

amsterdam marketing

Bezoekersprofiel 2016

Gemeente Velsen



GEMEENTE
VELSEN



Overzicht

- Inleiding
- Belangrijkste conclusies
- Algemene beschouwing van de bezoekers
- Toeristische kernprofielen
- Belangrijke ontwikkelingen sinds 2008
- Methodologie van het onderzoek
- Bijlagen
 - Lijst met ondernomen activiteiten
 - Lijst met informatiebronnen voor en na beslissing
 - Lijst met interviewlocaties en distributie over de maanden
 - Vragenlijst

Leeswijzer

- Het voorliggende rapport is gebaseerd op een kwalitatief onderzoek en geeft daarom geen antwoord op de “hoeveel-vraag”, maar uitsluitend op de “wie-vraag”. Dit onderzoek is dus niet bedoeld om absolute aantallen te bepalen. Wel kunnen binnen de verschillende doelgroepen representatieve uitspraken worden gemaakt en kunnen verschillende ratio’s gebruikt worden om door te rekenen met externe data.
- Dit onderzoek behandelt uitsluitend bezoekers. Studenten, forensen en bewoners van de gemeente Velsen zijn daarom niet meegenomen in dit onderzoek. Wel zijn bewoners van bijvoorbeeld Haarlem meegenomen die een bezoek aan gemeente Velsen brengen.
- In dit onderzoek wordt regelmatig onderscheid gemaakt tussen dag- en verblijfsbezoekers of tussen Nederlandse bezoekers en internationale bezoekers. Indien dit het geval is, wordt dit aangegeven. Indien er geen onderscheid gemaakt wordt, zijn de verschillen per doelgroep te gering of de steekproef te laag. Indien een splitsing niet duidelijk is aangegeven, betreft het de totale steekproef.

Inleiding



Inleiding (1)

Doelstelling

- Doel van dit onderzoek was het in kaart brengen van het profiel van de bezoekers van de gemeente Velsen. 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, is belangrijke informatie om beleid te bepalen op het gebied van toerisme.

Vergelijking met data van 2008 en 2011

- Methodologie en enquête van 2015 zijn vergelijkbaar met 2008 resp. 2011. Het aantal respondenten lag in 2015 hoog genoeg voor een betrouwbare vergelijking met 2008. In 2011 heeft gemeente Velsen geen onderzoeksrapport in opdracht gegeven, waardoor de het aantal respondenten (45) te laag is om de resultaten te gebruiken in de vergelijkingen.

Inleiding (2)

Beperkingen

- De gegeven informatie is gebaseerd op de feitelijke steekproef. Gegevens m.b.t. bezoekersaantallen van verschillende nationaliteiten moeten daarom zorgvuldig worden behandeld en dienen te worden geanalyseerd met cijfers van CBS.
- Dit onderzoek laat uitspraken over de belangrijkste kenmerken en de algemene trends toe. Analyses van de verschillende subcategorieën zijn i.v.m. de afnemende steekproefgrootte niet even representatief. Anders gezegd: hoe dieper een bepaald profiel geanalyseerd wordt, hoe kwetsbaarder de informatie wordt.

Termen

- Dagbezoeker: eenieder die een andere bestemming bezoekt dan zijn of haar gebruikelijke omgeving, maar die daar niet overnacht
- Verblijfsbezoeker: een bezoeker die tenminste één nacht maar niet meer dan 120 nachten doorbrengt in collectieve of private accommodatie elders dan in zijn of haar gebruikelijke omgeving

Belangrijkste conclusies



Belangrijkste conclusies (1)

- Grootste markt komt uit eigen regio: 82% van de bezoekers is Nederlands, waarvan nog eens 68% uit de provincie Noord-Holland komt
- De meest genoemde positieve aspecten in de gemeente Velsen zijn de haven (38%), de sfeer (33%) en het strand (30%). Naast een speciaal evenement (27%) is het strand tevens de meest genoemde reden voor bezoek (26%)
- Het meest gewaardeerde aspect is de bereikbaarheid per auto (8,2), gevolgd door de parkeergelegenheid (8,1) en de netheid van het strand (8,1)
- Ten opzichte van 2008 zien we dat vooral de tevredenheid over de verschillende faciliteiten in de gemeente Velsen zijn gestegen. Zo is de beoordeling van strandfaciliteiten gestegen van een 7,0 naar een 7,7. Ook de horecafaciliteiten zijn van een 7,2 naar een 7,7 gestegen

Belangrijkste conclusies (2)

- De belangrijkste kernprofielen zijn Noord-Hollandse dagbezoekers en kustverblijfsbezoekers. Beide profielen zijn typische bezoekersprofielen in de regio (zie ook BOMA 2016). Het seniorenpaar, dat in 2008 nog onderdeel van de kernprofielen uitmaakt, is dit jaar te klein om als kernprofiel in aanmerking te komen
- De groep internationale bezoekers die in Amsterdam verblijven en de gemeente Velsen bezocht hebben, de ABHZ-doelgroep¹, is in de totale steekproef te gering om hier een kernprofiel van te maken

¹ ABHZ = Amsterdam Bezoeken, Holland Zien

Algemene beschouwing van de bezoekers



Herkomst van de bezoekers

Algemeen

- 82% komt uit eigen land
- Daarnaast is 7% van de bezoekers van Duitse herkomst: 39% van deze groep komt uit Nordrhein-Westfalen (waaronder Düsseldorf en Keulen)

Dagbezoek

- 84% van alle Nederlandse bezoekers is dagbezoeker

Verblijfbezoek

- 73% van de Duitse bezoekers verblijft in Velsen

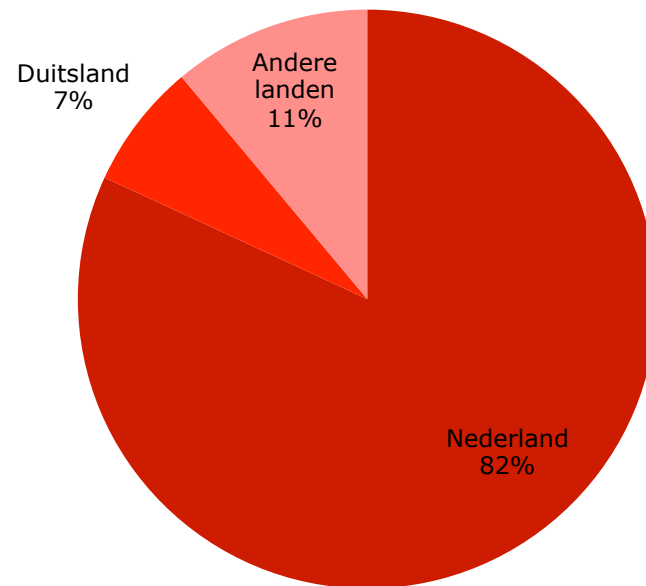
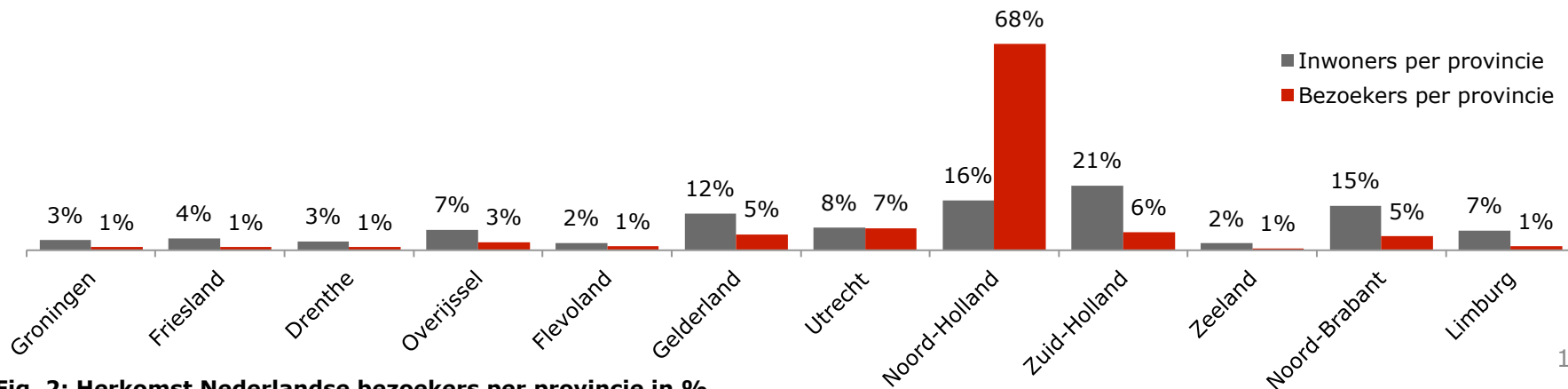


Fig. 1: Herkomst bezoekers in %

Herkomst van de Nederlandse bezoekers

- Twee derde (68%) van de Nederlandse bezoekers komt uit de eigen provincie
- Bezoek uit de omliggende provincies (Utrecht, Zuid-Holland en Flevoland) is goed voor 14%
- Waar Noord-Holland sterk vertegenwoordigd is in de gemeente Velsen, zien we een sterke ondervertegenwoordiging van de Zuid-Hollandse bezoekers. Dit kan te verklaren zijn door de sterke concurrentiepositie van badplaatsen in Zuid-Holland, zoals Scheveningen en Noordwijk



Verblijfsduur: dagbezoekers

- De gemeente Velsen wordt voornamelijk bezocht door dagbezoekers (80%)
- De gemiddelde verblijfsduur van de dagbezoekers is 4,1 uren

	Frequentie	Percentage
Dagbezoeker	296	80%
Verblijfsbezoeker	74	20%
Totaal	370	100%

Fig. 3: Dag bezoekers vs. verblijfsbezoekers

	Nederlandse bezoekers	Duitse bezoekers	Overige buitenlandse bezoekers
Percentage van totaal dagbezoekers (%)	92%	2%	5%
Gemiddelde verblijfsduur (in uren)	4,0 uren	4,0 uren	4,6 uren

Fig. 4: Gemiddelde verblijfsduur van dag bezoekers in uren

Verblijfsduur: verblijfsbezoekers

- De totale gemiddelde verblijfsduur van alle verblijfsbezoekers is 4,1 nachten
- 74% van de bezoekers verblijft maximaal 4 nachten
- Wanneer we kijken naar de distributie van de verblijfsduur valt op dat een aantal bezoekers langer blijft dan 60 en zelfs 100 dagen. Het daadwerkelijke gemiddelde geeft hierdoor een vertekend beeld
- Worden deze uitschieters meegenomen in de berekening, dan loopt het gemiddeld aantal nachten op naar 6,2

**Totaal gemiddelde:
4,1 nachten**

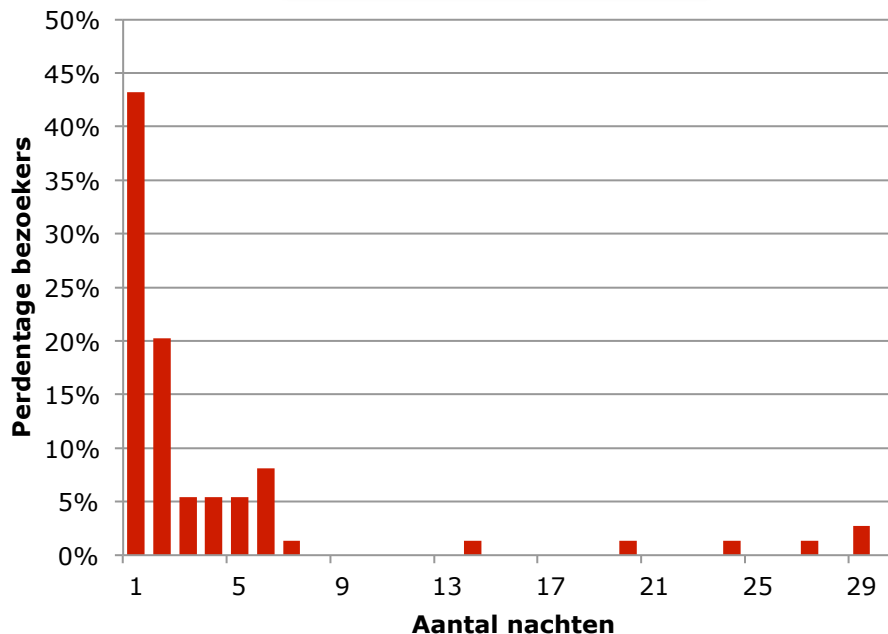


Fig. 5: Frequentie-overzicht verblijfsnachten bezoekers

Verblijfsduur: per land van herkomst

- Wanneer we kijken naar de gemiddelde verblijfsduur per herkomstland spelen de uitschieters ook een rol. Vooral in de categorie 'overige buitenlandse bezoekers' geeft het gemiddelde een vertekend beeld wanneer we de uitschieters meenemen (12,1 nachten t.o.v. 5,9 nachten excl. uitschieter)

	Nederlandse bezoekers	Duitse bezoekers	Overige buitenlandse bezoekers
Gemiddeld aantal verblijfsnachten (inclusief uitschieters)	5,1 nachten	3,3 nachten	12,1 nachten
Gemiddeld aantal verblijfsnachten (exclusief uitschieters)	3,8 nachten	3,3 nachten	5,9 nachten

Fig. 6: Overzicht gemiddeld aantal verblijfsnachten per land van herkomst

Verblijfsduur: per accommodatietype¹

- Bezoekers verblijven gemiddeld 4,0 nachten op de camping en 3,2 nachten in een hotel. Deze gemiddelden zijn vergelijkbaar met de rest van de Metropoolregio
- Het gemiddelde van andere soorten verblijfsaccommodaties is 23,4 nachten, maar geeft een vertekend beeld door 2 respondenten die lang in een huisje op een bungalowpark verblijven
- Halen we deze uitschieters eruit, dan is de gemiddelde verblijfsduur 10,9 nachten
- Bij een aantal accommodatievormen (zoals verblijf bij familie/vrienden en pension/B&B) is de steekproef te gering om ze zelfstandig mee te nemen in de grafiek

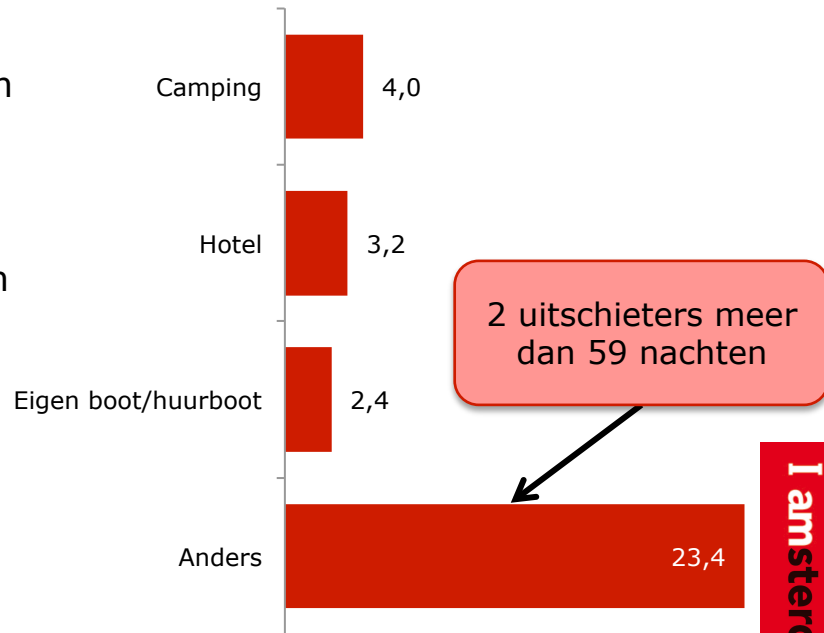


Fig. 7: Gemiddelde verblijfsduur van verblijfsbezoekers in nachten per accommodatie

Frequentie van bezoek

- De gemeente Velsen trekt voornamelijk herhaalbezoekers (80%). Dit wordt grotendeels veroorzaakt door de vele Nederlandse herhaalbezoekers. De buitenlandse bezoekers komen vaker (ruim 50%) voor de eerste keer
- De algemene lijn die te zien is dat hoe ouder de bezoeker is hoe hoger de bezoekfrequentie is

	Eerste bezoek	Herhaalbezoek	Totaal
Nederland	13%	87%	100%
Duitsland	57%	43%	100%
Andere landen	59%	41%	100%
Totaal	20%	80%	100%

Fig. 8: First-timers vs. herhaalbezoekers

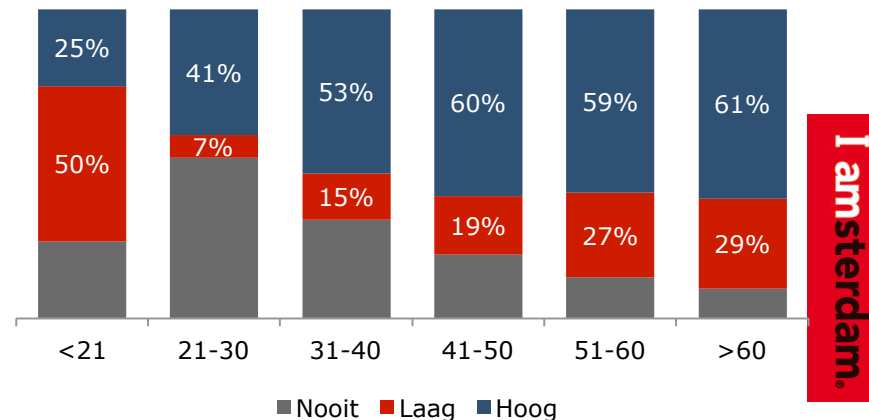


Fig. 9: Bezoekfrequentie vs. leeftijd bezoekers

Uitleg grafiek:

- Hoge bezoekfrequentie: meer dan 5 keer bezocht in de afgelopen drie jaar
- Lage bezoekfrequentie: niet vaker dan 5 keer bezocht in de afgelopen drie jaar, en wel bezocht, maar niet in de afgelopen drie jaar
- Nooit: first-timers

Reden van bezoek

Algemeen

- 27% van de bezoekers komt voor een speciaal evenement naar Velsen. Dit percentage ligt veel hoger dan in de gehele regio (4%) of in de kustplaatsen Noordwijk (3%) en Zandvoort (1%)
- Op de tweede plaats staat het strand met 26%

Dagbezoeker

- Dagbezoekers komen voor een speciaal evenement (32%) of het strand (23%) naar de gemeente Velsen

Verblijfsbezoekers

- Een strandvakantie is met 37% de meest genoemde hoofdreden voor de verblijfsbezoeker
- Een speciaal evenement is voor verblijfsbezoekers minder belangrijk. 8,1% noemt dit als belangrijkste reden

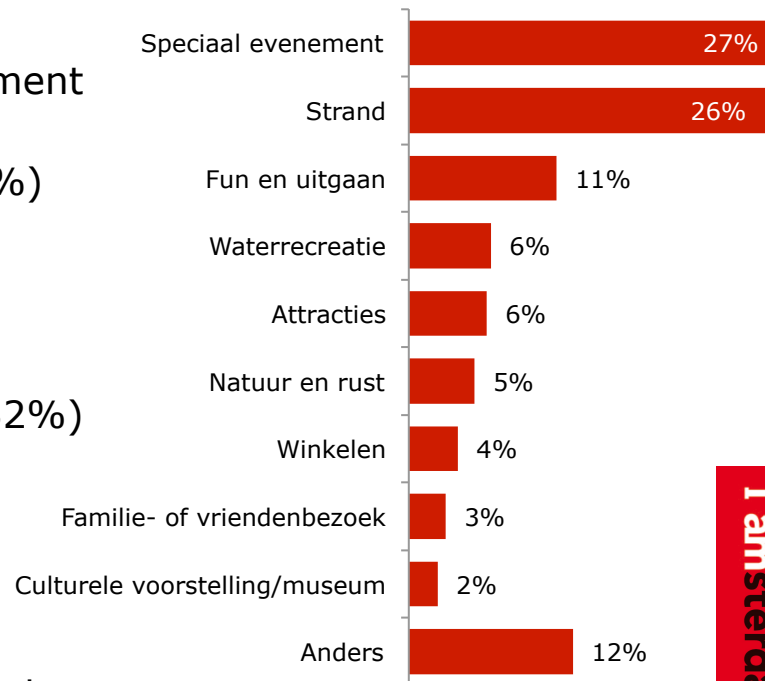


Fig. 10: Hoofdreden van een bezoek (in %)

Reden van bezoek: per land van herkomst

- 38% van de Duitse bezoekers komt voor een strandvakantie naar de gemeente Velsen
- 30% van de bezoekers uit Nederland komt voor een speciaal evenement.
- Van alle bezoekers vindt 26% de nabijheid van Amsterdam belangrijk om de gemeente Velsen te bezoeken. Velsen trekt dus voor een groot deel eigen bezoekers aan en is minder afhankelijk van Amsterdam dan andere plaatsen in de regio waar 42% de nabijheid van Amsterdam belangrijk vindt
- Van deze 26% is meer dan de helft van de bezoekers inwoner van Amsterdam

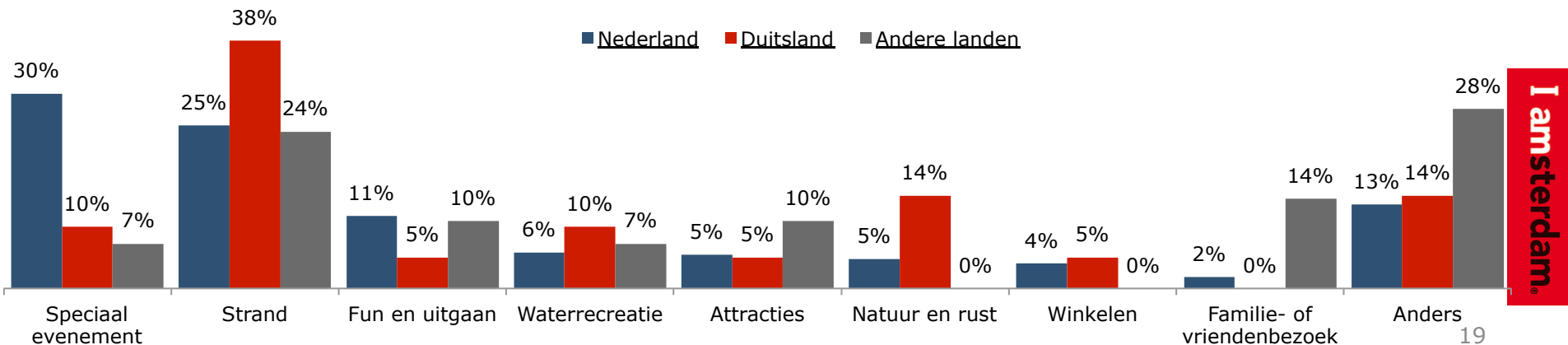


Fig. 11: Hoofdrede van een bezoek per land

Vorbereiding: beslissingstermijn

- Dagbezoekers beslissen over het algemeen op zeer korte termijn naar de gemeente Velsen af te reizen. 64% beslist tot een dag van tevoren om naar de gemeente af te reizen
- Verblijfsbezoekers hebben een langere besluittermijn. 44% besluit 1 tot 3 maanden van tevoren om een bezoek te brengen aan de gemeente Velsen. Zij zijn over het algemeen sterker afhankelijk van schoolvakanties en boeken hun accommodatie vaak ruim van tevoren

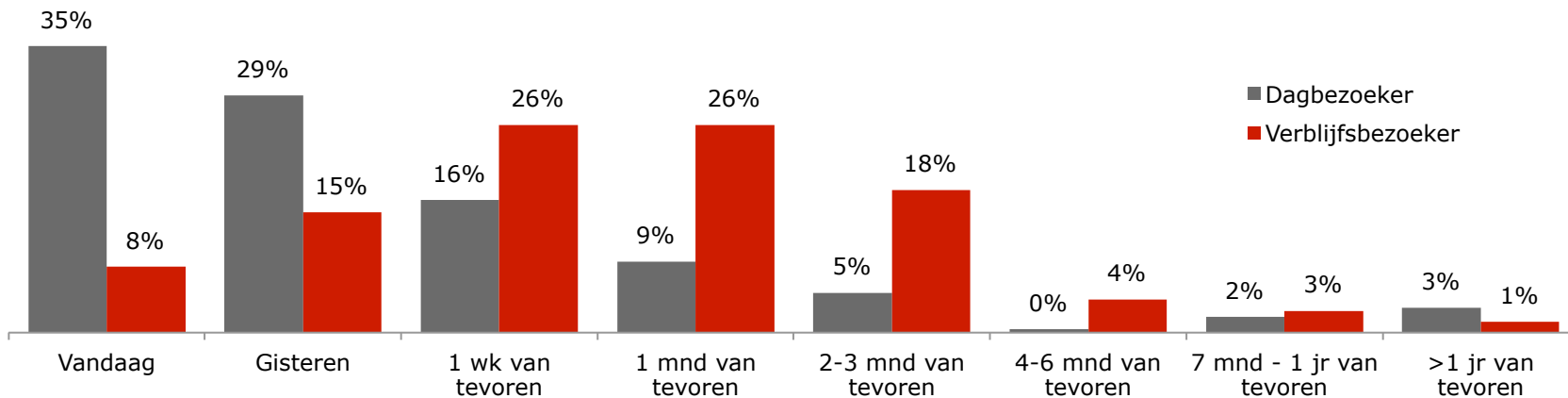


Fig. 12: Besluittermijn dagbezoekers versus verblijfsbezoekers

Vorbereiding: informatiebehoefte

- 58% van alle bezoekers zoekt naar informatie voor vertrek
- Terwijl nieuwe bezoekers meestal behoefte hebben aan informatie over de bestemming (82%), loopt de informatiebehoefte af naar mate de bezoekers de gemeente vaker hebben bezocht

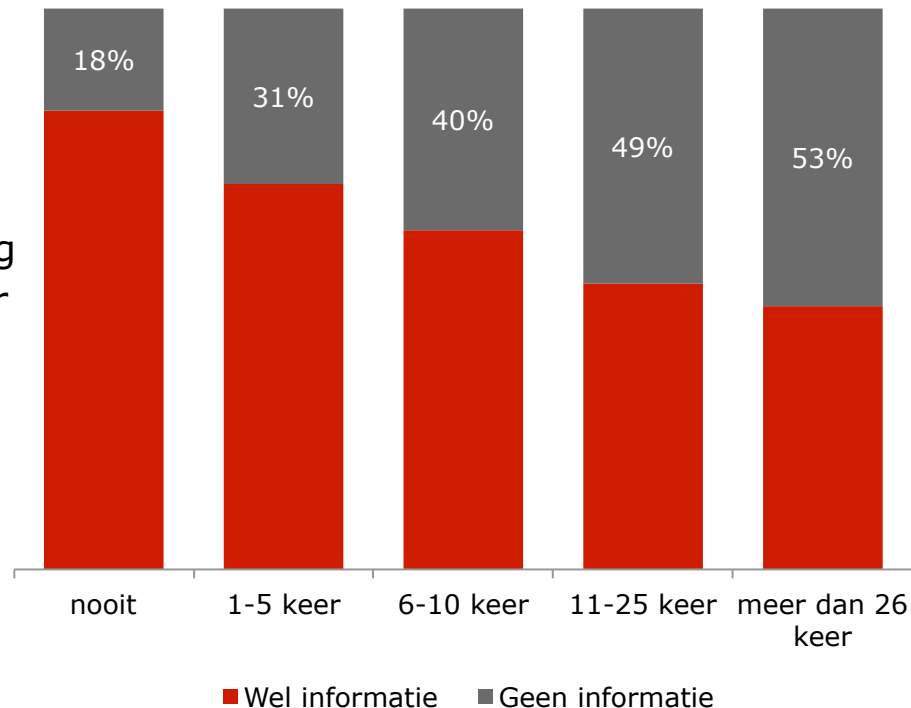


Fig. 13: Informatiebehoefte vs. bezoekfrequentie

Vorbereiding: informatiebronnen

- De meest gebruikte informatiebronnen voor bezoekers zijn de websites van attracties en evenementen (14%) en familie en vrienden (13%)
- Een relatief hoog percentage (10%) maakt gebruik van informatie uit de dagelijkse krant alvorens een bezoek aan Velsen te maken. Deze mensen bezoeken voornamelijk een speciaal evenement (75%) en vinden dus informatie (zoals programma etc.) in de krant

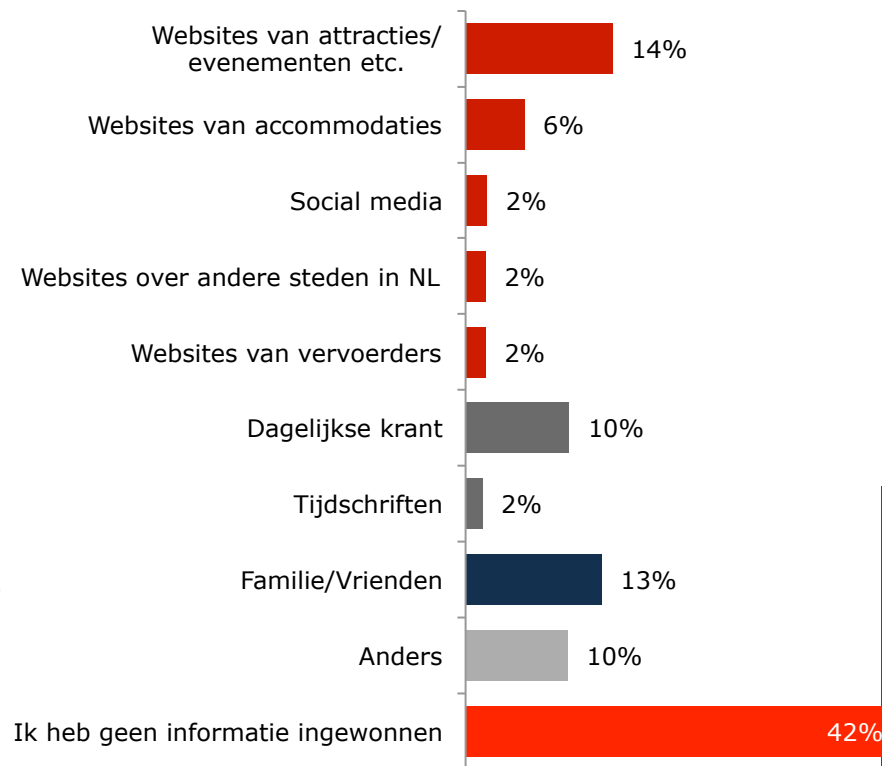


Fig. 14: Gebruikte bronnen tijdens beslissingsfase

Accommodatie: verblijfsbezoekers

- De meest geboekte vorm van accommodatie is hotel. Naast Nederlandse bezoekers (51%) slapen vooral overige buitenlandse bezoekers hier (29%)
- Het percentage bezoekers dat op eigen boot of huurboot verblijft is 14%. In de gehele metropoolregio is dit slechts 2%
- Van de bezoekers uit andere landen verblijft 20% bij vrienden, familie en/of kennissen. Dit is een belangrijk type accommodatie gezien de algemene trend van een langere verblijfsduur en hogere bezoekfrequentie

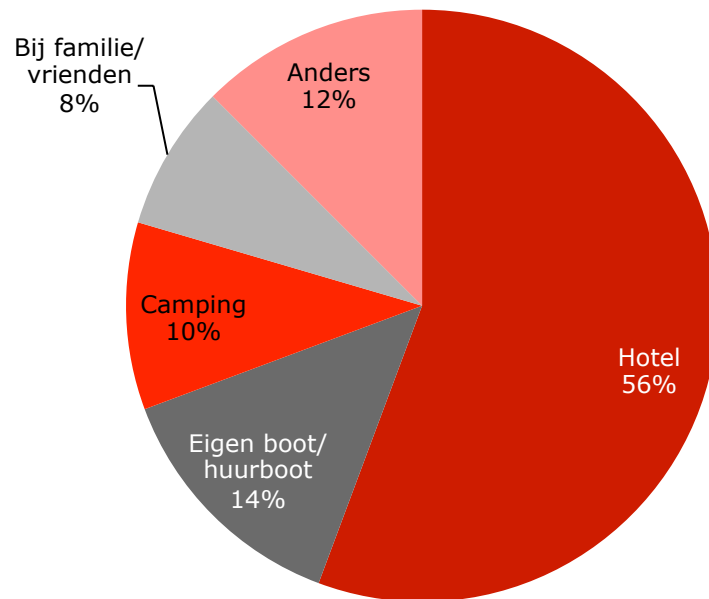


Fig. 15: Accommodatietype van verblijfsbezoekers

Accommodatie: verblijfsbezoekers

- 24% boekt rechtstreeks bij de verblijfsaccommodatie via hun website
- 23% van de verblijfsbezoekers maakt gebruik van boekingsites. De meest populaire boekingsites booking.com, expedia.com of hotels.com, worden door relatief weinig mensen gebruikt. 75% van de boekingen zijn gedaan via andere pagina's

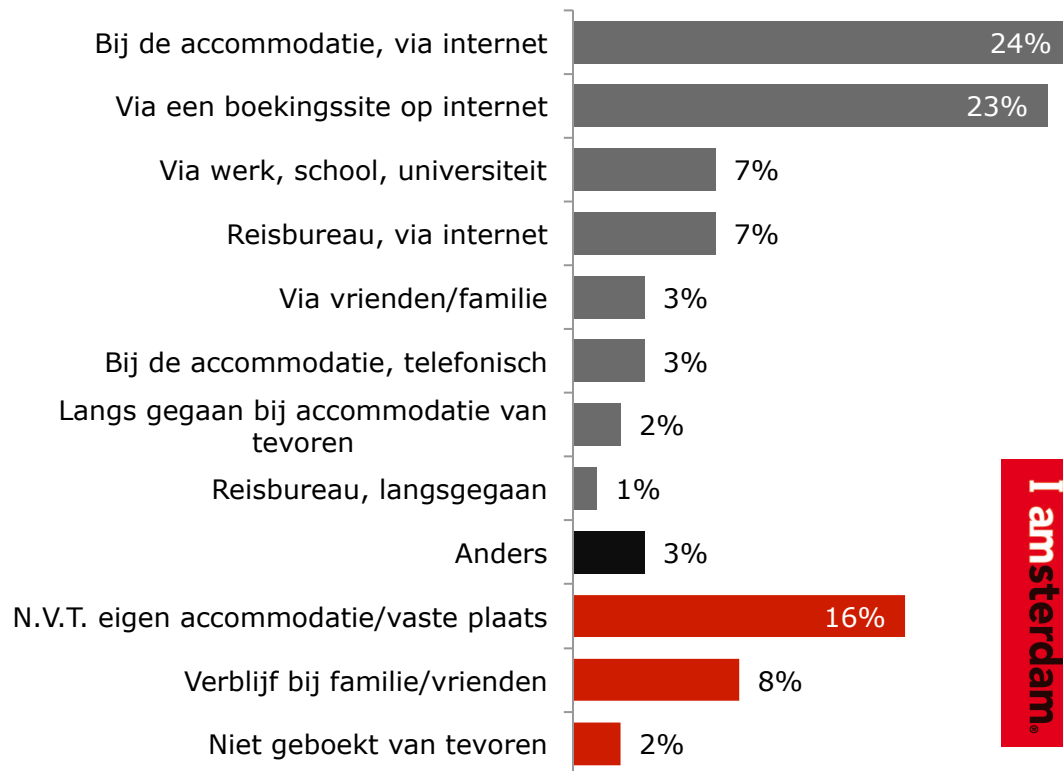


Fig. 16: Boekingsmethodes

Accommodatie: verblijfsbezoekers

- Het moment van boeken laat een consistent beeld zien met de beslissingstermijn van de verblijfsbezoekers
- De meerderheid (52%) beslist 1 week tot 1 maand van tevoren af te reizen naar de gemeente Velsen. Deze bezoekers boeken uiteraard ook binnen deze termijn hun accommodatie

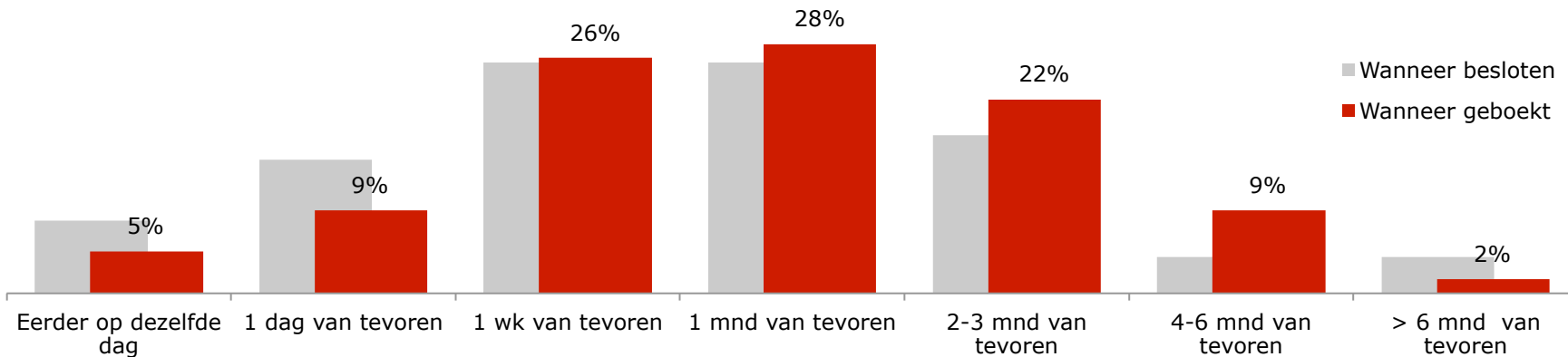


Fig. 17: Boekingsmoment

Accommodatie: dagbezoekers

- 85% van de dagbezoekers in de gemeente Velsen slaapt thuis. Dit zijn bijna uitsluitend Nederlandse bezoekers. 22% hiervan komt uit de gemeente Amsterdam
- 15% slaapt buiten de gemeente (waarvan slechts 2% in Amsterdam), deze bezoekers zijn potentiële verblijfsbezoekers voor de gemeente.

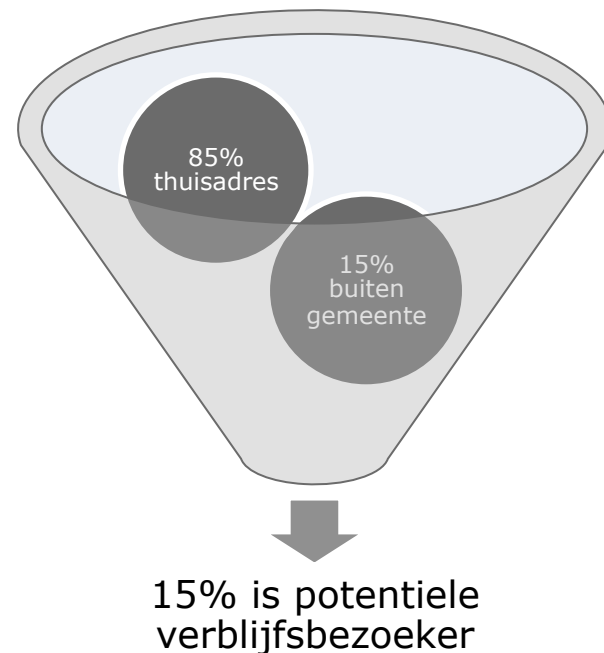


Fig. 18: Verblijfsplaats dagbezoekers aan gemeente Velsen

Vervoermiddelen: naar Nederland

- Bijna 80% van alle bezoekers komt per auto of vliegtuig
- 70% van de bezoekers die per auto/motor komt is Duits
- 96% van de bezoekers die met het vliegtuig komt, komt uit overige buitenland (excl. Duitsland). Bijna een derde hiervan verblijft in Amsterdam en komt voor een dagbezoek naar Velsen (ABHZ doelgroep)
- Het aandeel van de bezoekers dat met een (cruise)ship komt (8%) is uniek voor de gemeente Velsen. In de rest van de regio bedraagt dit aandeel slechts 1%

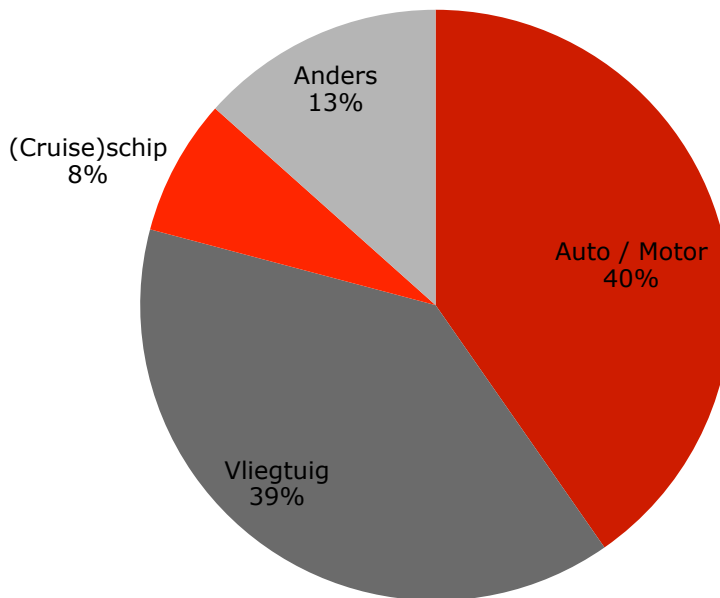


Fig. 19: Vervoermiddelen buitenlandse bezoekers naar Nederland

Vervoermiddelen: internationale bezoekers

- De meeste internationale bezoekers gaan per auto/motor naar Velsen
- Daarnaast zien we dat 30% gebruik maakt van het openbaar vervoer. Bezoekers die per vliegtuig naar Nederland komen zijn sterker afhankelijk van deze manier van vervoer
- Binnen de gemeente Velsen gaat bijna 80% van de bezoekers te voet verder

Fig. 20: Vervoer naar Velsen

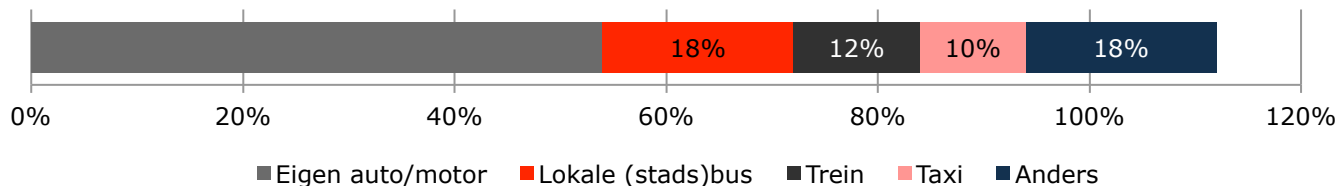
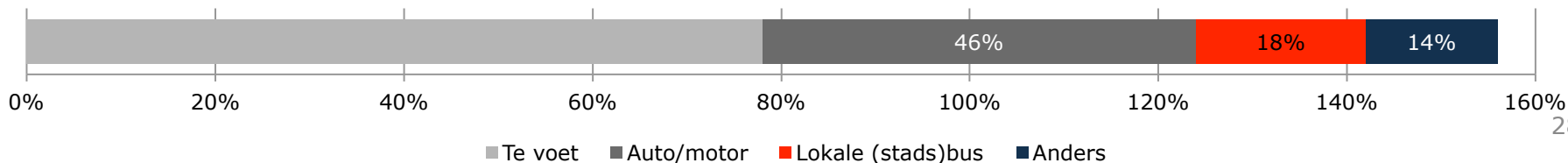


Fig. 21: Vervoer in Velsen



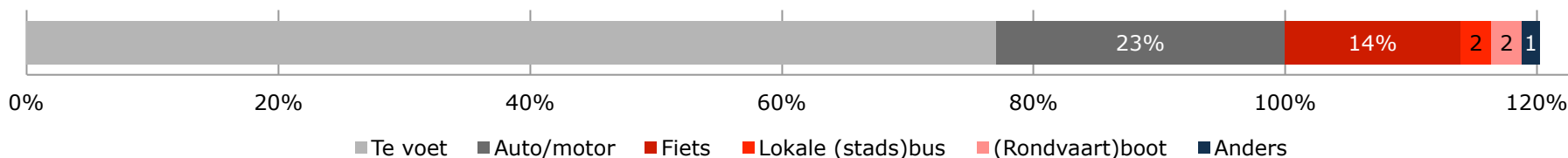
Vervoermiddelen: Nederlandse bezoekers

- Van alle Nederlandse bezoekers aan de gemeente Velsen komt het overgrote deel (69%) met eigen auto/motor
- Binnen de gemeente gaan veel mensen te voet op pad (77%)

Fig. 22: Vervoersmiddelen naar Velsen



Fig. 23: Vervoersmiddelen in Velsen



Activiteiten

- Bezoekers aan de gemeente Velsen doen gemiddeld 4,3 activiteiten
- Horeca-gerelateerde activiteiten zijn belangrijk voor de gemeente: op het terras zitten (48%), uit eten (36%) en snacken (30%) staan alle drie in de top 5
- Daarnaast zijn haven-gerelateerde activiteiten zoals vis eten of de haven bekijken (elk 24%) erg populair. In Zandvoort (8%) en Noordwijk (4%) speelt laatstgenoemde een veel kleinere rol
- Binnen de sportieve activiteiten¹ (incl. wind- en watersporten) worden fietsen (14%) en een sportieve wandeling maken (10%) het vaakst genoemd

Meest ondernomen activiteiten gemeente Velsen

Op terras zitten	48%
Uit eten (in restaurant of café)	36%
Rondlopen in de stad	30%
Strandwandeling	30%
Snacken / fast food	30%
Haven bekijken	24%
Vis eten	24%
Strandpaviljoen	23%
Op het strand liggen	19%
Op de kade zitten, naar de boten kijken	19%

Fig. 24: Populairste activiteiten

¹ Geen top tien activiteiten

Bestedingen: uitleg berekeningen

De berekeningen van de uitgaven zijn gemaakt met behulp van het rekenkundig gemiddelde. Hierbij zijn net als in voorafgaande jaren twee verschillende methodes gebruikt: de macro-economische berekening en de berekening van de daadwerkelijke bestedingen per aspect.

Macro economische aanpak

- In deze aanpak worden bezoekers die zelf geen gebruik gemaakt hebben van een bepaald product of dienst ook worden meegenomen in de berekeningen.
- Deze methode laat een macro-economische visie toe aangezien het alle bezoekers meerekent, ongeacht hun uitgaven.
- Het nadeel is dat de bestedingen voor verschillende diensten ogenschijnlijk verlaagd worden en minder realistisch overkomen.
- Bijvoorbeeld: Mensen die per auto naar Velsen komen en te voet verder gaan geven niets uit aan kosten voor openbaar vervoer, maar zij worden wel met een besteding van 0 euro in de telling voor vervoer meegenomen.
- Op deze manier kan uiteindelijk berekend worden hoeveel geld een bepaalde groei in bezoekersaantallen zou moeten opleveren.

Bestedingen: dagbezoekers (macro-economisch)

- Totale besteding p.p.p.d.: €25,07
- Het grootste percentage (64%) wordt door dagbezoekers uitgegeven aan eten en drinken. Dit correspondeert met de hoofdactiviteiten die eerder genoemd zijn, namelijk: op het terras zitten en uit eten

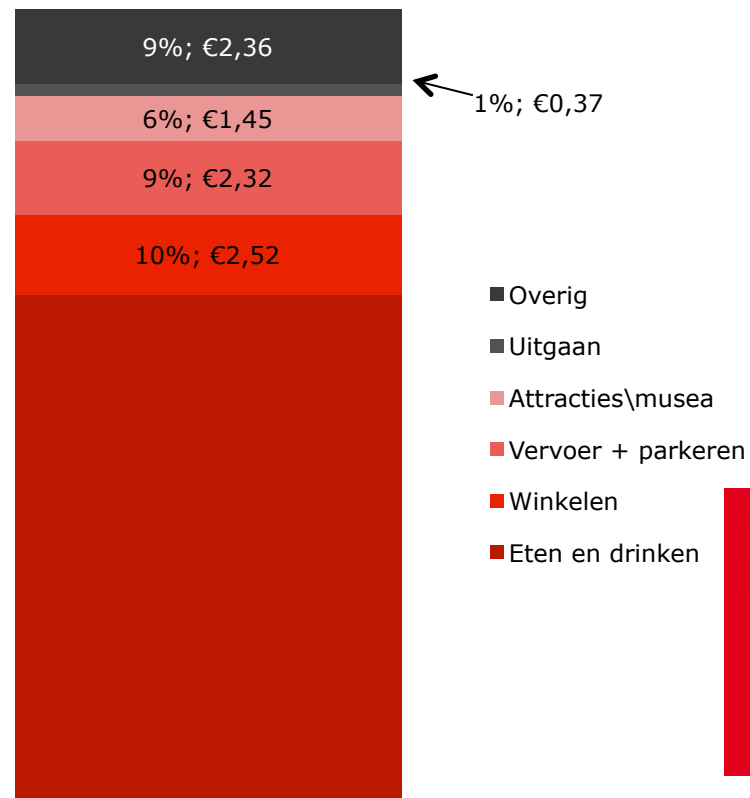


Fig. 25: Bestedingen (macro-economisch) dagbezoekers

Bestedingen: verblijfsbezoekers (macro-economisch)

- Totale besteding p.p.p.d.: €93,99. Dat is lager dan in de andere kustplaatsen Zandvoort (€110,35) of Noordwijk (€126,07)
- Ook voor de verblijfsbezoekers neemt eten en drinken een belangrijke plaats in qua bestedingen (32%)
- Daarnaast gaat bijna 50% van het budget naar de overnachting
- Zonder accommodatie geeft de gemiddelde verblijfsbezoeker €47,70 uit. Dit bedrag is bijna het dubbele van wat dagbezoekers uitgeven

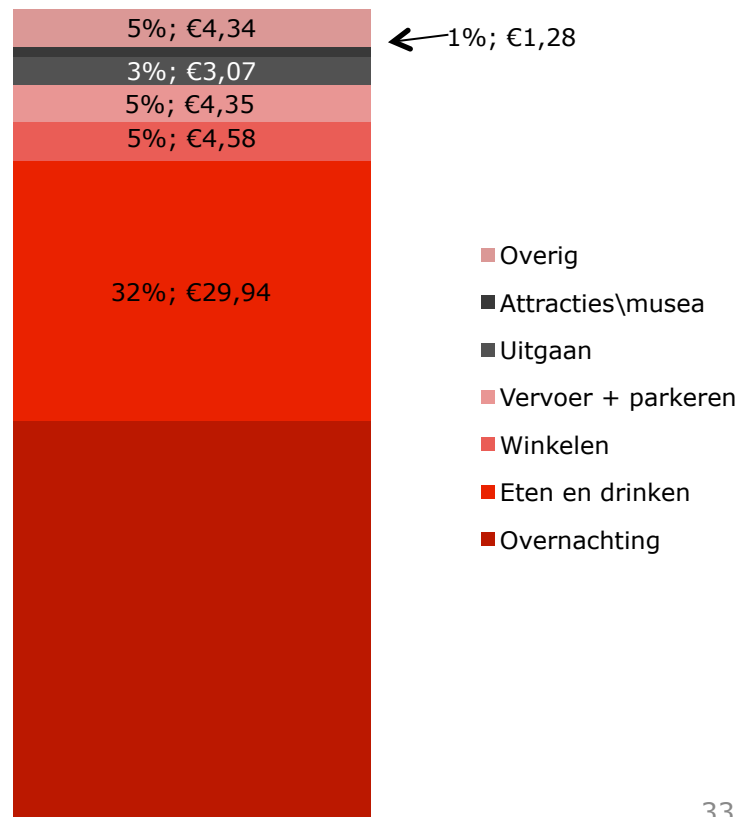


Fig. 26: Bestedingen (macro-economisch) verblijfsbezoekers

Bestedingen: per aspect (daadwerkelijk)

Daadwerkelijke bestedingen per aspect

- Voor de daadwerkelijke bestedingen per aspect worden alleen de respondenten meegerekend die ook daadwerkelijk geld aan een bepaald aspect hebben besteed. De gemiddelde bedragen worden hierdoor realistischer.
- Echter kunnen er geen doorrekeningen mee gedaan worden, omdat deze methode niet alle respondenten meerekent.

Aspect	Besteding
Overnachting	€ 68,46
Eten en drinken	€ 21,27
Lokaal vervoer	€ 8,35
Parkeergeld	€ 6,28
Vervoer + parkeren	€ 6,98
Winkelen	€ 21,95
Attracties/musea	€ 22,16
Uitgaan	€ 37,88
Overig	€ 19,65

Fig. 27: Bestedingen (daadwerkelijk)

Tevredenheid: rapportcijfers

Totaaloordeel

- De gemeente Velsen scoort een gemiddeld rapportcijfer van 7,7. De gemeente scoort hiermee iets lager dan de rest van de regio (8,0)
- Qua totaal oordeel zien we hetzelfde beeld tussen de Nederlandse bezoekers en de buitenlandse bezoekers

Deelaspecten

- Op de strand-gerelateerde deelaspecten scoort de gemeente Velsen hoge cijfers:
 - Een 8,1 voor de netheid van het strand
 - Een 7,7 voor de faciliteiten

Aspect	Cijfer
Bereikbaarheid per auto	8,2
Accommodatie	8,1
Parkeergelegenheid	8,1
Netheid/schoonheid van het strand	8,1
Veiligheid	7,9
Bereikbaarheid per OV	7,9
Hotel- en catering faciliteiten	7,7
Faciliteiten voor kleine kinderen	7,7
Aanbod van faciliteiten op het strand	7,7
Serviceniveau in hotels, restaurants, winkels etc.	7,6
Netheid/schoonheid van het straatbeeld	7,5
Algemeen oordeel 'waar voor uw geld'	7,4
Sfeer	7,4
Bewegwijzering voor bezoekers	7,4
Cultureel aanbod	6,8
Faciliteiten bij slecht weer	6,6
Winkelaanbod	6,3

Fig. 28: Beoordelingen per aspect



Tevredenheid: positieve/negatieve aspecten

- Open en spontane vraag
- Respondenten konden maximaal drie aspecten noemen

Positieve aspecten

- 87% van de bezoekers heeft één of meer positieve reden genoemd
- De meest genoemde aspecten zijn haven (38%), sfeer (31%) en strand (30%)
- Bezoekers waarderen dus juist aspecten waarmee Velsen zich onderscheid van andere (niet-kust)plaatsen in de regio

Negatieve aspecten

- Bijna twee op de drie bezoekers weet helemaal geen negatief aspect te noemen
- Sfeerloos (9%)
- Vuil (4%)

Tevredenheid: positieve/negatieve aspecten



Fig. 29: Top 5 positieve en negatieve aspecten

Socio-demografisch profiel

Leeftijd

- Driekwart van de bezoekers is 41 jaar of ouder
- De grootste leeftijdsgroep zijn 60 plussers (31%)
- Het leeftijdsprofiel van de bezoekers is vergelijkbaar met die van alle bezoekers in de Metropoolregio

Geslacht

- 50% van de bezoekers is man en 50% is vrouw

Fig. 30: Geslacht van de respondenten

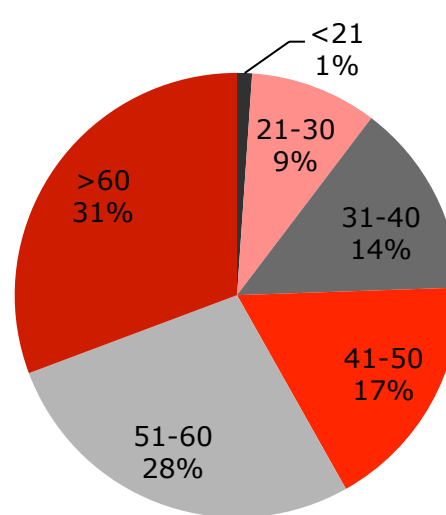
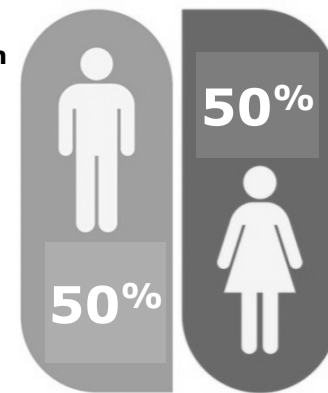


Fig. 31: Leeftijdscategorieën van respondenten



Socio-demografisch profiel

Groepsgrootte en reisgezelschap

- De grootste groep bezoekers komt met z'n tweeën (52%)
- Bezoekers komen vaak met partner (51%), twee derde van deze bezoekers is boven de 50 jaar.
- De een na grootste groep in Velsen zijn families (26%)
- Bezoekers die met vrienden (20%) of alleen (16%) reizen, zijn in de minderheid

Groepsgrootte	
1	16%
2	52%
3 t/m 5	25%
>6	7%

Fig. 32: Groepsgrootte

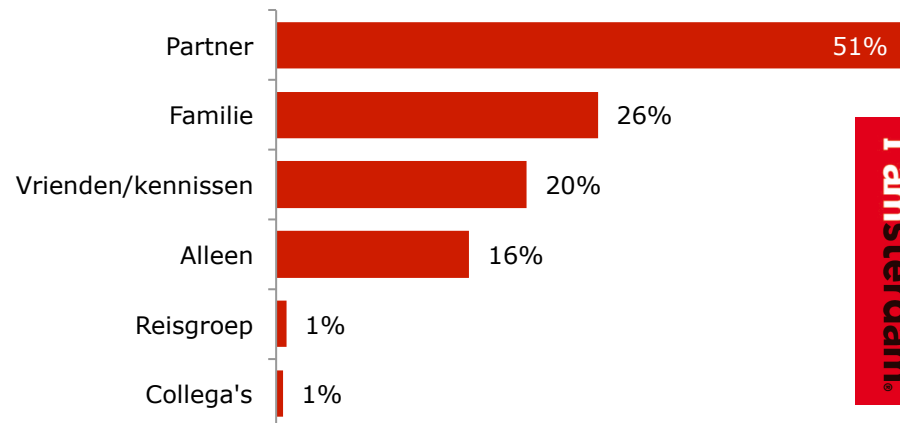


Fig. 33: Reisgezelschap

Toeristische kernprofielen



Kernprofielen

Op basis van de onderzoeksgegevens kunnen twee belangrijke bezoekersprofielen voor de gemeente Velsen gedefinieerd worden. Deze zijn samen verantwoordelijk voor 77% van de ondervraagde bezoekers

Noord Hollandse dagbezoekers

- Met rond 55% het grootste bezoekersprofiel in de gemeente Velsen zijn de Noord-Hollandse dagbezoekers. Deze groep zien we vooral in de gemeente Velsen en in mindere mate in de kustplaatsen Zandvoort (17%) en Noordwijk (5%).

Kust-verblijfsbezoekers

- De verblijfsbezoekers aan de kust maken 22% van de ondervraagde bezoekers uit. Dit is significant lager dan in de concurrerende kustgemeenten Zandvoort (67%) en Noordwijk (65%). Hier behoort de overgrote meerderheid van de bezoekers tot dit profiel.

Kernprofielen

	Noord-Hollandse dagbezoekers
Wie zijn het? (leeftijd, reisgezelschap)	62% is ouder dan 50 jaar; 41% komt met zijn/haar partner; herhaalbezoekers
Waar komen ze vandaan?	28% van de bezoekers komt uit Amsterdam; 14% uit Haarlem
Waar verblijven ze?	Thuis
Wat doen ze?	Klassieke dagje uit activiteiten: op terras zitten, uit eten, strandwandeling
Wat vinden ze van de bestemming?	Totaaloordeel: 7,7; Verder geen sterke afwijking van algemeen beeld
Hoeveel geven ze uit?	€24,52 per persoon per dag. Dat ligt ruim onder het gemiddelde in de regio (46,98) maar is vergelijkbaar met de andere kustplaatsen Zandvoort (€27,28) en Noordwijk (€30)
Hoe/ wanneer besluit? Informatiebehoefte	69% besluit op zeer korte termijn (zelfde dag of dag ervoor); 49% zoekt naar informatie, voornamelijk bij familie/vrienden/kennissen en via de dagelijkse krant

Kernprofielen

	Kust(verblijfs)bezoekers
Wie zijn het? (leeftijd, reisgezelschap)	Zin gemiddeld 47 jaar en komen met hun partner (64%) of de hele familie (23%) naar de gemeente Velsen
Waar komen ze vandaan?	Voornamelijk uit Nederland (60%) en Duitsland (20%)
Waar verblijven ze?	Voornamelijk in hotels (56%) maar ook op andere soorten accommodaties dichtbij het strand
Wat doen ze?	Ondanks de relatief lange verblijfsduur van 4,1 nachten ondernemen zij voornamelijk strand en horeca-gerelateerde activiteiten
Wat vinden ze van de bestemming?	Totaaloordeel: 7,7; Meest tevreden over de accommodatie zelf en de bereikbaarheid per auto (8,1)
Hoeveel geven ze uit?	Met €93,99 per persoon per dag meer dan andere groepen, maar duidelijk minder dan in Zandvoort of Noordwijk
Hoe/ wanneer besluit? Informatiebehoefte	69% besluit binnen een week en drie maanden van tevoren; 63% zoekt naar informatie, voornamelijk bij familie/vrienden/kennissen en websites van attracties en musea

amsterdam marketing

Ontwikkelingen sinds 2008



Trends en ontwikkelingen (1)

Herkomst

- Ondanks een a-selecte (toevallige) steekproef, is het aandeel geïnterviewde Nederlandse bezoekers t.o.v. 2008 flink toegenomen (85% t.o.v. 67% in 2008).
- Het aandeel Duitse bezoekers daarentegen is gedaald (6% t.o.v. 11% in 2008)

Verblijfsduur (minus uitschieters)

- De gemiddelde verblijfsduur ten opzichte van 2008 is flink gedaald: 4,11 nachten t.o.v. 8,97 nachten.
- Dit is te verklaren doordat er in 2015 meer bezoekers zijn geïnterviewd die in hotels overnachten (typisch een short-stay accommodatie), in 2008 waren er vooral mensen op de camping geïnterviewd. Wanneer we de daadwerkelijke cijfer van OIS¹ naast de steekproef leggen, zien we dat hotels in de gemeente Velsen aanzienlijk meer bezoekers ontvangen dan campings. Dit maakt de steekproef van 2015 realistischer.
- Daarnaast werd het hoge gemiddelde in 2008 grotendeels veroorzaakt door 11% van de verblijfsbezoekers die 3 weken of meer overnachtten in de gemeente Velsen

¹ http://www.ois.amsterdam.nl/assets/pdfs/2015_metropoolregio_in_cijfers.pdf

Trends en ontwikkelingen (2)

Tevredenheid

- Het totaaloordeel is stabiel gebleven over de afgelopen jaren
- Er is een daling te zien in de tevredenheid over de netheid/schoonheid van het straatbeeld. 7,5 in 2015 en 8,0 in 2008
- De grootste stijgingen zijn voor de categorieën: horecafaciliteiten (+0,5), strandfaciliteiten (+0,7), faciliteiten voor kinderen (+0,9) en faciliteiten bij slecht weer (+0,5)¹

Trends en ontwikkelingen (3)

Bestedingen

- Ten opzichte van 2008 zijn de bestedingen voor dagbezoekers licht gedaald. Deze bezoekers besteden per persoon per dag gemiddeld 2 euro minder dan in 2008 (€25,07 t.o.v. €27,27)
- Verblijfsbezoekers daarentegen besteden aanzienlijk meer (€93,99 t.o.v. €58,61 in 2008). Dit komt vooral door de stijgingen in de bestedingen voor de overnachting (€46,28 t.o.v. €19,28 in 2008) en eten en drinken (€29,94 t.o.v. €15,84 in 2008)
- Zoals uitgelegd op de vorige pagina heeft dit verschil te maken met het type accommodatie. Door het hogere aandeel hotelgasten in de steekproef gaan ook de gemiddelde bestedingen voor de verblijfsaccommodatie omhoog

Methodologie van het onderzoek



Methodologie van het onderzoek (1)

Methodologie

- Face to face interviews
- Zo kort en beknopt mogelijk dus gebruik van techniek om overbodige vragen te vermijden
- Gem. duur NLse bezoeker 13 min, gem. duur buitenlandse bezoeker 15 min

Doelgroepen

- Toeristische doeleinden, Verblijfs- en dagbezoekers, Nederlanders en buitenlanders, 16 jaar en ouder

▪ Onderzoeklocaties

- Inspraak van gemeente voor representatief beeld, kan afwijken van vorige jaren
- Specificering van de onderzoeklocaties is te vinden in de bijlagen

Methodologie van het onderzoek (2)

Onderzoeksperiode

- Gebaseerd op logiesstatistieken van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en de resultaten van het bezoekersonderzoek van voorgaande jaren

Aantal respondenten

- Het aantal geïnterviewde bezoekers in de gemeente Velsen is 337
- Daarnaast zijn in een aantal relevante onderwerpen alle bezoekers binnen de steekproef die de gemeente Velsen bezocht hebben meegenomen. Bijv. iemand die in Haarlem is geïnterviewd maar in IJmuiden aan Zee verblijft, is ook gevraagd naar zijn/haar accommodatie en is bij dit onderwerp ook meegenomen
- Zo komen we in een aantal gevallen op een totale steekproef van 370 respondenten

Methodologie van het onderzoek (3)

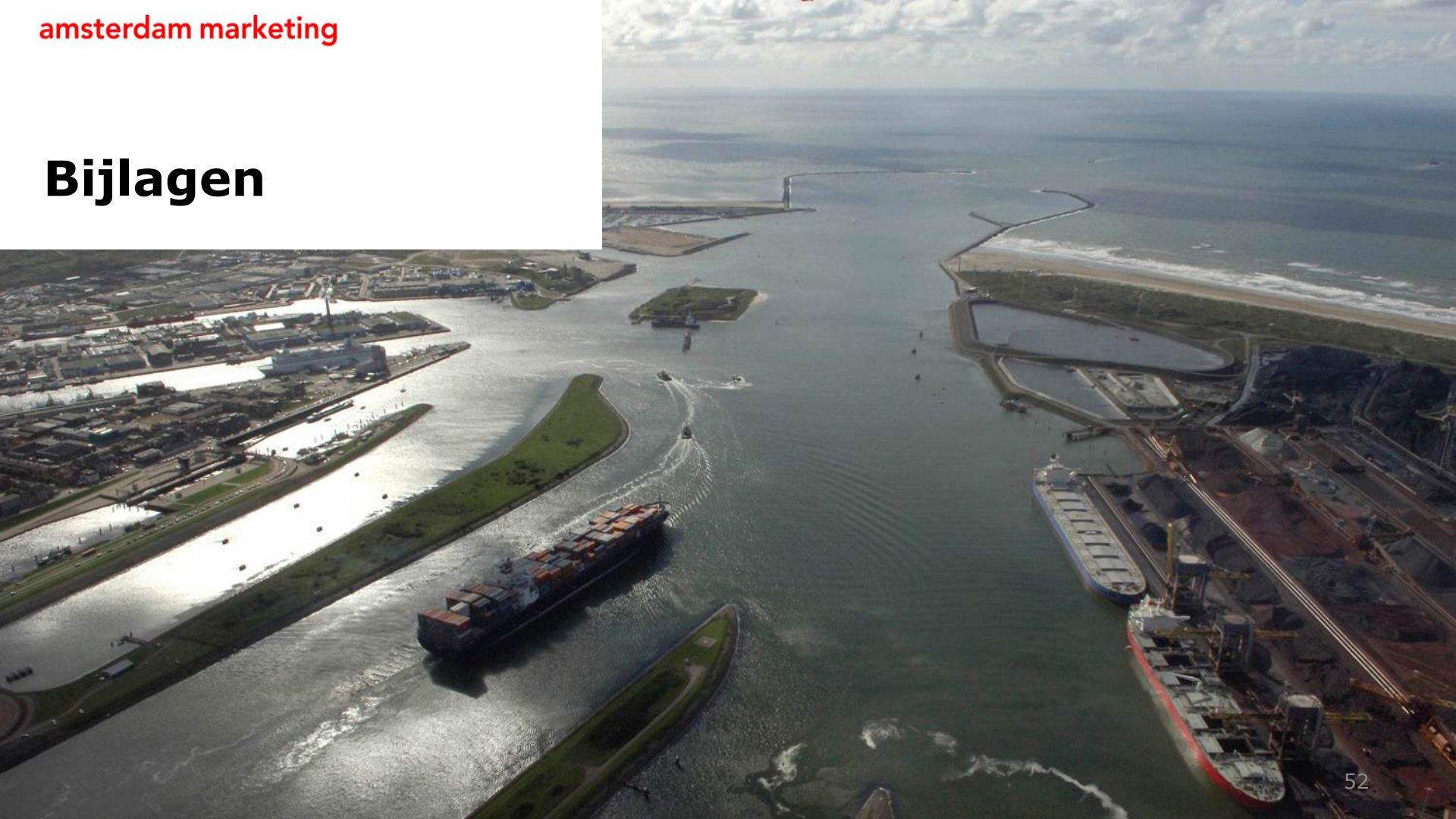
Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid

- 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 50%, 95% zeker zijn dat het ware percentage van de bevolking dat dit antwoord kiest tussen de 47% en 53% ligt.

Vergelijking met 2008

- De methodologie en enquête van 2015 zijn vergelijkbaar met die van 2008. Dit betekent dat de gegevens grotendeels met elkaar vergeleken kunnen worden.

Bijlagen



Bijlagen: ondernomen activiteiten (1)

Algemene activiteiten

Op terras zitten	48%
Uit eten (in restaurant of café)	36%
Rondlopen in de stad	30%
Snacken / fast food	30%
Naar een markt	13%
Attractiebezoek	10%
Café of pub bezoek	9%
Winkelen	9%
Routes (wandel-, fiets- of autoroutes)	8%
Rondvaart	6%
(Dagelijkse) boodschappen doen	6%
Chillen op een plein	5%
Excursies/uitstapjes buiten plaats	5%
Parkbezoek (openbaar park)	3%
Coffeeshopbezoek (waar softdrugs verkrijgbaar zijn)	1%
Kinderspeelplaats	1%

Strandactiviteiten

Strandwandeling	30%
Haven bekijken	24%
Vis eten	24%
Strandpaviljoen	23%
Op het strand liggen (of in de duinen)	19%
Op de kade zitten, naar de boten kijken	19%

Sportieve activiteiten

Fietsen	14%
Sportieve wandeling maken	12%
Zwemmen	10%
Varen	4%
(Kite)surfen	2%
Zeilen	2%
Vliegeren	2%
Paardrijden	1%
Vissen	1%

Bijlagen: ondernomen activiteiten (2)

Culturele activiteiten

Naar een special evenement of festival	13%
Museumbezoek	6%
Traditionele architectuur (17e en 18e eeuw) bekijken	2%
Moderne architectuur (na 1940) bekijken	1%
Galerie / Tentoonstellingsbezoek	1%

Bijlagen: Informatiebronnen (voor en na beslissing)

Informatiebronnen	Dagbezoeker		Verblijfsbezoeker	
	Voor	Na	Voor	Na
iamsterdam.com	4%	3%	13%	12%
NBTC/Holland.com	0%	0%	1%	1%
Websites van accommodaties	2%	2%	25%	21%
Websites van resiororganisaties	3%	2%	11%	9%
Websites van vervoerders	2%	4%	7%	9%
Websites over andere steden/regio's in Nederland	5%	4%	8%	9%
Websites van attracties, evenementen, musea etc.	24%	25%	26%	31%
Tripadvisor.com	3%	2%	14%	14%
Weblogs over Velsen	1%	1%	4%	4%
Social media	2%	2%	6%	6%
Apps van smartphones	2%	2%	4%	5%
TV	2%	0%	2%	1%
Radio	0%	0%	0%	0%
Tijdschriften	1%	1%	1%	1%
Brochures van reisbureau	2%	1%	2%	3%
Dagelijkse krant	3%	1%	1%	0%
Reisbrochure of -gidsen	5%	4%	9%	11%
VVV kantoor in Nederland	1%	2%	1%	2%
Beurzen	0%	0%	0%	0%
Familie/Vrienden/kennissen	15%	10%	27%	21%
Reisbureau/Touroperator langsgedaan	1%	1%	2%	2%
Anders	6%	5%	6%	5%
Geen	41%	46%	21%	19%

Bijlagen: Locaties met toestemming

Soort Interview Locatie

	Frequentie	Percentage
Verblijfsaccommodatie	46	15%
Op straat / winkelstraat	31	9%
Attractie of museum	15	5%
Bij strandopgang / boulevard	136	32%
Anders	109	40%
Totaal	337	100%

Distributie interviews per maand

	Frequentie	Percentage
Juni	13	4%
Juli	27	8%
Augustus	179	53%
September	49	15%
Oktober	69	21%
Totaal	337	100%

Locatie Velsen/ IJmuiden aan Zee

	Frequentie	Percentage
IJmuiden aan Zee	1	0%
Action Planet Velsen	8	2%
Beeckestijnpop	13	4%
Boulevard	98	29%
Strand	38	11%
Fort IJmuiden	4	1%
IJmuiden Haven	22	7%
Holiday Inn IJmuiden	46	14%
Rondvaart IJmuiden	11	3%
Jaarmarkt IJmuiden	6	2%
Landgoed Beeckestijn antiek en curiosamarkt	18	5%
Markt IJmuiden	7	2%
Presail	48	14%
Sail	13	4%
Stationsplein	1	0%
VVV	2	1%
Watertaxi	1	0%
Totaal	337	100%

Bijlagen: Vragenlijst

- 1.0 Goede morgen/middag/avond. In opdracht van Amsterdam Marketing hou ik een enquête onder de bezoekers van #PLAATS#. Zou u zo vriendelijk willen zijn om een paar vragen te beantwoorden over uw bezoek? Dit neemt ongeveer 10 minuten in beslag.
 - 1.1. Plaats [ENQ: NIET VRAGEN]
 - 1.2. Soort Locatie [ENQ: NIET VRAGEN]
 - 1.3 Locatie [ENQ: NIET VRAGEN]
 - 1.4. Maand [ENQ: NIET VRAGEN]
 - 1.5. Dag van de week [ENQ: NIET VRAGEN]
 - 1.6. Tijd van de dag [ENQ: NIET VRAGEN]
 - 1.7. Weer [ENQ: NIET VRAGEN] [MR]
 - 1.8. Woont, werkt of studeert u in PLAATS?
 - 1.9. Bezoekt u PLAATS voor zaken? (congres, vergadering etc)?
 - 1.10. Bent u 16 jaar of ouder?

- 2.0. In welk land bent u permanent woonachtig? [ENQ: permanent is langer dan 3 mnd]

Bijlagen: Vragenlijst

- 3.1. Wat zijn de 4 cijfers van uw postcode?
 - 3.2.1. Wat is uw regiocode? (Frankrijk) [ENQ: TOON TOONKAART]
 - 3.2.2. Wat is uw regiocode? (Groot-Brittannië) [ENQ: TOON TOONKAART]
 - 3.2.3. Wat is uw regiocode? (VS.) [ENQ: TOON TOONKAART]
 - 3.2.4. Wat is uw regiocode? (Duitsland) [ENQ: TOON TOONKAART]
 - 3.2.5. Wat is uw regiocode? (Italië) [ENQ: TOON TOONKAART]
 - 3.2.6. Wat is uw regiocode? (Spanje) [ENQ: TOON TOONKAART]
 - 3.2.7. Wat is uw regiocode? (België) [ENQ: TOON TOONKAART]

- 4.1. Hoeveel dagen in totaal verblijft u in PLAATS gedurende uw bezoek?
- 4.2. Hoeveel nachten in totaal verblijft u in PLAATS gedurende uw bezoek?
- 4.3. Hoe lang is uw bezoek aan PLAATS in uren?

- 5.0. Maakt uw bezoek aan PLAATS deel uit van een rondreis in Europa?

- 6.2. Hoe vaak bent u in de afgelopen 3 jaar al eerder in PLAATS geweest? (inclusief bezoek aan familie en vrienden)

Bijlagen: Vragenlijst

- 7.0. Wat is de hoofdreden van uw bezoek aan PLAATS? [ENQ: slechts 1 antwoord mogelijk] skips aangepast
 - 7.1. Wat is de aard van het zakelijk bezoek? Is dat voor een: (ENQ: 1 ANTWOORD)
 - 7.2. Waarom heeft u gekozen voor een bezoek aan PLAATS [ENQ: SPONTAAN, GOED DOORVRAGEN] [MR]

- 8. Heeft de nabijheid van Amsterdam een rol gespeeld in uw besluit PLAATS te bezoeken?

- 9. Hoe lang vóór uw bezoek heeft u besloten om PLAATS nu te bezoeken?

- 10.1. Wat waren uw informatiebronnen voordat u de beslissing nam om PLAATS te bezoeken? [MR] (ENQ. GOED DOORVRAGEN)
- 10.2. Wat waren uw informatiebronnen nadat u de beslissing nam om PLAATS te bezoeken? [MR] (ENQ. GOED DOORVRAGEN)
- 10.3. Heeft u informatie ingewonnen over PLAATS gedurende uw bezoek aan PLAATS of gaat u dat nog doen?

Bijlagen: Vragenlijst

- 12.0 Waar verblijft of overnacht u momenteel? (ENQ. In geval van vertrek, neem laatste overnachting)
- 12.1. In welke plaats verblijft of overnacht u momenteel? (in geval van vertrek, neem laatste overnachting)
- 12.2. In welk type accommodatie verblijft u (of gaat u verblijven)?

- 13.4.1. Hoe heet uw hotel/jeugdhotel in #PLAATSVERBLIJF#?
- 13.5. Hoe heeft u uw verblijfsaccommodatie geboekt?
- 13.5.1 Via welke boekingsite op internet heeft u uw verblijfsaccommodatie geboekt?
- 13.6. Hoe lang voor uw verblijf heeft u uw accommodatie geboekt?

- 14.1. Welk vervoersmiddel heeft u hoofdzakelijk gebruikt naar Nederland? [SR]
- 14.2. Welk(e) vervoersmiddel(en) heeft u gebruikt naar PLAATS (binnen Nederland)? [MR]
- 14.3. Welk(e) vervoersmiddel(en) heeft u gebruikt tijdens uw verblijf in PLAATS? [MR]

Bijlagen: Vragenlijst

- 15.1. Ik wil u graag een aantal activiteiten laten zien die u kunt doen in PLAATS. Kunt u aangeven welke van de activiteiten u al heeft gedaan of die u nog gaat doen tijdens uw bezoek?
- 15.2. Dan wil ik nu graag de culturele activiteiten weten
- 15.3. Dan wil ik nu graag de sportieve activiteiten weten
- 15.4. Dan wil ik nu graag de watersport activiteiten weten
- 15.5. Dan wil ik nu graag de activiteiten aan het strand en directe omgeving weten
- 15.6. Welke andere steden of dorpen in de regio heeft u bezocht of gaat u bezoeken rond uw bezoek aan #PLAATS#?
- 15.7. Welke attracties of musea heeft u bezocht of gaat u bezoeken (in Amsterdam) tijdens dit bezoek?
- 15.8. Welke attracties of musea heeft u bezocht buiten Amsterdam tijdens dit bezoek?
- 15.9 HEEFT U EEN I AMSTERDAM CITY CARD GEKOCHT, ZO JA VOOR HOEVEEL UUR?

- 16. Ik noem nu een aantal categorieën waar u geld aan kunt besteden tijdens uw bezoek aan PLAATS. Kunt u aangeven hoeveel geld u PER PERSOON PER DAG gemiddeld heeft besteed/gaat besteden per categorie? Hoeveel, in euro's, heeft u per persoon per dag besteed aan ... ?
- 16.1.0 na antwoord bedrag accommodatie: is dit 1 alleen voor overnachting, 2 inclusief ontbijt, 3 half pension (ontbijt en diner), 4 vol pension (ontbijt, lunch en diner)?

Bijlagen: Vragenlijst

- 17. Kunt u aangeven hoe u onderstaande aspecten hebt ervaren in #PLAATS#? Zou u uw mening willen aangeven binnen een schaal van 1 tot 10, waarbij 10 voor 'uitmuntend' staat.

- 18.1 Wat zijn volgens u 3 positieve aspecten van PLAATS? Let op: dit is een spontane vraag!
- 19.1 Wat zijn volgens u 3 negatieve aspecten van PLAATS? Let op: dit is een spontane vraag!

- 20. Wat is uw ALGEMENE OORDEEL over uw bezoek aan #PLAATS#? Geef een cijfer van 1-10, waarbij 1 = uitzonderlijk slecht and 10 = uitmuntend.

- 21. Bent u van plan om PLAATS nogmaals te bezoeken?

- 22. Wat is uw leeftijd?
- 22.1. Kunt u aangeven uit hoeveel personen uw reisgezelschap bestond ? (incl. jezelf)
- 22.1.1 In welk van de volgende leeftijdscategorieen vallen u en uw reisgenoten? (Indien categorie genoemd:) Hoeveel personen van *-* jaar?)

Bijlagen: Vragenlijst

- 23. Wat is de relatie met de personen waarmee u reist? [MR]

- 24.1. Wij willen u mogelijk nog eens benaderen mee te werken aan een ander onderzoek van Amsterdam Marketing, wilt u daaraan meewerken? "
- 24.2. Wat is uw email adres? Dit is alleen voor dit onderzoek. Wij zullen u nooit benaderen met reclame activiteiten of verkoop."

- DAN WAREN DIT ALLE VRAGEN, HARTELIJK DANK VOOR UW MEDEWERKING!
- 25. [ENQ: NIET VRAGEN] Geslacht
- 26. [ENQ: NIET VRAGEN] In welke taal is dit onderzoek afgenomen?