Ontwerp

Beleidskader kamperen Terschelling

gemeente Terschelling

Colofon

Citeertitel beleidsplan	: Beleidskader kamperen Terschelling
Onderwerp	:
Datum vaststelling	:
Auteur	:
Referentiegroup	:

Gemeente Terschelling

Postbus 14

8880 AA West-Terschelling

T. +31 (0) 562 446244

M. gemeente@terschelling.nl

www.terschelling.nl

Inhoud

1. Beleidskader kamperen 4

1.1 Totstandkoming 4

1.2 Vervolg 5

2. Analyse huidige situatie 6

2.1 Geschiedenis en landschap 6

2.2 Kampeertypen 7

3. Uitgangspunten 8

3.1 Kamperen is in balans met leefbaarheid en natuur op Terschelling 8

3.2 Kamperen is ingepast in het Terschellinger landschap 9

3.3 Ruimte voor ondernemen in de kampeersector 9

3.4 Oog voor maatschappelijke opgaven 9

4. Richtlijnen 10

4.1 Ruimte voor kamperen 10

4.2 Kampeertypen 10

4.3 Kampeerterrein 11

4.4 Kamperen bij de boer 12

Conclusie 13

Vervolg 14

1. Beleidskader kamperen

De toeristische sector is de economische kurk waar Terschelling op drijft. Kamperen vormt een belangrijk onderdeel van het toerisme. Het kampeerbeleid stamt uit 2010 en sluit niet meer aan bij de huidige behoeften. Daarom wordt het kampeerbeleid geactualiseerd. Dit document is het beleidskader voor kamperen op Terschelling. Het doel is om sturing te geven aan de toekomst van kamperen. Het geeft dus een duidelijke beleidsrichting.

Het beleidskader is het vervolg op de 'Startnotitie gemeentelijke uitgangspunten' (bijlage 1), waarin de uitgangspunten van de gemeente (op basis van bestaand beleid) worden weergegeven. Voor het beleidskader zijn de gemeentelijke uitgangspunten getoetst en verrijkt met input van ondernemers en bewoners. Op basis hiervan zijn per thema een of meerdere uitgangspunten opgesteld. De volgende stap is het opstellen van beleidsregels die de uitvoering van het kader borgen.

1.1 Totstandkoming

Samen met inwoners en ondernemers is dit beleidskader tot stand gekomen. Het participatieproces vormt een belangrijk onderdeel bij het maken van nieuw beleid. Zowel ondernemers als bewoners zijn actief betrokken.

Er is een klankbordgroep opgericht. Deze bestaat uit afvaardigingen van diverse organisaties op het eiland. Zij representeren elk een achterban en vertegenwoordigen daarmee het eiland en de verschillende stakeholders van de kampeersector. De klankbordgroep heeft op meerdere momenten meegedacht en input geleverd. De klankbordgroep is op meerdere momenten benaderd. Namelijk tijdens de kick-off bijeenkomst, tijdens een sessie over de thema's en drie keer bij het bespreken van het conceptdocument.

Naast de klankbordgroep zijn ook inwoners betrokken. Er is een inloopavond georganiseerd waar inwoners hun mening konden geven over de diverse thema's. Daarnaast is er een enquête uitgezet. De digitale vragenlijst is ingevuld door ruim 300 respondenten waarvan er ca. 150 inwoner zijn van gemeente Terschelling. De vragen hadden betrekking op de volgende thema's:

- Ruimte voor kamperen;
- Aantal en verdeling kampeertypen;
- Inrichting van het kampeerterrein.

1.2 Vervolg

Na het beleidskader kamperen worden er beleidsregels voor het kampeerbeleid opgesteld. De beleidsregels geven een concrete uitwerking van de beleidsrichting in het kader. De beleidsregels geven inzicht in de mogelijkheden voor kamperen. Ook betreft deze uitwerking toetsbare en bij voorkeur kwantificeerbare criteria voor de vergunningverlening voor verschillende vormen van kamperen. Het kader en de beleidsregels voor kamperen op Terschelling moeten altijd in samenhang worden bekeken. Het beleidskader wordt vastgesteld door de gemeenteraad. De beleidsregels worden door het college vastgesteld. De beleidsregels met een ruimtelijk component worden later ook geborgd in het omgevingsplan.

2. Analyse huidige situatie

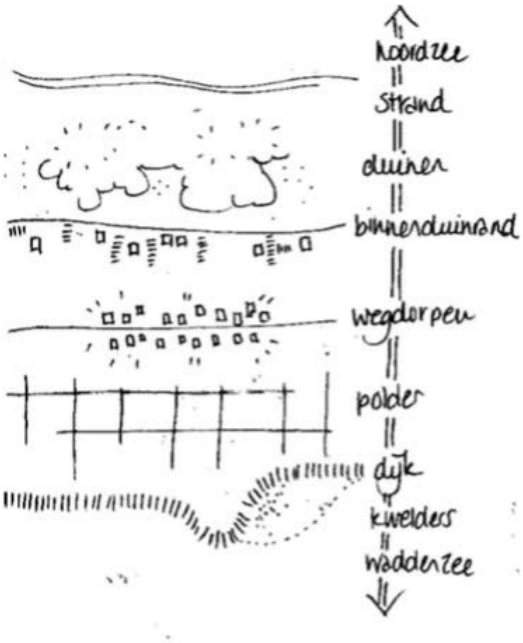
Het huidige (en nieuwe) kampeerbeleid gaat specifiek over het kamperen op Terschelling. Dit betreft alle gronden die in het bestemmingsplan zijn aangeduid als 'Recreatie – 1 (kampeerterreinen)'. Dit zijn terreinen die zijn ingericht voor het plaatsen of geplaatst houden van kampeermiddelen ten behoeve van recreatief nachtverblijf. Dit betekent dat de vakantieparken (Recreatie – 2 (recreatiewoningenterreinen)) niet vallen onder het kampeerbeleid.

2.1 Geschiedenis en landschap

Terschelling kenmerkt zich als een zeer gevarieerd eiland met onder andere bossen, brede stranden, polders, duinen en duinvalleien. Het huidige landschap laat nog veel zien van haar ontstaansgeschiedenis. De oude structuren op het eiland geven een unieke beleving en zijn daarom ook als belangrijke kernwaarde getypeerd. Het is van belang om dit landschap zo veel mogelijk te behouden.

De ontstaansgeschiedenis van Terschelling is nog altijd terug te lezen in de ruimtelijke structuur van het eiland. De basis ligt in de duidelijke verdeling van gebiedstypologieën, van noord naar zuid én van oost naar west. Van noord naar zuid zien we de volgende landschappen:

- Strand
- Duinen
- Binnenduinrand
- (Weg)dorpenlandschap op de kwelderwal
- Polders (Jonge Zeepolders)
- Kwelders
- Wad



Kenmerkend is het snoer van dorpen tussen West-Terschelling en Oosterend. De bebouwing ligt op voormalige kwelderwallen. Deze lagen hoger in het waddengebied en vormden een stabiele en veilige ondergrond om op te bouwen.

Tussen de kwelderwallen lagen slenken van het waddensysteem. Deze zijn als open ruimten tussen de dorpen nog steeds te herkennen. Naar Oosterend toe liggen de dorpen steeds dichter tegen, of soms zelfs in, de binnenduinrand.

2.2 Kampeertypen

Op Terschelling wordt op dit moment onderscheid gemaakt tussen de volgende typen kamperen. In paragraaf 4.2 wordt de beoogde situatie uitgelegd.

Toeristische plaats: Hier mag een kampeermiddel, tussen april tot oktober, maximaal 3 maanden staan.

- Geen regels voor hoeveelheden, aantal vierkante meter staat in de vergunning;
- In de beleidsregels staat een nadere specificatie over "jeugdkamperen". Dit zijn terreinen die specifiek ingericht zijn voor jeugdkamperen. Hier zijn geen groeimogelijkheden in kwaliteit en kwantiteit van het kampeerterrein conform huidige regels.

Seizoensplaats: Hier mag een kampeermiddel tussen 1 maart tot 1 november staan.

- Geen regels voor hoeveelheden, aantal vierkante meter staat in de vergunning.

Jaarstandplaatsen: Hier mag een kampeermiddel gedurende het gehele jaar aanwezig zijn.

- De terreinen voor jaarstandplaatsen mogen maximaal 50 procent van de totale oppervlakte voor kampeerplaatsen op het eiland zijn (50-50 regel).
- Terreinen voor jaarstandplaatsen mogen voor maximaal 15 % bebouwd zijn en een caravan mag maximaal 45 m2 zijn.

Kamperen bij de boer: Dit zijn boeren kampeerterreinen welke een nevenactiviteit zijn van de agrarische bedrijvigheid.

- Maximaal op 7 locaties toegestaan met maximaal 10 toeristische plaatsen per kampeerterrein.

3. Uitgangspunten

Het nieuwe beleidskader kamperen van Terschelling bestaat uit de volgende uitgangspunten:

- Toerisme is in balans met leefbaarheid en natuur op Terschelling;
- Kamperen is ingepast in het Terschellinger landschap;
- Ruimte voor ondernemen in de kampeersector;
- Oog voor maatschappelijke opgaven.

3.1 Kamperen is in balans met leefbaarheid en natuur op Terschelling

Terschelling is qua oppervlakte bijna de grootste gemeente van Nederland, maar heeft iets minder dan 5.000 inwoners. Het is een toeristische gemeente, met jaarlijks ca. 500.000 bezoekers. Veel inwoners van Terschelling werken dan ook in de toeristische sector.

Op Terschelling is de oppervlakte voor ruimtelijke ontwikkelingen beperkt. Dit betekent dat er zorgvuldige afwegingen noodzakelijk zijn als het gaat om ruimtegebruik. Meer ruimte voor toerisme betekent meer druk op de leefbaarheid, de agrarische sector en natuur. Het feit dat Terschelling aan de rand van de Waddenzee ligt (Unesco Werelderfgoed) en voor een groot deel uit Natura 2000- en NNN-gebied bestaat, geeft aan dat de natuur uniek en van grote waarde is. De karakteristieke verscheidenheid in natuur en landschap is onderdeel van de identiteit van Terschelling en moet behouden blijven. De instandhouding van het eilander karakter en authenticiteit maakt onderdeel uit van de toeristische aantrekkingskracht. De natuur is één van de belangrijkste redenen waarvoor toeristen naar Terschelling komen. Afbreuk van de natuurlijke waarden op het eiland moet dan ook voorkomen worden.

Omdat toerisme een belangrijk onderdeel is van de economie van het eiland, is het noodzakelijk de kampeersector gezond te houden. In de praktijk betekent dit dat inspelen op de ontwikkelingen in de markt belangrijk is en dat er ook behoefte is aan ontwikkelruimte. Dit kan zowel interne ontwikkeling zijn als fysieke uitbreiding. Hierbij moeten altijd de belangen tussen de verschillende functies op het eiland in balans zijn.

Toerisme, natuur, ontwikkeling en leefbaarheid zijn met elkaar verbonden. Duurzame ontwikkeling van Terschelling vraagt om een afstemming tussen de verschillende belangen.

3.2 Kamperen is ingepast in het Terschellinger landschap

In de ontwikkeling van het kamperen geven we meer aandacht aan de landschappelijke zone waarin de kampeerterreinen zich bevinden. Het merendeel van de kampeerterreinen bevindt zich binnen de binnenduinrand. Hierdoor gaan ze op in de omgeving, zeker in de zomer als er blad aan de bomen is. In de polders bevinden zich ook kampeerterreinen. De polder heeft een open landschap welke karakteristiek is voor Terschelling en beschermd moet worden. Daarom mogen er geen volwaardige kampeerterreinen in de open polder komen.

3.3 Ruimte voor ondernemen in de kampeersector

Kampeerondernemers willen met de markt mee bewegen, om toekomstbestendig te zijn en zo een bijdrage te leveren aan de economie van het eiland.

Waar voorheen kamperen nog bestond uit mensen die met een tent of caravan naar het eiland gingen, is deze groep tegenwoordig veranderd en gediversifieerd. Meer hierover leest u in het gastenonderzoek van 2023 [1]. Het type logiesaccommodaties verandert. Daarnaast verdwijnen de traditionele doelgroepen; er zijn veel meer niches met wisselende wensen en behoeften. Kwaliteit blijft van belang. Het is aan de kampeerondernemers om in te spelen op de veranderende vraag van de kampeerders om te zorgen dat de toeristen naar het eiland blijven komen. Vernieuwing, innovatie en professionalisering zijn noodzakelijk om mee te kunnen bewegen met de ontwikkelingen in de kampeersector en de wensen van kampeerders.

3.4 Oog voor maatschappelijke opgaven

We vinden het erg belangrijk dat de ontwikkeling van de kampeersector op een positieve manier bijdraagt aan maatschappelijke opgaven. Hierin wordt aangesloten bij de Sustainable Development Goals (SDG). Zo wordt er met een brede blik gekeken naar de impact van de kampeersector op het eiland. Er is bijvoorbeeld aandacht voor circulariteit en duurzaamheid, maar ook natuur, welzijn van bewoners, gezondheid, economische groei, toekomstbestendige banen of leefbaarheid. [2]

---

[1] https://terschelling.bestuurlijkeinformatie.nl/Reports/Item/d2f362ab-223f-4d13-9eeb-095c0292c9eb
[2] https://www.sdgnederland.nl/de-17-sdgs/

4. Richtlijnen

Richtlijnen vormen de basis van het kader. Per richtlijn wordt de koers voor de toekomst weergegeven, en wordt er een doorkijk gegeven naar de beleidsregels. De doorkijk naar de beleidsregels is niet uitputtend. Er wordt naast de genoemde zaken onder andere bij de uitwerking van de regels nog gekeken naar parkeren, (eventueel ondergeschikte) detailhandel, fietsverhuur en eventuele horeca op kampeerterreinen. Voor kamperen bij de boer volgen er aparte richtlijnen en bijbehorende regels.

4.1 Ruimte voor kamperen

Koers naar de toekomst
We willen zorgvuldig omgaan met het beperkte ruimtegebruik op het eiland. Er zijn verschillende functies die elk ruimte vragen en deze moeten in balans zijn, nu en in de toekomst.

Is er ruimte?

Doorkijk naar de beleidsregels

- We blijven vasthouden aan 11 ha uitbreidingsruimte;
- Los van de uitbreidingsgebieden is ook maatwerk mogelijk. Hierbij houden we de huidige voorwaarden in wijzigingsbevoegdheid in stand;
- De transformatie van R1 naar R2 is alleen nog mogelijk met een goede ruimtelijke onderbouwing.

4.2 Kampeertypen

Koers naar de toekomst
We willen meer ruimte geven aan de markt, maar ook voorkomen dat het eiland vol komt te staan met permanente kampeeraccommodaties, omdat deze een blijvende impact hebben op het landschap. Daarom maken we onderscheid tussen seizoensplaatsen en jaarplaatsen.

Welk type kamperen komt er?

Doorkijk naar de beleidsregels

- We gaan het aantal kampeertypen samenvoegen tot twee, namelijk seizoensplaatsen en jaarplaatsen. Dit om meer duidelijkheid en flexibiliteit te geven aan de sector.

4.3 Kampeerterrein

Koers naar de toekomst
We vinden het belangrijk om de balans van de verschillende kampeervormen te bewaren. Dit houdt de kampeersector robuust en zorgt ervoor dat het eiland aantrekkelijk blijft voor een breed publiek. Daarom willen wij zowel voldoende seizoensplaatsen als jaarplaatsen behouden op het eiland.

We zetten in op een kampeersector die past bij de vraag van de toerist én het eiland. Duurzaamheid en biodiversiteit laten we sterker terug komen in de regels voor het kampeerterrein. Denk hierbij aan inheemse randbeplanting en het gebruik van binnenmaten voor maatvoering, zodat extra isolatie niet afgaat van het aantal m².

Hoe wordt het terrein ingericht?

Doorkijk naar de regels

- We laten de 50/50 regeling los maar dit wordt wel gereguleerd in de regels, uitbreiding van jaarstandplaatsen wordt per kampeerterrein getoetst op ten minste: landschappelijke inpasbaarheid, waar mogelijk natuur-inclusief en duurzaam bouwen, ruimtelijke kwaliteit, redelijke eisen van welstand;
- Omzetting naar jaarstandplaatsen wordt in alle gevallen beperkt tot maximaal 2 ha per kampeerterrein;
- We gaan de maatvoeringen voor jaarplaatsen verruimen naar 60m² bruikbaar vloeroppervlak en maatvoeringen voor beheergebouwen verruimen we naar maximaal 5% van de oppervlakte van het kampeerterrein;
- De bestaande regels voor beplanting worden uitgebreid met de randvoorwaarde dat deze inheems moet zijn, bijvoorbeeld Zwarte Els. Bij uitbreidingsplannen kan hiervan worden afgeweken op basis van een landschappelijk inpassingplan;
- Safaritenten of daarmee vergelijkbare tenthuisjes mogen jaarrond blijven staan mits deze op plekken van jaarplaatsen geplaatst worden. De oppervlaktes van de safaritenten worden daarmee meegerekend voor de oppervlaktes voor jaarplaatsen. Safaritenten op seizoensplaatsen moeten worden afgebroken buiten het seizoen;
- Jeugdcampings krijgen in het beleid geen uitzonderingspositie meer en zullen worden gezien als reguliere campings die hoofdzakelijk jeugd bedienen.

4.4 Kamperen bij de boer

Koers naar de toekomst

Kamperen bij de boer blijft ondergeschikt aan de agrarische bedrijfsvoering, maar wordt binnen de bestaande kaders wel mogelijk voor alle agrariërs.

Doorkijk naar de beleidsregels

- Maximaal 10 kampeerplekken per camping;
- Enkel seizoensplaatsen mogelijk;
- Verruiming van de toegestane kampeermiddelen, nu ook voor tenten, campers, caravans en vergelijkbare kampeermiddelen.

Conclusie

De gemeente heeft de verantwoordelijkheid om de balans te vinden tussen verschillende ambities die ruimte vragen. Er is een grote woonopgave, vraag naar extra landbouwgronden voor het inzetten van de extensivering en er is behoefte aan ruimte om Terschelling klimaatadaptief te maken en veilig en leefbaar te houden voor de toekomst. We willen met dit nieuwe kampeerbeleid meebewegen met de ondernemers, terwijl de balans tussen de functies op het eiland in stand blijft.

Met dit beleidskader geeft de gemeente de kampeerondernemers meer ruimte om in te zetten op innovatie en interne veranderingen. Daarnaast wil de gemeente dereguleren om meer duidelijkheid te geven aan de ondernemers en eilanders. Minder en duidelijkere regels moeten hiervoor zorgen.

Vervolg

Het kader vormt de beleidsrichting die de gemeente voor de toekomst inzet. Deze richtlijnen worden in de volgende stap, de beleidsregels, vertaald naar praktisch uitvoerbare regels.

Bijlagen

1. Startnotitie Gemeentelijke Uitgangspunten Kampeerbeleid
2. Bezoekersonderzoek Terschelling 2023

Kampeerbeleid Terschelling

Startnotitie gemeentelijke uitgangspunten

Gemeente Terschelling
29-4-2024
Concept 2.5

SWECO

gemeente Terschelling

Startnotitie

Aanleiding en doel

Het beleid met betrekking tot kamperen op Terschelling is verouderd en sluit niet meer aan bij de behoefte. Daarom wordt het relevante beleid geactualiseerd. Voorliggende Startnotitie vormt het startpunt voor de herijking van het beleid. Het is een helder document waarin een overzicht wordt gegeven van het bestaande gemeentelijke beleid.

Proces

De Startnotitie is opgesteld op basis van bestaand gemeentelijk beleid en overige documenten*. Daarnaast is in een ambtelijke sessie besproken hoe het bestaande beleid geïnterpreteerd kan worden op basis van de huidige context. Hierbij zijn denkrichtingen besproken voor het toekomstige beleid. Er worden nog geen politieke keuzes gemaakt. Deze startnotitie focust op de gemeente, in de vervolgstappen wordt ook knelpuntenanalyse van de sector meegenomen. Alle informatie samen vormt straks de basis voor een visie op het kamperen op Terschelling. Deze moet ook passen binnen de uitgangspunten van de Omgevingsvisie. Het beleid en de beleidsregels zijn een afgeleide van de kampeervisie.

1. De visie is het kompas dat richting geeft. Nieuwe plannen worden getoetst aan wat de visie beschrijft.

2. Het beleid (kader) geeft aan welke doelen we willen bereiken.

3. Beleidsregels zijn regels die duidelijk maken hoe de gemeente o.a. feiten vaststelt, belangen tegen elkaar afweegt en/of wettelijke voorschriften uitlegt.

Thema's

In totaal zijn er vijf thema's wat betreft kamperen:

- Ruimte voor kamperen
- Zonering kamperen
- Het kampeerterrein
- Duurzaam kamperen
- Aantal en verdeling kampeertypen

Op de navolgende pagina's worden de gemeentelijke uitgangspunten per thema weergegeven.

Ruimte voor kamperen

Beleid gemeente

In TS25 staat dat de Terschellinger kernwaarde 'authenticiteit' vraagt om ontwikkelingen op Terschelling die passen bij de schaal van de omgeving. Vernieuwing en kwaliteitsverbetering leggen mogelijk een grotere claim op de beschikbare ruimte. Dit is een wankel evenwicht waarin de juiste balans gevonden moet worden.

In het huidige kampeerbeleid staat dat de kampeersector maximaal 11 ha uit mag breiden. Hiervoor zijn speciale uitbreidingsgebieden aangewezen en regels opgesteld waar aan voldaan moet worden. De belangrijkste regel is dat uitbreiding alleen mag binnen daarvoor aangewezen gebieden ten behoeve van kwaliteitsverbetering, niet voor extra kampeerplaatsen. Op dit moment is een deel van de uitbreidingsruimte gevuld en is er nog maximaal ca. 4 ha over van de oorspronkelijke maximale 11 ha.

In het huidige kampeerbeleid staat ook dat de ontwikkeling van nieuwe kampeerterreinen en splitsing van bestaande terreinen niet is toegestaan.

Denkrichting gemeente

In lijn met de omgevingswet en het coalitieakkoord kan worden onderzocht of de gemeente de specifieke uitbreidingsruimte los kan laten en meer kan kijken naar inpasbaarheid in het landschap.

De gemeente wil onderzoeken of ontwikkelingen mogelijk gemaakt kunnen worden als kampeerondernemers aan kunnen tonen dat de ontwikkeling passend is en geen afbreuk doet aan de leefbaarheid en uitstraling. Hierdoor kan er meer ruimte ontstaan voor maatwerk, passend bij de geest van de omgevingswet.

Denkrichtingen voor het vervolg kunnen zijn:

- Als de specifieke uitbreidingsruimte losgelaten kan worden, dan kan bijvoorbeeld als voorwaarde worden gesteld dat kampeerondernemers een plan opstellen dat voldoet aan welstandseisen (zie paragraaf 'Zonering kamperen')
- Kamperen moet passend blijven bij de schaal van het eiland.

*Documenten en stukken
- *Beleidsregels kamperen 2010;*
- *Landschaps Ontwikkelingsplan (LOP)*
- *Bestemmingsplan Buitengebied Polder;*
- *Knelpuntenanalyse kampeerbeleid (en raadsstukken, 2019);*
- *TS25;*
- *Coalitieakkoord;*
- *Uitvoeringsprogramma duurzaamheid;*
- *Documenten Sweco , stuurgroep en werkgroep;*
- *Visie TCV 2022.*

Zonering kamperen

Beleid gemeente

Terschelling wil haar 'eilandgevoel' behouden. De belangrijkste fysieke kenmerken hiervan zijn: zee en strand, de natuur en het (cultuur-historisch) landschap. Het behouden, versterken en benutten van deze waarden is dé opgave en vormt het uitgangspunt bij nieuwe ontwikkelingen (TS25).

Kampeerterreinen bevinden zich op diverse plekken op het eiland (zie bijlage).

- Jonge zeepolders (kamperen bij de boer en jeugdkamperen)
- Binnenduinrand (regulier kamperen)
- Duinen (natuurkamperen/SBB)

Het is belangrijk dat de kampeerterreinen geen afbreuk doen aan de identiteiten die passen bij de landschapstypen. De identiteiten zijn beschreven in het Landschappelijk Ontwikkelingsplan Terschelling.

Denkrichting gemeente

De gemeente wil in haar beleid borgen dat ontwikkelingen in het kamperen passen bij het gebied waarin ze zich bevinden. Daarom wil de gemeente onderzoeken of er extra aandacht komt voor de landschappelijke waarden, in plaats van de huidige regels met weinig ruimte voor maatwerk.

Denkrichting voor het vervolg kan zijn:

- Voor zonering de kwaliteiten uit het Landschappelijk Inpassingplan aanhouden (zie landschapstypen in bijlage, Landschapsontwikkelingsplan).

Het kampeerterrein

Beleid gemeente

De kampeerterreinen beslaan een relatief groot deel van het eiland. In beleidsregels kamperen (2010) staan eisen over de inrichting van een kampeerterrein. Het betreft regels over het type terrein en de maatvoeringen voor gebouwen, caravans etc. Daarnaast zijn er regels opgenomen over randbeplanting.

In TS25 staat dat ondernemers de ruimte krijgen om te ondernemen en in het Coalitieakkoord staat dat samenwerking met de opnemers van groot belang is. De ondernemers hebben aangegeven dat de huidige beleidsregels kamperen (2010) hun belemmeren in hun ruimte om te ondernemen.

Denkrichting gemeente

Het loslaten van regels wat betreft kamperen kan een manier zijn om invulling te geven aan het standpunt om de ondernemers de ruimte te geven om te ondernemen en meer samen te werken (TS25 en het Coalitieakkoord).

Aandachtspunt is dat er wel een scheidslijn blijft tussen caravans en recreatiewoningen.

Uitgaand van het idee van maatwerk en dereguleren waar mogelijk (Omgevingswet) en van de essentiële waarden van het landschap (zoals benoemd in het Landschapsontwikkelingsplan en TS25), zouden de huidige regels voor randbeplanting versoepeld kunnen worden. De huidige regels omvatten zeer uniforme maatvoeringen, maar weinig kwaliteitseisen. De gemeente wil daarom onderzoeken of meer maatwerk geboden kan worden, mits aan beeldkwaliteit en waarden ten aanzien van biodiversiteit o.i.d. voldaan wordt.

Waar mogelijk wil de gemeente nadenken over het verruimen van de regels, passend bij de kampeertrends en het Terschellinger landschap.

Aandachtspunt voor het vervolg:

- Voor de kampeerterreinen geldt de huidige situatie als uitgangspunt. De bestaande situatie hoeft niet aangepast te worden. Bij ontwikkelingen moet aan het nieuwe kampeerbeleid worden voldaan.

Aantal en verdeling kampeertypen

Beleid gemeente

In het Coalitieakkoord 2022 staat dat het toerisme de kurk is waarop Terschelling drijft. Wel moet er altijd een goede balans zijn tussen leefbaarheid voor de eilanders en het toerisme. Dit betekent dat de druk van het toerisme niet omhoog mag.

In de toekomstvisie (TS25) staat dat er ingezet wordt op seizoensverbreding en –verlenging om zo de druk van het toerisme te verlagen.

De gemeente stuurt in het huidige beleid niet op het aantal kampeertoeristen, maar op de beschikbare ruimte. Er is een maximale oppervlakte voor diverse typen kamperen. Per type kampeerplaatsen staan de regels in de bijlage.

Denkrichting gemeente

Groei kampeertypen

Op dit moment wordt het kampeeraanbod gestuurd op het oppervlakte voor kampeertypen en niet het aantal kampeerplaatsen. Er is voor elk kampeertype vastgelegd hoeveel oppervlakte ervoor beschikbaar is. Voor kamperen bij de boer wordt wel gestuurd op een maximaal aantal. Overige kampeerterreinen mogen zelf bepalen welke dichtheid ze kiezen op hun terrein. Hiermee laten ze de hoeveelheid kampeerplaatsen voor een groot deel over aan de markt.

De gemeente geeft in diverse stukken aan meer in de geest van de Omgevingswet te willen werken. De omgevingswet biedt meer ruimte voor maatwerk op thema's als leefbaarheid en inpasbaarheid. Deze thema's vind de gemeente belangrijk en kunnen op deze manier meer invloed krijgen.

Dit betekent dat de regels over de oppervlakte en verdeling van kampeertypen kritisch bekeken kunnen worden en op sommige punten wellicht vervangen kunnen worden door maatwerk.

Denkrichtingen voor het vervolg kunnen zijn:

- Alle kampeertypen moeten voldoen aan vooraf gestelde normen, op het gebied van overlast en uitstraling.
- Kamperen bij de boer wordt als apart kampeertype gezien.

Seizoensverbreding en verlenging

De huidige opvatting van de gemeente is dat seizoensverbreding en –verlenging geen hoofddoel meer zijn. Leefbaarheid en balans zijn de nieuwe kernwoorden (coalitieakkoord). Dit betekent ook dat er soms rustige periodes zijn, waarin de eilanders het eiland meer voor zichzelf hebben.

Groei van de kampeersector is en blijft geen doel op zich. Het is vooral van belang dat de druk op het eiland niet verder toeneemt en dat de kampeersector gezond blijft.

Duurzaam kamperen

Beleid gemeente

De gemeente Terschelling streeft er naar om volledig zelfvoorzienend te worden op het gebied van energie- en watervoorziening. Vanuit recreatie en toerisme ligt de focus op duurzame kwaliteit en authenticiteit, passend bij de schaal van de omgeving (TS25).

De gemeente Terschelling heeft hoge duurzaamheidsambities. Om deze te behalen, dient ook de kampeersector te verduurzamen. Zoals in TS25, het Coalitieakkoord en uitvoeringsprogramma Duurzaamheid staat, ondersteunt de gemeente duurzame initiatieven.

Denkrichting gemeente

Op dit moment heeft duurzaamheid geen grote rol in het kampeerbeleid. De gemeente kan dit wellicht een prominentere plek geven. Hierbij kiest zij een faciliterende rol.

Verduurzaming is primair een taak van de ondernemers. De gemeente hecht wel waarde aan een duurzame samenleving en zet hier breed op in vanuit het uitvoeringsprogramma duurzaamheid. De huidige regels ten aanzien van kamperen zijn in veel gevallen beperkend ten aanzien van maatregelen voor verduurzaming.

Uitgaande van de gemeentelijke doelen (zie coalitieakkoord) op het gebied van duurzaamheid, kan gezocht worden naar meer ruimte om verduurzaming te faciliteren en stimuleren. De gemeente neemt echter geen actieve rol voor de verduurzaming, deze taak ligt bij de ondernemers.

Bijlage

Huidige regelgeving

Toeristische plaats: Hier mag een kampeermiddel ten hoogste enige weken (maximaal drie maanden) staan. Dit zijn de reguliere kampeerplaatsen.

- Geen regels voor hoeveelheden, aantal m2 staat in de vergunning.

Seizoensplaats: Hier mag een kampeermiddel tussen 1 maart tot 1 november staan.

- Geen regels voor hoeveelheden, aantal m2 staat in de vergunning.

Jaarstandplaatsen: Hier mag een kampeermiddel gedurende het gehele jaar aanwezig zijn.

- De totale oppervlakte voor jaarstandplaatsen mag maximaal 50 procent van de totale oppervlakte voor kampeerplaatsen op het eiland zijn (50-50 regel).
- Jaarstandplaatsen mogen voor maximaal 15 % bebouwd zijn en een caravan mag maximaal 45 m2 zijn.
- Op dit moment is in totaal 282.593 m2 vergund voor jaarstandplaatsen, volgens de vergunningen (max 15%) is 36.609 m2 vergund voor het plaatsen van caravans. In totaal kunnen er dus maximaal ca. 810 stacaravans op het eiland staan (uitgaande van het volledige oppervlakte voor jaarstandplaatsen).

Kamperen bij de boer: Dit zijn boeren kampeerterreinen welke een nevenactiviteit zijn van de agrarische bedrijvigheid.

- maximaal op 7 locaties toegestaan met maximaal10 plaatsen per kampeerterrein.

Jeugdkamperen: Dit zijn kampeerterreinen die specifiek aangewezen zijn als Jeugdcamping.

- Geen groei mogelijkheden in kwaliteit en kwantiteit van het kampeerterrein conform huidige regels.

Regels objecten

- *Caravans*: Maximale grootte 45 m²; maximale hoogte 3.30 meter, moet verrijdbaar zijn.
- *Beheergebouwen*: maximaal 3% van totale oppervlakte van het bestemmingsvlak (gehele camping); oppervlakte maximaal 200 m² per gebouw; goothoogte maximaal 5 meter; bouwhoogte maximaal 7 meter.
- *Bedrijfswoning*: Maximaal één bedrijfswoning per kampeerterrein.

Randbeplanting

- De randbeplanting bestaat uit minimaal vier rijen goed ontwikkelde beplanting van minimaal 3 meter breed.

Kaart kampeerterreinen en landschapstypen

Bezoekersonderzoek Terschelling

Onderzoeksperiode 2022-2023

Colofon
©Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, juni 2023

Auteurs

E. (Ellen) Ruiter, MSc
S. (Sanne) Meekes, MSc
N. (Nina) Ruigrok, MA
R. (Rozemarijn) Pool, BSc

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd
OK72
Oude Kraan 72 – Unit 320
6811 LL Arnhem
Tel: 06 1160 6286
Mail: ruiter@ruimteenvrijetijd.nl
www.ruimteenvrijetijd.nl

Beeldmateriaal Pixabay.com

Inhoudsopgave

1 Inleiding 5
- 1.1 Werkwijze 5
- 1.2 Representativiteit 5
- 1.3 Vergelijkbaarheid 6
- 1.4 Leeswijzer 7

2 Voor bezoek 9
- 2.1 Bekendheid 9
- 2.2 Reis 12

3 Tijdens bezoek 15
- 3.1 Het verblijf 15
- 3.2 Bestedingen 26

4 Na bezoek 27
- 4.1 Beoordeling 27
- 4.2 Toekomstig bezoek 30

5 Profiel van de respondent 33
- 5.1 Profiel van de respondent 33
- 5.2 Leefstijl van de respondent 39

6 Benchmark Terschelling en Vlieland 42
- 6.1 Bekendheid met eiland 42
- 6.2 Verblijfsduur 43
- 6.3 Bezoekredenen 44
- 6.4 Bestedingen en tevredenheid 45
- 6.5 Profiel van de bezoeker 48
- 6.6 Leefstijlen 49

Bijlage 1. Leefstijlvinder vakantie en vrije tijd 50

Bijlage 2. Nederlandse vragenlijst 52

1 Inleiding

Toerisme heeft een grote waarde voor Terschelling. Jaarlijks bezoeken duizenden gasten het eiland voor hun vakantie, zakenreis of dagbezoek. Om een aantrekkelijk eiland te blijven voor deze bezoekers, is het van belang te weten *wie* deze bezoekers nou precies zijn, wat ze doen en wat ze van het eiland vinden. Daarom heeft Terschelling Bureau voor Ruimte en Vrije Tijd de opdracht gegeven om het bezoekersonderzoek na een aantal jaar pauze weer opnieuw uit te voeren. Deze pauze is destijds ingevoerd omdat de resultaten elk jaar dusdanig op elkaar leken, dat het niet van meerwaarde was dit onderzoek jaarlijks uit te voeren. In dit rapport laten we de resultaten zien van het onderzoeksjaar 2022 – 2023 en maken we de vergelijking met het vorige uitgevoerde onderzoek in de periode 2018-2019.

1.1 Werkwijze

Om de bezoeker aan Terschelling in kaart te kunnen brengen, is dit onderzoeksjaar weer een online vragenlijst opgesteld in het Nederlands, Duits en Engels. Deze vragenlijst is tussen 1 april 2022 en 31 maart 2023 via Rederij Doeksen toegestuurd aan gasten die het eiland hebben bezocht. Elke bezoeker die online een kaartje heeft gekocht bij de rederij, heeft na thuiskomst per e-mail een uitnodiging gekregen om mee te doen aan dit onderzoek (via een welkom thuis mail).

Daarnaast is er een vragenlijst uitgezet voor bezoekers aan de jachthaven. Hier is geen respons op gekomen, de antwoorden zijn dan ook niet meegenomen in dit onderzoek.

1.2 Representativiteit

Aan dit onderzoek hebben in totaal 13.027 respondenten meegedaan. Dit is onderverdeeld in een Nederlandse vragenlijst (12.549 respondenten), een Duitse vragenlijst (281 respondenten) en een Engelse vragenlijst (175 respondenten). We hebben in de analysefase de vragenlijsten samengevoegd. Het aantal van 13.027 is ruim voldoende om als betrouwbaar te beschouwen.

In sommige gevallen is het aantal respondenten te laag om een vraag (voor een specifieke subgroep) te beantwoorden, bijvoorbeeld de educatieachtergrond van Engelssprekende respondenten. In deze zeldzame gevallen leggen wij uit dat wij hier geen uitspraken over kunnen doen. Bij een response lager dan 100 op een vraag, zijn de resultaten kwalitatief beschreven in plaats van weergeven in een figuur. Deze resultaten zijn dan indicatief.

Enkel reizigers die online een kaartje hebben gekocht, hebben een uitnodiging gekregen om mee te doen aan het onderzoek. Reizigers die met de auto naar Terschelling willen, moeten online een kaartje kopen en kunnen dit niet ter plaatse doen (in tegenstelling tot reizigers zonder auto). Als gevolg hiervan is het mogelijk dat er een oververtegenwoordiging is van respondenten met een auto.

Antwoorden van individuele respondenten worden niet gecontroleerd, maar uitschieters (extreem hoge of lage waarden) zijn gecontroleerd op betrouwbaarheid. Indien de antwoorden niet kunnen kloppen (in relatie tot andere gegeven antwoorden) of niet aannemelijk worden geacht, dan zijn ze verwijderd uit het onderzoek.

Fouten in vragenlijst

De Duitse vragenlijst heeft in één vraag een vertaalfout. Dit betreft de vraag “Wat vindt u van de prijs-kwaliteitverhouding van de volgende aspecten op Terschelling?”. In deze vraag maken wij gebruik van een vijfpuntsschaal (zeer slecht, slecht, neutraal, goed, zeer goed). Echter, is in de Duitse vertaling van “zeer slecht” twee aparte antwoordmogelijkheden (zeer, slecht, slecht) gemaakt. Omdat wij niet zeker kunnen weten of de respondenten “zeer slecht” of “slecht” bedoelden, hebben wij ervoor gekozen om de categorieën “zeer slecht” en “slecht” in deze vraag samen te voegen tot één categorie: “(zeer)

slecht". Doordat deze vraag maar door een beperkt aantal respondenten is ingevuld heeft het weinig invloed op het resultaat.

1.3 Vergelijkbaarheid

Dit onderzoek is al eerder uitgevoerd: in 2016-2017, 2017-2018 en 2018-2019. De vragenlijst in dit onderzoeksjaar is gebaseerd op de meest recente vragenlijst van het jaar 2018-2019 (het vorige onderzoeksjaar). Er zijn enkele aanvullingen geweest waardoor de vragenlijst niet volledig overeenkomt. In bijlage 2 is een kopie bijgevoegd van de vragenlijst van dit (2022-2023) onderzoeksjaar, waarin is aangegeven welke vragen afwijken van het onderzoeksjaar daarvoor.

De respons van het onderzoeksjaar 2022-2023 is aanzienlijk hoger (13.027) dan in het voorgaande onderzoeksjaar 2018-2019 (8.102). Onder elke vraag maken wij cursief enkel een vergelijking met het vorige onderzoeksjaar 2018-2019. In voorgaande onderzoeken keken wij ook naar eerdere onderzoeksjaren, maar in verband met de pauze in het onderzoek, is de keuze gemaakt om enkel met het vorige onderzoeksjaar te vergelijken.
Sommige vragen zijn dit jaar voor het eerst toegevoegd, of zijn door een andere vraagstelling niet vergelijkbaar met het voorgaande onderzoeksjaar. In deze gevallen maken wij geen vergelijking.

Als onderdeel van de rapportage worden de eilanden Terschelling en Vlieland met elkaar vergeleken. Er zijn enkele verschillen tussen de vragenlijsten van Terschelling en Vlieland waardoor de volgende punten niet worden meegenomen in de benchmark:

- Vragen met betrekking tot het meenemen van een voertuig
    - Deze vragen zijn wel opgenomen in de vragenlijst van Terschelling, maar niet in de vragenlijst van Vlieland.
- Vragen met betrekking tot de typen accommodaties op de camping
    - In de vragenlijst van Terschelling worden stacaravans, tourcaravans en campers als antwoordopties gegeven, in de vragenlijst van Vlieland niet.
    - In de vragenlijst van Vlieland worden tenthuisjes (huur/eigendom) als antwoordopties gegeven, in de vragenlijst van Terschelling niet.
- Vragen met betrekking tot het gebruik van de toeristische website van het eiland in het boekingsproces.
    - In de vragenlijst van Vlieland wordt specifiek gevraagd of www.vlieland.site wordt bezocht in het boekingsproces. In de vragenlijst van Terschelling is geen vergelijkbare vraag opgenomen.
- Vragen met eilandspecifieke informatie zoals bezochte evenementen, terreinen waarop overnacht is, etc.

Niet alle informatie die uit het onderzoek naar voren komt, is ontsloten via deze rapportage. Het is mogelijk vanuit de data aanvullende analyses te maken, bijvoorbeeld voor de zakenreizigers.

1.4 Leeswijzer

De hoofdstukken in dit onderzoek volgen de customer journey van de gast: van de voorbereidingsfase, naar de reis naar het eiland, het verblijf op het eiland en de fase na thuiskomst. In hoofdstuk 2 beschrijven we de resultaten die betrekking hebben op de voorbereiding, in hoofdstuk 3 beschrijven we het bezoek aan het eiland zelf en in hoofdstuk 4 beschrijven we de ervaring van de bezoeker na het bezoek. In hoofdstuk 5 geven we het profiel van de respondent van dit onderzoek weer, en in hoofdstuk 6 maken we de vergelijking met Vlieland.
Bij verschillende grafieken is sprake van de termen N en/of R. Deze staan voor:

- N = aantal respondenten dat de desbetreffende vraag beantwoord heeft;
- R = het aantal gegeven antwoorden op de betreffende vraag. Deze geven we enkel weer indien het geven van meerdere antwoorden mogelijk was. In dat geval is de R altijd hoger dan de N.

De percentages in de figuren zijn afgerond op hele procenten. In enkele staafdiagrammen is mogelijk wel een staaf zichtbaar, maar wordt een percentage van 0% weergegeven. Dat wil zeggen dat het aandeel van respondenten <1% is, en is afgerond naar 0%. Ook kan een staaf soms een millimeter afwijken bij eenzelfde percentage. Dit komt wederom door afronding op hele procenten.

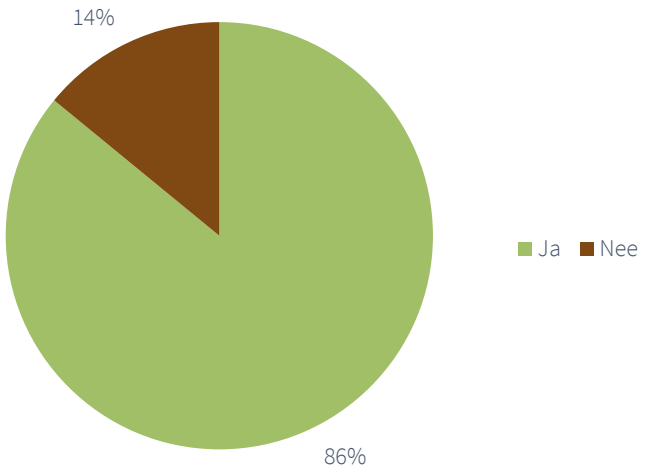
Respondenten
In de vragenlijst zijn voor een aantal vragen de antwoorden uitgesplitst naar dag- en verblijfsbezoekers, omdat deze vragen op die manier (dag- en verblijfsbezoekers los) zijn uitgevraagd in de enquête. Voor de overige vragen geldt dat dit het totaal van dag- en verblijfsbezoekers is (tenzij anders vermeld in figuur en/of tekst).

We maken daarnaast onderscheid in drie subgroepen respondenten: 1) privébezoekers, 2) zakelijke bezoekers gecombineerd met een privébezoek, 3) zakelijke bezoekers.
In principe hebben privébezoekers alle vragen beantwoord. De zakelijke bezoekers hebben een deel van de vragen *niet* te zien gekregen. De zakelijke bezoekers gecombineerd met een privébezoek hebben bijna alle vragen te zien gekregen, m.u.v. een aantal specifieke vragen over bijv. bezoekreden.
Indien een vraag *niet* aan een bepaalde subgroep van respondenten is gesteld, is dit weergegeven onder de vraagstelling. Dit is ook te zien aan de N die lager is dan het totaal aantal respondenten.

2 Voor bezoek

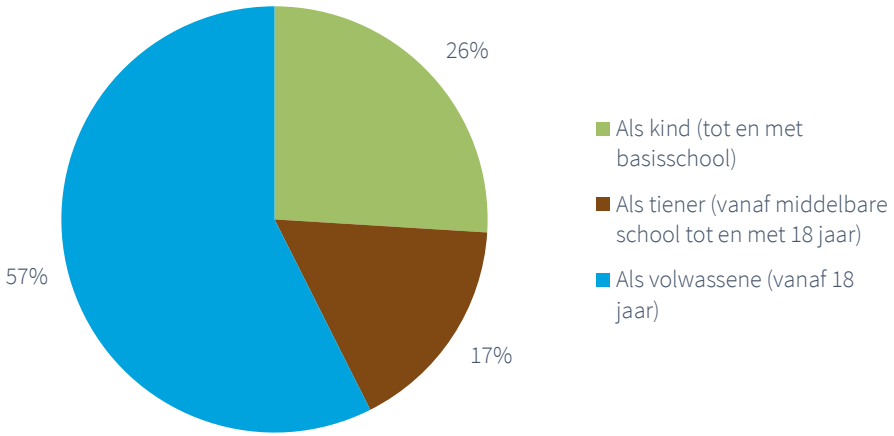
2.1 Bekendheid

Bent u al eens eerder op Terschelling geweest? (N=13.027)



86% van de respondenten is al eens eerder op Terschelling geweest.
Dit is 1% hoger dan het vorige onderzoek in 2019.

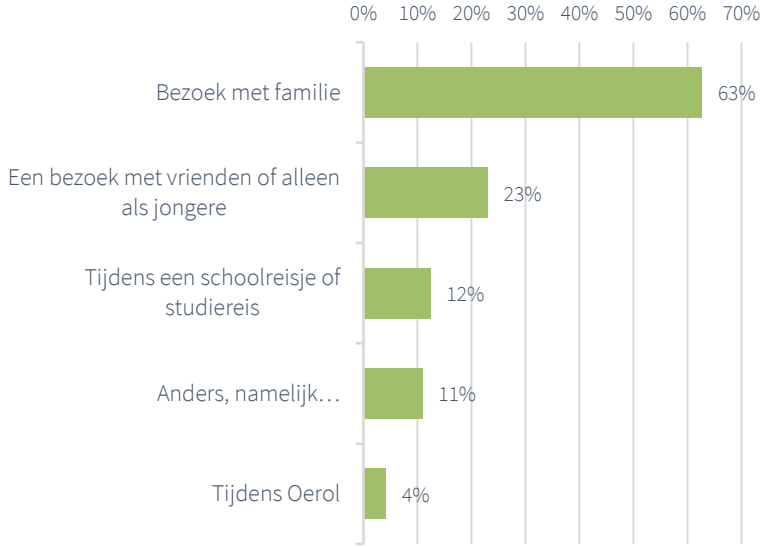
Wanneer heeft u Terschelling voor het eerst bezocht? (N=10.791)
Respondenten: privébezoekers én eerder op Terschelling geweest



Meer dan de helft van de respondenten (57%) die Terschelling al eerder hebben bezocht, hebben dit voor het eerst gedaan als volwassene. Iets meer dan een kwart (26%) heeft dit eerste bezoek als kind gedaan, of als tiener (17%).
In het vorige onderzoek maakten wij enkel onderscheid tussen "in mijn jeugd" en "als volwassene". 53% van de respondenten (N=6.903) gaf toen aan Terschelling voor het eerst als volwassene te hebben bezocht. Het aandeel personen die als volwassene het eiland voor het eerst hebben bezocht, lijkt gegroeid te zijn sinds het vorige onderzoek.

U heeft als kind of als tiener Terschelling voor het eerst bezocht. Welke van onderstaande situaties is/zijn hierop van toepassing? (N=4.595, R=5.211, meerdere antwoorden mogelijk)

Respondenten: privébezoekers én eerder op Terschelling geweest

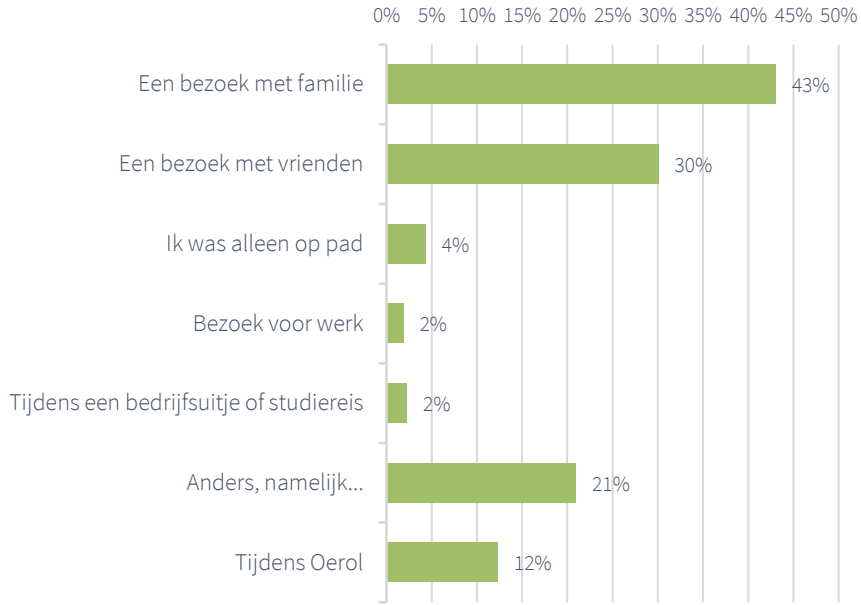


De meeste respondenten die als kind of tiener op het eiland zijn geweest, hebben dit met familie gedaan, gevolgd door een bezoek met vrienden of alleen. De "anders, namelijk…" groep geeft aan dat zij ofwel zelf op het eiland hebben gewoond, of een bezoek hebben gebracht aan bekenden die op het eiland wonen.

In vergelijking met het vorige onderzoek, zien we dat een eerste bezoek aan Terschelling met familie nu iets vaker voorkomt (+5% in 2022/2023) en een bezoek met vrienden of alleen als jongere iets minder vaak voorkomt (-7%). Ook komt Oerol iets minder vaak voor (-2%).

U heeft als volwassene Terschelling voor het eerst bezocht. Welke van onderstaande situaties is/zijn hierop van toepassing? (N=6.196, R=7.130, meerdere antwoorden mogelijk)

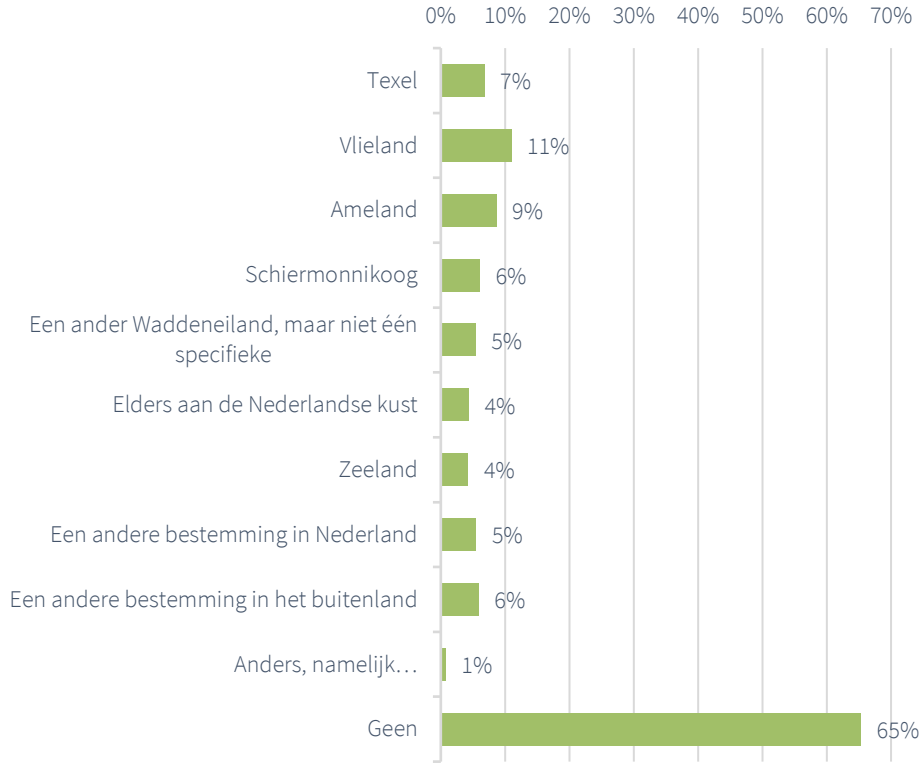
Respondenten: privébezoekers én eerder op Terschelling geweest



De meeste respondenten die het eiland als volwassene voor het eerst bezochten, geven aan dat dit een bezoek met familie (43%) of vrienden (30%) is geweest. Het overgrote deel heeft het eiland bezocht vanwege vakantie of een weekend weg. Ook wordt veel benoemd dat de respondenten het eiland met hun partner hebben bezocht.

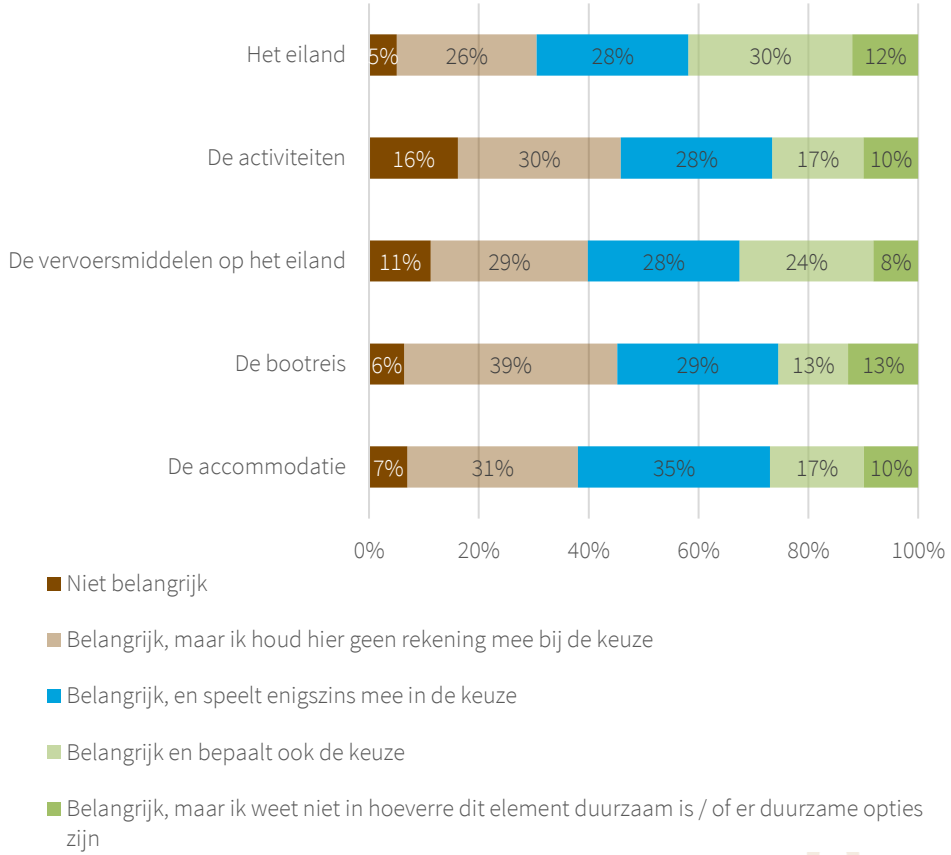
Deze resultaten zijn vergelijkbaar met het vorige onderzoek. Een eerste bezoek aan Terschelling met familie komt nu iets minder voor (-2%), een bezoek aan Oerol (-1%) en een bezoek met werk (-1%) ook.

Welke andere bestemming(en) heeft u overwogen? (N=12.571, R=15.560, meerdere antwoorden mogelijk)
Respondenten: privébezoekers



De meeste respondenten (65%) hebben geen andere bestemming overwogen. Andere bestemmingen die werden overwogen, waren vooral Vlieland (11%), Ameland (9%) of Texel (7%). In de categorie "Anders, namelijk…" (1%) wordt specifiek Borkum vaker benoemd.
In vergelijking met het vorige onderzoek zien we dat nu meer respondenten direct voor Terschelling kiezen (+3% in respondenten die geen andere bestemming hebben overwogen). Vlieland en Ameland blijven de grootste 'concurrenten'. De verschillen in de percentages tussen het onderzoek 2018-2019 en 2022-2023 zijn zeer klein.

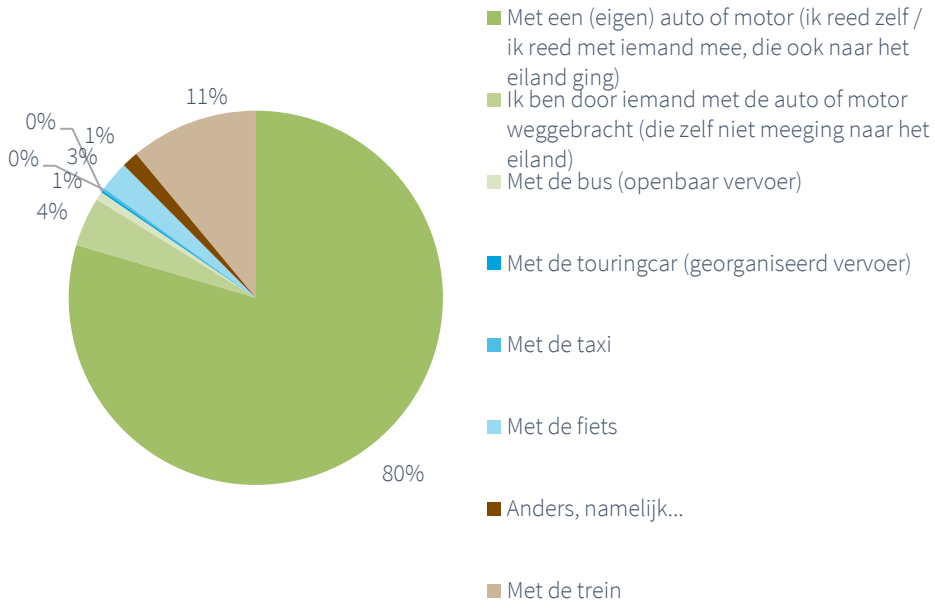
In hoeverre vindt u het belangrijk dat de volgende elementen een duurzaam karakter hebben? (N variërend van 13.022 tot 13.026)



Voornamelijk voor de accommodatie vinden respondenten de duurzaamheid belangrijk en laten dit ook enigszins mee spelen in de keuze. De respondenten vinden een duurzaam karakter belangrijk bij het eiland en voor de vervoersmiddelen op het eiland en laten dit ook bepalend zijn in de keuze. Het meeste wordt de antwoordcategorie 'niet belangrijk' gekozen bij een duurzaam karakter voor de activiteiten (16%). *We kunnen hierbij geen vergelijking maken met een vorig onderzoek omdat deze vraag toen niet is meegenomen.*

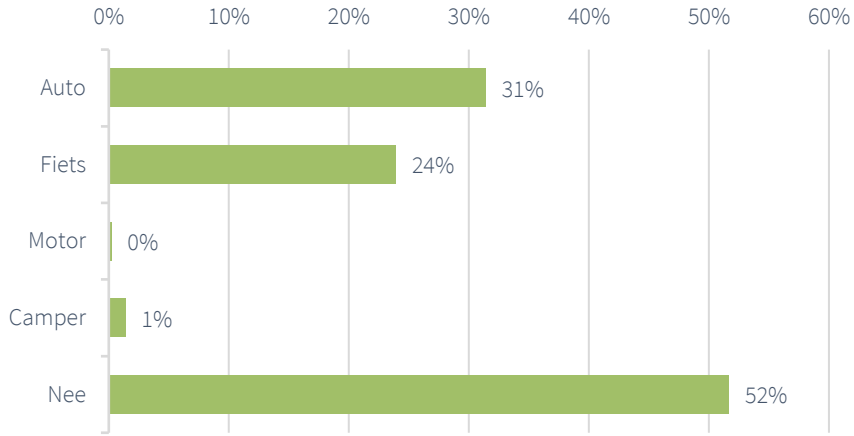
2.2 Reis

Met welk vervoermiddel bent u naar de haven in Harlingen gekomen? (N=13.027)



Het grootste deel van de respondenten (80%) is met de eigen auto of motor, of de auto of motor van een reisgenoot, naar de haven in Harlingen gekomen. 11% van de respondenten is met de trein naar de haven van Harlingen gekomen. 4% van de respondenten is door iemand anders weggebracht naar de haven, en 3% is met de fiets gekomen. Maar weinig respondenten zijn met de bus, touringcar of taxi gekomen. Overige vervoersmiddelen die werden genoemd, waren met de camper of te voet.

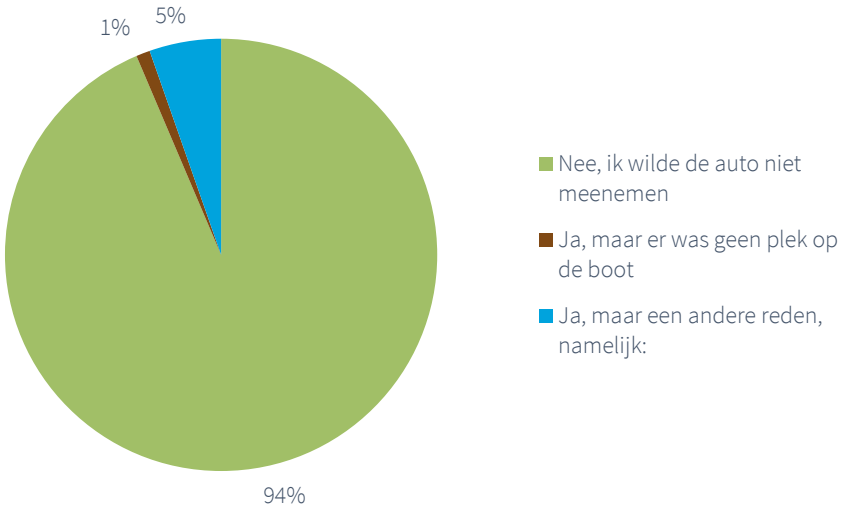
Heeft u een voertuig (auto, motor, fiets, camper) meegenomen op de boot naar het eiland? (N=13.027, R=14.147, meerdere antwoorden mogelijk)



Iets meer dan de helft van de respondenten heeft geen voertuig aan boord meegenomen. 31% van de respondenten hebben de auto mee aan boord genomen, 24% de fiets en 1% de camper. Maar weinig respondenten hebben de motor meegenomen.
Een deel van de respondenten (15,4%) zijn met fiets, maar zonder ander voertuig (auto, camper, motor) naar het eiland toe gekomen.

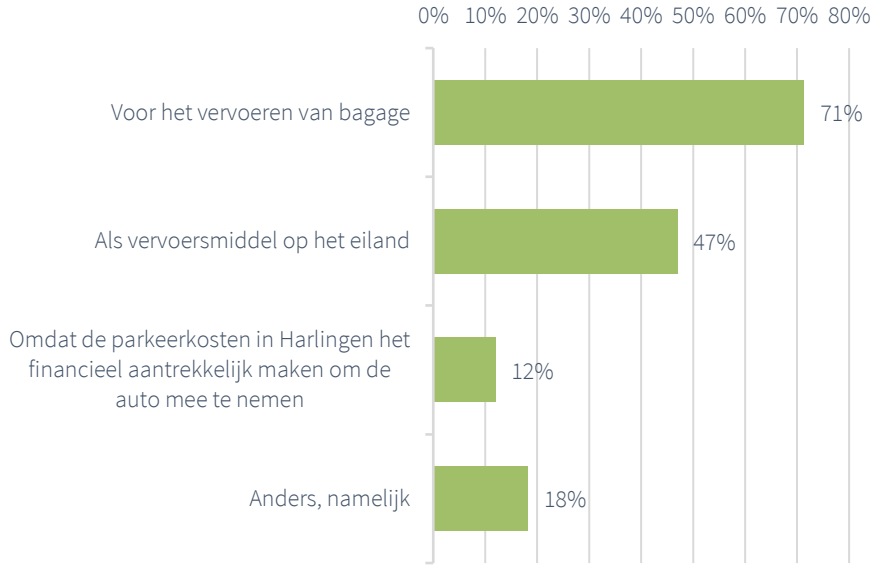
In 2019 (N=8.102) heeft 26% van de respondenten de auto meegenomen, en 14% heeft de fiets meegenomen. Dit is voor beide voertuigen aanzienlijk minder dan dit onderzoeksjaar.

Had u graag de auto mee willen nemen? (N=8.763)[1]
Respondenten: geen auto meegenomen



Voor de meeste respondenten die geen auto of camper mee aan boord hebben genomen, was dit een bewuste keuze. 1% van de respondenten die geen auto of camper hebben meegenomen, hebben dit gedaan omdat er geen plek was op de boot. 5% van de respondenten hebben hier een andere reden voor gehad, bijvoorbeeld de prijs (soms in verhouding met hun reisduur), of omdat iemand anders in het reisgezelschap al een auto mee had genomen.

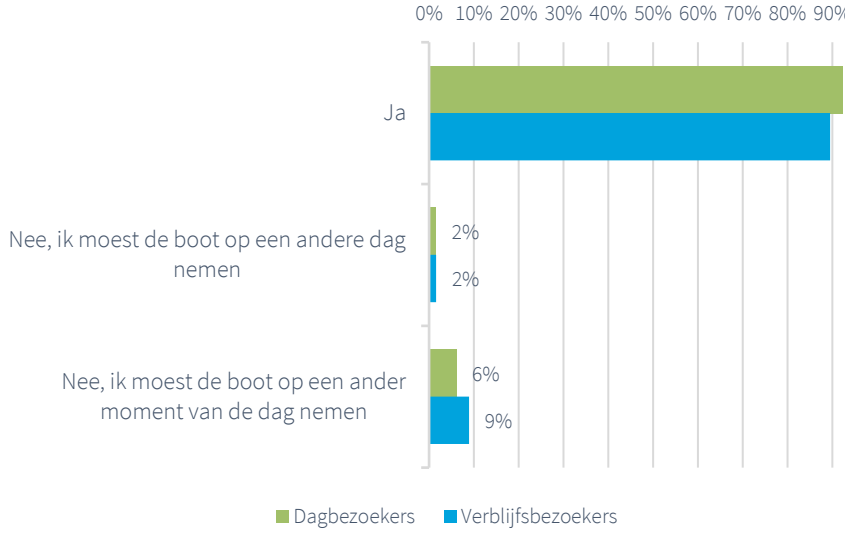
Waarom heeft u de auto meegenomen naar het eiland? (N=4.090, R=6.072, meerdere antwoorden mogelijk)
Respondenten: wel auto meegenomen



De voornaamste reden voor het meenemen van de auto, was voor het vervoeren van bagage en daarnaast als vervoersmiddel op het eiland. In 12% van de gevallen hebben de parkeerkosten in Harlingen meegespeeld in de keuze om de auto mee te nemen. Overige redenen waren om de caravan, vouwwagen of fietsen mee te kunnen nemen. Ook speelden gezondheidsoverwegingen mee, of werd de auto meegenomen vanwege de samenstelling van het reisgezelschap (persoon die slecht ter been is, honden).

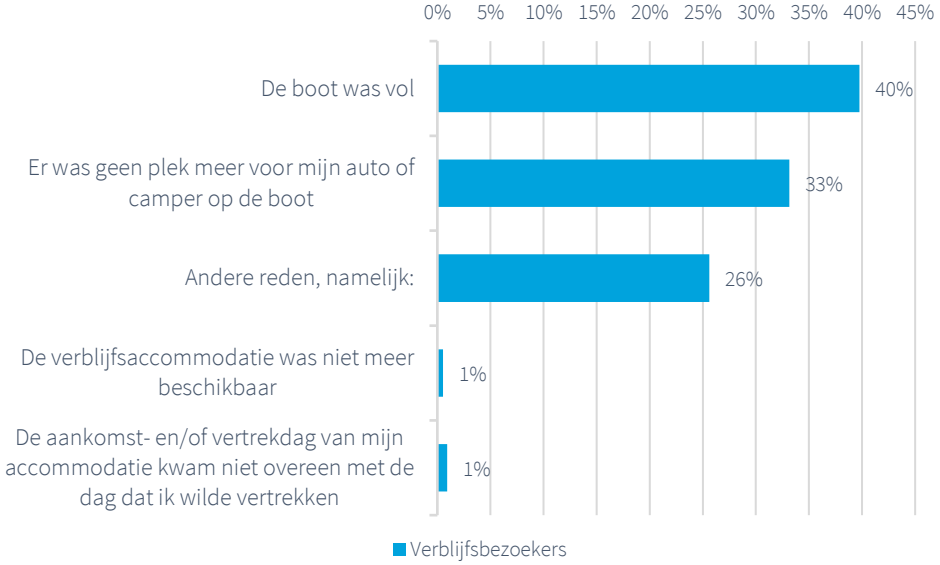
[1] Door een (technische) fout hebben sommige respondenten die een auto hebben meegenomen, deze vraag ook gekregen.

Heeft u de bootovertocht kunnen nemen op het moment van uw eerste keuze? (Verblijfsbezoekers N=12.241, dagbezoekers N=786)



De meeste respondenten hebben de bootovertocht kunnen maken op het gewenste moment. Verblijfsbezoekers konden iets minder vaak de boot op het gewenste moment nemen dan dagbezoekers. In de meeste gevallen was er op een ander moment van de dag wel een geschikte optie voor de respondenten.

Wat is de reden dat u de boottocht niet op het moment van uw eerste keuze kon nemen? (N=1.285)



Afgerond op hele procenten

Van de verblijfsbezoekers die de boot niet op het gewenste moment konden nemen, gaven de meeste respondenten aan dat dit kwam omdat de boot vol was, of omdat er geen plek was voor de auto of camper aan boord. De meest voorkomende overige redenen waren mankementen aan de boot, stakingen, het wijzigen van de afvaarttijden of annulering van de vaart door de rederij.

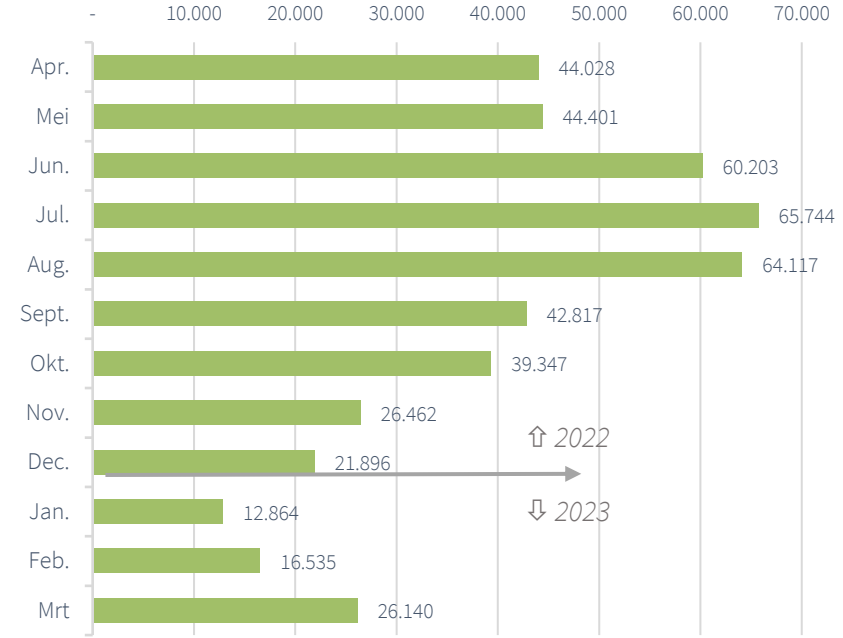
Van de dagbezoekers (niet meegenomen in de figuur omdat dit er te weinig waren), was de voornaamste reden dat de boot vol was (60%), of een andere reden (33%) zoals een ongunstige dienstregeling in de winter of dat de afvaarttijden niet uitkwamen.

3 Tijdens bezoek

3.1 Het verblijf

3.1.1 Duur en frequentie

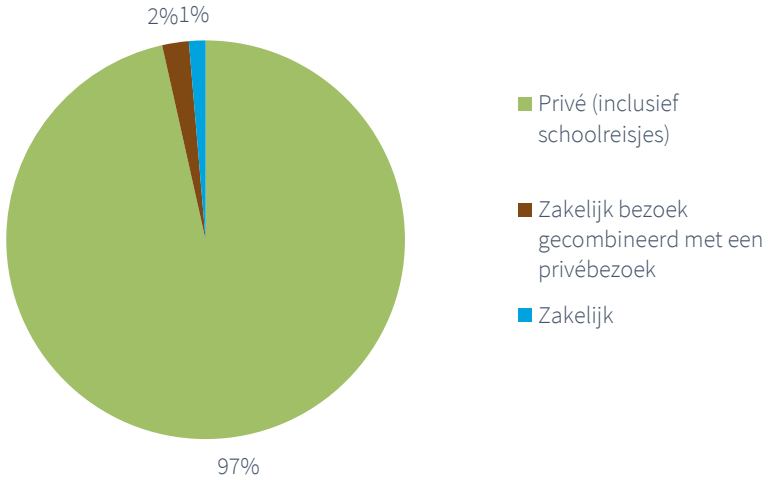
Aantal bezoekers per maand, bootkaart-verkoop



Bron: Aantallen bootkaarten Rederij Doeksen via Gemeente Terschelling

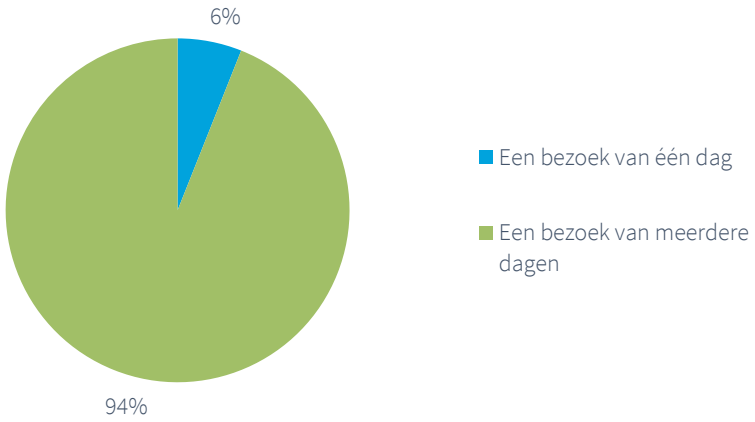
Bovenstaande grafiek geeft het aantal reizigers weer dat via Doeksen in de onderzoeksperiode een bootkaart voor Terschelling heeft gekocht. De piek van het bezoek aan Terschelling ligt in de maanden juni, juli en augustus. Januari en februari tellen de minste bezoekers. *Ten opzichte van het onderzoek in 2019 is in de maanden juni, juli en december het aantal bezoekers afgenomen. De rest van de maanden is per maand het aantal bezoekers gestegen ten opzichte van het onderzoek in 2019. Er is dus sprake van iets meer spreiding over het jaar heen dan voorheen.*

Was uw bezoek aan Terschelling privé of zakelijk? (N=13.027)

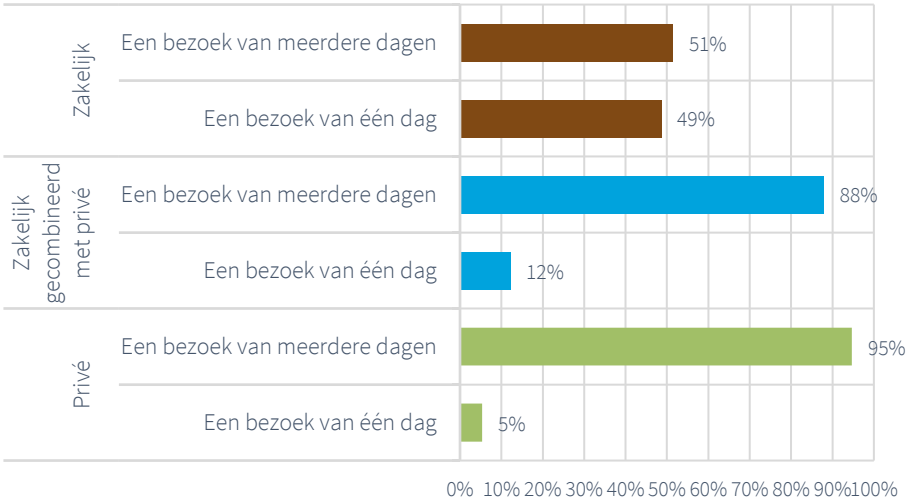


Het grootste deel van de respondenten bracht een bezoek aan Terschelling voor privéredenen. Maar 3% had (gedeeltelijk) zakelijke redenen. Opvallend is dat meer zakelijke bezoekers ervoor hebben gekozen het bezoek te combineren met privéredenen zoals vakantie vieren, bekenden bezoeken dan zakelijke bezoekers die alleen voor werk naar Terschelling kwamen.
In het vorige onderzoek is deze vraag niet meegenomen.

Hoelang heeft uw bezoek aan Terschelling geduurd? (Privé N=12.571, gecombineerd N=218, zakelijk N=175)

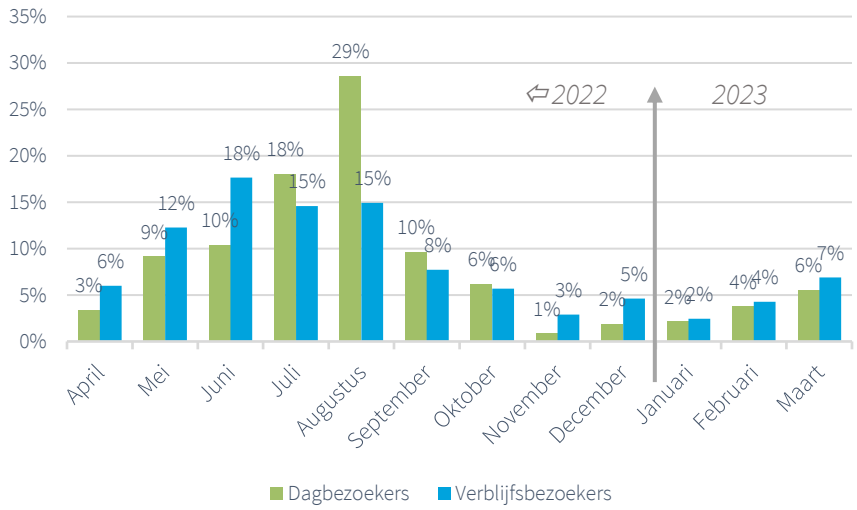


De overgrote meerderheid (94%) brengt een meerdaags bezoek aan Terschelling. *Dit is bijna hetzelfde als het bezoekersonderzoek 2018-2019 (92%). Dit betrof echter alleen privébezoekers.* Zes procent van de respondenten bezoekt Terschelling voor één dag, *dit is twee procent minder dan het bezoekersonderzoek van 2018-2019.*



Ongeveer evenveel zakelijke bezoekers komen naar het eiland voor meerdere dagen als een bezoek van één dag. Van de mensen die naar het eiland komen voor zowel zakelijk als privé verblijft het overgrote gedeelte (88%) meerdere dagen op Terschelling. Het overgrote merendeel van de privébezoekers verblijft meerdere dagen (95%), een klein percentage (5%) bezoekt het eiland voor één dag. *In het vorige onderzoek is deze vraag niet meegenomen.*

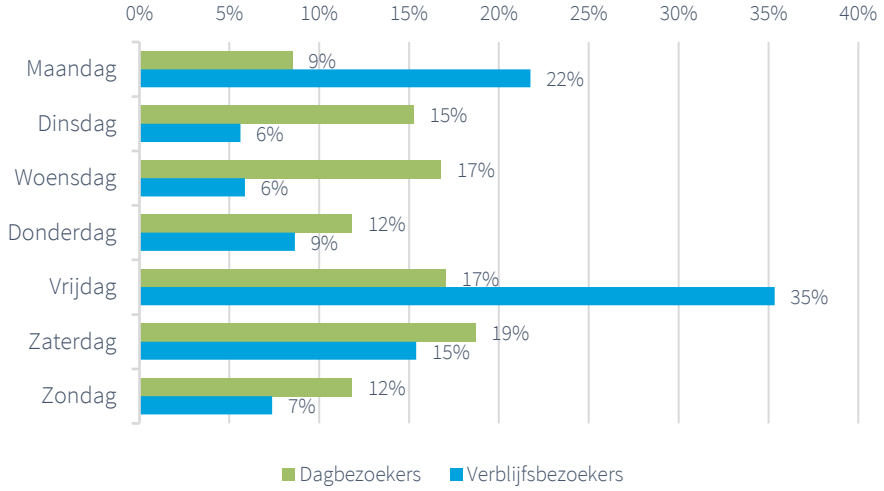
In welke maand heeft u Terschelling bezocht (aankomst)? (Verblijfsbezoekers N=12.241, dagbezoekers N=786)



Figuur start vanaf april 2022, omdat toen het gastenonderzoek is gestart

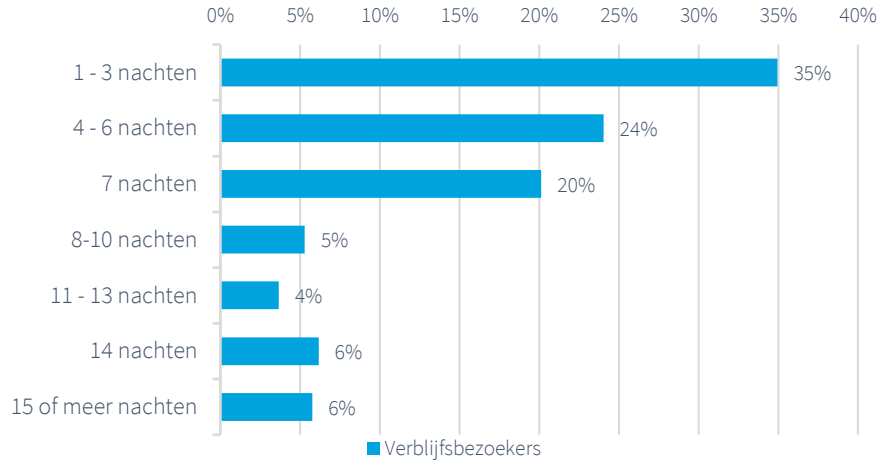
De meeste dagbezoekers hebben Terschelling in de maand augustus bezocht (29%). Opvallend is dat hier voor dagbezoekers een duidelijke piek in aankomst is te zien, maar dat dit niet geldt voor verblijfsbezoekers. In de wintermaanden kwamen de minste mensen naar het eiland voor een dagbezoek.
Voor verblijfsbezoekers zien we dat een aankomst in de zomermaanden (juni, juli, augustus) het meest voorkomend is, gevolgd door de maand mei. In de wintermaanden is het aandeel verblijfsbezoekers dat is aangekomen relatief laag.

Op welke dag heeft u Terschelling bezocht? (Dagbezoekers) / Op welke dag kwam u aan op Terschelling? (Verblijfsbezoekers) (Verblijfsbezoekers N=12.241, dagbezoekers N=786)



De meesten verblijfsbezoekers komen op vrijdag (35%) of op maandag (22%) naar het eiland toe. Dagbezoekers komen het meest op zaterdag (19%), woensdag (17%) of vrijdag (17%) naar Terschelling. Op maandag komen de minste dagbezoekers naar Terschelling (9%). Verblijfsbezoekers komen het minste op dinsdag en woensdag (6%) op het eiland aan.

Hoeveel nachten bent u op Terschelling gebleven? (N=12241)[2]

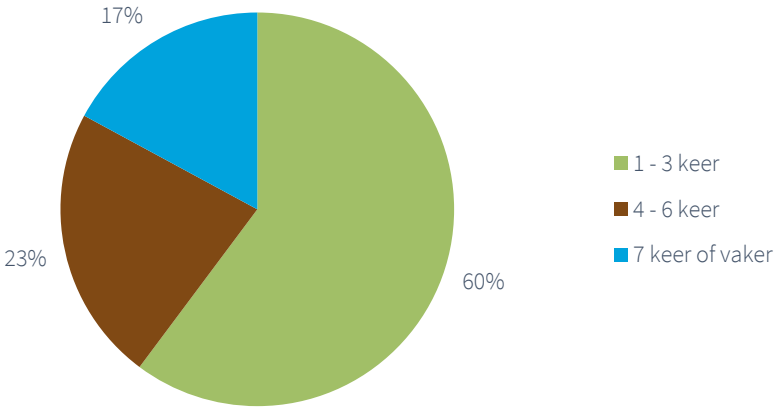


Afgerond op hele procenten

Aan de verblijfsbezoekers is gevraagd hoeveel nachten ze op Terschelling zijn gebleven. De gemiddelde verblijfsduur op het eiland is 6,5 nachten. *In het vorige onderzoek betrof dit 5,6 nachten.* Over het algemeen verblijven mensen 1 tot 3 nachten op het eiland (35%). Ook verblijven veel mensen 4 tot 6 nachten (24%) of 7 nachten (20%). Maar 4% van de respondenten geeft aan dat ze 11 tot 13 nachten op Terschelling verblijven.

[2] Een respondent heeft '1000' nachten ingevuld en een respondent heeft 80.000 nachten ingevuld. Hoewel dit mogelijk kan zijn, lijkt een verblijf van 1000 en 80000 nachten niet voor de hand liggend voor een toeristisch-recreatief bezoek. Daarom zijn deze antwoorden niet meegenomen omdat het een vertekend beeld geeft aan het gemiddelde en de 'range'.

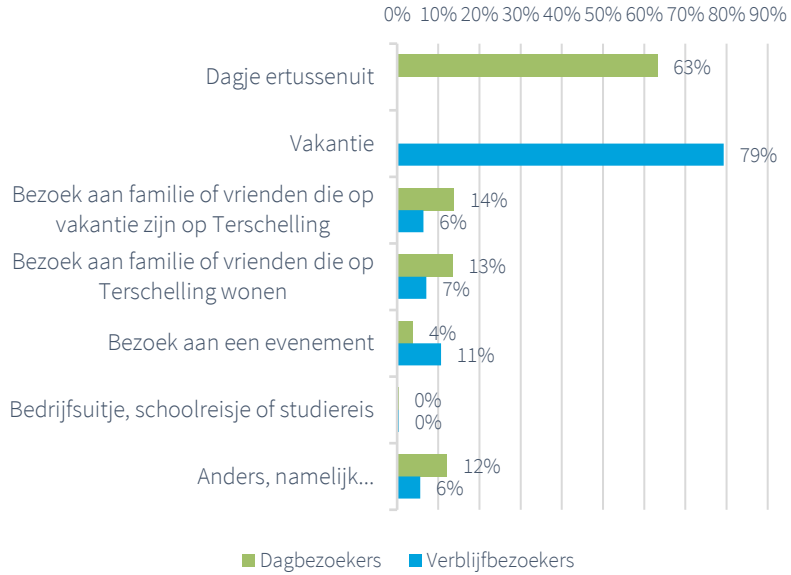
Hoe vaak heeft u Terschelling in de afgelopen drie jaar bezocht? (N=11.194)
Respondenten: eerder op Terschelling geweest



De meeste respondenten (60%) hebben Terschelling één tot drie keer bezocht in de afgelopen drie jaar. Bijna een kwart (23%) van de respondenten heeft in de afgelopen 3 jaar vier tot zes keer een bezoek gebracht aan het eiland. Met 17% is er ook een relatief grote groep respondenten die het eiland zelfs 7 keer of vaker heeft bezocht in de afgelopen 3 jaar.

3.1.2 Redenen

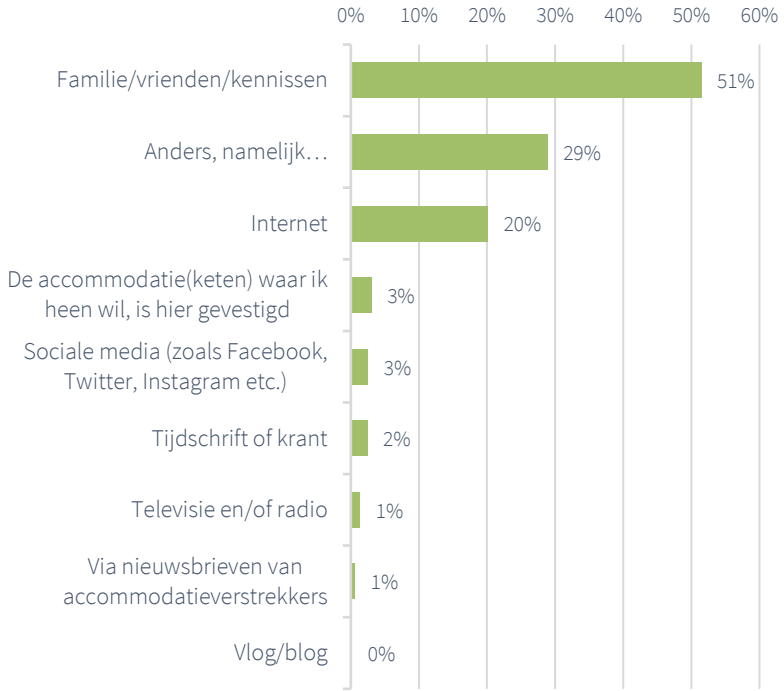
Wat was uw reden voor dit bezoek aan Terschelling? (Verblijfsbezoekers N=12.241 en R=13.399, dagbezoekers N=701 en R=748, meerdere antwoorden mogelijk)
Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)



De eerste twee categorieën zijn aparte categorieën voor dagbezoekers en verblijfsbezoekers.

Een dagje uit (63%, dagbezoekers) en een vakantie (79%, verblijfsbezoekers) is voor het overgrote merendeel de belangrijkste reden om het eiland te bezoeken. Evenementen zijn voor verblijfsrecreanten ook een belangrijke reden om te komen, terwijl we bij dagbezoekers ook veel bezoek aan familie zien. *Omdat de vraagstelling in het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 net iets anders was (er was toen geen splitsing tussen dagbezoekers en verblijfsbezoekers) is een exacte vergelijking met het vorige rapport niet te maken. Wel kan worden gezien dat zowel in dit onderzoek als in het voorgaande onderzoek een dagje ertussenuit of vakantie de voornaamste reden is voor de bezoekers.*

Hoe bent u op het idee gekomen om naar Terschelling te gaan? (N=1.780, R=1.968, meerdere antwoorden mogelijk)
Respondenten: privébezoekers én nog niet eerder op Terschelling geweest.

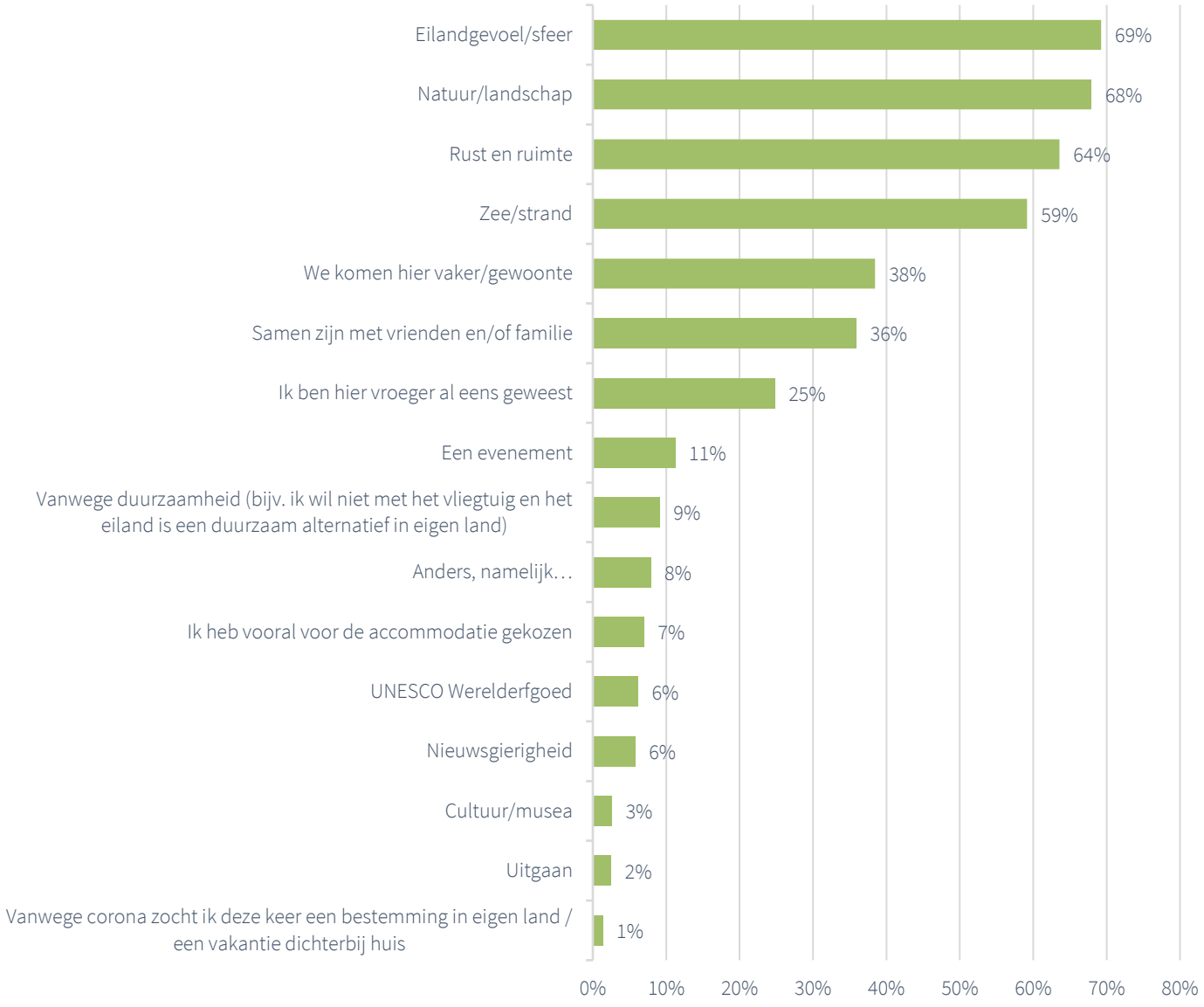


Aan de respondenten die Terschelling nog niet eerder hebben bezocht hebben we gevraagd hoe men op het idee is gekomen om het eiland te bezoeken. Het overgrote deel is op het idee gekomen door mond-tot-mond reclame (via familie/vrienden/kennissen) (51%). *Dit is vergelijkbaar met het bezoekersonderzoek 2018-2019.* Door het internet is 20% van de respondenten op het idee gekomen naar Terschelling te gaan. *Dit is gestegen ten opzichte van het vorige onderzoek (16%)*. Uit de antwoorden van de respondenten op de 'anders, namelijk…' blijkt dat veel respondenten vanwege eigen interesse, interesse in de Waddeneilanden of omdat ze bezoek willen brengen aan alle eilanden naar Terschelling zijn gekomen. *Dit komt overeen met het voorgaande onderzoek.*

Maar 2% benoemde dat ze door een tijdschrift of krant op het idee zijn gekomen om naar Terschelling te gaan. Daarnaast zegt 1% op het idee gekomen te zijn door televisie of de radio.
Aan deze respondenten is vervolgens, in een open vraag, gevraagd in welk(e) tijdschrift/krant of in welk televisieprogramma/radioprogramma men iets over Terschelling heeft gezien of gehoord. Daarin komt het volgende naar voren:

- *Televisieprogramma of radioprogramma:* vooral door tv programma's (specifiek: Reizen Waes).
- *Tijdschrift of krant:* de respondenten zijn voornamelijk op het idee gekomen door Het AD en De Kampioen van de ANWB.

Wat waren voor u de redenen om naar Terschelling te gaan? (N=12.571, R=51.835, meerdere antwoorden mogelijk)
Respondenten: privébezoekers



Vooral het 'eilandgevoel/sfeer' (69%) en de 'natuur/landschap' (68%) was voor de meeste respondenten een belangrijke reden om naar Terschelling te gaan. Ook 'rust en ruimte' (64%) en de 'zee/strand' (59%) is een reden die vaak voor komt. Overige redenen om het eiland te bezoeken waren bezoek aan familie en Oerol.
Omdat de vraagstelling in het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 net iets anders was (toen waren de categorieën 'vanwege duurzaamheid' en 'vanwege corona' niet uitgevraagd) is een exacte vergelijking met het vorige rapport niet te maken. Wat wel opvalt in vergelijking met het vorige rapport is dat de reden 'samen zijn met vrienden en/of familie' is gedaald (van 43% naar 36%). Terwijl 'we komen hier vaker/gewoonte' is toegenomen als reden (van 30% naar 38%).
Uit de open vraag 'wat is voor u het meest aantrekkelijk aan Terschelling 'blijkt een soortgelijk antwoord, zie hieronder.

Wat is voor u het meest aantrekkelijk aan Terschelling (N=12.255)
Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)

Respondenten geven aan de zee, strand, rust, het (eiland)gevoel/sfeer en de fiets- en wandelmogelijkheden het meest aantrekkelijk aan Terschelling. *Deze antwoorden komen redelijk overeen met het onderzoek uit 2018-2019.*

Wat zou Terschelling kunnen doen om het voor u nog aantrekkelijker te maken? (N=11.463)
Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)

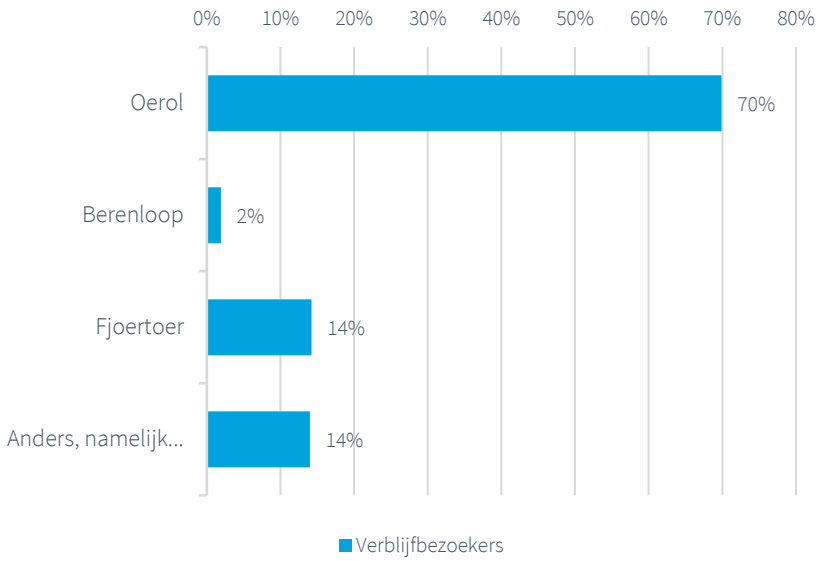
Het overgrote deel van de respondenten is tevreden met hoe Terschelling nu is. Wat voornamelijk nog wordt benoemd is het verlagen van de prijzen van onder andere de boot, accommodaties, horeca en winkels. Daarnaast geven de respondenten ook aan dat er niet meer moet worden gebouwd. Ook geven ze aan dat het er niet aantrekkelijker op zou worden als er meer evenementen worden gepland of nog drukker wordt. Het beter markeren van fietsroutes en verminderen van auto's op het eiland zou Terschelling aantrekkelijker maken. *Een deel van de genoemde antwoorden komt overeen met het onderzoek uit 2018-2019. Ook in dit jaar werden de kosten van de overtocht, de hoeveelheid auto's en fiets en wandelpaden genoemd.*

Hieronder staan enkele quotes van respondenten over wat het eiland kan doen om aantrekkelijker te worden:

- De prijzen niet verder laten stijgen.
- Uitbreiding winkels. Meer horeca (en ook open!).
- Niet nog meer accommodaties voor toeristen. Het eiland bestaat bijna geheel uit verhuur van accommodatie. Dit gaat ten koste van de rust en de natuur.
- Terschelling is perfect zoals het nu is! Wat wel opvalt is dat er heel veel auto's meegenomen worden naar de overkant, zelfs voor 1 dag! Dit zouden wij graag anders zien. Maakt het eiland zeker niet aantrekkelijk.
- Niet alles volbouwen met recreatiemogelijkheden en niet nog meer grootschalige evenementen.

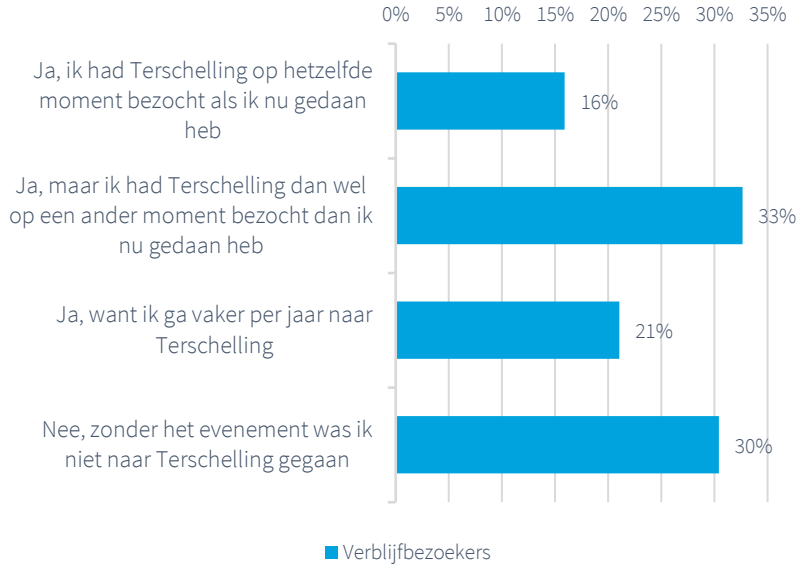
3.1.3 Activiteiten

Welk evenement heeft u op bezocht op Terschelling? (verblijfsbezoekers N=1.302)
Respondenten: bezoekreden = evenement



In paragraaf 3.1.2 zagen we dat 4% van de dagbezoekers en 11% een evenement heeft bezocht. Aan deze bezoekers hebben we gevraagd welk evenement zij hebben bezocht op Terschelling.
Van de verblijfsbezoekers die een evenement bezoeken op Terschelling bezocht 70% Oerol en 14% de Fjoertoer. Overige andere evenementen die bezocht werden op Terschelling waren Rock & Roll Street, de HT race en een yoga festival.
De dagbezoekers (niet meegenomen in de figuur omdat dit er met 27 te weinig waren) bezochten voornamelijk Oerol, maar ook de trailrun en de HT race werden bezocht.
Omdat de vraagstelling in het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 net iets anders was (er was toen geen splitsing tussen dagbezoekers en verblijfsbezoekers en er waren meerdere opties mogelijk) is een exacte vergelijking met het vorige rapport niet te maken. Wel kan worden gezien dat Oerol destijds en nu het meest bezochte evenement is op Terschelling.

Had u ook een bezoek aan Terschelling gebracht als het evenement niet had plaatsgevonden? (verblijfsbezoekers N=1.302)
Respondenten: bezoekreden = evenement



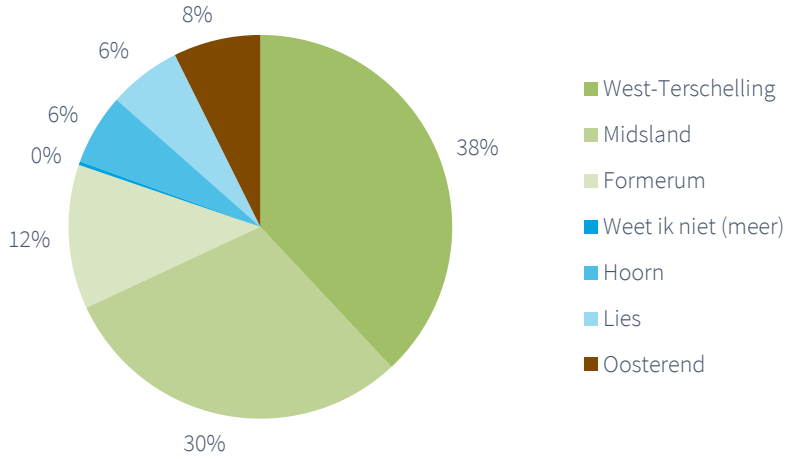
De meeste verblijfsbezoekers hadden nog steeds Terschelling bezocht, maar hadden dit op een ander moment gedaan als het evenement niet had plaatsgevonden (33%). 30% van de verblijfsbezoekers had Terschelling niet bezocht als het evenement niet had plaats gevonden.

De dagbezoekers (niet meegenomen in de figuur omdat dit er met 27 te weinig waren) hadden over het algemeen Terschelling op een ander moment bezocht of niet bezocht als het evenement niet had plaats gevonden.

3.1.4 Verblijfsaccommodatie

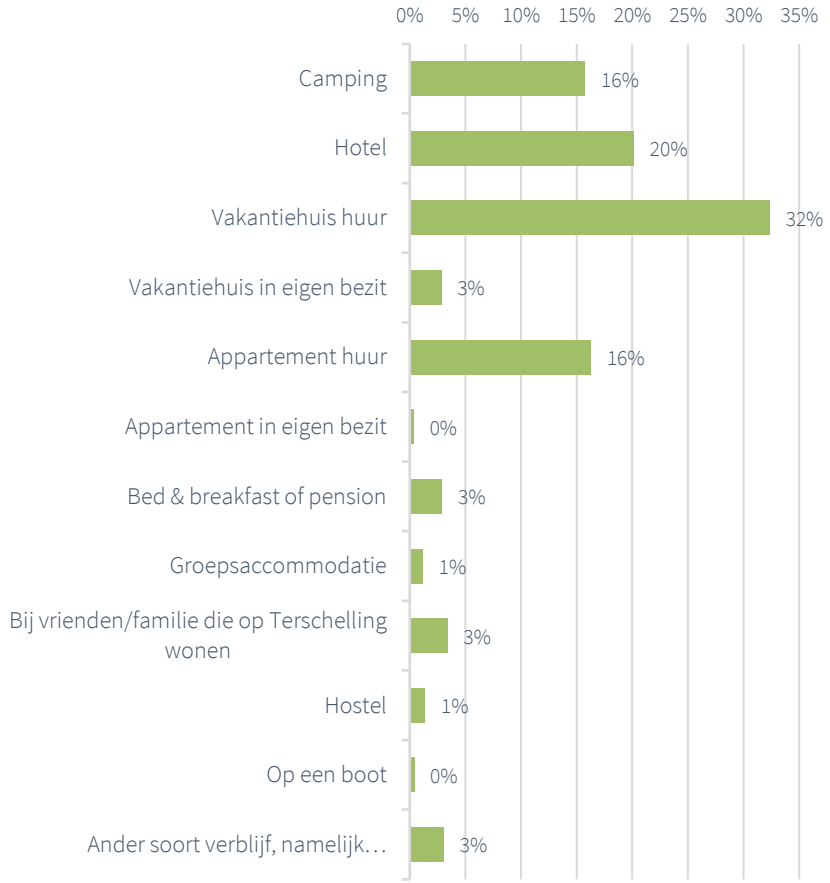
Respondenten: alle vragen in deze paragraaf zijn alleen gesteld aan verblijfsbezoekers.

In of rondom welk dorp op Terschelling heeft u overnacht? (N=12.241)



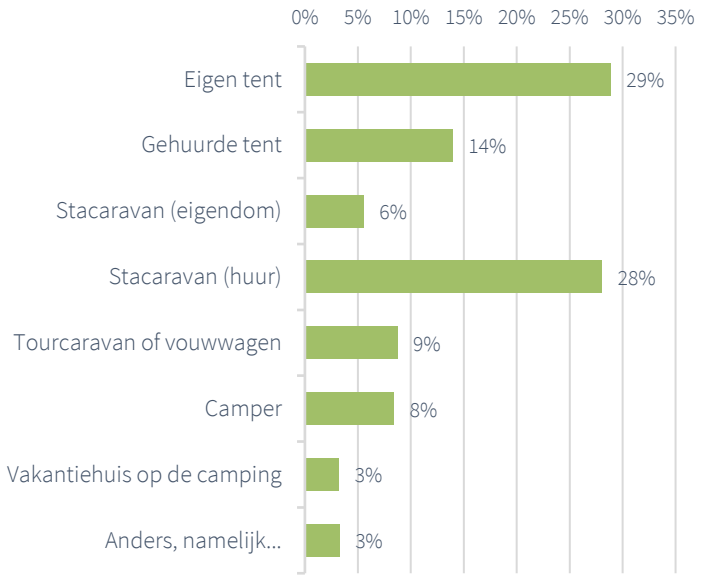
De accommodatie van de meeste verblijfsbezoekers stond in of rondom West-Terschelling (38%). Ook werd er veel overnacht in en rondom Midsland (30%). In en rondom Hoorn en Lies werd het minst overnacht (beide 6%). *In het vorige onderzoek is deze vraag niet meegenomen.*

Waar heeft u overnacht op Terschelling? (N=12.241)



Het huren van een vakantiehuis werd door 32% van de verblijfsbezoekers gedaan om te overnachten. Overnachten in een hotel werd door 20% van respondenten gedaan. Een camping en een appartement werd elk door 16% voor overnachting gebruikt. Bij andere soorten accommodaties wordt meerdere keren benoemd: bij familie/vrienden, stacaravan, vakantieparken en volkshogeschool. *Dit beeld is vergelijkbaar met het bezoekersonderzoek uit 2018-2019.*

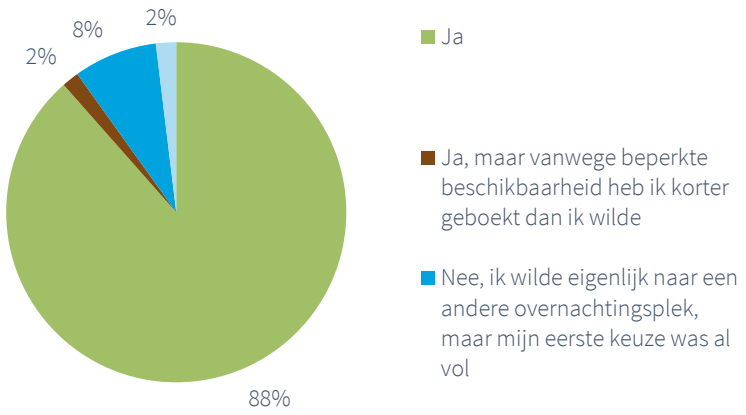
U heeft op een camping overnacht. In wat voor soort onderkomen? (N=1.929)



Veel kampeerders verbleven in eigen tent (29%) of een gehuurde stacaravan (28%). Daarnaast huurde 14% een tent op een camping. *In het vorige onderzoek is deze vraag niet meegenomen.*

Is de plek waar u hebt overnacht ook uw eerste keus geweest bij het boeken? (N=11.354)

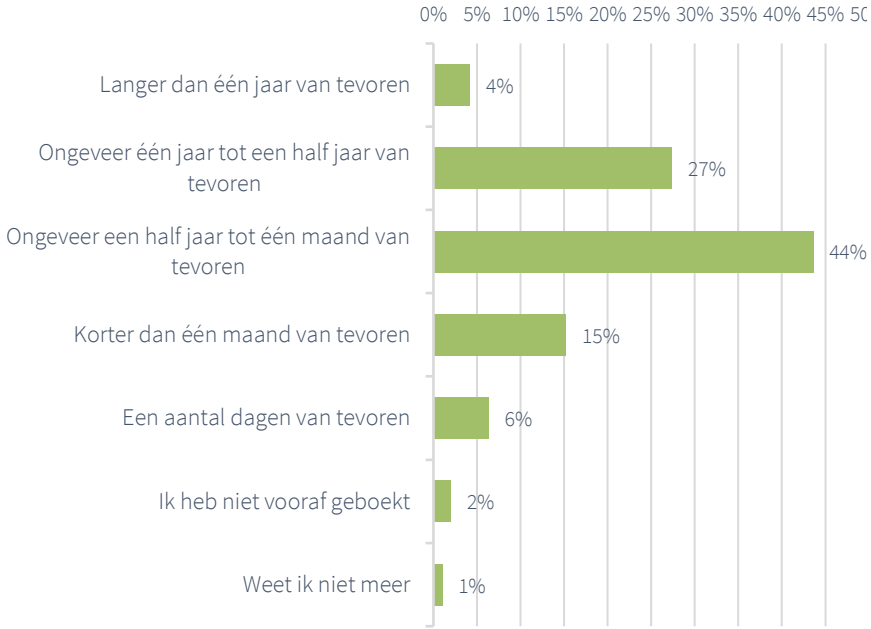
Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)



Voor 88% van de respondenten lukte het om een plek te boeken bij de eerste keus. Voor 8% was de eerste keuze vol. *In het vorige onderzoek is deze vraag niet meegenomen.*

Wanneer heeft u (of iemand anders in uw reisgezelschap) uw accommodatie geboekt? (N= 11.354)

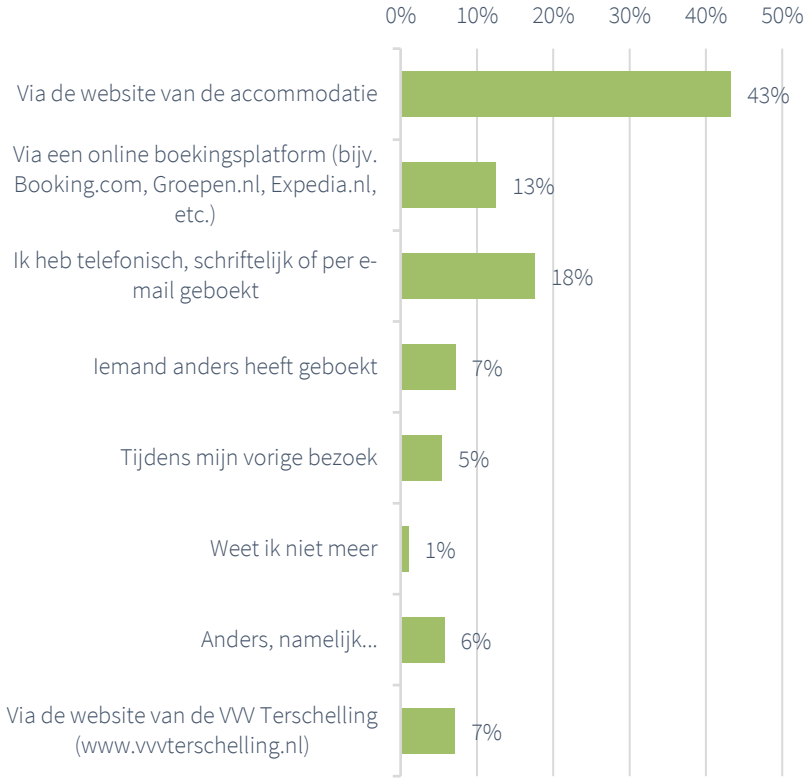
Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)



De overgrote meerderheid heeft een half jaar tot een maand van tevoren geboekt (44%). Ook hebben veel mensen een jaar tot een half jaar van tevoren geboekt (27%). Maar 2% heeft niet van tevoren geboekt en 4% heeft een paar dagen van tevoren geboekt. *In het vorige onderzoek is deze vraag niet meegenomen.*

Hoe heeft u uw verblijfsaccommodatie geboekt? (N= 11.121)

Respondenten: vooraf geboekt (zie vorige pagina)



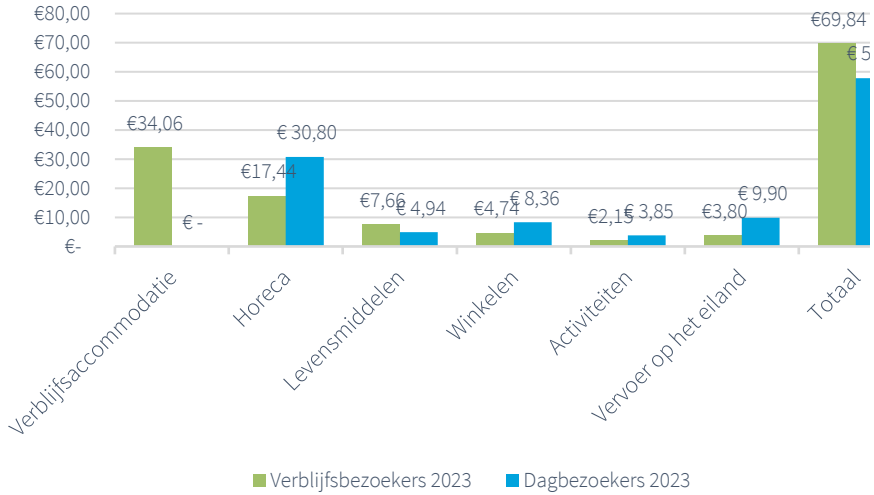
Het merendeel heeft geboekt via de website van de accommodatie (43%). Daarnaast heeft 18% telefonisch, schriftelijk of per email geboekt. Overige manieren om te boeken die worden genoemd zijn via de websites van VVV Terschelling of via www.op-terschelling.nl of door contact met familie of vrienden die een verblijf hebben op het eiland.

Omdat de vraagstelling in het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 net iets anders was (er waren toen alleen websites als opties gegeven) is een exacte vergelijking met het vorige rapport niet te maken. Wel kan worden gezien dat het percentage dat boekt via de website van de accommodatie zelf hetzelfde is.

3.2 Bestedingen

Uitgaven per persoon per dag

Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)



Gemiddeld gaven verblijfsbezoekers €69,84 per persoon per dag uit. Dagbezoekers gaven iets minder uit en kwamen gemiddeld uit op €57,85 per persoon per dag. De meeste uitgaven gaan naar verblijfsaccommodatie en horeca, de minste naar activiteiten op het eiland. De daggast geeft voor alle categorieën behalve levensmiddelen meer geld uit dan de verblijfsgast. In vergelijking met verblijfsbezoekers, geven dagbezoekers veel meer uit aan vervoer op het eiland. Verblijfsbezoekers nemen dit mogelijk zelf mee, of hebben vervoersmiddelen vanuit de verblijfsaccommodatie.

We zien een soortgelijk beeld in het voorgaande onderzoeksjaar. De uitgaven van de verblijfsgast zijn per persoon per dag sterker gestegen (+€14,45) dan de daggast (+€2,01). We zien vooral in de uitgaven voor verblijfsaccommodatie een groot verschil (+€9,06).

4 Na bezoek

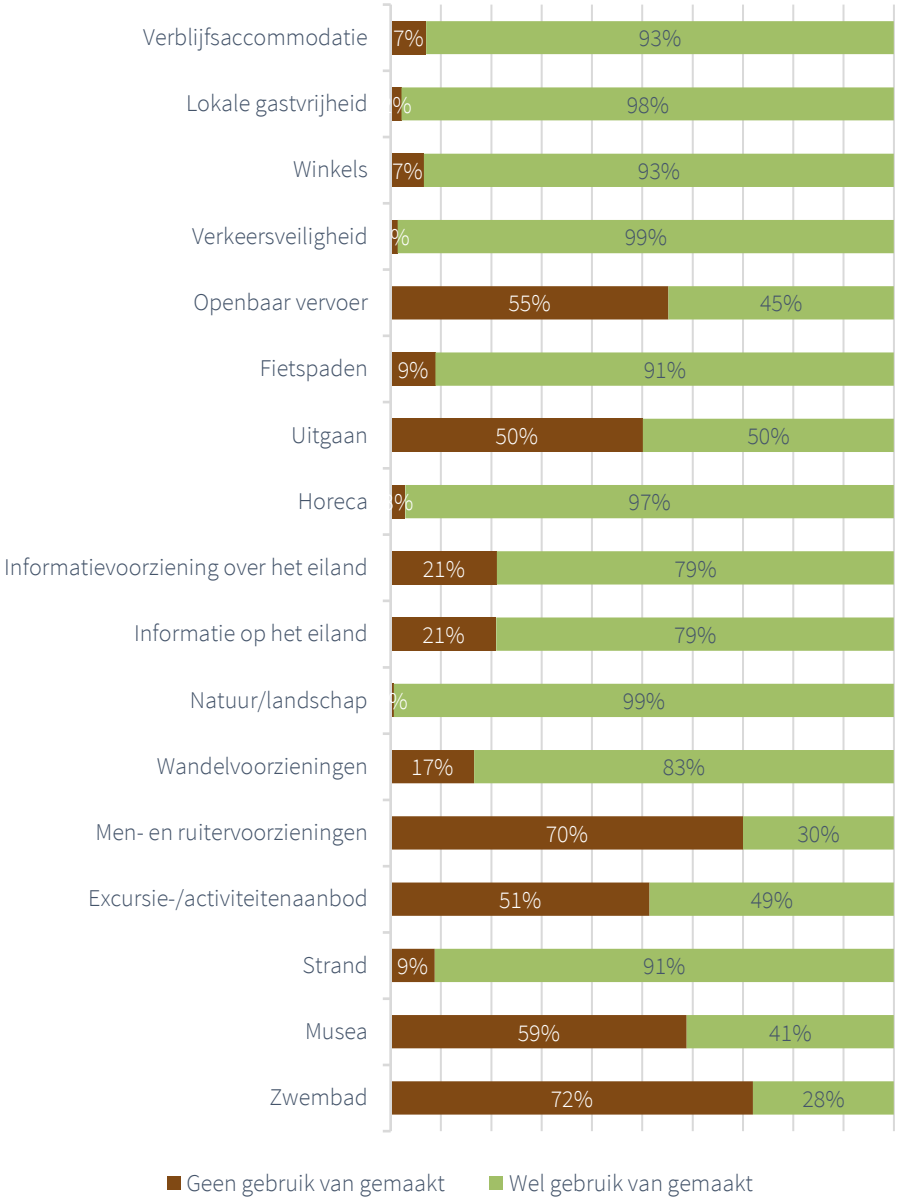
4.1 Beoordeling

Hoe tevreden bent u over de volgende elementen op of omtrent het eiland? Met een rapportcijfer, waarbij 1 = zeer ontevreden, 10 = zeer tevreden

Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)

Aan de respondenten is op een aantal elementen gevraagd of ze gebruik hebben gemaakt van deze elementen en hoe tevreden ze hierover zijn (indien ze er gebruik van hebben gemaakt) (N=12.852). Allereerst geven we het deelnamepercentage weer. Dat wil zeggen, het aantal bezoekers dat gebruik heeft gemaakt van de elementen, gevolgd door de tevredenheid hierover.

Het figuur hiernaast geeft het deelnamepercentage aan. Dit geeft het percentage bezoekers dat gebruik heeft gemaakt van de elementen. Van het openbaar vervoer, uitgaansfaciliteiten, men- en ruitervoorzieningen, excursie-/activiteitenaanbod, musea en zwembad hebben meer dan de helft van de bezoekers geen gebruik gemaakt. De meeste mensen (+90%) hebben gebruik gemaakt van de verblijfsaccommodaties, de lokale gastvrijheid, de winkels, de verkeersveiligheid, de fietspaden, de horeca, de natuur en het landschap en het strand.



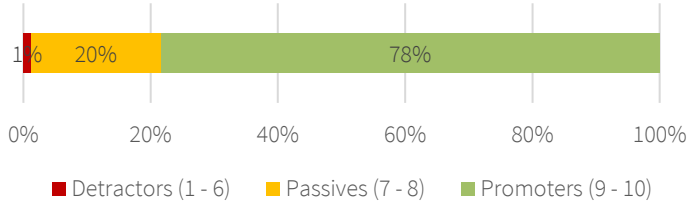
De tabel hiernaast geeft het gemiddelde rapportcijfer van de respondenten per element weer (N variërend van 972 tot 12.737). De respondenten zijn vooral tevreden met 'natuur/landschap' (9,4), het strand (9,1) en de wandelvoorzieningen (9). Maar ook het totale verblijf wordt goed beoordeeld met een 8,9. Bijna alle andere categorieën krijgen een cijfer hoger dan een 8. Alleen het 'zwembad' en 'verkeersveiligheid' scoren lager met respectievelijk een 7,7 en 7,9.

In vergelijking met het onderzoek uit 2019 is het totale verblijf beter beoordeeld (van 8,6 naar 8,9). De rapportcijfers van 'informatie over het eiland', 'wandelvoorzieningen' en 'strand' zijn gelijk gebleven t.o.v. 2019. De rest van de beoordelingen zijn gestegen.

Bezoekers die een laag cijfer gaven (6 of lager), lichten dit toe met uiteenlopende redenen. Wat vooral naar voren komt is dat veel horeca en winkels dicht waren, er te hard gereden wordt op het eiland, er te veel paardenpoep in het openbaar ligt, er is weinig te doen voor kinderen met slecht weer, overlast door jongeren, dat het een duur eiland is en dat de gastvrijheid niet altijd goed was.

Rapportcijfer tevredenheid	2022	*2019*
Verblijfsaccommodatie	8,7	*8,3*
Lokale gastvrijheid	8,6	*8,4*
Winkels	8,1	*7,8*
Verkeersveiligheid	7,9	*7,7*
Openbaar vervoer	8,3	*7,9*
Fietspaden	8,4	*8,3*
Uitgaan	8,2	*7,9*
Horeca	8,3	*8,1*
Informatievoorziening over het eiland	8,3	*8,2*
Informatie op het eiland	8,2	*8,1*
Natuur/landschap	9,4	*9,3*
Wandelvoorzieningen	9,0	*9,0*
Men- en ruitervoorzieningen	8,7	*8,6*
Excursie-/activiteitenaanbod	8,3	*8,2*
Strand	9,1	*9,1*
Musea	8,1	*7,9*
Zwembad	7,7	*7,6*
Totale verblijf	**8,9**	***8,6***

Hoe waarschijnlijk is het dat u Terschelling zou aanbevelen aan een vriend of familie? U kunt een cijfer van 1 tot 10 geven, waarbij 1 = zeer onwaarschijnlijk en 10 = zeer waarschijnlijk. (N=12.852)
Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)

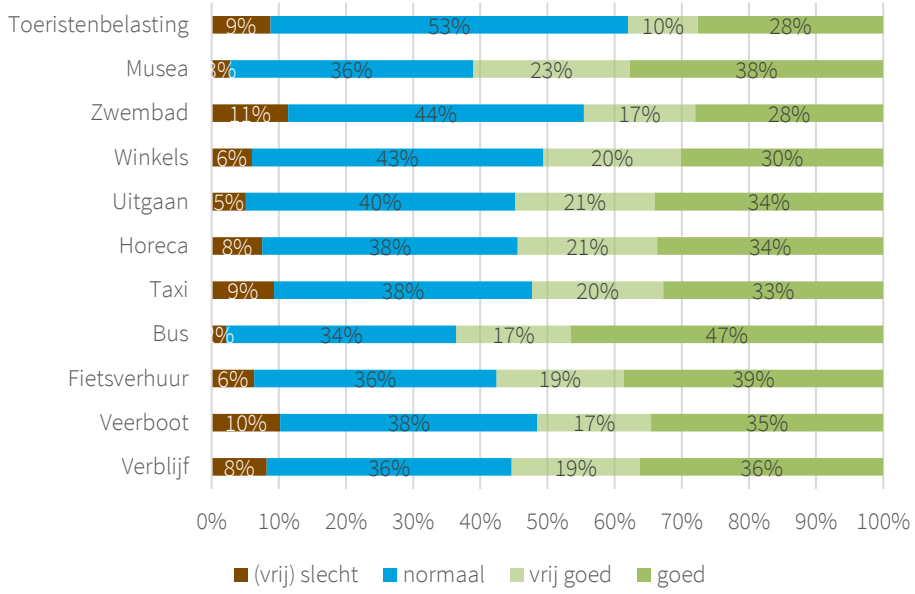


Tevredenheid kan ook worden uitgedrukt in de "Net Promoter Score" (NPS). Deze score maakt onderscheid tussen promoters (gasten die actief Terschelling zullen aanbevelen), passives (gasten die wel tevreden waren, maar niet actief zullen aanbevelen) en detractors (ontevreden gasten die mogelijk Terschelling niet actief zullen aanbevelen).

De NPS score wordt berekend door het percentage van promoters minus het percentage van detractors te berekenen. Dit is de nettoscore en laat zien of het aandeel 'detractors' (score onder 0%) hoog is of aandeel 'promoters' (score boven 0%). Een hogere NPS is positiever voor het eiland want dit betekent meer 'promoters'. Met andere woorden, meer mensen die het eiland zullen aanbevelen. De bezoekers van het eiland geven voornamelijk aan dat ze zeer waarschijnlijk Terschelling aan zullen bevelen, ze zijn voor 78% promotors. De NPS score van Terschelling komt uiteindelijk op 77%.

De hoogst mogelijke NPS score is 100% (geen detractors en alleen maar promotors) en de laagst mogelijke is -100% (alleen maar detractors en geen promoters). Een score boven 50% wordt over het algemeen als zeer goed gezien. Met een NPS score van 77% heeft Terschelling dus een zeer goede score. *In het vorige onderzoek is deze vraag niet meegenomen.*

Wat vindt u van de prijs-kwaliteitverhouding van de volgende aspecten op Terschelling? (N variërend 1.036 tot 12.756)
Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)

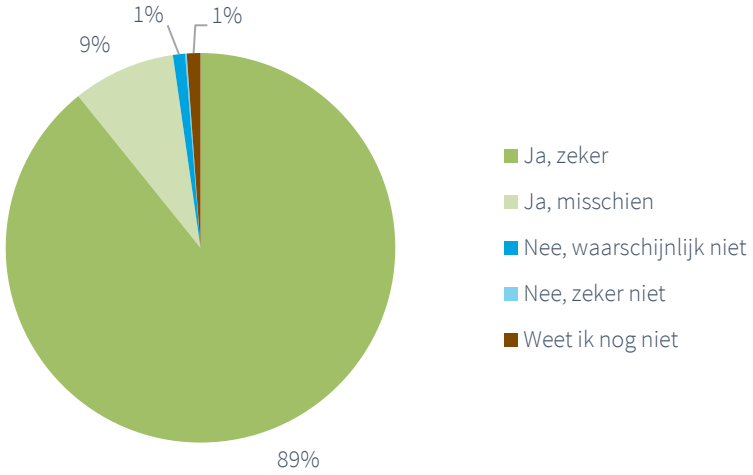


De toeristenbelasting op Terschelling is €1.82 per persoon per dag

Bij de prijs-kwaliteitverhouding van de bus zien we de grootste groep respondenten die dit als goed beoordeelt (47%). Voor de categorieën musea, bus, fietsverhuur wordt de prijs-kwaliteit verhouding door de meeste respondenten als 'goed' beoordeeld. De prijs-kwaliteitverhouding van het verblijf wordt evenveel 'normaal' als 'goed' beoordeeld. Voor de rest van de categorieën wordt de prijs-kwaliteitverhouding voornamelijk als 'normaal' beoordeeld door de respondenten.
In vergelijking met het voorgaand onderzoeker werd de prijs-kwaliteitverhouding van musea vaker met 'goed' beoordeeld. Daarnaast werd de prijs-kwaliteitverhouding van het verblijf voorheen vaker als 'goed' beoordeeld in vergelijking met de cijfers van dit onderzoek.

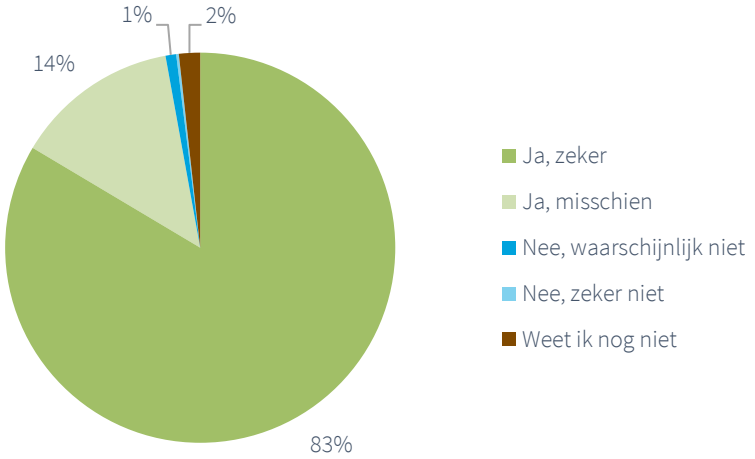
4.2 Toekomstig bezoek

Denkt u in de toekomst Terschelling nog een keer te bezoeken? (Privé N=12.571 zakelijke en privé en zakelijke bezoekers gecombineerd N=456)



Dit figuur geeft de antwoorden van de privébezoekers weer

De meeste privébezoekers (89%) geven aan dat ze zeker Terschelling nog een keer willen bezoeken. 9% geeft aan misschien Terschelling nog een keer te willen bezoeken.



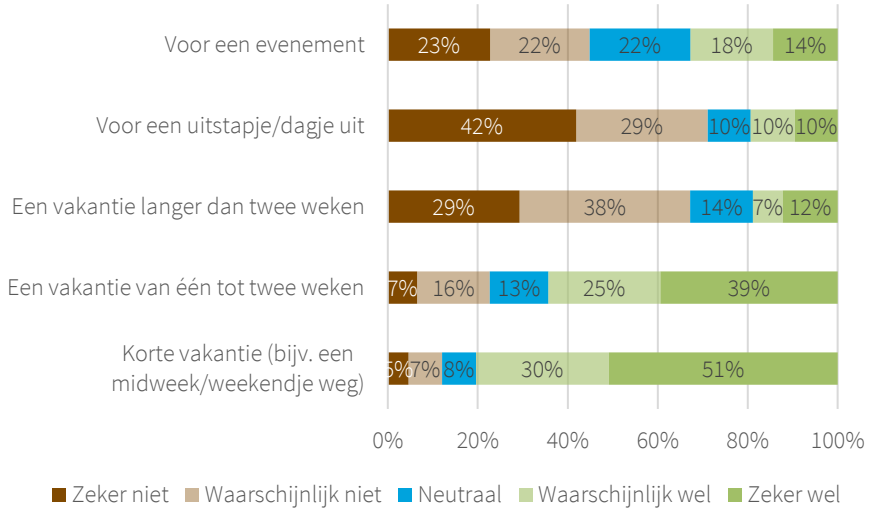
Dit figuur geeft de antwoorden van de zakelijke en de zakelijk met privé gecombineerde bezoekers weer

Ook voor de zakelijke bezoekers en de bezoekers die een zakelijk bezoek hebben gecombineerd met een privébezoek geldt dat het merendeel (83%) aangeeft Terschelling in de toekomst nog een keer te willen bezoeken. Ook denkt 14% Terschelling misschien nog een keer te willen bezoeken.

Omdat de vraagstelling in het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 net iets anders was (geen splitsing tussen privé, zakelijk of gecombineerde bezoekers) is een exacte vergelijking niet te maken. Wel kan worden gezien dat de percentages vergelijkbaar zijn met het voorgaand onderzoek.

Voor welk doel zou u overwegen het eiland in de toekomst opnieuw te bezoeken? (N variërend van 12.722 tot 12.726)

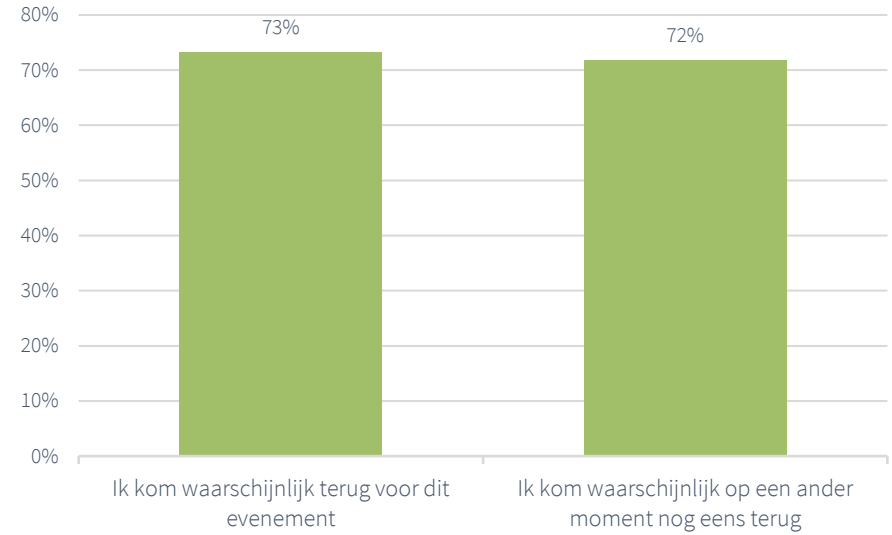
Respondenten: overwegen Terschelling voor toekomstig bezoek (zie vorige vraag)



Het overgrote deel zou 'zeker wel' of 'waarschijnlijk wel' voor een korte vakantie terug komen naar Terschelling. Voor een vakantie van één of twee weken geeft 25% aan 'waarschijnlijk wel' terug te willen komen en 39% geeft aan 'zeker wel' terug te willen komen. De respondenten zouden minder snel terug komen voor een uitstapje/dagje uit of een vakantie langer dan twee weken.

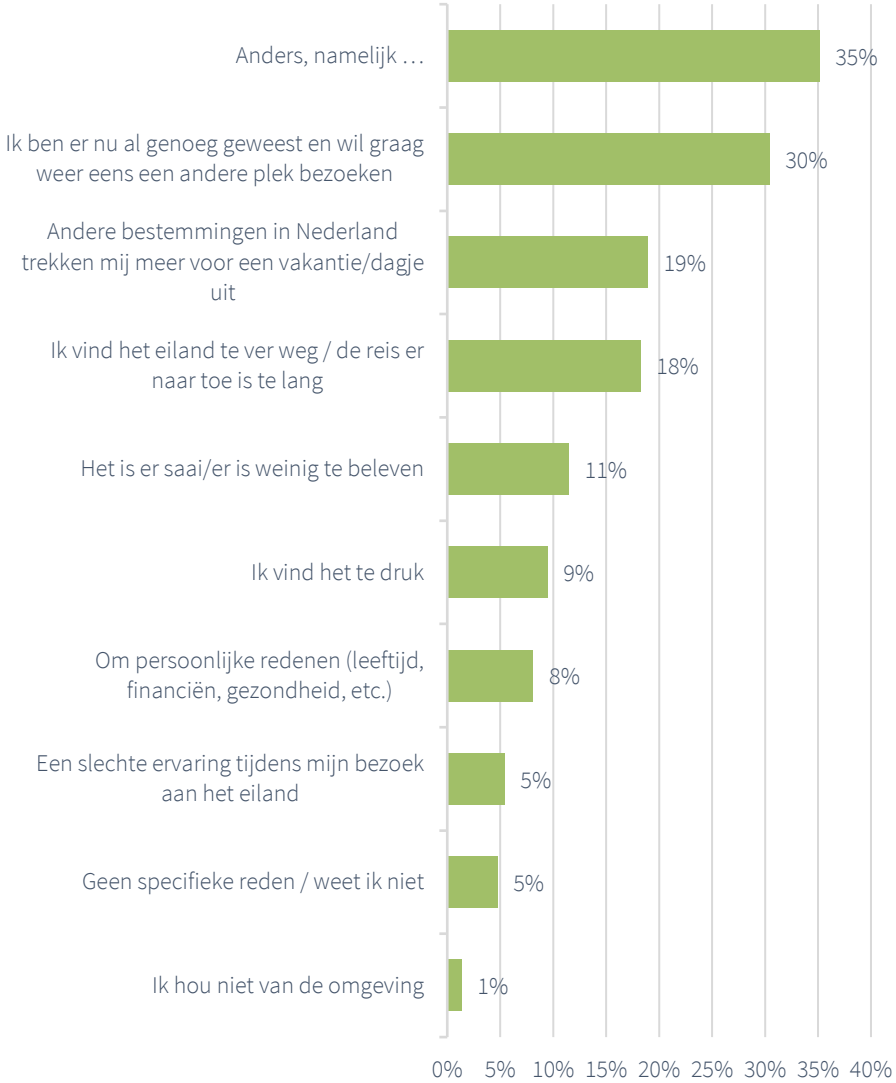
Komt u dan speciaal terug voor [EVENEMENT] of wilt u het eiland ook op een ander moment nog eens bezoeken? (N=1.329, R=1.929, meerdere antwoorden mogelijk)

Respondenten: overwegen Terschelling voor toekomstig bezoek én bezoekreden = evenement.



Aan de respondenten die eerder hebben aangegeven een evenement te bezoeken én die hebben aangegeven Terschelling nogmaals te willen bezoeken, is gevraagd of ze terugkomen voor dit evenement en/of op een ander moment. Hieruit blijkt dat het merendeel van de respondenten zowel terug willen komen voor het evenement dat ze hebben bezocht evenement (73%) als op een ander moment (72%).

Wat is/zijn de belangrijkste reden(en) dat u Terschelling niet nog eens wilt bezoeken? (N=148, R=212, meerdere antwoorden mogelijk)
Respondenten: overwegen Terschelling niet voor toekomstig bezoek

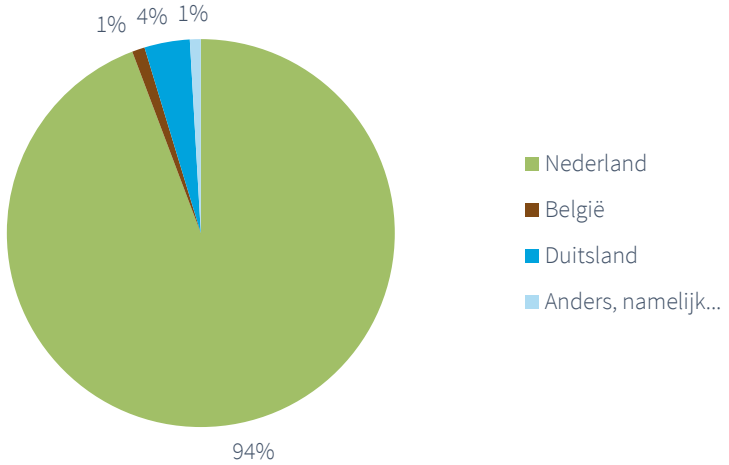


Veel respondenten geven aan dat ze al genoeg op Terschelling geweest zijn en andere plekken willen bezoeken (30%). Ook geeft 19% aan dat andere bestemmingen hun meer trekken, en 18% vindt het eiland te ver weg. Overige redenen die genoemd worden zijn de te hoge kosten van zowel de boot als het voedsel op het eiland, dat ze alles al gezien hebben op het eiland na één bezoek, nog andere plekken willen bezoeken en het eiland te druk vinden. Eén van de respondenten zegt hierover: *'In het hoogseizoen is het behoorlijk duur. Dat geldt zeker ook voor de huur van de* accommodaties. *Slacht niet het kip met de gouden eieren! Dit geldt ook voor de overtocht!'*

5 Profiel van de respondent

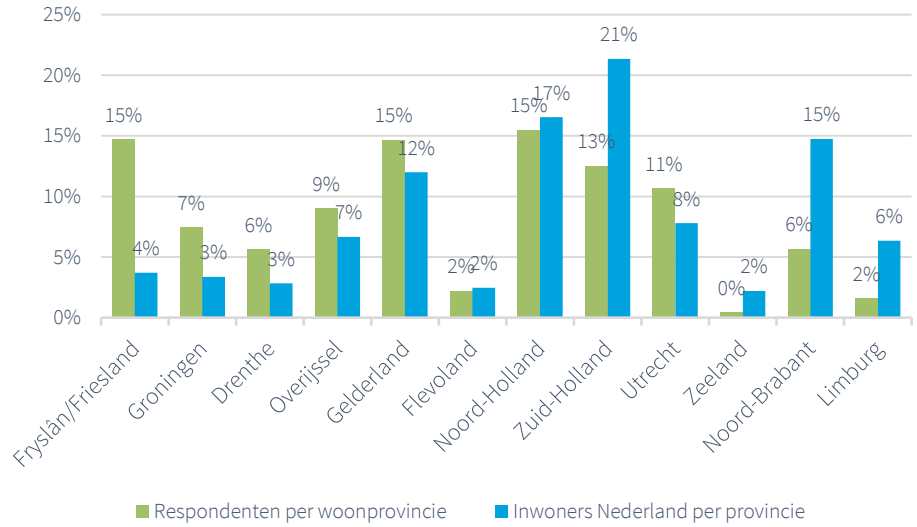
5.1 Profiel van de respondent

In welk land woont u? (N=13.027)



Het overgrote deel (94%) van de respondenten komt uit Nederland. Hierna volgen gasten uit Duitsland (4%), België (1%) of andere bestemmingen (1%), voornamelijk Zwitserland. Ook komen er een redelijk aantal mensen uit Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk.
In vergelijking met het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019, zijn er nu iets meer Duitse respondenten (in verhouding 3% meer van het totaal, in 2018 was de N 201, nu 493). Het is mogelijk dat er in het totaal meer Duitse gasten zijn op Terschelling, of dat meer Duitse gasten geïnteresseerd waren in het invullen van de vragenlijst.

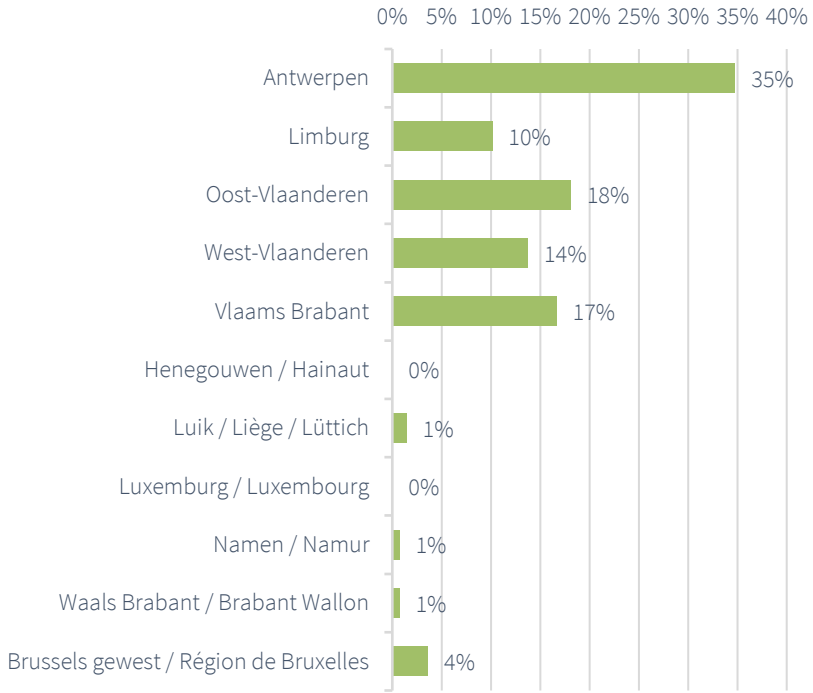
In welke provincie woont u? (Respondenten woonachtig in Nederland) (N=12.278)



De respondenten zijn hier vergeleken met het aandeel inwoners. Bron: CBS, peildatum 1 januari 2022

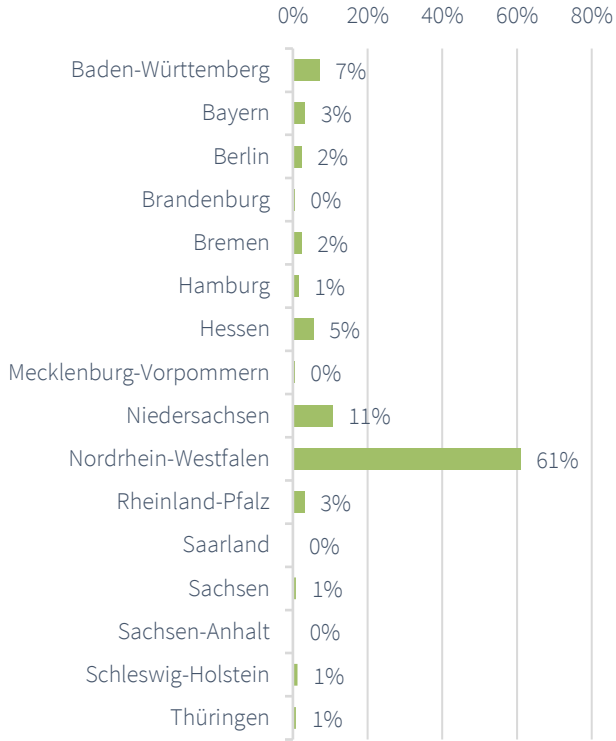
De meeste Nederlandse respondenten kwamen uit Friesland (15%), Gelderland (15%), Noord-Holland (15%) of Zuid-Holland (13%). In vergelijking met de inwoners per provincie, zien we dat er relatief veel mensen uit de nabijgelegen noordelijke provincies komen (met uitzondering van Noord-Holland). Ondanks dat er veel gasten uit Zuid-Holland komen, is dit in vergelijking met het inwonersaantal nog steeds relatief laag.
In het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 zien we een vergelijkbaar beeld.

In welke provincie woont u? (Respondenten woonachtig in België) (N=138)



De meeste Belgische respondenten komen uit de provincies Antwerpen (35%), Oost-Vlaanderen (18%) en Vlaams Brabant (17%). We zien weinig gasten uit de Franstalige provincies in België.

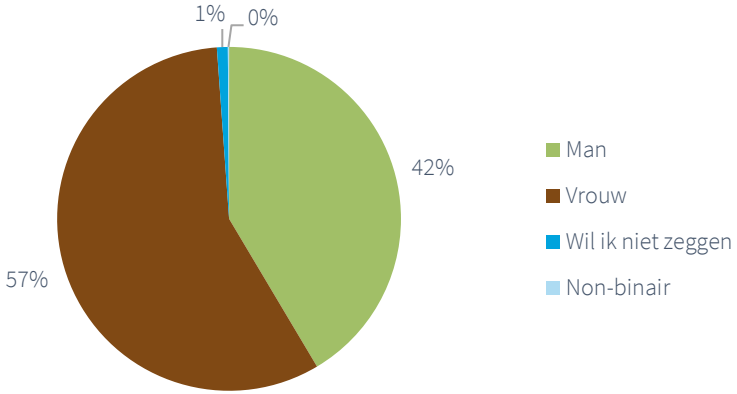
In welke deelstaat woont u? (Respondenten woonachtig in Duitsland)(N=493)



De meeste Duitse respondenten komen uit de deelstaten Nordrhein-Westfalen (61%) en Niedersachsen (11%).

Geslacht

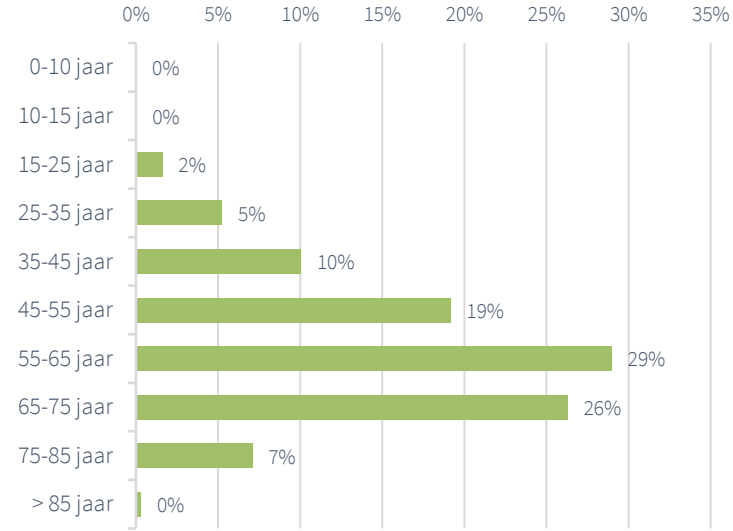
Wat is uw geslacht? (N=13.027)



Iets meer dan de helft van de respondenten is vrouwelijk (57%), 41% is mannelijk. 15 respondenten geven aan non-binair te zijn.

Leeftijd

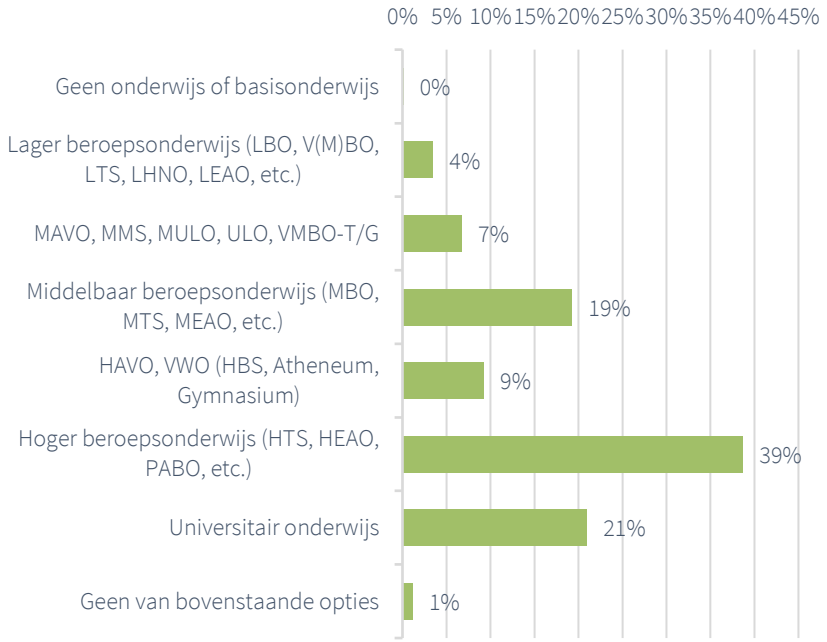
Wat is uw leeftijd? (N=13.027)



De gemiddelde leeftijd van de respondent is 57 jaar. De meest voorkomende leeftijdsgroep is 55-65 jaar, gevolgd door 65-75 jaar. Dit geeft nog *niet* de gemiddelde leeftijd van het reisgezelschap weer, dit is een aantal pagina's verderop weergegeven.

Opleiding

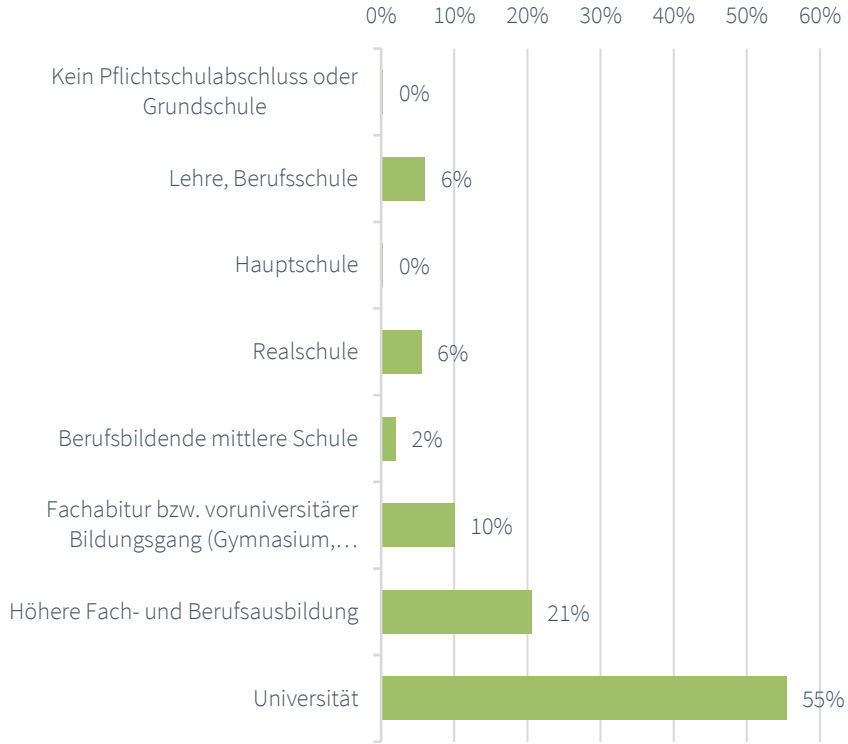
Wat is uw hoogst voltooide opleiding? (Nederlandse respondenten) (N=12.549)



De hoogst voltooide opleiding verschilt sterk. De meeste respondenten hebben een vervolgopleiding afgerond, zoals hoger beroepsonderwijs (39%), universitair onderwijs (21%) of middelbaar beroepsonderwijs (19%).

Dit is enigszins vergelijkbaar met het gemiddelde opleidingsniveau in Nederland. De categorieën zijn één-op-één vergelijkbaar, maar we zien dat havo, vwo en middelbaar beroepsonderwijs (één categorie in de landelijke meting) het meest voorkomende opleidingsniveau is in Nederland in 2022[3], gevolgd door hoger beroepsonderwijs. Bij de respondenten van dit onderzoek is dit net andersom.

Wat is uw hoogst voltooide opleiding? (Duitse respondenten) (N=399)



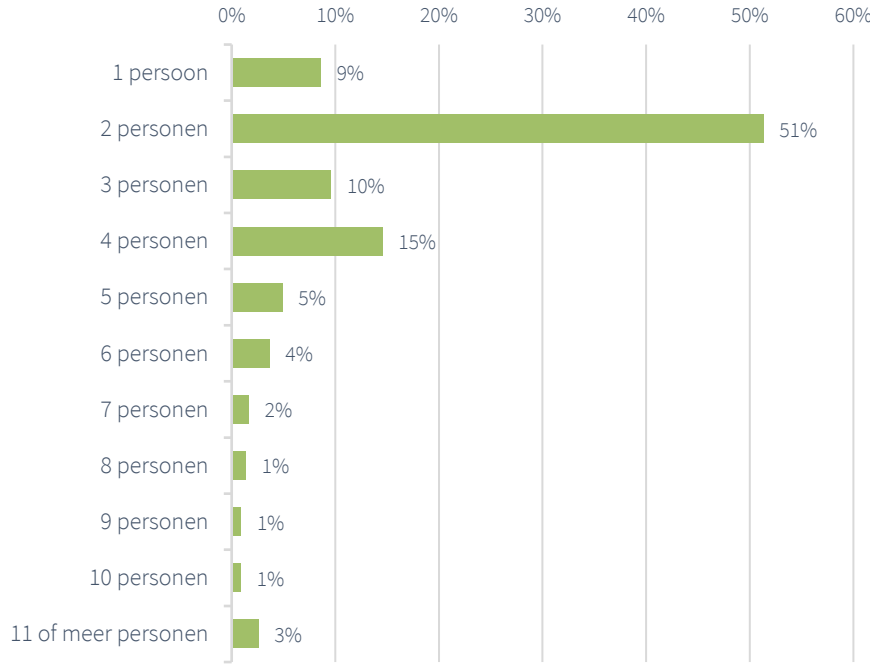
De meeste Duitse respondenten hebben een vervolgopleiding afgerond, zoals bijvoorbeeld de universiteit (55%) en höhere Fach- unf Berufsausbildung (21%)

NB: Er zijn te weinig respondenten (79) in de Engelse vragenlijst om een grafiek te kunnen tonen van het opleidingsniveau van deze gasten.

[3] https://www.ocwincijfers.nl/sectoren/onderwijs-algemeen/hoogst-behaald-onderwijsniveau

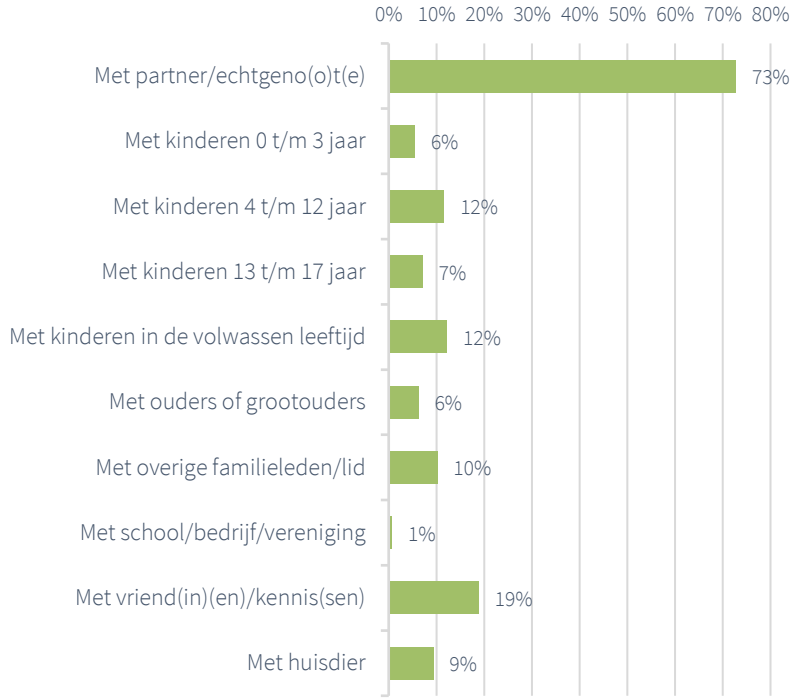
Reisgezelschap

Uit hoeveel personen bestond uw gezelschap (uzelf meegerekend), tijdens uw laatste bezoek aan Terschelling? (N=12.846)



Een reisgezelschap bestond gemiddeld uit 3,4 personen voor verblijfsbezoekers, en 2,8 voor dagbezoekers.
Het meest kwamen gezelschappen van 2 personen naar Terschelling (51%), gevolgd door gezelschappen van 4 personen (15%) of 3 personen (10%).
Deze antwoorden komen overeen met het vorige onderzoek.

Met welk gezelschap bent u naar Terschelling afgereisd? (N=11.743, R=18.175, meerdere antwoorden mogelijk)



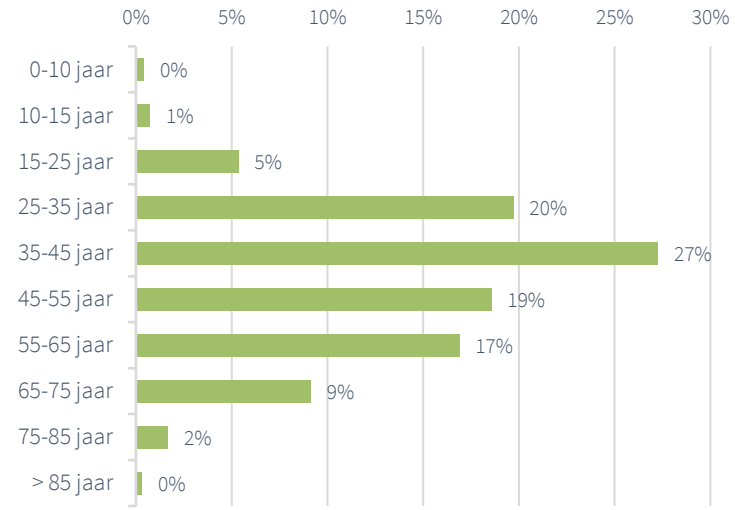
Respondenten hebben het meeste met hun partner gereisd (73%), gevolgd door vrienden en/of kennissen (19%). We zien een relatief grote groep mensen met kinderen in verschillende leeftijdscategorieën. Ook hebben relatief veel mensen (9%) met hun huisdier gereisd.

In het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 zien we een veel kleinere groep (-7%) respondenten die met hun partner hebben gereisd. We zien nauwelijks verschillen in de leeftijdscategorieën van de kinderen.

Wat is de gemiddelde leeftijd van uw reisgezelschap? Een reisgezelschap van maximaal 6 personen, inclusief leeftijd respondent (N=12.073):
Voor zakelijke reizigers geldt dat alleen de gemiddelde leeftijd van de respondent is meegenomen, niet van het eventuele zakenreisgezelschap.

De gemiddelde leeftijd van de respondenten met een reisgezelschap van 1 tot en met 6 personen, is 51 jaar oud.

Wat is de gemiddelde leeftijd van uw reisgezelschap? Een reisgezelschap van 7 personen of meer (N=954):



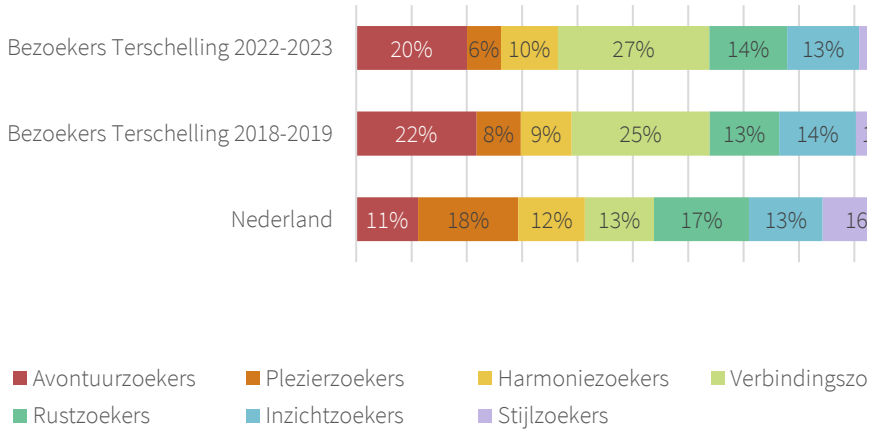
De gemiddelde leeftijd van grote reisgezelschappen ligt vooral tussen de 25 en 65 jaar. Vooral de groep 35-45 jaar heeft een groot aandeel.
In vergelijking met het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 is de groep 55-75 een stuk groter geworden, en de groep jongere mensen (0-54) een stukje kleiner.

5.2 Leefstijl van de respondent

Respondenten: privébezoekers en combinatiebezoekers (zakelijk bezoek gecombineerd met privébezoek)

Hieronder geven wij een doelgroepsegmentatie aan op basis van de Leefstijlvinder. Voor meer informatie over de Leefstijlvinder en de profielen hiervan, verwijzen wij naar bijlage 1. Deze doelgroepsegmentatie is gebaseerd op aanvullende, optionele antwoorden in de Nederlandse vragenlijst. De Leefstijlvinder is enkel toepasbaar voor de Nederlandse gast en geeft dan ook enkel hier informatie over.
Deze vragen zijn daarnaast niet aan zakelijke gasten gesteld.

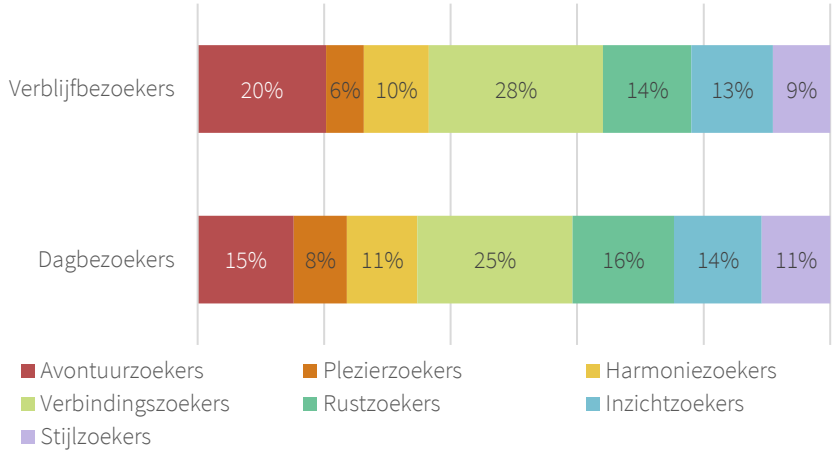
Leefstijlen (N 2022-2023=11.494, N 2018-2019=7.808)



De grootste groepen die Terschelling bezoeken, zijn de verbindingszoekers en de avontuurzoekers. De kleinste groepen zijn de plezierzoekers en de stijlzoekers. Als we kijken naar het Nederlands gemiddelde, dan valt het volgende op:

- Verbindingszoekers (27% t.o.v. 13% landelijk) en avontuurzoekers (20% t.o.v. 11% landelijk) zijn sterk oververtegenwoordigd op het eiland.
- Plezierzoekers (6% t.o.v. 18% landelijk), stijlzoekers (9% t.o.v. 16% landelijk) en rustzoekers (14% t.o.v. 17% landelijk) zijn sterk ondervertegenwoordigd op het eiland.
- *In vergelijking met het voorgaande onderzoeksjaar, zien we de grootste afwijkingen in het aandeel verbindingszoekers (+2% in 2023), avontuurzoekers (-2% in 2023) en plezierzoekers (-2% in 2023). De grootste groepen blijven echter wel hetzelfde.*

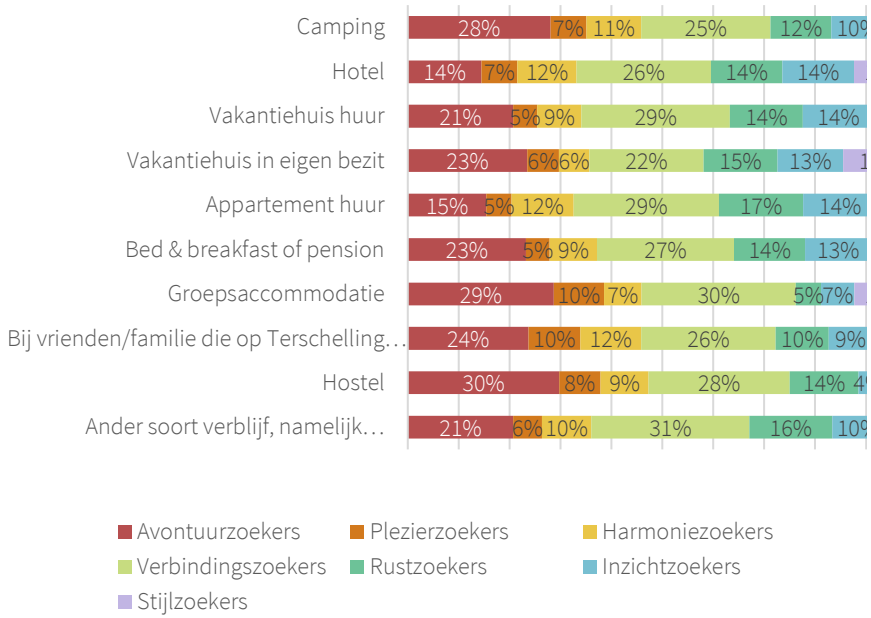
Leefstijlen (N verblijfsbezoekers = 10.875, N dagbezoekers = 619)



Als we kijken naar het verschil tussen de leefstijlprofielen van de dagbezoekers versus de verblijfsbezoekers, dan valt het volgende op:

- De grootse groepen (avontuurzoekers en verbindingszoekers) en de kleinste groepen (plezierzoekers, stijlzoekers en harmoniezoekers) zijn hetzelfde voor beide leefstijlen. De percentages verschillen wel.
- In de groep verblijfsbezoekers zien we meer avontuurzoekers (+5%) en verbindingszoekers (+3%) dan in de groep dagbezoekers.
- In de groep verblijfsbezoekers zien we minder plezierzoekers (-2%), rustzoekers (-2%) en stijlzoekers (-2%) dan in de groep dagbezoekers.

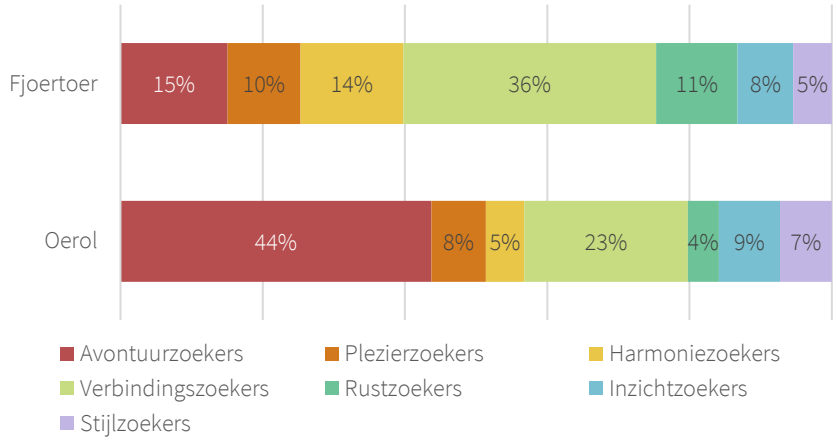
Leefstijlverdeling per accommodatie (N= 10.875)



We hebben per accommodatietype een uitsplitsing gemaakt in leefstijlverdeling. Een aantal dingen vallen op:

- We zien dat vrijwel overal de avontuur- en verbindingszoekers de grootste groepen zijn. Dit is ook in lijn met het totale profiel van de verblijfsbezoekers.
- We zien avontuurzoekers vooral veel voorkomen bij hostels, groepsaccommodaties en campings. Zij kiezen minder vaak voor hotels en huurappartementen.
- We zien voor de verbindingszoekers een vergelijkbare verdeling voor alle typen accommodaties, behalve vakantiehuis in eigen bezit (22%). Deze is iets minder populair.
- De stijlzoekers kiezen vaker voor overnachting in een eigen vakantiehuis, een hotel of een groepsaccommodatie.
- De plezierzoekers kiezen vaker voor overnachting bij familie of vrienden of een groepsaccommodatie.

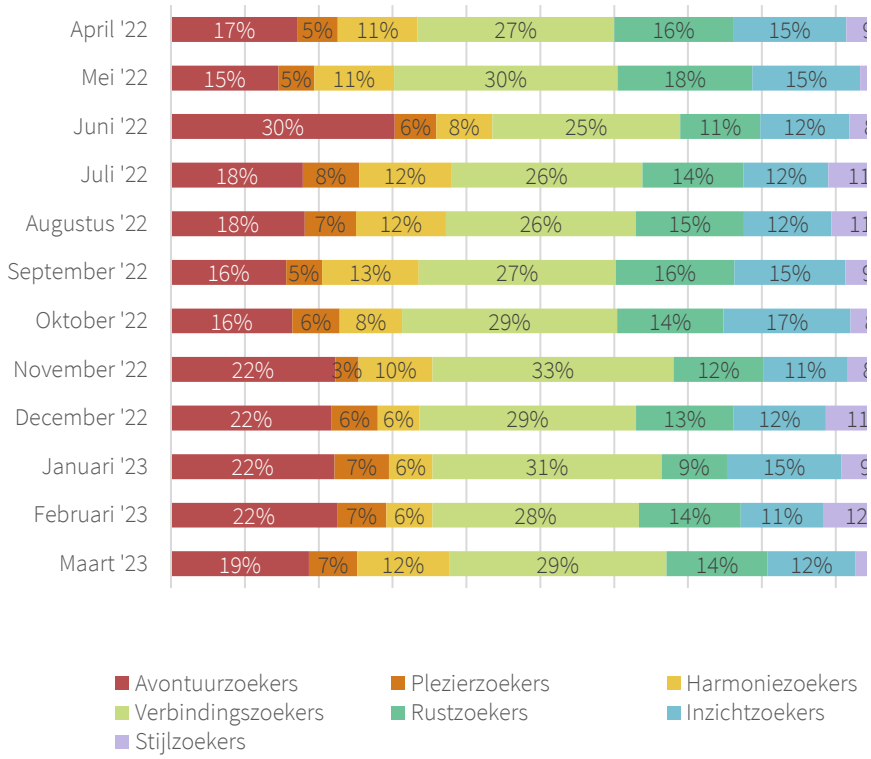
Leefstijlverdeling per evenement (Oerol N = 849, Fjoertoer N = 166)[4]



Deze grafiek geeft de leefstijlverdeling voor de evenementen de Fjoertoer en Oerol weer. Opvallend is dat er veel avontuurzoekers en verbindingszoekers een bezoek brengen aan Oerol. Van álle overige groepen zien we juist relatief weinig bezoekers.
Voor de Fjoertoer is de groep verbindingszoekers dan weer het grootst. De groep avontuurzoekers komt hierna, maar is aanzienlijk minder groot dan voor Oerol. Hiernaast bezoeken ook veel harmonie-, rust- en plezierzoekers het evenement.
Kortom, we concluderen dat het bezoekersprofiel van deze evenementen zeer onderscheidend is, met een duidelijke aantrekkingskracht op bepaalde leefstijlen.

[4] De overige evenementen hadden onvoldoende respons om mee te nemen in de figuur (minder dan 100).

Leefstijlverdeling per maand (N=11.494)



Wanneer we kijken naar de leefstijlverdeling per maand, zien we een vergelijkbare leefstijlverdeling per maand. De volgende dingen vallen op:

- In de maand juni is een grote piek in het aantal avontuurzoekers te zien. Dit kan te maken hebben met het evenement Oerol dat in deze maand plaatsvindt. Deze maand zijn er ook minder rustzoekers op het eiland.
- We zien in de maand maart geen duidelijke impact van het evenement Fjoertoer.
- In de maanden december tot maart zien we relatief weinig harmoniezoekers. Voor stijlzoekers zien we dan juist een dip tussen september en november.
- We zien, naast juni, een piek in het bezoek van avontuurzoekers in de maanden november tot en met februari.

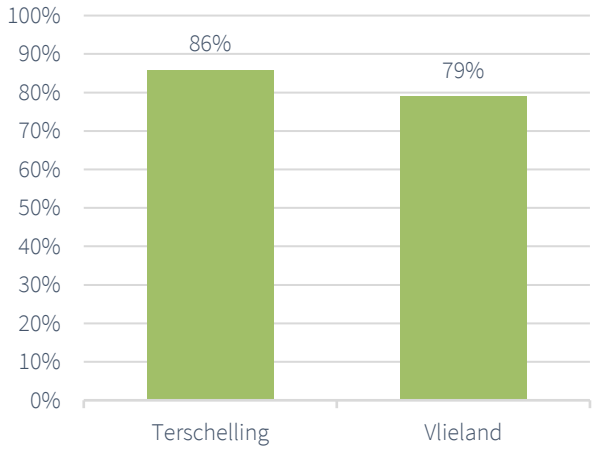
6 Benchmark Terschelling en Vlieland

In dit hoofdstuk vergelijken we Terschelling en Vlieland onderling.
Bij de leefstijlen maken we de vergelijking met het Nederlands gemiddelde.

6.1 Bekendheid met eiland

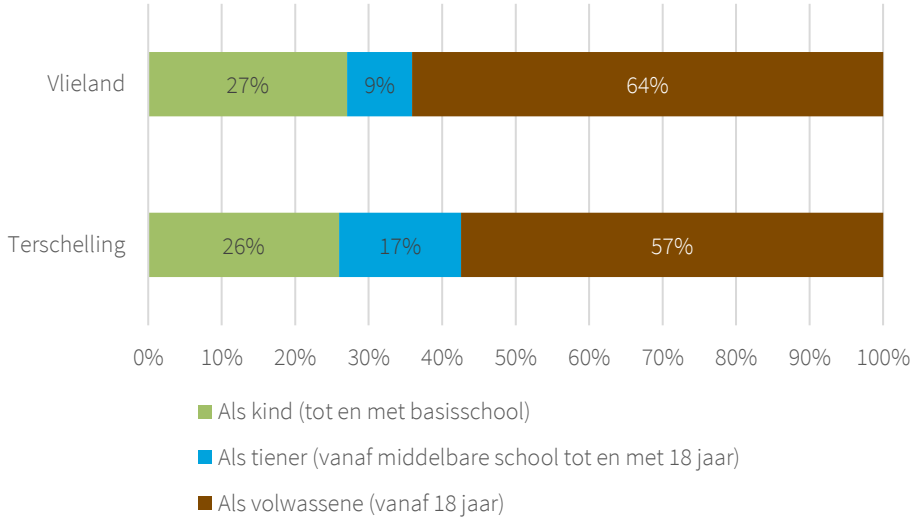
We hebben gevraagd of bezoekers al eerder op het betreffende eiland zijn geweest.

Bent u eerder op het eiland geweest?



Op beide eilanden is het overgrote deel al eerder op het eiland geweest, waarbij vooral het hoge percentage van 86% op Terschelling opvalt. Op Vlieland is het percentage bezoekers dat eerder is geweest wat kleiner: 79%. Andersom is het aantal bezoekers dat voor de eerste keer op het eiland is op Vlieland dus het grootst met iets minder dan een kwart van de bezoekers. *In vergelijking met het onderzoek uit 2018-2019 is er voor Terschelling weinig veranderd. Het aandeel herhalingsbezoekers was destijds 85%. Op Vlieland is het percentage herhalingsbezoek gestegen (van 74% naar 79%).*

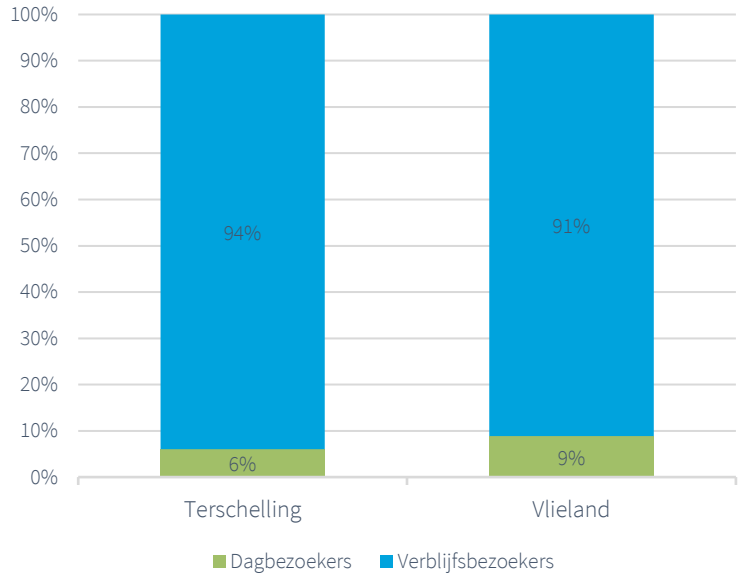
Wanneer heeft u het eiland voor het eerst bezocht?



Op Vlieland geven de meeste bezoekers aan dat zij het eiland voor het eerst bezochten als volwassene (64%). Bij Terschelling ligt dat aandeel lager, op 57%. Daarentegen krijgt Terschelling het grootste percentage dat als eerste het eiland bezoekt als tiener (17%). De percentages voor het eerste bezoek als kind is voor beide eilanden ongeveer gelijk.
Omdat de vraagstelling in het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 net iets anders was (kind en tiener waren toen samen gevoegd) is een exacte vergelijking niet te maken. Wel kan worden opgemerkt dat Vlieland destijds ook het meest door volwassenen voor het eerst werd bezocht. Ook valt op dat het percentage volwassenen dat voor het eerst naar Terschelling komt is gestegen (van 53% naar 57%).

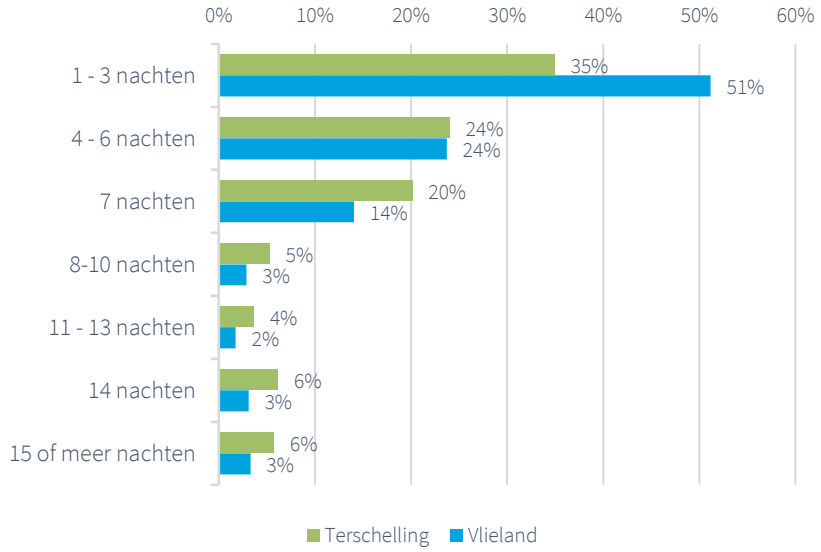
6.2 Verblijfsduur

Bezocht u het eiland één of meerdere dagen?



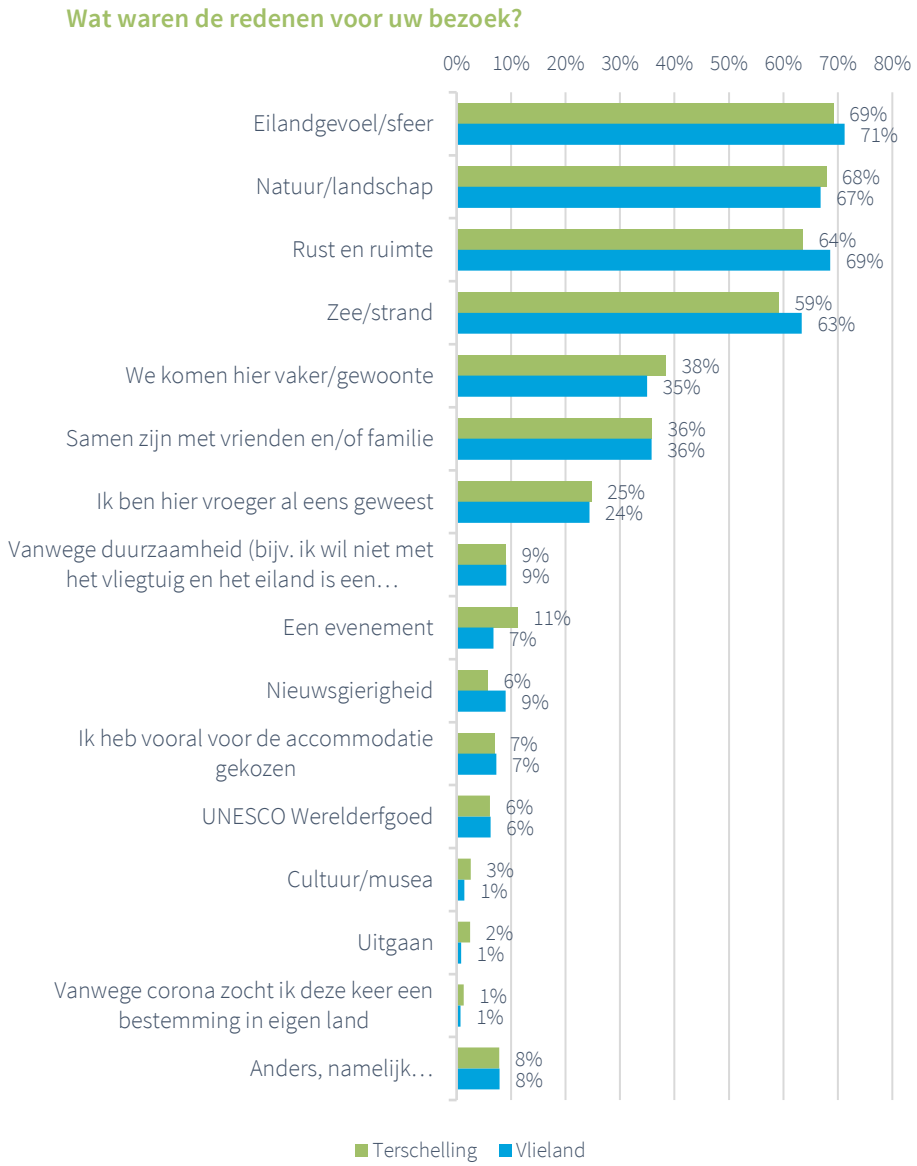
De aandelen dagbezoekers en verblijfsbezoekers onder de respondenten op Terschelling en Vlieland verschillen 3% van elkaar. Terschelling heeft minder dagbezoekers dan Vlieland. *Ten opzichte van het onderzoek in 2018-2019 zijn er voor Vlieland geen veranderingen. Terschelling heeft relatief wel iets meer verblijfsbezoekers dan destijds (van 92% naar 94%).*

Hoeveel nachten verbleef u op het eiland?



Op Vlieland verblijft meer dan de helft 1 tot 3 nachten. Op Terschelling verblijven ook de meeste gasten 1 tot 3 nachten maar dit is duidelijk minder dan op Vlieland. Hetzelfde percentage verblijft 4 tot 6 nachten op Vlieland als Terschelling. Alle verblijven langer dan deze periode zijn populairder op Terschelling dan op Vlieland. De gemiddelde verblijfsduur op Terschelling is 6,5 nachten en op Vlieland 5,1 nachten. *In vergelijking met het bezoekersonderzoek 2018-2019 is de verblijfsduur op Terschelling gestegen van 5,6 naar 6,5. Op Vlieland is het aantal nachten gestegen van 3,9 naar 5,1 nachten.*

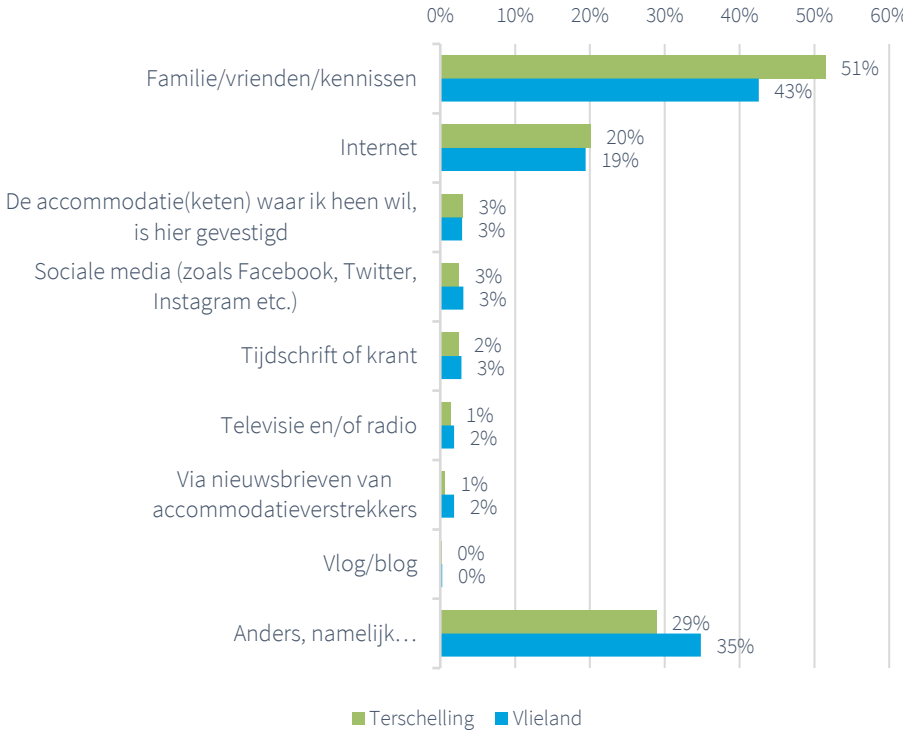
6.3 Bezoekredenen



Het eilandgevoel, de natuur en het landschap, rust en ruimte en de zee en het strand zijn de belangrijkste redenen voor zowel een bezoek aan Terschelling als Vlieland. *Omdat de vraagstelling in het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 net iets anders was (er zit een verschil in de categorieën) is een exacte vergelijking met niet te maken. Wel kan worden gezien dat dit bijna hetzelfde als in de vorige onderzoeksperiode. Destijds was rust en ruimte net iets meer reden om te bezoeken dan de natuur en het landschap.*

- Rust en ruimte worden verhoudingsgewijs vaker genoemd door bezoeker van Vlieland dan van Terschelling. Ook de zee en het strand worden vaker genoemd door bezoekers van Vlieland.
- Het eilandgevoel en de sfeer worden iets vaker genoemd door de bezoekers van Vlieland en de natuur en het landschap juist weer door de bezoekers van Terschelling. Maar deze verschillen zijn minimaal.
- Verder valt op dat 'hier vaker komen / gewoonte' en 'een evenement' verhoudingsgewijs vaker een aanleiding zijn voor een bezoek aan Terschelling dan dat bij Vlieland het geval is. *In vergelijking met het onderzoek uit 2018-2019 kan worden gezien dat dit verschil destijds ook zo was.*

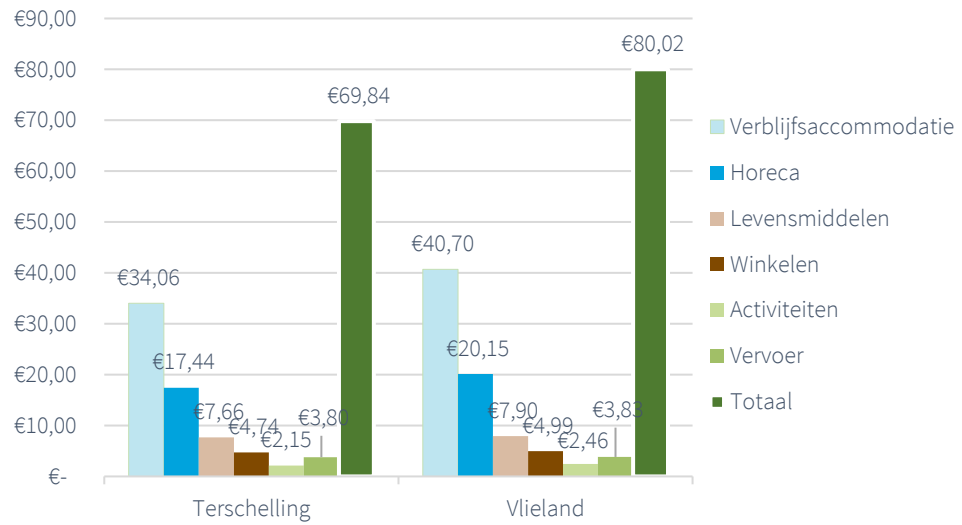
Hoe bent u op het idee gekomen om naar het eiland te gaan?



- De meeste bezoekers komen via familie, vrienden of kennissen op het idee om Terschelling of Vlieland te bezoeken. Bij Terschelling is dit meer dan de helft (51%).
- De antwoorden bij 'anders' hebben bij beide eilanden betrekking op de wens het eiland eens te bezoeken of het feit dat men alle eilanden om beurten bezoekt
- *Omdat de vraagstelling in het voorgaande bezoekersonderzoek in 2018-2019 net iets anders was (er zitten verschillen in de categorieën) is een exacte vergelijking niet te maken. Wel kan worden gezien dat meer mensen op het idee zijn gekomen om naar Terschelling of Vlieland te gaan via het internet.*
- De sociale media, televisie, tijdschriften en kranten worden relatief weinig genoemd als directe aanleiding om een eiland te bezoeken. Bij Vlieland hebben deze media gezamenlijk een aandeel van 8%. Bij Terschelling hebben deze media een gezamenlijk aandeel van 6%.

6.4 Bestedingen en tevredenheid

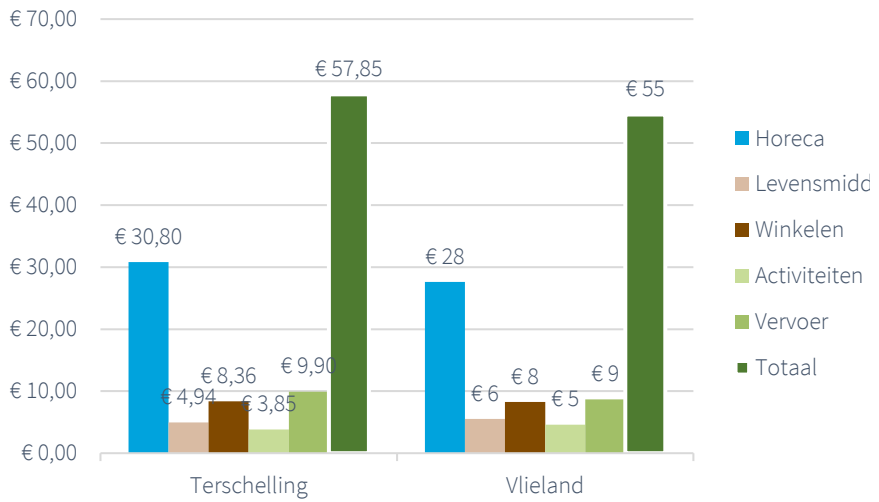
Hoeveel heeft u per dag uitgegeven? Verblijfsgasten, per persoon per dag



De totale uitgaven per persoon per dag zijn hoger voor de bezoekers aan Vlieland (€80,02) dan op Terschelling (€69,84). Daarnaast zijn de uitgaven voor verblijfsaccommodatie en horeca ook hoger voor verblijfsbezoekers van Vlieland. Er zit vooral een groot verschil tussen de kosten van de verblijfsaccommodatie, voor Terschelling is dit €34,06 en voor Vlieland €40,70. De rest van de kosten zijn redelijk vergelijkbaar.

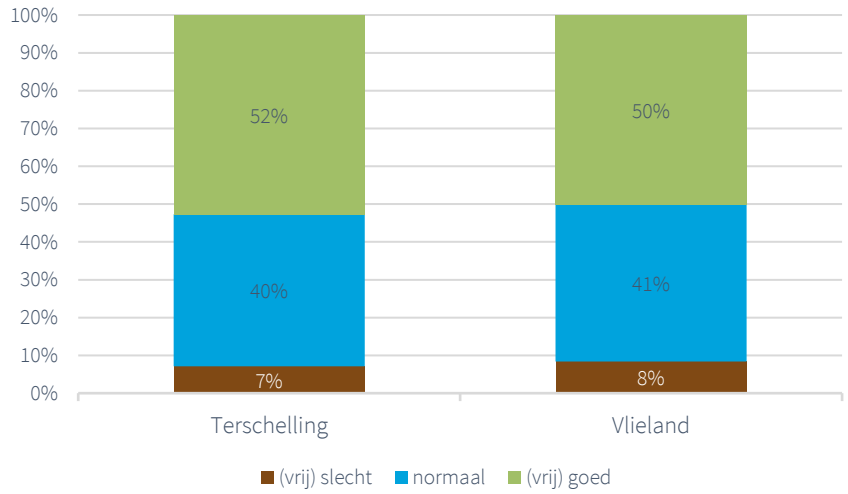
Zowel de totale uitgaven als de uitgaven voor de verblijfsaccommodatie zijn gestegen ten opzichte van 2019. De totale uitgaven op Terschelling zijn van €55,- naar €69,84 gestegen en de uitgaven voor de verblijfsaccommodatie zijn gestegen van €25,- naar €34,06. De totale uitgaven op Vlieland zijn van €72,- naar €80,02 gestegen en de uitgaven voor de verblijfsaccommodatie zijn gestegen van €34,- naar €40,70.

Hoeveel heeft u per dag uitgegeven? Daggasten, per persoon



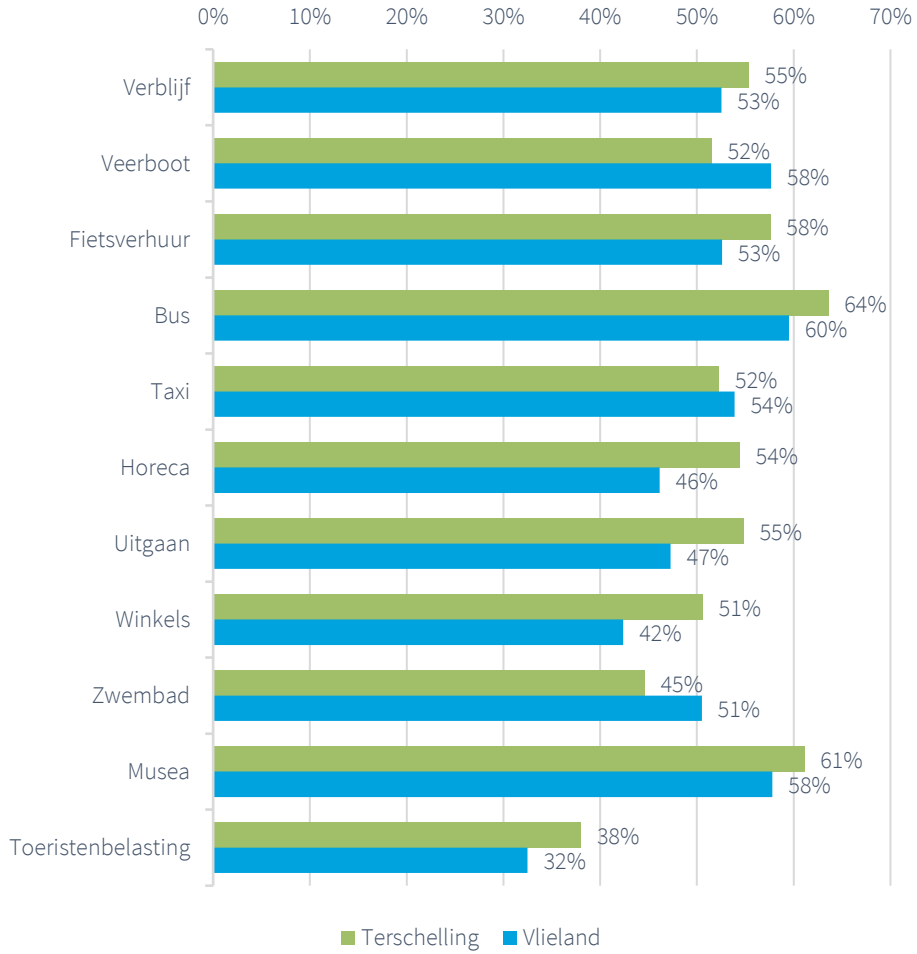
De uitgaven per dagrecreant liggen met €57,85 op Terschelling net wat hoger dan op Vlieland (€55,-). Tussen de uitgaven per categorie zitten ook geen grote verschillen. T*en opzichte van het onderzoek uit 2019 verschilt dit niet veel.*

Wat vindt u van de prijs-kwaliteitverhouding?



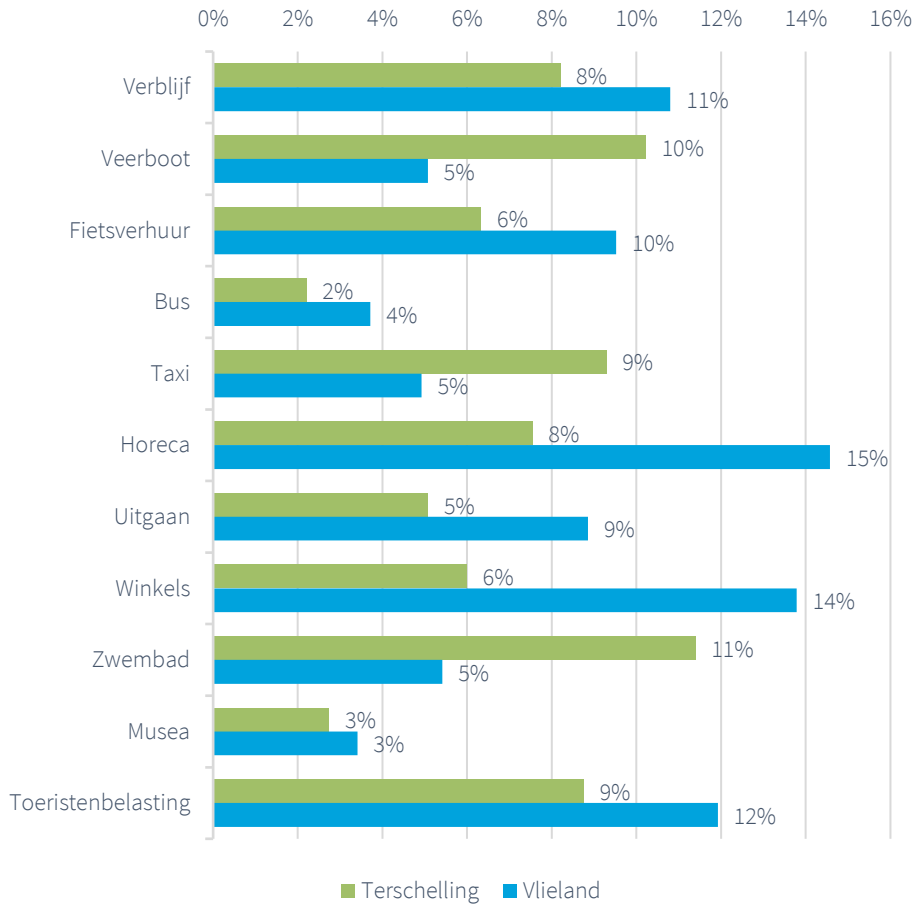
Op zowel Terschelling als Vlieland vinden de helft van de bezoekers de prijs-kwaliteitverhouding (vrij) goed. Ook vinden ongeveer 40% de bezoekers van beide eilanden de prijs-kwaliteitverhouding normaal. De beoordeling '(vrij) slecht' is voor beide eiland redelijk gelijk.

Hoe beoordeelt u de volgende aspecten van uw verblijf? Positieve waarderingen: (vrij) goed



- Gemiddeld genomen wijkt de waardering voor Terschelling en Vlieland niet veel van elkaar af. Toch wordt Terschelling op de meeste aspecten wel vaker als (vrij) goed beoordeeld dan Vlieland.
- Op Vlieland worden de veerboot, de taxi en het zwembad hoger gewaardeerd dan op Terschelling.
- Het verblijf, de fietsverhuur, de bus, de horeca, het uitgaan, de winkels, de musea en de toeristenbelasting worden op Terschelling hoger gewaardeerd dan op Vlieland.
- De grootste verschillen zitten tussen de waardering voor horeca, uitgaan en winkels. Deze worden ongeveer 8 à 9% lager gewaardeerd door de bezoekers van Vlieland. *We zien t.o.v. het onderzoek in 2018-2019 dat Vlieland op meer aspecten een lagere beoordeling heeft dan destijds. Destijds werden op Vlieland de aspecten veerboot, bus, zwembad, en toeristenbelasting hoger gewaardeerd dan op Terschelling.*

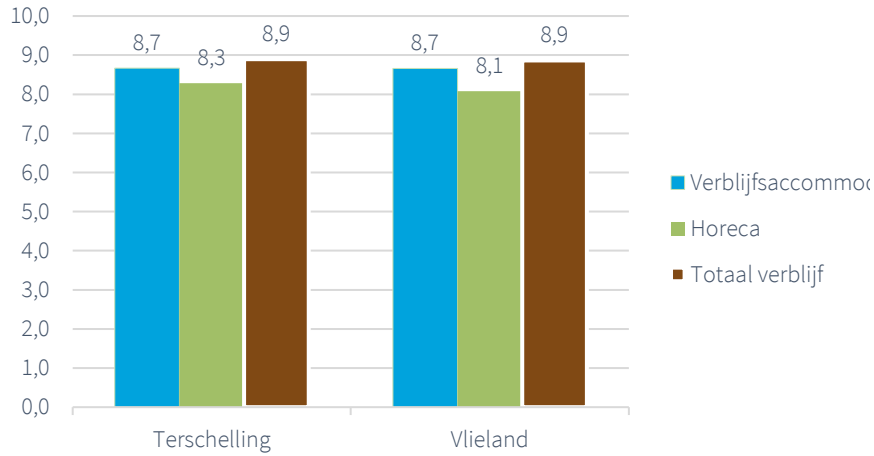
Hoe beoordeelt u de volgende aspecten van uw verblijf? Negatieve waarderingen: (vrij) slecht



- Bij Vlieland springen de negatieve waarderingen voor de toeristenbelasting, winkels en horeca in dit figuur eruit, toch betreffen het maar kleine percentages van het geheel (15%, 14% en 12%). *In vergelijking met het voorgaande onderzoek kan worden gezegd dat de negatieve waardering voor horeca op Vlieland is toegenomen en groter is dan de negatieve waardering voor winkels. De negatieve waardering voor de taxi is in vergelijking afgenomen.*

- Bij Terschelling springen de negatieve waarderingen voor de veerboot, de taxi, de horeca, het zwembad en de toeristenbelasting eruit. *De negatieve waardering van de toeristenbelasting is gestegen t.o.v. het onderzoek in 2018-2019. Verder zijn er geen grote verschillen te zien voor Terschelling.*
- *Ook kan worden gezien dat t.o.v. het onderzoek in 2018-2019 het verblijf voor zowel Vlieland als Terschelling negatiever wordt beoordeeld.*

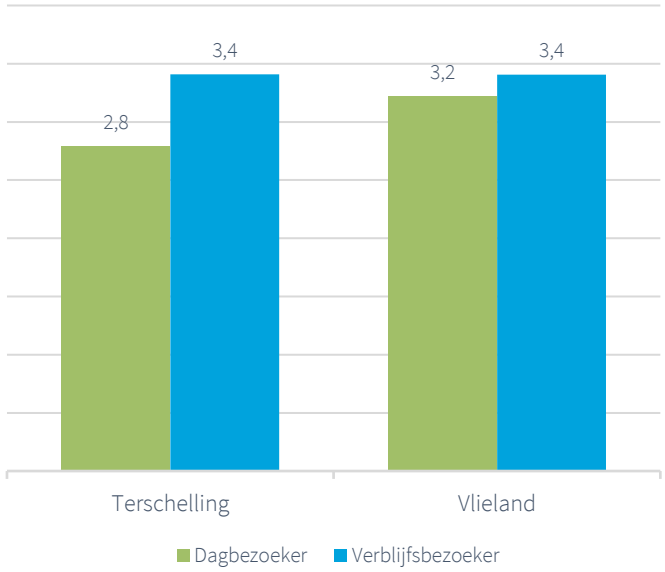
Welk rapport cijfer zou u de volgende aspecten geven?



- Terschelling en Vlieland scoren op verblijfsaccommodatie, horeca en totaal verblijf bijna hetzelfde. Alleen het rapportcijfer voor horeca is niet hetzelfde, deze is iets hoger op Terschelling.
- *In vergelijking met het onderzoek uit 2018-2019 is het rapportcijfer op verblijfsaccommodatie, horeca en het totaal verblijf hoger voor beide eilanden.*

6.5 Profiel van de bezoeker

Uit hoeveel personen bestond uw gezelschap?



De gemiddelde groepsgrootte van de verblijfsbezoekers is op Terschelling en Vlieland 3,4 personen. De gemiddelde groepsgrootte van de dagbezoekers is op Vlieland groter dan op Terschelling. Op Vlieland is de groepsgrootte 3,2 personen en op Terschelling 2,8 personen.
In vergelijking van het bezoekersonderzoek in 2018-2019 is de groepsgrootte van de verblijfsgasten op Vlieland gestegen (van 3 naar 3,4 personen). Ook de groepsgrootte van de dagbezoekers op Vlieland is gestegen (van 2,6 naar 3,2). Voor Terschelling is dit nagenoeg gelijk gebleven.

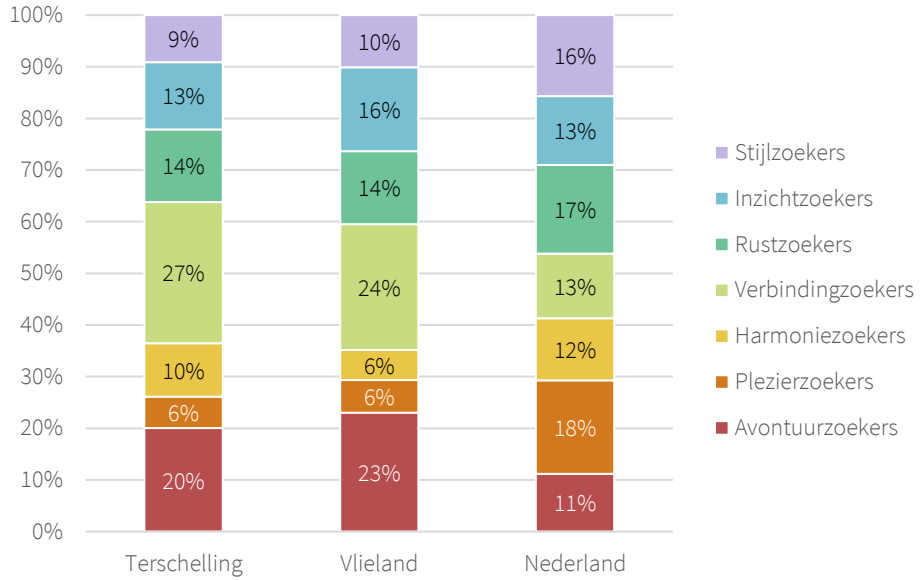
Wat is uw land van herkomst?

Het gros van de respondenten voor zowel Terschelling als Vlieland komt uit Nederland. Op Terschelling komt 4% uit Duitsland en op Vlieland 3%. Voor beide eilanden komt 1% uit België en 1% van elders. *In het vorige onderzoek was het percentage Duitse respondenten voor beide eilanden 2%, dit is dus iets gestegen.*

6.6 Leefstijlen

Tot slot kijken we naar de leefstijlen per eiland. Zoals beschreven in paragraaf 5.2 wordt vanaf deze onderzoeksperiode het Leefstijlvinder-profiel bepaald aan de hand van vijf leefstijlvragen. Voor een uitleg van de werkwijze zie hoofdstuk 1. Voor een beschrijving van de Leefstijlen, zie bijlage 1.

Leefstijlverdeling per eiland (Leefstijlvinder)



In vergelijking met het profiel van de gemiddelde Nederlander valt het volgende op:

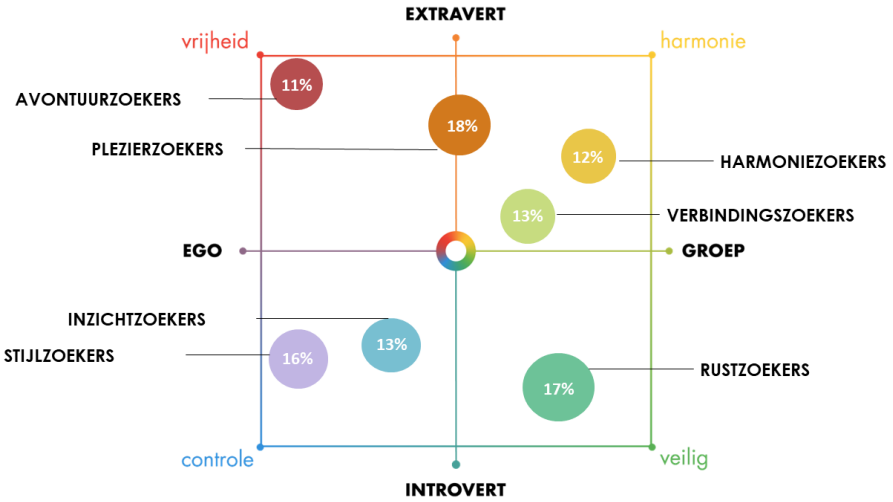
- Op zowel Terschelling als Vlieland komen verhoudingsgewijs meer verbindingszoekers, avontuurzoekers en inzichtzoekers;
- De plezierzoekers zijn opvallend ondervertegenwoordigd op Terschelling en Vlieland;
- De harmoniezoekers zijn sterk ondervertegenwoordigd op Vlieland, maar minder op Terschelling, in vergelijking met het profiel van de gemiddelde Nederlander. *T.o.v. het voorgaand onderzoek is het percentage harmoniezoekers op Vlieland met 1% gedaald en op Terschelling 1% gestegen;*
- *Verder is er weinig verschil met het bezoekersonderzoek uit 2018-2019.*

Bijlage 1. Leefstijlvinder vakantie en vrije tijd

Om het profiel van de respondenten te bepalen, maken we gebruik van de Leefstijlvinder, ontwikkeld door MarketResponse in opdracht van negen provincies. De leefstijlen geven inzicht in het gedrag, waarden en behoeften van recreanten en toeristen op basis van psychologische en sociologische kenmerken. De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven doelgroepen, ook wel leefstijlen genoemd, met allemaal een eigen vrijetijdsprofiel. Dit zijn de volgende zeven leefstijlen: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers. Deze Leefstijlvinder is het uitgangspunt voor de analyse van de vraag (de bezoekers / respondenten) in dit onderzoek

De zeven Leefstijlen zijn weergegeven in onderstaande figuur.

Model Leefstijlvinder, MarketResponse 2021



Harmoniezoekers

Harmoniezoekers zijn hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen, en vinden een goede relatie met buren en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd; doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

Verbindingszoekers

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven zichzelf als 'gewoon' en hartelijk. Voor Verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met buren en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

Rustzoekers

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuineren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

Inzichtzoekers

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ook omschrijven zij zichzelf als evenwichtig en zakelijk. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. De rust en ruimte om hen heen die ze daardoor verkrijgen vinden ze fijn. Belangrijke waarden voor Inzichtzoekers zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust en 'doe maar gewoon'. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk voor ze. Als ze niet op pad gaan naar culturele activiteiten of natuur, dan vinden ze het ook heerlijk om rustig thuis te zijn, een beetje te klussen, TV te kijken en het nieuws te volgen. Ze houden van informatie; 'meten is weten'!

Stijlzoekers

Stijlzoekers zijn intelligent, zelfverzekerd en doelgericht. Ze hebben een sterk karakter, en omschrijven zichzelf ook wel als zakelijk, ondernemend en leidinggevend. Stijlzoekers zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. En die waarderen dat de Stijlzoekers zeggen waar het op staat, ook als anderen het daar misschien niet mee eens zijn. Stijlzoekers gaan ervoor in het leven: zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

Avontuurzoekers

Deze recreanten zijn creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Ook omschrijven ze zichzelf als intelligent en ondernemend. Ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

Plezierzoekers

Plezierzoekers zijn spontaan, vrolijk en gezellig. Ook omschrijven ze zichzelf als avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Ze houden van leuke dingen ondernemen: voor hen staat plezier hebben in het leven op nummer één. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

Bijlage 2. Nederlandse vragenlijst

Vragenlijst

Introductie

Beste bezoeker aan Terschelling,

Bedankt voor uw bezoek aan Terschelling! Wij hopen dat u een fijn verblijf op het eiland heeft gehad. De gemeente Terschelling is benieuwd of het toeristische aanbod bij uw wensen aansluit. Daarom vragen wij u deel te nemen aan een kort onderzoek. Met de uitkomsten krijgt de gemeente een beeld van de gast en kunnen de eilanden werken aan een (nog) beter toeristisch product. Als u meedoet, maakt u kans op een prijs. Onder de invullers verloten we per eiland ieder kwartaal twee prijzen: een VVV verblijfsbon voor een verblijf op de Friese Waddeneilanden ter waarde van € 250,- of vier retour overtochten per veerdienst.

Indien u het eiland vaker heeft bezocht, vult u dan de vragenlijst in over uw meest recente bezoek aan het eiland.

Het invullen van deze vragenlijst duurt ongeveer 15 minuten.

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van de gemeente Terschelling door het Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd

1 Bezoek en reis

1.1 Was uw bezoek aan Terschelling privé of zakelijk?

- o Privé (inclusief schoolreisjes)
- o Zakelijk bezoek gecombineerd met een privébezoek
- o Zakelijk

De volgende vraag gaat over uw reis naar Harlingen, tijdens uw meest recente reis naar het eiland.

1.2 Met welk vervoermiddel bent u naar de haven in Harlingen gekomen?

Indien u van meerdere vervoermiddelen gebruik maakte, vink alstublieft het vervoermiddel aan waar u het laatste deel van uw reis mee afgelegd heeft.

- o Met een (eigen) auto of motor (ik reed zelf / ik reed met iemand mee, die ook naar het eiland ging)
- o Ik ben door iemand met de auto of motor weggebracht (die zelf niet meeging naar het eiland)
- o Met de trein
- o Met de bus (openbaar vervoer)
- o Met de touringcar (georganiseerd vervoer)
- o Met de taxi
- o Met de fiets
- o Anders, namelijk….

Deze vraag en de vervolgvragen van de enquête gaan over uw reis naar en bezoek aan Terschelling, tijdens uw meest recente reis naar het eiland

1.3 A) Heeft u een vervoertuig (auto, motor, fiets, camper) meegenomen op de boot naar het eiland?

Meerdere antwoorden mogelijk

- ◻ Auto
- ◻ Fiets
- ◻ Motor
- ◻ Camper
- o Nee

B) Had u graag de auto mee willen nemen?

[alleen stellen aan respondenten die niet de auto of camper hebben meegenomen op de boot]

- o Nee, ik wilde de auto niet meenemen
- o Ja, maar er was geen plek op de boot
- o Ja, maar een andere reden, namelijk: …

B) Waarom heeft u de auto hebt meegenomen naar het eiland?

[alleen stellen aan respondenten die wel de auto hebben meegenomen op de boot]

- o Voor het vervoeren van bagage
- o Als vervoersmiddel op het eiland
- o Omdat de parkeerkosten in Harlingen het financieel aantrekkelijk maken om de auto mee te nemen
- o Anders, namelijk …

1.4 Hoelang heeft uw bezoek aan Terschelling geduurd?

- o Een bezoek van één dag
- o Een bezoek van meerderde dagen

2 Dagbezoekers

2.1 In welke maand heeft u Terschelling bezocht?

- o Januari
- o Februari
- o Maart
- o April
- o Mei
- o Juni
- o Juli
- o Augustus
- o September
- o Oktober

- o November
- o December

2.2 Op welke dag heeft u Terschelling bezocht?
- o Maandag
- o Dinsdag
- o Woensdag
- o Donderdag
- o Vrijdag
- o Zaterdag
- o Zondag

2.3 Heeft u de bootovertocht kunnen nemen op het moment van uw eerste keuze?
- o Ja
- o Nee, ik moest de boot op een andere dag nemen
- o Nee, ik moest de boot op een ander moment van de dag nemen

2.4 Wat is de reden dat u de boottocht niet op het moment van uw eerste keuze kon nemen?
- o De boot was vol
- o Er was geen plek meer voor mijn auto of camper op de boot
- o Andere reden, namelijk …

U heeft aangegeven dat uw bezoek aan Terschelling een zakelijk bezoek was, gecombineerd met privébezoek. We zijn benieuwd om welke reden u (naast uw zakelijke reden) Terschelling hebt bezocht.

2.5 Wat was uw reden voor dit bezoek aan Terschelling?
Maximaal twee antwoorden mogelijk
- □ Dagje ertussenuit
- □ Bezoek aan familie of vrienden die op vakantie zijn op Terschelling
- □ Bezoek aan familie of vrienden die op Terschelling wonen
- □ Bezoek aan een evenement
- □ Bedrijfsuitje, schoolreisje of studiereis
- □ Anders, namelijk …

2.6 Welk evenement heeft u op bezocht op Terschelling?
- o Oerol
- o Berenloop
- o Fjoertoer
- o Anders, namelijk …

2.7 Had u ook een bezoek aan Terschelling gebracht als het evenement niet had plaatsgevonden?
- o Ja, ik had Terschelling op hetzelfde moment bezocht als ik nu gedaan heb
- o Ja, maar ik had Terschelling dan wel op een ander moment bezocht dan ik nu gedaan heb
- o Ja, want ik ga vaker per jaar naar Terschelling
- o Nee, zonder het evenement was ik niet naar Terschelling gegaan

3 Verblijfsbezoekers

3.1 In welke maand kwam u op Terschelling aan?
- o Januari
- o Februari
- o Maart
- o April
- o Mei
- o Juni
- o Juli
- o Augustus
- o September
- o Oktober
- o November
- o December

3.2 Op welke dag kwam u aan op Terschelling?
- o Maandag
- o Dinsdag
- o Woensdag
- o Donderdag
- o Vrijdag
- o Zaterdag
- o Zondag

3.3 Heeft u de bootovertocht kunnen nemen op het moment van uw eerste keuze?
- o Ja
- o Nee, ik moest op een andere dag
- o Nee, ik moest op een ander moment

3.4 Wat is de reden dat u de boottocht niet op het moment van uw eerste keuze kon nemen?
- o De boot was vol
- o Er was geen plek meer voor mijn auto of camper op de boot
- o De verblijfsaccommodatie was niet meer beschikbaar
- o De aankomst- en/of vertrekdag van mijn accommodatie kwam niet overeen met de dag dat ik wilde vertrekken
- o Andere reden, namelijk … [open antwoord]

3.5 Hoeveel nachten bent u op Terschelling gebleven?
… [cijfer] nachten

U heeft aangegeven dat uw bezoek aan Terschelling een zakelijk bezoek was, gecombineerd met privébezoek. We zijn benieuwd om welke reden u (naast uw zakelijke reden) Terschelling hebt bezocht.

3.6 Wat was uw doel voor dit bezoek aan Terschelling?
Maximaal twee antwoorden mogelijk
- ◻ Vakantie
- ◻ Bezoek aan familie of vrienden die op vakantie zijn op Terschelling
- ◻ Bezoek aan familie of vrienden die op Terschelling wonen
- ◻ Bezoek aan een evenement
- ◻ Bedrijfsuitje, schoolreisje of studiereis
- ◻ Anders, namelijk …

3.7 Welk evenement heeft u op bezocht op Terschelling?
- o Oerol
- o Berenloop
- o Fjoertoer
- o Anders, namelijk …

3.8 Had u ook een bezoek aan Terschelling gebracht als het evenement niet had plaatsgevonden?
- o Ja, ik had Terschelling op hetzelfde moment bezocht als ik nu gedaan heb
- o Ja, maar ik had Terschelling dan wel op een ander moment bezocht dan ik nu gedaan heb
- o Ja, want ik ga vaker per jaar naar Terschelling
- o Nee, zonder het evenement was ik niet naar Terschelling gegaan

4 Herhaalbezoek

4.1 Bent u al eens eerder op Terschelling geweest?
- o Ja
- o Nee

4.2 Hoe vaak bent u in de afgelopen 3 jaar op Terschelling geweest?
- o 1 – 3 keer
- o 4 – 6 keer

- ○ 7 keer of vragen

4.3 Wanneer heeft u voor het eerst Terschelling bezocht?
- ○ Als kind (tot en met basisschool)
- ○ Als tiener (vanaf middelbare school tot en met 18 jaar)
- ○ Als volwassene (vanaf 18 jaar)

4.4 U heeft als kind of als tiener Terschelling voor het eerst bezocht. Welke van onderstaande situaties is/zijn hierop van toepassing?
Meerdere antwoorden mogelijk
- ☐ Bezoek met familie
- ☐ Een bezoek met vrienden of alleen als jongere
- ☐ Tijdens een schoolreisje of studiereis
- ☐ Tijdens Oerol
- ☐ Anders, namelijk …

4.5 U heeft als volwassene Terschelling voor het eerst bezocht. Welke van de onderstaande situaties is/zijn hierop van toepassing?
Meerdere antwoorden mogelijk
- ☐ Een bezoek met familie
- ☐ Een bezoek met vrienden
- ☐ Ik was alleen op pad
- ☐ Bezoek voor werk
- ☐ Tijdens een bedrijfsuitje of studiereis
- ☐ Tijdens Oerol
- ☐ Anders, namelijk …

5 Oriëntatie

5.1 Hoe bent u op het idee gekomen om naar Terschelling te gaan?
Maximaal twee antwoorden mogelijk
- ☐ Internet
- ☐ Sociale media (zoals Facebook, Twitter, Instagram etc.)
- ☐ Vlog/blog
- ☐ Familie/vrienden/kennissen
- ☐ Televisie en radio
- ☐ Via nieuwsbrieven van accommodatieverstrekkers
- ☐ De accommodatie(keten) waar ik heen wil, is hier gevestigd
- ☐ Tijdschrift of krant
- ☐ Anders, namelijk…

5.2 In welk televisieprogramma of radioprogramma heeft u iets over Terschelling gezien of gehoord?
… (open antwoord)

5.3 In welk(e) tijdschrift of krant heeft u iets over Terschelling gelezen?
… (open antwoord)

6 Reisgezelschap

6.1 Uit hoeveel personen bestond uw gezelschap (uzelf meegerekend), tijdens uw laatste bezoek aan Terschelling?
U kunt hier het cijfer invullen van het aantal personen
…

6.2 Met welk gezelschap bent u naar Terschelling afgereisd?
Meerdere antwoorden mogelijk
- ☐ Met partner/echtgeno(o)t(e)
- ☐ Met kinderen 0 t/m 3 jaar
- ☐ Met kinderen 4 t/m 12 jaar
- ☐ Met kinderen 13 t/m 17 jaar
- ☐ Met kinderen in de volwassen leeftijd
- ☐ Met ouders of grootouders
- ☐ Met overige familieleden/lid
- ☐ Met school/bedrijf/vereniging
- ☐ Met vriend(in)(en)/kennis(sen)

- ☐ Met huisdier

7 Accommodatie

7.1 A) In of rondom welk dorp op Terschelling heeft u overnacht?
- o West-Terschelling
- o Midsland
- o Formerum
- o Hoorn
- o Lies
- o Oosterend
- o Weet ik niet (meer)

B) Waar heeft u overnacht op Terschelling?
- o Camping
- o Hotel
- o Vakantiehuis huur
- o Vakantiehuis in eigen bezit
- o Appartement huur
- o Appartement in eigen bezit
- o Bed & breakfast of pension
- o Groepsaccommodatie
- o Bij vrienden/familie die op Terschelling wonen
- o Hostel
- o Op een boot
- o Ander soort verblijf, namelijk …

7.2 U heeft op een camping overnacht. In wat voor soort onderkomen?
- o Eigen tent
- o Gehuurde tent
- o Stacaravan (eigendom)
- o Stacaravan (huur)
- o Tourcaravan of vouwwagen
- o Camper
- o Vakantiehuis op de camping
- o Anders, namelijk

7.3 Is de plek waar u overnacht ook uw eerste keus geweest bij het boeken?
- o Ja
- o Ja, maar vanwege beperkte beschikbaarheid heb ik korter geboekt dan ik wilde
- o Nee, ik wilde eigenlijk naar een andere overnachtingsplek, maar mijn eerste keuze was al vol
- o Nee, ik wilde eigenlijk ergens anders boeken, maar heb dit om een andere reden niet gedaan

7.4 Wanneer heeft u (of iemand anders in uw reisgezelschap) uw accommodatie geboekt?
- o Langer dan één jaar van tevoren
- o Ongeveer één jaar tot een half jaar van tevoren
- o Ongeveer een half jaar tot één maand van tevoren
- o Korter dan één maand van tevoren
- o Een aantal dagen van tevoren
- o Ik heb niet vooraf geboekt
- o Weet ik niet meer

7.5 Hoe heeft u uw verblijfsaccommodatie geboekt?
- o Via de website van de accommodatie
- o Via de website van de VVV Terschelling (www.vvvterschelling.nl)
- o Via een online boekingsplatform (bijv. booking.com, groepen.nl, expedia.nl, etc.)
- o Ik heb telefonisch, schriftelijk of per e-mail geboekt
- o Iemand anders heeft geboekt
- o Ik heb niet vooraf geboekt
- o Tijdens mijn vorige bezoek
- o Anders, namelijk …

- Weet ik niet meer

8 Tevredenheid

8.1 Hoe tevreden bent u over de volgende elementen op of omtrent het eiland?

Met een rapportcijfer, waarbij 1 = zeer ontevreden, 10 = zeer tevreden

(Respondenten vullen per element een rapportcijfer in of 'geen mening' of 'geen gebruik van gemaakt')

Element	*Geen gebruik van gemaakt*	Rapportcijfer										*Geen mening*
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Verblijfsaccommodatie	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Lokale gastvrijheid	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Winkels	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Verkeersveiligheid	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Openbaar vervoer	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Fietspaden	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Uitgaan	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Horeca	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Informatievoorziening over het eiland	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Informatie op het eiland	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Natuur/landschap	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Wandelvoorzieningen	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Men- en ruitervoorzieningen	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Excursie-/activiteitenaanbod	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Strand	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Musea	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Zwembad	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*
Totale verblijf	*O*	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	*O*

8.2 Wilt u uw cijfer voor het totale verblijf toelichten?

… *(open antwoord)*

8.3 Hoe waarschijnlijk is het dat u Terschelling zou aanbevelen aan een vriend of familie?

U kunt een cijfer van 1 tot 10 geven, waarbij 1 = zeer onwaarschijnlijk en 10 = zeer waarschijnlijk.

…

9 Bestedingen

9.1 Wat vindt u van de prijs-kwaliteitverhouding van de volgende aspecten op Terschelling?

	Slecht	Vrij slecht	Normaal	Vrij goed	Goed	Weet ik niet
Verblijf	O	O	O	O	O	O
Veerboot	O	O	O	O	O	O
Fietsverhuur	O	O	O	O	O	O
Bus	O	O	O	O	O	O
Taxi	O	O	O	O	O	O
Horeca	O	O	O	O	O	O
Uitgaan	O	O	O	O	O	O
Winkels	O	O	O	O	O	O
Zwembad	O	O	O	O	O	O
Musea	O	O	O	O	O	O
Toeristenbelasting (€1,82 per dag p.p.)	O	O	O	O	O	O

9.2 Wat heeft u in totaal met het hele gezelschap betaald voor uw **verblijfsaccommodatie**? Als u dit niet zeker weet, wilt u dan een zo goed mogelijke schatting maken?
Alleen cijfers, afronden op hele euro's
…

9.3 Wat heeft u in totaal met het hele gezelschap uitgegeven aan de **horeca** (terras, restaurant, café etc.)? Als u dit niet zeker weet, wilt u dan een zo goed mogelijke schatting maken?
Alleen cijfers, afronden op hele euro's
…

9.4 Wat heeft u in totaal met het hele gezelschap uitgegeven aan **levensmiddelen** (supermarkt, bakker, slager etc.)? Als u dit niet zeker weet, wilt u dan een zo goed mogelijke schatting maken?
Alleen cijfers, afronden op hele euro's
…

9.5 Wat heeft u in totaal met het hele gezelschap uitgegeven aan **winkelen** (souvenirs, kleding etc., exclusief levensmiddelen)? Als u dit niet zeker weet, wilt u dan een zo goed mogelijke schatting maken?
Alleen cijfers, afronden op hele euro's
…

9.6 Wat heeft u in totaal met het hele gezelschap uitgegeven aan ondernomen **activiteiten** (musea, zwembad, excursies etc.)? Als u dit niet zeker weet, wilt u dan een zo goed mogelijke schatting maken?
Alleen cijfers, afronden op hele euro's
…

9.7 Wat heeft u in totaal met het hele gezelschap uitgegeven aan **vervoer op het eiland** (fietsverhuur, bus, taxi etc., **exclusief de veerboot**)? Als u dit niet zeker weet, wilt u dan een zo goed mogelijke schatting maken?
Alleen cijfers, afronden op hele euro's
…

10 Bezoekredenen

10.1 Wat waren voor u de redenen om naar Terschelling te gaan?
Meerdere antwoorden mogelijk

- ◻ Natuur/landschap
- ◻ Zee/strand
- ◻ Samen zijn met vrienden en/of familie
- ◻ Rust en ruimte
- ◻ Eilandgevooel/sfeer
- ◻ Nieuwsgierigheid
- ◻ Een evenement
- ◻ We komen hier vaker/gewoonte
- ◻ Ik ben hier vroeger al eens geweest
- ◻ UNESCO Werelderfgoed
- ◻ Uitgaan
- ◻ Cultuur/musea
- ◻ Vanwege corona zocht ik deze keer een bestemming in eigen land
- ◻ Ik heb vooral voor de accommodatie gekozen
- ◻ Vanwege duurzaamheid (bijv. ik wil niet met het vliegtuig en het eiland is een duurzaam alternatief in eigen land)
- ◻ Anders, namelijk…

10.2 In hoeverre vindt u het belangrijk dat de volgende elementen een duurzaam karakter hebben?

	Niet belangrijk	Belangrijk, maar ik houd hier geen rekening	Belangrijk, en speelt enigszins mee in de keuze	Belangrijk en bepaalt ook de keuze	Belangrijk, maar ik weet niet in hoeverre dit

		mee bij de keuze			element duurzaam is / of er duurzame opties zijn
De accommodatie	O	O	O	O	O
De bootreis	O	O	O	O	O
De vervoersmiddelen op het eiland	O	O	O	O	O
De activiteiten	O	O	O	O	O
Het eiland	O	O	O	O	O

10.3 Welke andere bestemming(en) heeft u overwogen?

Meerdere antwoorden mogelijk

- O Geen
- ◻ Texel
- ◻ Vlieland
- ◻ Ameland
- ◻ Schiermonnikoog
- ◻ Een ander Waddeneiland, maar niet één specifieke
- ◻ Elders aan de Nederlandse kust
- ◻ Zeeland
- ◻ Een andere bestemming in Nederland
- ◻ Een andere bestemming in het buitenland
- ◻ Anders, namelijk…

11 Volgend bezoek

11.1 Denkt u in de toekomst Terschelling nog een keer te bezoeken?

- o Ja, zeker
- o Ja, misschien
- o Nee, waarschijnlijk niet
- o Nee, zeker niet
- o Weet ik nog niet

11.2 Denkt u in de toekomst Terschelling nog een keer bezoeken voor een privébezoek?

- o Ja, zeker
- o Ja, misschien
- o Nee, waarschijnlijk niet
- o Nee, zeker niet
- o Weet ik nog niet

11.3 Komt u dan speciaal terug voor [evenement] of wilt u het eiland ook op een ander moment nog eens bezoeken?

Meerdere antwoorden mogelijk

- ◻ Ik kom waarschijnlijk terug voor dit evenement
- ◻ Ik kom waarschijnlijk op een ander moment nog eens terug

11.4 Voor welk doel zou u overwegen het eiland in de toekomst opnieuw te bezoeken?

	Zeker niet	Waarschijnlijk niet	Neutraal	Waarschijnlijk wel	Zeker wel
Korte vakantie (bijv. een midweek/weekendje weg)	○	○	○	○	○
Een vakantie van één tot twee weken	○	○	○	○	○
Een vakantie langer dan twee weken	○	○	○	○	○
Voor een uitstapje/dagje uit	○	○	○	○	○
Voor een evenement	○	○	○	○	○

11.5 Wat is/zijn de belangrijkste reden(en) dat u Terschellings niet nog eens wilt bezoeken?

U kunt maximaal 3 antwoorden kiezen

- ☐ Ik ben er nu al genoeg geweest en wil graag weer eens een andere plek bezoeken
- ☐ Andere bestemmingen in Nederland trekken mij meer voor een vakantie/dagje uit
- ☐ Een slechte ervaring tijdens mijn huidige bezoek aan het eiland
- ☐ Het is er saai/er is weinig te beleven
- ☐ Om persoonlijke redenen (leeftijd, financiën, gezondheid, etc.)
- ☐ Ik hou niet van de omgeving
- ☐ Ik vind het eiland te ver weg / de reis er naar toe is te lang
- ☐ Ik vind te druk
- ☐ Anders, namelijk …
- o Geen specifieke reden / weet ik niet

11.6 Wat is voor u het meest aantrekkelijk aan Terschelling?

… [open antwoord]

11.7 Wat zou Terschelling kunnen doen om het voor u nog aantrekkelijker te maken?

… [open antwoord]

12 Kenmerken respondenten Nederlandse vragenlijst

U bent aangekomen bij het laatste deel van deze vragenlijst. We willen graag nog enkele zaken over uzelf weten.

12.1 In welk land woont u?

- o Nederland
- o België
- o Duitsland
- o Overig, namelijk…

12.2 In welke provincie woont u?

- o Fryslân/Friesland
- o Groningen
- o Drenthe
- o Overijssel
- o Gelderland
- o Flevoland
- o Noord-Holland
- o Zuid-Holland
- o Utrecht
- o Zeeland
- o Noord-Brabant
- o Limburg

12.3 In welke provincie woont u?

- o Antwerpen
- o Limburg
- o Oost-Vlaanderen
- o West-Vlaanderen
- o Vlaams Brabant
- o Henegouwen/Hainaut
- o Luik/Liège/Lüttich
- o Luxemburg/Luxembourg
- o Namen/Namur
- o Waals Brabant/Brabant Wallon
- o Brussels gewest/Région de Bruxelles

12.4 In welke deelstaat woont u?

- o Baden-Württemberg
- o Bayern
- o Berlin
- o Brandenburg

- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

12.5 Wat is de postcode van uw woonadres?
Vul hier de alleen de eerste vier cijfers in

12.6 Wat is uw geslacht?
- Man
- Vrouw
- Non-binair
- Wil ik niet zeggen

12.7 Wat is uw leeftijd?
… jaar

12.8 Wat is de leeftijd van de leden van uw reisgezelschap?
Persoon 1: …
Persoon 2: …
Persoon 3: …
Persoon 4: …
Persoon 5: …
Persoon 6: …

12.9 Wat is de gemiddelde leeftijd van uw reisgezelschap?
- 0-10 jaar
- 10-15 jaar
- 15-25 jaar
- 25-35 jaar
- 35-45 jaar
- 45-55 jaar
- 55-65 jaar
- 65-75 jaar
- 75-85 jaar
- > 85 jaar

12.10 Wat is uw hoogst voltooide opleiding?
- Geen onderwijs of basisonderwijs
- Lager beroepsonderwijs (LBO, V(M)BO, LTS, LHNO, LEAO, etc.)
- MAVO, MMS, MULO, ULO, VMBO-T/G
- Middelbaar beroepsonderwijs (MBO, MTS, MEAO, etc.)
- HAVO, VWO (HBS, Atheneum, Gymnasium)
- Hoger beroepsonderwijs (HTS, HEAO, PABO, etc.)
- Universitair onderwijs

13 Leefstijlprofiel

Om het leefstijlprofiel te bepalen zijn een aantal vragen gesteld, opgesteld door MarketResponse (het onderzoeksbureau achter de Leefstijlvinder). Deze zijn niet opgenomen in deze bijlage.

14 Tot slot

14.1 Indien u in aanmerking wilt komen voor de prijs, vul dan hier uw e-mailadres in. We gebruiken dit adres enkel voor dit doeleinde.

…

14.2 Uw mening is belangrijk voor ons. Wilt u vaker meewerken aan een onderzoek van de gemeente? Laat dan hier uw e-mailadres achter.

…

14.3 Heeft u tot slot nog opmerking over deze vragenlijst?

…

Hartelijk dank voor uw deelname! We hopen dat u een goed bezoek aan Terschelling heeft gehad. De vragenlijst wordt nu afgesloten.

Het onderzoek loopt tot en met maart 2023 en de resultaten worden t.z.t. beschikbaar gesteld op de website van de gemeente.