

Velsen/IJmuiden aan Zee Bezoekersprofiel

Bezoekersonderzoek Velsen/IJmuiden aan Zee

2009



amsterdam
TOERISME & CONGRES BUREAU

Inhoud

1	Inleiding.....	3
1.1	Doelstelling	3
1.2	Vergelijking met 2003.....	3
1.3	Inhoud rapport.....	3
1.4	Beperkingen.....	4
2	Conclusies.....	5
2.1	Kernprofielen.....	5
2.1.1	Noord-Hollandse opportunisten.....	5
2.1.2	Familie verblijfsbezoekers	5
2.1.3	Internationale nieuwkomers.....	6
2.1.4	Aantrekkingskracht van Velsen/IJmuiden aan Zee	6
2.1.5	Aantrekkingskracht van Velsen/IJmuiden aan Zee per kernprofiel.....	6
2.2	Belangrijke trends en ontwikkelingen sinds 2003	7
2.2.1	Verblijfsduur	7
2.2.2	Beslissingsproces	7
2.2.3	Bestedingen	7
2.2.4	Tevredenheid.....	7
3	Algemene beschouwing van de bezoekers	8
3.1	Herkomst van de bezoekers.....	8
3.1.1	Herkomst per land.....	8
3.1.2	Herkomst per provincie	9
3.1.3	Afkomst van dag- en verblijfsbezoekers	9
3.2	Verblijfsduur	10
3.2.1	Dagbezoekers.....	10
3.2.2	Verblijfsbezoekers.....	11
3.3	Frequentie van bezoek.....	12
3.3.1	Bezoekfrequentie versus leeftijd.....	12
3.4	Belangrijkste redenen voor een bezoek.....	14
3.5	Vorbereiding op het bezoek.....	15
3.5.1	Termijn waarbinnen een beslissing wordt genomen	15
3.5.2	Gebruikte informatiebronnen tijdens de beslissingsfase.....	17
3.6	Accommodatie	18
3.6.1	Locatie van de accommodatie.....	18
3.6.2	Accommodatietype.....	18
3.6.3	Boeken van de accommodatie	19
3.7	Vervoermiddelen	20
3.7.1	Vervoermiddelen naar Nederland.....	20
3.7.2	Vervoermiddelen naar de bestemming.....	21
3.7.3	Vervoermiddelen binnen Velsen/IJmuiden aan Zee	21
3.8	Activiteiten.....	23
3.9	Bestedingen	24
3.9.1	Bestedingen van dagbezoekers	24
3.9.2	Bestedingen van verblijfsbezoekers	24
3.9.3	Bestedingen in categorieën.....	24
3.9.4	Daadwerkelijke uitgaven per aspect	25

3.10	Tevredenheid	26
3.10.1	Tevredenheidscore	26
3.10.2	Positieve aspecten	27
3.10.3	Negatieve aspecten	27
3.10.4	Intentie om terug te keren	27
3.11	Socio-demografisch profiel	28
3.11.1	Groepsgrootte en relatie	28
3.11.2	Leeftijd en geslacht	28
Bijlagen		I
I.	Methodologie van het onderzoek	II
I.I	Methodologie	II
I.I.I	Doelgroepen	II
I.I.II	Onderzoekslocaties	II
I.I.III	Onderzoekperiode in Velsen/IJmuiden aan Zee	II
I.I.IV	Aantal respondenten in Velsen/IJmuiden aan Zee	III
I.I.V	Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid	III
I.II	Vergelijking met 2003	IV
I.III	Inhoud rapport	IV
I.IV	Beperkingen	V
II.	Grafieken	VI

1 Inleiding

Het voorliggende rapport is uitgevoerd door Amsterdam Toerisme & Congres Bureau (ATCB) op vraag van de gemeente Velsen/IJmuiden aan Zee. De verwerkte data zijn gebaseerd op het Noordzeekust Bezoekersonderzoek 2008 en het Noord-Holland Bezoekersonderzoek 2008. Een vergelijkbaar onderzoek werd uitgevoerd in 2003. Toen werd dezelfde methodologie toegepast, waardoor de rapporten met elkaar vergeleken kunnen worden.

1.1 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is het in kaart brengen van het profiel van de recreatieve bezoekers van de gemeente Velsen/IJmuiden aan Zee. Het begrip van wie deze bezoekers zijn, wat ze doen, wat ze vinden van de bestemming, hoeveel ze uitgeven en hoe ze besluiten de bestemming te bezoeken, draagt in grote mate bij aan de ontwikkeling van het toerisme. De gegevens leveren belangrijke input voor alle aan toerisme gerelateerde instanties in dit gebied, zoals de gemeente zelf en de toeristische bedrijven. Het Noordzeekust Bezoekersonderzoek is de meest complete informatiebron op dit gebied. Dit onderzoek was tevens een manier om de validiteit van de bevindingen van het bezoekersonderzoek uit 2003, dat een nulmeting betrof, te toetsen.

1.2 Vergelijking met 2003

De methodologie en enquête van 2008 zijn vergelijkbaar met die van 2003 (veranderingen in de enquête bestonden meestal uit nieuwe vragen of een aanpassing van het mogelijke aantal antwoorden). Dit betekent dat de gegevens gedeeltelijk met elkaar vergeleken kunnen worden. In sommige gevallen is een exacte vergelijking echter niet mogelijk, omdat de antwoordmogelijkheden zijn aangepast om de participatie voor de respondenten te vergemakkelijken.

1.3 Inhoud rapport

Omdat het bezoekersonderzoek Velsen/IJmuiden aan Zee informatie biedt over meerdere aspecten van de bezoekerservaring en over bezoekers zelf, kunnen de resultaten op talloze manieren worden gecombineerd. Het doel van dit rapport is niet om de uitslag van elke mogelijke combinatie te presenteren, maar om de lezer een aantal tabellen, grafieken en analyses te presenteren over de belangrijkste conclusies.

Het rapport is opgezet rondom het socio-demografische profiel van de bezoeker en de voornaamste aspecten van een toeristische ervaring, zowel voor als tijdens zijn bezoek.

Afhankelijk van het aspect dat wordt toegelicht, kan het relevant zijn de gemiddelde bezoeker of een specifiek bezoekersprofiel te belichten. Dagbezoekers, verblijfsbezoekers en bezoekers van een bepaalde nationaliteit of in een bepaalde leeftijdscategorie kunnen daarom worden gebruikt omdat zij de data beter kunnen verklaren.

Dit rapport tracht de vragen van de lezer te voorzien. Soms brengt een bevinding een volgende vraag voort of opent het deuren voor verder onderzoek naar de resultaten, soms niet. Daardoor zijn verschillende secties in dit rapport soms veel langer of korter dan andere. De flexibele manier waarop het rapport is opgezet, heeft het mogelijk gemaakt de bezoeker van de gemeente Velsen/IJmuiden aan Zee van verschillende kanten te belichten en om er, uiteindelijk, een aantal kernprofielen aan te verbinden.

Het reeds verschenen totaalrapport Noordzeekust Bezoekersprofiel 2008 houdt een uitgebreide instructie in en kan dus bijdragen aan een beter inzicht. Verder geeft het de mogelijkheid om de resultaten voor de gemeente Velsen/IJmuiden aan Zee te vergelijken

met andere kustgemeenten in de provincie. In dit rapport wordt daarom regelmatig verwezen naar het overig Noordzeekustgebied. Daarnaast wordt in het bijzonder verwezen naar de gemeenten Egmond aan Zee en Zandvoort die van de onderzochte gemeentes het dichtst bij gelegen zijn.

1.4 Beperkingen

Bezoekersonderzoeken zijn de perfecte hulpmiddelen om een bepaald profiel te onderzoeken, een nieuw profiel te bouwen of om een bepaald aspect van de bezoekerservaring in een bestemming te onderzoeken. Wat omvang betreft is een dergelijk onderzoek echter minder betrouwbaar. Het onderzoek geeft bijvoorbeeld geen betrouwbare informatie over het aantal bezoekers van bepaalde nationaliteiten. Voor kwantitatieve data is het daarom beter om andere informatiebronnen te gebruiken, zoals onderzoeken van het CBS naar bezoekersaantallen en overnachtingen in commerciële accommodaties. In het huidige verslag moet data betreffende de herkomst van bezoekers – zeker wat betreft nationaliteit – met zorg worden behandeld, aangezien het slechts informatie geeft over de feitelijke steekproef.

De steekproefgrootte laat uitspraken over de belangrijkste kenmerken en de algemene trends toe. Toch is het moeilijker om met subcategorieën te werken, omdat de steekproef hierdoor te klein wordt en de kans op fouten stijgt. Met andere woorden, hoe dieper een bepaald profiel geanalyseerd wordt, hoe kwetsbaarder de informatie wordt.

2 Conclusies

In het volgende worden verschillende bezoekersprofielen beschreven en uitgelegd of deze kansen bieden voor de bestemming. Deze profielen zijn bedoeld om het totaal van bezoekers beter te kunnen overzien. Elk profiel heeft zijn eigen kerneigenschappen en is daarmee vergelijkbaar.

Als dergelijk bezoekersprofielen worden ontwikkeld, moet wel in de gaten worden gehouden dat elke bezoeker zijn individuele combinatie van antwoorden geeft en dus uniek is.

2.1 Kernprofielen

Uit het actuele onderzoeksrapport Bezoekersprofiel Noordzeekust vloeiden drie verschillende kernprofielen voort die aan de Noordzeekust aanwezig zijn. Deze worden hieronder kort omschreven en vervolgens toegespitst op de gemeente Velsen/IJmuiden aan Zee.

2.1.1 Noord-Hollandse opportunisten

Tot deze groep behoren Noord-Hollandse dagbezoekers die een kort bezoek aan de Noordzeekust doen en hierover op korte termijn beslissen. Het zijn frequente bezoekers die al bekend zijn met de locatie en daarom geen informatie opdoen voordat ze hun reis beginnen. De duur van hun verblijf is met gemiddeld 4 uur relatief kort. Door hun spontane keuze en hun nabije woonplek zijn ze nauwelijks afhankelijk van de weeromstandigheden en komen ze het hele jaar door.

Noord-Hollandse opportunisten zijn gemiddeld boven de 50 en worden meestal vergezeld door hun partner of een ander familielid. Hun voornaamste bezoekreden is het strand en natuur en rust. Tijdens hun bezoek gaan ze vooral winkelen, eten en drinken en wandelen.

Zij geven gemiddeld weliswaar minder geld uit dan andere kernprofielen, maar aangezien het frequente bezoekers zijn, leveren zij een belangrijke bijdrage aan het economische vlak van de Noordzeekust. Bezoekers uit deze groep zijn heel tevreden over de bestemming die zij bezoeken. Hun nabije woonplek speelt maar gedeeltelijk een rol bij hun keuze, ze komen vooral omdat ze de bestemming leuk vinden.

2.1.2 Familie verblijfsbezoekers

Het tweede kernprofiel dat aan de Noordzeekust voorkomt, zijn families die op vakantie zijn. Het zijn verblijfsbezoekers, voornamelijk uit Nederland (Noord-Holland en de buurprovincies zijn oververtegenwoordigd) en Duitsland (meestal uit Nordrhein-Westfalen). Met een gemiddelde leeftijd van tussen de 31 en 50 jaar zijn ze iets jonger dan de Noord-Hollandse opportunisten. Zij bezoeken de Noordzeekust wel frequent, maar in mindere mate. Om die reden zijn ze ook vaker op zoek naar informatie voor en tijdens hun bezoek. Doordat ze sterker afhankelijk zijn van bijvoorbeeld schoolvakanties, nemen ze hun besluit vroeger en zijn ze ook eerder geneigd om hun verblijfsaccommodatie vooraf te boeken.

Tijdens hun bezoek ondernemen ze allerlei activiteiten zowel binnen als buiten de bestemming. Dat is ook een reden waarom hun verblijfsduur boven het gemiddelde ligt. Door de hoge tevredenheid is ook het percentage van bezoekers met een intentie om een keer terug te keren heel hoog. Opvallend is dat deze groep vaker aangeeft niet of minder tevreden te zijn over voorzieningen voor kinderen.

De bestedingen van familie verblijfsbezoekers zijn per dag iets lager dan het gemiddelde, maar door hun lange verblijfsduur zijn de totale uitgaven van deze bezoekers over het algemeen hoger.

2.1.3 Internationale nieuwkomers

Deze groep is de kleinste binnen het Noordzeekustgebied, maar door hun specifieke kenmerken is ze wel noemenswaardig. Het gaat hierbij om bezoekers die niet uit Nederland of Duitsland komen. Zij komen meestal naar Noord-Holland voor een bezoek aan Amsterdam en combineren dit met een spontaan uitstapje aan de Noordzeekust. De hoofdreden hiervoor staat meestal in contrast tot de stad Amsterdam. Zij streven ernaar om natuur en rust te ervaren.

Ondanks hun tevredenheid over de bestemming geven zij meestal aan om niet meer terug te komen in de toekomst. Dit heeft echter te maken met het feit dat ze Noord-Holland bezocht hebben voor een (eenmalig) stedentrip. De nieuwkomers worden meestal vergezeld door hun partner of een aantal vrienden. Zij zijn gemiddeld iets jonger dan andere groepen en komen zelden met kinderen.

2.1.4 Aantrekkingskracht van Velsen/IJmuiden aan Zee

Het meest gewaardeerde aspect in Velsen/IJmuiden aan Zee is het strand, genoemd door 69% van de respondenten. Als een kustlocatie met een brede kuststrook voldoet de gemeente dus in hoge mate aan de wensen van de bezoekers. 40% van de bezoekers komt immers speciaal voor een strandvakantie. Van deze groep noemt overigens 73% het strand spontaan als een positief aspect. Ook de bereikbaarheid resp. de vervoermogelijkheden dragen bij aan de aantrekkingskracht van de gemeente als vakantieplaats. Naast het strand noemt een groot deel van de bezoekers (26%) ook natuur en rust in de omgeving als de belangrijkste reden om de gemeente te bezoeken. Beide aspecten worden telkens door 39% van deze bezoekersgroep als positief ervaren.

Het strand en natuur en rust zijn dus de hoofdpijlers voor de aantrekkingskracht van de bestemming Velsen/IJmuiden aan Zee.

Het hoge aantal first-timers in Velsen/IJmuiden aan Zee (38%) en het feit dat deze groep bezoekers een hoge intentie heeft om nog een keer terug te komen (61%), levert een hoog potentieel wat betreft de toekomstige bezoekers. De loyaliteit met de gemeente is bij de herhaalbezoekers zelf nog hoger. Van deze groep geeft 97% aan om nog een keer terug te keren.

De grote loyaliteit blijkt samen te hangen met de hoge tevredenheid van de bezoekers en maakt duidelijk dat de kernwaarden van de bestemming Velsen/IJmuiden aan Zee heel positief gecommuniceerd werden.

Hoewel de bezoekers heel erg tevreden zijn over hun verblijf in Velsen/IJmuiden aan Zee, zijn er wel een paar aspecten waaraan extra aandacht besteed moet worden. Deze aspecten hebben te maken met het kleine aanbod van faciliteiten voor kinderen, de hoge parkeertarieven en het geringe winkelaanbod. Verder zijn de bezoekers minder tevreden over de horeca in Velsen/IJmuiden aan Zee dan 5 jaar geleden.

2.1.5 Aantrekkingskracht van Velsen/IJmuiden aan Zee per kernprofiel

Hoewel het onderzoek niet geschikt is om het daadwerkelijke aantal bezoekers te bepalen, geeft het wel de kans om te ervaren welke bestaande kernprofielen tot op heden door de gemeente aangetrokken worden. Het blijkt dat de drie beschreven kernprofielen de overgrote meerderheid van de bezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee uitmaken.

De analyse laat zien dat vooral de Noord-Hollandse opportunisten en de internationale nieuwkomers in Velsen/IJmuiden aan Zee oververtegenwoordigd zijn t.o.v. het overige kustgebied. Terwijl de Noord-Hollandse opportunisten in het hele Noordzeekustgebied slechts 21% uitmaken, is in Velsen/IJmuiden aan Zee zelf 37% van deze groep aanwezig. De internationale nieuwkomers zijn in Velsen/IJmuiden aan Zee met 16% vertegenwoordigd, t.o.v. 6% aan de hele Noordzeekust. Wat betreft de familie verblijfsbezoekers valt het

resultaat echter tegen. Deze grote groep (21% aan de Noordzeekust) maakt in Velsen/IJmuiden aan Zee slechts 9% uit.

Als deze cijfers vergeleken worden met 2003 valt op dat het aandeel van familie verblijfsbezoekers nauwelijks is veranderd in Velsen/IJmuiden aan Zee, maar dat de andere groepen sterk gegroeid zijn. Noord-Hollandse opportunisten meldden een stijging van 28% naar 37%. Het aandeel internationale nieuwkomers steeg van 9% tot 16%.

2.2 Belangrijke trends en ontwikkelingen sinds 2003

2.2.1 Verblijfsduur

De verblijfsduur van Nederlandse dagbezoekers is stabiel. Wat betreft de buitenlandse dagbezoekers is er een gemiddelde stijging van ruim een half uur per dag.

Wat betreft de verblijfsduur van verblijfsbezoekers kan vermeld worden dat deze sterk gerelateerd is aan de verblijfsaccommodatie. De gemiddelde verblijfsduur op campings en bij familie, vrienden en kennissen is sterk gestegen t.o.v. 2003, terwijl de verblijfsduur in hotels en andere accommodaties duidelijk is gedaald.

2.2.2 Beslissingsproces

Dagbezoekers besluiten over het algemeen op kortere termijn dan verblijfsbezoekers. Deze trend is in 2008 versterkt. Dagbezoekers beslisten in 2008 nog later dan in 2003. Bijna 70% nam hun beslissing op de dag van vertrek of een dag daarvoor (60% in 2003). Dit hangt voornamelijk samen met het hoge aantal Nederlandse dagbezoekers.

Bijna de helft van de verblijfsbezoekers nam hun besluit meer dan 3 maanden van tevoren, in 2003 was dat nog maar een derde.

2.2.3 Bestedingen

Dagbezoekers blijven over het algemeen langer (dit heeft vooral te maken met buitenlandse bezoekers) en besteden over het algemeen ook iets meer geld tijdens hun verblijf. Dit ondanks het feit dat het aandeel dagbezoekers uit Nederland relatief groot was (74%). Het werd eigenlijk verwacht dat de bestedingen per dagbezoeker gedaald zijn, omdat deze groep minder geld per dag besteedt dan bijvoorbeeld buitenlandse dagbezoekers. De groei komt dus door het grote aandeel niet-Duitse buitenlandse dagbezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee (24% van alle dagbezoekers). Het aandeel van deze groep is overigens significant groter dan in de gemeenten Egmond aan Zee (3%) en Zandvoort (12%).

Aangezien de verblijfsbezoekers in 2008 voornamelijk op campings geïnterviewd zijn, is het besteedde bedrag van deze groep zeer klein. Cijfers uit 2003 laten zien dat bezoekers van hotels duidelijk meer geld besteden. Dit geldt niet alleen voor de accommodatie, ook voor andere aspecten werd meetbaar meer geld uitgegeven.

2.2.4 Tevredenheid

De tevredenheid van de bezoekers is over het algemeen nauwelijks veranderd. Er zijn weliswaar meer positieve aspecten genoemd dan in 2003, maar het gemiddelde cijfer voor de totale tevredenheid (7,65) was stabiel.

3 Algemene beschouwing van de bezoekers

3.1 Herkomst van de bezoekers

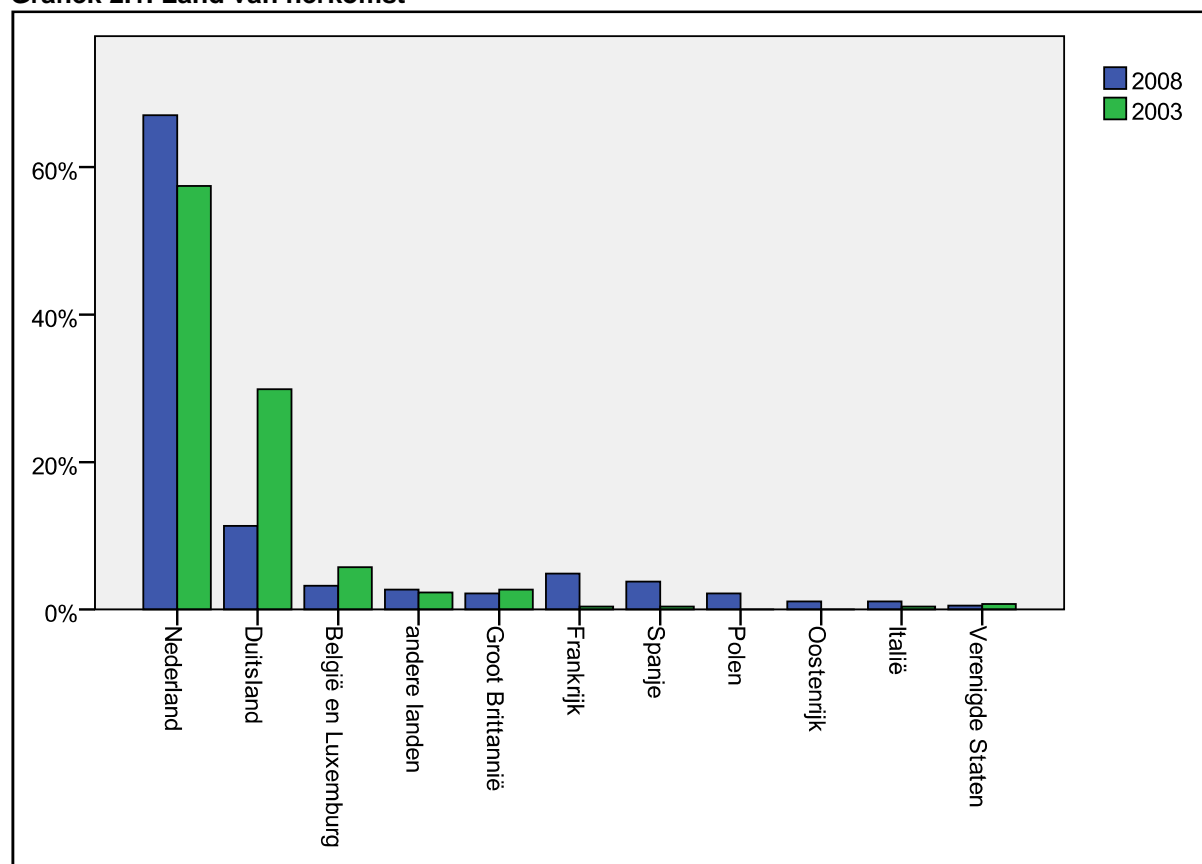
Een nadere beschouwing van de herkomst van de respondenten zal een belangrijk punt zijn voor de toeristische instellingen van de gemeente. Het is immers belangrijk om te weten waar de doelgroep bereikt kan worden en waar zich potentiële doelgroepen ontwikkelen.

3.1.1 Herkomst per land

Het toerisme in de gemeente Velsen/IJmuiden aan Zee is (net als in het overige Noordzeekustgebied) voornamelijk afhankelijk van twee afzetgebieden die staan voor 80% van alle bezoekers die zijn geïnterviewd tijdens deze enquête: 67% van de ondervraagden is Nederlands en ruim 11% is Duits (voornamelijk afkomstig uit Nordrhein-Westfalen). Het gewicht van deze twee gebieden laat weinig ruimte over voor andere nationaliteiten, maar er zijn toch een aantal opvallende ontwikkelingen. Terwijl het aantal bezoekers uit Duitsland en België in dit onderzoek is gedaald, is er een relatieve groei te zien voor Frankrijk (4,9% t.o.v. 0,4% in 2003), Spanje (3,8% t.o.v. 0,4% in 2003) en Polen (2,2% t.o.v. 0% in 2003). Vooral de groei van bezoekers uit Oost-Europese landen zal in de toekomst goed bekeken moeten worden¹. De overige bezoekers komen voornamelijk uit andere Europese landen.

Het hoge aandeel (niet Duitse) buitenlandse gasten is gerelateerd aan enerzijds zowel een groei van deze groep, maar anderzijds ook aan het feit dat interviewers geneigd waren om deze groep eerder te interviewen².

Grafiek 2.1. Land van herkomst



¹ Zie de beperkingen van het bezoekersonderzoek (1.5) voor meer details over de representativiteit van deze figuren.

² Tijdens de onderzoeksperiode zijn de interviewers gevraagd om de prioriteit aan buitenlanders die niet in Duitsland wonen te geven. Dit om de diversiteit van de steekproef te verhogen.

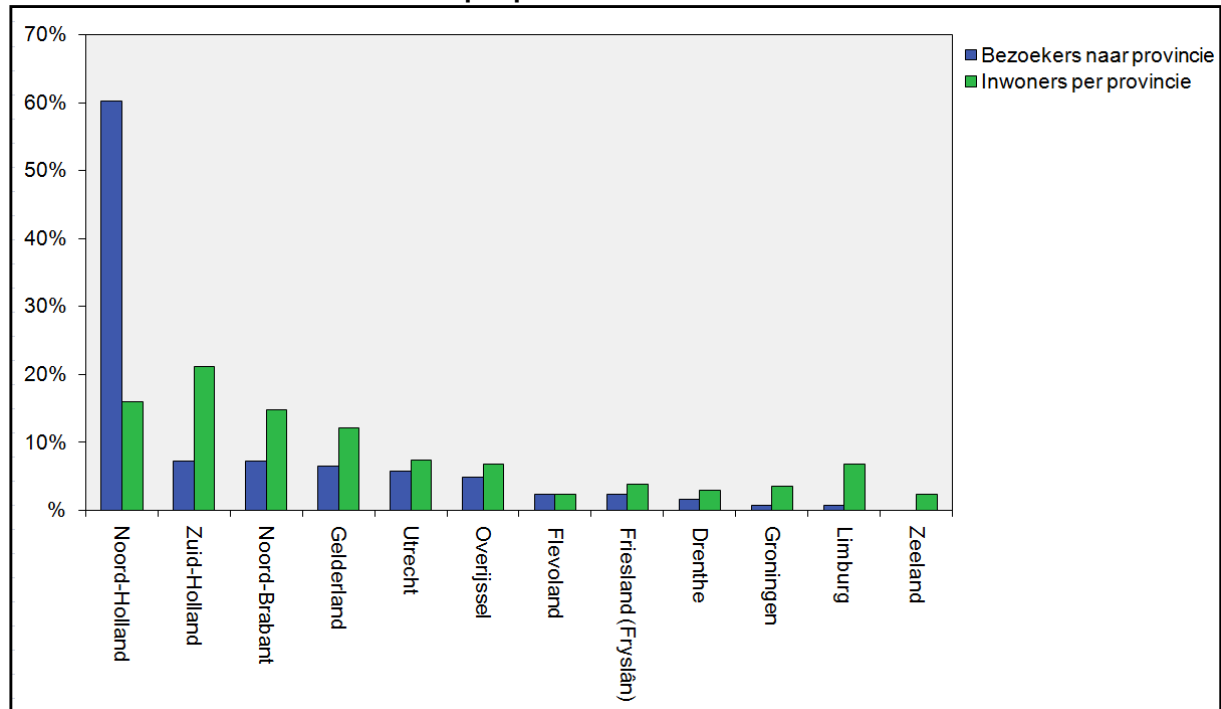
3.1.2 Herkomst per provincie

Het merendeel van de bezoekers aan Velsen/IJmuiden aan Zee is afkomstig uit Nederland. Een onderzoek naar de binnenlandse provincies is daarom uiteraard van belang. Trekt de gemeente alleen mensen uit de aangrenzende provincies of ook daarbuiten?

Inderdaad is bijna 80% afkomstig uit Noord-Holland (60%) en de buurprovincies (18%) Zuid-Holland (7,3%), Utrecht (5,7%), Flevoland (2,4%) en Friesland (2,4%). De resterende provincies maken slechts 22% uit. Het valt wel op dat het aantal bezoekers uit Noord-Brabant en Gelderland relatief hoog zijn, ondanks de grotere afstand.

Onderstaande grafiek laat de procentuele verdelingen zien, tussen de herkomst van de bezoekers en de grootte van de provincie waar zij vandaan komen. Het valt op dat naast de provincie Noord-Holland ook de buurprovincie Flevoland oververtegenwoordigd wordt.³

Grafiek 2.2. Nederlandse bezoekers per provincie in %



3.1.3 Afkomst van dag- en verblijfsbezoekers

Ondanks het feit dat de interviewers gevraagd werden om de prioriteit te geven aan buitenlandse bezoekers die niet in Duitsland wonen, kunnen er wel een aantal uitspraken gedaan worden over de herkomst van de bezoekers.

De meerderheid (bijna 54%) van de geïnterviewde toeristen is Nederlands, één op de vier is Duits en 21% is afkomstig uit andere landen. In 2003 was dat nog anders. Het grootste gedeelte (44%) was afkomstig uit Duitsland en slechts 39% van de geïnterviewden kwam uit Nederland. Het aantal toeristen uit andere landen is nauwelijks veranderd, in 2003 maakten zij 17% uit. Ten opzichte van 2003 is ook het aandeel Duitse dagbezoekers (17%) sterk gedaald, terwijl er meer bezoekers uit andere landen (9%) waren. Het aantal geïnterviewde Nederlanders is nauwelijks veranderd (76% in 2008 t.o.v. 74% in 2003). Uit de veranderde steekproef blijkt dat de verblijfsbezoekers uit Nederland in 2008 oververtegenwoordigd zijn t.o.v. 2003 en dat er meer dagbezoekers zijn die noch Nederlands noch Duits zijn.

Verder onderzoek laat zien dat de enorme daling van de Duitse respondenten (bij zowel dag- als verblijfbezoekers) niet gerelateerd was aan een specifieke interviewlocatie.

³ Een vergelijkende grafiek voor de bezoekers van de hele Noordzeekust is terug te vinden in de bijlage.

3.2 Verblijfsduur

Zoals eerder vermeld, werden tijdens het onderzoek 121 dagbezoekers en 64 verblijfsbezoekers ondervraagd. Dit betekent een procentuele verdeling van 65% resp. 35%. Vergeleken met het onderzoek uit 2003 valt op dat het aandeel dagbezoekers met 12% is gestegen. Dit heeft echter te maken met de oververtegenwoordiging van Nederlandse bezoekers, die over het algemeen vaker dagbezoekers zijn dan buitenlandse bezoekers. Bovendien is ook het aandeel buitenlandse dagbezoekers gestegen. In 2003 was 32% van alle buitenlanders dagbezoekers, in 2008 echter 51%.

In het volgende wordt de verblijfsduur van zowel dag- als verblijfsbezoekers nader bekeken.

3.2.1 Dagbezoekers

De gemiddelde dagbezoeker verblijft 4,43 uur in Velsen/IJmuiden aan Zee, wat een kleine stijging is tegenover 2003. Toen verbleven dagbezoekers nog gemiddeld 4,22 uur.

Om een duidelijker beeld te krijgen, moet worden gekeken naar de herkomst van de dagbezoekers. Hierbij valt op dat de verblijfsduur van Nederlandse dagbezoekers relatief constant is, terwijl de verblijfsduur van buitenlandse dagbezoekers een lichte stijging van gemiddeld 34 minuten laat zien. Aangezien de proportie van Nederlandse en buitenlandse dagbezoekers nauwelijks is veranderd, kan deze trend als realistisch worden beschouwd.

Tabel 2.1. Gemiddelde verblijfsduur van dagbezoekers in uren

	Nederlanders		Buitenlanders	
2003	(74%)	4,10	(26%)	4,56
2008	(76%)	4,21	(24%)	5,12

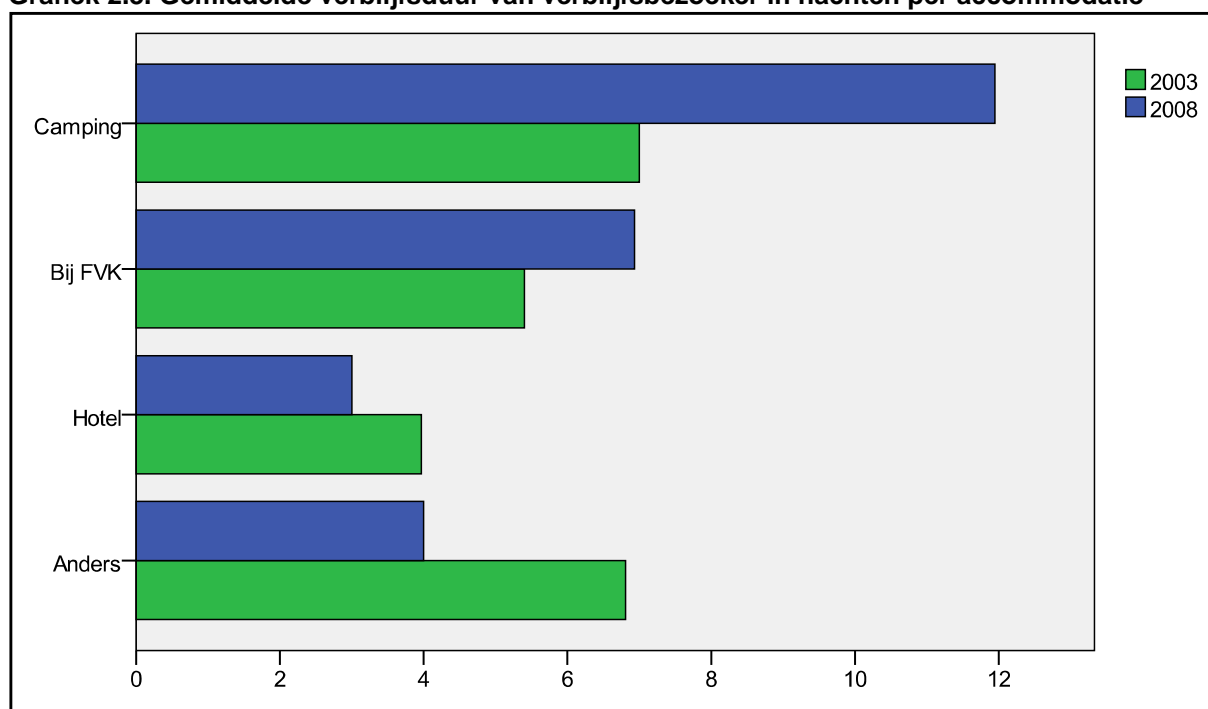
3.2.2 Verbljfsbezoekers

De gemiddelde verblijfsduur van verbljfsbezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee is 8,97 nachten, tegenover 4,66 nachten in 2003. Deze stijging geeft echter geen goed beeld van de gemiddelde verblijfsduur van toeristen over het algemeen. Pas als gekeken wordt naar de soort van de verblijfsaccommodatie, valt op dat deze grote invloed uitoefent op de gemiddelde verblijfsduur. Bezoekers die verblijven in een lager budget accommodatie zoals een camping of bij familie, vrienden en kennissen melden een bovengemiddelde verblijfsduur van 12 resp. 7 nachten. Bezoekers van hoger budget accommodaties zoals een hotel verblijven echter met gemiddeld 3 nachten wezenlijk korter.

Als deze conclusie toegepast wordt op de steekproef, kan worden verondersteld dat de lange verblijfsduur van 8,97 nachten vooral te maken heeft met de oververtegenwoordiging van campings in 2008 (58%). In 2003 werden de interviews grotendeels in hotels gehouden (74%).

Het verschil van de verblijfsduur tussen 2003 en 2008 blijkt significant afhankelijk te zijn van het type accommodatie. De verblijfsduur op campings en bij familie, vrienden en kennissen vermeldt een grote stijging, terwijl de verblijfsduur in hotels en andere accommodaties significant is gedaald.

Grafiek 2.3. Gemiddelde verblijfsduur van verbljfsbezoeker in nachten per accommodatie⁴



⁴ Vanwege het lage aantal respondenten, zijn verschillende types accommodaties (zoals appartementen, boten, bungalowparken, jeugdhotels en pensioenen) samengevoegd in de groep andere accommodaties.

3.3 Frequentie van bezoek

Met een percentage van 38% ligt het aandeel nieuwe bezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee hoger dan in het overige gebied van de Noordzeekust (29%). Als nader gekeken wordt naar de herkomst van de herhalingsbezoekers, valt op dat vooral de “oude” markten (Nederland en Duitsland) Velsen/IJmuiden aan Zee niet voor de eerste keer bezoeken. Wat betreft de resterende landen, wordt duidelijk dat bijna drie op de vier bezoekers wel voor de eerste keer voor een bezoek naar Velsen/IJmuiden aan Zee komt. Het feit dat deze laatste bezoekersgroep in Velsen/IJmuiden aan Zee oververtegenwoordigd is (22% t.o.v. 10% in het overige Noordzeekustgebied), is enerzijds gerelateerd aan de instructie van de interviewers om de focus juist op deze groep te zetten, maar geeft anderzijds ook een indicatie voor een daadwerkelijke stijging. De genoemde instructies werden immers ook op andere onderzoekslocaties gevolgd, waar deze groep geen stijging vermeldde.

Tabel 2.2. Bezoekfrequentie per locatie en nationaliteit

	Velsen/IJmuiden aan Zee			Overig Noordzeekustgebied		
	Eerste bezoek	Herhaalbezoek	Totaal	Eerste bezoek	Herhaalbezoek	Totaal
Nederland	26%	74%	100%	20%	80%	100%
Duitsland	48%	52%	100%	39%	61%	100%
Overige landen	73%	27%	100%	70%	30%	100%
Totaal	38%	62%	100%	29%	71%	100%

3.3.1 Bezoekfrequentie versus leeftijd

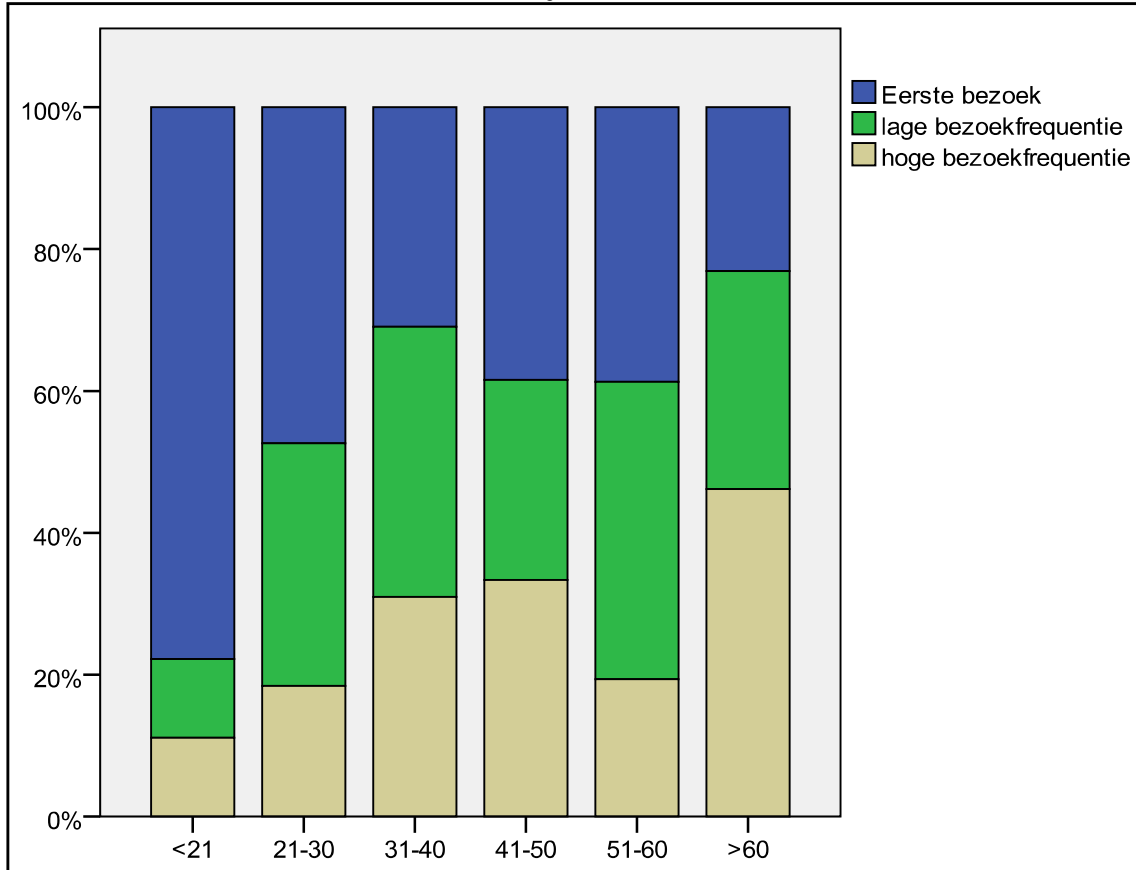
Verder blijkt er een samenhang te zijn tussen de leeftijd van de bezoekers en hun bezoekfrequentie. Onderstaande grafieken laten de trend zien dat naarmate de leeftijd van een bezoeker hoger is, ook het aantal herhalingsbezoeken stijgt.

Om die reden is er een onderscheid gemaakt tussen herhaalbezoekers met een lage bezoekfrequentie (deze groep heeft Velsen/IJmuiden aan Zee in de afgelopen 3 jaar niet of maximaal 5 keer bezocht) en herhaalbezoekers met een hoge bezoekfrequentie (bezoekers die Velsen/IJmuiden aan Zee meer dan 5 keer bezocht hebben). Als deze groepen vergeleken worden met bezoekers van de overige Noordzeekustgebieden wordt duidelijk dat het aantal first-timers in Velsen/IJmuiden aan Zee bijna in elke leeftijdscategorie hoger is. Vooral het aandeel first-timers onder de 21 jaar is in Velsen/ IJmuiden aan Zee veel hoger dan in de resterende Noordzeekustgemeenten (bijna 80% t.o.v. 30%).

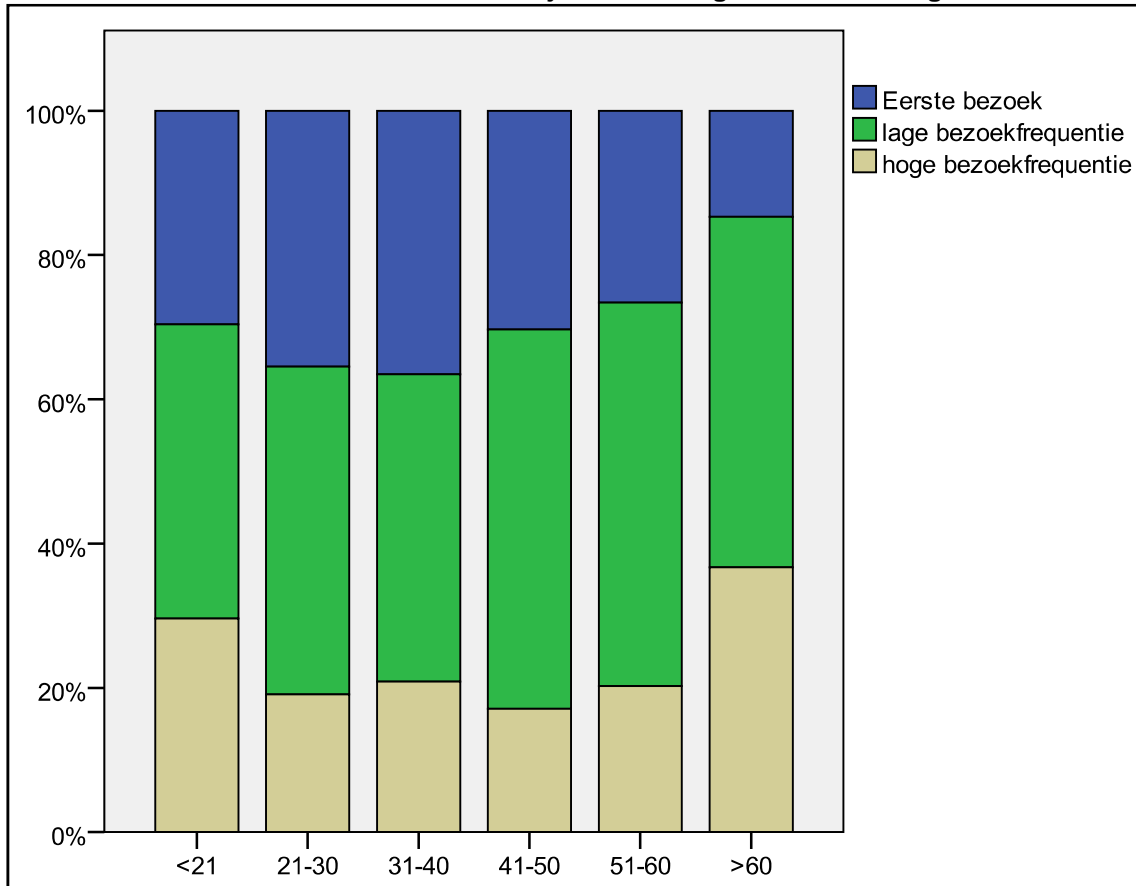
61% van alle first-timers in Velsen/IJmuiden aan Zee zegt dat zij in de toekomst nog een keer naar deze plaats zouden willen terugkomen. Deze groep heeft dus een groot potentieel om in de toekomst loyale herhaalbezoekers te worden.

Aan de andere kant is het aantal respondenten met een hoge bezoekfrequentie in Velsen/ IJmuiden aan Zee in bijna alle andere leeftijdsklassen (behalve de groep jonger dan 21 jaar) hoger dan aan de overige Noordzeekust. Aangezien de bezoekers van de Noordzeekust (inclusief Velsen/IJmuiden aan Zee) over het algemeen heel loyaal zijn wat betreft hun locatiekeuze, is het niet verrassend dat 96% van de herhaalbezoekers (ongeacht hun bezoekfrequentie) van plan is om ook in de toekomst nog een keer terug te komen naar Velsen/IJmuiden aan Zee.

Grafiek 2.4. Herhaalbezoekers versus leeftijd in Velsen/IJmuiden aan Zee



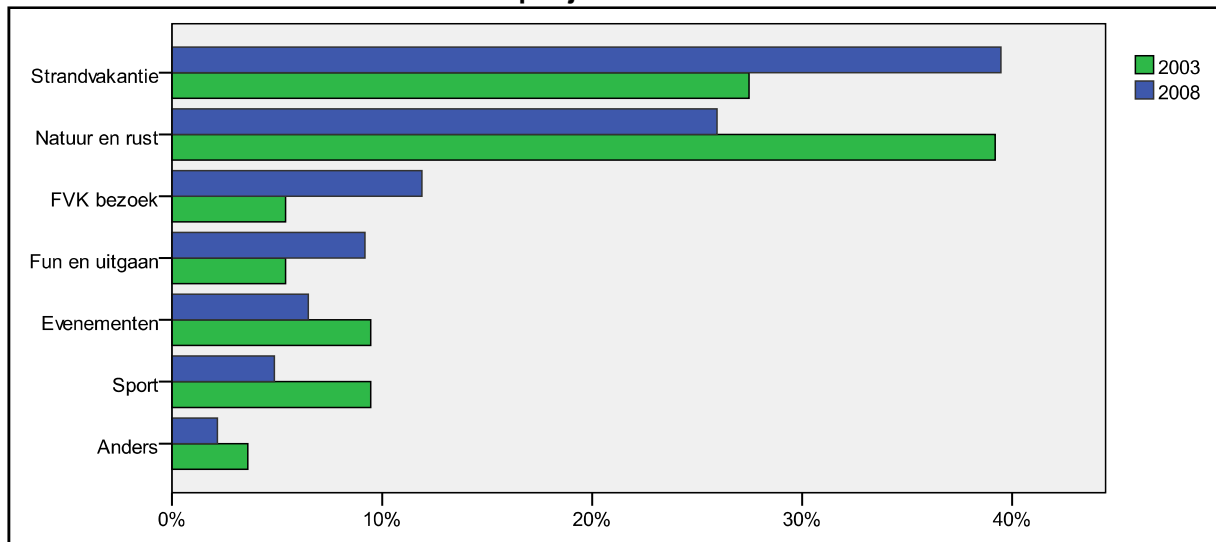
Grafiek 2.5. Herhaalbezoekers versus leeftijd in de overige Noordzeekustgemeenten



3.4 Belangrijkste redenen voor een bezoek

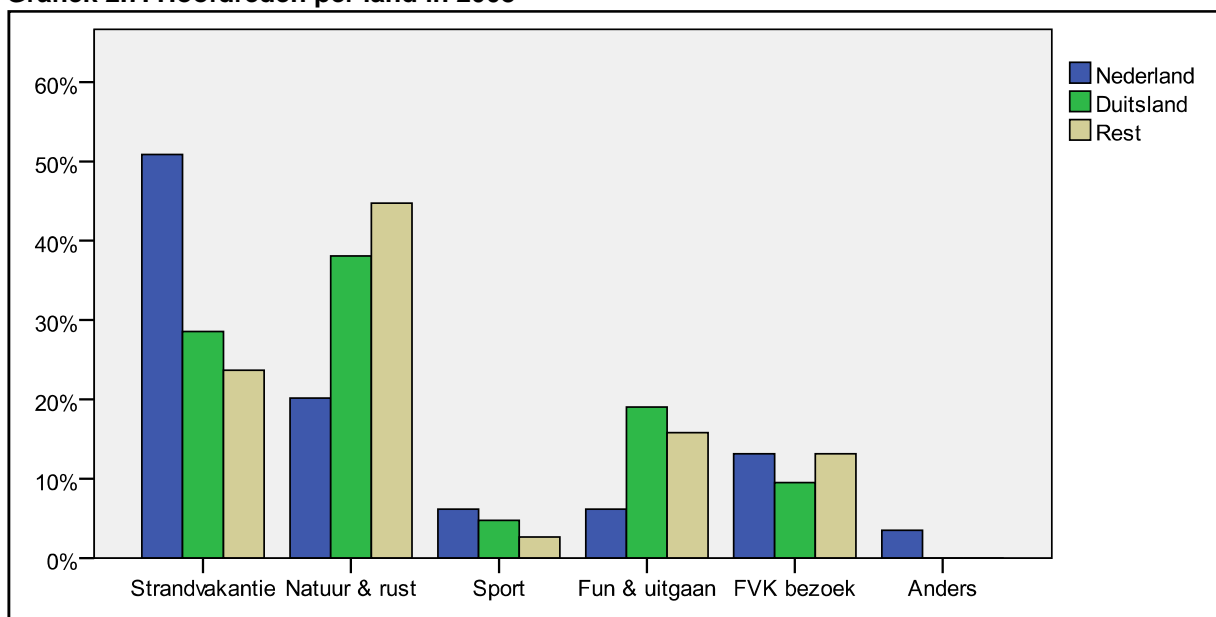
Terwijl in 2003 nog één op de vier bezoekers vooral voor een strandvakantie en één op de drie voor natuur en rust kwamen, zijn er in 2008 40% voor een strandvakantie en slechts één op de vier voor natuur en rust naar Velsen/IJmuiden aan Zee gekomen. Verder was in 2003 16% voornamelijk geïnteresseerd in een speciaal evenement of in sportactiviteiten, terwijl in 2008 uitgaan en een bezoek aan familie, vrienden en kennissen voorop stonden. Dit maakte in geheel bijna 22% uit.

Grafiek 2.6. Hoofdreden van een bezoek per jaar



Als de belangrijkste redenen voor een bezoek vergeleken worden met de herkomst van de bezoekers, valt op dat de twee topredenen wel gelijk, maar anders verdeeld zijn. Van de Nederlanders komt bijvoorbeeld bijna de helft voor een strandvakantie en minder dan 20% voor natuur en rust. Bij de Duitsers en de andere landen is dat precies andersom. Bovendien speelt de categorie fun en uitgaan een grotere rol bij buitenlandse bezoekers (16,4% ten opzichte van 4,6% bij Nederlanders).

Grafiek 2.7. Hoofdreden per land in 2008



3.5 Voorbereiding op het bezoek

Wanneer nemen bezoekers over het algemeen het besluit om Velsen/IJmuiden aan Zee te bezoeken? En welke informatiebronnen gebruiken ze tijdens hun keuze? De antwoorden op deze vragen geven waardevolle marketinginformatie zoals belangrijke advertentieperiodes en -methodes.

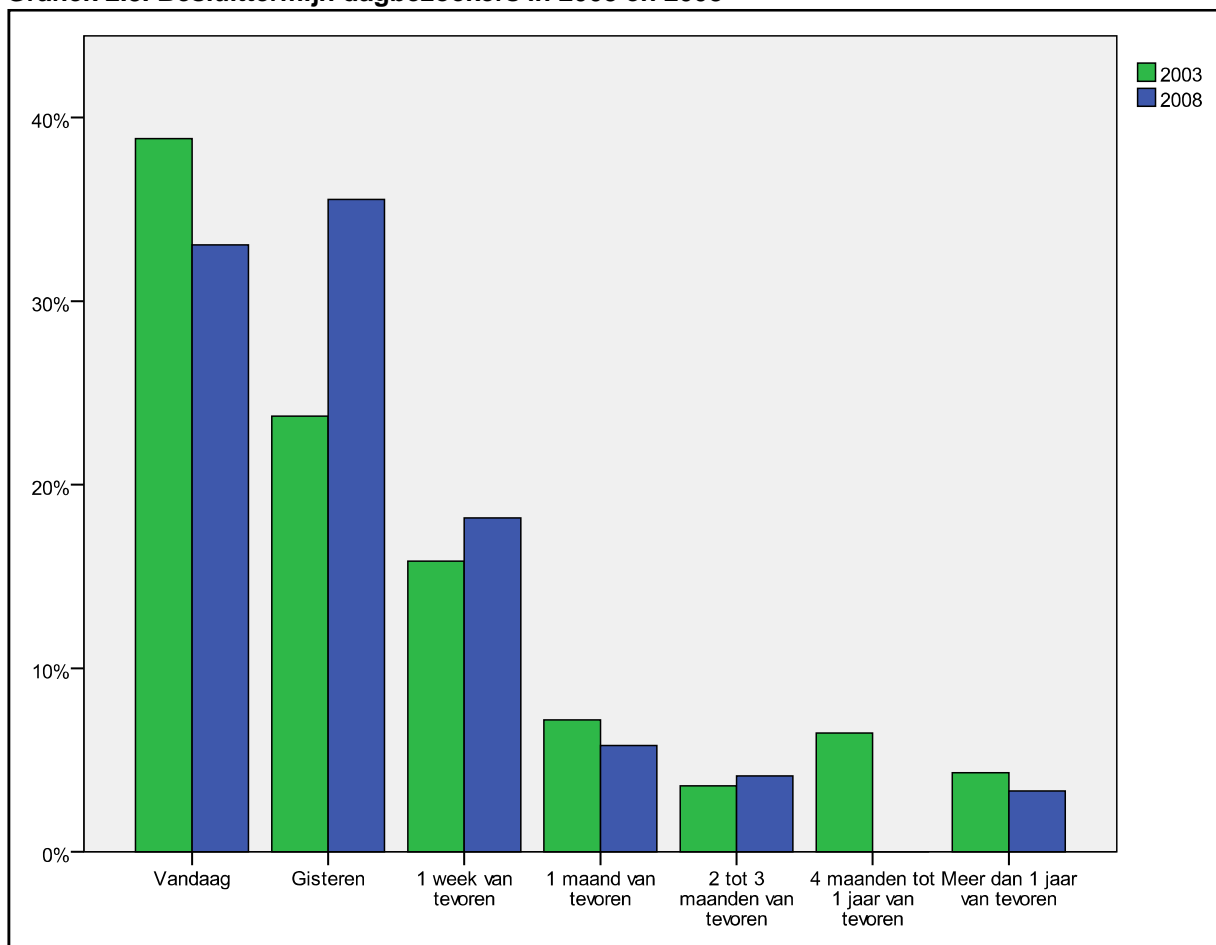
3.5.1 Termijn waarbinnen een beslissing wordt genomen

Dagbezoekers besluiten op korte termijn, terwijl verblijfsbezoekers eerder geneigd zijn om vroeger een vakantiebesluit te nemen. Dit lijkt samen te hangen met het feit dat verblijfsbezoekers een accommodatie moeten regelen en dat ze hun vakantie van tevoren moeten aanvragen bij hun werkgevers.

Voor de promotie betekent dit, dat de beslissing van een dagbezoeker moeilijker te voorzien is, maar dat ze hen wel kunnen beïnvloeden. Bij een verblijfsbezoeker ligt de besluitperiode veel vroeger, daarom moet deze doelgroep ook eerder (voor het begin van het seizoen) benaderd worden.

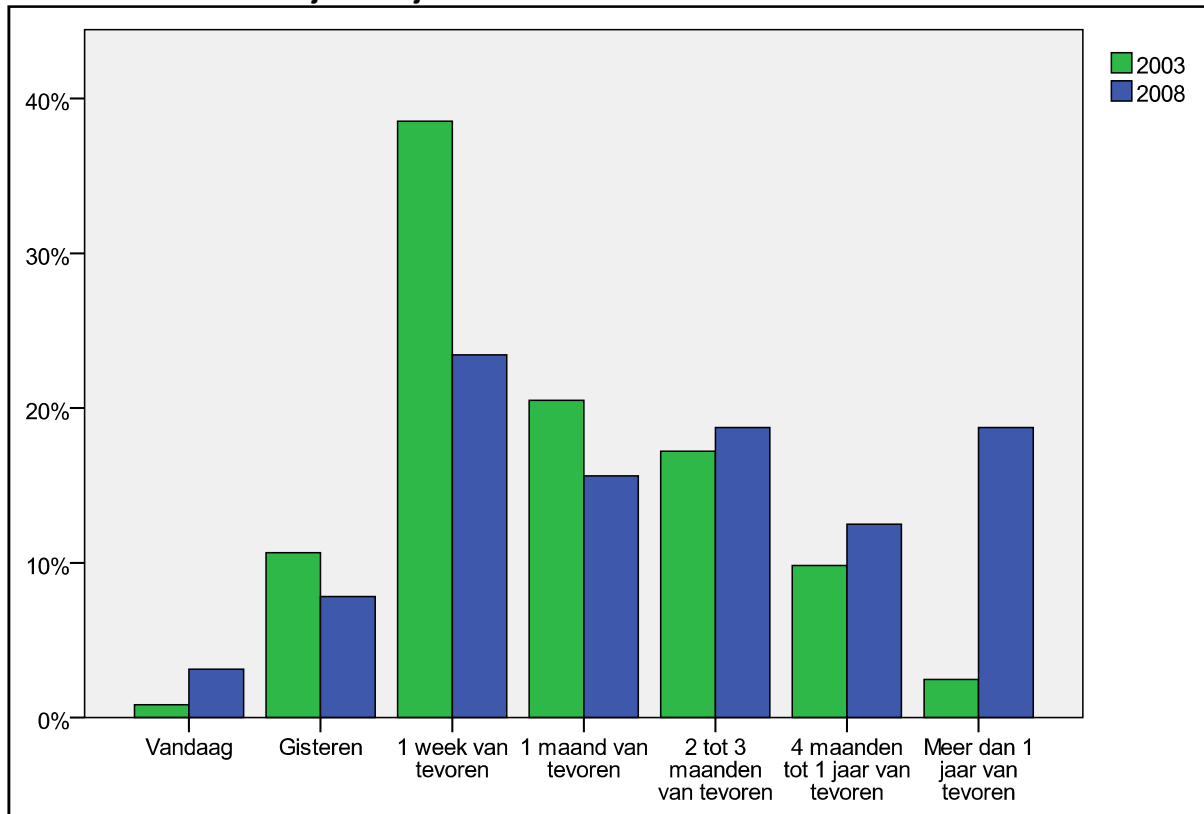
Ten opzichte van 2003 is er een verschuiving te zien wat betreft het beslittermijn van dagbezoekers. Aan de ene kant neigen last-minute beslissers ertoe om iets later hun besluit te nemen. Er zijn meer respondenten ondervraagd die hun besluit niet op de dag van vertrek, maar een dag eerder nemen. Aan de andere kant zijn er ook minder bezoekers geïnterviewd, die hun besluiten langer dan drie maanden van tevoren nemen.

Grafiek 2.8. Beslittermijn dagbezoekers in 2003 en 2008



De termijn waarbinnen verblijfsbezoekers hun beslissing nemen, is nog duidelijker veranderd tegenover 2003. Toen was er een piek in de periode rond een week van tevoren, terwijl beslissingen op (nog) langere termijn niet of minder gebruikelijk waren. In 2008 is dit wel veranderd en zijn er meer verblijfsbezoekers die hun besluit al meerdere maanden tot een jaar van tevoren nemen.

Grafiek 2.9. Besluittermijn verblijfbezoekers in 2003 en 2008



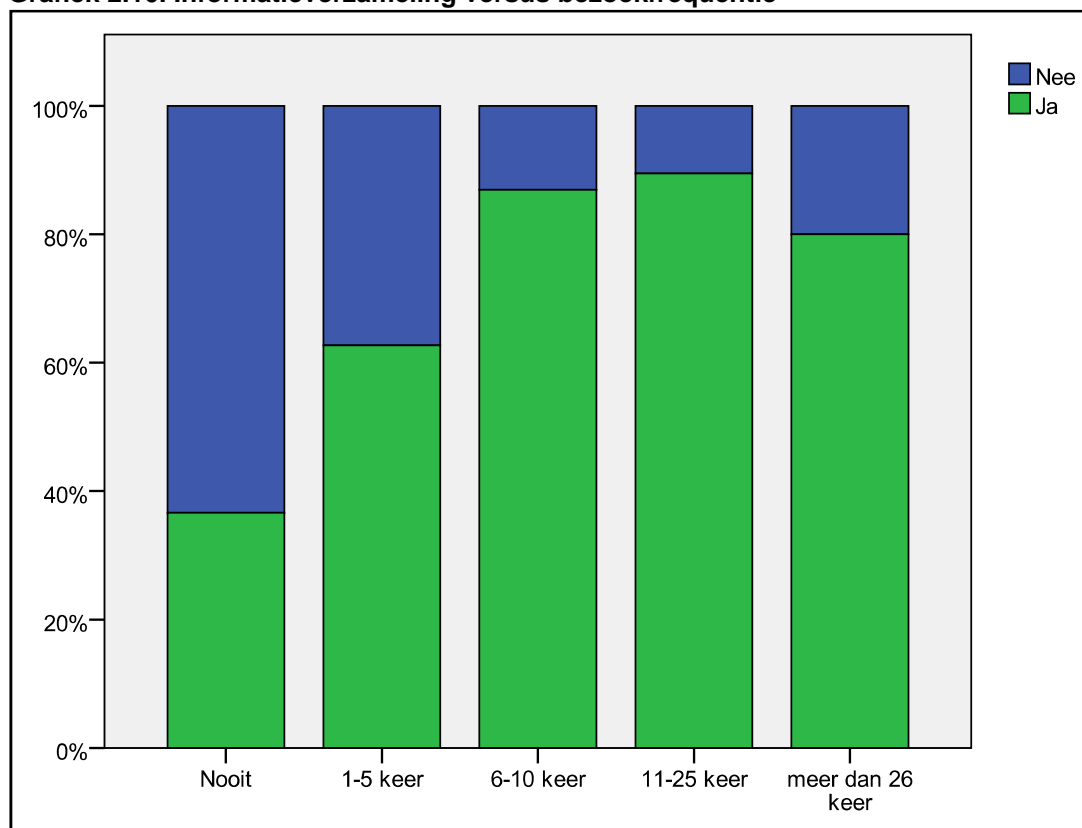
3.5.2 Gebruikte informatiebronnen tijdens de beslissingsfase

40% van de bezoekers heeft gebruik gemaakt van verschillende informatiebronnen. Het onderzoek laat duidelijk zien dat de voorkeur hierbij vooral op internet (35%) en familie, vrienden en kennissen (28%) ligt. Traditionele informatiebronnen zoals reisbureaus, -brochures, en -gidsen worden nauwelijks gebruikt.

Het hoge gebruik van internet geeft de promotie-instellingen de kans om hierop in te spelen. Het is dus belangrijk om te weten welke websites door de meerderheid worden gebruikt. Het onderzoek geeft hierop het volgende antwoord: bijna 40% van de internetgebruikers gebruikt de zoekmachine Google om vervolgens informatie via andere sites op te doen. Een kleine 20% maakt direct gebruik van verschillende boekingsites. Andere websites zoals die van de VVV en de gemeente zelf worden nauwelijks als eerste bezocht.

Het zoeken van informatie is sterk gecorreleerd aan de bezoekfrequentie. Van de bezoekers die voor de eerste keer naar Velsen/IJmuiden aan Zee zijn gekomen, zocht ruim 63% naar informatie, in tegenstelling tot 26% van de herhaalbezoekers. Onderstaande grafiek laat zien dat deze verhouding disproportioneel lijkt te zijn met de bezoekfrequentie van herhaalbezoekers. Hoe vaker een bezoeker in Velsen/ IJmuiden aan Zee is geweest, hoe minder informatie zoekt hij.

Grafiek 2.10. Informatieverzameling versus bezoekfrequentie



De informatie die men opzoekt, speelt een zeer belangrijke rol in de beslissing tot bezoek. 72% van de bezoekers die informatie opzochten, gaven ook aan dat deze invloed had op hun beslissing.

3.6 Accommodatie

3.6.1 Locatie van de accommodatie

75% van de dagbezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee slaapt thuis. 18% slaapt in Amsterdam en de rest (7%) slaapt in andere gemeenten.

Dat betekent dat 25% van de dagbezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee potentiële verblijfsbezoekers zijn. In de andere gemeenten Zandvoort en Egmond aan Zee zijn dit slechts 8,5% resp. 7,7%. Deze groep dagbezoekers kan in de toekomst dus nog sterker aan de gemeente worden gebonden.

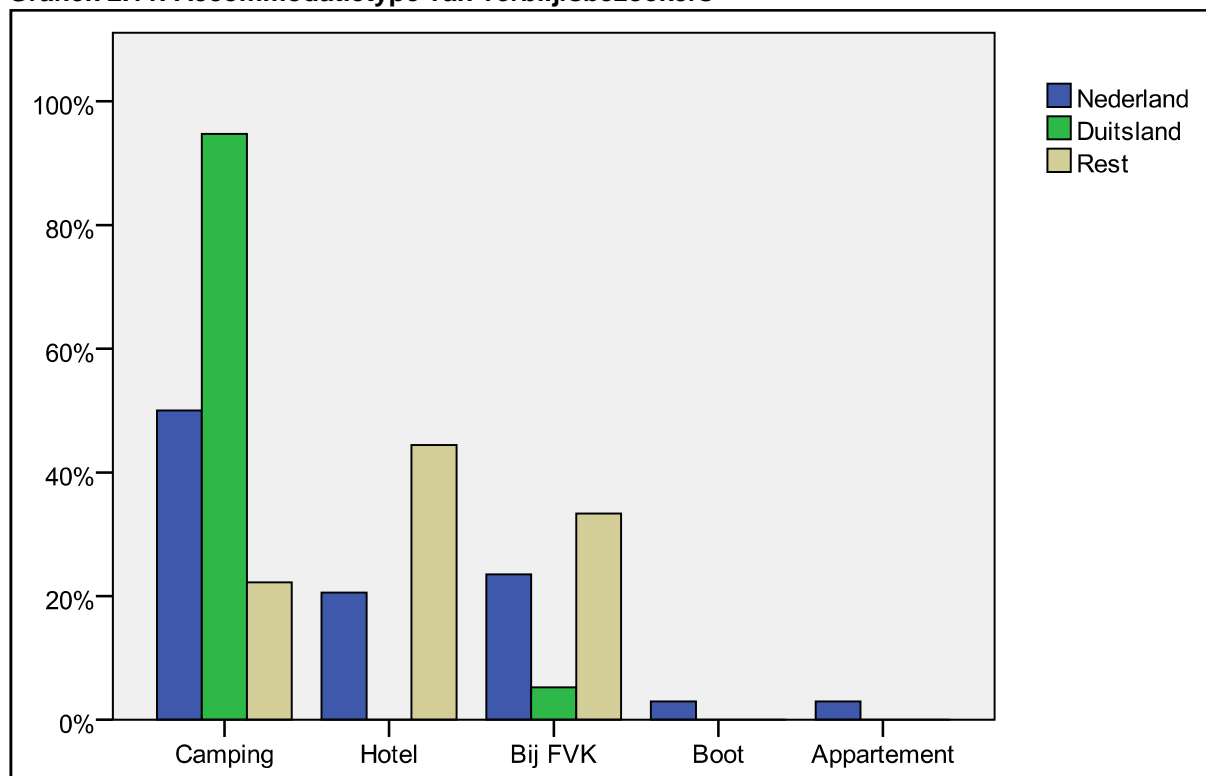
3.6.2 Accommodatietype

De overwegende meerderheid (80%) van de verblijfsbezoekers verblijft in commerciële accommodaties. Slechts 19% slaapt bij familie, vrienden of kennissen.

Aangezien in 2003 vooral bezoekers van hotels geïnterviewd zijn en in 2008 meer campings als interviewlocatie dienden, ligt het aandeel van campings heel erg hoog. Terwijl in 2003 nog 5% van de ondervraagden op een camping sliep, ligt dit nu bij 59%. Het aandeel nachten in hotels is echter sterk gedaald. Van 76% in 2003 naar 18% in 2008.

Vooraf het land van herkomst geeft een duidelijk beeld van de accommodatiekeuze. Rond 95% van de Duitse gasten in Velsen/IJmuiden aan Zee verblijft op een camping. Ten opzichte van Zandvoort en Egmond aan Zee (10% resp. 6%) ligt dit percentage heel erg hoog. Tijdens het onderzoek was het zeer moeilijk om buitenlanders en vooral Duitsers op een andere locatie dan een camping te interviewen. Dit heeft onder andere daarmee te maken dat in 2008 weinig hotels bereid waren om hun accommodatie als interviewlocatie bereid te stellen.

Grafiek 2.11. Accommodatietype van verblijfsbezoekers



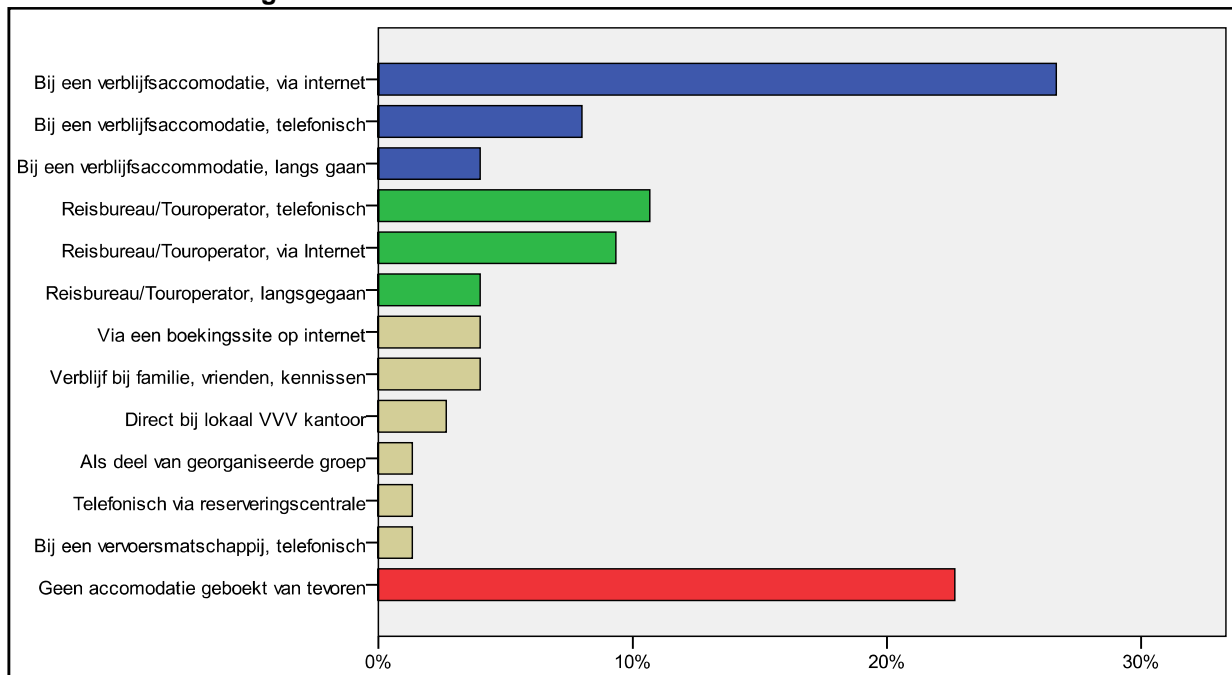
3.6.3 Boeken van de accommodatie

De data met betrekking tot de boekingsmethodes, geeft het beeld dat de verblijfsbezoekers over het algemeen minder gebruik maken van tussenpersonen, zij boeken hun accommodatie vaker zelf. Eén derde neemt direct contact op met de verblijfsaccommodatie. Internet wordt hierbij het meest gebruikt (27%), gevolgd door telefoon (8%) of persoonlijk langsgaan (4%).

Bijna een vierde van de bezoekers boekt hun accommodatie via een reisbureau. Hiervoor wordt meestal gebruik gemaakt van internet of telefoon. De klassieke gang naar het reisbureau werd maar door 4% gebruikt.

Ruim een derde boekt geen accommodatie van tevoren, maar boekt ter plekke of verblijft bij familie, vrienden of kennissen.

Grafiek 2.12. Boekingsmethodes



3.7 Vervoermiddelen

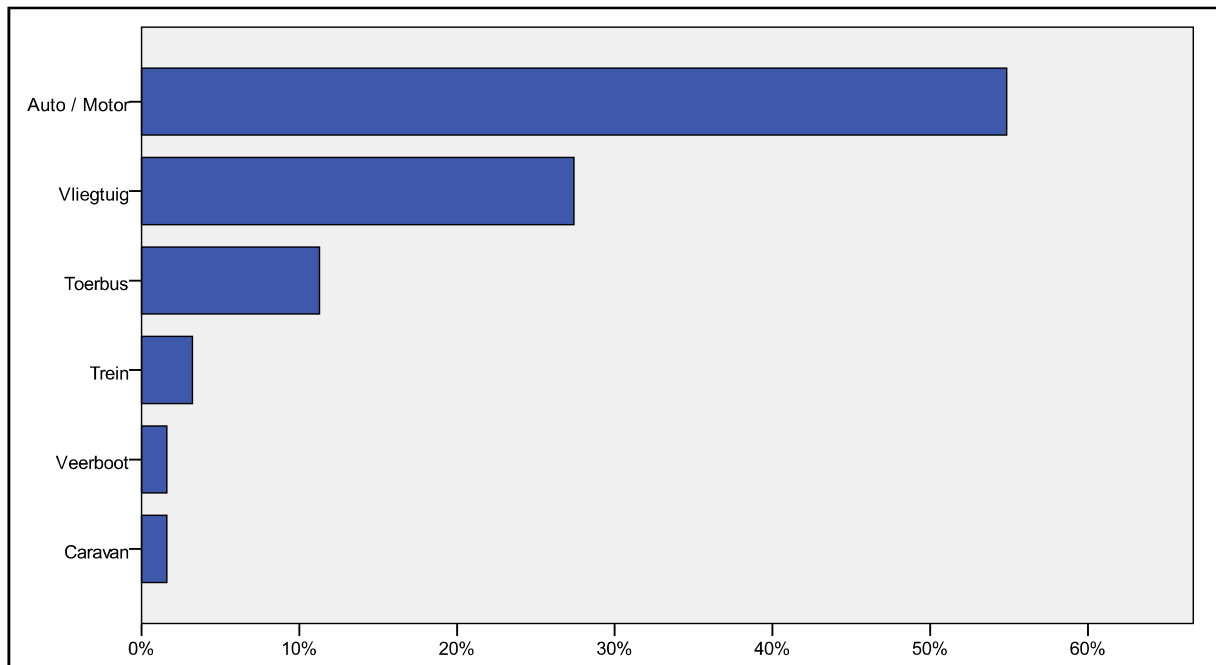
3.7.1 Vervoermiddelen naar Nederland

In geheel komt ruim 55% van de buitenlandse bezoekers met een auto of een motor. Meer dan één op de vier bezoekers komt met het vliegtuig. Verder komt er een kleine groep (11,5%) met een toerbus. Andere vervoermiddelen worden nauwelijks gebruikt.

Opgesplitst naar herkomstland valt op dat 90% van de Duitsers en 100% van de Belgen met de auto of de motor komen. Wat betreft de Belgen is het aantal respondenten weliswaar vrij gering, maar het patroon is wel duidelijk te herkennen.

Bezoekers van een verdere bestemming komen vooral per vliegtuig. Qua omvang geldt hier weliswaar hetzelfde als voor de Belgen, maar de cijfers voor Oostenrijk (100%), Italië (100%) en Spanje (71%) geven wel een duidelijk samenhang weer. De bezoekers uit Groot-Brittannië maken bijvoorbeeld gebruik van andere vervoermiddelen, zoals de auto (25%), de toerbus (25%) en het boot (25%).

Grafiek 2.13. Vervoermiddel van buitenlandse bezoekers naar Nederland

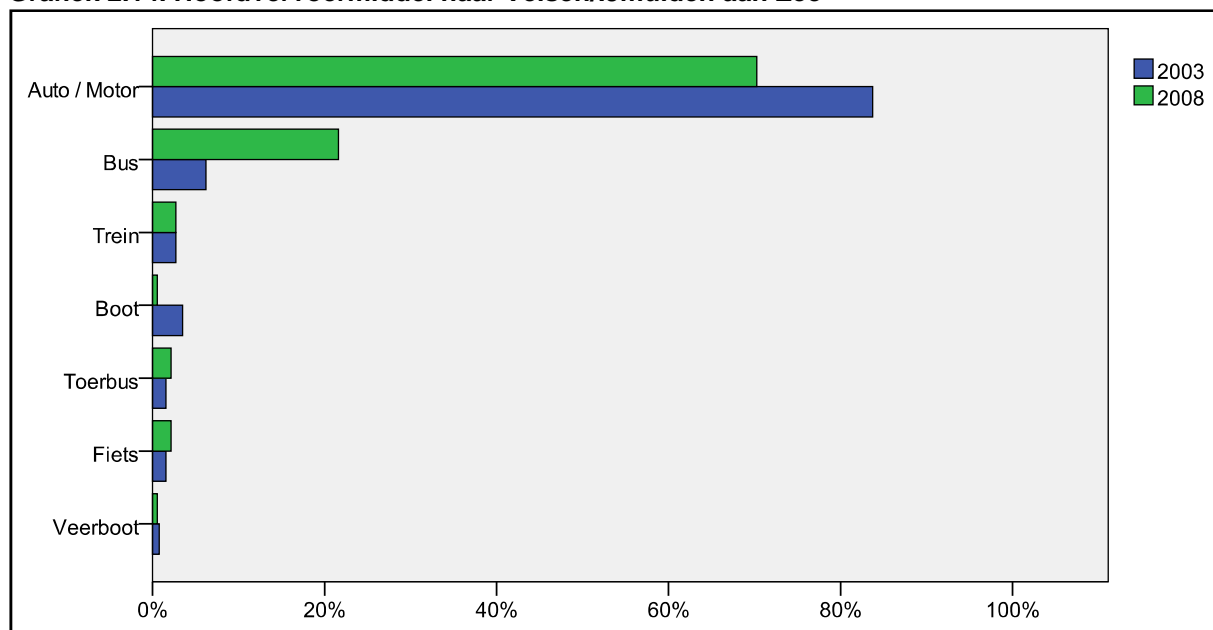


3.7.2 Vervoermiddelen naar de bestemming

Bij meer dan 70% van de bezoekers is de auto het belangrijkste vervoermiddel om naar Velsen/IJmuiden aan Zee te komen. Bovendien zegt 30% van de dagbezoekers dat zij gebruik maken van een lokale (stads)bus (Ten opzichte van 4% in Bergen aan Zee, Egmond aan Zee en Zandvoort en 9% in Callantsoog). In 2003 werd nog nauwelijks gebruik gemaakt van dit type vervoermiddel.

Opgesplitst per nationaliteit wordt duidelijk dat vooral Nederlanders (22%) en bezoekers uit andere landen (30%) gebruik maken van openbaar vervoer. Duitsers reizen bovengemiddeld met de auto (95%).

Grafiek 2.14. Hoofdvervoermiddel naar Velsen/IJmuiden aan Zee⁵



3.7.3 Vervoermiddelen binnen Velsen/IJmuiden aan Zee

Ruim 70% van de Nederlanders bewegen zich te voet binnen de gemeente. Bij de bezoekers uit ander landen is dit met 90% nog duidelijker. Alleen wat betreft de Duitse bezoekers valt op dat zij veel meer gebruik maken van de auto of de motor (bijna een kwart) en de fiets (één derde), verder gaan 43% te voet.

Tabel 2.3. Vervoermiddelen naar Velsen/IJmuiden aan Zee per land

	Nederland	Duitsland	Rest	Totaal
Locale (stads)bus	4,8%	0%	2,5%	3,8%
Auto / Motor	13,7%	23,8%	7,5%	13,5%
Fiets	9,7%	33,3%	0%	10,3%
te voet	71,8%	42,9%	90,0%	72,4%
Totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

⁵ De respondenten werden gevraagd naar hun hoofdvervoermiddel. Dat betekent dat een respondent die bijvoorbeeld de combinatie trein en bus gebruikt heeft, de trein als hoofdvervoermiddel kon aangeven. Dit ondanks het feit dat er in Velsen/IJmuiden aan Zee geen treinstation is.

Verder valt op dat 78% van alle lopende bezoekers dagbezoekers zijn. Deze groep is dus oververtegenwoordigd, aangezien dagbezoekers in totaal slechts 65% uitmaken. Zij blijken met andere vervoermiddelen naar het strand te komen en vanaf daar te voet te gaan.

De overige 22% van de lopende bezoekers is verblijfsbezoeker, daarvan verblijft wederom 40% bij het strand op camping de Duindoorn. Hierdoor kan verklaart worden waarom een groot aantal van de bezoekers aangeeft te voet gaan, hoewel de loopafstanden tussen het strand en het centrum van IJmuiden vrij groot zijn.

Bovendien kan verondersteld worden dat mensen die geïnterviewd zijn voor Camping de Duindoorn of voor het Holiday Inn hotel (allebei liggen dicht bij het strand) voornamelijk te voet onderweg zijn (55%). Zij maken alleen gebruik van de auto om bijvoorbeeld boodschappen te doen in de stad (22%). Dit is heel realistisch omdat het ver is van het centrum van Velsen en IJmuiden aan Zee naar het strand. Voor alle activiteiten die op het strand plaatsvinden, moeten de bezoekers echter geen grote afstand afleggen. Een derde van de respondenten dat geïnterviewd is voor Camping de Duindoorn maakt bovendien gebruik van de fiets.

In tegenstelling tot de dichtbijge gemeenten valt op dat het aantal voetgangers in Velsen/IJmuiden aan Zee met 72% heel hoog is, terwijl dit in Egmond aan Zee slechts 56% en in Zandvoort 65% uitmaakt. In Egmond (27%) en Zandvoort (14%) is echter het aantal fietsers hoger dan in Velsen IJmuiden aan Zee (10%). Verder valt op dat in Zandvoort iets meer gebruik wordt gemaakt van auto en motor. Wat betreft het openbaar vervoer zijn er geen meetbare verschillen te zien tussen de gemeenten.

Tabel 2.4. Vervoermiddel per plaats

	Lokale (stads)bus	Auto / Motor	Fiets	te voet	Totaal
Velsen/IJmuiden aan Zee	4%	14%	10%	72%	100,0%
Egmond aan Zee	2%	15%	27%	56%	100,0%
Zandvoort	3,5%	17%	14%	65,5%	100,0%

3.8 Activiteiten

De meest populaire activiteiten in Velsen/IJmuiden aan Zee zijn wandelen (82%) en eten en drinken (82%). De helft van de bezoekers gaat ook de haven bekijken (50%) en op het strand liggen (48%). Een op de drie gaat bovendien winkelen.

21% van de bezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee doen ook excursies buiten de gemeente. 54% daarvan bezoeken Amsterdam en 33% bezoeken het nabijgelegen Haarlem.

Aangezien hun langere verblijfsduur zullen verblijfsbezoekers uiteraard eerder geneigd zijn om ook een andere gemeente of attractie te bezoeken. Het onderzoek laat zien dat inderdaad 35% van alle verblijfsbezoekers een excursie buiten Velsen/IJmuiden aan Zee maakt, maar slechts 12% van de dagbezoekers. Wat betreft de bezoekfrequentie is er geen verschil te zien.

Onderstaande tabel geeft een gedetailleerd overzicht van alle activiteiten, attracties en excursies die de bezoekers in en buiten Velsen/IJmuiden aan Zee gedaan hebben.

Tabel 2.5 Volledige overzicht van ondernomen activiteiten binnen en buiten de gemeente⁶

Strandwandeling	70,2%	Alkmaar	3,3%
Op het strand liggen (of in de duinen)	49,2%	Beverwijkse Bazaar	2,8%
Vis eten	43,6%	Volendam / Edam	2,8%
Haven bekijken	42,5%	Coffeeshopbezoek	2,2%
Op terras zitten	42,0%	Attractiebezoek	2,2%
Rondlopen in de stad	37,6%	Georganiseerde boottrip	2,2%
Op de kade zitten, naar de boten kijken	35,9%	Zandvoort	2,2%
Strandpaviljoen	35,4%	Hofjes en tuinen bekijken	1,7%
Sportieve wandeling maken	34,8%	Naar de film	1,7%
Uit eten (in restaurant of café)	30,9%	Paardrijden	1,7%
Winkelen	28,2%	Stelling van Amsterdam	1,7%
Snacken / fast-food	23,8%	Keukenhof	1,7%
Zwemmen	23,8%	Den Helder	1,7%
Amsterdam	21,5%	Marken	1,7%
Fietsen	17,7%	Monnickendam	1,7%
Café of pub bezoek	13,8%	Galerie / Tentoonstellingsbezoek	1,1%
Naar een markt	9,4%	Bezoek aan bloemvelden	1,1%
Vliegeren	8,3%	Bergen (aan Zee)	1,1%
Naar een special evenement of festival	7,7%	Medemblik	1,1%
Haarlem	7,2%	Naar een concert	,6%
Kinderspeelplaats	6,6%	Zeilen	,6%
Uitgaan (dancing/disco/club)	5,0%	Zaanse Schans	,6%
Rondvaart	4,4%	Afsluitdijk	,6%
(Kite)surfen	4,4%	Hoorn	,6%
Parkbezoek (openbaar park)	3,9%	Schagen	,6%
Museumbezoek	3,3%	Texel	,6%

⁶ Het verschil tussen bovengenoemde percentages en de percentages in de tabel komt door het samenvoegen van verschillende activiteiten in grotere groepen. De bovengenoemde categorie eten & drinken houdt bijvoorbeeld de activiteiten vis eten, uit eten, snacken / fast-food en café- of pubbezoek in.

3.9 Bestedingen

De berekeningen van de uitgaven zijn gemaakt met behulp van het rekenkundig gemiddelde. Het voordeel van deze methode is dat het macro-economische visie toelaat aangezien het alle bezoekers meerekent, ongeacht hun uitgaven. Het nadeel is dat het bedrag van de verschillende componenten van de totale bestedingen niet realistisch lijkt. Dit komt door het feit dat mensen die zelf geen gebruik gemaakt hebben voor een bepaald product of dienst ook worden meegenomen in de berekeningen. Hierdoor worden de kosten van de verschillende diensten ogenschijnlijk verlaagd.

3.9.1 Bestedingen van dagbezoekers

In 2008 heeft de gemiddelde dagbezoeker in Velsen/IJmuiden aan Zee €26,36 per dag uitgegeven. Tegenover 2003 (€20,93) is dat een groei van meer dan 25%.

Een vergelijking met de buurgemeenten laat zien dat Velsen/IJmuiden aan Zee wat betreft de uitgaven van dagbezoekers echter beneden het gemiddelde ligt. Dagbezoekers in Egmond aan Zee geven gemiddeld €28,78 uit. In Zandvoort is het verschil wezenlijk groter. Hier wordt gemiddeld €35,87 per dag uitgegeven.

3.9.2 Bestedingen van verblijfsbezoekers

De gemiddelde besteding van een verblijfsbezoeker in Velsen/IJmuiden aan Zee bedraagt €55,86 per dag. De kosten voor de accommodatie (€18,38) maken hiervan bijna 33% uit. Zonder overnachting geeft een verblijfsbezoeker dus €37,48 per dag uit. Het gemiddelde bestedingspatroon van een verblijfsbezoeker is daarmee veel hoger dan het bestedingspatroon van een dagbezoeker. Dit heeft echter te maken met de langere verblijfsduur per dag. De bestedingen van verblijfsbezoekers zijn moeilijk te vergelijken met 2003 omdat toen voornamelijk bezoekers van hotels geïnterviewd zijn. Deze gaven niet alleen meer uit voor hun accommodatie (€42), maar ook voor andere aspecten (€59).

Ook een vergelijking met de buurgemeenten heeft weinig zin. Het grote verschil aan accommodatiekosten tegenover Egmond aan Zee (€28) en Zandvoort (€38) komt voornamelijk door het gebruik van hoger budget accommodaties in deze gemeenten t.o.v. campings in Velsen/IJmuiden aan Zee. In beide gemeenten sliepen rond 30% van de verblijfsbezoekers in een hotel, in Zandvoort sliep bovendien bijna de helft van de respondenten in een huisje in een bungalowpark.

3.9.3 Bestedingen in categorieën

Zoals beschreven geeft de gemiddelde dagbezoeker €26,36 uit en de gemiddelde verblijfsbezoeker €37,48 (exclusief accommodatie). Om een realistisch beeld te krijgen, worden alle uitschieters gescheiden bekeken. Er zijn categorieën gemaakt van big-spenders, average-spenders en low-spenders. De average-spenders zijn bezoekers die tussen €21 en €50 uitgeven. De andere groepen liggen daarboven resp. daaronder.⁷ Een overzicht van deze categorieën laat zien dat zowel bij de dag- als bij de verblijfsbezoekers de low-spenders (t.o.v. de big-spenders) oververtegenwoordigd zijn. Wat betreft de verblijfsbezoekers is de groep van de low-spenders zelf twee keer groter dan die van de average-spenders. In geheel is 13,5% van de respondenten big-spender. Ondanks de grootte maakt deze groep bijna 40% van de totale bestedingen in Velsen/IJmuiden aan Zee uit. De average-spenders (40%) genereren in totaal 43% van de totale bestedingen. De grootste groep zijn de low-spenders (46,5%), zij zijn verantwoordelijk voor 17% van de totale bestedingen.

Als gekeken wordt naar de kernprofielen⁸ valt op dat meer dan de helft van de big-spenders internationale nieuwkomers zijn. Deze groep heeft dus de grootste economische waarde. Ook de Noord-Hollandse opportunisten mogen niet onderschat worden. Zij zijn weliswaar

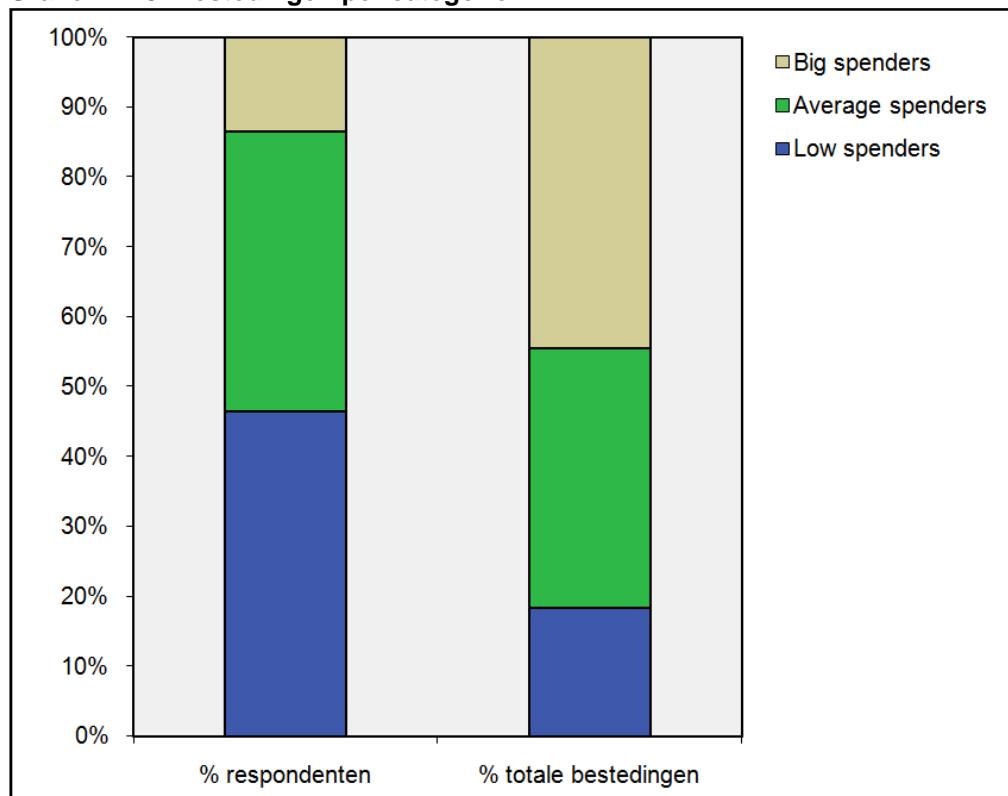
⁷ Bij het aanmaken van deze categorieën werd geen rekening gehouden met frequentiebezoekers of de verblijfsduur. Deze aspecten spelen wel een rol bij de bestedingen van bezoekers.

⁸ Kijk voor meer informatie over de kernprofielen naar hoofdstuk 3 conclusies.

voornamelijk low-spenders (66%), maar het zijn per definitie bezoekers met een hoge herhaalfrequentie. Slechts 4% van deze groep zijn big-spenders.

De familie-verblijfsbezoekers zijn voornamelijk average-spenders (53%). 29% hoort bij de low-spenders en 18% bij de big-spenders. Vanwege de groepsgrootte (tussen de 3 en de 6) is deze groep ondanks de gemiddelde uitgaven economisch heel belangrijk. Zij blijven meestal voor een langere periode en geven dan ook meer geld uit.

Grafiek 2.15. Bestedingen per categorie



3.9.4 Daadwerkelijke uitgaven per aspect

Aangezien bovengenoemde berekeningen op macro-economisch niveau berekend zijn, houden deze alle respondenten in, ongeacht hun uitgaven. Dat betekent dat respondenten die geen bedrag uitgegeven hebben voor een bepaald aspect wel meegenomen zijn. Daardoor wordt het resultaat natuurlijk verlaagd. In het volgende wordt daarom nader beschreven, hoe hoog de daadwerkelijke bestedingen per persoon per categorie waren. Dat betekent dat alleen de respondenten meegeteld worden, die ook daadwerkelijk geld aan een bepaald aspect hebben besteed.

Onderstaande tabel laat zien dat de bezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee gemiddeld meer geld voor vervoer en parkeren uitgeven (€7,77) dan in de meeste overige kustgebieden. Alleen wat betreft Zandvoort zijn de gemiddelde bestedingen voor vervoer hoger (€8,03).

Tabel 2.6. gemiddelde uitgaven per plaats⁹

Aspecten	Velsen/IJmuiden a. Z.	Callantsoog	Egmond a. Z.	Bergen a. Z.	Zandvoort
Overnachting	€ 33,55	€ 22,01	€ 33,04	€ 32,97	€ 50,08
Eten en drinken	€ 15,13	€ 17,24	€ 18,57	€ 21,03	€ 20,96
Vervoer + parkeren	€ 7,77	€ 5,72	€ 5,65	€ 6,94	€ 8,03
Winkelen	€ 22,71	€ 20,67	€ 26,36	€ 24,14	€ 30,06
Attracties/musea	€ 8,78	€ 7,63	€ 6,35	€ 9,19	€ 11,55
Coffeeshop	€ 16,56	€ 11,25	€ 9,67	€ 15,00	€ 17,67

⁹ Uitgaven die behoren tot de categorie "overige" zijn in deze tabel niet meegenomen omdat het aantal respondenten (9) te laag is. Een representatieve uitspraak is hierdoor niet mogelijk.

3.10 Tevredenheid

3.10.1 Tevredenheidsscore


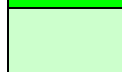
In totaal zijn de bezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee heel tevreden over hun vakantie. Zij geven gemiddeld een 7,65 op een schaal van 10. Toch ligt deze score iets lager dan in de overige kustgemeenten (7,8). Verblijfsbezoekers zijn iets meer tevreden dan de dagbezoekers, maar het verschil is miniem (7,69 voor verblijfsbezoekers en 7,61 voor dagbezoekers). De gemiddelde score gaat omhoog als alleen de Duitse bezoekers vergeleken worden. Hier ligt het totaaloordeel van verblijfsbezoeker zelf bij 8,11. Duitse dagbezoekers zijn nauwelijks geïnterviewd. Nederlandse bezoekers gaan iets kritischer dan met hun eigen land om dan de Duitsers. Zij geven gemiddeld een 7,57. Dat is ook de reden waarom dagbezoeker een iets lager cijfer geven, zij komen vooral uit Nederland.



Wat betreft de prijs-kwaliteitverhouding van restaurants in Velsen/IJmuiden aan Zee valt op dat de Duitsers iets minder tevreden zijn dan in 2003. Terwijl dit aspect toen nog een 6,74 haalde, ligt de score nu bij 5,83. Met een verschil van ruim een punt is dit dus de duidelijkste verandering in vergelijking met 2003.

De volgende grafiek laat zien hoe de tevredenheid van bezoekers (ongeacht hun herkomst) is veranderd. De grootste positieve verschillen hebben betrekking op de netheid van het straatbeeld en de bereikbaarheid. De grootste dalingen zijn te vinden bij de vriendelijkheid van het horecapersoneel en de faciliteiten voor kleine kinderen.

Tabel 2.5. Verschil van tevredenheid per aspect tussen 2003 en 2008

	Velsen/IJmuiden aan Zee
Atmosfeer	7,6
Vriendelijkheid van hotel-, restaurant- en winkelpersoneel	7,4
Serviceniveau in hotels-, restaurants, winkels etc.	7,3
Uw accommodatie	7,9
Fiets- en wandelmogelijkheden	7,9
Hotel- en catering faciliteiten (restaurants, terrassen, café's etc.)	7,2
Netheid/schoonheid van het straatbeeld	8
Prijs/kwaliteitverhouding in restaurants	6,9
Prijs/kwaliteitverhouding van de accommodatie	6,9
Algemeen oordeel 'waar voor uw geld'	7,3
Bereikbaarheid per trein of bus	7,9
Bereikbaarheid per auto	7,9
Parkeergelegenheid in badplaats	7,6
Faciliteiten voor kleine kinderen	6,8
Bewegwijzering voor bezoekers/toeristen	7,2
Netheid/schoonheid van het strand	7,9
Faciliteiten bij slecht weer	6,1
Aanbod van faciliteiten op het strand (strandwacht, EHBO, toiletten, restaurants, etc.)	7
Algemeen oordeel	7,6

	Stijging +0,5 punt of meer
	Stijging <0,5 punt

	Daling tussen -0,1 en -0,49
	Daling van -0,5 of meer

	Stabiel
	Geen vergelijking mogelijk

3.10.2 Positieve aspecten

De respondenten werden gevraagd om spontaan drie positieve aspecten te noemen. Het meest genoemde aspect was duidelijk het strand met 69% spontane reacties. Velsen/IJmuiden aan Zee scoorde daarmee iets hoger dan de overige kustgemeenten (62%). Het tweede aspect dat door veel mensen gewaardeerd wordt, is de sfeer. Eén op de vier bezoekers vond dit positief. In vergelijking met de andere kustgemeenten is dit percentage echter relatief laag (37%). 31% vond verder de rust in Velsen/IJmuiden aan Zee heel positief. Net als in het overige kustgebied noemde 24% van de respondenten ook de natuur en de mooie omgeving. Iets minder vaak spontaan genoemde aspecten zijn de haven (22%), de goede bereikbaarheid en de schoonheid (allebei 16%).

3.10.3 Negatieve aspecten

Over het algemeen noemden de bezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee weinig negatieve aspecten. 72% van de respondenten die op deze vraag wel een antwoord noemde, gaf aan dat zij helemaal geen negatief aspect in Velsen/IJmuiden aan Zee hebben ervaren. In vergelijking met het hele kustgebied (58%) is dit percentage heel hoog.

Het aantal klachten was dus heel beperkt en had vooral betrekking op het winkelaanbod (7% t.o.v. 5% in het hele kustgebied), het weer, de parkeertarieven en hoge prijzen (alle 3%).

Een hoog percentage (20%) van de respondenten gaf geen antwoord op deze vraag. Het noemen van een negatief aspect blijkt dus voor een respondent meer moeite te kosten dan het noemen van een positief aspect. Laatstgenoemde vraag werd door 100% van de steekproef beantwoordt.

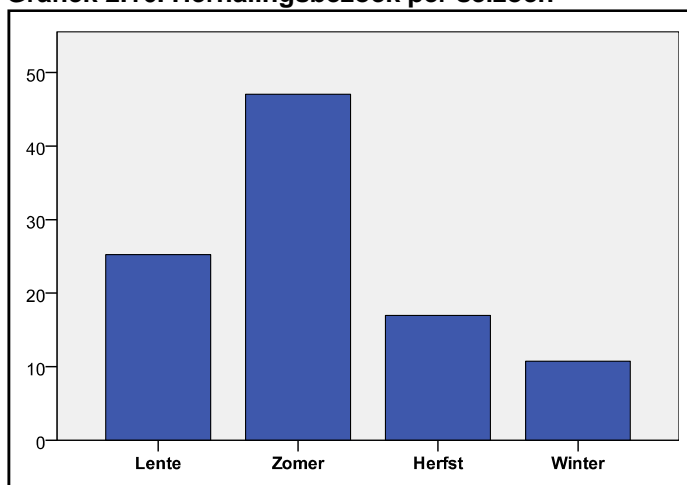
3.10.4 Intentie om terug te keren

Zoals eerder in het rapport vermeld, is de intentie van de bezoekers om terug te keren naar Velsen/IJmuiden aan Zee heel hoog. 83% zegt dat ze van plan zijn om dat te willen doen.

Deze percentage lijkt zowel voor dag- (84%) als voor verblijfbezoekers (80%) nauwelijks te veranderen.

Bijna de helft van de bezoekers die een intentie om terug te keren aangeeft, zal dit in de zomer willen doen. In de lente betreft dat rond één op de vier, in de herfst 17% en slechts 11% in de winter. Hierbij moet vermeld worden dat de bezoekers de mogelijkheid hadden om meerdere seizoenen van het jaar aan te geven.

Grafiek 2.16. Herhalingsbezoek per seizoen



3.11 Socio-demografisch profiel

3.11.1 Groeps grootte en relatie

Slechts 7,5% van de bezoekers bezoekt Velsen/IJmuiden aan Zee alleen, rond 49% wordt vergezeld door één persoon en 35% komt in kleine groepen van drie tot vijf personen. Grotere groepen van 6 en meer personen zijn in de minderheid (8.5%).

Als gekeken wordt naar de herkomst van grote groepen, is opvallend dat Nederlandse reisgroepen vaak groter zijn (tot 16 personen) dan buitenlandse (tot 7 personen). Echter, Nederlanders komen significant minder (37%) vaak in groepen met meer dan 2 personen dan Duitsers (62%) en overige nationaliteiten (55%). Nederlanders reizen wel bovengemiddeld met zijn tweeën (55% t.o.v. 33,3% van de Duitsers en 37.5% van de overige nationaliteiten). Deze kleine groepen worden voornamelijk vergezeld door hun partner of een ander familielid (78%). Tweederde van deze groep zijn bovendien dagbezoekers.

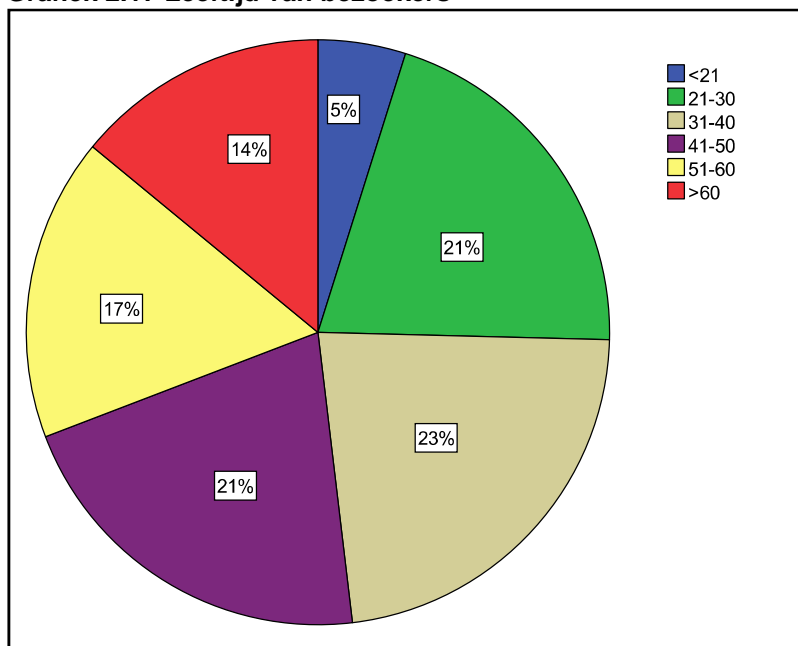
71% van alle individuele bezoekers komt uit Nederland, waarvan opnieuw 50% uit de provincie Noord-Holland komt.

3.11.2 Leeftijd en geslacht

De gemiddelde bezoeker in Velsen/IJmuiden aan Zee is 43 jaar en daarmee 5 jaar jonger dan in 2003. Deze verjonging heeft ook te maken met het feit dat meer respondenten op een camping verblijven, deze zijn over het algemeen iets jonger dan de doelgroep van een hotel (37.8 jaar t.o.v. 41.2 jaar).

Bijna een derde van de respondenten is ouder dan 51 jaar en ruim 60% is tussen de 21 jaar en 50 jaar, deze zijn evenwichtig verdeeld over de verschillende leeftijdscategorieën. Bezoekers jonger dan 21 jaar zijn er nauwelijks (5%). Ten opzichte van 2003 is de gemiddelde leeftijd van de bezoekers sterk gedaald. Was er in 2003 nog geen 12% jonger dan 30, dezelfde groep maakt nu ruim 25% uit. De reden hiervoor blijkt vooral uit Duitsland te komen. De gemiddelde Duitser in Velsen/IJmuiden aan Zee is met krap 35 jaar meer dan 10 jaar jonger dan de gemiddelde bezoeker uit Nederland (ruim 45 jaar).

Grafiek 2.17 Leeftijd van bezoekers



Bijlagen

I. Methodologie van het onderzoek

I.1 Methodologie

De data zijn verzameld tijdens face-to-face interviews die gebaseerd zijn op een uitgebreide enquête, waarin de voornaamste aspecten van een toeristische ervaring zijn meegenomen. Naast algemene informatie over de respondent is hierbij vooral te denken aan keuzemomenten, boekingsgegevens, verblijfsinformatie, bezoekersactiviteiten en het bestedingspatroon van de bezoekers.

De respondenten zijn op vakantie en kunnen daarom snel geïrriteerd raken als ze in hun vrije tijd gevraagd worden om een enquête in te vullen resp. een interview te houden. Om een zo betrouwbaar mogelijk resultaat te kunnen krijgen, is het dus belangrijk om met zorg met de respondenten om te gaan. De interviews werden daarom afgenomen door gespecialiseerde enquêteurs met gebruik van PDA's. Door het gebruik van deze technische apparatuur kunnen overbodige vragen vermeden worden om de respondenten niet onnodige te belasten. Een dagbezoeker mag bijvoorbeeld niet gevraagd worden hoeveel geld hij aan zijn accommodatie besteedde.

De gemiddelde duur van een interview was 13 minuten voor een Nederlandse bezoeker en 15 minuten voor een buitenlandse bezoeker.

I.1.1 Doelgroepen

Zowel verblijfsbezoekers als dagbezoekers, Nederlanders en buitenlanders zijn voor dit onderzoek ondervraagd. Bezoekers die voor zaken naar Velsen/IJmuiden kwamen, zijn buiten beschouwing gelaten. Inwoners van de gemeente zelf of van de directe omgeving ervan mochten niet geïnterviewd worden (in overleg met de gemeente werd een lijst samengesteld met postcodes van dichtstbijzijnde gebieden waarvan de inwoners buiten beschouwing moesten worden gelaten¹⁰). Alle geïnterviewden zijn 16 jaar of ouder.

I.1.2 Onderzoekslocaties

De resultaten, beschreven in dit rapport, vloeien voort uit het Noordzeekust Bezoekersonderzoek 2008 en het Noord-Holland Bezoekersonderzoek 2008. Deze werden in verschillende kustgemeenten in de provincie Noord-Holland, zoals Egmond aan Zee, Bergen aan Zee, Callantsoog, Texel en Zandvoort en in andere steden zoals Alkmaar, Haarlem, Edam en Volendam uitgevoerd.

De locatie Velsen/IJmuiden aan Zee is onderverdeeld in een aantal sublocaties waar de interviews werden gehouden. Bij de keuze van deze sublocaties is onder andere de gemeente zelf om advies gevraagd, zodat ze een zo representatief mogelijk beeld zouden geven van de omgeving. Een lijst met locaties en sublocaties is bijgesloten in het appendix. De gekozen sublocaties wijken in bepaalde gevallen af van de sublocaties uit 2003.

I.1.3 Onderzoekperiode in Velsen/IJmuiden aan Zee

Het veldwerk heeft plaatsgevonden in de periode juni tot en met oktober 2008. Het aantal interviews per maand is gebaseerd op logiesstatistieken van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en de resultaten van het bezoekersonderzoek uit 2003. Aangezien er moeilijkheden waren bij het vinden van voldoende aantal respondenten, zijn de beoogde targets niet altijd gehaald. Dit was echter het geval op de meeste locaties aan de Noordzeekust en heeft duidelijk te maken met de slechte weeromstandigheden tijdens de onderzoeksperiode.

¹⁰ Deze postcodes zijn 1951, 1971 t/m 1976, 1981, 1985, 1991, 1992, 2071, 2082

Tabel 1.1. Verdeling afgenomen enquêtes per maand

Velsen/IJmuiden aan Zee	Juni 19%	Juli 28%	Augustus 18%	September 12%	Oktober 22%
-------------------------	-------------	-------------	-----------------	------------------	----------------

Interviews vonden plaats op elke dag van de week en in verschillende tijdsvakken. Er is een verdeling toegepast van 46% door de week en 54% in het weekend. Slechts 0,5% van de interviews werd gehouden na 17.00 uur. Dit heeft te maken met een lage respons op dit moment van de dag. Het merendeel is evenwichtig verdeeld in de tijd vóór 12.00 uur (45,5%) en tussen 12.00 en 17.00 uur (54%). Er zijn dus zowel vroege vogels als bezoekers in de namiddag geïnterviewd.

Tabel 1.2. Verdeling afgenomen enquêtes per tijd van de dag

Velsen/IJmuiden aan Zee	Tot 12.00 uur	12.00 - 17.00 uur	na 17.00 uur
	45,5%	54%	0,5%

I.I.IV Aantal respondenten in Velsen/IJmuiden aan Zee

In totaal zijn er 185 enquêtes in Velsen/IJmuiden aan Zee ingevuld. Bezoekers met een aaneengesloten verblijf langer dan 90 nachten werden hierbij buiten beschouwing gelaten. 35% van alle geïnterviewde bezoekers waren verblijfsbezoeker en 65% dagbezoekers.

I.I.V Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid

Tijdens het onderzoek werd geprobeerd om de targets uit 2003 te halen. Het werkelijke aantal ingevulde interviews (185) is echter iets lager uitgevallen dan verwacht. Dit is duidelijk het gevolg van slechte weersomstandigheden. Parallel aan dit onderzoek hield ATCB een ander bezoekersonderzoek, met dezelfde enquête en methodologie, in verschillende locaties in Noord-Holland, zoals Alkmaar, Haarlem en Waterland. De doelstelling met betrekking tot het aantal interviews werd hier gehaald. Aan de kust werden deze doelen niet gehaald, simpelweg omdat bezoekers minder snel naar het strand gaan bij slecht weer. In vergelijking met het onderzoek uit 2003 is dit een belangrijke verandering. Het onderzoek van 2003 werd gehouden met zeer mooi weer.

Om het aantal interviews per interviewer en per uur te verhogen, werd de enquête in juni en juli geoptimaliseerd: sommige veel gegeven antwoorden op open vragen werden gecodeerd om de taak van de enquêteurs te vergemakkelijken. Ook werd besloten om de werkuren van de enquêteurs aan de weersomstandigheden aan te passen: diensten werden geannuleerd als het weer te slecht was en extra diensten werden ingelast bij bijzonder mooi weer. Hierdoor kon het aantal respondenten verhoogd worden.

Het feit dat het totaal aantal gehouden interviews lager is dan verwacht, heeft echter een geringe impact op de betrouwbaarheid van de resultaten. De betrouwbaarheid wordt gemeten door twee indicatoren: het 'nauwkeurigheidsniveau' en de 'nauwkeurigheidsmarge'. Het nauwkeurigheidsniveau laat zien hoe zeker men kan zijn van het resultaat (meestal 95% zeker of 99% zeker) en de nauwkeurigheidsmarge geeft een marge aan waartussen de resultaten valide zijn. Als het nauwkeurigheidsniveau bijvoorbeeld 95% is en de nauwkeurigheidsmarge 3, dan kan men met een resultaat van 40%, 95% zeker zijn dat het ware percentage van de bevolking dat dit antwoord kiest tussen de 37% en 43% ligt.

De nauwkeurigheidsmarge wordt met name beïnvloed door de grootte van de steekproef en het percentage dat geanalyseerd wordt (in het bovengenoemde voorbeeld 40%). Voor een nauwkeurigheidsniveau geldt hoe groter de steekproef, hoe lager de nauwkeurigheidsmarge. Deze relatie is echter niet lineair (het verdubbelen van de grootte van de steekproef halveert bijvoorbeeld niet de nauwkeurigheidsmarge). De nauwkeurigheid is ook afhankelijk van het

percentage van de steekproef dat een bepaald antwoord kiest. Als 99% van de steekproef “Ja” zegt en 1% “Nee” dan zijn de kansen op fouten beperkt, ongeacht de grote van de steekproef. Als de percentages 51% en 49% zijn dan is de kans op een fout veel groter. Het is makkelijker om zeker te zijn van extreme antwoorden dan van middelmatige antwoorden.

Onderzoekers berekenen doorgaans de nauwkeurigheidsmarge met een nauwkeurniveau van 95% en een percentage van 50% (omdat dit het moeilijkste geval is).

We gebruiken deze wetenschappelijke pijlers voor het bezoekersonderzoek van Velsen/IJmuiden aan Zee en vergelijken:

- de onderzoeken uit 2008 en 2003
- de verwachte resultaten voor 2008 en de werkelijke resultaten voor 2008
- het verschil tussen de verwachte resultaten en de werkelijke resultaten in elk van de locaties waar het onderzoek werd gehouden

Tabel 1.3. Verschil tussen 2003 en 2008

Steekproefgrootte	Nauwkeurigheidsmarge in procenten	Verschil tussen 2008 en 2003 in procentpunt
261 in 2003	6,07	0
185 in 2008	7,21	1.14

Met andere woorden, in 2008 kan bij een resultaat van 50% met 95% zekerheid gesteld worden dat het werkelijke percentage van de populatie dat dit antwoord kiest tussen de 42,79% en 57,21% ligt. In 2003 kan bij een resultaat van 50% met 95% zekerheid gesteld worden dat het werkelijke percentage van de populatie dat dit antwoord kiest tussen de 43,93% en 56,07% ligt. Praktisch gezien is het onderzoek uit 2008 net zo betrouwbaar als het onderzoek uit 2003.

I.II Vergelijking met 2003

De methodologie en enquête van 2008 zijn vergelijkbaar met die van 2003 (veranderingen in de enquête bestonden meestal uit nieuwe vragen of een aanpassing van het mogelijke aantal antwoorden). Dit betekent dat de gegevens gedeeltelijk met elkaar vergeleken kunnen worden. In sommige gevallen is een exacte vergelijking echter niet mogelijk, omdat de antwoordmogelijkheden zijn aangepast om de participatie voor de respondenten te vergemakkelijken.

I.III Inhoud rapport

Omdat het bezoekersonderzoek Velsen/IJmuiden aan Zee informatie biedt over meerdere aspecten van de bezoekerservaring en over bezoekers zelf, kunnen de resultaten op talloze manieren worden gecombineerd. Het doel van dit rapport is niet om de uitslag van elke mogelijke combinatie te presenteren, maar om de lezer een aantal tabellen, grafieken en analyses te presenteren over de belangrijkste conclusies.

Het rapport is opgezet rondom het socio-demografische profiel van de bezoeker en de voornaamste aspecten van een toeristische ervaring, zowel voor als tijdens zijn bezoek.

Afhankelijk van het aspect dat wordt toegelicht, kan het relevant zijn de gemiddelde bezoeker of een specifiek bezoekersprofiel te belichten. Dagbezoekers, verblijfsbezoekers en bezoekers van een bepaalde nationaliteit of in een bepaalde leeftijdscategorie kunnen daarom worden gebruikt omdat zij de data beter kunnen verklaren.

Dit rapport tracht de vragen van de lezer te voorzien. Soms brengt een bevinding een volgende vraag voort of opent het deuren voor verder onderzoek naar de resultaten, soms niet. Daardoor zijn verschillende secties in dit rapport soms veel langer of korter dan andere. De flexibele manier waarop het rapport is opgezet, heeft het mogelijk gemaakt de bezoeker van de gemeente Velsen/IJmuiden aan Zee van verschillende kanten te belichten en om er, uiteindelijk, een aantal kernprofielen aan te verbinden.

Het reeds verschenen totaalrapport Noordzeekust Bezoekersprofiel 2008 houdt een uitgebreide instructie in en kan dus bijdragen aan een beter inzicht. Verder geeft het de mogelijkheid om de resultaten voor de gemeente Velsen/IJmuiden aan Zee te vergelijken met andere kustgemeenten in de provincie. In dit rapport wordt daarom regelmatig verwezen naar het overig Noordzeekustgebied. Daarnaast wordt in het bijzonder verwezen naar de gemeenten Egmond aan Zee en Zandvoort die van de onderzochte gemeentes het dichtst bij gelegen zijn.

I.IV Beperkingen

Bezoekersonderzoeken zijn de perfecte hulpmiddelen om een bepaald profiel te onderzoeken, een nieuw profiel te bouwen of om een bepaald aspect van de bezoekerservaring in een bestemming te onderzoeken. Wat omvang betreft is een dergelijk onderzoek echter minder betrouwbaar. Het onderzoek geeft bijvoorbeeld geen betrouwbare informatie over het aantal bezoekers van bepaalde nationaliteiten. Voor kwantitatieve data is het daarom beter om andere informatiebronnen te gebruiken, zoals onderzoeken van het CBS naar bezoekersaantallen en overnachtingen in commerciële accommodaties. In het huidige verslag moet data betreffende de herkomst van bezoekers – zeker wat betreft nationaliteit – met zorg worden behandeld, aangezien het slechts informatie geeft over de feitelijke steekproef.

De steekproefgrootte laat uitspraken over de belangrijkste kenmerken en de algemene trends toe. Toch is het moeilijker om met subcategorieën te werken, omdat de steekproef hierdoor te klein wordt en de kans op fouten stijgt. Met andere woorden, hoe dieper een bepaald profiel geanalyseerd wordt, hoe kwetsbaarder de informatie wordt.

II. Grafieken

Aantal interviews per sublocatie in 2008

	Frequentie	Percent	% Cumulatief
Holiday Inn	27	14,6	14,6
Camping de Duindoorn	56	30,3	44,9
Kennemerboulevard	47	25,4	70,3
Strandopgang IJmuiden aan Zee	41	22,2	92,4
Strandopgang IJmuiderslag	1	0,5	93,0
Havenfestival (Trawlerkade)	9	4,9	97,8
Trouwbeurs Beeckestijn	4	2,2	100,0
Total	185	100,0	

Aantal interviews per sublocatie in 2003

	Frequentie	Percent	% Cumulatief
Holiday Inn	64	24,5	24,5
Anders	197	75,8	100,0
Total	185	100,0	

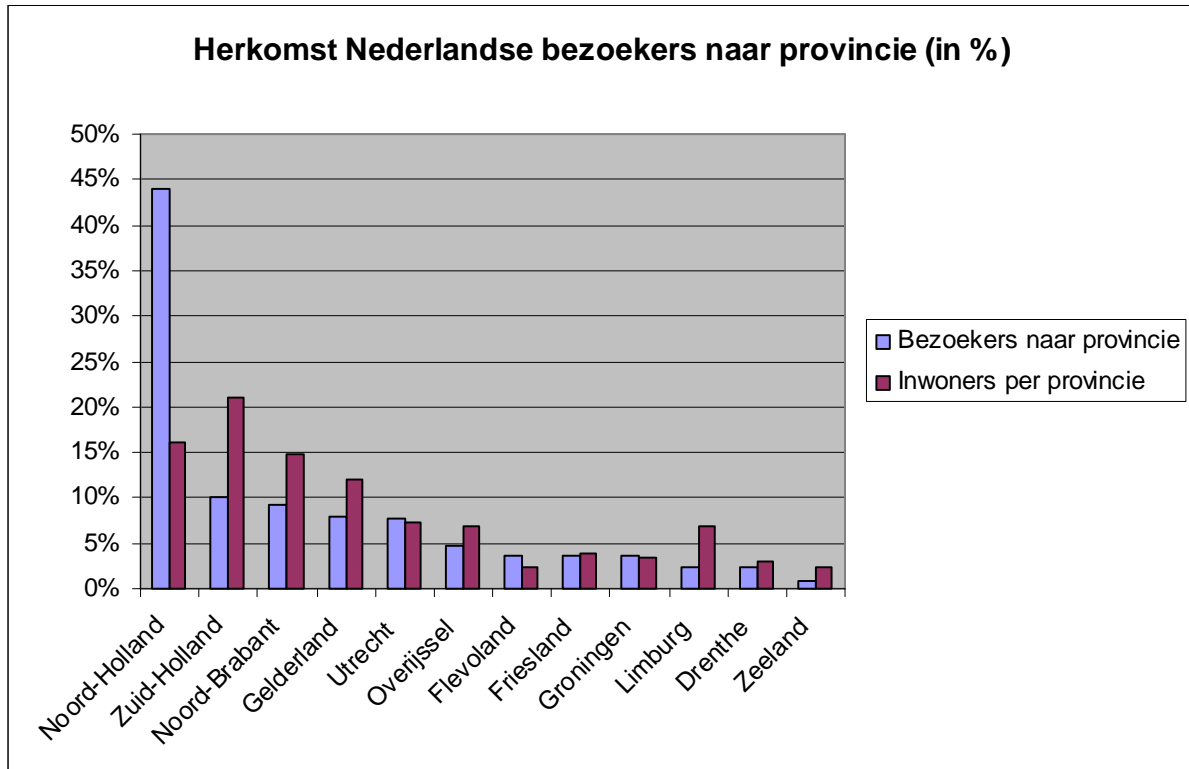
Aantal interviews per type sublocatie in 2008

	Frequentie	Percent	% Cumulatief
Verblijfsaccommodatie	35	18,9	18,9
Op straat \ winkelstraat	53	28,6	47,6
Bij strandopgang \ boulevard	86	46,5	94,1
Anders	11	5,9	100,0
Total	185	100,0	

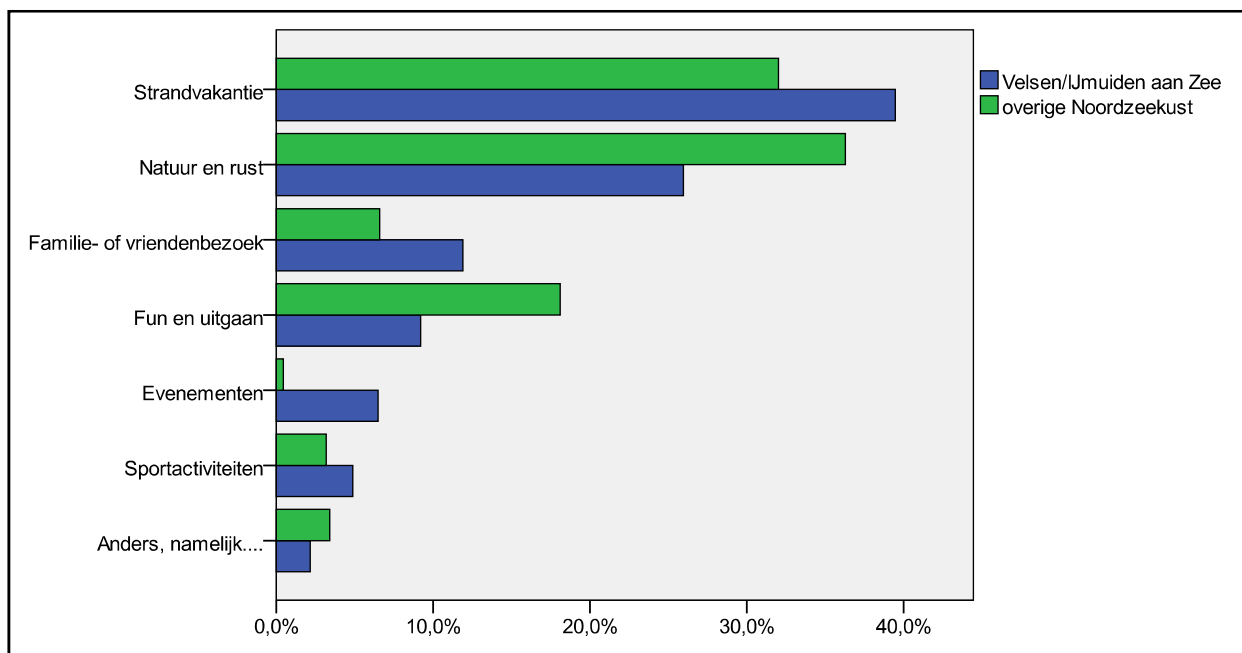
Aantal interviews per type sublocatie in 2003

	Frequentie	Percent	% Cumulatief
Verblijfsaccommodatie	67	25,7	25,7
Op straat \ winkelstraat	97	37,2	62,8
Bij strandopgang \ boulevard	95	36,4	99,2
Anders	2	0,8	100,0
Total	185	100,0	

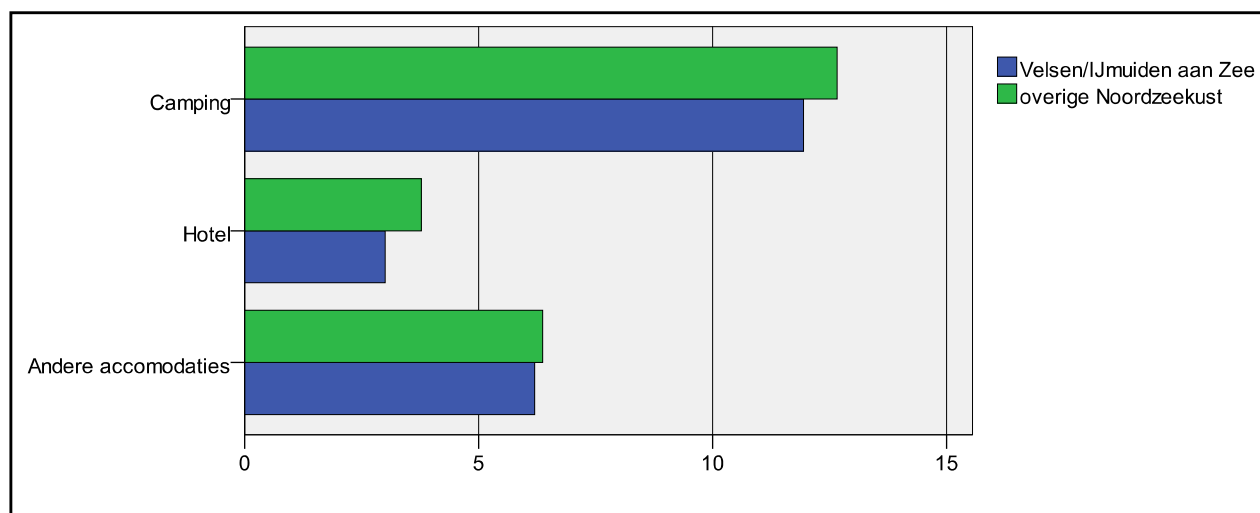
Herkomst van Nederlandse bezoekers per provincie aan de Noordzeekust



Belangrijkste bezoekredenen in Velsen/IJmuiden en de overige Noordzeekust



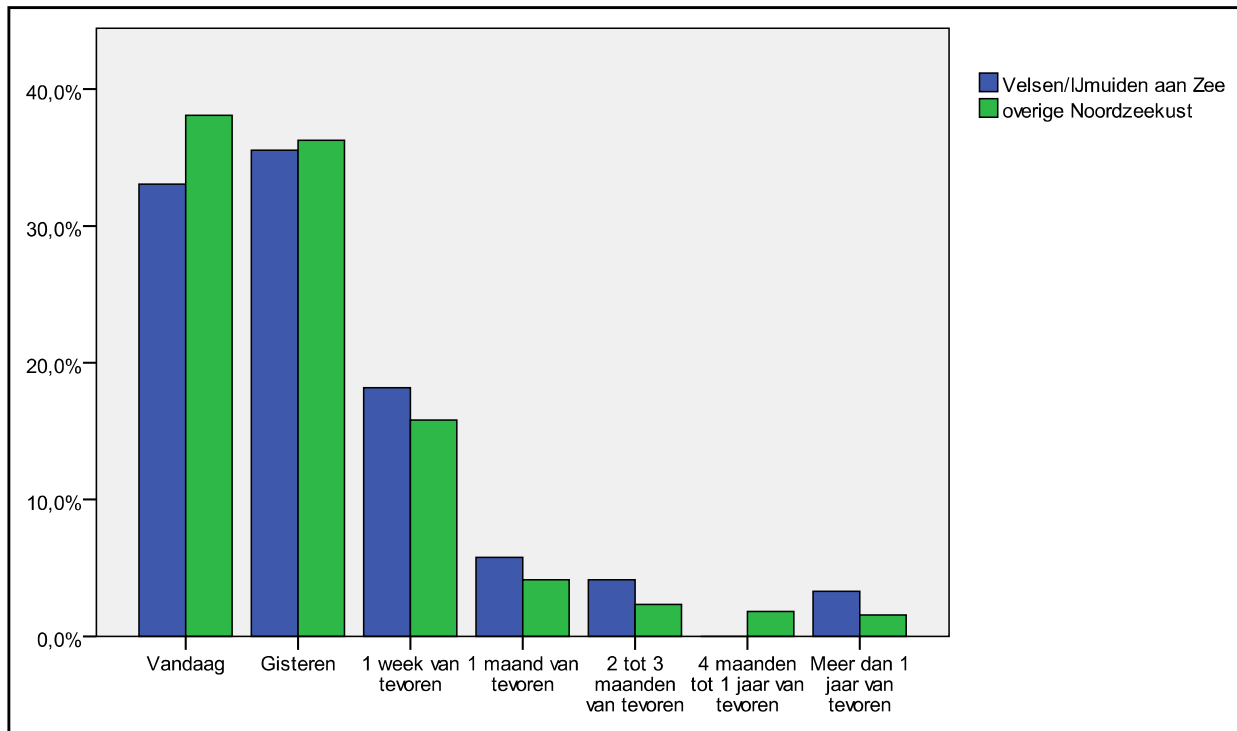
**Verblijfsduur van dagbezoekers
in Velsen/IJmuiden aan Zee en de overige Noordzeekust**



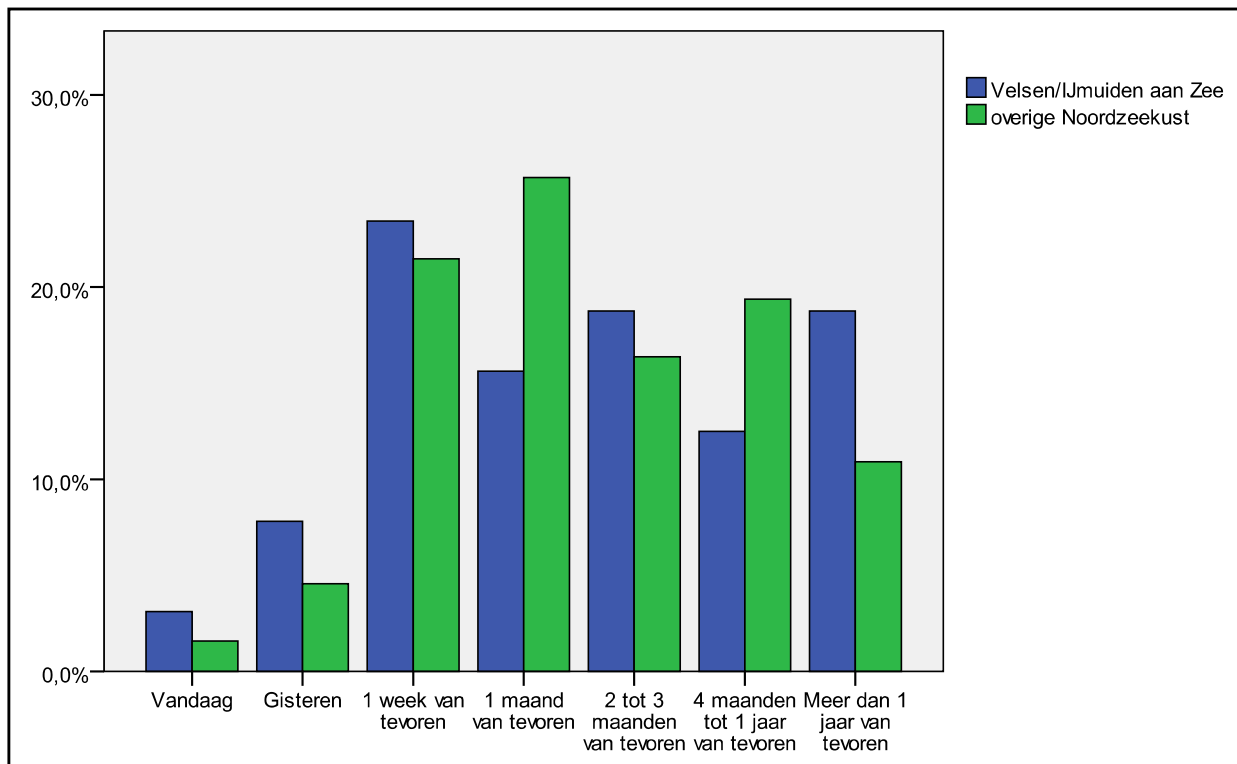
**Verblijfsduur van verblijfsbezoekers
in Velsen/IJmuiden aan Zee en de overige Noordzeekust**

	Nederlanders		Buitenlanders	
	2003	2008	2003	2008
<i>Velsen/IJmuiden aan Zee</i>	4,10 uur	4,21 uur	4,56 uur	5,12 uur
overige Noordzeekust	3,97 uur	4,43 uur	4,40 uur	5,14 uur

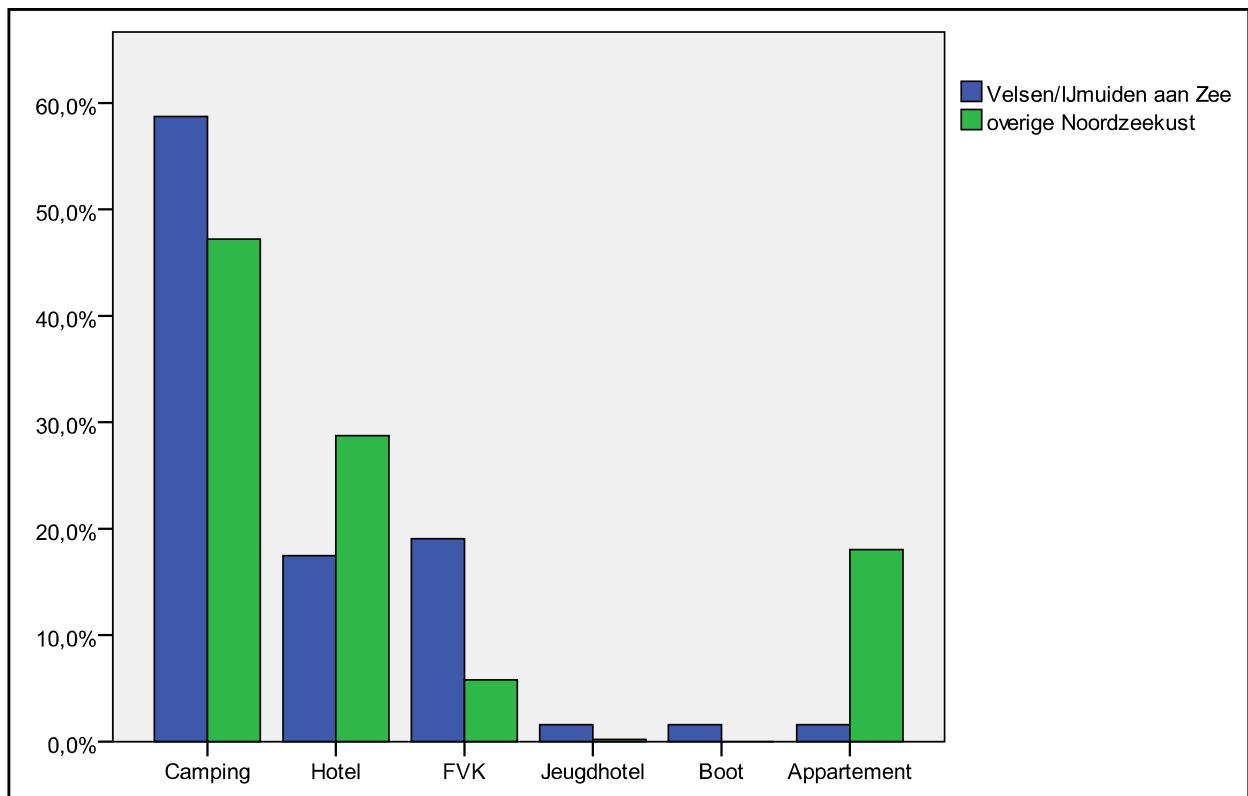
**Besluittermijn van dagbezoekers
in Velsen/IJmuiden aan Zee en de overige Noordzeekust**



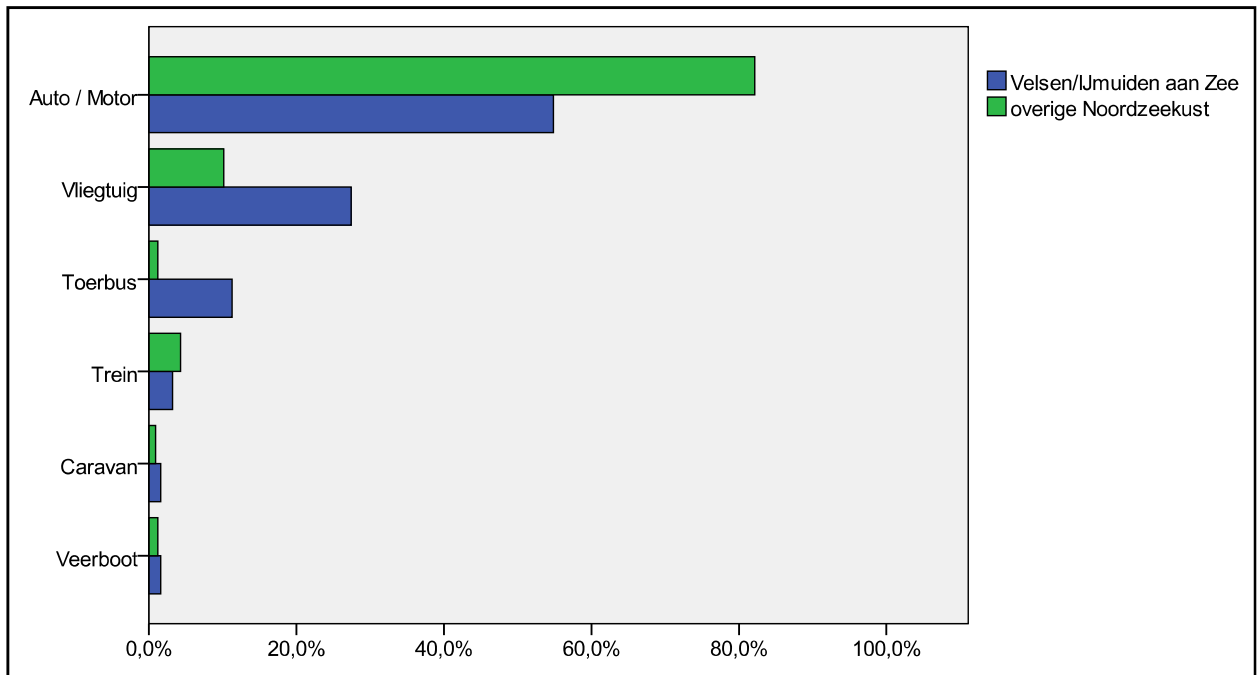
**Besluittermijn van verblijfsbezoekers
in Velsen/IJmuiden aan Zee en de overige Noordzeekust**



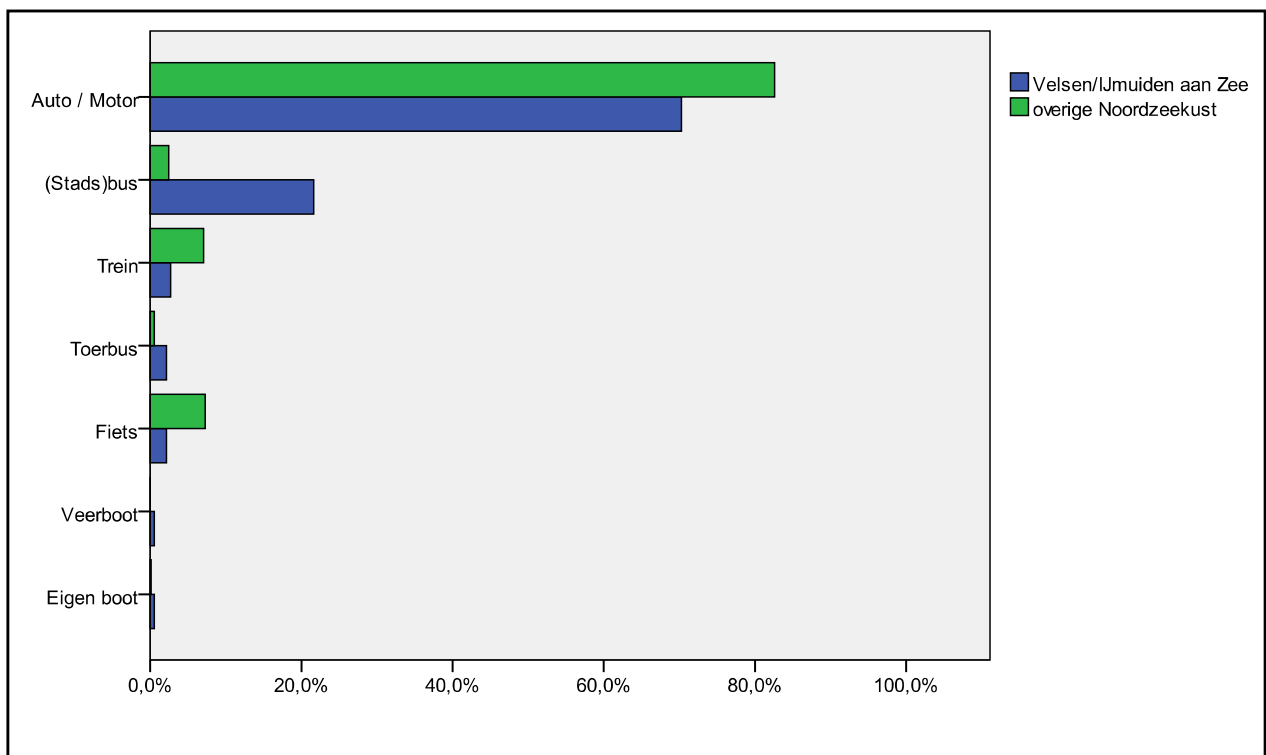
Accommodatietype in Velsen/IJmuiden aan Zee en de overige Noordzeekust



**Vervoermiddelen naar Nederland van bezoekers in
Velsen/IJmuiden aan Zee en de overige Noordzeekust**



**Vervoermiddelen naar Velsen/IJmuiden aan Zee
en de overige Noordzeekust**



Leeftijd van bezoekers in Velsen/IJmuiden aan Zee en de overige Noordzeekust

