

Kustmonitor Zeeland 2019

De Nederlandse kust, en daarmee ook de Zeeuwse kust, is één van de belangrijkste trekkers van de bestemming Nederland. Vooral onder Duitse en Belgische gasten is de Nederlandse kust erg populair. 70% van het internationaal verblijfsbezoek aan de kust komt uit Duitsland, 16% uit België (CBS, 2018). Om goed in te kunnen spelen op toekomstige marketing- en beleidsvragen rondom de Nederlandse kust, heeft NBTC - in samenwerking met verschillende kustprovincies - grootschalig onderzoek uitgevoerd onder internationale kustbezoekers. Dit onderzoek, ook wel de kustmonitor genoemd, vond eerder plaats in 2015 en is onlangs in 2019 herhaald. Dit document vat de belangrijkste uitkomsten samen voor de Zeeuwse kust.

Aanpak

Het onderzoek, gericht op internationale verblijfstoeristen, heeft plaatsgevonden in de twee belangrijkste herkomstmarkten, namelijk Duitsland (Noordrijn-Westfalen en Nedersaksen) en België (Vlaanderen). Als er in dit verslag over Duitsers of Belgen wordt gesproken, dan worden daarmee de respondenten bedoeld uit eerdergenoemde gebieden. In deze gebieden is een representatieve steekproef getrokken van inwoners van 18 jaar of ouder. Dit resulteerde voor Duitsland in 7.400 respondenten en voor België in 5.300 respondenten.

In dit onderzoek wordt er onderscheid gemaakt in de verschillende kustregio's, waaronder de Zeeuwse kust. Andere regio's zijn; de Zuid-Hollandse kust, de Noord-Hollandse kust en de Waddeneilanden. Vragen met betrekking tot de Zeeuwse kust zijn beantwoord door 553 Duitse respondenten en 700 Belgische respondenten.

In het onderzoek stonden de volgende onderwerpen centraal: bekendheid, imago, bezoekingentent, drukte en druktebeleving. Daarnaast was er sprake van enkele onderwerpen specifiek voor de Zeeuwse kust, om informatie te verzamelen voor enkele Zeeuwse beleidsthema's. Het gaat om de vervoermiddelenkeuze bij activiteiten tijdens het verblijf, om de keuze voor een verblijfslocatie en om de herkenbaarheid van Zeeuwse landschapstypes. Dit verslag behandelt alle onderwerpen specifiek gericht op de Zeeuwse kust.

Ontwikkelingen verblijfstoerisme Zeeuwse kust

Vanaf 2013 tot 2018 is het inkomend verblijfstoerisme in alle kustregio's toegenomen. Vooral in Zeeland is er een enorme toename te zien. Het aantal inkomende verblijfsbezoekers steeg met 52%. Zeeland verwelkomt van alle kustregio's de meeste gasten. De 1.065.000 inkomende verblijfs gasten in Zeeland komen voornamelijk uit Duitsland (67%) en België (28%) (CBS, 2018). In vergelijking met de andere kustregio's ontvangt Zeeland relatief veel Belgen.

Concurrentiepositie Zeeuwse kust

Van alle kustregio's zijn de Duitsers en Belgen het meest bekend met de Zeeuwse kust. 43% van de Duitsers kent de Zeeuwse kust en is er ook al eens geweest. Bij de Belgen is zelfs 62% bekend met de Zeeuwse kust. Zij zijn, in vergelijking met de Duitsers, veel minder bekend met de andere kustregio's in Nederland.

Volgens de Duitse gasten zijn schone en veilige stranden, vriendelijke bevolking, goed bereikbaar met de auto, een aantrekkelijk achterland en aantrekkelijke badplaatsen van toepassing op de Zeeuwse kust. Ook de gasten uit België vinden deze aspecten herkenbaar voor de Zeeuwse kust. Zij waarderen ook zaken als: de goede fiets- en wandelmogelijkheden, het gevarieerde aanbod van horeca, een gunstig prijspeil ter plaatse, de kwalitatief goede accommodatievoorzieningen en de kust met haar vrije uitzicht.

Bezoekkenmerken kustregio Zeeland

De meeste Duitsers en Belgen bezoeken de Nederlandse kust ongeveer 1 of 2 keer per jaar. Zij gaan vooral naar de Zeeuwse kust. De afgelopen 3 jaar heeft 53% van de Duitsers en 74% van de Belgen een bezoek gebracht aan de Zeeuwse kust. Ook tijdens het laatste vakantiebezoek aan de Nederlandse kust bezochten de meeste Duitsers (39%) en Belgen (62%) Zeeland. Onder de Duitse gasten zijn Renesse, Domburg en Zoutelande de populairste (bad)plaatsen in Zeeland. Voor de Belgische gasten zijn dat de plaatsen Cadzand, Renesse, Domburg en Breskens. Uit de Nederlandse top-10 bezochte (bad)plaatsen onder Belgen blijkt ook dat Zeeland erg populair is. Slecht 2 plaatsen (Scheveningen en Texel) vermeld in deze top-10 zijn niet Zeeuws.

Zoals in figuur 1 te zien is verblijven Duitsers over het algemeen langer aan de kust dan Belgen. Dit geldt ook voor de Zeeuwse kust.

Duitsland				België					
	2-4 dagen	5-8 dagen	9+ dagen		2-4 dagen	5-8 dagen	9+ dagen		
Zeeuwse kust	42%	45%	13%	N = 553	Zeeuwse kust	75%	22%	3%	N = 700
Zuid-Hollandse kust	47%	46%	8%	N = 316	Zuid-Hollandse kust	68%	29%	2%	N = 198
Noord-Hollandse kust	37%	50%	13%	N = 407	Noord-Hollandse kust	52%	44%	4%	N = 91
Wadden (eilanden)	29%	48%	23%	N = 105	Wadden (eilanden)	62%	37%	2%	N = 122

Figuur 1 verblijfsduur

Tijdens hun verblijf in Zeeland verblijven de meeste Duitsers (32%) in een hotel / pension of in een bungalow(park) (24%). Ditzelfde geldt voor de Belgische gasten. Zij geven ook de voorkeur aan een verblijf in een hotel / pension (40%).

Wat motiveert de Duitse en Belgische gast om Zeeland te bezoeken? Voor de Duitsers is dit vooral uitrusten, relaxen en de batterij opladen. Daarnaast komen zij naar de Zeeuwse kust om de natuur te beleven, om uit te waaien en om samen te zijn met familie of vrienden. Ook Belgen bezoeken Zeeland voornamelijk om uit te waaien, uit te rusten, te relaxen en om de batterij op te laten. Plezier hebben met het gezin of reisgenoten is voor de Belgen ook een reden om naar Zeeland te komen. Opvallend is dat de Belgen meer waarde hechten aan lekker eten in Zeeland dan de Duitsers. De Duitse gasten benoemen weer vaker de gezondheidsredenen.

Aan de Zeeuwse kust worden heel wat activiteiten ondernomen. Het maken van wandelingen is bij zowel Duitsers als Belgen de meest ondernomen activiteit aan de kust. Het bezoeken van het strand om uit te waaien staat bij de Duitse gasten op de tweede plek. Voor de Belgische gasten is dat uit eten gaan. Ook op een terras zitten is een activiteit die veel ondernomen wordt door de Belgen.

Een vakantie in Zeeland wordt erg goed beoordeeld. De Duitsers waren het meest positief over de Waddeneilanden (8,8) maar gaven ook hun vakantie in Zeeland gemiddeld een 8,5. Bij de Belgen scoorde Zeeland het hoogste rapportcijfer, zij gaven hun vakantie aan de Zeeuwse kust gemiddeld een 8,2. Beide zijn erg te spreken over de kwaliteit van het natuurschoon, de kwaliteit van de accommodaties en de kwaliteit van de service. Over het prijsniveau van de dagattracties waren de Duitsers en Belgen minder enthousiast.

Drukbeleving aan de Zeeuwse kust

Op basis van het laatste bezoek aan de Zeeuwse kust is de drukbeleving in kaart gebracht. Over het algemeen kozen de Duitsers en Belgen voor de optie 'het was niet druk, maar ook niet rustig'. 11% van de Duitse gasten beleefde dat er zeer veel bezoekers waren, van de Belgen beleefde slechts 4% dit. In Zeeland wordt de drukbeleving niet anders ervaren dan in de andere kustregio's in Nederland. Over het algemeen worden de Waddeneilanden iets minder druk ervaren maar dit scheelt niet veel met de andere regio's.

Voor ruim de helft van de Duitsers en Belgen was de drukte in Zeeland zoals verwacht. 23% van de Duitsers en 11% van de Belgen vond het drukker dan zij vooraf hadden verwacht. Daarentegen vond ook 24% van de Duitsers en maar liefst 33% van de Belgen het rustiger dan vooraf gedacht. Van degenen die het drukker vonden dan verwacht, zei 35% dat dit hun vakantie negatief heeft beïnvloed. Hierbij noemde men drukke stranden, overvolle terrassen, parkeerproblemen en de drukte onderweg. Maar ook de vakantiegangers die zeiden dat het rustiger was dan verwacht, vonden dit niet alleen maar positief. 7% van hen klaagde over gesloten winkels, gesloten horeca en dat er 'weinig te doen' was.

Vervoermiddelenkeuze tijdens het verblijf

In een inwonersonderzoek naar de impact van toerisme heeft ruim de helft van de Zeeuwen aangegeven dankzij toerisme meer verkeersproblemen te ervaren in hun gemeente. Daarom is het van belang meer inzicht te krijgen in het verplaatsingsgedrag en mobiliteitsbehoeften en –motieven van de bezoekers van de regio om daar waar mogelijk het (toeristische) mobiliteit hier beter op te laten aansluiten. Dit alles als opmaat naar een meer bewuste bestemming in een betere balans tussen inwoner, bezoeker, ondernemer en omgeving. De Kustmonitor bood een goede gelegenheid voor het verkrijgen van meer inzicht in de wijze waarop verblijfstoeristen aan de Zeeuwse kust zich verplaatsen om deel te nemen aan een bepaalde recreatieve activiteit.

In Zeeland worden de meeste activiteiten te voet ondernomen. Vooral het maken van een wandeling, het bezoeken van het strand, het bezoeken van een natuurgebied en op een terras zitten of uit eten gaan wordt door de meerderheid te voet gedaan, dit geldt voor Duitsers en voor Belgen. Voor de meerderheid van de Belgen geldt ook dat zij funshoppen te voet doen, Duitsers pakken hiervoor eerder de auto. Ook het bezoeken van dorpjes of het bezoeken van attracties wordt door de meerderheid met de auto gedaan. Bij de onderzochte activiteiten wordt de fiets minder vaak gebruikt. Alleen bij het maken van een fietstocht is het logisch dat de fiets het vervoersmiddel is dat het meeste gebruikt wordt. Het openbaar vervoer wordt ook weinig gebruikt. Dit wordt relatief gezien het meeste gebruikt om attracties te bezoeken.

Deze inzichten over de verblijfstoeristen aan de kust geven een verdieping op het onderzoek naar het verplaatsingsgedrag van inwoners en bezoekers in heel Zeeland. Nu er inzicht is in welke activiteiten met de auto worden ondernomen (door de verblijfstoeristen), kan er gericht onderzoek gedaan worden naar alternatieve vervoersmiddelen.

Belang van aspecten bij keuze verblijfslocatie in een kustregio

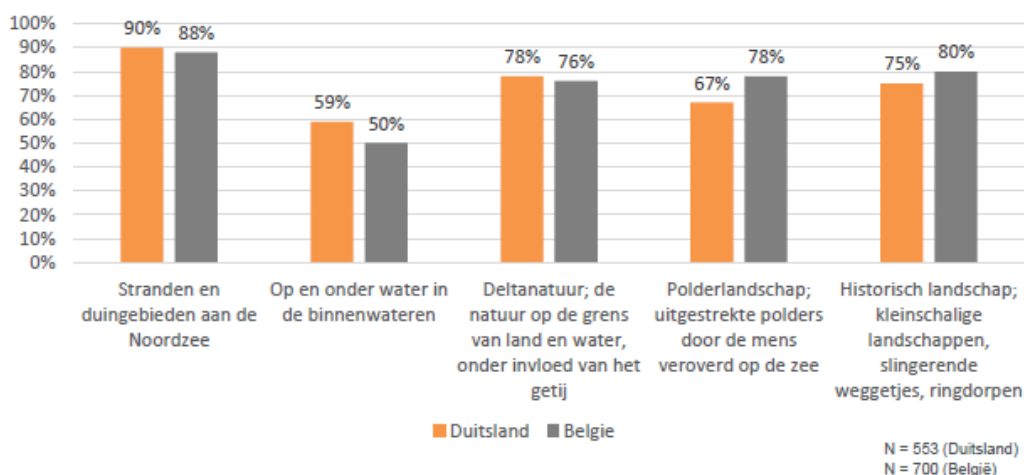
Dit onderwerp is voorgelegd om iets meer inzicht te krijgen in de mogelijkheden om (internationale) verblijfstoeristen te spreiden in de regio. Geografische spreiding wordt gezien als een mogelijke oplossingsrichting in het tegengaan van drukte aan de Noordzeekust, maar de vraag is in hoeverre bezoekers te interesseren zijn in alternatieve verblijfslocaties. Daarom is gevraagd welke aspecten van belang zijn bij de keuze van een verblijfslocatie.

Bij de keuze in verblijfslocatie geven Belgen de voorkeur aan een rustige omgeving en een omgeving met veel wandelmogelijkheden. Duitsers vinden de wandelmogelijkheden relatief minder belangrijk dan de Belgen en hechten juist weer meer waarde aan het dichtbij zijn bij Noordzeestranden. Ook spreken meer Belgen dan Duitsers de voorkeur uit voor een accommodatie die in of nabij een natuurgebied ligt. Beide vinden het minder belangrijk dat de verblijfslocatie dichtbij een attractiepark gelegen is. Uit de resultaten blijkt dat er mogelijkheden zijn om Belgische verblijfstoeristen naar andere regio's dan de Noordzeekust te trekken – dit beeld wordt overigens ook bevestigd vanuit de praktijkervaring van ondernemers verspreid door heel Zeeland. Daarentegen geven Duitse verblijfstoeristen nadrukkelijk de voorkeur aan een locatie aan de Noordzeekust en lijken hier minder aanknopingspunten voor spreiding te zijn.

Typerende landschappen Zeeland

In het kader van Natuurbranding zijn voor Zeeland vijf kenmerkende landschapstypen vastgesteld. Via de Kustmonitor is nu een eerste peiling uitgevoerd om te zien in hoeverre Duitse en Belgische verblijfstoeristen deze landschapstypen kenmerkend vindt voor Zeeland én in hoeverre men deze landschapstypen aantrekkelijk vindt tijdens een bezoek aan de kust.

Duitsers en Belgen vinden beide de stranden en duingebieden aan de Noordzee het meest typerend voor Zeeland als landschap. Ook de Deltanatuur vindt meer dan de helft van de Duitsers en Belgen zeer typerend voor Zeeland. Op en onder water in de binnenwateren wordt als het minst typerend voor Zeeland beschouwd.



Figuur 2 aantrekkelijkheid landschapstypes

Over het algemeen worden de meeste landschapstypes (stranden & duingebieden, Deltanatuur, polder- en historisch landschap) als aantrekkelijk ervaren. De stranden en duingebieden aan de Noordzee worden door zowel de Duitse gasten als de Belgische gasten verreweg het meest aantrekkelijk gevonden. Het minst aantrekkelijk vinden ze de binnenwateren. Deze gegevens kunnen worden benut om de activiteiten rondom branding van de natuur verder uit te werken.