



Bezoekersonderzoek

Meer inzicht in de bezoekers van Zeeland



KENNISCENTRUM
KUSTTOERISME

COLOFON

© 2023, HZ Kenniscentrum Kusttoerisme

Deze publicatie is mede mogelijk gemaakt door Provincie Zeeland. Overname van teksten en gegevens is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.



Auteurs

Diana Korteweg Maris

Emma Lemmers

Marije Noordhoek

Sophie Adriaanse

William Hazel

Bij het samenstellen van deze publicatie is de grootste zorgvuldigheid betracht. HZ Kenniscentrum Kusttoerisme is echter niet aansprakelijk voor enige directe of indirecte schade als gevolg van de aangeboden informatie in deze publicatie.

HZ Kenniscentrum Kusttoerisme
p/a HZ University of Applied Sciences
Postbus 364, 4380 AJ Vlissingen
Telefoon: 0118 - 489 885
E-mail: kenniscentrumtoerisme@hz.nl
Website: www.kenniscentrumtoerisme.nl

Fotografie

AV-Dienst HZ University of Applied Sciences
Beeldbank Zeeland
Unsplash

Grafische vormgeving

Kees Hoendervangers, www.dtp-plus.nl

INHOUD

1 SAMENVATTING	1
1.1 Wie is de bezoeker van Zeeland?	2
1.2 Wat is het vakantie- en vrijetijdsgedrag van bezoekers?	2
1.3 Hoe ervaren bezoekers eventuele drukte in Zeeland?	3
2. INLEIDING	4
2.1. Context	5
2.2. Doelstelling	5
2.3. Onderzoeksvraag	5
3. AANPAK	6
3.1. Onderzoeksmethode	7
3.2. Dataverzameling	7
3.3. Representativiteit	8
3.4. Responsverdeling	9
3.5. Data-analyse	9
4. WIE IS DE BEZOEKER VAN ZEELAND?	10
4.1. Profiel bezoekers	11
4.2. Reden van bezoek	12
4.3. Reisgezelschap	12
5. ZEELAND ALS (VAKANTIE)BESTEMMING	13
5.1. Bestemming voor vakantie	14
5.2. Bestemming voor dagrecreatie	16
5.3. Bezoekersmotief	17
6. ONDERNOMEN ACTIVITEITEN	19
6.1. Verblijfsbezoekers	20
6.2. Dagbezoekers	22
6.3. Vervoermiddelen	24

7. DRUKTEBELEVING	25
7.1. Druktebeleving	26
7.2. Invloed op vakantiebeleving	26
8. UITGAVEN	27
8.1. Uitgaven verblijfsbezoekers	28
8.2. Uitgaven dagbezoekers	29
BRONNENLIJST	29



1 SAMENVATTING

Jaarlijks worden zo'n 3 miljoen vakanties in Zeeland doorgebracht, ondernemen niet-Zeeuwen zo'n 25 miljoen dagbezoeken naar Zeeland en brengen de Zeeuwen zelf zo'n 30 miljoen recreatieve activiteiten in Zeeland. De aantallen bezoekers zijn daarmee aardig in beeld, maar over de bezoekers zelf is relatief weinig bekend. Vanuit landelijke onderzoeken zijn wat algemene kenmerken in beeld, maar de wens is om meer inzicht te krijgen in de bezoekers. Het gaat dan bijvoorbeeld om de redenen die bezoekers hebben om Zeeland te bezoeken, de mate van herhaalbezoek, de activiteiten die men onderneemt.

1.1 WIE IS DE BEZOEKER VAN ZEELAND?

De meeste respondenten zijn afkomstig uit Nederland, hiervan is 38% Zeeuws en woont daarmee in de provincie. Daarnaast zijn veel respondenten afkomstig uit Duitsland en België. De meeste respondenten zijn tussen de 30 en 70 jaar, waarbij de categorie 50 tot 60 jaar het meest voorkomt.

De bezoekers, die hebben deelgenomen aan de vragenlijst, zijn voornamelijk in Zeeland op vakantie (75%). De Zeeuwse deelnemers (15% van het totaal aantal respondenten) zijn daarentegen vaker een dagje uit. De vakantie of het dagje uit wordt vooral ondernomen met de partner, daarna volgt het gezin met (klein) kinderen. De leeftijd van de kinderen varieert voornamelijk tussen de 4 en 12 jaar.

1.1.1 VERBLIJFSBEZOEKER

De deelnemende verblijfsbezoekers slapen voornamelijk op Schouwen-Duiveland (34%) en in de gemeente Veere (34%). Deze gemeenten zijn daarmee oververtegenwoordigd in dit onderzoek, zij leveren 68% van de respondenten terwijl 56% van alle overnachtingen in deze gemeenten plaatsvindt.

Verblijfsbezoekers slapen vooral in een vakantiewoning op een vakantiepark (33%) of kamperen op een camping met een eigen kampeermiddel (25%). Ook uit andere statistieken is bekend dat vakantiewoningen en kamperen de meest gekozen accommodatievormen in Zeeland zijn. De meeste respondenten zijn een week op vakantie maar ook een midweek/weekend of juist twee weken wordt vaak gekozen.

80% van de respondenten zijn terugkerende bezoekers. Hiervan kiest het merendeel altijd voor dezelfde plek en accommodatie, terwijl een andere grote groep op dezelfde plek steeds andere accommodaties kiest.

1.1.2 DAGBEZOEKER

Ook veel van de dagbezoekers kennen Zeeland al en zijn daarmee een terugkerende bezoeker. Binnen deze groep respondenten is er een redelijke evenredige verdeling als het gaat om de plek van recreëren. Een deel kiest altijd voor dezelfde plek, een ander deel heeft een aantal vaste plekjes om te bezoeken terwijl er ook respondenten zijn die juist veel proberen te variëren. De meeste respondenten bezoeken Zeeland 3 keer per jaar voor een daguitstapje.

1.2 WAT IS HET VAKANTIE- EN VRIJETIJDGEDRAG VAN BEZOEKERS?

1.2.1 BEZOEKERSMOTIEF

De bezoekers komen voornamelijk naar Zeeland vanwege het strand en de natuur en het landschap. Ook benoemen de respondenten de mogelijkheid om te fietsen en wandelen en het gevoel van rust en ruimte dat Zeeland biedt. Verder komen de dorpen en steden en de gastvrijheid van de Zeeuwse bevolking naar voren. De respondenten die voor het eerst in Zeeland zijn, komen hier om Zeeland te ontdekken terwijl de terugkerende bezoeker de provincie bezoekt mede vanwege nostalgie of uit gewoonte.

1.2.2 ACTIVITEITEN

De deelnemende verblijfsbezoekers ondernemen voornamelijk activiteiten op Walcheren en Schouwen-Duiveland. De meest genoemde activiteiten zijn wandelen, uitwaaien op het strand, het bezoeken van dorpen of steden en uit eten gaan. Ook de dagbezoeker kiest ervoor om te wandelen in Zeeland, dorpen of steden te bezoeken en uit eten te gaan. Daarnaast benoemen deze respondenten ook regelmatig het bezoeken van een terras.

De meest voorkomende vervoermiddelen om deze uitstapjes te ondernemen zijn te voet, per auto of op de fiets. Andere vervoermiddelen zoals de bus worden zelden tot nooit genoemd.

1.2.3 BESTEDINGEN

Gemiddeld geven de respondenten € 200 uit per persoon aan de verblijfsaccommodatie. Per persoon per nacht is de besteding gemiddeld € 21,42. Wat betreft dagelijkse uitgaven zijn de vervoerskosten gemiddeld € 10, bestedingen voor horeca tussen de € 20 en € 25, uitstapjes rond de € 13, in winkels tussen de € 12,50 en € 17,50. Dit alles op basis van de respondenten die hebben aangegeven uitgaven te hebben in de betreffende categorie. Veel respondenten hebben expliciet gerapporteerd soms geen uitgaven te doen.

1.3 HOE ERVAREN BEZOEKERS EVENTUELE DRUKTE IN ZEELAND?

Opvallend is dat de meeste respondenten de drukte in Zeeland hebben ervaren zoals verwacht (51%) of juist rustiger (38%). Slecht een klein deel van de respondenten heeft het drukker ervaren als verwacht. De al dan niet ervaren drukte heeft nauwelijks een negatieve invloed op de vakantiebeleving. Veel van de respondenten heeft het bezoek als positief ervaren.

2 INLEIDING



2.1 CONTEXT

Zeeland is een populaire vakantiebestemming voor gasten uit binnen- en buitenland. Jaarlijks vinden circa 19 miljoen overnachtingen plaats in Zeeland (2021) en daarnaast nog eens miljoenen daguitstapjes. De belangrijkste herkomstmarkten voor Zeeland zijn (de rest van) Nederland, Duitsland, België, maar wie is onze gast nu precies? Waarom komen zij naar Zeeland? En wat doen ze tijdens hun verblijf? HZ Kenniscentrum Kusttoerisme doet de komende jaren onderzoek naar de bezoeker van Zeeland.

In zowel Perspectief 2030 (NBTC, 2021) als het RLI-advies (Raad voor de leefomgeving en infrastructuur, 2019) werd geconstateerd dat er onvoldoende (structureel) inzicht is in het vrijetijd domein. Er is dan ook behoefte aan actuele, volledige en betrouwbare data op regionaal niveau om sturing en richting te geven aan besluitvorming, ontwikkeling en beleid. Daarnaast is deze kennis van belang om zo in te kunnen spelen op de wensen en behoeften van de bezoeker. Deze vraagstukken worden vertaald in het uitvoeren van een Zeeuws bezoekersonderzoek. Het onderzoek geeft inzicht in de volgende thema's: profiel, bezoek aan Zeeland (plaats, accommodatietype, duur, informatiebronnen), reden voor bezoek, ondernomen activiteiten (inclusief vervoermiddel), druktebeleving en bestedingen.

Alle voorbereidingen voor het uitvoeren van het onderzoek werden in 2021 getroffen, inclusief een pilot in de gemeente Sluis gedurende de zomermaanden van 2021. In het voorjaar van 2022 is het onderzoek in heel Zeeland uitgezet, vanaf dat moment heeft de dataverzameling continu plaatsgevonden. In deze rapportage worden de resultaten gedeeld op basis van de respons opgehaald tot 20 januari 2023.

2.2 DOELSTELLING

Doel van het onderzoek is inzicht verkrijgen in de bezoeker van Zeeland, kijkende naar persoonskenmerken en het vakantie- en vrijetijdsgedrag, zodat overheden richting kunnen geven aan besluitvorming, ontwikkeling en beleid, en ondernemers in kunnen spelen op de wensen en behoeften van bezoekers.

2.3 ONDERZOEKSVRAAG

Wie is de bezoeker van Zeeland kijkende naar persoonskenmerken en het vakantie- en vrijetijdsgedrag?

2.3.1 SUBVRAGEN

1. Wat is het profiel van de bezoeker van Zeeland?
2. Welke motieven hebben bezoekers om naar Zeeland te komen?
3. Wat is het vrijetijdsgedrag van een dagbezoeker in Zeeland, kijkende naar ondernomen activiteiten en bestedingen?
4. Wat is het vakantiegedrag van een verblijfsbezoeker in Zeeland, kijkende naar ondernomen activiteiten en bestedingen?
5. Hoe ervaart de bezoeker eventuele drukte in Zeeland?



3 AANPAK

3.1 ONDERZOEKSMETHODE

Om inzicht te krijgen in de bezoeker van Zeeland is een kwantitatief beschrijvend onderzoek uitgevoerd. Bedrijven kunnen zich aanmelden en hun bezoekers vragen deel te nemen aan een online enquête. Deze online vragenlijst bestaat uit een algemeen gedeelte - dat aan alle respondenten wordt voorgelegd - en bevat enkele vragen die specifiek zijn voor het betreffende bedrijf. Wanneer er bij een bedrijf voldoende respons bereikt is, krijgt het bedrijf een persoonlijke rapportage. Het bedrijf krijgt zo een indruk van de eigen bezoekers en antwoord op de eigen vragen. Door de uitkomsten van de algemene vragen van alle respondenten in Zeeland samen te voegen, ontstaat een beeld van de bezoekers van Zeeland. Het betreft een jaarrond onderzoek waarbij continu data wordt verzameld.

3.1.1 PILOT GEMEENTE SLUIS

Voorafgaand aan dit onderzoek heeft een pilot plaatsgevonden in de gemeente Sluis in 2021. De pilot had grotendeels dezelfde onderzoeksmethode als het huidige Zeeuws-brede onderzoek. Het bezoekersonderzoek in Amsterdam (initiatiefnemer Amsterdam & Partners) heeft als onderlegger gediend en met Amsterdam & Partners is nauw samengewerkt in de ontwikkeling van het Zeeuwse onderzoek. Daarnaast zijn ook voorbeelden uit Drenthe, Schiermonnikoog, Utrecht, Vlieland en Westland gebruikt. Ook de sector heeft de mogelijkheid gekregen om input te leveren voor de vragenlijst. In de Kennisupdate van HZ Kenniscentrum Kusttoerisme is aandacht besteed aan het bezoekersonderzoek. Hierin werd leden van deze nieuwsbrief gevraagd wat zij van de bezoeker van Zeeland zouden willen weten. Daarnaast is de vragenlijst voorgelegd aan o.a. regiovoorzitters van Hiswa-Recron en is voor de vragenlijst inspiratie gehaald uit het ContinuVakantieOnderzoek, ContinuVrijetijdsOnderzoek, Kustmonitor en eerdere onderzoeken van HZ Kenniscentrum Kusttoerisme.

Aan de pilot hebben 15 bedrijven in de gemeente Sluis deelgenomen. Aan de hand van de pilot is de vragenlijst en wervingsmethode geanalyseerd en geëvalueerd om zo tot een definitieve aanpak te komen. De uitgebreide rapportage van de pilot, en daarmee te totstandkoming van het huidige onderzoek, is te lezen in 'Bezoekersonderzoek: Pilot Sluis 2021'.

3.2 DATAVERZAMELING

3.2.1 ONDERZOEKSPOPULATIE

De bezoeker van Zeeland kan te gast zijn in de provincie vanwege meerdere redenen: omdat de bezoeker hier op vakantie is (verblijfsbezoeker), voor een uitstapje (dagbezoeker) of omdat diegene een eigen verblijfsaccommodatie heeft in Zeeland (vaste gast).

Op basis van de Landelijke Recreatie & Toerisme Standaard 2030 definieert HZ Kenniscentrum Kusttoerisme een verblijfsbezoeker als volgt: een verblijfsbezoeker is een individu die één of meer nachten op de bestemming heeft doorgebracht. Een dagbezoeker overnacht niet op de plaats van bestemming (in dit geval Zeeland). Een dagbezoeker is minimaal 2 uur van huis en niet langer dan een dag voor een uitstapje. Een vaste gast kan worden gezien als een individu dat een tweede verblijfsaccommodatie (boot, chalet, (sta)caravan, tent, tweede woning) voor recreatieve doeleinden bezit en/of hier regelmatig verblijft zonder daarvoor per verblijf te betalen (CELTH, 2015). De vaste gast is een specifieke doelgroep en is uitgebreid onderzocht in het Vaste Gasten Onderzoek 2022. Daarom wordt de vaste gast in dit bezoekersonderzoek buiten beschouwing gelaten.

3.2.2 DATAVERZAMELING VIA ZEEUWSE BEDRIJVEN

Respondenten zijn via bedrijven (o.a. campings, hotels, jachthavens, musea en restaurants) en natuurgebieden gevraagd deel te nemen aan de vragenlijst. Bedrijven die reeds hebben deelgenomen aan de pilot zijn opnieuw benaderd. Daarnaast zijn nieuwe bedrijven en natuurgebieden geworven via e-mail, telefoon en de maandelijkse kennisupdate van HZ kenniscentrum Kusttoerisme. Tevens zijn bedrijven fysiek bezocht om hen te vragen om deel te nemen. Om het voor ondernemers aantrekkelijk te maken om te helpen met dit onderzoek, mochten zij 3 vragen toevoegen aan de vragenlijst zodat zij meer te weten komen over hun eigen gasten. Naast de Zeeuws-brede rapportage krijgen de bedrijven namelijk ook een persoonlijke rapportage. Het beoogde

minimaal aantal respondenten hiervoor is 50. Ondanks dat dit per definitie niet een representatief aantal is, biedt dit in ieder geval een inkijkje in het type gast dat het bedrijf ontvangt.

De deelnemende ondernemers hebben gepersonaliseerd promotiemateriaal ontvangen met daarop een unieke QR-code. Door deze QR-code kan elke vragenlijst worden gekoppeld aan het desbetreffende bedrijf. Het promotiemateriaal is zo ontwikkeld dat het voor bezoekers aantrekkelijk gemaakt werd om deel te nemen. De bezoekers kunnen deze namelijk eenvoudig met een smartphone scannen en krijgen direct toegang tot de vragenlijst. Als dank voor deelname aan het onderzoek maken de bezoekers kans op een weekendje weg ter waarde van € 250. Het promotiemateriaal bestaat uit flyers (A5), posters (A4 of A3) en visitekaartjes. Het promotiemateriaal is in het Nederlands en Duits ontworpen. De vragenlijst zelf is ook in het Frans en Engels beschikbaar om alle bezoekers te kunnen laten deelnemen.

Sinds de start van het onderzoek zijn de deelnemende bedrijven en natuurgebieden maandelijks op de hoogte gehouden van de (persoonlijke) voortgang van het onderzoek middels een mailing. In deze update werden o.a. belangrijke mijlpalen van het onderzoek benoemd, de hoeveelheid respondenten die het bedrijf tot zover had opgehaald en is continu de mogelijkheid geboden tot extra ondersteuning wanneer deze respons tegenviel. Daarnaast hebben bedrijfsbezoeken plaatsgevonden en is telefonisch contact geweest met veel bedrijven om de voortgang te bespreken.

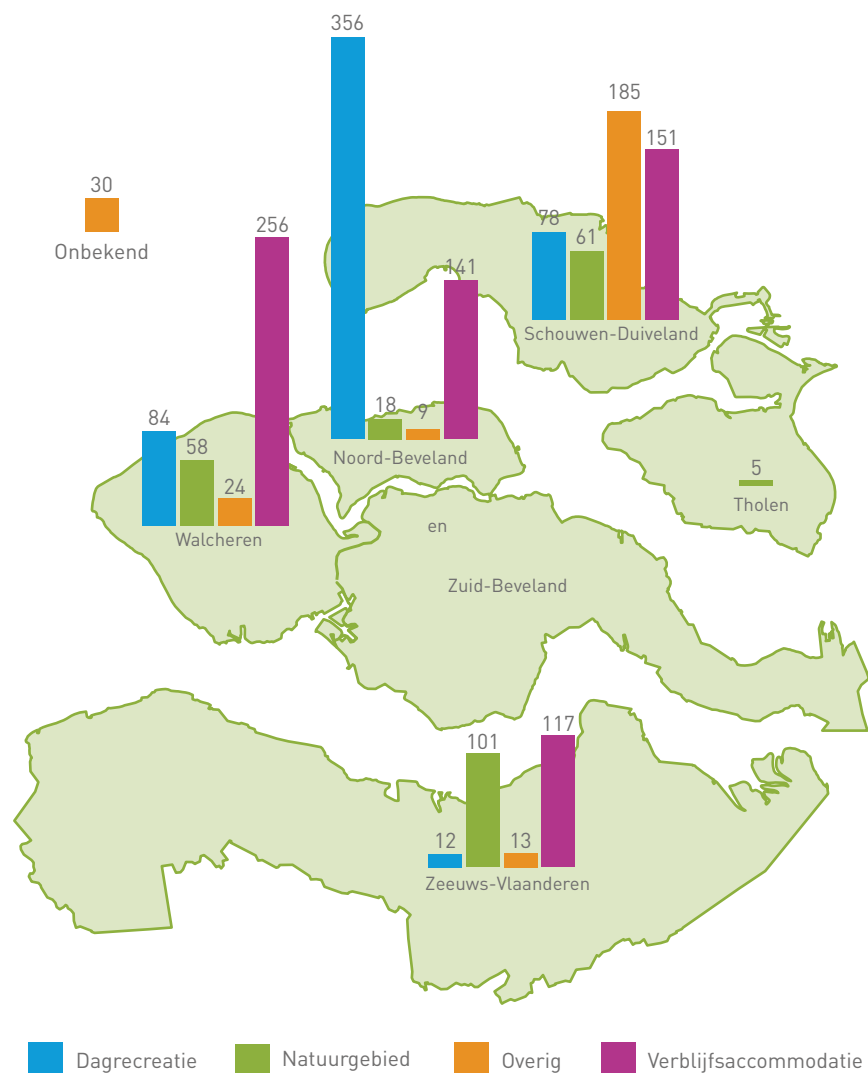
3.2.3 DATAVERZAMELINGSPERIODE

De dataverzamelingsperiode voor dit rapport vond plaats tussen het voorjaar van 2022 tot midden januari 2023. In deze periode zijn 6184 personen begonnen aan de vragenlijst. Relevant voor de analyse zijn 1699 vragenlijsten, dit zijn respondenten die de hele vragenlijst hebben doorlopen en hier minimaal 2 minuten over hebben gedaan.

3.3 REPRESENTATIVITEIT

Niemand weet precies hoeveel bezoekers naar Zeeland komen en wie deze mensen zijn. Door het onderzoek op zoveel mogelijk plekken uit te voeren, is het streven om zoveel mogelijk verschillende bezoekers te bereiken en zo een zo goed mogelijk beeld te geven van de vele bezoekers van Zeeland, wie zij zijn en waarom ze naar Zeeland komen. Vaak wordt gevraagd of het bezoekersonderzoek representatief is. Representativiteit betekent dat er betrouwbare uitspraken gedaan kunnen worden over de 'populatie' – in dit geval alle bezoekers van Zeeland. Voor een representatief onderzoek wordt een steekproef getrokken uit de populatie, waarbij er een goede afspiegeling moet zijn op verschillende kenmerken zoals bijvoorbeeld leeftijd en herkomstland. Omdat in Zeeland niet precies bekend is hoeveel bezoekers er komen en welke kenmerken zij hebben, kan er niet worden gecontroleerd of de mensen die de vragenlijst invullen en goede afspiegeling zijn van alle bezoekers. Daarom is het niet mogelijk om het onderzoek representatief te noemen. Desondanks levert het onderzoek veel waardevolle informatie op over de bezoekers van Zeeland.

3.4 RESPONSDERDELING



3.5 DATA-ANALYSE

De data-analyse bestaat uit een Zeeuws-brede rapportage en persoonlijke rapportages voor de deelnemende bedrijven en natuurgebieden. Om een persoonlijke rapportage als ondernemer te ontvangen, zijn minimaal 50 respondenten noodzakelijk.

De resultaten in de rapportages kunnen nooit op persoonsniveau terug worden herleid. E-mailadressen worden niet met derden gedeeld en zijn na het verloten en uitreiken van de prijzen verwijderd.



4 WIE IS DE BEZOEKER VAN ZEELAND?

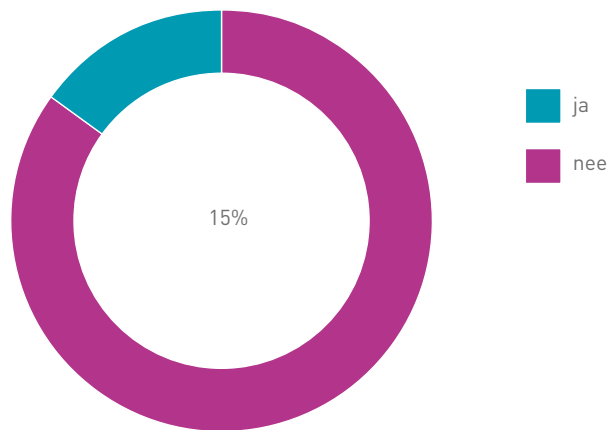
In dit hoofdstuk wordt het profiel van de bezoekers van Zeeland geduid aan de hand van demografische kenmerken. Tevens wordt ingegaan op het type bezoeker.

4.1 PROFIEL BEZOEKERS

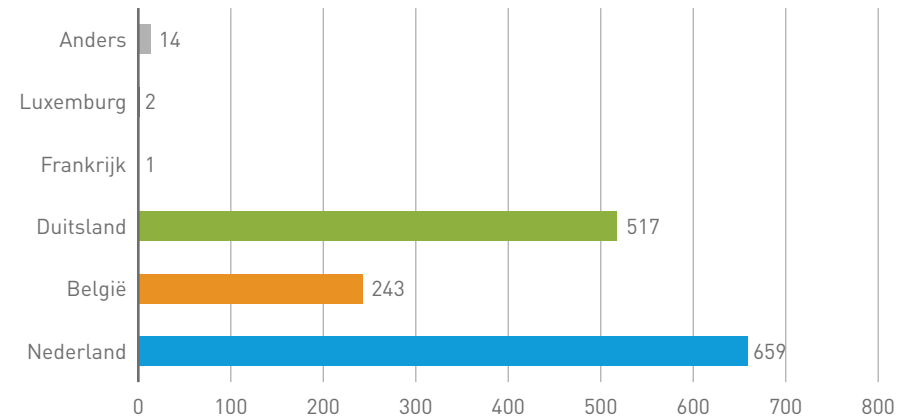
Aan de respondenten is gevraagd of zij inwoners van Zeeland zijn. Hierop heeft 15% aangegeven in Zeeland te wonen. Verder komt 39% uit de rest van Nederland, 30% uit Duitsland en 14% uit België. Wat betreft de Nederlandse bezoeker komt deze voornamelijk uit de provincies Zuid-Holland of Noord-Brabant. Ook de Belgische respondenten komen vooral uit de aangrenzende regio's in Vlaanderen. De Duitse respondenten wonen vooral in Noordrijn-Westfalen.

De meeste respondenten vallen in de leeftijdscategorie 50 – 60 jaar. Over het algemeen zijn de deelnemers aan de vragenlijst veelal tussen de 30 en 70 jaar.

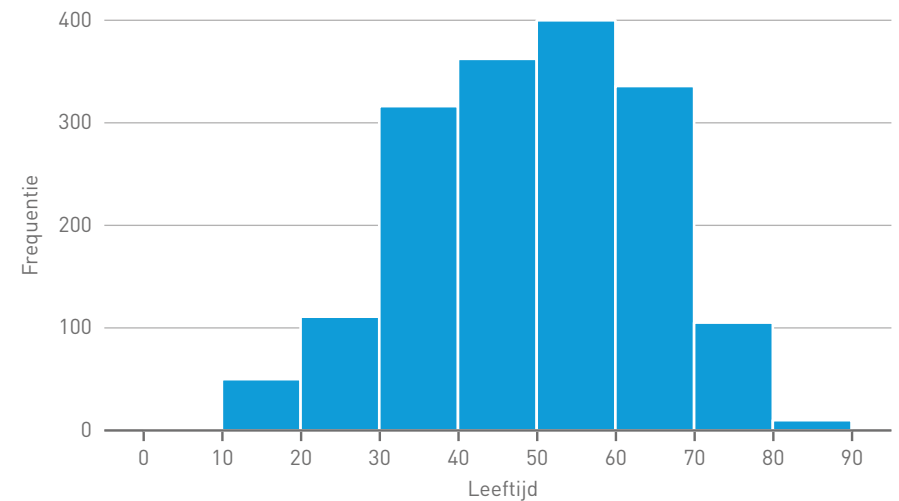
Figuur 1: Inwoner van Zeeland (N-1699).



Figuur 2: Herkomstlanden bezoekers (N-1436).



Figuur 3: Leeftijdsverdeling (N-1686).

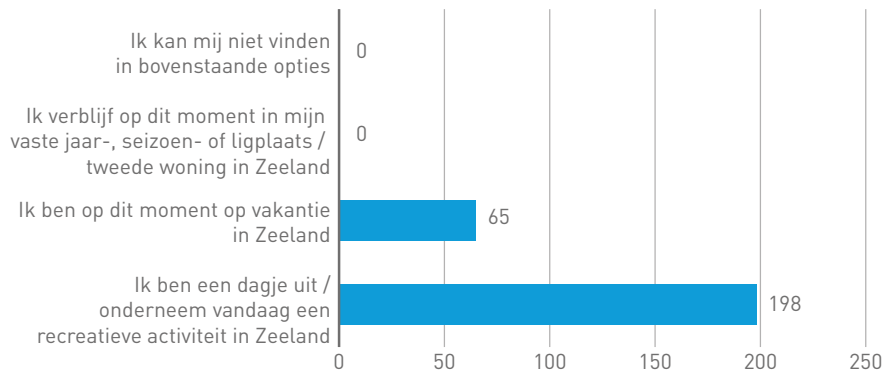


4.2 REDEN VAN BEZOEK

4.2.1 INWONERS VAN ZEELAND

75% van de respondenten die in Zeeland wonen, zijn een dagje uit in de eigen provincie, de rest is op vakantie in Zeeland en overnacht dus in de provincie.

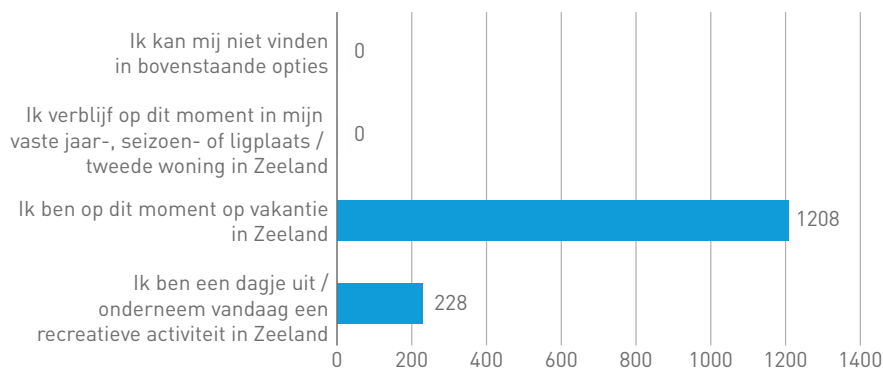
Figuur 4: Reden van bezoek inwoners Zeeland (N-263).



4.2.2 BEZOEKERS VAN ZEELAND

Wat betreft de bezoekers van Zeeland is de grote meerderheid van de respondenten op

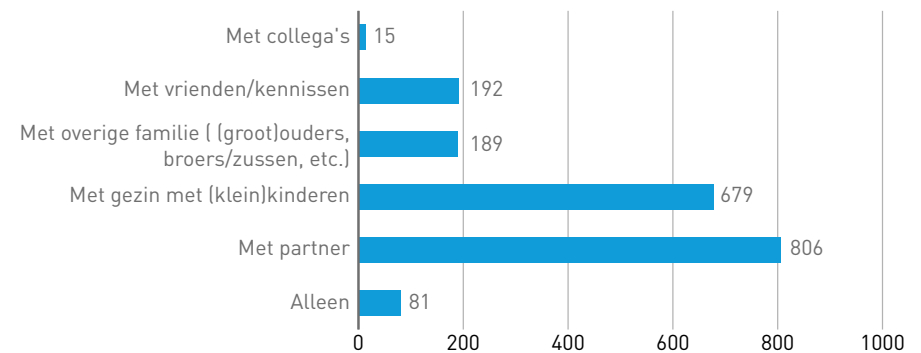
Figuur 5: Reden van bezoek Bezoeker van Zeeland (N-1436).



4.3 REISGEZELSCHAP

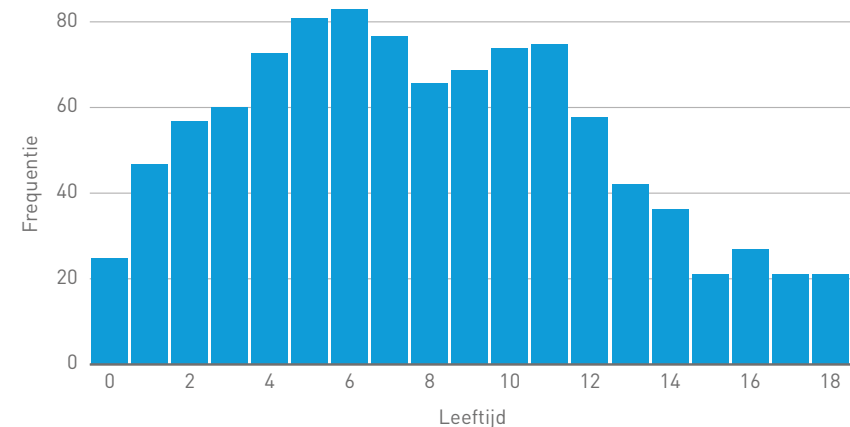
Aan de respondenten is gevraagd met welk reisgezelschap zij op bezoek zijn in Zeeland. Bijna de helft (47%) is in Zeeland met hun partner. Verder is 39% met het gezin, 11% met vrienden en/of kennissen of overige familieleden. Een klein deel van de bezoekers is alleen of met collega's in Zeeland.

Figuur 6: Reisgezelschap (N-1699).



De leeftijd van de kinderen, van de respondenten die met het gezin op vakantie zijn, varieert sterk. Baby's zijn minder vaak onderdeel van het reisgezelschap, evenals tieners vanaf 15 jaar.

Figuur 7: Leeftijdsverdeling kinderen (N-541).





5 ZEELAND ALS (VAKANTIE)BESTEMMING

Bezoekers komen naar Zeeland voor dagbezoeken of vakantie. Maar waarom kiest de bezoeker voor onze provincie en is er sprake van herhaalbezoek? In dit hoofdstuk worden deze vragen behandeld.

5.1 BESTEMMING VOOR VAKANTIE

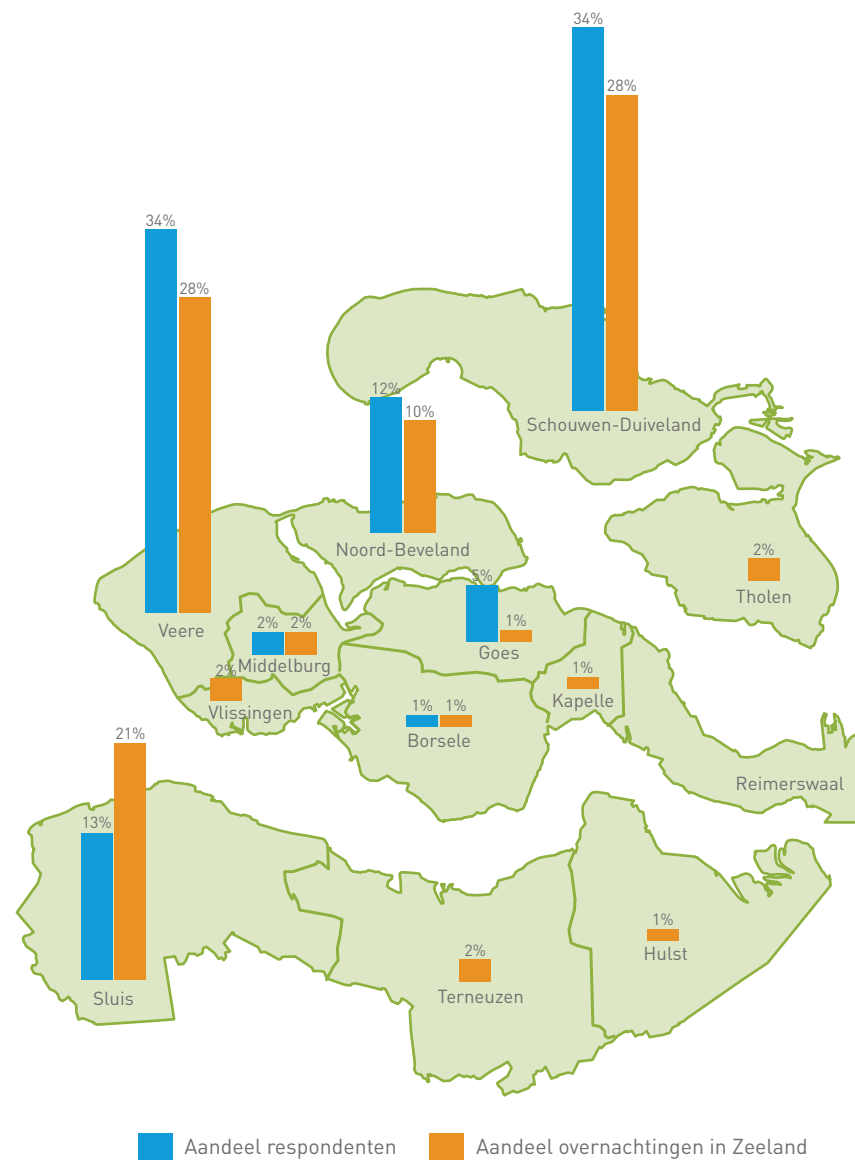
5.1.1 PLAATS VAN OVERNACHTING

De populairste plaatsen om te overnachten door respondenten zijn Renesse (18%) en Zoutelande (17%). Daarna volgen plaatsen als Kamperland (10%), Burgh-Haamstede (7%) en Nieuwvliet (7%). De spreiding van de respondenten komt niet overeen met de spreiding van alle vakantieovernachtingen in Zeeland; er zijn relatief meer respondenten op Schouwen-Duiveland, Noord-Beveland en in de gemeente Veere. De respons in de gemeente Sluis blijft ver achter.

Tabel 1: Plaats van overnachting (N-906).

Plaats van overnachting	
Renesse	165
Zoutelande	156
Kamperland	91
Burgh-Haamstede	61
Nieuwvliet	60
Domburg	42
Bruinisse	41
Oostkapelle	35
Breskens	33
Westkapelle	33
Goes	31
Vrouwenpolder	25
Cadzand	23
Kortgene	20
Brouwershaven	20
Scharendijke	18
Middelburg	14
Koudekerke	14
Wolphaartsdijk	12
Kwadendamme	12

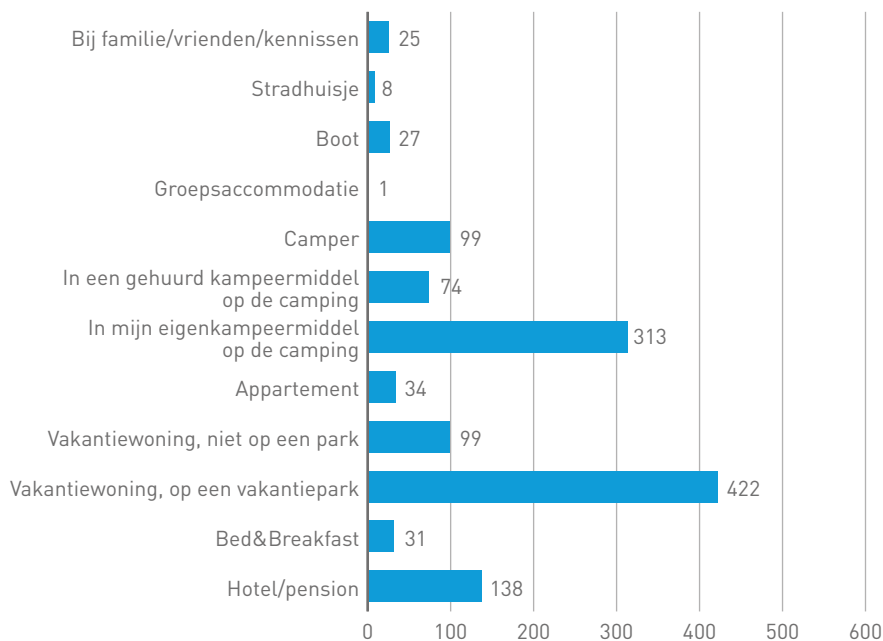
Figuur 8: Spreiding respons vs. spreiding alle overnachtingen in Zeeland



5.1.2 ACCOMMODATIETYPE

De respondenten die op vakantie zijn in Zeeland, doen dit vooral in een vakantiewoning op een vakantiepark (33%). Daarnaast is ook kamperen met een eigen kampeermiddel op een camping populair (25%). Andere accommodatietypes die regelmatig worden genoemd is een hotel of pension, kamperen met een camper of een vakantiewoning niet op een park.

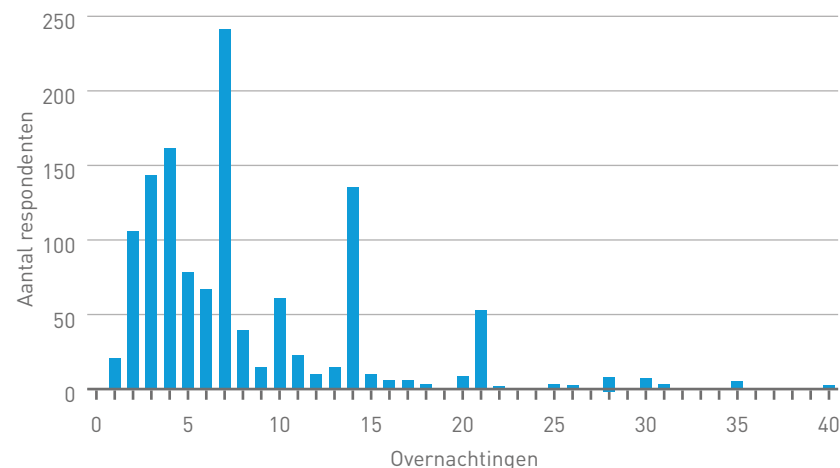
Figuur 9: Accommodatietype verblijfsbezoeker (N-1271).



5.1.3. VERBLIJFSDUUR

In onderstaand figuur zijn een aantal pieken te zien. De meeste respondenten zijn een week (7 dagen) op vakantie in de provincie. Daarnaast zijn ook weekenden / midweken populair (tussen de 1 en 4 dagen) of juist een vakantie van twee weken (14 dagen).

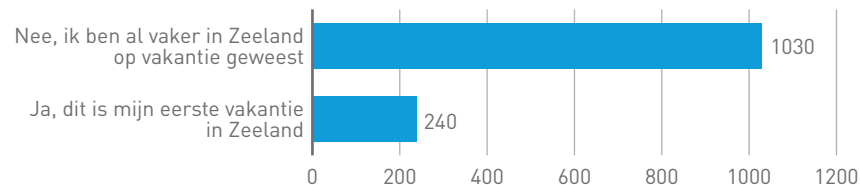
Figuur 10: Verblifsduur (N-1259).



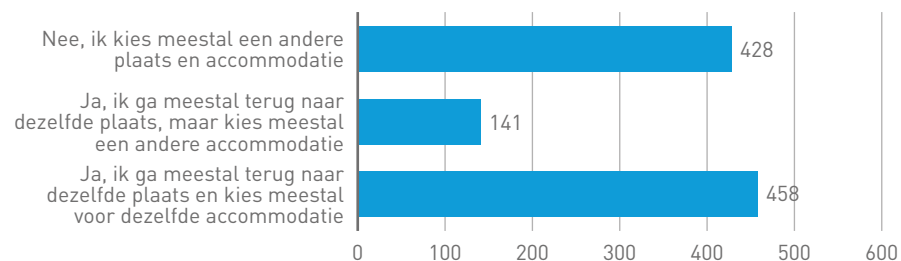
5.1.4. HERHAALBEZOEK

Aan de respondenten is gevraagd of dit de eerste vakantie is in Zeeland. Hieruit blijkt dat meer dan 80% een terugkerende verblijfsbezoeker is en daarmee Zeeland vaker heeft gekozen als vakantiebestemming.

Figuur 11: Eerste vakantie in Zeeland (N-1270).



Figuur 12: Keuze plaats in Zeeland (N-1027).

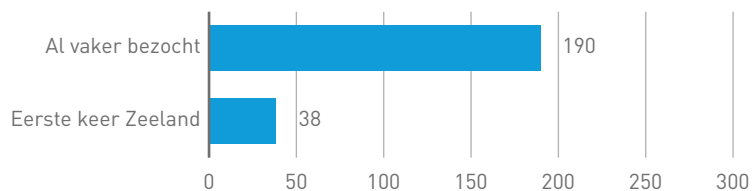


Van de respondenten die vaker in Zeeland op vakantie zijn geweest kiest 45% meestal voor dezelfde plaats en dezelfde accommodatie. 14% kiest wel meestal voor dezelfde plaats maar de keuze valt daarentegen voor een andere verblijfsaccommodatie. 42% varieert in de bestemming en de accommodatie. Meer dan de helft van de respondenten keert dus bijna altijd terug naar dezelfde plek in Zeeland.

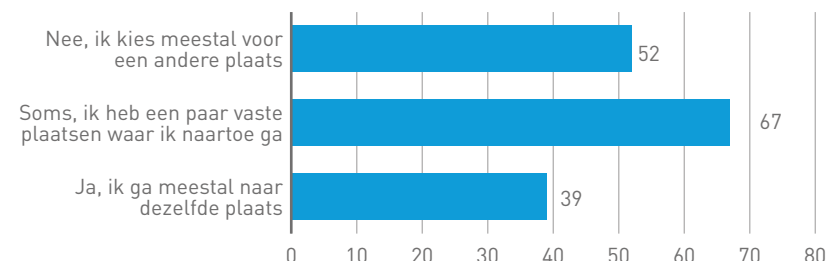
5.2 BESTEMMING VOOR DAGRECREATIE

Ook de deelnemende dagbezoekers hebben Zeeland meestal al vaker bezocht voor een activiteit. Van de respondenten die hebben aangegeven vaker naar Zeeland te komen voor een daguitstapje geeft 42% aan een paar vaste plekken te hebben om te recreëren. Verder varieert 33% van de respondenten van plaats en 25% kiest er juist voor om altijd naar dezelfde plek te gaan.

Figuur 13: Eerste keer in Zeeland voor dagrecreatie (N-228).



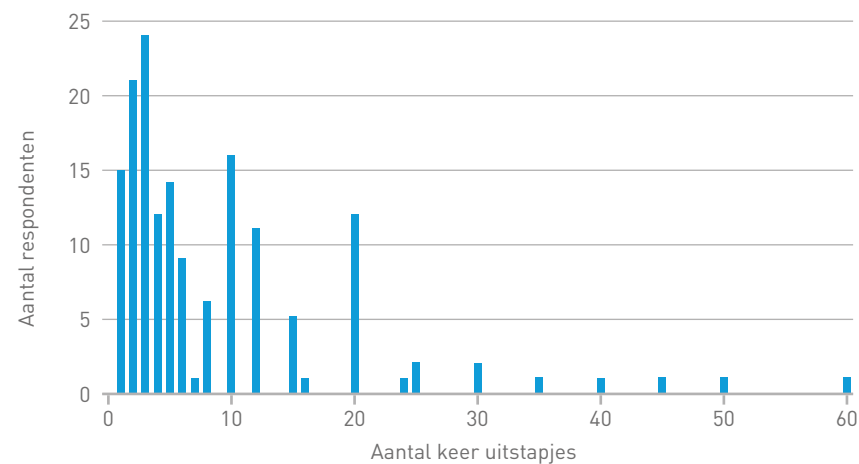
Figuur 14: Keuze plaats dagrecreatie in Zeeland (N-158).



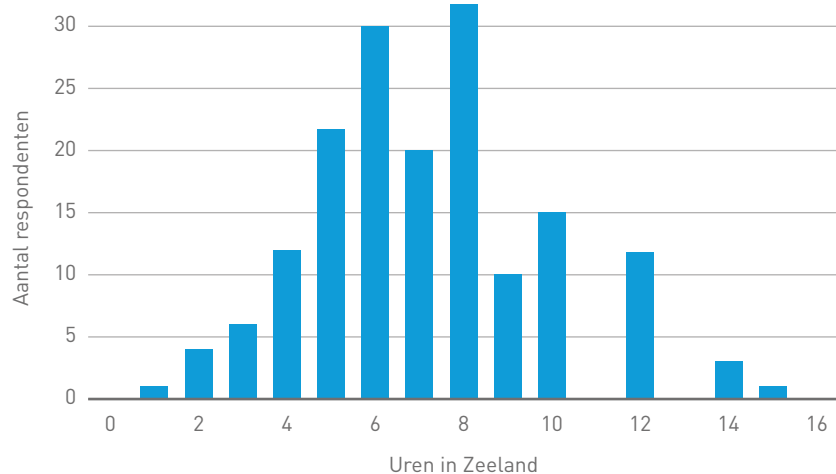
Aan de terugkerende gasten is gevraagd hoe vaak per jaar zij de provincie voor een dagje bezoeken. De meeste respondenten bezoeken Zeeland tussen de 1 en 6 keer, waarvan het meest voorkomende antwoord 3 keer is. Daarnaast wordt ook 10 keer per jaar en zelfs 20 keer per jaar regelmatig genoemd. Ook zijn er enkele uitschieters te vinden van bezoekers die tot wel 60 keer per jaar in de provincie recreëren.

De respondenten verblijven veelal 6 of 8 uur in de provincie. Maar ook korte perioden of een halve dag (12 uur) wordt regelmatig benoemd.

Figuur 15: Aantal uitstapjes per jaar (N-158).



Figuur 16: Verblijfstijd in Zeeland (N-168).

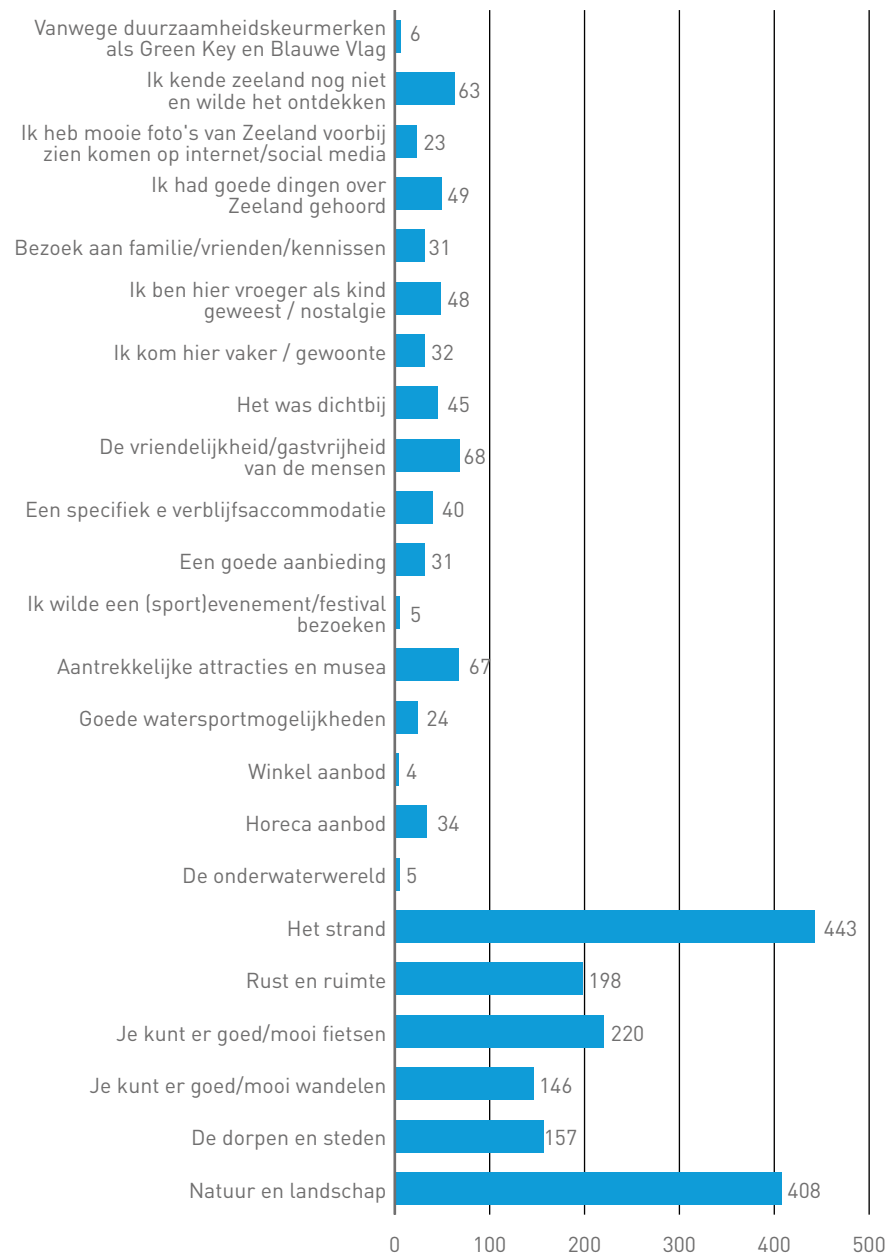


5.3 BEZOEKERSMOTIEF

5.3.1 KEUZE VOOR ZEELAND

De respondenten, die niet vaak terugkeren naar dezelfde plek binnen Zeeland, kiezen voornamelijk voor de provincie vanwege het strand (54%) en de natuur en het landschap (50%). Andere veelgenoemde motieven zijn de mogelijkheid tot fietsen en wandelen, de rust en ruimte, en de dorpen en steden in Zeeland.

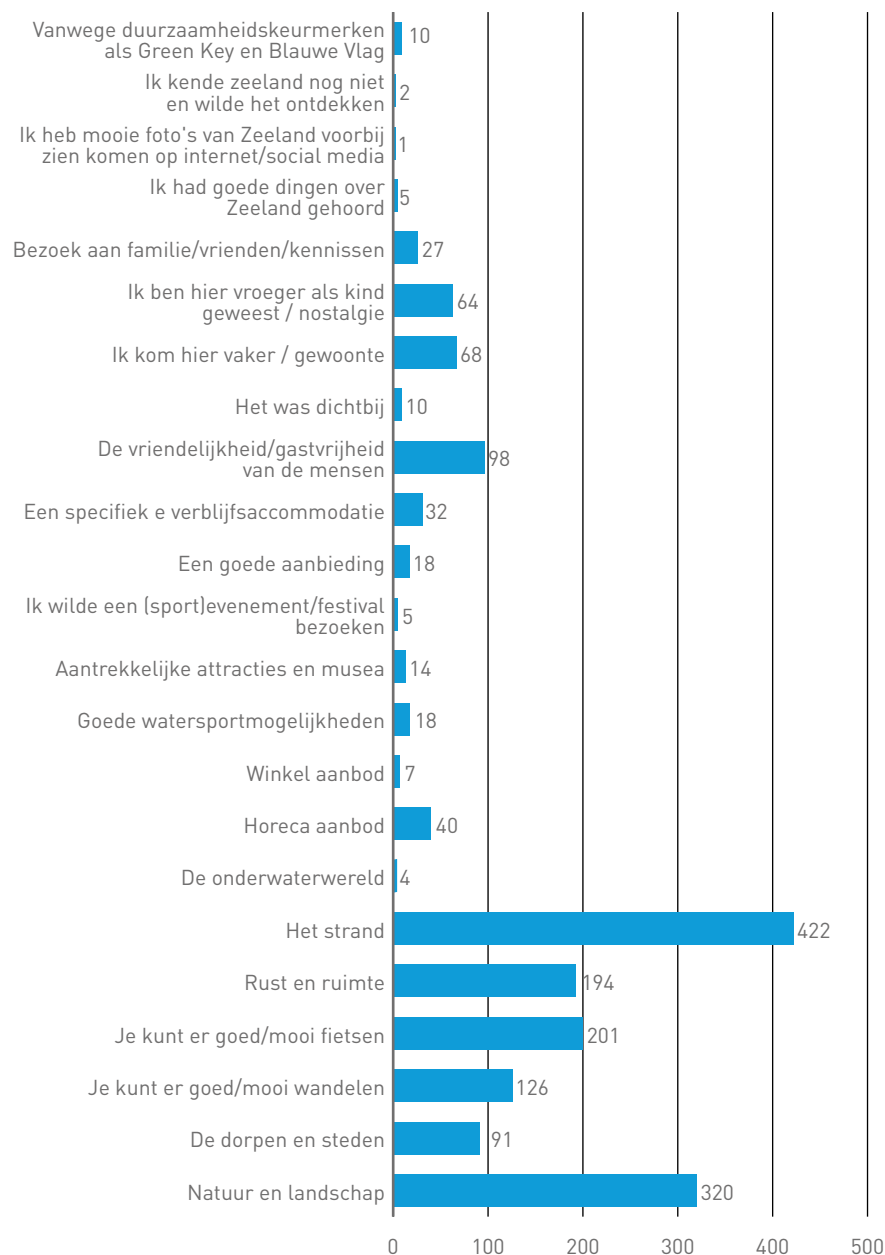
Figuur 17: Keuze voor Zeeland (N-824).



5.3.2 KEUZE VOOR DEZELFDE PLAATS IN ZEELAND

De respondenten die aangeven vaak terug te gaan naar dezelfde plaats in Zeeland hebben ongeveer hetzelfde bezoekersmotief. Onder deze groep respondenten is wederom het strand de meest genoemde reden (66%) gevolgd door de natuur en het landschap (50%). Ook hier is de mogelijkheid tot fietsen en wandelen, de rust en ruimte en de dorpen en steden veel benoemd. Verder komt de gastvrijheid van de mensen naar voren maar ook de gewoonte om de plek te bezoeken en de ervaren nostalgie omdat de respondent er als kind is geweest.

Figuur 18: Keuze voor dezelfde plaats in Zeeland (N=637).





6 ONDERNOMEN ACTIVITEITEN

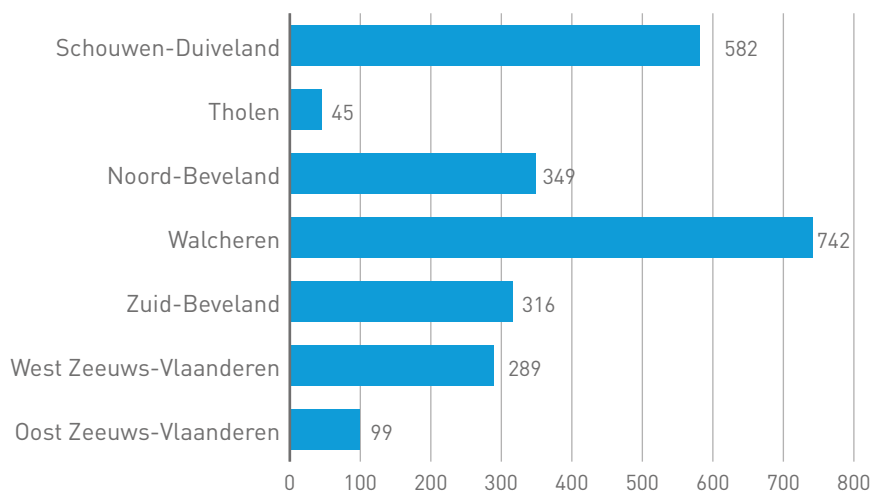
Tijdens de vakantie of dagbezoek in Zeeland ondernemen bezoekers allerlei activiteiten. Welke regio's worden bezocht? Welke uitstapjes worden vaak gekozen en welk vervoermiddel wordt gebruikt? In dit hoofdstuk worden de ondernomen activiteiten besproken.

6.1 VERBLIJSBEZOEKERS

6.1.1 BEZOCHTE REGIO'S

De respondenten die op vakantie zijn in Zeeland bezoeken voornamelijk Walcheren (60%) en Schouwen-Duiveland (47%). 36% van de respondenten verblijft op Walcheren en 34% op Schouwen-Duiveland, beide regio's worden dus ook bezocht door respondenten die elders in de provincie overnachten. Tholen en Oost-Zeeuws-Vlaanderen zijn de minst bezochte regio's.

Figuur 19: Bezochte regio's verblijfsbezoekers (N=1249).

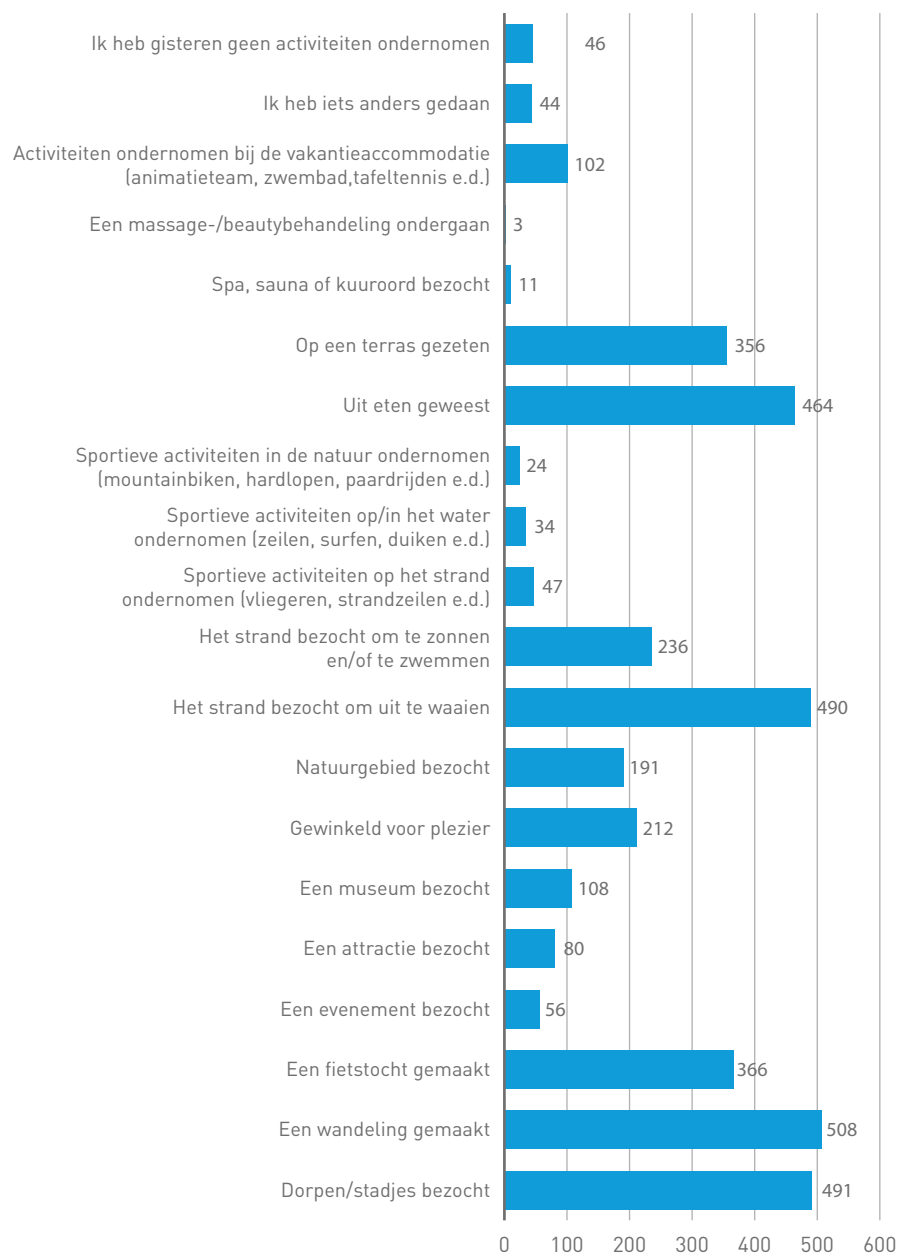


6.1.2 ONDERNOMEN ACTIVITEITEN

Aan de respondenten is gevraagd welke activiteiten zij gisteren hebben ondernomen. Er is specifiek naar één dag gevraagd, om zo een duidelijk beeld te krijgen van wat een verblijfsbezoeker op één dag doet.

De zes meest genoemde activiteiten zijn het maken van een wandeling (46%), uitwaaien op het strand (44%), dorpen of steden bezoeken (44%), uit eten gaan (41%), het maken van een fietstocht (34%) en op een terras zitten (33%). Wellness en sportieve activiteiten zijn het minst genoemd. Bedrijven die deze activiteiten aanbieden hebben echter niet deelgenomen aan dit onderzoek en zijn daardoor mogelijk onderbelicht.

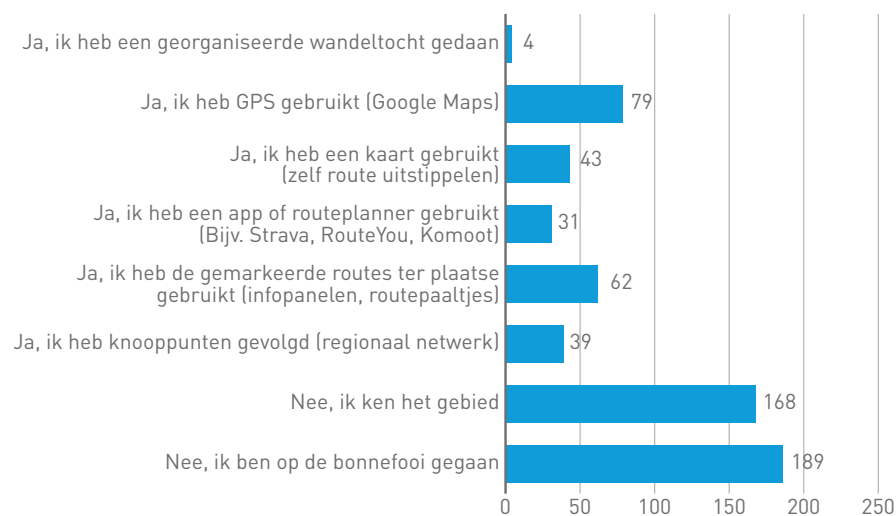
Figuur 20: Ondernomen activiteiten verblijfsbezoekers (N=1105).



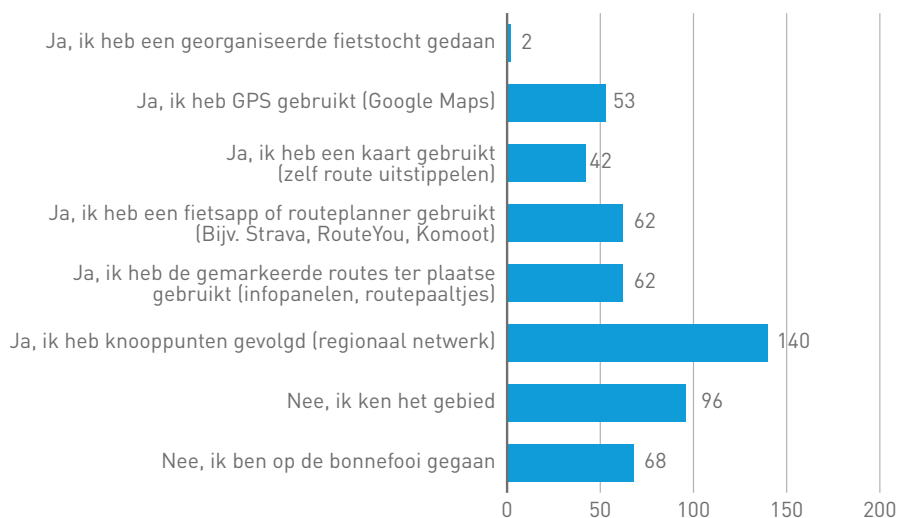
6.1.3 INFORMATIEBRONNEN

In kaart is gebracht welke informatiebronnen de respondenten gebruiken wanneer zij gaan wandelen, fietsen of natuurgebieden bezoeken. Wat betreft wandelen wordt vooral aangegeven dat de bezoeker op de bonnefooi rondloopt of het gebied al kent. Wanneer dit niet het geval is wordt gebruik gemaakt van bijvoorbeeld Google Maps of gemarkeerde routes. Als het gaat om fietsen gebruiken de meeste respondenten een knooppunten-netwerk. Maar ook hier kent een groot deel het gebied al of gaan zij op de bonnefooi. Wat betreft andere informatiebronnen zijn geen grote verschillen zichtbaar. De grootste variatie in antwoorden is zichtbaar als het gaat om een bezoek aan natuurgebieden. Bij alle drie de activiteiten wordt zelden gekozen voor een georganiseerde tocht, de respondenten kiezen er bijna altijd voor om zelfstandig op pad te gaan.

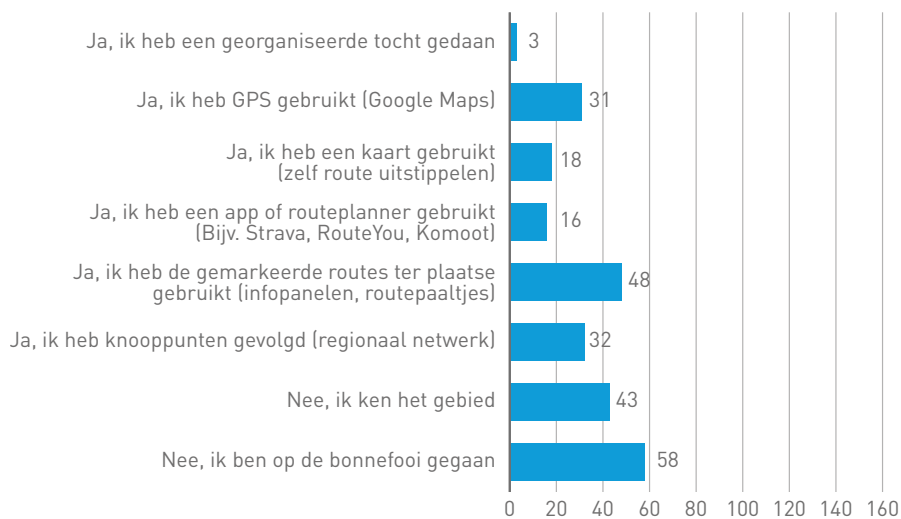
Figuur 21: Informatiebronnen wandelen (N=506).



Figuur 22: Informatiebronnen fietsen (N-366).



Figuur 23: Informatiebronnen natuurgebieden (N-189).

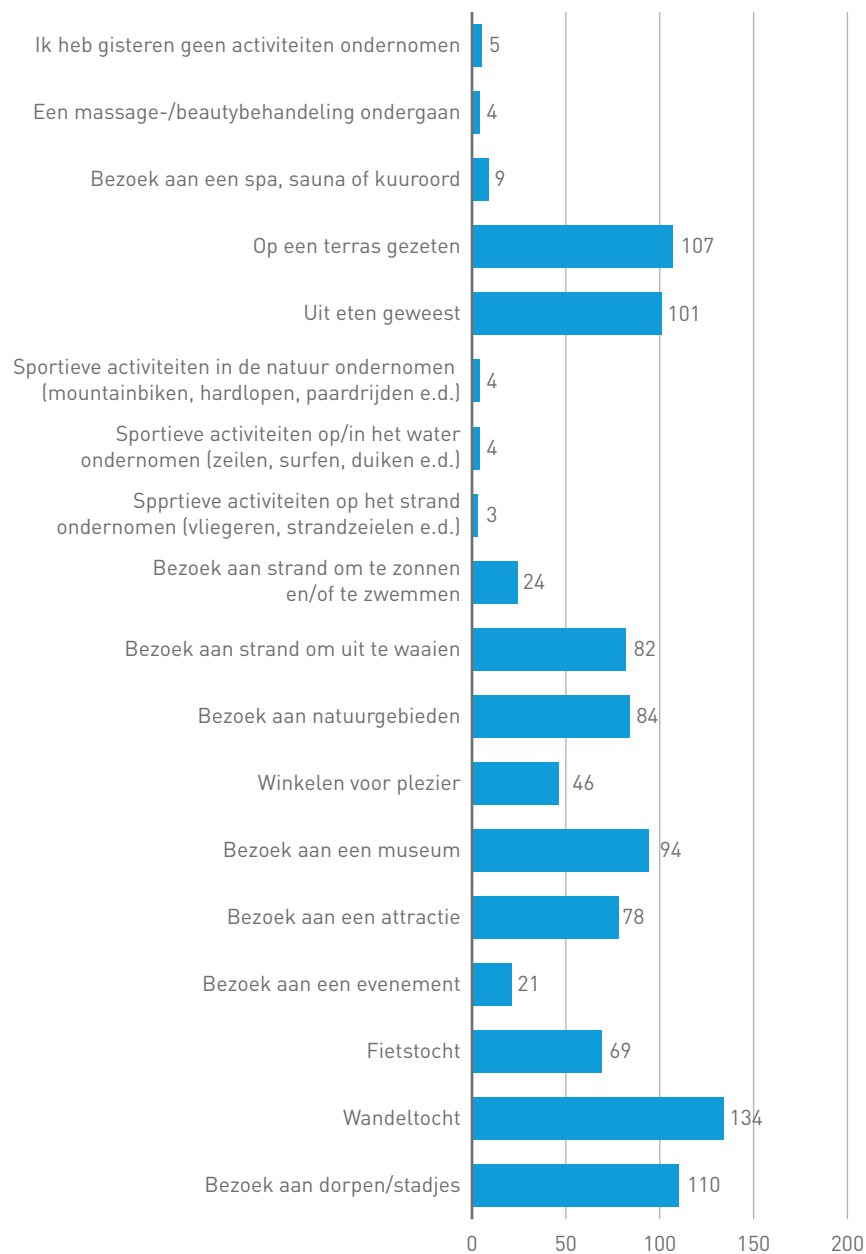


6.2 DAGBEZOEKERS

6.2.1 ONDERNOMEN ACTIVITEITEN

Ook bij dagbezoekers is een wandeltocht de meest gekozen activiteit, gevolgd door een bezoek aan dorpen of steden, uit eten gaan en op een terras zitten. Bij de dagbezoekers wordt een bezoek aan attracties of musea relatief vaak genoemd. Dit komt mede door de methode van dataverzameling, de vragenlijst is immers door aanbieders van musea en attracties verspreid onder bezoekers.

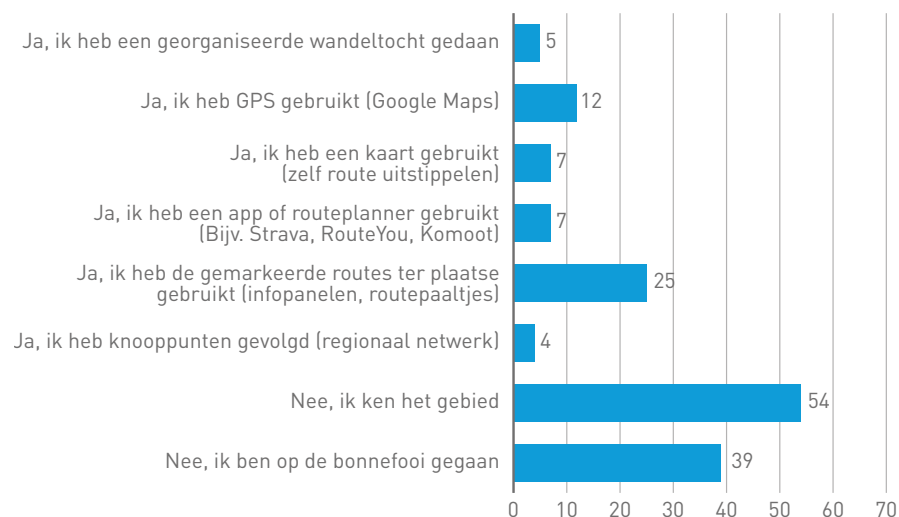
Figuur 24: Ondernomen activiteiten dagbezoek (N=424).



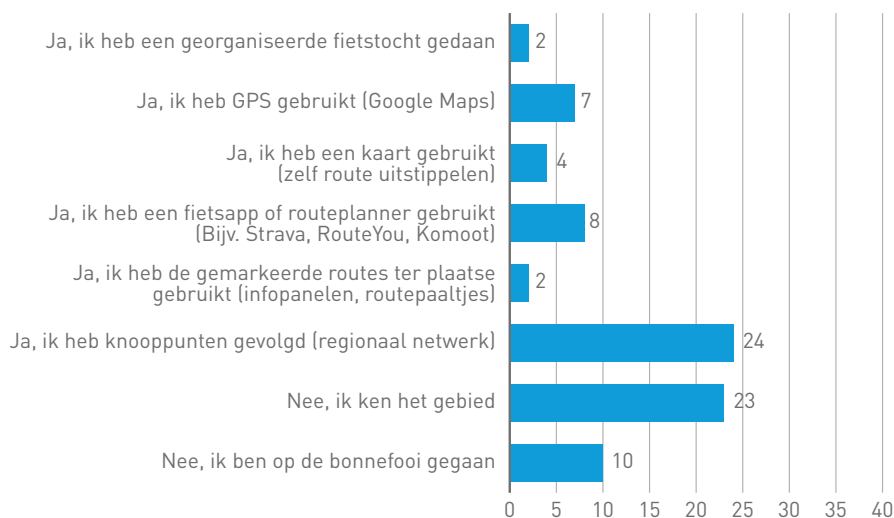
6.2.2 INFORMATIEBRONNEN

Ook de respondenten die de provincie bezoeken voor één dag, kennen het gebied vaak al wanneer zij gaan wandelen. Verder wordt aangegeven dat zij op de bonnefooi gaan of gebruik maken van gemarkeerde routes. Wat betreft fietsen wordt vaak gebruik gemaakt van een knooppunten-netwerk of is het gebied ook al bekend. Meer dan de helft van de bezoekers aan natuurgebieden kent dit gebied al, anders wordt ook hier op de bonnefooi gegaan of wordt er gebruik gemaakt van gemarkeerde routes.

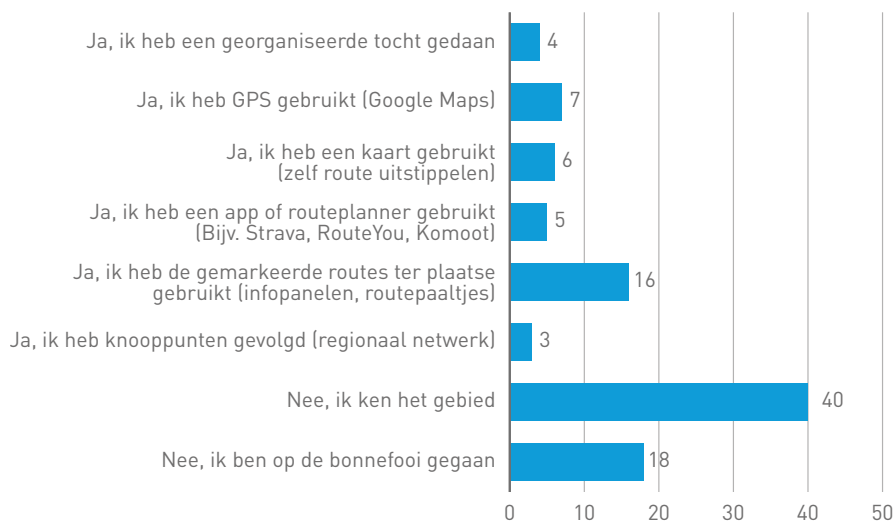
Figuur 25: Informatiebronnen wandelen (N=133).



Figuur 26: Informatiebronnen fietsen (N=69).



Figuur 27: Informatiebronnen natuurgebieden (N=84).



6.3 VERVOERMIDDELEN

De respondenten kiezen er voornamelijk voor om met te voet, op de fiets of per auto naar de activiteit te gaan. Andere vervoermiddelen zoals de bus worden zelden tot nooit gebruikt.

Opvallend is dat wat betreft attracties of musea in bijna alle gevallen de auto wordt gepakt. Ook om dorpen of steden te bezoeken wordt in meer dan de helft van de gevallen gekozen voor de auto als vervoermiddel. Wat betreft de andere activiteiten is de verdeling tussen auto, te voet of per fiets redelijk gelijk, of wordt er voornamelijk te voet gekozen. Het lijkt er daarmee op dat de voorkeur van de respondenten is om lopend activiteiten te bezoeken, tenzij niet anders mogelijk.

7 DRUKTEBELEVING



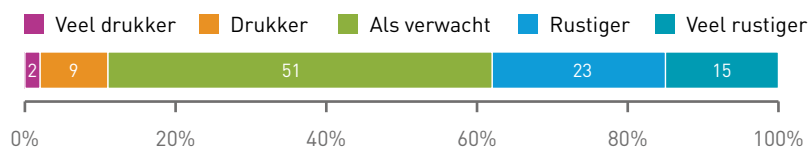
Spaghetti tolosane
Afbakelijke pannelen
Aanbieden op brood
Maaltijd salades
Zeeuwse mosselen
met oia fruit & saus

Zeeland is een van de populairste vakantiebestemmingen in Nederland. Hoe ervaren bezoekers de drukte in Zeeland? Komt dit overeen met verwachtingen en heeft de drukte wellicht de vakantiebeleving beïnvloed? Dat wordt besproken in dit hoofdstuk.

7.1 DRUKTEBELEVING

Aan de respondenten is gevraagd in hoeverre zij het bij de ondernomen activiteiten drukker of rustiger vonden dan verwacht. Hieruit blijkt dat bij ongeveer de helft van de respondenten (51%) de ervaren drukte overeen kwam met de verwachtingen. 38% vond het rustiger dan verwacht en 11% vond het drukker.

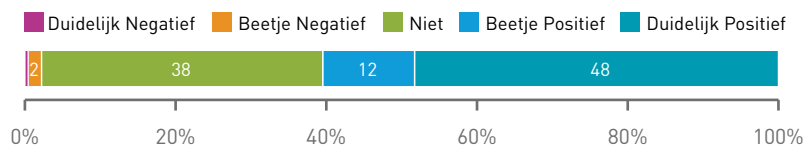
Figuur 28: Druktebeleving (N-1488).



7.2 INVLOED OP VAKANTIEBELEVING

Aanvullend is gevraagd of de ervaren drukte, of juist rust, het uitstapje of de vakantie positief dan wel negatief heeft beïnvloed. Bijna de meerderheid (48%) heeft dit duidelijk als positief ervaren en bij 38% heeft het geen invloed gehad op de ondernomen activiteit.

Figuur 29: Invloed op vakantiebeleving (N-1488).



Opvallend is dat voor het overgrote deel van de respondenten de druktebeleving past bij diens verwachtingen en dat de vakantie niet negatief wordt beïnvloed.

8 UITGAVEN



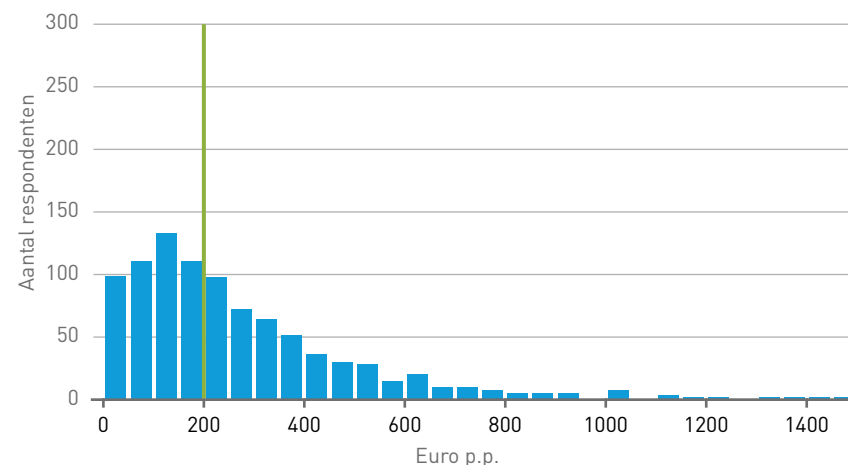
De respondenten zijn gevraagd uitspraak te doen over de gedane uitgaven tijdens de vakantie of het daguitstapje. Hierbij is specifiek gevraagd naar de uitgaven gedaan op één dag, om zo een goed beeld te kunnen krijgen van de dagelijkse uitgaven. Wat betreft verblijfsbezoeker is allereerst gevraagd naar de kosten voor de verblijfsaccommodatie. Dit is vervolgens teruggerekend naar de kosten per persoon. Vervolgens is gevraagd naar de bestedingen die zij gisteren hebben gedaan. Wat betreft dagbezoeker is gevraagd naar de uitgaven van vandaag. Alle kosten zijn teruggerekend naar kosten per persoon.

Belangrijk is om te benadrukken dat generalisatie voor alle Bezoekers van Zeeland niet mogelijk is, de gegevens bieden alleen een indicatie van het uitgavenpatroon. Het is gebleken, ook in andere (landelijke) onderzoeken dat respondenten het lastig vinden om uitspraken te doen over de gedane uitgaven. Hierdoor bevatten de antwoorden soms uitschieters, zijnde afwijkend hoge bedragen. Zulke uitschieters hebben erg veel invloed op een gemiddelde, daarom is ervoor gekozen de 'mediaan' te hanteren. Een mediaan is de middelste getal van alle gegeven antwoorden van respondenten en wordt veel minder beïnvloed door de uitschieters. De mediaan geeft daarom een veel betere indicatie van het uitgavenpatroon. In een mediaan kunnen respondenten die geen geld uitgeven, niet goed worden meegenomen. Deze groep wordt daarom afzonderlijk benoemd, om zo een reëel beeld te kunnen geven van de mate waarin uitgaven worden gedaan.

8.1 UITGAVEN VERBLIJFSBEZOEKERS

Gemiddeld geven de respondenten € 200 uit per persoon aan de verblijfsaccommodatie. De meest voorkomende bestedingen liggen tussen de € 0 en € 250. Per persoon per nacht is de besteding gemiddeld € 21,42.

Figuur 30: Bestedingen verblijfsaccommodatie per persoon (N-924).



Wat betreft de respondenten die kosten hebben gemaakt voor vervoer is het gemiddelde bedrag per persoon per dag € 10. Daarbij hebben 300 respondenten expliciet aangegeven geen kosten te hebben gemaakt in deze categorie. De gemiddelde uitgaven voor de horeca zijn € 25 en voor excursies € 13. Voornamelijk in deze laatste categorie zijn veel respondenten die hier geen kosten voor hebben gemaakt, namelijk 177. Verder is gevraagd naar uitgaven in winkels, dit bedraagt gemiddeld € 17,50 en overige kosten, namelijk € 15.

Tabel 2: Uitgaven per persoon verblijfsbezoekers.

Vervoerskosten (N-300)	€ 10
Horeca (N-464)	€ 25
Excursies / uitstapjes (N-119)	€ 13,33
Winkels (N-351)	€ 17,50
Overig (N-82)	€ 15

8.2 UITGAVEN DAGBEZOEKERS

De gemiddelde vervoerskosten zijn ook bij dagbezoeker € 10, waarbij 91 respondenten expliciet aangeven hiervoor geen kosten te hebben gemaakt. Wat betreft horeca wordt gemiddeld € 20 uitgegeven en voor uitstapjes € 12. Wat betreft winkels zijn de deelnemende dagbezoekers € 12,50 kwijt en voor overige uitgaven € 10.

Tabel 3: Uitgaven per persoon dagbezoeker.

Vervoerskosten (N-176)	€ 10
Horeca (N-189)	€ 20
Excursies / uitstapjes (N-91)	€ 12
Winkels (N-68)	€ 12,50
Overig (N-19)	€ 10

BRONNENLIJST

CELTH (2015). Toekomst van de Vaste Gast.

Landelijke Data Alliantie. (2022, maart). De Landelijke Recreatie & Toerisme Standaard 2030. <https://www.landelijkedataalliantie.nl/nl/home/de-landelijke-recreatie-toerisme-standaard-2030-versie-2.htm>

NBTC. (2021, maart). Perspectief 2030. <https://www.nbtc.nl/nl/site/bestemming-nederland/perspectief-2030.htm>

Raad voor de leefomgeving en infrastructuur. (2019). *Waardevol toerisme: Onze leefomgeving verdient het.*