



Capita Selecta

Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Meten van dagbezoek: Van vergeten onderwerp naar urgentie

Jeroen Klijs, Jalal Atai, Jorrit Bijl, Diana Korteweg Maris en Jeroen Weppner



Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Capita Selecta

Waardevol toerisme vraagt allereerst om kennis

Diana Korteweg Maris en Harm IJben

'Nederland van boven': het gebruik van satellietbeelden voor toerisme en recreatie

Jasper Heslinga, Ben Wielenga en Stefan Hartman

Wetenschap als legitimatiefabriek? Hoe onderzoek beleidsvernieuwing in milieuvraagstukken in de weg zit en wat we daaraan kunnen doen

Eke Eijgelaar en Harald Buijtendijk

Meten van dagbezoek: Van vergeten onderwerp naar urgentie

Jeroen Klijs, Jalal Atai, Jorrit Bijl, Diana Korteweg Maris en Jeroen Weppner

Waar is de steun van inwoners voor toerisme het grootst?

Harm IJben & Kalina Mikolajczak-Degrauwe

Leven-de-Hanze! Storytelling als instrument voor een inspirerende beleving van de Hanzesteden

Bertine Bargeman, Moniek Hover, Juriaan van Waalwijk, Elizabeth Stoit, Rinze Kaatman, Nicky Greven

De integrale aanpak van duurzame ontwikkeling: Parktheater Eindhoven

Ger Pepels

Inclusief toerisme geeft waarde aan professionaliteit

Karin Stikma en Brigitte Nitsch

Hopen op een vakantie: De coronacrisis en geplande vakanties

Coen van Bendegom, Ondrej Mitas, Kim Hogenelst, Tigo Vermeer

Het verkennen van sociale media als potentiële gegevensbronnen voor het begrijpen van toerisme en recreatie in Friesland

Jasper Heslinga

Het belang van kleur in de kwaliteit van toeristische bestemmingen

Lambert Rozema

Balanceren tussen het beschermen en benutten van natuurgebieden: architourism als instrument

Ben Wielenga

Hoe gastvrij zijn we in ons taalgebruik?

Leanne Schreurs

Cultuur is zeg maar niet mijn ding: Cultuurbeleving van jongvolwassenen die zelden of nooit cultuur bezoeken

Coen van Bendegom, Ondrej Mitas, Wilco Boode, Pieter de Rooij & Marcel Bastiaansen

Esports als glimp van de toekomst: digitale sportervaringen tijdens COVID-19

Samuel van Kiel & Mathijs van der Kroft

De Kayan in Thailand: van menselijke dierentuin naar gemeenschapstoerisme

Brigitte Nitsch en Charlotte Louwman-Vogels

Meten van dagbezoek: Van vergeten onderwerp naar urgentie

Het lijkt een vergeten onderwerp in toeristische dataverzameling: dagbezoek. De data die nu beschikbaar zijn hebben vooral betrekking op verblijfsbezoekers, ondanks het feit dat dagbezoekers voor veel bestemmingen een belangrijke groep bezoekers vormen. Maar hoeveel bezoekers dat dan zijn, wat ze doen of wie ze zijn... dat is meestal niet bekend. De behoefte aan actuele data over deze bezoekersgroep is nog groter geworden in de huidige omstandigheden, waarin afstand houden en het vermijden (of spreiden) van drukte hét devies is.

In het project 'Day Visitor Data Development' is in beeld gebracht welke methoden er zijn om, op het niveau van een bestemming, meer te weten te komen over dagbezoekers. Denk bijvoorbeeld aan hun (ruimtelijk) gedrag, sociaal-demografische karakteristieken, bestedingen en tevredenheid.

Het project was een samenwerking van Breda University of Applied Sciences en HZ University of Applied Sciences en werd mogelijk gemaakt door het Data & Development Lab Bestemming Nederland van NBTC Holland Marketing, het CBS en CELTH.

AUTEURS

Jeroen Klijs, Jalal Atai, Jorrit Bijl, Diana Korteweg Maris en Jeroen Weppner

Aanpak

Het project ging van start met het in beeld brengen van alle beschikbare onderzoeksmethoden met betrekking tot dagtoerisme. Op basis van literatuuronderzoek en door raapleging van een groot aantal experts, uit binnen- en buitenland en vanuit praktijk en wetenschap, zijn al deze methoden geïdentificeerd en verkend. Enerzijds door middel van interviews, anderzijds door een tweetal expertbijeenkomsten waarin werd gediscussieerd over de tussentijdse uitkomsten. Dit leidde tot waardevolle inzichten in de voor- en nadelen van elke methode, maar gaf ook inzicht in de informatiebehoefte van bestemmingen en de wijze waarop bestemmingen een onderzoeksmethode kiezen.

Wat is dagtoerisme eigenlijk?

Een van onderwerpen, in alle expertinterviews en de expertbijeenkomsten, was de definitie van dagtoerisme. Hoewel een uniforme definitie zeer wenselijk zou zijn, blijft dit problematisch. Gedurende het onderzoek zijn wij vele varianten tegengekomen. Het onderscheid tussen een dagbezoeker en verblijfsbezoeker is nog redelijk eenduidig, maar het wordt complex wanneer bepaald moet worden welke bezoekmotieven en/of ondernomen activiteiten een persoon relevant maken om mee te nemen in het onderzoek. Is een dagje naar de Meubelboulevard ook dagbezoek? Is familiebezoek dagbezoek? En als familiebezoek of bijvoorbeeld verplichtingen gecombineerd worden met recreatieve activiteiten, telt het dan als dagbezoek? Ook de tijdsdimensie speelt een rol: Hoe lang moet iemand in een bestemming verblijven om relevant te zijn? Naast de aard van de bestemming hangt de afbakening ook af van de vraagstelling van een specifiek onderzoek. Wanneer het bijvoorbeeld gaat om het meten van drukte is een andere definitie van belang dan wanneer het gaat om het meten van de tevredenheid van dagbezoekers. Het vaststellen van de relevante definitie is een proces waarbij bestemmingen hulp zouden kunnen gebruiken. Dit is een essentiële stap, omdat de gekozen definitie mede bepaalt welke methoden meer of minder bruikbaar zijn en hoe die methodes geïmplementeerd worden. Een gewenste uitkomst is dat er in ieder geval minder variatie ontstaat in de gebruikte definities. Dit maakt het mogelijk om te komen tot meer vergelijkbare resultaten, bijvoorbeeld door de inzet van uniforme vragenlijsten.

Resultaten van de verkenning

In eerste instantie werd in de literatuur en in praktijkstudies een enorme variëteit aan meetmethoden gevonden. Elk commercieel bureau en elk onderzoeksinstituut dat zich hiermee bezighield leek een eigen methode ontwikkeld te hebben. Bij nadere analyse werd duidelijk dat het in veel gevallen ging om varianten van dezelfde methode of een combinatie, zoals het combineren van GPS-tracking met een enquête. Dit maakte het mogelijk om het aantal terug te brengen tot een overzienbaar aantal van 20 basismethoden.

Voor elk van deze basismethoden is bepaald wat de belangrijkste voor- en nadelen zijn. Deze inzichten zijn overzichtelijk bijeengebracht in een online keuze-instrument: <http://ddldagbezoek.nbtc.nl/>. De figuren laten zien hoe het instrument gebruikt kan worden om methodes te beoordelen.

Een belangrijke overkoepelende conclusie is dat er geen enkele onderzoeksmethode is die (zelfs niet in potentie) alle andere methoden overbodig maakt. Elke methode heeft voor- maar ook nadelen en is in staat bepaalde zaken wel, maar andere zaken ook niet te meten. Door de ooghaaren heen is de volgende onderverdeling te maken qua geschiktheid van methoden om zaken te meten:

- Omvang bezoekersaantal: Mobiele telefoondata, Wifi, Bluetooth, (Tel)camera's
- Bezoekersprofiel (incl. tevredenheid): Enquêtes
- Bezoekersgedrag (incl. bestedingen): Enquêtes
- Bezoekersstromen (verplaatsingen): Wifi, Bluetooth, Camera's, RFID-tags of andere transmitters, GPS-trackers, mobiele telefoondata (let wel: het volgen van individuen mag niet zonder toestemming van de persoon in kwestie).

In veel gevallen vereist een onderzoek naar dagbezoek een combinatie van methoden omdat men meer dan één ding wil weten. Bovendien zijn via een combinatie de nadelen van de ene methode te compenseren door de voordelen van

een andere methode. Wanneer bijvoorbeeld het gebruik van GPS-trackers wordt gecombineerd met een enquête wordt niet alleen duidelijk hoe bezoekers zich door de regio bewegen, maar kan hierbij ook een differentiatie worden aangebracht tussen verschillende soorten bezoekers.

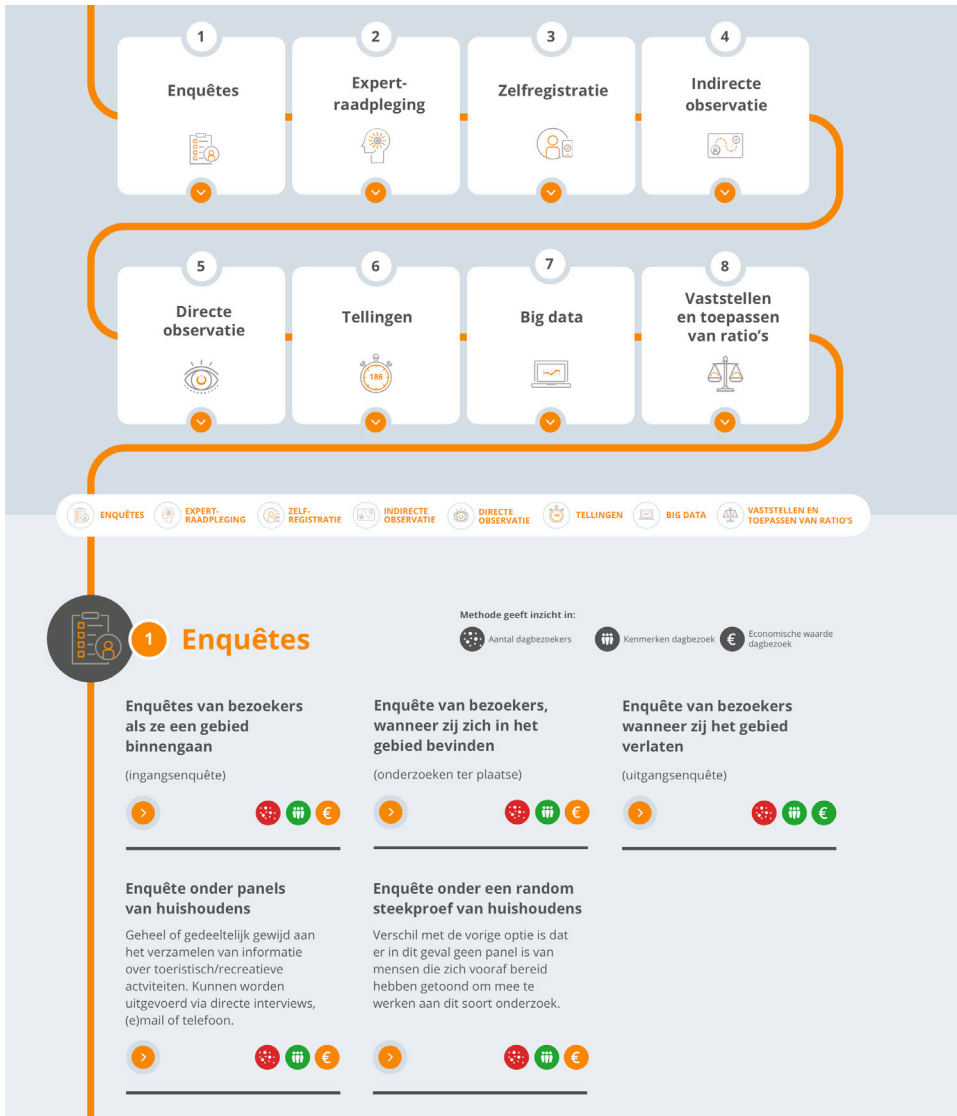
Het werken met mobiele telefoondata biedt, zeker wanneer het gaat om het meten van aantallen en volgen van mensen, grote voordelen ten opzichte van andere methoden. Dit werd ook benadrukt door meerdere experts. Het is de enige bron waarbij landelijke data relatief snel en uniform beschikbaar zijn. Maar momenteel is er in Nederland geen partij die actuele mobiele telefoondata aanbiedt. Daarnaast worden diverse nadelen benoemd, zoals privacy issues, de afhankelijkheid van derden, de kosten, de complexiteit van de data en het gevoel dat men te maken heeft met een Black Box. In dat opzicht is mobiele telefoondata zeker (nog) niet de methode die alle anderen overbodig maakt.

Diverse methoden of een combinatie daarvan kunnen ook worden gebruikt voor de aanpak van crowd management, wat in de huidige context uiteraard zeer waardevol is – maar dit is wel een gevoelige kwestie als het gaat om de privacy van individuen.

Het literatuuronderzoek in combinatie met de expertinterviews maakte het mogelijk om ook de meer complexe, technische methoden te doorgronden. Desalniettemin is het belangrijk om te beseffen dat de methoden zoals die in de praktijk worden toegepast voor wat betreft technische details kunnen afwijken van de basismethoden. Juist die details kunnen een methode meer of minder bruikbaar maken voor een specifieke situatie. Daarom is het online keuze-instrument een waardevol startpunt van een verkenning van methoden, maar is het wel zaak om vervolgens in detail te kijken naar de methode zoals die in de praktijk wordt uitgevoerd in relatie tot de eigen onderzoeksvraag.

Mogelijke vervolgstappen

Het resultaat van het project, het online keuze-instrument, is nu zo ingericht dat bij het aanklikken van een methode de voor- en nadelen zicht-



Enquêtes van bezoekers als ze een gebied binnengaan
(ingangsenquête)

| Data | Kenmerken |
|--|--|
| Aantal dagbezoekers dat zich ergens bevindt en/of passeert | ● Methode niet gericht op meten van aantallen. |
| Verplaatsingsgedrag van een dagbezoeker, incl. de combinatie van attracties, evenementen en parken | ● Alleen voor zover ze dat vooraf al weten. |
| Duur van verblijf | ● Alleen voor zover ze dat vooraf al weten. |
| Omsang van de groep | ● Kan gevraagd worden. |
| Uitgaven | ● Alleen voor zover ze dat vooraf al weten. Geen informatie over de werkelijke uitgaven, alleen de bedragen die zij begroeven. |
| Herkomst | ● Kan gevraagd worden. |
| Demografische karakteristieken | ● Kan gevraagd worden. |
| Incidentie vs terugkerende bezoeker | ● Kan gevraagd worden. |
| Modalfactie keuze | ● Uiteraard alleen voor zover ze dat vooraf al weten. |
| Tuistedenheid | ● Vooraf niet bekend. |
| Motieven, verlangens, voorkeuren, etc. | ● Kan gevraagd worden, voor zover vooraf bekend. |

Type besomming

| | |
|---|--|
| Specifieke attractie/localiteit/evenement in de openbare ruimte met een beperkt aantal toegangswegen | ● Ja. |
| Klein gebied met meerdere locaties/attractie/evenementen (bv. Binnenstad) | ● Ja, wel wat lastiger om te besluiten op welke toegangswegen de enquêtes af te nemen, om te komen tot een representatief beeld. |
| Groot gebied met meerdere locaties/attractie/evenementen (bv. Gemeente/Provincie) | ● Lastiger om te besluiten op welke toegangswegen de enquêtes af te nemen, om te komen tot een representatief beeld. |
| Voor- en nadelen | |
| Mogelijkheid om dagbezoekers te onderscheiden in resultaten | ● Ja, makkelijk er uit filteren (in ieder geval wanneer ze vooraf zeker weten hoe lang ze blijven). |
| Validiteit (Wornt er gemeten wat we willen meten? Mogelijkheid te generaliseren naar populatie?) | ● Validiteit afhankelijk van keuze locaties, omvang steekproef en kwaliteit van de enquête en enquêtesurs. Huidel is dat mensen vooraf niet weten hoe hun bezoek zal zijn. |
| Betrouwbaarheid (naauwkeurigheid, bij herhaalde meting hetzelfde resultaat, consistentie tussen waarnemers, interne consistentie) | ● Betrouwbaarheid afhankelijk van enquête en enquêtesurs. Gevoelig voor verstoringen (weer, geluid, etc.). |
| Gepecialiseerde kennis nodig | ● Opstellen van vragenlijst en sampling vragen aandacht, kennis en ervaring. |
| Begrijpelijkheid van de resultaten | ● Resultaten kunnen redelijk eenduidig gepresenteerd worden. |
| Kosten | ● Een enquête onder dagbezoekers brengt kosten met zich mee voor het ontwakken van de enquête, het afnemen en het analyseren. Dit kan al snel oplopen naar duizenden tot zelfs tienduizenden euro's. |
| Gevaarlijke inzet van bezoekers | ● Tijdsinvestering vereist, hoewel vaak maar 5 a 10 minuten. Soms gebruik van incentives |

baar worden. Bovendien is op de startpagina weergegeven hoe alle methoden scoren op de geschiktheid om bepaalde zaken (aantal, gedrag, profiel) te meten. Waar het keuze-instrument nu nog minder geschikt voor is, is wanneer een bestemming op basis van hun eigen context (specifieke onderzoeksvraag, beschikbaar budget, gekozen definitie) wil weten wat de beste methode is.

Een gewenste vervolgstap is om voor diverse situaties (stedelijk gebied, landelijk gebied, over-/ondertoerisme, verschillende vraagstellingen, verschillende budgetten, etc.) een advies te formuleren met de meest ideale mix van onderzoeksmethoden. Zo kan er in vergelijkbare situaties een vergelijkbare aanpak worden gehanteerd, zodat resultaten ook zoveel mogelijk vergelijkbaar zijn. Het ligt voor de hand om deze vervolgstap te combineren met de ontwikkeling van de R&T standaard 2030, die gedurende 2020/21 zal worden samengesteld. Deze standaard heeft immers als doel om landelijke afspraken te maken over definities en methoden voor onderzoek in diverse contexten.

Naast deze vervolgstap wordt ook aanbevolen om de gebruiksmogelijkheden van mobiele toepassingen (apps) nader te onderzoeken. In hoeverre zijn bezoekers bereid om locatiedata of informatie over hun interesses te delen in ruil voor relevante informatie over een bestemming? Daarnaast speelt de vraag in hoeverre bezoekers bereid zijn om zich te laten sturen/adviseren in hun verplaatsings- en bezoekgedrag. En wat is de effectiviteit van deze interventies? In Zeeland vinden reeds enkele experimenten op dit vlak plaats, vanuit mobiliteitsperspectief.

Bovendien is het van belang verder te onderzoeken op welke wijze bestaande (big data) bronnen kunnen worden ontsloten en slim gecombineerd in analyses. Denk hierbij aan verkeersdata, data over betalingsverkeer, data op het niveau van individuele attracties, etc. Er zijn zeer veel databronnen die in onderlinge samenhang zeer veel inzicht zouden kunnen bieden. De toegang tot en betaalbaarheid van data vormen hierbij grote struikelblokken.

Ten slotte zijn gedurende de zomer van 2020 vele initiatieven gestart om drukte te meten, via een veelheid van methoden. Een deel van deze methoden komt overeen met de methoden die ook in dit dagbezoek-project in beeld zijn gebracht. Een werkgroep onder leiding van NBTC Holland Marketing is voornemens om al deze initiatieven in beeld te brengen en de kenmerken en voor- en nadelen vast te leggen. Het online keuze-instrument dat is ontwikkeld voor het meten van dagtoerisme werkt daarbij als inspirerend voorbeeld.

Contactgegevens auteurs

Jeroen Klijs, lector Social Impact of Tourism, Academy for Tourism, Breda University of Applied Sciences, klijs.j@buas.nl

Jalal Atai, docent-onderzoeker, Academy for Tourism, Breda University of Applied Sciences, atai.j@buas.nl

Jorrit Bijl, projectmanager Kenniscentrum Kusttoerisme (tot 1 juli 2020), HZ University of Applied Sciences, kenniscentrumtoerisme@hz.nl

Diana Korteweg Maris, projectmanager Kenniscentrum Kusttoerisme, HZ University of Applied Sciences, d.kortewegmaris@hz.nl

Jeroen Weppner, docent-onderzoeker, Academy for Built Environment & Logistics, Breda University of Applied Sciences, weppner.j@buas.nl



Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2020

Dit artikel is gepubliceerd in de 2020 editie van het Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd. Het Tendrapport wordt jaarlijks samengesteld door CBS, NBTC, CELTH en NRIT. Het rapport omvat vier delen: Trends, Statistieken, Domeinen en Capita Selecta. Wij bieden in dit prettig leesbare rapport een actueel inzicht in de belangrijkste trends en ontwikkelingen in toerisme, recreatie en vrije tijd.

Het Tendrapport is inmiddels uitgegroeid tot hét standaard jaarboek voor de hele vrijetijdssector. Het rapport biedt naast een actueel (statistisch) overzicht in vraag en aanbod een toegespitst inzicht in voor de vrijetijdssector relevante trends, innovaties en ontwikkelingsrichtingen.

Dit artikel is een van de 16 interessante en verdiepende artikelen uit Capita Selecta. Deze artikelen gaan over een breed scala aan onderwerpen. Aan bod komen onder andere vernieuwende onderzoeksmethoden, de rol van kleur en taal in de sector, diverse leefbaarheidsonderzoeken, cultuurbeleving van jongeren, de rol van storytelling, inclusief toerisme, architourism, gemeenschapstoerisme en e-sports. Deze artikelen worden door deskundigen van het Center of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality (CELTH) geschreven. Een onafhankelijke redactiecommissie heeft deze artikelen gereviewd.

Het rapport is direct leverbaar en omvat 520 pagina's met honderden tabellen en grafieken. Bestellen gaat eenvoudig via de store van NRIT: <https://www.nritmedia.nl/store/54/>

NRIT

De Limiet 15d
4131 NR Vianen
Tel. 085 - 0475 700
www.nrit.nl
info@nrit.nl





Het Vakantiepark in Nederland

Een digitale én fysieke publicatie met trends, ontwikkelingen en scenario's voor bungalowparken en kampeerterrainen

De publicatie 'De toekomst van het vakantiepark' wil informeren met feiten over vakantieparken, inzicht geven in de markt waarin ze opereren en inspireren om tot een duurzame toekomst voor de branche te komen. De hoofdstukken van het boek verschijnen zodra deze gereed zijn eerst in digitale vorm. In het najaar van 2020 worden hoofdstukken in een gedrukte publicatie gebundeld en aan de bestellers ter beschikking gesteld.



Vrijtijdstudies

Vrijtijdstudies is het enige wetenschappelijke tijdschrift gericht op de Nederlandse situatie van de vrijetijdssector, waarin onderzoeksuitkomsten en beleidsvoorstellen over verschillende deelvelden van de vrije tijd, sport, recreatie, toerisme, media, vrijwilligerswerk, ruimte- en tijdgebruik met elkaar in verband worden gebracht en in samenhang worden geanalyseerd. Het is geschreven als een degelijk vaktijdschrift wat betekent dat selecties van de belangwekkendste nationale (en internationale) publicaties; recent cijfermateriaal; lezenswaardige en leesbare artikelen; commentaren op beleidsnota's én inspirerende theorieën en gedachten, die met een kritische blik worden geschreven



R&T

Recreatie & Toerisme is hét vakblad voor professionals werkzaam binnen recreatie, toerisme en vrije tijd. De redactie verzorgt met en voor beslissers in recreatie en toerisme analyses, opiniestukken en achtergronden van actuele ontwikkelingen en trends. Van managementtips tot trends, het blad vertaalt de ontwikkelingen naar praktische toepassingen voor het groeiende vakgebied.



Kennisplatform NRITmedia.nl

NRITmedia.nl is hét kennisplatform voor professionals werkzaam binnen recreatie, toerisme en vrije tijd. De redactie verzorgt op dit platform het dagelijkse nieuws en exclusieve achtergrondartikelen op uw vakgebied. NRITmedia.nl geeft inzicht in uw branche, waar de ontwikkelingen elkaar snel opvolgen. De redactie selecteert en bewerkt alle relevante gebeurtenissen in voor u direct toepasbare nieuwsberichten en achtergrondartikelen. Zo kunt u meteen inspelen op de belangrijkste trends, ontwikkelingen en innovaties in de totale gastvrijheidseconomie.