den Broek (2004). *Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Kamphuis, K. en R. van den Dool (2008). Sportdeelname. In: K. Breedveld, C. Kamphuis en A. Tiessen-Raaphorst (red.), *Rapportage sport 2008*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau / W.J.H. Mulier Instituut.
- Kamphuis, C., R. van den Dool, A. van den Broek, I. Stoop, P. Adelaar en J. de Haan (2009). *TBO/EU en TBO/NL*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Knulst, W.P. en G. Kraaykamp, m.m.v. A. van den Broek en J. de Haan (1996). *Leesgewoonten. Een halve eeuw onderzoek naar het lezen en zijn belagers*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Negroponce, N. (1995). *Being digital*. New York: Vintage Books.
- Passias, E.J., L. Sayer en J.R. Pepin (2017). Who experiences leisure deficits? Mothers' marital status and leisure time. In: *Journal of Marriage and Family*, jg. 79, nr. 4, p. 1001-1022.
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.
- Sayer, L.C. (2005). Gender, time and inequality. Trends in women's and men's paid work, unpaid work and free time. In: *Social Forces*, jg. 84, nr. 1, p. 285-303.
- Stiglitz, J.E., A. Sen en J.-P. Fitoussi (2009). *Report by the commission on the measurement of economic performance and social progress*. Paris: Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress (CMEPS). Te raadplegen via <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/118025/118123/Fitoussi+Commission+report>.
- Tiessen-Raaphorst, A. (red.) (2015). *Rapportage sport 2014*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- TK (2014/2015). *Wijziging van de Mediawet 2008 in verband met het toekomstbestendig maken van de publieke mediadienst*. Tweede Kamer, vergaderjaar 2014/2015, 34264, nr. 2. Geraadpleegd op 1 december 2016 via [www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail?id=2015D30389](http://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail?id=2015D30389).
- TK (2015/2016). *Wijziging van de Mediawet 2008 in verband met aanvullingen bij het toekomstbestendig maken van de landelijke publieke mediadienst*. Tweede Kamer, vergaderjaar 2015/2016, 34459, nr. 2. Geraadpleegd op 1 december 2016 via [www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail?id=2016D25014&did=2016D25014](http://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail?id=2016D25014&did=2016D25014).
- Verbeek, D. en J. de Haan (2011). *Eropuit! Nederlanders in hun vrije tijd buitenshuis*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- vws (1999). *Kansen voor topsport*. Den Haag: ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- vws (2001). *Sport, bewegen en gezondheid*. Den Haag: ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- vws (2005). *Tijd voor sport. Bewegen, meedoen, presteren*. Den Haag: ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- vws (2009). *Uitblinken op alle niveaus. Kabinetsstandpunt bij het Olympisch Plan 2028*. Den Haag: ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.

- Wennekers, A.M. en J. de Haan (2017). *Nederlanders en nieuws. Gebruik van nieuwsmedia via oude en nieuwe kanalen*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Wennekers, A., M. Cloin, A. van den Broek en A. Tiessen-Raaphorst (2015). Vrijtijdsbesteding. In: R. Bijl, J. Boelhouwer, E. Pommer en I. Andriessen (red.), *De sociale staat van Nederland 2015*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Wennekers, A.M., J. de Haan en F. Huysmans (2016). Multitasking met media. In: *Media:Tijd in kaart*. Geraadpleegd op 25 juni 2017 via [https://digitaal.scp.nl/mediatijd/multitasking\\_met\\_media](https://digitaal.scp.nl/mediatijd/multitasking_met_media).
- Wennekers, A., A. Bassler, N. Sonck, S. Pennekamp, H. Fernee en J. de Haan (2017). Media:Time: A new time-use survey method to capture today's media use. In: *Survey Practice*, jg. 10, nr. 4.
- WRR (2005). *Focus op functies. Uitdagingen voor een toekomstbestendig mediabeleid*. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR-rapport 71).

## Bijlage A

### Gebruikte landcodes

AT	Oostenrijk
BE	België
BG	Bulgarije
CH	Zwitserland
CY	Cyprus
CZ	Tsjechië
DE	Duitsland
DK	Denemarken
EE	Estland
EL	Griekenland
ES	Spanje
EU	Europese Unie
FI	Finland
FR	Frankrijk
GE	Georgië
GR	Griekenland
HR	Kroatië
HU	Hongarije
IE	Ierland
IL	Israël
IS	IJsland
IT	Italië
PL	Polen
PT	Portugal
LT	Litouwen
LU	Luxemburg
LV	Letland
MT	Malta
NL	Nederland
NO	Noorwegen
RO	Roemenië
RU	Rusland
SE	Zweden
SI	Slovenië
SK	Slowakije
TR	Turkije
UK	Verenigd Koninkrijk