



MAATSCHAP
VOOR COMMUNICATIE

Rapportage

Enquête dagjesmensen Hoek van Holland

Inleiding

In opdracht van de Werkgroep Recreatieoord van de Gebiedscommissie Hoek van Holland heeft Maatschap voor Communicatie een enquête opgesteld en uitgevoerd onder niet-vaste recreanten (hierna: dagjesmensen) in Hoek van Holland. Doel van de enquête is om inzicht te krijgen in de waardering van dagjesmensen voor Hoek van Holland als plek om te recreëren, welke waarden ze als positief beschouwen en waar verbetering mogelijk is vanuit toeristisch perspectief.

Deze enquête maakt onderdeel uit van een breder participatietraject rondom de totstandkoming van een Toekomstvisie voor Hoek van Holland en het Recreatieoord Hoek van Holland, waar de Gebiedscommissie en Recreanten Advies Raar (RAR) samen aan werken.

De enquête is uitgevoerd op 25 augustus 2021 op drie locaties in Hoek van Holland: bij de strandopgang, bij het metrostation en in het centrum van het dorp. Er zijn 87 enquêteformulieren volledig ingevuld en ingeleverd.

Hierna volgt een toegankelijke vertaling van de resultaten en een overzicht van de demografie van de respondenten. De ruwe gegevens zijn als bijlage in Excel beschikbaar.



Maatschap voor Communicatie

Arthur van Schendelstraat 650, 3511 MJ Utrecht

Telefoon 030 271 04 27 / info@mvc.nl / mvc.nl

KvK 30261512 / btw NL8092.54.931.B.01 / Bank NL37RABO0147234913

Maatschap voor Communicatie
is lid van **Publiquest**,
de communicatie coöperatie

Vertaling van de resultaten

Waardering van het huidig verblijf

Hoek van Holland krijgt van de respondenten gemiddeld een 8 als toeristische bestemming op het moment van afname (zomerse dag).

Reden van komst naar Hoek van Holland

Als reden voor komst werd het strand verreweg het vaakst genoemd: 83% van de ondervraagden noemde het strand als enige of één van de redenen om af te reizen naar Hoek van Holland. Wandelen en fietsen (45%) is een goede tweede. De horeca (34%) staat op plaats 3.

Winkelen (9%) wordt nauwelijks genoemd als reden om naar Hoek van Holland te komen.

Reis naar Hoek van Holland

De auto is verreweg het populairste vervoermiddel om naar Hoek van Holland te komen: 74% van de respondenten geeft aan met de auto te zijn gekomen. De overige respondenten zijn met het openbaar vervoer of de fiets afgereisd.

Aantrekkingskracht van Hoek van Holland

De populariteit van de auto is terug te zien in de antwoorden op de vraag 'Wat maakt Hoek van Holland een aantrekkelijke toeristische bestemming?'. 30% van de respondenten noemt de goede en gratis parkeergelegenheid. Let wel: dit was niet één van de meerkeuze-opties, maar is zelf door deze respondenten toegevoegd.

Van de multiple-choice opties worden met name 'strand en duin' (90%), 'natuur en stilte' (56%) en 'horeca' (36%) genoemd als positieve eigenschappen van Hoek van Holland als toeristische plaats.

Tot slot valt in de open antwoorden op dat de kleinschaligheid van Hoek van Holland – met name tegenover Scheveningen en Kijkduin – wordt genoemd als aantrekkelijke eigenschap.

Hoek van Holland als vierseizoenenbadplaats

De respondenten zijn verdeeld over de geschiktheid van Hoek van Holland als vierseizoenenbadplaats. 35% vindt van wel, 22% van niet en de rest weet het niet.

Als manieren om Hoek van Holland geschikter te maken voor recreatie gedurende het hele jaar, wordt vaak genoemd dat de strandtenten het hele jaar open moeten zijn (28%). Meer binnenactiviteiten als speeltuinen, musea en een overdekt zwembad wordt door 9% van de respondenten genoemd.

Andere antwoordopties (o.a. meer hotels, pensions en Bed & Breakfasts) worden nauwelijks genoemd als manieren om Hoek van Holland aantrekkelijker te maken buiten het hoogseizoen. N.B. dit kan te maken hebben met de doelgroep van de enquête: overnachtingsmogelijkheden zijn wellicht niet 'top of mind' bij dagjesmensen. In de vraagstelling is daar overigens wel rekening meegehouden, door deze vraag buiten de eigen situatie te plaatsen.

Verbeterpunten

Bij het uitvragen naar algemene verbeterpunten om Hoek van Holland aantrekkelijker te maken als plek om te recreëren, valt op dat het meest wordt genoemd (34%) dat Hoek van Holland goed is zoals het is en er vooral niet teveel moet veranderen. In dat verband worden vooral de kleinschaligheid en het authentieke karakter genoemd als redenen om niet teveel te veranderen.

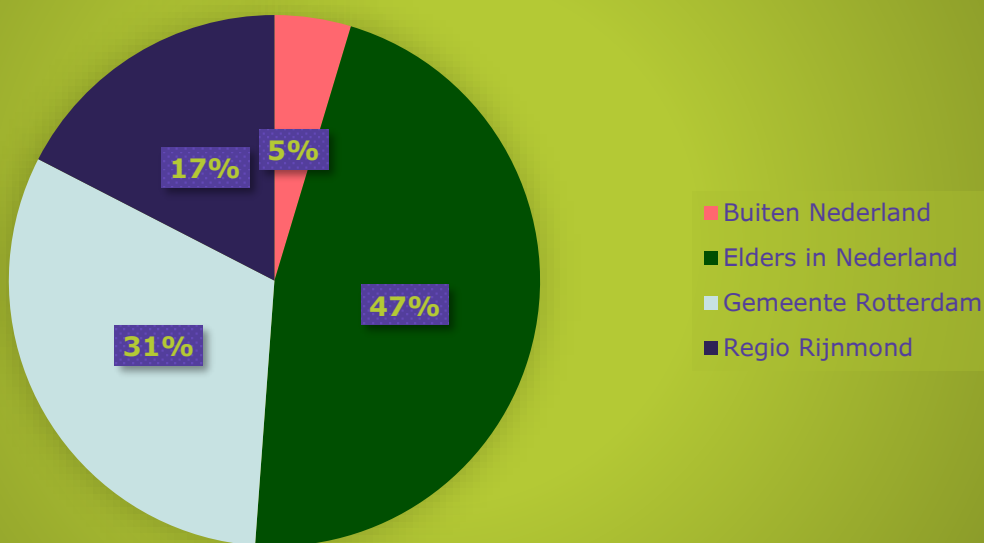
De multiple choice opties (beter winkelaanbod, modernere faciliteiten op het strand, evenementen en cultureel aanbod) worden nauwelijks genoemd (niet boven de 15%).



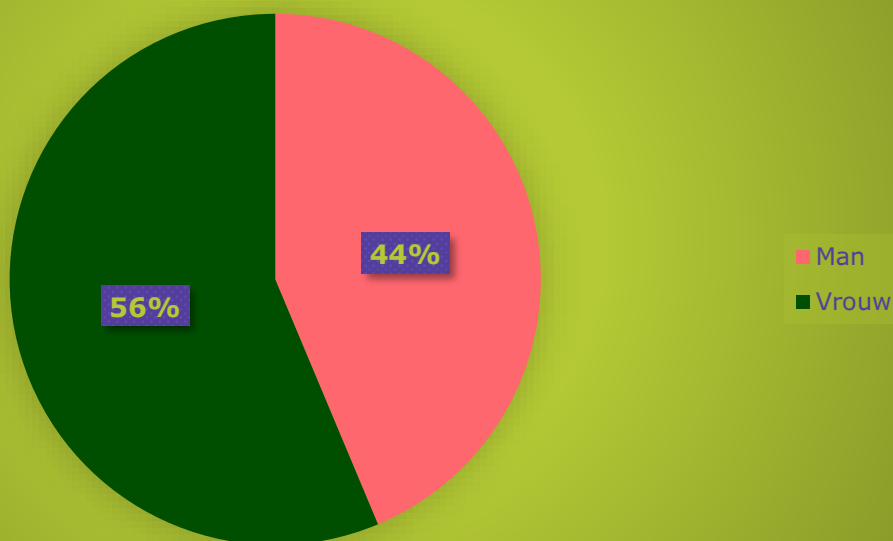
Demografie en andere kenmerken

Hieronder nog een overzicht van de uitgevraagde demografische gegevens van de respondenten en enkele andere kenmerken.

Herkomst

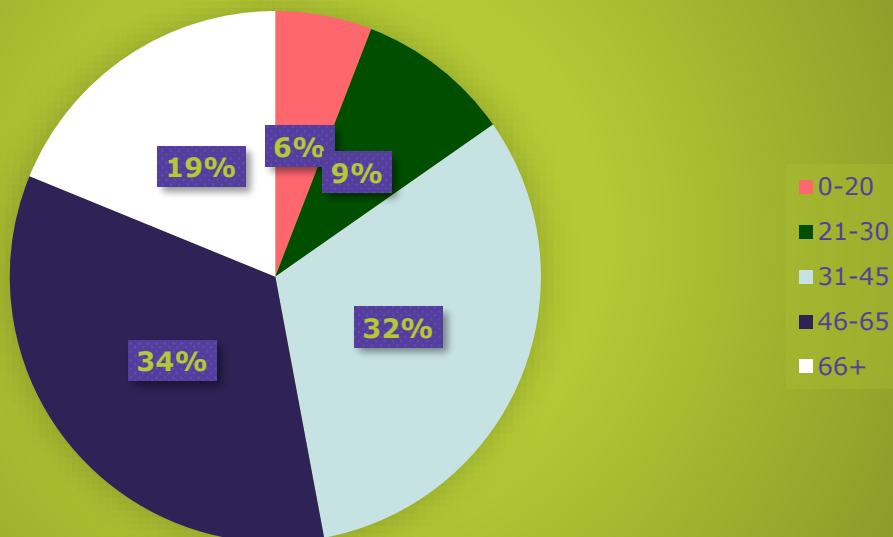


Geslacht

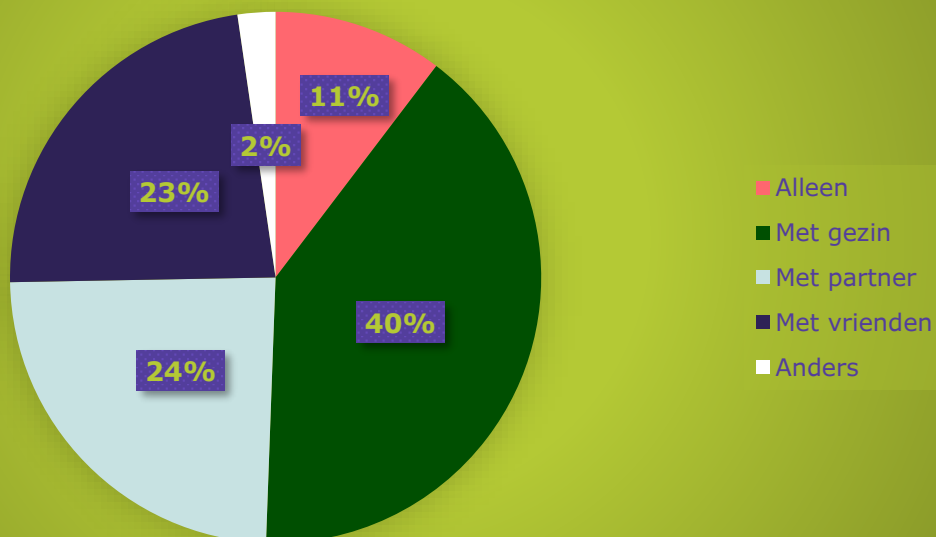




Leeftijd

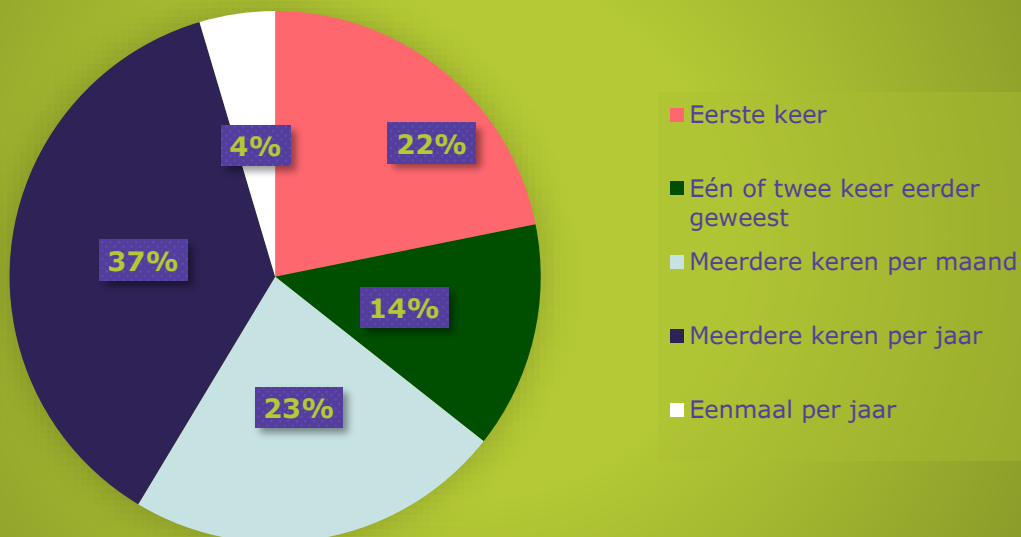


Gezelschap





Frequentie van bezoek



Favoriete seizoen voor bezoek

