

University of Groningen

Er gaat niets boven Groningen, behalve Borkum. Een consumentenonderzoek naar de populariteit van Borkum onder Noord-Nederlanders

Calck, Carsten van; Grit, Saskia; Kuizenga, Michiel; Vos, Nienke de; Wagijjo, Marjolein

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

2005

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

Calck, C. V., Grit, S., Kuizenga, M., Vos, N. D., & Wagijjo, M. (2005). Er gaat niets boven Groningen, behalve Borkum. Een consumentenonderzoek naar de populariteit van Borkum onder Noord-Nederlanders.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.



Er gaat niets boven Groningen, behalve Borkum

Een consumentenonderzoek naar de populariteit van Borkum onder Noord-Nederlanders

Carsten van Calck
Saskia Grit
Michiel Kuizenga
Nienke de Vos
Marjolein Wagijo
(red. Elise kamphuis)

EC 139

2005

**Er gaat niets boven Groningen,
behalve Borkum**

Er gaat niets boven Groningen, behalve Borkum

Een consumentenonderzoek naar de populariteit van Borkum onder
Noord-Nederlanders

Carsten van Calck
Saskia Grit
Michiel Kuizenga
Nienke de Vos
Marjolein Wagijo
(red. Elise Kamphuis)

EC 139

Groningen, 2005

CIP-GEGEVENS KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK, DEN HAAG

Er gaat niets boven Groningen, behalve Borkum. Een consumentenonderzoek naar de populariteit van Borkum onder Noord-Nederlanders, Carsten van Calck, Saskia Grit, Michiel Kuizenga, Nienke de Vos, Marjolein Wagijo (red. E. Kamphuis): Wetenschapswinkel Economie & Bedrijfskunde (Publicatiereeks Wetenschapswinkel Economie & Bedrijfskunde, EC 139)

Met literatuurlijst.

ISBN 90-5803-038-5

NUR 802

De titel 'Er gaat niets boven Groningen, behalve Borkum' is gekozen op suggestie van prof.dr. R.R. Fremdling. Prof Fremdling is zelf opgegroeid op Borkum en heeft ons er eveneens op gewezen dat de oorspronkelijke bewoners van Borkum meestal van Nederlandse afkomst waren (zie ook de namen op grafstenen op het evangelisch gereformeerde kerkhof).

Wetenschapswinkel Economie & Bedrijfskunde, RuG

Coördinatoren: drs. E. Kamphuis en drs. F.J. Sijsma

Secretariaat: H.W. Janssen

Begeleidend docenten: dr. G.B.W. Willenborg, drs. J.B.R. Dekker

Begeleidingsgroep van maatschappelijke organisatie: AG EMS, VVV Borkum

Adres:

Wetenschapswinkel Economie & Bedrijfskunde

Postbus 800

9700 AV GRONINGEN

Tel. 050-363 7182

Fax 050-363 7337

e-mail: wewi@eco.rug.nl

internet: <http://www.rug.nl/wewi/eb>

Voorwoord

Het onderzoek dat voor u ligt, is verricht door ons: vier studenten aan de Faculteit Economische Wetenschappen met als afstudeerrichting Marketing in het kader van de cursus Marktonderzoek Praktijk en door een studente Sociale Geografie aan de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen in het kader van haar afstudeerscriptie Regionale Geografie. In het onderzoek hebben wij de redenen geanalyseerd waarom Noord-Nederlanders over het algemeen wel naar de Nederlandse waddeneilanden gaan en niet naar het Duitse waddeneiland Borkum. Deze opdracht is via de Wetenschapswinkel Economie & Bedrijfskunde bij ons terechtgekomen. De directe opdrachtgever was Aktien Gesellschaft 'EMS'.

Op uitnodiging van AG EMS zijn wij een dag naar Borkum geweest. Hierdoor hebben we een goed beeld gekregen van het eiland en de onderneming die gevestigd is in de Duitse plaats Emden. Het was een leerzame, gezellige en goed georganiseerde dag. Wij willen met name Corina Habben van AG EMS hiervoor en voor het verschaffen van andere informatie bedanken.

Tot slot willen wij onze begeleiders dhr. dr. G.B.W. Willenborg en dhr. drs. J.B.R. Dekker die de nodige kritische noten en de uitgebreide informatie verschaffen bedanken en mevr. drs. E. Kamphuis voor haar raad en steun tijdens het onderzoeksproces.

Carsten van Calck (student economie)

Saskia Grit (student economie)

Michiel Kuizenga (student economie)

Nienke de Vos (student economie)

Marjolein Wagijo (student ruimtelijke wetenschappen)

Samenvatting

Het Duitse waddeneiland Borkum heeft vanuit Groningen gezien een goede ligging: het eiland is het snelst bereikbare waddeneiland. Qua duur van de overtocht is Borkum vergelijkbaar met Ameland en Schiermonnikoog. Qua omvang is Borkum vergelijkbaar met Schiermonnikoog, maar herbergt met 18000 slaappleatsen het driedubbele aantal van Schiermonnikoog. Toch wordt Borkum, volgens de VVV Borkum en rederij AG EMS, relatief weinig door Nederlanders bezocht. Op verzoek van AG-EMS is daarom de vraag onderzocht:

Wat zijn de oorzaken dat Noord-Nederlanders over het algemeen wel naar de Nederlandse waddeneilanden en niet naar Borkum gaan?

Om deze vraag te beantwoorden zijn onder andere 400 mondelinge enquêtes afgenomen in Hoogeveen, Assen, Emmen, Delfzijl, Appingedam, Veendam en Groningen en een bootenquête onder passagiers op de boot van de Eemshaven naar Borkum. Meer dan de helft van de respondenten van de stratenquête was woonachtig in Groningen en bijna 1/5 was student of scholier.

De vragen van de enquête waren onderverdeeld in de volgende kernvragen:

- Wat is het vakantiegedrag in het verleden en heden van Noord-Nederlanders met betrekking tot de waddeneilanden en het eiland Borkum?
- Welke media gebruiken Noord-Nederlanders voor de keuze van de vakantiebestemming en hoe verhoudt dit zich tot Borkum?
- Wat vinden Noord-Nederlanders belangrijke aspecten van een waddeneiland en hoe verhoudt dit zich tot Borkum?
- Wat is het beeld van Borkum als vakantie-eiland bij Noord-Nederlanders?
- Wat zijn de belemmeringen voor Noord-Nederlanders om naar Borkum op vakantie te gaan?

Uit de stratenquête kwam onder andere naar voren dat 80% van de respondenten wel eens van Borkum had gehoord. Hierbij was een positief verband tussen leeftijd en bekenheid met Borkum en tussen geografische afstand en bekenheid met Borkum. De meeste respondenten denken bij Borkum aan een Duits/klein eiland. De respondenten vinden met name natuur een belangrijk aspect van de Nederlandse waddeneilanden. De leeftijdsgroepen 16 t/m 45 jaar die wel op Borkum zijn geweest waarderen de natuur gemiddeld lager dan de degenen die er niet zijn geweest. Uit de enquête kwam verder naar voren dat 90% van de respondenten wel eens op een Nederlands waddeneiland was geweest en 31% op Borkum. De meest voorkomende verblijfsduur op Borkum was een dag en op de Nederlandse waddeneilanden meerdere dagen.

Conclusies en aanbevelingen

§0.1 Conclusies

§0.1.1 Reisgedrag naar Borkum en de Nederlandse waddeneilanden

Het Duitse waddeneiland Borkum heeft vanuit Groningen gezien een goede ligging in vergelijking met de meeste Nederlandse waddeneilanden. Desondanks bezocht ruim 90% van de respondenten uit Noord-Nederland wel eens een Nederlands waddeneiland en slechts 31% Borkum. Borkum werd vooral bezocht door ouderen en toeristen uit dichtbijgelegen plaatsen, terwijl een dergelijk verband niet voor de Nederlandse waddeneilanden kon worden geconstateerd. Bovendien was de meest voorkomende verblijfsduur van Noord-Nederlanders op Borkum een dag en op de Nederlandse waddeneilanden meerdere dagen. Dit is opmerkelijk, aangezien het dagtoerisme (jaarlijks 50.000 toeristen) in vergelijking met het verblijfstoerisme (jaarlijks 220.000) op Borkum gering is en Borkum in vergelijking met Ameland en Schiermonnikoog veel slaapplekken heeft. Wanneer wordt gekeken naar de samenhang tussen leeftijd en de duur van de bezoeken aan de waddeneilanden blijkt dat de jongste leeftijdsgroep van 16 t/m 25 jaar vaker 2 nachten op de waddeneilanden verblijft en minder vaak voor een dagtocht naar de waddeneilanden gaat in vergelijking met de andere leeftijdsgroepen. Zowel de bezoekers van de Nederlandse waddeneilanden als die van Borkum waardeerden hun bezoek positief.

De afgelopen drie jaar verbleven de respondenten in de zomervakantie vooral op een camping. Daarna was huisje of bungalow favoriet gevolgd door een hotel. In de leeftijdscategorie 16 t/m 45 jaar was de camping de meest gebruikte accommodatie, in de leeftijdscategorie 46 t/m 60 het vakantiehuisje of de bungalow en de groep respondenten van 61 t/m 81 jaar maakte voornamelijk gebruik van hotels. Maar ook onder deze laatste groep is het vakantiehuisje of de bungalow nog vrij geliefd.

§0.1.2 Mediagebruik en keuze vakantiebestemming

Internet is het medium dat het meest gebruikt wordt voor de bepaling van de vakantiebestemming. Ook het reisbureau en de VVV zijn in trek. Als er gekeken wordt naar de verschillende leeftijdscategorieën valt op dat de leeftijdscategorieën tot 45 jaar het meest gebruik maken van Internet, de leeftijdsgroep van 46 tot 61 naast Internet evenveel gebruik maakt van het reisbureau, terwijl de leeftijdscategorie van 61 t/m 81 voornamelijk gebruik maakt van het reisbureau. Ook kiest deze laatste groep vaak zelf voor een bestemming, zonder gebruik te maken van media.

§0.1.3 Belangrijke aspecten van een waddeneiland

Met betrekking tot de aantrekkelijkheid van een waddeneiland vonden de respondenten de natuur het belangrijkste, gevolgd door fiets- en wandelvoorzieningen, strandvoorzieningen, restaurants en de totale kosten. Sportvoorzieningen en kuuroorden werden van weinig belang geacht. Daarnaast hechtten de jongere respondenten ook zeer veel waarde aan de uitgaansmogelijkheden. Verder bleek dat het belang dat men hecht aan uitgaansmogelijkheden en strandvoorzieningen afneemt met het toenemen van de leeftijd en het belang dat men hecht aan natuur, fiets- en wandelvoorzieningen toeneemt met de leeftijd.

§0.1.4 Beeld van Borkum als vakantie-eiland

Van de respondenten bleek 80% Borkum, al niet geholpen, te kennen, waarvan de overgrote meerderheid Borkum associeert met 'Duits eiland', 'Duits waddeneiland', of iets dergelijks. Maar verder dan deze oppervlakkige bekendheid met Borkum komt men vaak niet. De bekendheid van Borkum neemt toe met de leeftijd en naarmate men dichterbij de Eemshaven en Borkum woont: in de leeftijdscategorie van 16-25 jaar heeft de helft wel eens van Borkum gehoord, terwijl dit in de leeftijdscategorie van 61-81 jaar 90% is; in Appingedam heeft iedereen wel van Borkum gehoord en in Hoogeveen iets meer dan de helft. De respondenten hebben vooral van Borkum gehoord via mond-tot-mond reclame, namelijk via familie, kennissen en vrienden. Van de mensen die wel eens van Borkum hebben gehoord, heeft een kleine 40% het eiland ooit bezocht en gaat 17% volgend jaar waarschijnlijk naar Borkum.

Ruim de helft van de respondenten denkt dat de lengte van de reis naar de Eemshaven aangenaam is. Ook de duur van de bootreis wordt over het algemeen positief beoordeeld. De verwachtingen die men heeft van de restaurants, strandvoorzieningen, fiets- en wandelvoorzieningen, veerboot, trein en natuur zijn goed, terwijl bij de uitgaansmogelijkheden, winkels, sportvoorzieningen en kuuroorden de verwachtingen iets lager liggen. Voor de sportvoorzieningen, natuur en kuuroorden verschillen de waarderingen van de mensen die wel eens op Borkum zijn geweest van degenen die er nooit geweest zijn. De leeftijdsgroep van 16 tot 26 jaar die op Borkum is geweest waardeert sportvoorzieningen aanzienlijk hoger dan dezelfde leeftijdsgroep die niet op Borkum is geweest. Degenen in de leeftijdsgroep van 16 tot 45 jaar die Borkum bezocht hebben waarderen de natuur lager dan de degenen die Borkum niet bezocht hebben. De respondenten in de leeftijdsgroep van 46 tot 61 jaar die op Borkum zijn geweest waarderen het kuuroord lager dan degenen die er niet zijn geweest.

Als men eenmaal op Borkum is geweest, zo bleek uit de boot-enquête overheerst een positief beeld van het eiland. Ook denkt men meer aan herhalingsbezoeken.

§0.1.5 Redenen om niet naar Borkum op vakantie te gaan

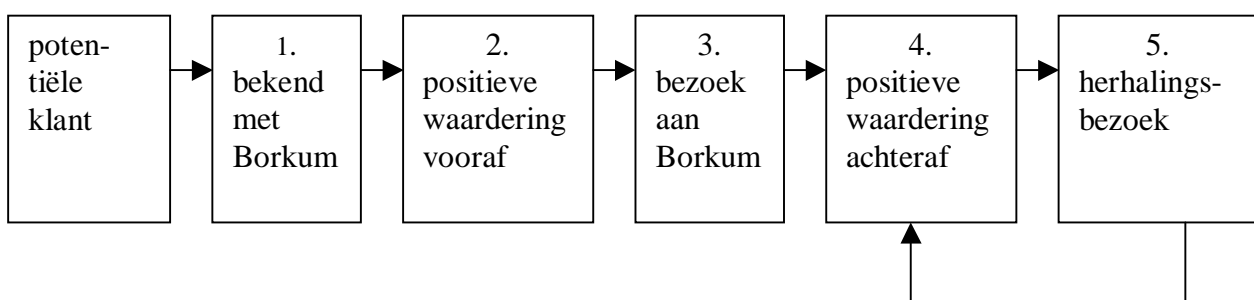
Totale kosten, negatieve verhalen en de onbekendheid van Borkum vormen volgens de respondenten die wel eens van Borkum hebben gehoord belemmeringen om naar Borkum op vakantie te gaan. Bovendien heeft een grote groep respondenten het beeld dat het algemeen prijsniveau op Borkum hoog is. Van degenen die volgend jaar niet naar Borkum gaan zijn de twee belangrijkste redenen ‘andere vakantieplannen’ en ‘geen interesse’. In hoeverre de bootkosten een rol spelen is niet duidelijk.

De keuze voor een dagje uit heeft te maken met de ligging en de weersvoorspelling. De dagen waarop de boot-enquête gehouden werden, waren mooie nazomerse dagen. Hierdoor werd veelal spontaan besloten om naar Borkum te gaan. Op het gebied van een dagretourtje is de veerdienst van AG EMS concurrerend, maar voor toeristen die willen overnachten op Borkum wordt de prijs van een bootreis hoger in vergelijking met de Nederlandse waddeneilanden.

§0.2 Aanbevelingen

§0.2.1 Theoretisch kader

De aanbeveling komen voort uit de conclusies van het onderzoek en een model, waarbij verschillende niveaus zijn te onderscheiden die mensen moeten doorlopen om Borkum te gaan bezoeken (zie figuur 1). Het doel is te bewerkstelligen dat mensen in de toekomst meerdere herhalingsbezoeken brengen aan het eiland. Voordat dit bereikt kan worden, zal AG EMS - mogelijk in samenwerking met andere instanties - moeten zorgen dat de mensen de hieronder beschreven fasen doorlopen.



Figuur 1 *Te doorlopen fasen om te bewerkstelligen dat mensen Borkum bezoeken*

Om Borkum te kunnen bezoeken, moet men allereerst bekend zijn met Borkum, zoals weergegeven in fase 1. Ook moet men over voldoende kennis over het eiland beschikken, voordat überhaupt een overweging om het eiland te bezoeken kan worden gemaakt. Voorafgaand aan deze overweging zal men Borkum positief moeten waarderen (fase 2), anders zal men alsnog besluiten geen bezoek te brengen aan Borkum. In de derde fase heeft men de overweging gemaakt en besloten het eiland wel te bezoeken. De waardering achteraf

(fase 4) is zeer persoonlijk en afhankelijk van veel factoren. Toch zal deze waardering positief moeten zijn, wil men een herhalingsbezoek brengen aan het eiland, zoals weergegeven in fase 5.

Wanneer mensen negatief zijn over de factoren in één van de vijf fasen, zal het uiteindelijke doel niet worden bereikt. De nu volgende aanbevelingen zullen worden geformuleerd om fase 1 en 2 te verbeteren. Het resultaat van deze verbetering zal fase 3 - een bezoek aan Borkum - zijn.

De verbetering van fase 4 zal aanzienlijk moeilijker zijn, omdat dit sterk afhangt van de persoonlijke voorkeuren van de mensen die een bezoek hebben gebracht aan het eiland.

§0.2.2 Bekend met Borkum

De bekendheid met Borkum kan op de volgende drie manieren worden vergroot.

1. Internet

Aangezien Internet het medium dat het meest gebruikt wordt voor de bepaling van de vakantiebestemming moet AG EMS ervoor zorgen dat haar website makkelijk gevonden kan worden. Hoewel AG EMS weinig invloed kan uitoefenen op de overige websites over Borkum, zullen deze ook goed bereikbaar moeten zijn en goed te vinden moeten zijn via onder andere zoekmachines of via een link op de Nederlandse site van de VVV naar de VVV op Borkum. Op de inhoud van de Internetpagina's wordt in § 2.3 ingegaan.

2. Samenwerking met Nederlandse waddeneilanden en reisbureaus

Op websites die betrekking hebben op Nederlandse waddeneilanden zou AG EMS links of banners kunnen plaatsen. Uiteraard kan dit alleen als hier toestemming voor wordt verleend. AG EMS zou op haar beurt dan ook naar de Nederlandse waddeneilanden moeten verwijzen. Verder zou AG EMS nauwere banden moeten aangaan met de Nederlandse reisbureaus en de VVV, omdat gebleken is dat een grote groep - zowel jonge als oudere mensen - deze media gebruiken bij de keuze voor een vakantiebestemming.

3. Andere vormen van promotie

De bekendheid van Borkum is vooral te danken aan mond-tot-mond reclame, schoollessen en de nabijheid van Borkum en de Eemshaven. De bekendheid zou enorm kunnen toenemen als de promotie een meer nationaal in plaats van regionaal karakter krijgt. Met behulp van traditionelere vormen van promotie - zoals adverteren - zou AG EMS zich beter kunnen promoten. Te denken valt aan advertenties in Nederlandse tijdschriften over het waddengebied.

§0.2.3 'Positieve waardering vooraf'

De waardering vooraf wordt beïnvloed door de *inhoud* van de promoties onder § 2.2.

1. *Samenwerking*

In de samenwerking met de verschillende Nederlandse VVV's en reisbureaus moet de positieve waardering gestalte krijgen.

2. *Internet*

De internetsite van AG EMS kan worden verbeterd door de site een internationaler karakter te geven door de pagina's naast het Duits tevens geheel in het Nederlands en Engels aan te bieden. Daarnaast kunnen de tarieven en de arrangementen (bijvoorbeeld bus-bootreis vanuit Groningen) duidelijker op de site worden gezet.

3. *Promotie*

Bij de promotie van Borkum dient rekening te worden gehouden met de verschillende doelgroepen:

- *Jongeren.* Elk jaar komen er ongeveer 10.000 nieuwe studenten in Groningen wonen. Dus elk jaar komen er evenveel potentiële klanten bij. Om deze studenten te trekken kan een reclame campagne opgezet worden dat tot de verbeelding van studenten spreekt. Het beeld wat over Borkum bestaat zal vervangen moeten worden door een jong, fris en aantrekkelijk nieuw imago. Om het eiland specifiek bij jongeren te promoten moet vooral aandacht worden besteed aan de uitgaansmogelijkheden, de strandvoorzieningen en de campings op Borkum. Aangezien jongeren relatief vaak op een Nederlands waddeneiland overnachten zou overwogen kunnen worden om de prijs van weekendretourtje Borkum te verlagen of om tariefdifferentiatie in te voeren voor de verschillende groepen soorten bezoekers. Hier valt te denken aan lagere studententarieven.
- *Ouderen.* Bij de bezoekers 26 tot 60 jaar moet de promotie vooral gericht zijn op campings, bungalows, huisjes, natuur en fiets- en wandelvoorzieningen.
- *Rijkere toeristen.* Gezien het hoge voorzieningenniveau zou Borkum haar promotie kunnen afstemmen op de meer rijkere toeristen.
- *Dagtoeristen.* Vakanties in eigen land groeien sterk door de mooie zomer van 2003 en de verslechterde economische situatie. AG EMS kan hierop inspelen door Borkum aan te bieden als een vakantiebestemming die dichtbij ligt maar toch in het buitenland. Hierbij kan ze aandacht besteden aan de gunstige ligging van Borkum ten opzichte van de andere waddeneilanden vanuit Groningen en aan de voorzieningen in de Eemshaven en op de veerboten. Om meer dagtoeristen te bereiken zou AG-EMS de boottijden gunstiger moeten plannen, zodat men een lange dag kan verblijven. Verder kan AG EMS in haar promotie specifiek aandacht besteden aan de door de respondenten positief bevonden duur van de reis naar de Eemshaven en van de bootreis naar Borkum.

- *Verblijfstoeristen.* Borkum heeft voornamelijk te maken heeft met Nederlandse dagtoeristen en weinig met herhalingsbezoeken. Wil men herhalingsbezoeken en een langer verblijf stimuleren dan vergt dat een eilandbrede inzet, van VVV tot fietsverhuur. De toerist moet het gevoel hebben dat er nog veel meer te zien is dan wat mogelijk is op slechts één dag. Daarnaast kan een vervolgonderzoek gericht op de bestaande klanten van Borkum inzicht verschaffen in de redenen waarom Borkum niet trekt voor langer verblijf en/of herhalingsbezoek.

§0.2.4 ‘Bezoek aan Borkum’

Bij de derde fase is het van belang de drempel om een bezoek te brengen aan Borkum te verlagen door mensen te motiveren om het eiland te bezoeken en door het aanbod van diensten uit te bereiden waardoor meer mensen interesse krijgen. De motivatie is behandeld in de vorige paragraaf bij het onderdeel promotie. Bij het uitbereiden van het aanbod van diensten kan gedacht worden aan uitbereidingen voor verschillende leeftijdsgroepen:

- *Ouderen.* Voor de oudere mensen kunnen de bestaande fietsroutes op het vaste land worden uitgebreid met een bezoekje aan Borkum.
- *Jongeren.* Voor de jongere groepen zouden arrangementen kunnen worden samengesteld waarin campings, strandvoorzieningen en uitgaansmogelijkheden worden gecombineerd. De duur van deze arrangementen kan het beste een weekend zijn, omdat een verblijf van 2 nachten populair is bij deze leeftijdsgroep.
- *Alle mensen.* Een verandering waar alle Nederlandse bezoekers baat bij hebben, is het aanbieden van Nederlandse kranten en tijdschriften op zowel de boot als het eiland. Verder is het van belang dat het personeel op de boot Nederlands spreekt en dat de wegwijzers op de boot in het Nederlands zijn.

§0.2.5 ‘Positieve waardering achteraf’

De inhoud van de promoties moet aansluiten bij de werkelijkheid, zodat de positieve waardering vooraf overeenkomt met de waardering achteraf, waardoor de kans op een herhalingsbezoek toeneemt.

§0.2.6 ‘Herhalingsbezoek’

Wanneer de mensen zich in deze fase bevinden, zijn zij positief over alle voorgaande fasen en is het uiteindelijke doel bereikt. Het is een teken dat voor deze groep mensen AG EMS en andere instanties op Borkum het huidige beleid op dezelfde wijze kunnen voortzetten. Toch mag niet uit het oog verloren worden dat de wensen van deze groep in de loop van de tijd kunnen veranderen. Het is zaak deze wensen continu te analyseren om te kunnen voldoen aan de wensen van deze groep bezoekers. Zo zouden de promoties constant vernieuwd kunnen worden, zodat mensen steeds geprikkeld worden om weer naar Borkum te gaan.

Inhoudsopgave

Voorwoord	v
Samenvatting	vii
Conclusies en aanbevelingen	ix
§0.1 Conclusies	ix
§0.1.1 Reisgedrag naar Borkum en de Nederlandse waddeneilanden	ix
§0.1.2 Mediagebruik en keuze vakantiebestemming	ix
§0.1.3 Belangrijke aspecten van een waddeneiland.....	x
§0.1.4 Beeld van Borkum als vakantie-eiland	x
§0.1.5 Redenen om niet naar Borkum op vakantie te gaan.....	xi
§0.2 Aanbevelingen	xi
§0.2.1 Theoretisch kader	xi
§0.2.2 Bekend met Borkum.....	xii
§0.2.3 ‘Positieve waardering vooraf’	xiii
§0.2.4 ‘Bezoek aan Borkum’	xiv
§0.2.5 ‘Positieve waardering achteraf’	xiv
§0.2.6 ‘Herhalingsbezoek’	xiv
Hoofdstuk 1 Inleiding	1
§1.1 Probleemstelling	1
§1.1.1 Algemeen model van toerisme	2
§1.2 Definities en beperkingen	4
§1.3 De opzet van het rapport.....	5
Hoofdstuk 2 Onderzoekopzet	7
§2.1 De straatenquête	7
§2.1.1 De steekproef	7
§2.1.2 Methode van dataverwerking en analyse.....	8
§2.2 Constructie van de enquête	9
§2.3 De bootenquête.....	16
Hoofdstuk 3 Toerisme en de waddeneilanden	19
§3.1 Het waddengebied	19
§3.1.1 De natuurlijke omgeving	19
§3.1.2 Het kustklimaat	20
§3.1.3 De bereikbaarheid	20
§3.2 De eilanden Borkum, Ameland en Schiermonnikoog.....	23
§3.2.1 Ameland.....	25
§3.2.2 Schiermonnikoog	26
§3.2.3 Borkum	28
§3.3 De toerist.....	31
§3.3.1 De kusttoerist	32
§3.3.2 Motieven en activiteiten	33
§3.4 Conclusie	34
Hoofdstuk 4 Reisgedrag naar de waddeneilanden	37
§4.1 Beschrijving van de respondenten.....	37
§4.2 De Nederlandse waddeneilanden	39
§4.2.1 Vakantieverleden.....	39

§4.2.2	Attitude met betrekking tot Nederlandse waddeneilanden	41
§4.3	Accommodatie en mediagebruik.....	44
§4.4	Borkum	45
§4.4.1	Bekendheid en imago	45
§4.4.2	Vakantieverleden.....	48
§4.4.3	Reisgedrag en attitude met betrekking tot Borkum.....	51
§4.5	Suggesties en opmerkingen	60
§4.6	Conclusies	62
Hoofdstuk 5	Borkum en verschillende groepen respondenten	65
§5.1	Groepsverschillen tussen de leeftijdscategorieën.....	65
§5.1.1	Bekendheid Borkum per leeftijdsgroep.....	65
§5.1.2	Borkum bezoeken per leeftijdsgroep.....	66
§5.1.3	Mediagebruik per leeftijdsgroep	67
§5.1.4	Aantal bezoeken Nederlandse waddeneilanden per leeftijdsgroep.....	69
§5.1.5	Duur bezoeken Nederlandse waddeneilanden per leeftijdsgroep	69
§5.1.6	Accommodatie per leeftijdsgroep	70
§5.1.7	Waardering aspecten waddeneilanden per leeftijdsgroep	72
§5.1.8	Waardering aspecten Borkum per leeftijdsgroep.....	73
§5.2	Verschillen tussen respondenten per enquêteplaats	76
§5.2.1	Bekendheid Borkum ten opzichte van de afstand tot Borkum	76
§5.2.2	Bezoek Borkum ten opzichte van de afstand tot Borkum	76
§5.2.3	Bezoek ten opzichte van de afstand tot de Nederlandse waddeneilanden.....	77
§5.2.4	Geschatte reisduur	78
§5.3	Verschillen tussen respondenten per provincie.....	79
§5.3.1	Mediagebruik vakantiebestemming per provincie	79
§5.3.2	Media Borkum per provincie	80
§5.4	Conclusie	81
Referenties	83
Bijlagen	85
	Vragenlijst straatenuêtes.....	85
	Boot-enquête.....	89

Hoofdstuk 1 Inleiding

Dit onderzoek is in opdracht van de Duitse rederij Aktien-Gesellschaft 'EMS' (afgekort AG EMS) uitgevoerd. AG EMS vervoert sinds 1889 passagiers van het vasteland naar het meest westelijk gelegen Oostfrieze eiland Borkum. Rederij AG EMS is gevestigd in de Duitse havenplaats Emden en heeft een dochteronderneming, A.G. 'EMS-Nederland' b.v., in de Groningse Eemshaven. AG EMS verzorgt de veerdiensten vanuit Emden en de Eemshaven naar Borkum en Helgoland. Ook kan vanuit Emden met de snellere Catamaran naar Borkum worden gereisd. Daarnaast biedt AG EMS klanten de mogelijkheid per vliegtuig met de vliegmaatschappij Ostfriesische Lufttransport GmbH naar Borkum en Helgoland te reizen. Op Borkum is AG EMS eigenaar van twee viersterren hotels, het Inselnhotel en het Strandhotel. Daarnaast beheert AG EMS de Borkumer Kleinbahn, hieronder vallen de nostalgische trein en de personentrein. Deze functioneert als pendel tussen de haven van Borkum en het centrum van de stad Borkum.

De klanten van AG EMS bestaan voornamelijk uit Duitse toeristen. Er is sprake van een duidelijke positionering in de Landkreisen in het Noorden van Duitsland. Borkum wordt hier voldoende gepromoot en is algemeen bekend bij de inwoners. Borkum ontvangt daarnaast badgasten uit de deelstaten Nedersaksen, Noordrijn-Westfalen en Sleeswijk-Holstein en kuurgangers uit een groter gebied binnen Duitsland. Het bedrijf probeert al jarenlang in samenwerking met de VVV op Borkum meer Nederlanders naar het eiland te trekken. Helaas blijft de stroom Nederlandse bezoekers ver achter bij het gewenste aantal. Van de toeristen die langdurig (meer dan 11 overnachtingen) op het eiland Borkum verblijven, is minder dan één procent afkomstig uit Nederland. Dit, terwijl Borkum vanuit Groningen gezien een goede ligging heeft: het eiland is via de Eemshaven het snelst bereikbare waddeneiland. AG EMS heeft daarom de Wetenschapswinkel Economie en Bedrijfskunde van de RuG opdracht gegeven om onderzoek te doen naar het reisgedrag van Noord-Nederlanders.

§1.1 Probleemstelling

AG EMS wil achterhalen waarom de stroom Nederlandse toeristen naar het eiland laag is, terwijl de stroom naar de Nederlandse waddeneilanden veel groter is. De vraagstelling van het onderzoek luidt daarom:

Wat zijn de oorzaken dat Noord-Nederlanders over het algemeen wel naar de Nederlandse waddeneilanden en niet naar Borkum gaan?

Deze vraagstelling valt uiteen in de volgende deelvragen:

1. Wat is kusttoerisme?
 - a. Wat heeft kusttoerisme te bieden?

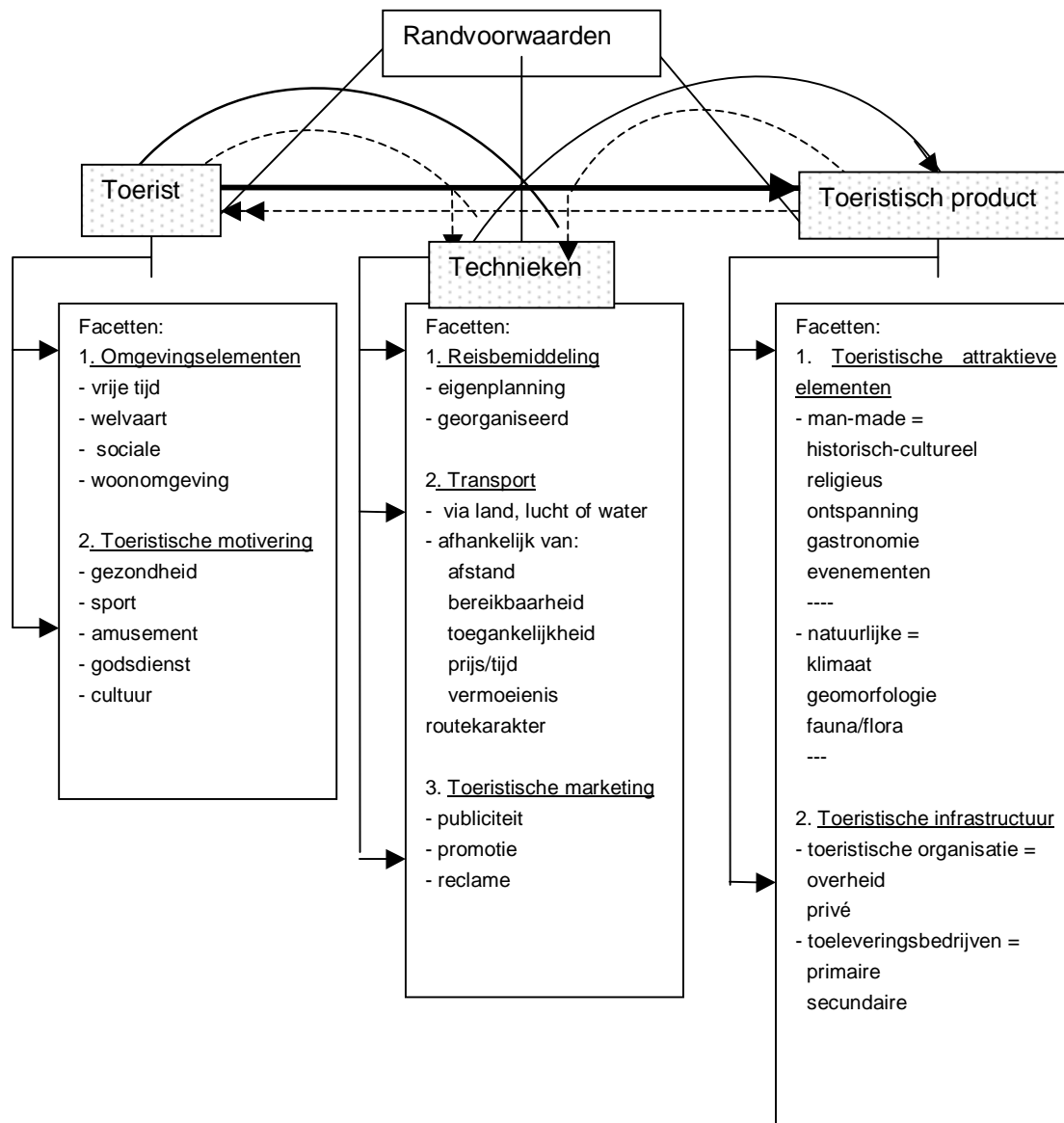
- b. Wie zijn de bezoekers van de kust?
2. Wat maakt Ameland, Schiermonnikoog en Borkum aantrekkelijk?
 - a. Wat zijn de kenmerken van de eilanden?
 - b. Wat hebben de eilanden bezoekers te bieden?
 - c. Op welke doelgroep richten de eilanden zich?
3. Wat is het gedragspatroon van de Noord-Nederlandse toerist?
 - a. Wat zijn de algemene en socio-economische gegevens van de Noord-Nederlandse toerist?
 - b. Wat zijn de belemmeringen om Borkum te bezoeken?
 - c. Wat is het vakantiegedrag in het verleden en heden van Noord-Nederlanders met betrekking tot de waddeneilanden en het eiland Borkum?
 - d. Welke media gebruiken Noord-Nederlanders voor de keuze van de vakantiebestemming en hoe verhoudt dit zich tot Borkum?
 - e. Wat vinden Noord-Nederlanders belangrijke aspecten van een waddeneiland en hoe verhoudt dit zich tot Borkum?
4. Wat is het beeld van Borkum als vakantie-eiland bij Noord-Nederlanders?
5. Hoe wordt Borkum gewaardeerd door verschillende bezoekersgroepen?

§1.1.1 Algemeen model van toerisme

Bij de beantwoording van de onderzoeksvragen is gebruik gemaakt van het model van De Grootte (1995). Bij dit model is de driehoeksrelatie tussen de ‘toerist’, het ‘toeristische product’ en de ‘technieken’ een centraal gegeven (zie figuur 1.1). Deze drie aspecten worden beïnvloed door externe factoren (de randvoorwaarden), zoals economische en politieke omstandigheden, sociaal-culturele elementen of natuurrampen. Deze externe factoren kunnen een positief of negatief effect hebben op het toerisme, bijvoorbeeld bij politieke instabiliteit en economische crises is het effect negatief.

De toerist, het product en de technieken worden allen weer beïnvloed door een aantal facetten. Bij de toerist zijn dit er twee, namelijk de omgevingselementen en de toeristische motivering. De omgevingselementen duiden op het milieu waarin de toerist leeft. Dit alles heeft te maken met de sociaalprofessionele klasse, het soort baan, de hoeveelheid vrije tijd, maar ook hoeveel geld men kan en wil besteden aan de vrije tijd. Daarnaast speelt de woonomgeving een rol, iemand uit een sterk verstedelijkte omgeving zal meer reislustig en ondernemingsgezind zijn dan iemand uit een rustig plattelandsdorpje. De elementen bij de toeristische motivering kunnen positief of negatief zijn. Als iemand van zon houdt, zal diegene positief gemotiveerd zijn om naar een land in Zuid Europa te reizen, terwijl dezelfde persoon een negatieve houding kan hebben ten aanzien van de Nederlandse badplaatsen. De kust zal daarom moeten inspelen op andere troeven dan de zon, zoals het ‘fijne strand’, de ‘heilzame lucht’, een

'kindvriendelijk milieu' waardoor een andere doelgroep aangetrokken kan worden, dan alleen de zonzonbidders.



Figuur 1.1. *Algemeen model van toerisme*

Bron: De Grootte (1995, blz. 48).

Bij de toeristische motivering geldt ook dat recente ervaringen een grote rol spelen. De warme zomer van 2003 leidde tot extra boekingen voor de Nederlandse kust en de waddeneilanden in dat zelfde jaar. Wie zijn vakantie naar de Costa's al geboekt had stond mooi voor gek. In Nederland was al meer dan genoeg zomers weer, in Spanje kregen de bezoekers helemaal te veel van het goede. Als in 2004 de zomer weer eens nat en koud wordt, dan is ons land in 2005 weer uit de gratie. Ook de dagbezoekers van de Nederlandse waddeneilanden handelen vaak naar het actuele weerbeeld.

Het toeristische product heeft ook twee groepen facetten. Aan de ene kant de toeristische-attractieve elementen, bestaande uit natuurlijke elementen en door de mens gecreëerde

elementen. Ofwel het kunstmatige en oorspronkelijke aanbod. Aan de andere kant is er de toeristische infrastructuur die onderverdeeld is in toeristische organisaties (bijvoorbeeld de VVV) en toeleveringsbedrijven. De primaire toeleveringsbedrijven bestaan zuiver op grond van het toerisme, te denken valt aan logiesaccommodaties en souvenirwinkels. Daarnaast zijn er secundaire bedrijven (apotheker, bankwezen) die in de eerste plaats de lokale bevolking verzorgen.

De technieken, tenslotte, zorgen als het ware voor een afstandsoverbrugging tussen de toerist en het product. Deze technieken bestaan uit reisbemiddeling, transport en toeristische marketing.

Deelvragen 1 t/m 2 zijn met name op basis van deskresearch beantwoord. Deelvragen 3 t/m 5 zijn door middel van straatenuêtes en een bootenuête onderzocht, waarbij is gekeken naar het huidige gedrag van de respondenten, de redenen waarom ze dit gedrag vertonen en hun beeldvorming omtrent de waddeneilanden (attitudes, waardering en gedrag). Op Schiermonnikoog, Ameland en Borkum is een observerend onderzoek gehouden. Via gesprekken met eilandbezoekers en bestudering van hun gedrag is een eerste indruk van de eilanden opgedaan. Daarnaast zijn onder andere brochures van AG EMS en van de VVV Borkum bekeken. De brochures, literatuuronderzoek en het observerende onderzoek hebben input geleverd voor het samenstellen van de enquêtes.

§1.2 Definities en beperkingen

Het onderzoek richt zich voornamelijk op de inwoners van Drenthe en Groningen. De straatenuêtes zijn gehouden in Groningen, Appingedam, Delfzijl, Veendam, Assen, Emmen en Hoogeveen (zie figuur 1.2).



Figuur 1.2 *Geografische ligging van Borkum en de enquêteplaatsen Groningen, Appingedam, Delfzijl, Veendam, Assen, Emmen en Hoogeveen.*

Het onderzoeksgebied omvat de Nederlandse waddeneilanden en het Duitse waddeneiland Borkum. Daarnaast is speciaal aandacht besteed aan Schiermonnikoog en Ameland, omdat deze eilanden vanwege de relatief korte vaartijd voor Noord-Nederlanders een belangrijke concurrent kunnen vormen voor Borkum. Het onderzoek werd gehouden in de periode mei tot en met september 2003.

Toerisme kan onderverdeeld worden in dagrecreatie, korte en lange vakantie. In het trendrapport van de NRIT (2002/2003) wordt onder dagrecreatie verstaan: ‘een dagtocht of een uitstapje is een recreatieve activiteit waarvoor men ten minste twee uur van huis is (zonder dat daarbij een overnachting elders plaatsvindt). Bezoeken aan familie en kennissen zijn geen dagtochten.’

Via het ContinuVakantieOnderzoek, CVO, wordt sinds 1980 het vakantiegedrag van Nederlanders in kaart gebracht. Dit CVO wordt in opdracht van het Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme, NRIT, uitgevoerd. In het trendrapport van het NRIT (2002-2003) is de definitie van vakantie als volgt: “een verblijf buiten de eigen woning voor ontspanning of plezier met ten minste één overnachting. Het gaat daarbij zowel om binnen- als buitenlandse vakanties. Ook het logeren bij familie, vrienden of kennissen in het buitenland valt onder het begrip vakantie. Een verblijf bij familie, vrienden of kennissen in Nederland telt niet mee, tenzij de bewoners de hele tijd of de meeste dagen afwezig waren.” Het CVO maakt daarnaast onderscheid tussen korte en lange vakanties. Een korte vakantie telt maximaal 3 aaneengesloten overnachtingen en een lange vakantie 4 of meer aaneengesloten overnachtingen. In dit onderzoek worden bovenstaande definities gehanteerd voor een dagtocht en een vakantie.

§1.3 De opzet van het rapport

In het tweede hoofdstuk wordt uiteengezet op welke wijze het onderzoek is uitgevoerd en waarom het onderzoek is uitgevoerd op die wijze. In hoofdstuk 3 wordt aan de hand van het model van de Groote het kusttoerisme beschreven en wordt dit model toegepast op de Nederlandse waddeneilanden in het algemeen en Ameland, Schiermonnikoog en Borkum in het bijzonder. In de hoofdstukken 4 en 5 worden de resultaten van de enquêtes weergegeven: in hoofdstuk 4 de resultaten van de straat- en bootenquête waarbij de deelvragen 3 en 4 worden beantwoord en in hoofdstuk 5 is nader een onderscheid gemaakt in verschillen tussen leeftijdsgroepen en in verschillen tussen de woonplaatsen van geënquêteerden, zodat deelvraag 5 beantwoord kan worden.

Hoofdstuk 2 Onderzoeksopzet

In de laatste week van mei 2003 zijn onder bijna 400 inwoners van Groningen en Drenthe straatenuêtes afgenomen om te onderzoeken waarom Borkum door deze groep relatief weinig wordt bezocht in vergelijking met de Nederlandse Waddeilanden en in vergelijking met de populariteit van Borkum onder Duitse toeristen. Het doel van deze straatenuêtes was te onderzoeken in hoeverre Borkum bekend is onder Noord-Nederlanders en wat de belemmeringen zijn om naar Borkum op vakantie te gaan. Paragraaf 2.1 gaat in op de opzet van de straatenuête en paragraaf 2.2 op de gestelde vragen. Naar aanleiding van de resultaten van de straatenuête is een veel kleinere enquête gehouden onder passagiers op de boot van de Eemshaven naar Borkum. Deze zijn passagiers zijn al bekend met Borkum, waardoor iets dieper ingegaan kon worden op de aantrekkingskracht van Borkum. De opzet van de bootenuête is te vinden in paragraaf 2.3.

§2.1 De straatenuête

De enquêtes zijn afgenomen in drukbezochte straten in de plaatsen: Hoogeveen, Assen, Emmen, Delfzijl, Appingedam, Veendam en Groningen in de periode van 20 tot en met 26 mei. De standplaats voor het enquêteren was het centrum van elke plaats, waaronder de Grote Markt in Groningen en het Koopmansplein in Assen. Hoewel Noord-Nederlanders de belangrijkste doelgroep zijn voor het onderzoek kunnen via deze manier van enquêteren ook inwoners uit de rest van Nederland mee worden genomen. De verwachting was dat dat dit een zodanig laag percentage vormt dat het aandeel niet-Noord-Nederlanders te verwaarlozen is. De kans bestond dat niet alle groepen mensen op deze wijze werden betrokken in het onderzoek. Maar aangezien er vaak veel verschillende faciliteiten in drukke gebieden aanwezig zijn, zou er een voldoende variëteit aan mensen aangetrokken worden. Er is alleen geënuêteerd op de dagen dat de winkels geopend zijn, zodat zoveel mogelijk mensen benaderd werden.

§2.1.1 De steekproef

Op basis van de beschikbare middelen, tijd, geld, het doel van het onderzoek en een in Malhotra (1999: 363-5) beschreven methode is de omvang van de steekproef gesteld op 398¹. Bij deze steekproefomvang kunnen uitspraken gedaan worden, met een minimale betrouwbaarheid van 95% en een nauwkeurigheid waarbij de maximale totale afwijking 5% is. Om deze omvang te bereiken zijn - in overleg met de opdrachtgever - in totaal 200 enquêtes afgenomen in de stad Groningen en 33 in elk van de andere zes plaatsen. De meerderheid is in de stad Groningen afgenomen, omdat deze stad de grootste is van de zeven

¹ Volgens de methode van Malhotra kwam de steekproefomvang uit op 385 personen.

plaatsen, waardoor er een grotere variëteit aan respondenten verkregen kon worden en omdat in Groningen veel studenten aanwezig zijn. Studenten zijn een specifieke doelgroep die de opdrachtgever wil bereiken. Vandaar dat een vergelijking tussen de bevolkingsopbouw van de respondenten en het CBS in tabel 2.1 een oververtegenwoordiging in de steekproef laat zien van de leeftijdsgroep 20-29 jaar.

Tabel 2.1 *Vergelijking leeftijd respondenten en inwoners Noord-Nederland*

	Steekproef	CBS
16-19	8.1	12.3
20-29	27.5	12.2
30-39	10.1	15.2
40-49	17.2	14.8
50-59	19.2	13.6
60-69	11.1	9.3
70-79	6.1	6.7
80-89	.8	3.3

Bron: Straatenquête en CBS (voorlopige cijfers 2003).

Wanneer een respondent aangaf niet mee te willen werken aan het onderzoek, is de daaropvolgende vijfde voorbijganger benaderd. De enquêteurs hebben steeds opnieuw mensen benaderd, totdat de gewenste steekproefomvang was bereikt. Gegevens met betrekking tot non-respons zijn niet verwerkt in dit onderzoek. Het gewenste aantal respondenten in de vier kleinere plaatsen is op één dag bereikt met vijf enquêteurs, waardoor totaal anderhalve dag nodig was om de zes kleinere plaatsen te bezoeken. Verder is één hele doordeweekse dag benut om de respondenten in Groningen te ondervragen en één zaterdag in verband met werkende mensen. In de andere zes plaatsen is alleen doordeweeks geënuquêteerd. Aan de mensen die gevraagd werden mee te werken aan dit onderzoek is een minimumleeftijd gesteld van 16 jaar, omdat deze groep zelfstandig, zonder de ouders, naar de waddeneilanden mogen gaan.

§2.1.2 Methode van dataverwerking en analyse

Alle antwoorden op de enquêtevragen zijn met behulp van een computer verwerkt, zodat met behulp van een statistisch programma² de input omgezet kon worden in bruikbare informatie. Ter ondersteuning van de verwerking van de enquêtes werd een codeboek opgesteld ten tijde van de samenstelling van de vragenlijst. Het codeboek bevat instructies en verschaft informatie over variabelen in de dataset. De vraagstelling in de enquêtes werd op dusdanige

² SPSS 10.1

wijze geformuleerd, dat de antwoorden omgezet konden worden in codes. Deze codes moesten te verwerken zijn met behulp van een statistisch programma, waardoor rekening moest worden gehouden met de juiste meetschaal. Dit onderwerp is verder uitgewerkt in de volgende paragraaf.

§2.2 Constructie van de enquête

Het opstellen van de vragenlijst vereiste meer tijd dan van te voren verwacht was. De belangrijkste oorzaak waren de vele veranderingen die telkens moesten worden doorgevoerd. In eerste instantie was het zeer moeilijk alle soorten vragen op te stellen die precies de onderwerpen omvatten die onderzocht zouden worden. Bovendien kostte het juist formuleren van de vragen veel tijd, omdat elke respondent de vragen op dezelfde manier moest opvatten. Verder moesten de antwoordcategorieën allesomvattend zijn; wanneer de enquêteurs tijdens het afnemen van de vragenlijst er achter zouden komen dat bepaalde antwoordmogelijkheden ontbreken, kon dit niet meer veranderd worden. Daarom zijn door elke enquêteur vijf test-enquêtes afgenomen (in totaal 25 test-enquêtes), zodat elke interviewer alvast kon oefenen met het afnemen en interviewergebonden problemen vermeden konden worden.

De definitieve versie van de vragenlijst is opgenomen in de bijlagen. Hieronder zal per onderwerp de motivatie voor de vragen besproken worden.

Plaats.....

Datum:..... **Tijdstip**:.....

Bij de plaats dient aangegeven te worden in welk van de zeven plaatsen de vragenlijsten afgenomen zijn, zodat onderzocht kan worden of er verschillen waarneembaar zijn tussen de antwoorden van respondenten op de verschillende locaties.

Vakantieverleden en heden

1. Bent u wel eens naar een Nederlands waddeneiland geweest?

ja nee (ga naar vraag 5)

2. Hoe vaak heeft u de afgelopen 3 jaar de Nederlandse waddeneilanden bezocht ?

.....

3. Wat is de meest voorkomende duur van deze bezoeken?

dagtocht

langer: nachten weekend midweek 1 week 2 week en meer

4. Kunt u aangeven (op een schaal van 1 tot 5) hoe aangenaam of onaangenaam u deze bezoeken gevonden heeft?

- 1 zeer onaangenaam 2 onaangenaam 3 neutraal 4 aangenaam 5 zeer aangenaam weet niet

5. Wat is de meest voorkomende verblijfsvorm van uw vakantie(s) in het zomerseizoen in de afgelopen drie jaar?

- hotel pension/ appartement camping
 vakantiehuisje/ bungalow eigen woning (stacaravan) anders.....

Bij het onderwerp ‘vakantieverleden en heden’ werd bekeken welk reisgedrag respondenten vertoonden naar de Nederlandse waddeneilanden, in welke mate ze dit aangenaam vonden en welke accommodaties ze aangedaan hebben in de zomer. Deze vragen werden gesteld omdat aangenomen werd dat mensen die geïnteresseerd zijn in de Nederlandse waddeneilanden, ook geïnteresseerd kunnen zijn/worden in Borkum. Wanneer bij vraag 1 het antwoord ‘nee’ gegeven werd, kon verder gegaan worden met vraag 5. Vraag 5 werd gesteld omdat aangenomen werd dat respondenten in de nabije toekomst waarschijnlijk dezelfde accommodatie in de zomer aandoen als ze in de afgelopen drie jaar gedaan hadden.

Huidige mediagedrag

6. Welke media gebruikt u voor de keuze van een vakantiebestemming?

- VVV landelijke krant regionale radio
 regionale tv regionale krant Internet
 landelijke tv landelijke radio reisbureau
 anders.....

Het onderwerp ‘huidig gedrag’ omvat de media die respondenten gebruikten voor de keuze van een vakantiebestemming, zodat AG EMS kan bepalen welke media zij in kan zetten om meer Nederlandse bezoekers aan te trekken op Borkum.

Attitude

7. Geef aan in welke mate u de volgende aspecten belangrijk vindt voor een waddeneiland?

- 1 = erg onbelangrijk 2 = onbelangrijk 3 = neutraal 4 = belangrijk 5 = erg belangrijk

o restaurants	1	2	3	4	5
o uitgaansmogelijkheden	1	2	3	4	5
o winkels	1	2	3	4	5
o strandvoorzieningen	1	2	3	4	5
o fiets- en wandelvoorzieningen	1	2	3	4	5
o sportvoorzieningen	1	2	3	4	5
o natuur	1	2	3	4	5
o kuuroord	1	2	3	4	5
o totale reistijd	1	2	3	4	5
o totale kosten	1	2	3	4	5

Het eerste deel van het onderwerp ‘attitude’ geeft de faciliteiten van waddeneilanden aan, het tweede deel andere zaken die belangrijk geacht kunnen worden bij een bezoek aan de waddeneilanden. Respondenten moesten bij deze vraag weergeven in welke mate zij het aspect *zelf* belangrijk vinden; er mocht dus niet geprojecteerd worden op anderen, omdat de gegevens dan niet meer aan elkaar te koppelen zijn. Aangenomen werd dat aspecten die respondenten belangrijk vinden voor de waddeneilanden, ook gelden voor Borkum. Bij de antwoordcategorieën is gekozen voor een vijf puntsschaal, zodat de statistieken op een interval schaal uitgevoerd kunnen worden (Malhotra, 1999). Hierdoor konden meer soorten toetsen bij deze vraag gebruikt worden.

Borkum

8. Hebt u wel eens gehoord van Borkum? o ja o nee

Indien nee, geef uitleg over Borkum: Borkum is het meest westelijk gelegen Duitse waddeneiland en is bereikbaar met een dagelijkse lijndienst vanuit de Eemshaven.

9. Heeft u nu, na deze uitleg, wel een beeld over Borkum?

o ja o nee (ga naar vraag **26**)

10. Wat is het eerste wat in u opkomt bij het woord Borkum?.....

.....

Aangezien verwacht werd dat een grote oorzaak van het lage aantal Nederlandse bezoekers aan Borkum de onbekendheid van Borkum zou zijn, werd bekeken hoe het met deze bekendheid/onbekendheid zit. Vraag 8 behandelt de directe bekendheid met het eiland

24. Hoe goed of slecht denkt u dat de volgende faciliteiten op Borkum zijn?

1 = zeer slecht 2 = slecht 3 = neutraal 4 = goed 5 = zeer goed WN = weet niet

o restaurants	1	2	3	4	5	WN
o uitgaansmogelijkheden	1	2	3	4	5	WN
o winkels	1	2	3	4	5	WN
o strandvoorzieningen	1	2	3	4	5	WN
o fiets - en wandelvoorzieningen	1	2	3	4	5	WN
o sportvoorzieningen	1	2	3	4	5	WN
o veerboot	1	2	3	4	5	WN
o toeristentrein	1	2	3	4	5	WN
o natuur	1	2	3	4	5	WN
o kuuroord	1	2	3	4	5	WN

Over de totale reistijd zijn vier vragen gesteld, die betrekking hebben op de reistijd naar de boot (vraag 19 en 20) en op de reistijd op de boot (vraag 21 en 22). De vragen 19 en 21 zijn als inleidende vraag bedoeld, om vervolgens de respondent naar zijn mening over deze reistijden te kunnen vragen.

In vraag 23 is gevraagd naar de mening van de respondent over het algemeen prijsniveau op Borkum.

Als laatste is de waardering voor de veerboot en de toeristentrein op het Duitse waddeneiland toegevoegd aan de vragenlijst, omdat AG EMS de veerdienst beheert van en naar Borkum en de toeristentrein een specifiek aspect is van Borkum.

In vraag 24 is gevraagd naar de waardering van de respondent met betrekking tot specifieke aspecten van Borkum. Deze aspecten komen overeen met de aspecten van vraag 7, waarin gevraagd is naar het belang dat de respondent aan deze zaken hecht.

25. Kunnen de volgende factoren voor u een belemmering vormen om (weer) naar Borkum te gaan?

Taal	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Duitsland	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Onbekend	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Negatieve verhalen	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Totale reistijd	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Totale kosten	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet

In vraag 25 zijn 6 factoren getest, waarvan werd verondersteld dat deze een belemmering konden vormen voor mensen om naar Borkum te gaan.

Algemene kenmerken

26. Geslacht vaststellen: man vrouw

27. Waar woont u? Plaatsnaam

Provincie.....

28. Wat is uw leeftijd?..... jaar.

29. Wat is uw dagelijkse bezigheid?

volledige baan scholier/ student werkloos

deeltijd baan huisvrouw /man gepensioneerd

30. Wat is uw burgerlijke staat?

alleenstaand alleenstaand met kind(eren)

getrouwd/ samenwonend getrouwd/ samenwonend met kinderen

anders, namelijk.....

31. Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden? (incl. uzelf).....

In de vragen 26 t/m 31 is gevraagd naar de algemene kenmerken van de respondent, zodat de steekproef beschreven kon worden. Hierdoor weet AG EMS op welke doelgroep ze zich moet richten en hoe de activiteiten van AG EMS het best bij deze mensen gepositioneerd kunnen worden.

Heeft u nog suggesties of opmerkingen?

.....

.....

Uiteindelijk is gevraagd of de respondent nog suggesties of opmerkingen heeft over de enquête, zodat de respondent nog wat kwijt kan over de enquête of over Borkum en eventuele tips doorgegeven kunnen worden.

§2.3 De bootenquête

De bootenquête is in twee weekenden verspreid over drie dagen gehouden onder 27 reizigers van en naar Borkum (zie tabel 2.2). Deze enquête diende enerzijds om bepaalde resultaten van de straatenquête uit te diepen en anderzijds om inzicht te krijgen in de redenen waarom men naar Borkum ging. De straatenquête had immers tot doel vooral uit te zoeken waarom men niet ging. Bij deze enquête werden alleen personen ondervraagd die Borkum gingen bezoeken of net bezocht hadden. Alle indrukken en antwoorden zijn dus direct voor of na het bezoek opgenomen. Daardoor kon worden aangenomen dat deze personen, door onder meer het voorbereiden op de reis, een duidelijker beeld van Borkum hadden dan de respondenten van de straatenquête.

Tabel 2.2 geeft een overzicht van de data van enquêteren tijdens de overtocht tussen de Eemshaven en Borkum. De beide zaterdagdagen in september waren zonnige dagen. Volgens de klimatologische dienst van het KNMI was het jaar 2003 het zonnigste jaar ooit. Niet eerder sinds het begin van de waarnemingen in 1901 telde een jaar zoveel zonuren. De uitzonderlijke warmte tijdens de zomer wordt door het KNMI als markant omschreven. Alleen de zomer van 1947 was een fractie warmer (Dagblad van het Noorden, 2 januari 2004).

Tabel 2.2 *Afname boot-enquête*

<i>Data</i>	<i>Boot</i>	<i>Aantal respondenten</i>
Vrijdag 30 augustus	Laatste boot terug	6
Zaterdag 5 september	Eerste boot heen	8
Zaterdag 13 september	Hele dag	13

De vragen van de straatenquête die opnieuw zijn gesteld in de bootenquête zijn:

Vraag 1: Hoe vaak ben u naar de Nederlandse waddeneilanden geweest?

Vraag 10: Wat is het eerste wat in u opkomt bij het woord Borkum?

Vraag 11: Op welke manier heeft u over Borkum gehoord?

Vraag 15: Kunt u aangegeven hou u het verblijf op Borkum gevonden heeft en vraag 16: waarom?

Vraag 20: Wat vindt u van de duur van de bootreis?

Vraag 23: Wat vindt u van het algemeen prijsniveau?

Vraag 24: Wat verwacht u van de volgende aspecten van Borkum?

Nieuwe vragen die werden gesteld (zie bijlage):

- Wat is uw belangrijkste reden en uw eventuele tweede reden om Borkum te bezoeken?
- Hoe vaak bent u eerder naar Borkum geweest?
- In welk jaar voor het eerst?
- Bent u vanwege de voordelen van de Butterfahrt eerder naar Borkum geweest?

- Heeft u nog andere bestemmingen voor deze dagtocht/vakantie overwogen en zo ja, welke?
- Hoe lang bent u op Borkum geweest?
- Heeft u nog andere bestemmingen overwogen en zo ja, welke?
- Wat vond u van de duur van de reis van uw woonplaats naar Borkum?

Hoofdstuk 3 Toerisme en de waddeneilanden

Sun, See, Sand, Sex and Sangria ofwel de vijf S-en van Ashworth (2002). De kust is met al deze aspecten een populaire vakantieplek voor jong en oud. Kusttoerisme is een van de oudste vormen van toerisme. Sommige badplaatsen worden al sinds de negentiende eeuw bezocht. Oorspronkelijk was het kusttoerisme aan de elite voorbehouden, maar het bezoek heeft zich gaandeweg ontwikkeld tot een vorm van massatoerisme.

Dit hoofdstuk behandelt in paragraaf 3.1 kort het toeristische aanbod, de waddeneilanden. Hierbij wordt ingegaan op de natuurlijke omgeving, het kustklimaat en de bereikbaarheid van het waddengebied. Daarna zullen in paragraaf 3.2 Ameland, Schiermonnikoog en Borkum nader worden bekeken om ze onderling te kunnen vergelijken. In paragraaf 3.3 maken we kennis met de toerist die waddeneilanden bezoekt. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen de Noord-Nederlandse en de Duitse toerist.

§3.1 Het waddengebied

§3.1.1 De natuurlijke omgeving

Het waddengebied bestaat uit de Waddenzee begrensd door kwelders en eilanden, de waddeneilanden en de kuststrook. De Waddenzee, een ondiep en gedeeltelijk afgesloten deel van de Noordzee, maakt deel uit van het grootste getijdengebied in Europa. Dit gebied met uitgestrekte slikken, zandbanken en geulen strekt zich uit van Den Helder tot het Deense Esbjerg. De eilanden die binnen het Nederlandse gedeelte vallen zijn Texel, Vlieland, Terschelling, Ameland, Schiermonnikoog, Rottum, Rottumerplaat, Simonsplaat en Griend. Voor Duitsland zijn dit: Borkum, Juist, Norderney, Baltrum, Langeoog, Spiekeroog, Wangerooge, Helgoland, Halligen, Pellworm, Amrum, Föhr, Sylt. Voor Denemarken: Römö en Fanö.

De getijden van de open zee, de afwisseling tussen eb en vloed, geven het gebied zijn eigen karakter. Bij hoog water staat de vlakte tussen het vasteland en de eilanden onder water. Bij eb zoekt het water zijn weg naar de open zee via een stelsel van geulen. Op de platen blijft dan slib en zand achter. Het slib is vooral te vinden op de 'wantijen', de waterscheidingszones tussen de geulenstelsels die samenhangen met de 'gaten' tussen de eilanden.

Langs de kusten van het vasteland en de eilanden vormen zich kwelders. Een deel van het fijne slib bezinkt en wordt door plantengroei vastgehouden. In het kader van de landaanwinning heeft de mens de aanslibbing bevorderd door het aanleggen van palissades en andere kunstwerken. Als de kwelder 'gerijpt' was, werd een dijk of dam aangelegd en was het land niet meer aan de getijdenwerking onderhevig. Deze kwelders hebben aan de Groningse en Friese kust gezorgd voor grote stukken landaanwinning.

De waddeneilanden worden dus gekenmerkt door een grote afwisseling en overgang tussen verschillende soorten landschappen: strand, strandvlakte, duinen, binnenduinen, kwelders, polders, bossen en wadden (De Pater e.a., 1989).

§3.1.2 Het kustklimaat

Naast de natuurlijke omgeving vormt het klimaat ook een belangrijk onderdeel van het waddengebied. De heilzame en geneeskrachtige werking van het kustklimaat was van oudsher de voornaamste reden om aan zee te verblijven. De kust is om een aantal redenen gezond. Allereerst werkt de lucht versterkend of prikkelend in op het lichaam. Aan de kust is het klimaat niet alleen zeer veranderlijk maar de meteorologische factoren wisselen ook snel. Door de snelle opwarming en afkoeling is een grotere energieproductie nodig. Daarnaast is de zee een enorm reservoir van scheikundige stoffen. Tijdens een verblijf aan zee worden microscopische elementen (jodium e.a.) opgenomen. Deze elementen dragen er toe bij het bio-scheikundige evenwicht in het lichaam te herstellen. Dit wordt in het lichaam gevoeld als een vorm van welbehagen na de 'klimatologische shock' van de eerste dagen. Tenslotte is de concentratie van ultra-violettestraling aan de kust groter dan in het binnenland door minder bewolking. De lucht is daardoor rijker aan ozon, die in kleine concentraties een weldadige invloed heeft op de gezondheid. De zuivere lucht aan de kust bevat eveneens minder stof, stuifmeel, bacteriën en andere vervuilende elementen dan de lucht in het binnenland. De positieve factoren van het kustklimaat zijn toe te schrijven aan atmosferkenmerken (betere eetlust, zuivere en sterkere lucht), scheikundige kenmerken (hoger jodiumgehalte, tonisch werkende invloed van de zeelucht) en fysio-psychologische kenmerken (kalmerende invloed van de zeelucht, grotere gemoedsrust). (Vanhove, 1973).

De vermeende heilzame werking van het kustklimaat moet overigens wel wat worden genuanceerd. Als die werking echt zo duidelijk zou zijn, zouden er duidelijke verschillen in levensverwachting zijn tussen bewoners van kustplaatsen en plaatsen in het binnenland. Echter voor de aantrekkingskracht is dat wat het volk gelooft veel belangrijker dan dat wat er echt aan de hand is.

§3.1.3 De bereikbaarheid

Tijdsduur overtochten

De duur van de overtocht verschilt per waddeneiland. Een lange overtocht is niet per definitie een nadeel, omdat veel toeristen de boottocht reeds als een deel van hun vakantie beschouwen. Het verschil in duur van de overtochten wordt veroorzaakt door de geografische ligging van de eilanden, de vaargeulen en de snelheid van de gebruikte boot. Naar elk eiland vaart een normale veerboot, maar naar Vlieland, Terschelling en Borkum kan ook - tegen extra betaling - gebruik worden gemaakt van een sneldienst. In tabel 3.1 is de duur van de overtocht naar elk van de zes eilanden weergegeven, waarbij voor Vlieland, Terschelling en Borkum deze sneldiensten apart vermeld zijn.

Tabel 3.1 *Duur van de overtocht van het vaste land naar de verschillende eilanden*

Vertrekplaats	Bestemming	Type boot	Tijdsduur
Eemshaven	Borkum	Veerboot	50 minuten
Emden ³	Borkum	Veerboot	2 uur
		Sneldienst	1 uur
Den Helder	Texel	Veerboot	20 minuten
Harlingen	Vlieland	Veerboot	1 uur en 45 minuten
		Sneldienst	45 minuten
Harlingen	Terschelling	Veerboot	2 uur
		Sneldienst	50 minuten
Holwerd	Ameland	Veerboot	45 minuten
Lauwersoog	Schiermonnikoog	Veerboot	45 minuten

Borkum ligt wat vaartijd betreft op hetzelfde niveau als Ameland en Schiermonnikoog, terwijl de overtocht naar Vlieland en Terschelling met de veerboot aanzienlijk langer duurt. Als er gekozen wordt voor de sneldienst is de reistijd ongeveer gelijk met Borkum. Texel heeft als enig Nederlands waddeneiland een zeer korte vaartijd.

Reistijden naar de havens

Terwijl toeristen de overtocht op de boot als onderdeel van hun vakantie zien, wordt aangenomen dat de eilandbezoekers hun reis naar de havenplaats op het vasteland niet als zodanig ervaren. Aangezien dit onderzoek zich beperkt tot Noord-Nederland is gekeken hoe de afstanden van de stad Groningen naar de verschillende havenplaatsen zich tot elkaar verhouden (zie tabel 3.2). Hierbij is gebruik gemaakt van de on-line routeplanner van Auto Lease Holland (Zie <http://www.alh.nl/alh-tng/>), waarbij de Faculteit der Economische Wetenschappen in Groningen steeds als vertrekpunt is gebruikt⁴.

³ Hoewel Emden als havenplaats voor de overtocht Borkum niet relevant is, is voor het voor de volledigheid toch opgenomen. Emden is niet relevant, omdat aangenomen is dat Noord-Nederlanders die Borkum bezoeken via de veel dichterbij gelegen Eemshaven zullen reizen.

⁴ Er is gebruikt gemaakt van een routeplanner voor autoreizigers, omdat aangenomen is dat de meerderheid van de eilandbezoekers met de auto naar de betreffende haven zal reizen.

Tabel 3.2 *Reis van Groningen naar de verschillende havens; afstand en duur*

Van Groningen naar...	Havenplaats van...	Afstand (in km.)	Duur (hh:mm)
Eemshaven	Borkum	33,2	00:34
Den Helder	Texel	157,4	01:50
Harlingen	Vlieland	93,7	01:13
	Terschelling		
Holwerd	Ameland	54,0	01:04
Lauwersoog	Schiermonnikoog	40,7	00:46

Uit tabel 3.2 blijkt de Eemshaven vanuit Groningen de meest dichtstbijzijnde veerhaven is, wat impliceert dat deze haven voor een groot deel van Groningen en Drenthe de meest dichtstbijzijnde haven is. Aangezien de duur van de overtocht vergelijkbaar is met die van Ameland en Schiermonnikoog, kan worden geconcludeerd dat Borkum op het gebied van bereikbaarheid een relatief voordeel heeft. Enkel de korte vaartijd naar Texel (20 minuten) zou een bedreiging kunnen vormen voor dit voordeel, maar de reis naar de haven in Den Helder neemt aanzienlijk meer tijd in beslag, omdat alle Noord-Nederlanders de Afsluitdijk moeten oversteken.

Kosten overtochten per eiland

Eén van de factoren die een rol spelen bij de keuze voor een eiland is de prijs van de overtocht. Om de vijf Nederlandse waddeneilanden en Borkum goed met elkaar te kunnen vergelijken geeft tabel 3.3 een overzicht van de tarieven per eiland. Ter bevordering van de overzichtelijkheid en de directe vergelijking zijn slechts de meest voorkomende tarieven weergegeven. Iedere rederij hanteert namelijk zijn eigen tariefensysteem, zoals de manier van bepalen van de prijs voor (verschillende grootte) personenauto's, combinatiekaarten en gezinskaarten, hetgeen overigens ten koste gaat van de transparantie. Bij de prijs voor de overtocht van de personenauto is uitgegaan van een lengte van de auto van vier meter. De bedragen zijn gegeven in euro's en zijn - indien van toepassing - inclusief toeristenbelasting.

Tabel 3.3 *Kosten van de overtocht (retour) per eiland*

Laagseizoen	> 11 jaar	65 +	< 11 jaar	Personenauto	Fiets	Toeslag sneldienst*
Texel ⁵	4,00	2,00	2,00	26,50	2,70	/
Vlieland	19,59	11,72	10,22	94,80	9,40	3,75
Terschelling	22,45	14,58	11,23	94,80	9,40	3,75
Ameland	9,46	6,68	5,29	59,65	4,17	/
Schiermonnikoog	10,44	7,66	6,27	59,65	4,17	/
Borkum - Eemshaven	13,00	/	11,25	71,00	9,50	3,85
Borkum - Emden	15,00	/	13,00	81,00	10,00	7,70

Hoogseizoen	> 11 jaar	65 +	< 11 jaar	Personenauto	Fiets	Toeslag sneldienst*
Texel ⁶	4,00	2,00	2,00	38,00	2,70	/
Vlieland	19,59	11,72	10,22	94,80	9,40	3,75
Terschelling	22,45	14,58	11,23	94,80	9,40	3,75
Ameland	11,13	7,79	6,13	71,58	5,01	/
Schiermonnikoog	12,11	8,77	7,11	71,58	5,01	/
Borkum- Eemshaven**	13,00	/	5,85	71,00	9,50	3,85
Borkum-Emden***	15,00	/	6,85	81,00	10,00	7,70

* = enkele reis.

** De prijzen betreffen dagretourtjes. De prijs van een weekendretour bedraagt € 19,00 voor volwassenen en € 9,50 voor kinderen. Een retourtje dat twee maanden geldig is kost € 22,50.

*** De prijzen betreffen dagretourtjes. De prijs van een weekendretour bedraagt € 20,50 voor volwassenen en € 10,25 voor kinderen. Een dagretour met de Catamaran kost € 22,30

Uit tabel 3.3 kan worden geconcludeerd dat het prijsverschil tussen Borkum en de qua vaartijd vergelijkbare eilanden, Ameland en Schiermonnikoog, gering is. Het prijsverschil neemt echter toe naarmate het verblijf langer is. De prijzen van de boottocht naar Borkum stijgt dan met € 4,- voor een weekendretour en € 7,50 voor een ticket met een geldigheidsduur van 2 maanden, terwijl de prijs van de overtochten naar Ameland en Schiermonnikoog gelijk blijven. Het eiland Texel is aanzienlijk goedkoper, wat een logisch gevolg is van de kortere afstand en dus de duur van de overtocht. In de volgende paragraaf wordt specifiek ingegaan op Borkum, Ameland en Schiermonnikoog.

§3.2 De eilanden Borkum, Ameland en Schiermonnikoog

Het eerste wat opvalt als eilanden Ameland, Schiermonnikoog en Borkum met elkaar worden vergeleken is dat Borkum qua omvang vergelijkbaar is met Schiermonnikoog, de minste toeristen, de meeste inwoners en relatief veel slaapplekken heeft (zie tabel 3.4). Met name het aantal dagtoeristen op Borkum is naar verhouding met maar 50.000 per jaar gering.

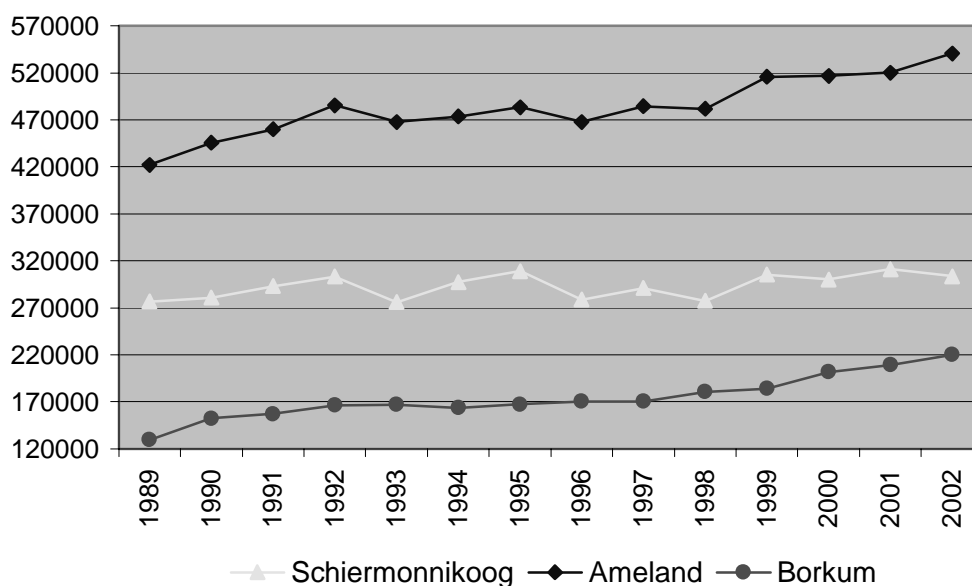
⁵ De veerdienst naar Texel verzorgt in het laagseizoen alleen overtochten op vrijdag, zaterdag, zondag en maandag.

⁶ In het hoogseizoen gelden de tarieven, zoals weergegeven in het tweede deel van de tabel, met uitzondering van dinsdag, woensdag en donderdag. Op deze dagen en in het laagseizoen geldt het daltarief, zoals is weergegeven in het eerste deel van de tabel 'Laagseizoen'.

Tabel 3.4 Kengetallen Ameland, Schiermonnikoog en Borkum

	Ameland	Schiermonnikoog	Borkum
Oppervlakte	57 km ²	39 km ²	35km ²
Inwoners	3.569	1.001	6.000
Toeristen per jaar (2002)	500.000	300.000	220.000
waarvan dagtoerisme	100.000	100.00	50.000
Slaapplaatsen	25.000	6.000	18.000

Figuur 3.1 laat de ontwikkeling van het aantal bezoekers voor Ameland, Schiermonnikoog en Borkum vanaf 1989 tot 2002 zien.



Figuur 3.1 Aantal bezoekers per eiland

Bron: Gemeente Schiermonnikoog: Meerjarenplan Recreatie 1995, Kurverwaltung Borkum, VVV Ameland.

Voor een vakantie naar de Nederlandse waddeneilanden kan de toerist gebruik maken van de reisbemiddeling door de VVV van het betreffende eiland. Via deze weg kan de accommodatie en het reserveren van een plek op de boot voor de auto worden geboekt. Ook kan men via de VVV het waddenhoppen vastleggen, dit is het tussen de waddeneilanden heen en weer reizen. Naast verscheidene arrangementen wordt een 7-daags vliegarrangement Ameland-Borkum-Ameland aangeboden. Verder bieden verschillende reisbureaus korte en lange vakanties naar de waddeneilanden aan en is het mogelijk een accommodatie rechtstreeks bij de eigenaar of de betrokken organisatie te boeken.

Transport Ameland en Schiermonnikoog

De veerdiensten naar Ameland en Schiermonnikoog worden verzorgd door Wagenborg Passagiersdiensten B.V en duren beiden ongeveer 45 minuten. De veerdienst naar Ameland

vertrekt vanuit de haven in het Friese plaatsje Holwerd. De boot naar Schiermonnikoog vertrekt vanuit de haven Lauwersoog in Groningen. Auto's zijn niet toegankelijk op Schiermonnikoog (uitgezonderd vergunninghouders), dit in tegenstelling tot Ameland.

Holwerd en Lauwersoog hebben beide een parkeerdek en een ruime parkeerplaats. In Holwerd kost parkeren €3,60 per dag, 10 cent duurder dan het sinds 2003 nieuwe parkeerdek in Lauwersoog. Ook de prijzen voor een retourticket komen redelijk overeen, zie tabel 3.3.

De havens zijn ook per openbaar vervoer bereikbaar. Vanuit de steden Groningen en Leeuwarden rijden rechtstreekse buslijnen (naar Holwerd lijn 50 en naar Lauwersoog lijn 63), aansluitend op de reguliere vaartijden van de boot. Hiervoor zijn op de busstations in Groningen en Leeuwarden combinatiekaarten te koop (bus en boot). Tevens zijn op NS-stations door heel Nederland waddenbiljetten te koop voor de trein, bus en boot naar Schiermonnikoog. Naast het financiële voordeel van de combikaarten vermindert het ook de kans op wachttijden bij de loketten.

De dienstregeling is voor beide eilanden vooral in het hoogseizoen zeer uitgebreid. In de zomer zijn er net als bij de andere Nederlandse eilanden extra afvaarten op drukke dagen.

§3.2.1 Ameland

Het eiland

Ameland met haar vier dorpen, Hollum, Ballum, Nes en Buren, heeft 3.569 inwoners. Hollum, waar ook de vuurtoren staat, heeft met haar 1300 inwoners het grootste inwonertal.

In Hollum en Ballum staan nog steeds de woningen van de commandeurs (walvisvaartkapiteins) die herinneren aan de rijke tijd van de walvisvangst in de zeventiende en achttiende eeuw. De commandeurshuizen zijn in de jaren tussen 1650 en 1800 gebouwd en zijn te herkennen aan een dubbele rij uitstekende richelsteentjes en ankerdatering in de voorgevel. In Nes, het centrum van Ameland, staat de oudste commandeurswoning van het eiland, die uit 1625 stamt. Buren, met 700 inwoners het op een na kleinste dorp, ligt het meest oostelijk. Dit is tevens het jongste dorp van het eiland. Vroeger stonden hier enkel boerderijen, een zogenaamde agrarische buurtschap, die uitgegroeid is tot het dorp Buren. Oerd en Sier zijn namen van twee dorpen die ooit ook op het eiland lagen maar door de werking van de wind en de zee verdwenen zijn.

Toerisme op Ameland

Al vanaf 1850 worden de waddeneilanden bezocht door toeristen. Tot de jaren vijftig van de twintigste eeuw bleef het toerisme op Ameland beperkt in omvang. Er zijn geen betrouwbare gegevens over aantallen badgasten en overnachtingen uit de vooroorlogse periode voorhanden. Uit cijfers van de VVV blijkt dat voor de eerste georganiseerde dagtocht in 1902 er 200 aanmeldingen waren. De belangstelling voor Ameland bleek dus toen al best groot te zijn. In de periode van 1934 tot 1940 werd uitgebreid reclame gemaakt via advertenties in

landelijke dagbladen voor één- of meerdaagse reizen naar Ameland. Er bestaat een schatting van ongeveer 35.000 gasten per jaar in deze periode.

In vergelijking met de cijfers uit latere jaren is dit echter weinig. Het bezoekersaantal van Ameland in 1960 was 160.000, elf jaar later is dit cijfer gestegen tot 450.000 en in 1985 bedroeg het ongeveer 600.000. Anno 2003 is het aantal toeristen gedaald tot 500.000, waarvan 100.000 dagrecreanten. (Wagenborg Passagiersdiensten b.v., 2001). Gezien het geringe landoppervlak van Ameland (57 km²) en het inwonertal (3.569), zijn dit overigens nog steeds grote getallen. Ameland trekt naast natuurliefhebbers ook toeristen die houden van een modern winkel- en uitgaanscentrum.

Mede door de Landelijke Vereniging tot Behoud van de Waddenzee werd het waddengebied al snel na de oprichting in 1965 van deze vereniging erkend als een uniek natuurgebied op Europees niveau. De vereniging begon als protest tegen het plan van de provincie Friesland om opnieuw een vaste oeververbinding te maken tussen Ameland en het vasteland. Het doel van dit plan was het eiland beter bereikbaar te maken voor de toeristen. De achterliggende gedachte hierbij was om Noord-Nederland, onder andere door industrialisatie, aantrekkelijker te maken. In plaats van vertrekoverschotten die het gebied lang kenmerkten, streefde men naar vestigingsoverschotten. De basis hiervoor lag in het uitbreiden van de werkgelegenheid door voornamelijk bedrijfsverplaatsingen uit het Westen. Een nadeel in Noord-Nederland is het ontbreken van een goed met de auto bereikbaar Noordzeestrand. In Ameland kon deze wens tegen lage kosten gerealiseerd worden.

Het idee om een dam te bouwen tussen Ameland en het vasteland is niet nieuw, al in 1870 werd een bescheiden dammetje aangelegd maar dit is door stormgeweld verloren gegaan. Bij laag water zijn de overblijfselen van de dam nog te zien, 800 meter ten oosten van Buren. Het nieuwe plan werd in 1972 aan de kant gezet door Gedeputeerde Staten. Sindsdien worden de landschappelijke en natuurlijke waarden van de Waddenzee vooropgesteld in beleidsplannen. Zo wordt het uitbreiden van het aantal slaapplekken (anno 2003 ongeveer 25.440 slaapplekken) ongewenst geacht en wordt er naar gestreefd de druk op bedreigde natuur- en landschapsgebieden te verkleinen.

§3.2.2 Schiermonnikoog

Het eiland

Met een oppervlak van slechts 16 km lang en 4 km breed en 1001 inwoners is Schiermonnikoog een kleine, hechte gemeenschap. Een klein deel van de bevolking is werkzaam in de veehouderij, een ander deel in de visserij. De benaming 'Schiermonnikoog' verwijst naar de vroegere bewoners van het eiland. Monniken van de orde der Bernardijnen of Cisterciënzers hadden een hoeve met een kapel en een begraafplaats op het eiland. Het gewaad dat ze droegen had de kleur grijs ofwel schier. 'Oog' in het woord Schiermonnikoog staat voor eiland. Schiermonnikoog is dus het eiland van de grijze monniken.

Schiermonnikoog is het kleinste bewoonde Nederlandse waddeneiland. Het ‘eiland in de branding’ wordt door de eilanders ‘us Lytje Pole’ genoemd. Lytje Pole staat voor klein polletje ofwel een klein stukje grond. Deze benamingen verwijzen naar de golven die delen van het eiland afslaan. Het ‘wandelende’ eiland brokkelt af aan de westkant. Maar wat er aan die kant verdwijnt, komt er aan de oostkant weer bij. Uit bestudering van oude kaarten blijkt dat tussen 1350 en 1560 ongeveer 15 meter per jaar aan de westkant verdween en tussen 1560 en 1920 7 meter per jaar. Ook ingerichte delen van het eiland verdwenen in zee. In de 18^e eeuw verloor Schiermonnikoog zo haar tweede dorp Westerburen. Het huidige dorp Schiermonnikoog heet officieel Oosterburen. De bouw van dit enig overgebleven dorp op de zogenaamde strekenbouw manier begon omstreeks 1720. De straten (streken genoemd) werden van oost naar west gebouwd om zo min mogelijk last te hebben van de wind. De huidige rechte, evenwijdig aan elkaar lopende Voor- en Middenstreek dateren van de eerste bebouwing. Later is aan de noordzijde een derde streek toegevoegd, de Langestreek. De ruimte tussen de streken werd vroeger gebruikt als bleek en moestuin.

Het natuurgebied op Schiermonnikoog kreeg in 1989 de status van Nationaal Park. Dit Nationale Park Schiermonnikoog is een van de weinige gebieden in Europa waar nog natuurlijke duinvorming plaatsvindt. Het dorp Schiermonnikoog is geen onderdeel van het Park, maar wel uitgeroepen tot beschermd dorpsgezicht. (www.schiermonnikoog.nl).

Toerisme op Schiermonnikoog

Als in 1850 gestart wordt met de toeristische ontwikkelingen op het Duitse buureiland Borkum, gaan er op Schiermonnikoog stemmen op om ook een echte badplaats te worden. Het duurde nog tot ongeveer 1870 voordat Schiermonnikoog serieus te maken kreeg met toeristen. Er werd een badhotel gebouwd, verder kwamen er pensions, zomerhuisjes en een busdienst. De gasten waren voornamelijk welgestelden uit de stad Groningen en uit Noord Duitsland.

Het toerisme bleef toenemen. Er kwamen naast de rijkelui ook mensen met minder geld naar het eiland. Zij verbleven in pensions, kamers bij particulieren en vakantiehuisjes, welke voor het eerst werden gebouwd in 1920.

Na 1970 kreeg Schiermonnikoog door de verbeterde verbinding met de wal, steeds meer dagtoeristen. Dit leidde tot een groei in de voorzieningen. Naast nieuwe hotels en restaurants kreeg het eiland meerdere recreatieve voorzieningen; midgetgolf, manege, zwembad, tennisbanen en sportvelden. In totaal zijn er op Schiermonnikoog 6000 slaappleatsen. Vakantiewoningen, hotels en kampeerboerderijen (groepsaccommodatie) vormen een belangrijke accommodatievorm.

Omdat Schiermonnikoog een beschermd natuurgebied is, trekt het eiland veel natuurliefhebbers. De sterke punten van Schiermonnikoog zijn dan ook rust, ruimte en natuur. Schiermonnikoog promoot zich als fietseiland bij uitstek. Hiervoor is het nodig om de fietspaden in goede conditie te houden. De wandelpaden op Schiermonnikoog zijn voldoende

aanwezig. Schiermonnikoog richt zich voornamelijk op de buitenbelevens vanwege het gebrek aan 'slechtweeraaccommodaties'. Daarnaast is de VVV van Schiermonnikoog van mening dat de veiligheid op het eiland een grote rol in het bestaande positieve imago speelt. Zaken als crimineel gedrag of diefstal gebeuren nauwelijks op Schiermonnikoog (Gerlings, 2001).

Tegenwoordig bezoeken ongeveer 300.000 toeristen per jaar het eiland. In tien jaar tijd heeft dit aantal zich vertienvoudigd, wat een redelijk rustige groei van het aantal bezoekers is, vergeleken met Ameland. Ongeveer een derde deel van de bezoekers zijn dagtoeristen. In het hoogseizoen zijn er topdagen waarop 3000 toeristen per dag het eiland bezoeken. De echte natuurliefhebber stelt zijn bezoek uit tot een minder drukke periode, waardoor Schiermonnikoog te maken krijgt met seizoensverlening en -spreiding. In de maanden van november tot en met maart bezoeken ieder weekend circa 1500 tot 2000 mensen het eiland. Door de week is de bezettingsgraad in deze periode laag, behalve in de vakantieweken (herfst, kerst, krokus en meivakantie).

Zoals eerder vermeld speelt het weer een belangrijke rol bij het dagtoerisme. Dit blijkt onder meer uit een vergelijking tussen de jaren 1991 (mooie zomer) en 1993 (minder mooie zomer) voor Schiermonnikoog. In week 32 van 1991 lag het aantal bezoekers rond 65000, terwijl dit aantal in dezelfde week in 1993 ongeveer 42000 was (Meerjarenplan Recreatie Schiermonnikoog, 1995).

§3.2.3 Borkum

Het eiland

Borkum is het meest westelijk gelegen Duitse waddeneiland en met 36 km² het grootste van de zeven Duitse eilanden in de Noordzee. Borkum is bereikbaar met een veerdienst vanuit de Noord-Duitse plaats Emden en vanuit de Nederlandse Eemshaven, gelegen in het noordoosten van de provincie Groningen. In de Oosthoek Encyclopedie (1968) wordt Borkum als volgt omschreven: *Duits waddeneiland ten noorden van Delfzijl, 35 km², 6200 inwoners. Borkum is 8 km lang, 4 km breed en daarmee het grootste van de Duitse Oostfriese eilanden. Het is tevens een der meest bezochte badplaatsen aan de Duitse Noordzeekust.*

Het eiland Borkum is naar Nederlandse begrippen vrij klein; het heeft ongeveer dezelfde omvang als Schiermonnikoog. De gemeente Borkum heeft echter een flink groot aantal inwoners (5.587 inwoners in 2003). De 'stad' Borkum bestaat uit twee verschillende wijken. Namelijk de oude, onregelmatige aangelegde dorpskern en de moderne, strak aangelegde 'Kurwijk'. Deze laatste wijk bevindt zich in het westelijke deel van de stad en bestaat uit veel hoogbouw. In deze wijk bevinden zich de kuuroorden. Van de oude dorpskern is tegenwoordig haast niets meer over. Visserswoningen en loodsen zijn gesloopt of verbouwd. Er zijn slechts nog enkele oude gebouwen die als monument dienstdoen. De natuur op Borkum bestaat voornamelijk uit duin- en weidegebied. In het zuiden van het eiland bevindt zich een klein bosgebied de 'Greune Stee' geheten. Op de rest van het eiland groeien her en

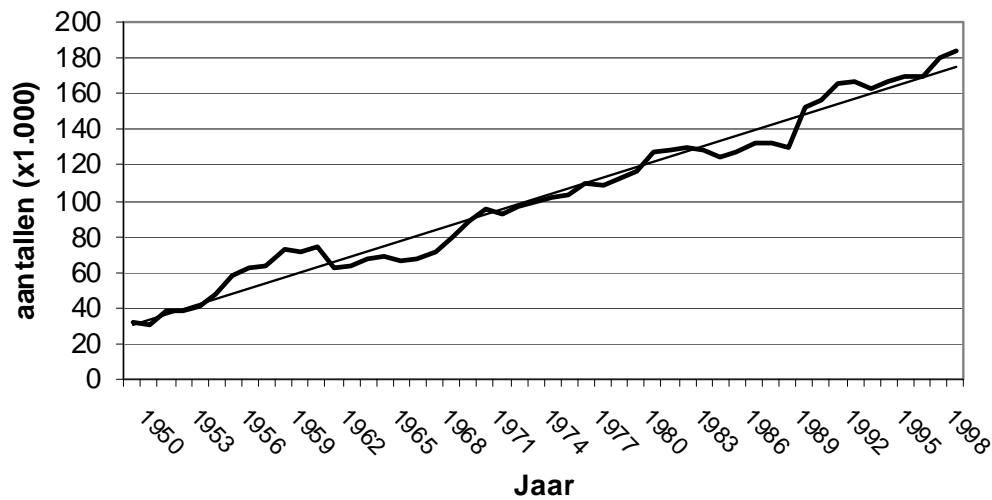
der wat wilgen. In het duingebied ligt het kleine natuurreservaat Muschefeld/Waterdelle. In de duinen bevinden zich nog veel bunkers, de nalatenschap van de tweede wereldoorlog.

Toerisme op Borkum

De ontwikkeling van het toerisme op Borkum is relatief vroeg begonnen. Al omstreeks 1830 wordt Borkum genoemd als vakantieoord. De eerste toeristische bloeiperiode beleefde Borkum tijdens de regering van de Duitse keizer Wilhelm II. De grote hotels in de zogenaamde ‘Wilhelminische Stil’ op het eiland herinneren nog aan deze periode. In 1888 werd de haven aangelegd, die tegenwoordig nog steeds in gebruik is, en men bouwde het smalspoorbaantje. Deze ‘Kleinbahn’ verzorgt tegenwoordig nog de pendel tussen de haven en het centrum van Borkum. Door de aanleg van de kunstmatige haven werd de wigvorm van het eiland versterkt. In de loop der tijd is deze wig steeds meer met inpolderingen opgevuld.

Borkum is in Duitsland een bekend kuureiland. Er zijn verscheidene kuuroorden waar patiënten enkele weken tot maanden verblijven, geheel of gedeeltelijk gedekt door het ziekenfonds. De schone, zuiverende lucht en de ligging aan zee geven Borkum het kuurkarakter. Dit leidde tot de ontwikkeling van de Thalossotherapie (een behandeling waarbij gebruik wordt gemaakt van de ingrediënten van en uit de zee; zeewater en zee-algen) op het eiland en in 1850 trad Borkum officieel toe tot de kring van ‘Nordseeheilbader’. Dit was ook het moment waarop gestart werd met het registreren van de kuurgasten. Het aantal kuurgasten steeg van 252 personen in 1850 tot 1024 in 1865. Het bezoekersaantal bleef stijgen tot 16.474 personen in het jaar 1900. Naast kuurgasten kwamen ook de ‘gewone’ burgers naar het eiland.

Na 1945 begon op Borkum de echte opkomst van het massatoerisme. In figuur 3.2 zijn de bezoekersaantallen vanaf 1950 tot 1999 weergegeven. In deze figuur is een trendlijn opgenomen om het geheel te verduidelijken. Zo blijkt dat de laatste tien jaar de bezoekersaantallen met ongeveer 20% zijn toegenomen. De groei van de bezoekersaantallen in de afgelopen vijf jaar is in totaal ongeveer 10%. De trendlijn in de figuur laat zien dat het aantal bezoekers per jaar met gemiddeld 3.000 toeneemt.



Figuur 3.2 *Bezoekersaantallen Borkum vanaf 1950 tot 1999*

In 1999 steeg het bezoekersaantal tot 184.208 per jaar. Volgens de VVV van Borkum trekt het eiland voornamelijk bezoekers in de leeftijdsklasse van 31 tot 50 jaar en van 0 tot 10 jaar. De leeftijdsgroep die hiertussen valt, van 11 tot 30 jaar, is zeer matig aanwezig. Inmiddels heeft Borkum meer dan 18.000 slaappleaatsen (Kurverwaltung Borkum). Doordat Borkum zich van vanoudsher richtte op de kuurgasten - en de lengte van een kuur op Borkum kan variëren van één tot drie weken heeft Borkum relatief veel slaappleaatsen en gemiddelde lange overnachtingsduur van 11 nachten. Op Ameland bijvoorbeeld is de gemiddelde overnachtingsduur 5 nachten.

Het verblijfstoerisme liep van begin af aan goed, in tegenstelling tot het dagtoerisme. Dit stelde 20 jaar geleden weinig voor vanwege de dure en langdurige overtocht. Door de komst van de Eemshaven en de ontwikkeling van de Borkumlijn brengen vandaag de dag ongeveer 50.000 dagtoeristen per jaar een bezoek aan Borkum. Dit aantal neemt nog steeds toe. De recreatieve voorzieningen op Borkum lopen uiteen van Kurhal, fiets- en wandelmogelijkheden tot allerlei sportieve bezigheden en bezienswaardigheden. Het toeristische gebeuren is sterk geconcentreerd in en rondom de stad. De recreatiedruk neemt af naarmate men verder van het centrum afkomt. Borkum beschikt over een 20 kilometer lang zandstrand, een 5 kilometer lange boulevard, 130 kilometer uitgebouwde en gemarkeerde wegen, drie vuurtorens, twee campings en vele hotels en appartementen. Vergelijkbaar met de Nederlandse waddeneilanden heeft Borkum veel faciliteiten op het gebied van sport en ontspanning (www.ag-ems.de).

Bereikbaarheid

Rederij AG EMS verzorgt de veerdienst naar Borkum vanuit het Duitse Emden (circa 50 km, twee tot tweeënhalf uur) en vanuit de Eemshaven in Nederland. Vanuit Emden vaart tevens een catamaran (alleen voor personenvervoer) in ongeveer één uur van en naar het eiland. De kosten voor deze snelle vaart liggen aanzienlijk hoger (zie tabel 3.3). Auto's zijn toegestaan op Borkum en kunnen door de veerboot overgezet worden. In Emden-haven ligt een groot parkeerdek. Op het terrein van AG EMS in Emden bevindt zich tevens een stationshalte, speciaal aangelegd voor de bootverbinding met Borkum. De trein rijdt regelmatig tussen Emden-AG EMS en Aurich.

Vanuit de Eemshaven vaart de Borkumlijn in circa vijftig minuten naar Borkum. Ook de Eemshaven is voorzien van een ruim parkeerterrein (€ 3,00 per dag) en parkeergarage (€ 3,50 per dag).

De terminal in de Eemshaven is inmiddels sterk gegroeid en uitbreidingsmogelijkheden zijn er op de huidige locatie niet. AG EMS heeft hiertoe besloten een nieuwe terminal te bouwen aan de rand van de Eemshaven waarbij de overtocht naar Borkum tien minuten korter zal gaan duren. In het hoogseizoen (juli-september) is er een rechtstreekse busverbinding tussen de stad Groningen en de Eemshaven, welke door AG EMS zelf geëxploiteerd wordt. Buiten het hoogseizoen moet men met de trein naar Roodeschool en vandaar verder naar de Eemshaven met de van tevoren gereserveerde regiotaaxi.

§3.3 De toerist

Het consumptieproces van de consument, of de toerist, wordt beïnvloed door een aantal factoren. In het model van De Groot (zie hoofdstuk 1) wordt dit aangeduid als de omgevingselementen. Naast de beschikbaarheid van tijd en geld, de verwachtingen en het gedrag voegen Hall en Page (1999) nog een combinatie van behoeften en wensen toe. Deze behoeften en wensen van de consument vormen de toeristische vraag. Toerisme is hierbij het reizen, of de wens om te reizen, naar plaatsen buiten de woon- en werkplaats om daar gebruik te maken van toeristische voorzieningen. De vraag wordt in deze context door Hall en Page (1999) gezien als de relatie tussen de individuele motivatie (om te reizen) en de mogelijkheid om het daadwerkelijk te doen. De vraag naar toerisme heeft dus alles te maken met motivatie en gedrag.

De motivatie van de toerist wordt door McIntosh en Goeldner (1990) onderverdeeld in:

- fysieke motivatie
- culturele motivatie
- interpersoonlijke motivatie
- motivatie door het verkrijgen van status en prestige.

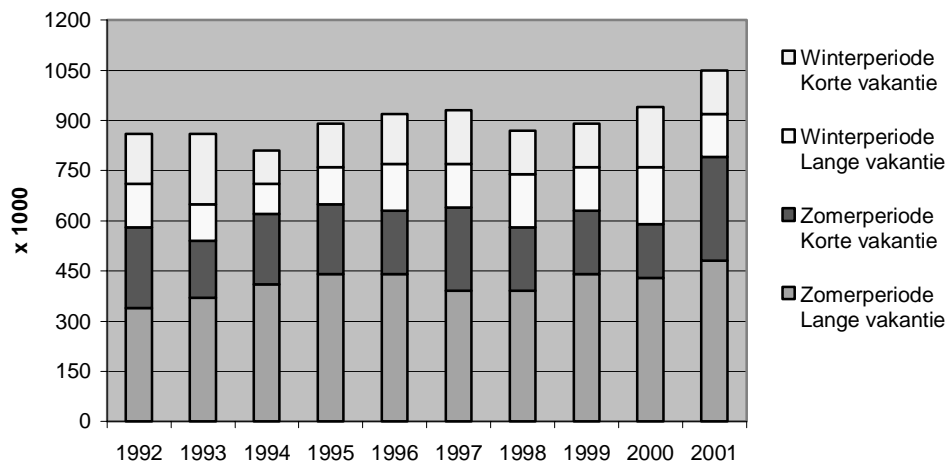
De punten die De Groote in zijn model opnoemt bij de motivering vallen allen onder een van de bovenstaande meer omvattende motivaties. Gezondheid en sport vallen onder fysieke motivatie, terwijl godsdienst onder interpersoonlijke motivatie valt.

§3.3.1 De kusttoerist

Dag- en verblijfstoerisme

In Noord-Nederland brengt men de dagtocht vooral door in de eigen provincie. De reisafstand speelt een grote rol. Over het algemeen wordt verondersteld dat afstand in sterke mate de toeristen selecteert. Hoe groter de afstand is die moet worden afgelegd voor een recreatie- of vakantiebestemming, hoe hoger het voorzieningenniveau daar moet zijn. Het dagtoerisme is de laatste tien jaar steeds belangrijker geworden voor de waddeneilanden door een aantal verbeteringen bij de overtocht. De overtocht wordt tegenwoordig gezien als het begin van het dagje uit (NRIT, 1990).

Het bezoek aan de waddeneilanden door verblijfstoeristen laat in de tijd een stabiel patroon zien. In de zomer (mei tot en met september) wordt op topdagen een enorme druk uitgeoefend op de waddeneilanden. Het verschil in vakanties tussen de zomer- en de winterperiode van 1992 tot 2001 is weergegeven in figuur 3.3. Het aantal lange vakanties naar de waddeneilanden groeit gestaag, alleen in 1997 en 1998 is sprake van een afname.



Figuur 3.3 *Aantal korte en lange vakanties naar de waddeneilanden*
Bron: Statline, CBS 2003.

Het aantal korte zomervakanties schommelt tussen de 160.000 en 250.000. De verdubbeling van het aantal korte zomervakanties in 2001 is opmerkelijk. Volgens het KNMI was de zomer van 2001 “een stuk warmer dan gemiddeld”. De zomer van 2000 werd getypeerd als “niet slecht”. In de winterperiode schommelen de vakanties naar de waddeneilanden per jaar sterk.

Uit tabel 3.5 blijkt dat de meeste overnachtingen op de waddeneilanden plaats vonden in een recreatiewoning gevolgd door een kampeerterrain. Van de 13,4 miljoen overnachtingen die in

de drie Noordelijke provincies zijn geregistreerd vond eenderde deel plaats op de waddeneilanden (Toerdata Noord).

Tabel 3.5 *Overnachtingen op de waddeneilanden per accommodatietype (2000, aantallen x 1000)*

accommodatietype	aantal overnachtingen (x 1000)
Hotel	611
Recreatiewoning	1506
Kampeerterein	1239
Groepsaccommodatie	482
Totaal	3838

Bron: Toerisme in cijfers 2001, Toerdata Noord.

§3.3.2 Motieven en activiteiten

Het toeristische accent van de eilanden is sterk gericht op rust, ruimte en natuur als typerende karakteristieken van de eilanden (kustenquête van het NRIT, 1990). Onder rust wordt hierbij verstaan: stilte, geen mondain vermaak, kleinschaligheid, extensieve recreatie (fietsen, wandelen), geen auto. Onder het begrip ruimte valt de grote landschappelijke variatie die aanwezig is op de eilanden. De natuur uit zich in strand, duinen, bossen, en ongerepte delen natuur. Uit tabel 3.6 blijkt dat de motieven van toeristen uit de provincies Groningen, Drenthe en Friesland om de Nederlandse eilanden te bezoeken hierop aansluiten.

Bij de dagtoerist vormen de wandelmogelijkheden op de eilanden de belangrijkste reden voor een bezoek. Gevolgd door rust, familiebezoek en strand en zee. Strand en zee zijn, daarentegen, de belangrijkste redenen voor een langer verblijf op de waddeneilanden. Natuur, rust en fiets- en wandelmogelijkheden zijn andere veel genoemde redenen.

Tabel 3.6. *Motieven van de Noord-Nederlandse toerist om de waddeneilanden te bezoeken (%)*

Dagtoerist	%	Verblijfstoerist	%
Wandelmogelijkheden	16	Strand en zee	17
Rust	13	Natuur	14
Familiebezoek	12	Rust	13
Strand en zee	12	Fiets- en wandelmogelijkheden	12
Overige	47	Overige	44

Bron: Consumentenonderzoek toerisme 2000, Toerdata Noord.

Activiteiten

Uit het overzicht van de top vijf van activiteiten op de waddeneilanden van de Noord-Nederlandse toerist in tabel 3.7 blijkt dat fietsen en wandelen de meest ondernomen activiteiten zijn onder de Noord-Nederlandse dagtoeristen. Het fietsen en wandelen zijn ook populair bij de verblijfstoerist. Zonnen en zwemmen worden veel minder genoemd, terwijl deze activiteiten wel als belangrijkste reden voor het bezoek genoemd worden.

Tabel 3.7 *Activiteiten van de Noord-Nederlandse toerist, %*

Dagtoerist	%	Verblijfstoerist	%
Fietsen	27	Natuurwandeling	23
Stad/dorpswandelingen	16	Fietsen	22
Natuurwandelingen	16	Zonnen/zwemmen	9
Uitgaan/uit eten	12	Uiteten	9
Bezienswaardigheden bezoeken	7	Uitgaan (disco/café)	9

Bron: Consumentenonderzoek toerisme 2000, Toerdata Noord.

De Nederlandse en Duitse toerist

Toerdata Noord (2000) heeft onderzocht in hoeverre Duitse en Nederlandse toeristen verschillen in bezoekersmotieven naar de provincies Friesland en Groningen. Uit tabel 3.8 blijkt dat Nederlanders voornamelijk voor de rust naar Friesland en Groningen gaan, terwijl bij Duitsers het water een grote rol speelt. Watersportmogelijkheden, het strand en de natuur vormen bij Duitsers de belangrijke redenen om Friesland en Groningen te bezoeken.

Verder waarderen de Duitse toeristen de VVV en de informatievoorzieningen in Groningen en Friesland hoger dan de Nederlandse toerist. De Duitsers zijn tevens beter te spreken over de horeca, de vriendelijkheid en deskundigheid van het personeel. Alleen de slechtweefaciliteiten worden slechter gewaardeerd door de Duitse toeristen in vergelijking met de Nederlandse toeristen. (Toerdata Noord, 2000).

Tabel 3.8 *Verskil in bezoekersmotieven*

Nederlandse toeristen	%	Duitse toeristen	%
Rust	11	Watersportmogelijkheden	14
Natuur, flora en fauna	10	Meren, plassen, kanalen	13
Fietsmogelijkheden	9	Strand, zee	10
Bos, heide en parken	7	Natuur, flora en fauna	10
Meren, plassen en kanalen	6	Eerder geweest	7
Eerder geweest	6	Fietsmogelijkheden	6
Strand, zee	5	Rust	5

Bron: Consumentenonderzoek toerisme 2000, Toerdata Noord.

§3.4 Conclusie

Het eerste wat opvalt als eilanden Ameland, Schiermonnikoog en Borkum met elkaar worden vergeleken is dat Borkum qua omvang vergelijkbaar is met Schiermonnikoog, de minste toeristen, de meeste inwoners en relatief veel slaapplekken heeft. In verhouding met Ameland en Schiermonnikoog wordt Borkum minder bezocht door dagtoeristen. Qua duur en prijs van de overtocht is Borkum vergelijkbaar met Ameland en Schiermonnikoog, maar vanuit

Groningen gezien is Borkum het snelst bereikbare waddeneiland. De overtocht naar Borkum wordt wel duurder als de ticket langer dan een dag geldig is. De eilanden Ameland, Schiermonnikoog en Borkum hebben alle drie een hoog voorzieningenniveau: horeca, musea, fiets- en wandelvoorzieningen zijn overal aanwezig. Schiermonnikoog trekt voornamelijk toeristen die van natuur en rust houden. Ameland trekt naast rust en natuurliefhebbers ook toeristen die houden van gezelligheid, stappen en uitgaan. Borkum richt zich vanoudsher voornamelijk op de kuurgasten. Dit blijkt ook uit het relatief hoge aantal slaappleatsen op Borkum vergeleken met het aantal bezoekers en relatief lange gemiddelde overnachtingsduur van 11 nachten.

De dag- en verblijfstoerist op de Nederlandse waddeneilanden verschillen van elkaar. De dagtoerist bezoekt net als de verblijfstoerist de waddeneilanden om te wandelen, te genieten van de rust, het strand en zee maar, en daarin verschillen beiden, ook om familie te bezoeken. De familie kan op het eiland wonen of daar zelf op vakantie zijn. Een tweede verschil is dat voor de dagtoerist het belangrijkste motief om de eilanden te bezoeken de wandelmogelijkheden zijn en strand en zee pas op de vierde plaats komt, terwijl dit bij de verblijfstoerist omgekeerd is. Het verschil in activiteiten is minder groot. Beide zijn actief bezig met wandelen en fietsen, hoewel de dagtoerist minder kiest voor luieren in de zon en meer voorkeur heeft voor het bezoeken van bezienswaardigheden. De verblijfstoerist daarentegen heeft meer tijd en zal ook meer gebruik maken van de horeca op het eiland. De populairste accommodatie voor de verblijfstoerist is de recreatiewoning gevolgd door de camping. Duitse toeristen gaan voornamelijk voor het wateraspect naar de Nederlandse waddeneilanden, terwijl de Nederlanders voor de natuur (bos, flora en fauna, rust) gaan.

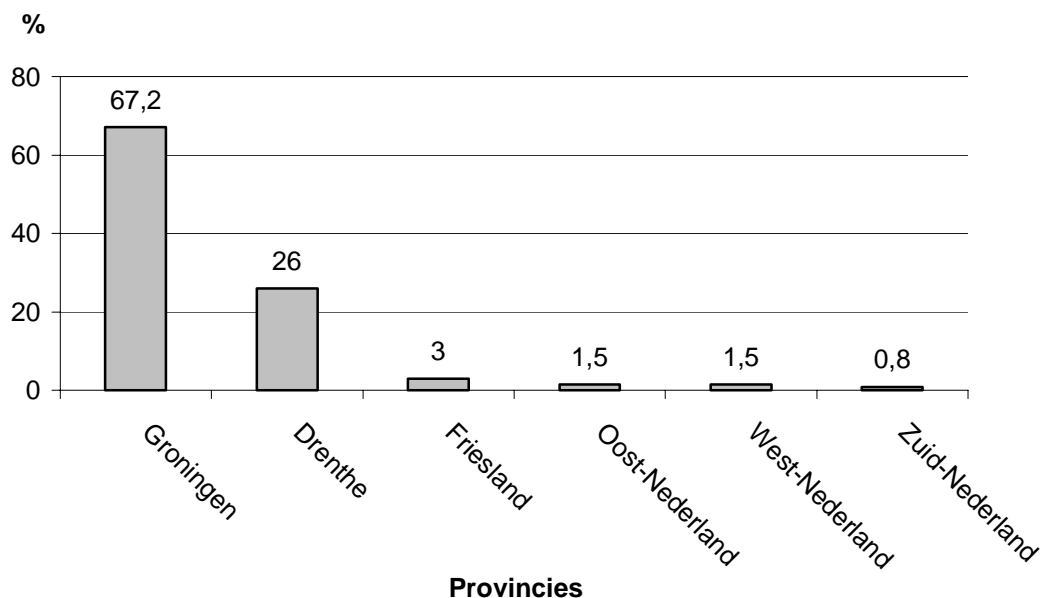
Hoofdstuk 4 Reisgedrag naar de waddeneilanden

In dit hoofdstuk worden resultaten van de stratenquêtes en de bootenquête gepresenteerd. Het hoofdstuk begint met een beschrijving van de respondenten. Vervolgens wordt in § 4.2 aandacht besteed aan het vakantieverleden en attitude met betrekking tot de Nederlandse waddeneilanden en in § 4.4 met betrekking tot Borkum. In de paragraaf over Borkum worden naast de resultaten van de stratenquêtes de resultaten van de bootenquête gepresenteerd. In § 4.3 wordt meer algemeen ingegaan op de keuze van de respondenten van de accommodatie en de media op grond waarvan de vakantiebestemming wordt gekozen. Het hoofdstuk eindigt met enkele suggesties en opmerkingen van de respondenten.

§4.1 Beschrijving van de respondenten

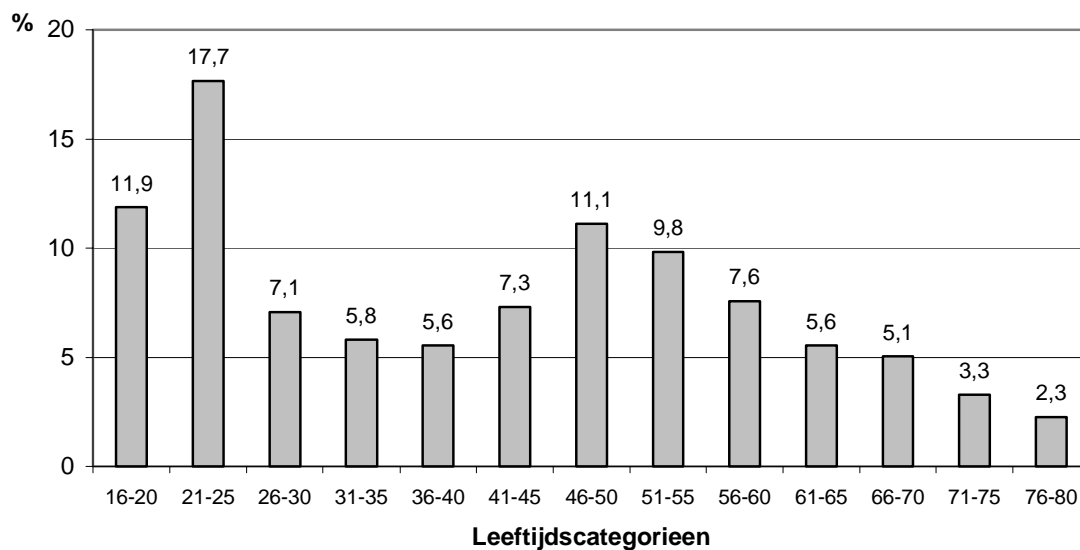
Er zijn in totaal 396 respondenten op straat ondervraagd, waarvan 169 (43%) mannen en 227 (57%) vrouwen. Zij hebben allen de vragen uit de enquête beantwoord. In figuur 4.1 valt af te lezen in welke provincies de respondenten wonen. Ook is een onderscheid gemaakt in de overige gebieden in Nederland. Onder overige gebieden vallen de volgende provincies:

- Oost-Nederland: Overijssel, Gelderland en Flevoland,
- West-Nederland: Noord en Zuid Holland en Utrecht,
- Zuid-Nederland: Zeeland, Brabant en Limburg.

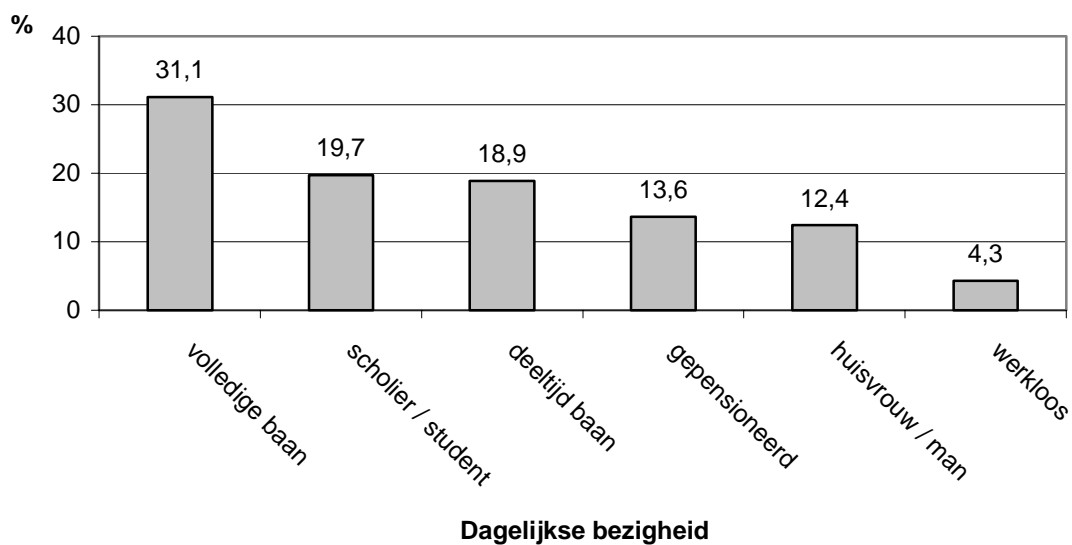


Figuur 4.1 Provincies waarin de respondenten woonachtig zijn (% , N= 396)

Het grootste gedeelte van de geënquêteerden is woonachtig in Groningen, daarna volgt Drenthe, terwijl Friesland en de rest van Nederland niet sterk vertegenwoordigd zijn. Hetgeen te verwachten was, gezien de vraagstelling en de locatiekeuze voor het afnemen van de enquêtes. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 41,5 jaar. Uit figuur 4.2 blijkt dat de grootste groep respondenten in de categorie 21 tot en met 25 jaar valt. De daarop volgende grootste groepen zijn de categorieën 16 t/m 20, 46 t/m 50 en 51 t/m 55 jaar. Alle andere groepen zijn ongeveer gelijk, met een iets grotere daling van het aantal ondervraagde respondenten vanaf 71 jaar. Van de (samengetrokken) categorie 16 t/m 25, bestaande uit 117 respondenten, is 64% student/scholier. Dit zijn 75 respondenten.



Figuur 4.2 *Leeftijdscategorieën van de respondenten* (% , $N = 396$)

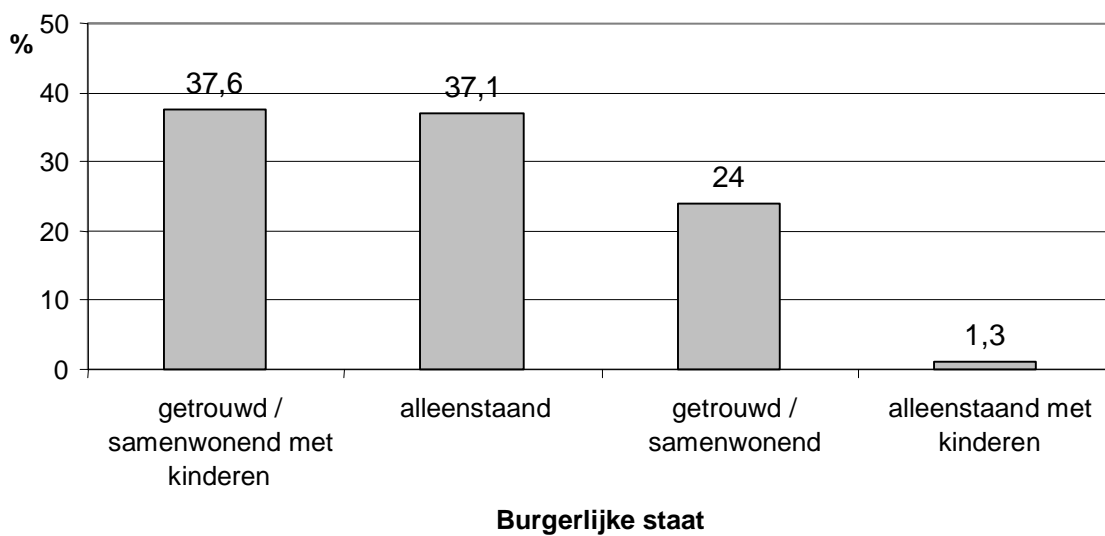


Figuur 4.3 *Dagelijkse bezigheid van de respondenten* (% , $N=396$)

Figuur 4.3 laat zien dat het grootste gedeelte van de respondenten een volledige baan heeft, de hierop volgende grootste groep van de respondenten is scholier of student, waarna deeltijd baan, huisvrouw of -man, gepensioneerd en werkloos volgen.

Het aantal personen in het huishouden van de respondenten varieert van 1 tot 9 personen, met een gemiddelde van 2,55 personen per huishouden. Hierbij geldt dat de respondent zelf meegeteld wordt als persoon in het huishouden.

Uit figuur 4.4 blijkt dat het grootste gedeelte van de ondervraagden getrouwd of samenwonend is en kinderen heeft, een iets kleinere groep is alleenstaand, hierna volgt de groep getrouwd of samenwonend en de kleinste groep respondenten is alleenstaand en heeft kind(eren).



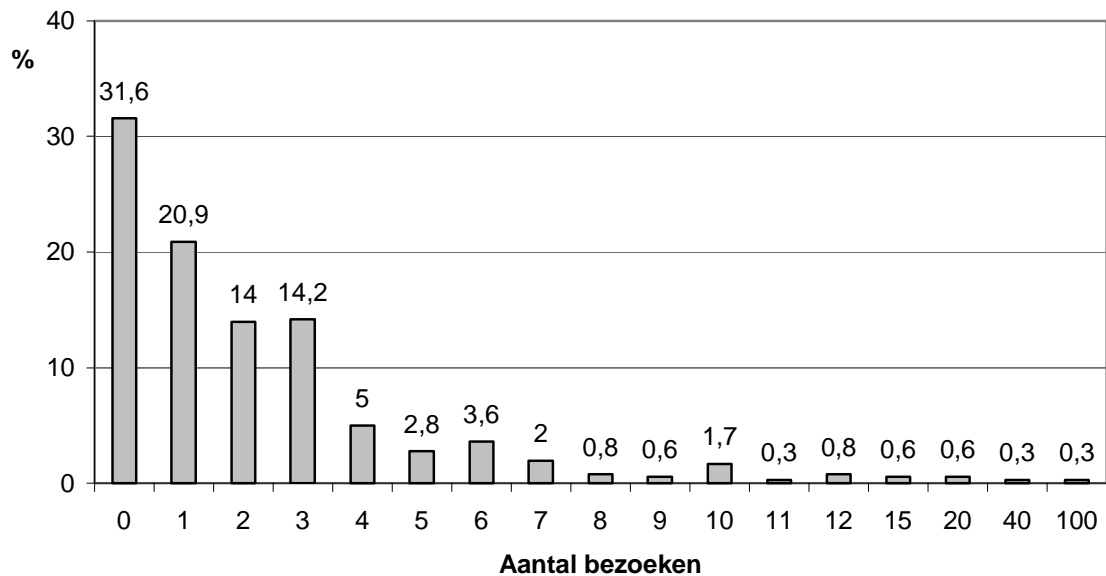
Figuur 4.4 *Burgerlijke staat van de respondenten (% , N=396)*

§4.2 De Nederlandse waddeneilanden

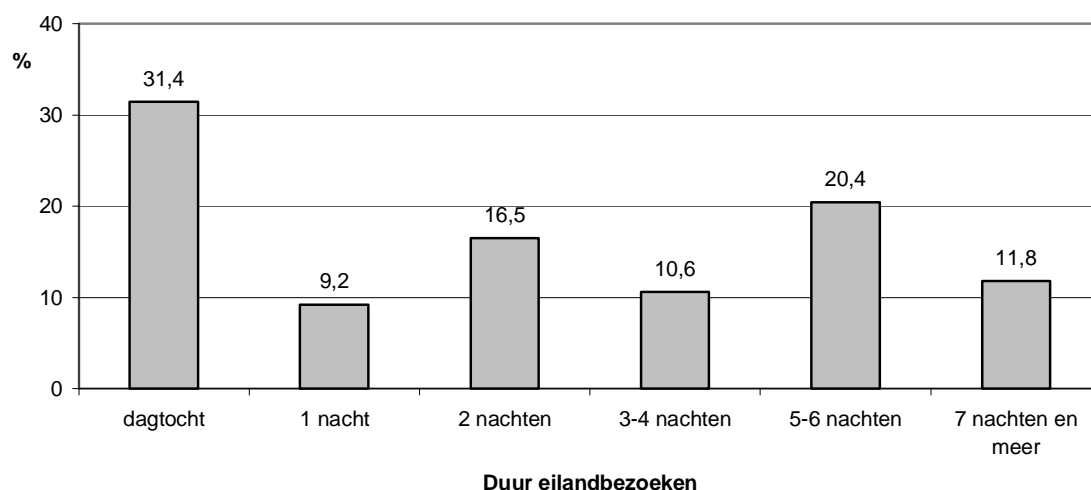
§4.2.1 Vakantieverleden

Allereerst is gekeken of de respondenten wel eens naar een Nederlands waddeneiland zijn geweest. Dit betekent dat dit op elk moment in hun leven kan zijn geweest. Van alle respondenten (N=396) hebben 38 mensen (= 9,6%) nog nooit een Nederlands waddeneiland bezocht.

Aan de mensen die wel eens een Nederlands waddeneiland (N=358) hebben bezocht, is vervolgens gevraagd hoe vaak zij hieraan een bezoek hebben gebracht in de afgelopen drie jaar, de duur van dit bezoek en de waardering hiervan. De resultaten zijn weergegeven in figuur 4.5, 4.6 en 4.7.



Figuur 4.5 *Het aantal bezoeken aan een Nederlands waddeneiland in afgelopen 3 jaar* (% , N=358, gemiddelde = 2,61⁷).



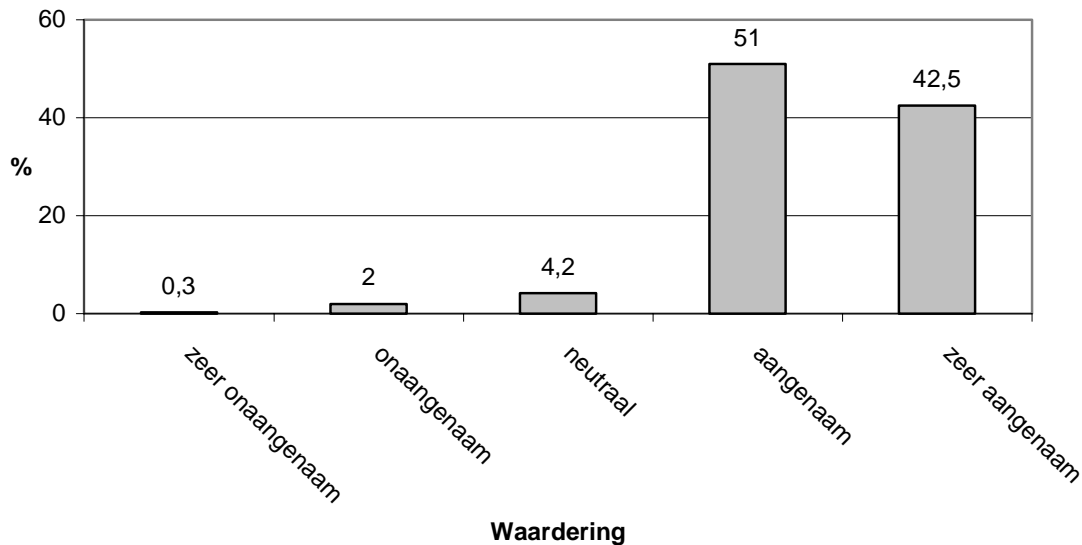
Figuur 4.6 *Meest voorkomende duur van de bezoeken aan de waddeneilanden* (% , N=357).

De grootste groep die in figuur 4.5 te onderscheiden is, zijn de mensen die de afgelopen drie jaar geen Nederlands waddeneiland bezocht hebben. Het percentage van deze groep ligt op 32%. Dit betekent dat een kleine 70% van de respondenten die ooit een Nederlands waddeneiland heeft bezocht, dit de afgelopen drie jaar heeft gedaan. Daaropvolgende is een groep van 21%, die in de afgelopen drie jaar één keer een Nederlands waddeneiland bezocht

⁷ Het gemiddelde aantal eilandbezoeken in de afgelopen drie jaar van 2,61 geeft een vertekend beeld, omdat twee respondenten aangaven 40 en 100 keer een bezoek te hebben gebracht.

heeft. De meeste respondenten - een kleine 70% - gaf aan de meest voorkomende duur een of meer overnachtingen op een van de eilanden was. Voor 20% was dit zelfs 5 tot 6 nachten (zie figuur 4.6).

Op de vraag hoe aangenaam of onaangenaam de respondenten deze bezoeken hebben ervaren antwoordde ruim 90% van de respondenten die ooit op een Nederlands waddeneiland is geweest, de verblijven over het algemeen aangenaam of zelfs zeer aangenaam vonden (respectievelijk 51% en 43%)⁸. De resultaten zijn weergegeven in figuur 4.7.



Figuur 4.7 Waardering bezoek Nederlandse waddeneilanden (%; N=355)

§4.2.2 Attitude met betrekking tot Nederlandse waddeneilanden

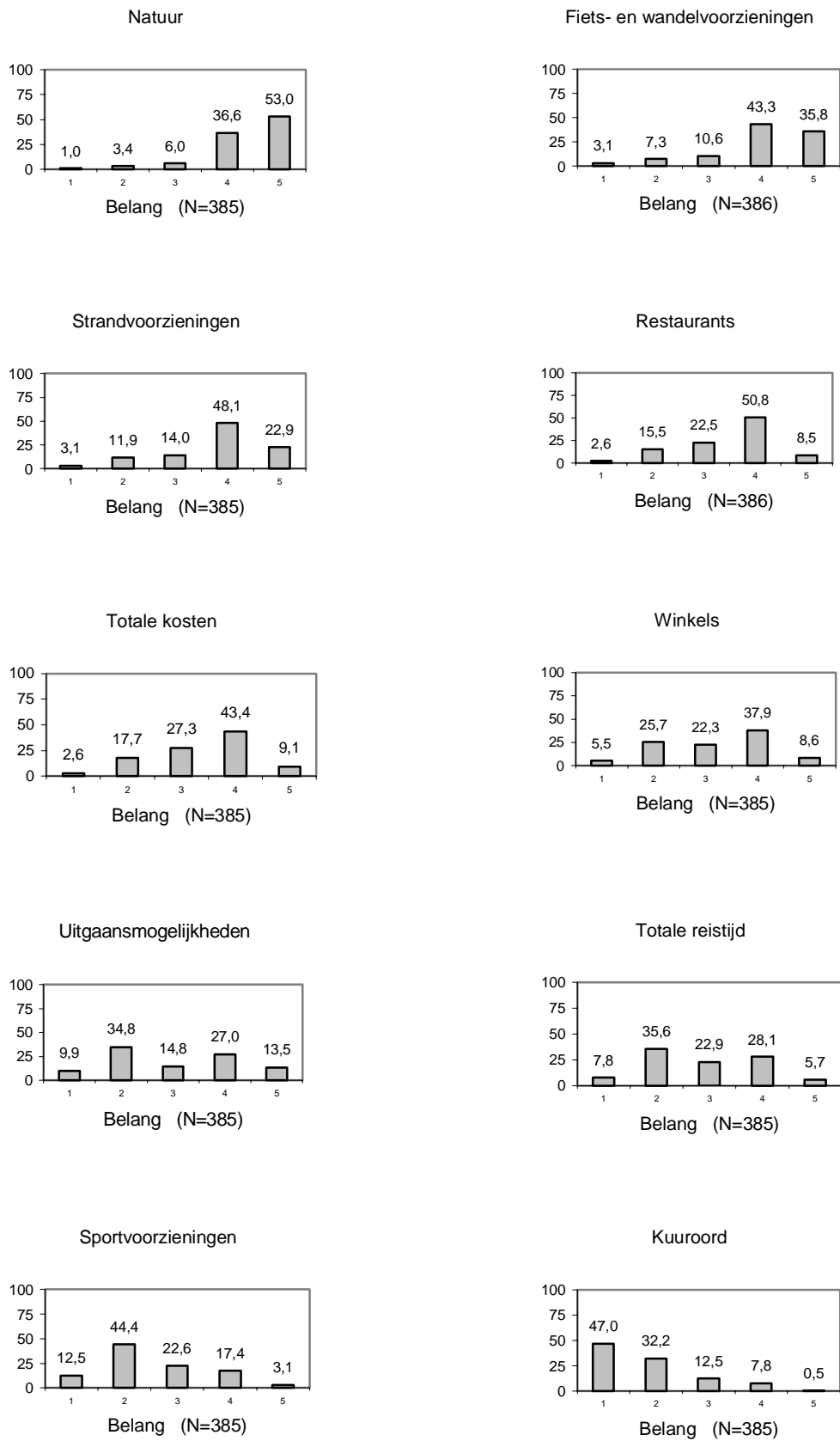
De mate waarin respondenten belang hechten aan bepaalde aspecten van de waddeneilanden is weergegeven in tabel 4.1. Hierbij is gebruik gemaakt van een vijfpuntsschaal, waarbij de antwoorden variëren van '1 - zeer onaangenaam' tot '5 - zeer aangenaam'. De aspecten staan gerangschikt op basis van de gemiddelde waardering, waarbij de waarderingen van hoog naar laag zijn opgenomen. Vervolgens is voor elk aspect een spreidingsdiagram gegeven, omdat de gemiddelde waarde alleen niet voldoende informatie verschaft. Deze spreidingsdiagrammen zijn weergegeven in figuur 4.8.

⁸ Er is gebruik gemaakt van een vijfpuntsschaal, waarbij de antwoorden variëren van '1 - zeer onaangenaam' tot '5 - zeer aangenaam'.

Tabel 4.1 *Het gemiddelde belang van aspecten van een waddeneiland*

	gemiddelde belang
Natuur	4,37
Fiets- en wandelvoorzieningen	4,01
Strandvoorzieningen	3,76
Restaurant	3,47
Totale kosten	3,39
Winkels	3,18
Uitgaansmogelijkheden	2,99
Totale reistijd	2,88
Sportvoorzieningen	2,54
Kuuroord	1,83

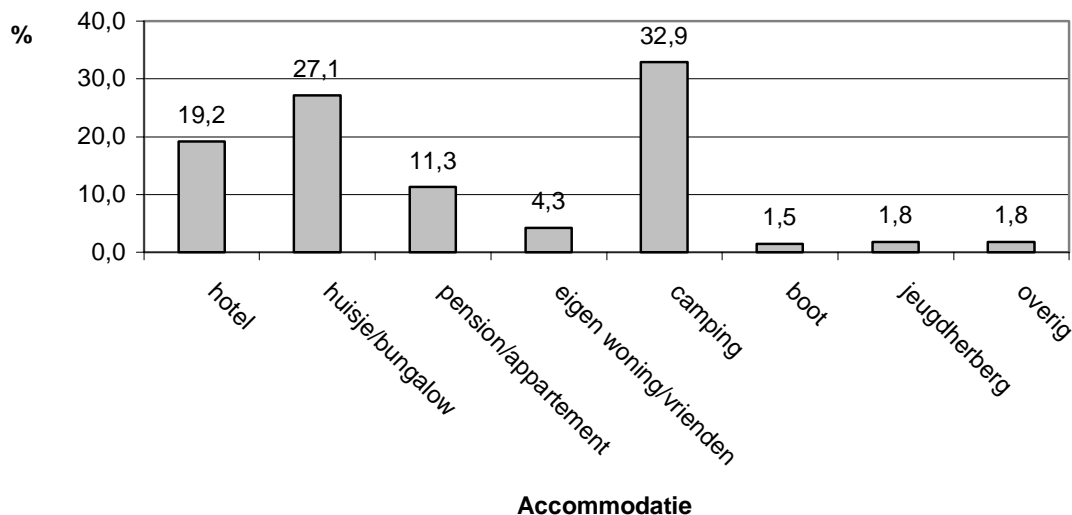
Uit tabel 4.1 blijkt dat men het meeste belang hecht aan de natuur. Andere aspecten die belangrijk gevonden worden zijn: fiets- en wandelvoorzieningen, strandvoorzieningen, restaurants en vervolgens de totale kosten. De aanwezigheid van kuuroorden en sportvoorzieningen worden niet als belangrijk ervaren.



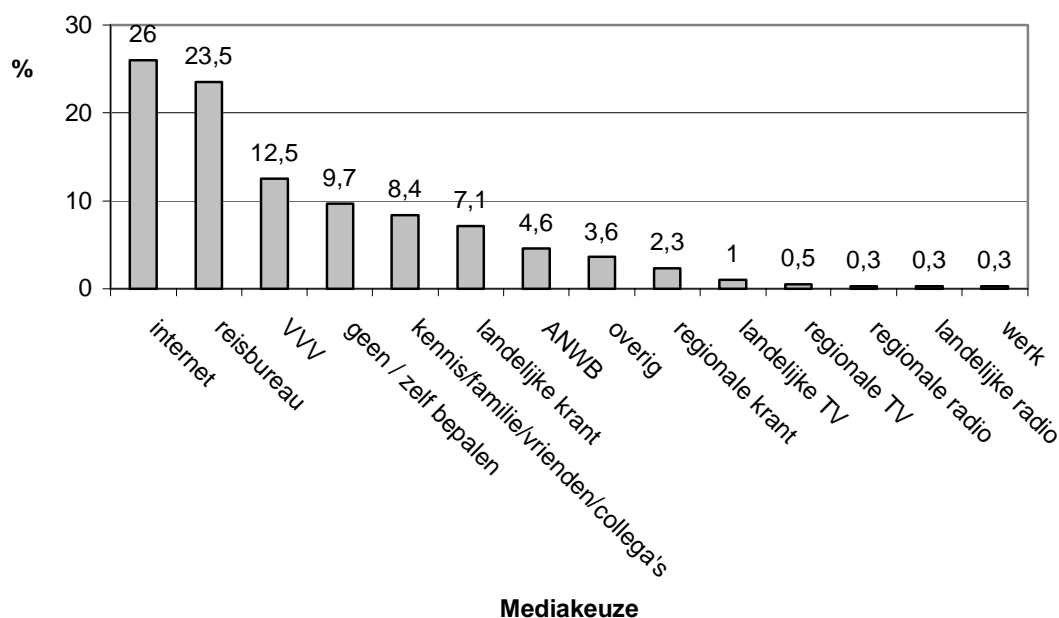
Figuur 4.8 *Spreadingsdiagrammen van het belang van de aspecten van de waddeneilanden*

§4.3 Accommodatie en mediagebruik

Op de vraag wat de meest voorkomende verblijfsvorm van de vakanties in het zomerseizoen in de afgelopen drie jaar was gaf 33% van de respondenten aan voor een camping te kiezen, 27% voor een huisje of bungalow te overnachten en 19% voor een hotel (zie figuur 4.9).



Figuur 4.9 Accommodatie overnachting in het zomerseizoen in de afgelopen 3 jaar (% , N=328)



Figuur 4.10 Gebruikte media voor keuze van vakantiebestemming (%)

Op de vraag welke media men gebruikt bij het bepalen van de keuze van een vakantiebestemming bleken Internet en het reisbureau de twee meest gebruikte vormen te zijn, met respectievelijk 26% en 24% (zie figuur 4.10). Ook maakt men relatief veel gebruik

van de VVV (13%). Opvallend is dat veel mensen kennissen, familie, vrienden en collega's als referentie gebruiken (8%) of zelf hun vakantiebestemming bepalen (10%).

§4.4 Borkum

Om enkele thema's uit de straatenquête verder uit te diepen is een bootenquête gehouden onder 27 passagiers op de veerboot van de Eemshaven naar Borkum. Van deze passagiers kwamen 10 personen uit de stad Groningen, 8 uit de provincie Groningen, 4 uit Drenthe en 3 uit de rest van Nederland. Iets meer dan de helft van hun heeft de laatste drie jaar een Nederlands waddeneiland bezocht en iets meer dan eenderde deel bracht drie tot twaalf bezoeken aan de Nederlandse eilanden. Dit komt overeen met een eilandbezoek van één tot vier keer per jaar (zie tabel 4.2).

Tabel 4.2 *Bezoeken Nederlandse eilanden afgelopen drie jaar*

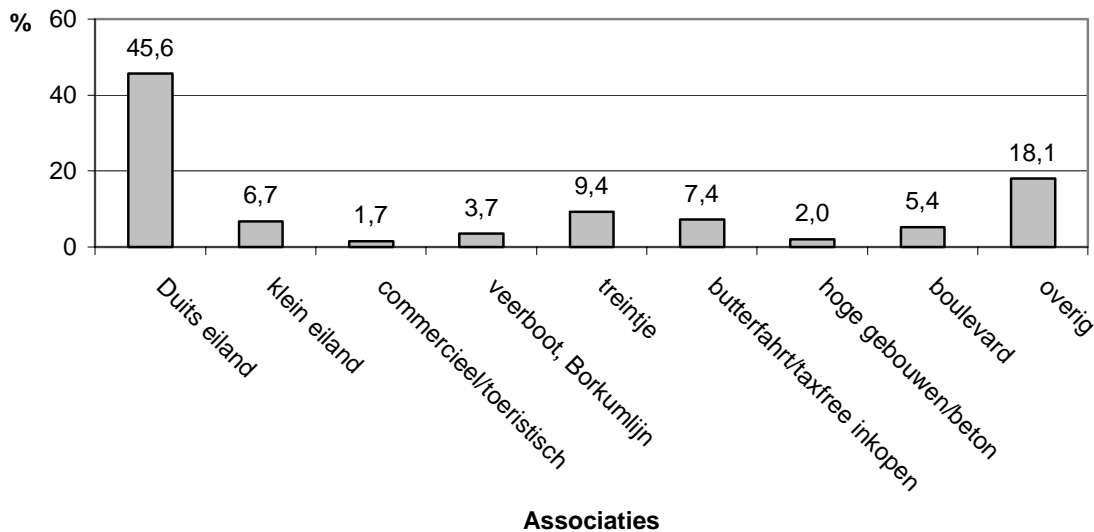
aantal keer bezocht	frequentie
0	11
1	5
2	3
3	4
6	3
12	1
Totaal	27

De resultaten van deze bootenquête worden naast resultaten van de straatenquête in deze paragraaf over Borkum behandeld.

§4.4.1 Bekenheid en imago

Het imago van een gebied kan een rol spelen bij de beslissing het gebied wel of niet te bezoeken. Onder imago wordt verstaan het beeld dat mensen opbouwen en hanteren van een gebied (Dietvorst, 1987). Elke toerist heeft een beeld van de toeristische/recreatieve mogelijkheden in een bepaald gebied. Het is echter niet mogelijk een compleet beeld te hebben. De beeldvorming wordt beïnvloed door de afstand tot een gebied, gerekend vanaf de woonplaats, en daardoor de mogelijkheden tot een bezoek aan het gebied. Het imago van Borkum is onderzocht door bij de steekproef een spontane reactie te ontlokken bij het horen van de naam Borkum. Maar eerst werd gevraagd of de respondenten wel eens van Borkum hebben gehoord. Hierop antwoordde 75% ja. Nadat aan de overige 25% uitgelegd was dat Borkum een Duits waddeneiland is, bleek hiervan 20% toch van Borkum gehoord te hebben. Dit heet geholpen bekendheid. Uiteindelijk bleek dus ongeveer 80% van de respondenten van Borkum gehoord te hebben (N= 318).

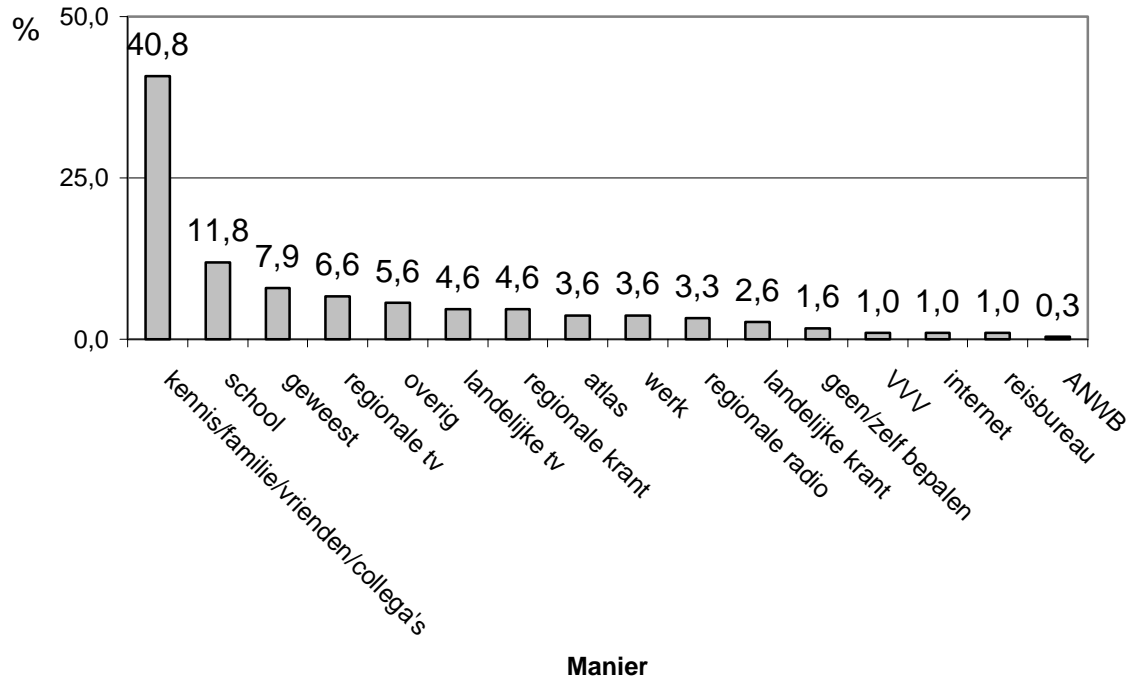
Vervolgens is gevraagd waarmee men Borkum associeert. Hoewel de respondenten wisten dat het om een toeristisch en recreatief onderzoek ging, kwamen er voornamelijk locationele aspecten naar voren, zoals Duitsland, eiland, Duits. Deze woorden zijn samen genomen in de categorie 'Duits eiland' (zie figuur 4.11). Verder wordt Borkum geassocieerd met het treintje op het eiland, de 'butterfahrt (belastingvrije inkoopsvaarten)⁹ en de boulevard. De categorie 'overig' is vrij groot, maar is vanwege de diversiteit aan antwoorden niet in andere categorieën onder te verdelen.



Figuur 4.11 *De associaties bij het woord Borkum* (% , N = 298)

Op de vraag hoe men van Borkum had gehoord bleek dat Borkum voornamelijk bekend is door mond-tot-mond communicatie door kennissen, familieleden, vrienden of collega's (41%, zie figuur 4.12). Ongeveer 12% van de respondenten kent Borkum, omdat dat bijgebleven is van school. De overige categorieën verschillen niet veel van elkaar. Opmerkelijk is dat de landelijke radio nooit is genoemd.

⁹ Dit taxfree inkopen komt uit de periode 1950-1995 waarin het mogelijk was inkopen te doen op een boot dat richting Borkum vaarde maar het eiland zelf niet aandeed.



Figuur 4.12 *De manier waarop van Borkum is gehoord* (% , N=304)

De bootenquête

Ook kwam bij de bootenquête als spontane reactie 'Duits eiland' het meeste voor. Daarnaast werden vooral positieve associaties geuit, deze zijn samengenomen onder 'mooie stranden, schoon eiland en zee' (zie tabel 4.3).

Tabel 4.3 *Spontane reactie boot-enquête*, N = 22

reactie	aantal respondenten
Duits eiland/eiland	9
Mooie stranden/schoon/zee	5
Mooi weer	3
Dagtrip/vakantie	2
Rust	1
Klein	1

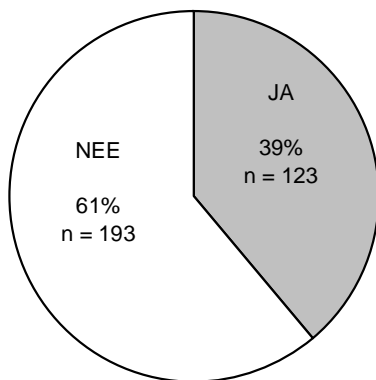
Verder bleken 7 respondenten via via van Borkum te hebben gehoord, 4 respondenten via werk of school en 3 respondenten waren er al eens geweest (zie tabel 4.4).

Tabel 4.4 *Informatiebron over Borkum gehoord, n = 26*

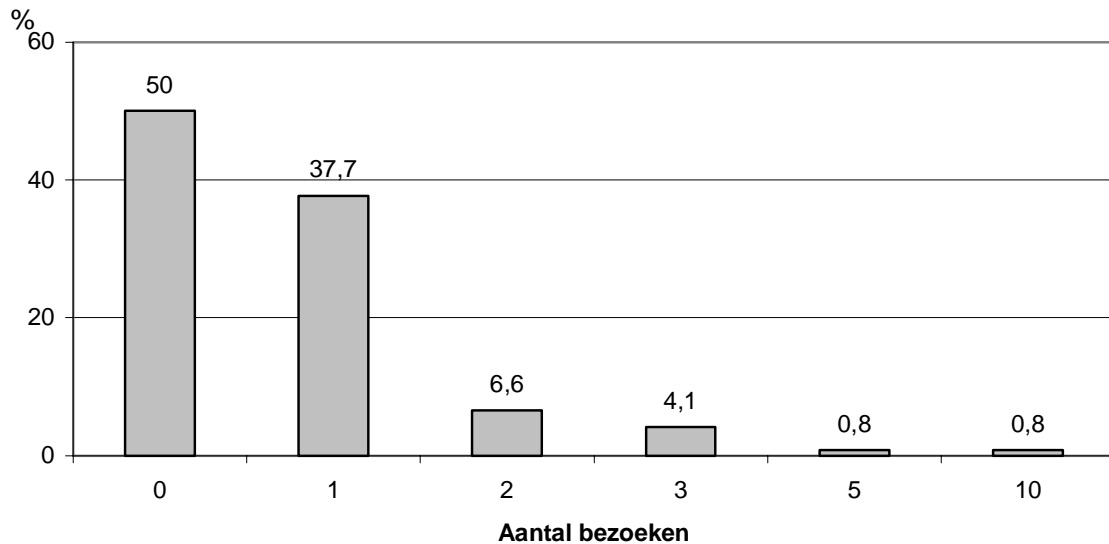
	frequentie	percentage
Via via	7	26,9
Anders	3	11,5
Geen antwoord	6	23,1
Werk/school	4	15,4
Internet	1	3,8
Regionale radio	1	3,8
Regionale tv	1	3,8
Geweest	3	11,5
Totaal	26	100,0

§4.4.2 Vakantieverleden

Aan de respondenten die wel eens van Borkum hebben gehoord is gevraagd of zij Borkum wel eens hebben bezocht. Als het antwoord ja was dan volgden de vragen: hoe vaak zij Borkum in de afgelopen drie jaar hebben bezocht; de vorm en duur van het bezoek en de waardering voor het verblijf. De resultaten zijn weergegeven in de figuren 4.13, 4.14, 4.15 en 4.16. Uit figuur 4.13 blijkt dat van de respondenten die wel eens van Borkum gehoord hebben 39% wel eens op Borkum is geweest.

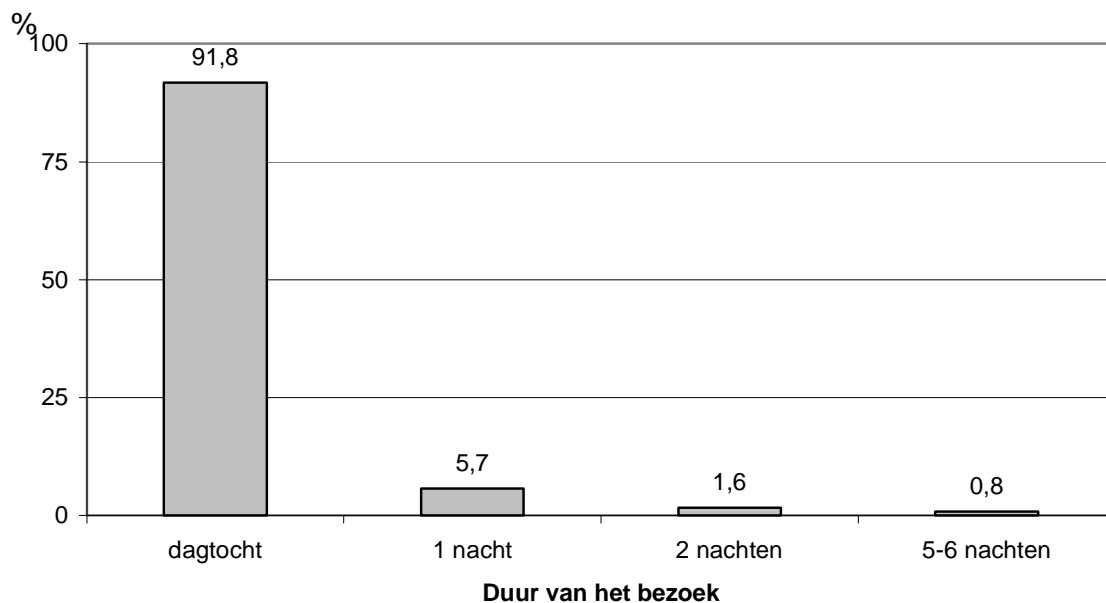
Figuur 4.13 *Het aantal respondenten dat Borkum ooit heeft bezocht*

Het aantal bezoeken aan Borkum in de afgelopen drie jaar is weergegeven in figuur 4.14. Van de mensen die ooit op Borkum geweest zijn, heeft de helft de afgelopen drie jaar Borkum bezocht. Bijna 40% is in de laatste drie jaar één keer geweest. Meer dan één bezoek aan Borkum in de afgelopen drie jaar is zeldzaam.



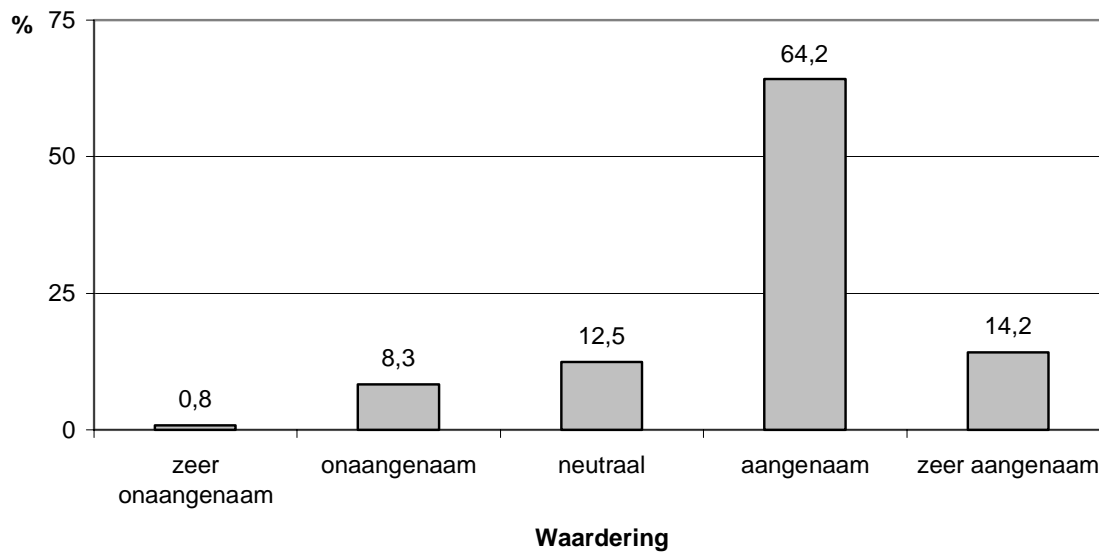
Figuur 4.14 Aantal bezoeken van respondenten aan Borkum, de afgelopen drie jaar (% , N=122)

Uit figuur 4.15 blijkt dat de meest voorkomende duur van de bezoeken aan Borkum een dagtocht is (92%). Een verblijf van meerdere nachten is uitzonderlijk.



Figuur 4.15 Meest voorkomende duur van het verblijf op Borkum (% , N=122)

Figuur 4.16 laat zien dat het verblijf op het eiland voornamelijk als positief wordt ervaren. Slechts een kleine 10% vond het verblijf onaangenaam.



Figuur 4.16 Waardering voor het bezoek aan Borkum (% , N=122)

De bootenquête

Op de vraag of men eerder naar Borkum was geweest gaf iets minder dan de helft van de respondenten op de boot aan nog nooit eerder naar Borkum te zijn geweest, 4 personen bezochten Borkum een tweede en 4 personen een derde keer (zie tabel 4.5). Twee respondenten bezoeken Borkum vaker vanwege het hebben van een vakantiehuisje en het bezoeken van het naaktstrand.

Tabel 4.5 Aantal bezoeken aan Borkum

aantal keer bezocht	frequentie
0	11
1	4
2	4
3	2
4	4
20	2
Totaal	27

Op drie respondenten na bracht iedereen een dagbezoek aan Borkum (zie tabel 4.6). Bij twee respondenten duurt het verblijf een weekend en één persoon antwoordde dat het bezoek een week duurt.

Tabel 4.6 *Verblijfsduur op Borkum, N = 27*

verblijf	frequentie
dagtocht	24
3-4 nachten	2
5-6 nachten	1
Totaal	27

Van de 17 personen die de vraag beantwoorden hoe ze het verblijf op Borkum hadden gewaardeerd beantwoorde 13 dat ze het verblijf aangenaam tot zeer aangenaam hadden gevonden. Slechts 1 respondent gaf aan dat het verblijf onaangenaam was (zie tabel 4.7).

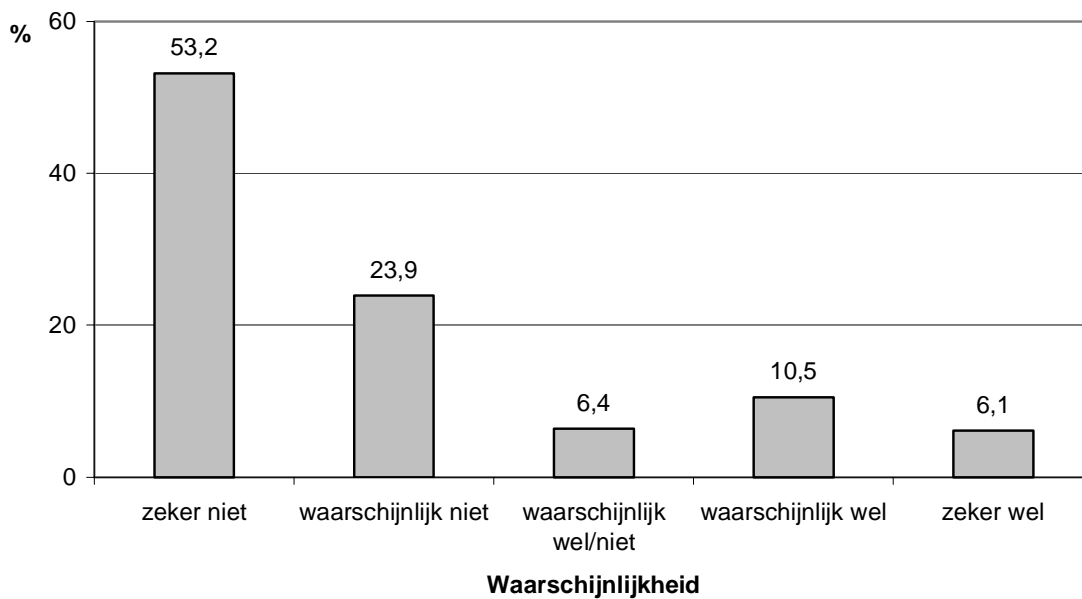
Tabel 4.7 *Waardering verblijf op Borkum, N = 17*

	frequentie	percentage
weet niet	3	17,6
zeer onaangenaam	0	0,0
onaangenaam	1	5,9
neutraal	0	0,0
aangenaam	7	41,2
zeer aangenaam	6	35,3
Totaal	17	100,0

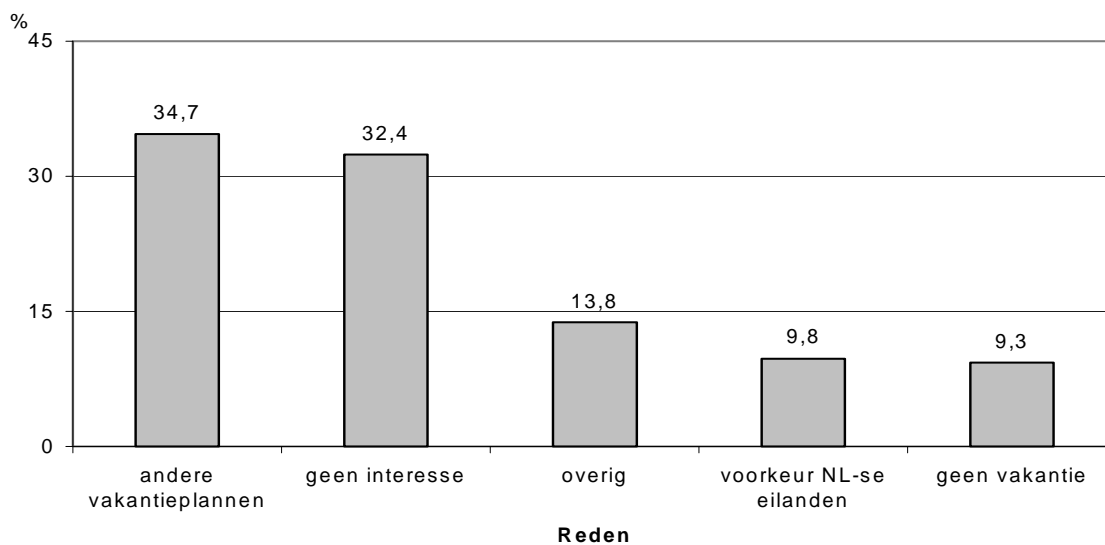
§4.4.3 Reisgedrag en attitude met betrekking tot Borkum

Aan de respondenten die hebben aangegeven Borkum te kennen (N=318) is de vraag voorgelegd hoe waarschijnlijk het is dat zij het komende jaar naar Borkum op vakantie gaan. De resultaten zijn weergegeven in figuur 4.17. Ruim de helft van de ondervraagden antwoordde hierop 'zeker niet', bijna een kwart 'waarschijnlijk niet', ruim 10% 'waarschijnlijk wel', en ongeveer 6% 'misschien wel/niet' en 'zeker wel'. Hieruit blijkt dat het grootste gedeelte van de steekproef een negatief antwoord op deze vraag geeft. Negatief wil hier zeggen dat deze respondenten geen intentie hebben om naar Borkum te gaan. Daartegenover staat dat 17% wel de intentie heeft naar Borkum te gaan.

Wanneer de respondent het antwoord 'zeker niet' of 'waarschijnlijk niet' op heeft gegeven, is gevraagd of hier een reden voor aan te wijzen was (N=225). Uit figuur 4.18 blijkt dat de belangrijkste redenen 'andere vakantieplannen' en 'geen interesse in Borkum' zijn.

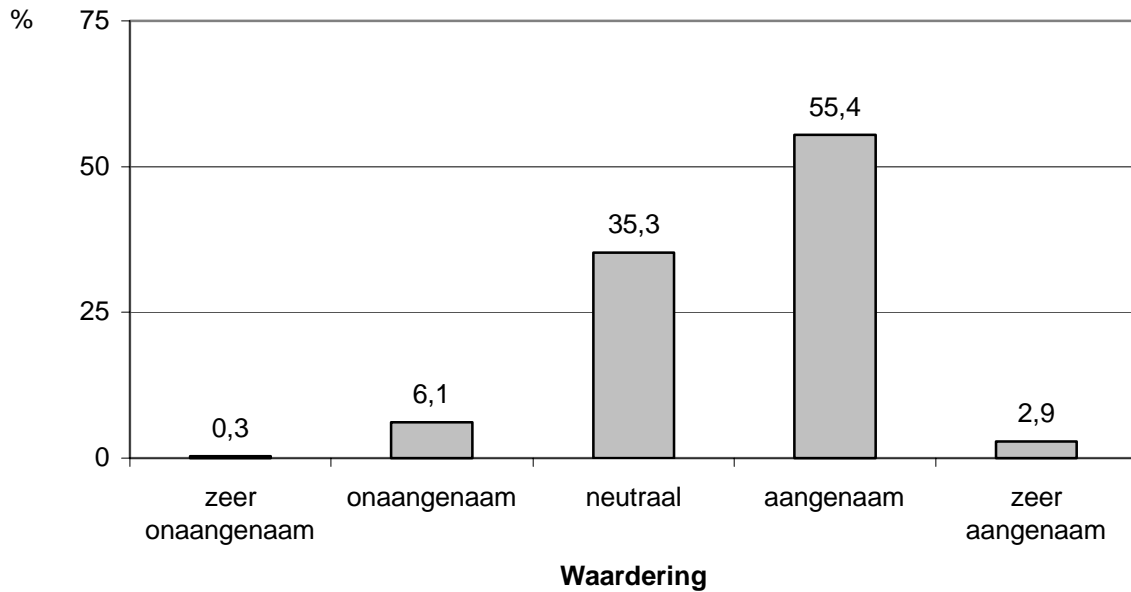


Figuur 4.17 *Waarschijnlijk bezoek Borkum komend jaar (% , N=314)*



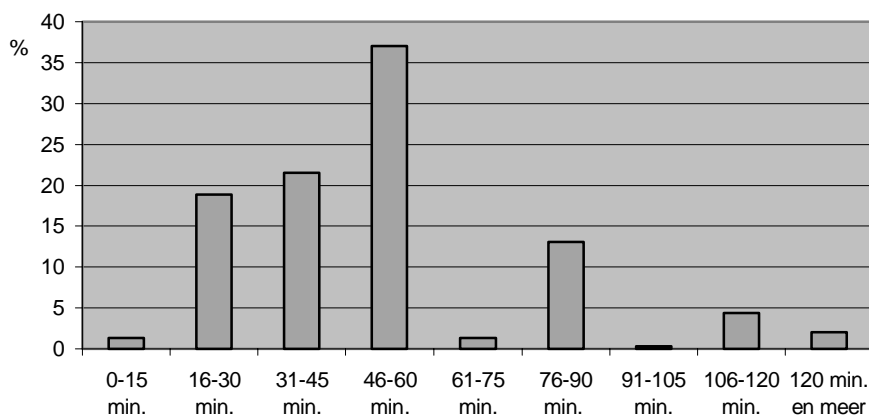
Figuur 4.18 *Reden voor respondenten om niet naar Borkum op vakantie te gaan het komende jaar (% , N=225)*

Vervolgens is aan de respondenten die wel eens van Borkum hebben gehoord en hebben aangegeven hoe lang ze denken dat de reis vanuit hun woonplaats naar de Eemshaven duurt, gevraagd of ze deze duur al dan niet aangenaam vinden. Uit figuur 4.19 blijkt dat ruim de helft van de respondenten denkt dat de duur van de reis van hun woonplaats naar de Eemshaven aangenaam is. Slechts een klein deel van de respondenten die deze vraag heeft beantwoord vond de reisduur zeer onaangenaam of zeer aangenaam.



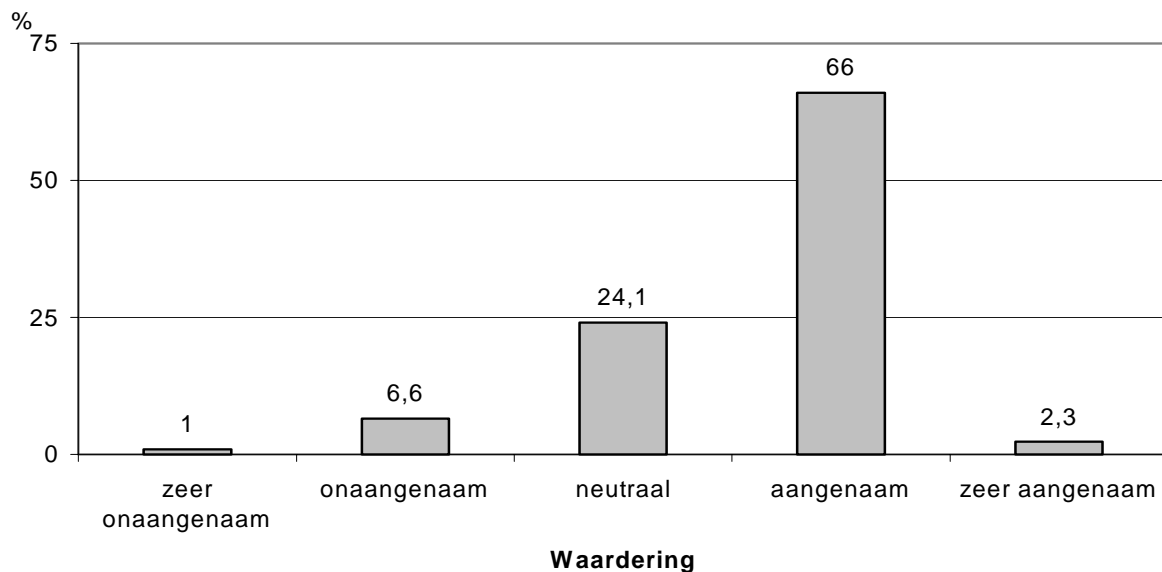
Figuur 4.19 *Waardering van de duur van de reis van de woonplaats van de respondent naar de Eemshaven (% , N=312)*

Vervolgens is dezelfde vraag gesteld met betrekking tot de duur van de bootreis. Eerst is aan de respondenten gevraagd om aan te geven hoe lang men denkt dat de overtocht duurt. Vervolgens in hoeverre men de duur aangenaam vindt. De grootste groep respondenten dacht dat de overtocht 46- 60 minuten duurt.



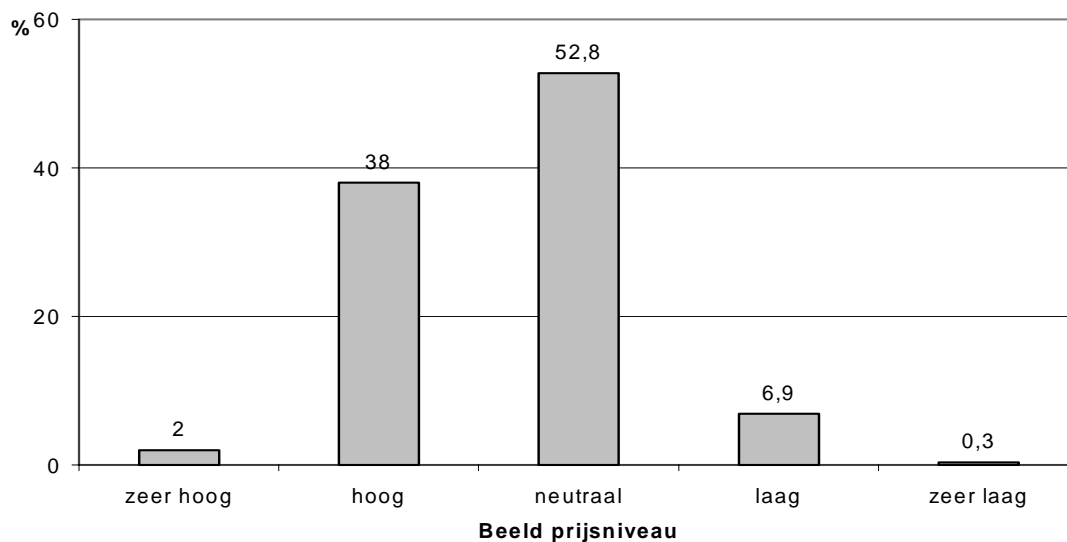
Figuur 4.20 *Geschatte duur van de overtocht (% , N = 297)*

Uit figuur 4.21 blijkt dat de respondenten denken dat de duur van de bootreis tussen Eemshaven en Borkum over het algemeen aangenaam is.



Figuur 4.21 *Waardering van de duur van de bootreis van de Eemshaven naar Borkum (% , N=303)*

Op de vraag hoe men dacht over het prijsniveau op Borkum, gaf een grote groep van 40% aan te denken dat het prijsniveau hoog of zeer hoog is. Een kleine meerderheid van de respondenten stond neutraal tegenover het prijsniveau.



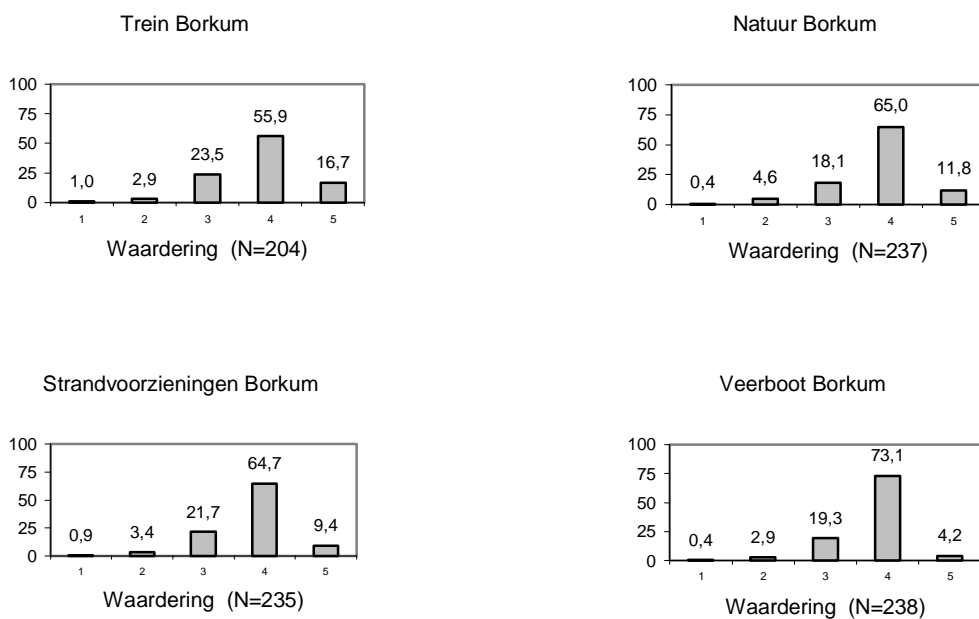
Figuur 4.22 *Beeld van het prijsniveau op Borkum (% , N=305)*

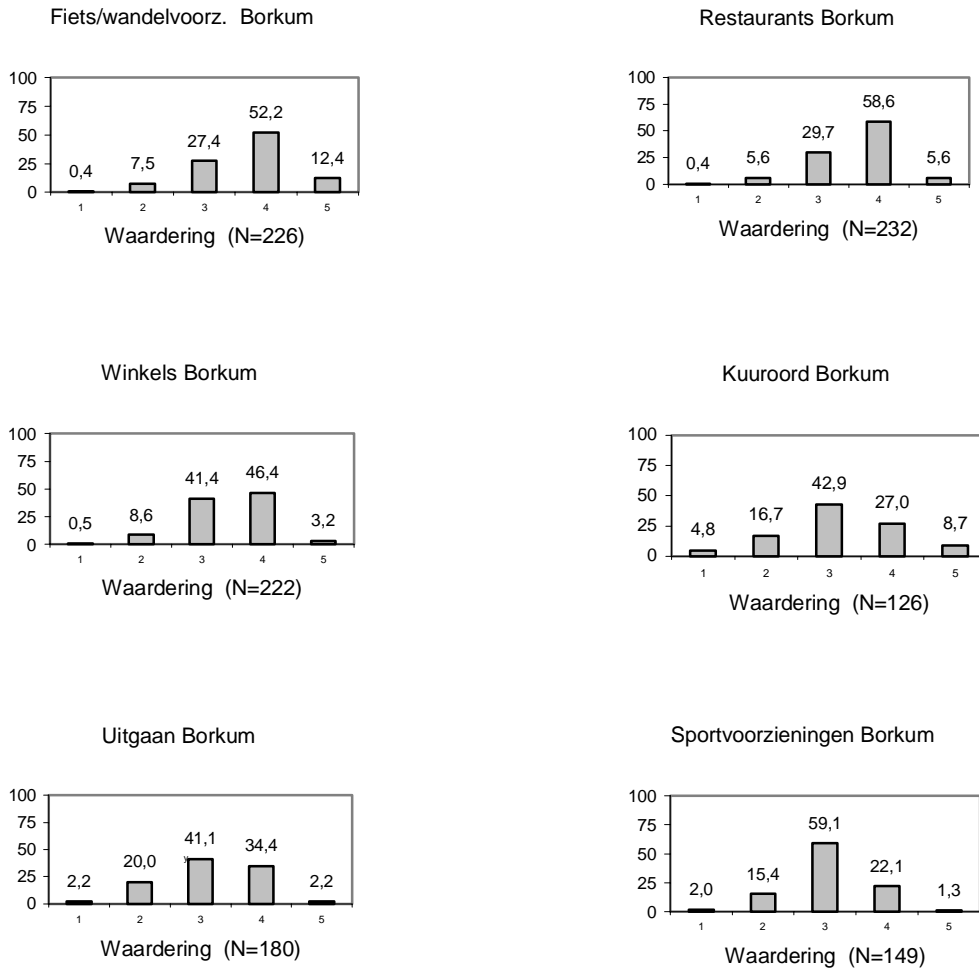
Op de vraag hoe goed of slecht de respondent dacht dat de faciliteiten op Borkum zijn, is gebruik gemaakt van een vijfpuntsschaal, waarbij de antwoorden variëren van '1 - zeer slecht' tot '5 - zeer goed'. De resultaten zijn weergegeven in tabel 4.8 en zijn gerangschikt op basis van de gemiddelde waarderingen. Hieruit blijkt dat alle faciliteiten tussen de drie en vier scoorden; dus tussen neutraal en goed.

Tabel 4.8 *Waardering faciliteiten op Borkum*

waardering	gemiddelde
trein Borkum	3,84
natuur Borkum	3,83
strandvoorz Borkum	3,78
veerboot Borkum	3,78
fiets/wandv Borkum	3,69
restaurants Borkum	3,63
winkels Borkum	3,43
kuuroord Borkum	3,18
uitgaan Borkum	3,14
sportvoorz Borkum	3,05

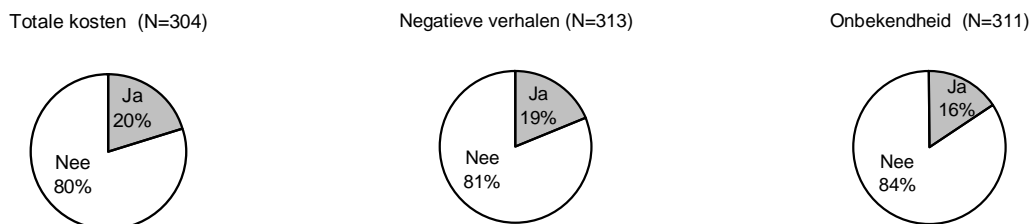
Vervolgens zijn de waarderingen verder geanalyseerd met behulp van spreidingsdiagrammen. Deze zijn in figuur 4.23 weergegeven. Veel van de respondenten wisten geen antwoord op de vraag te geven en vulden de categorie ‘weet niet’ in. Deze zijn niet terug te vinden in tabel 4.8 en figuur 4.23. Uit de spreidingsdiagrammen kan worden afgelezen dat de waarderingen van de verschillende faciliteiten over het algemeen normaal verdeeld zijn. In hoofdstuk 5 zal worden gekeken of er samenhang bestaat tussen bepaalde variabelen.

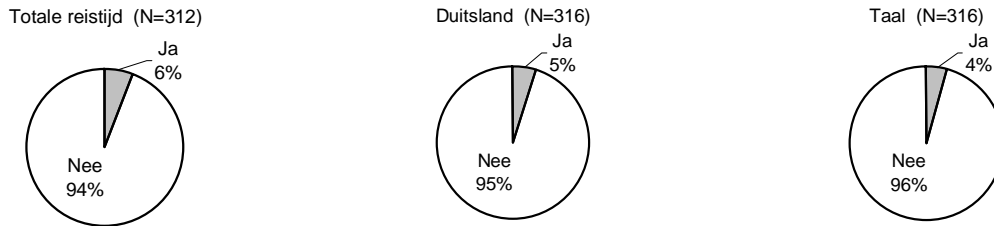




Figuur 4.23 *Spreidingsdiagrammen van de waardering voor de faciliteiten op Borkum*

Aan de respondenten die wel eens van Borkum hebben gehoord is vervolgens gevraagd in hoeverre bepaalde factoren een belemmering kunnen vormen om naar Borkum te gaan. De resultaten zijn weergegeven in figuur 4.24. Hieruit komen als grootste belemmeringen achtereenvolgens naar voren: totale kosten, negatieve verhalen en onbekendheid. Een heel kleine groep respondenten zag de taal, Duitsland en de totale reistijd als een belemmering.





Figuur 4.24 *Factoren die voor respondenten een belemmering kunnen vormen om (weer) naar Borkum te gaan*

De bootenquête

Voor de respondenten op de boot was de voornaamste reden om Borkum te bezoeken (zie tabel 4.9) om er een dagje uit te zijn (33%), voor een personeelsuitje (29%) of om een keer wat anders te doen (19%). Als tweede bezoekersmotief (zie tabel 4.10) kwam opnieuw dagje uit (25%) naar voren, gevolgd door nabijheid (19%) en gezelligheid (19%).

Tabel 4.9 *Bezoekersmotieven*

redenen	frequentie	percentage
personeelsuitje	6	28,6
keer wat anders/nieuwsgierig	4	19,0
dagje weg	7	33,3
Duitsland	2	9,5
fietsen	2	9,5
Totaal	21	100,0

De ondervraagden hadden weinig alternatieven voor het dagje uit. Op de vraag of men nog andere bestemmingen had overwogen antwoorden vijf respondenten bevestigend. Zij noemden als alternatieven Schiermonnikoog, Terschelling en de diertuin. De doorslaggevende reden om toch naar Borkum te gaan was de nabijheid van het eiland. Daarnaast speelt een zekere nieuwsgierigheid naar het eiland mee. Een enkeling gaf aan er nog nooit geweest te zijn, terwijl het eiland dicht bij de woonplaats ligt.

Tabel 4.10 *Tweede bezoekersmotief, N = 16*

tweede reden	frequentie	percentage
dagje uit	4	25,0
dichtbij	3	18,8
natuur	1	6,3
nog niet eerder geweest	2	12,5
gezelligheid	3	18,8
korte reistijd	2	12,5
rust	1	6,3
Totaal	16	100,0

Iets meer dan de helft van de passagiers had een reisgenoot. Terwijl meer dan een vijfde deel reisde met een reisgezelschap tussen de 10 en 100 personen (zie tabel 4.11).

Tabel 4.11 *Reisgezelschap, N = 27*

aantal personen	frequentie	percentage
1	2	7,4
2	15	55,6
3	3	11,1
4	1	3,7
10	2	7,4
40	1	3,7
100	3	11,1
Totaal	27	100,0

De reisduur van de Eemshaven naar Borkum werd door alle respondenten op één na aangenaam tot zeer aangenaam gevonden (zie tabel 4.12). Deze ene stond neutraal tegenover de reisduur.

Tabel 4.12 *Reisduur overtocht Eemshaven-Borkum, N = 23*

	frequentie	percentage
zeer onaangenaam	0	0,0
onaangenaam	0	0,0
neutraal	1	4,3
aangenaam	21	91,3
zeer aangenaam	1	4,3
Totaal	23	100,0

De reisduur van de woonplaats naar de Eemshaven werd door één respondent als zeer onaangenaam ervaren. Een ruime meerderheid vond de reisduur aangenaam (zie tabel 4.13).

Tabel 4.13 *Reisduur woonplaats-Eemshaven, N = 27*

	frequentie	percentage
zeer onaangenaam	1	3,7
onaangenaam	0	0,0
neutraal	4	14,8
aangenaam	22	81,5
zeer aangenaam	0	0,0
Totaal	27	100,0

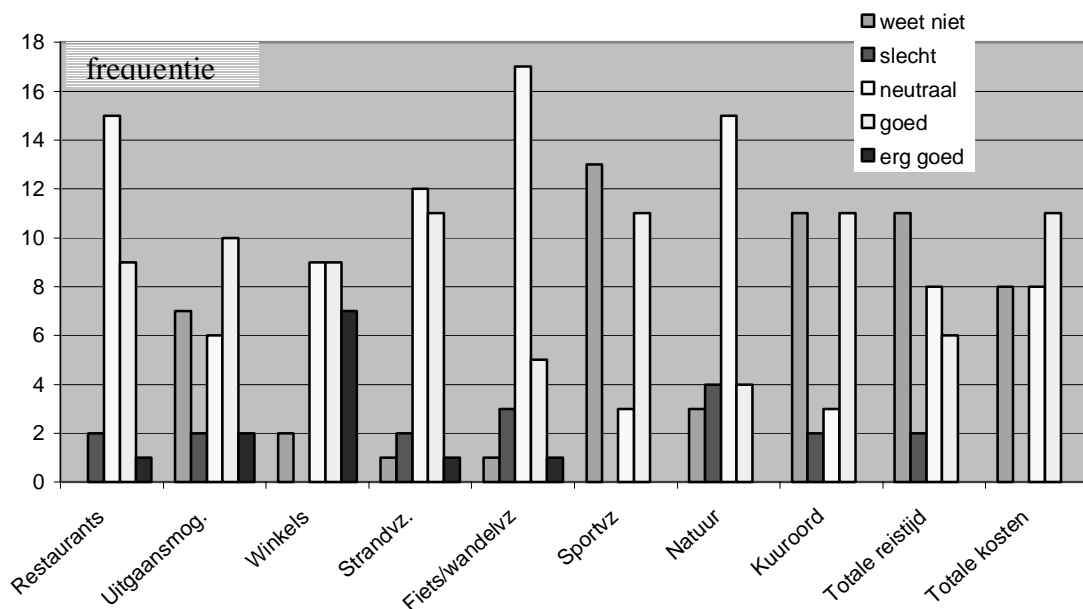
Met betrekking tot het prijsniveau gaven 12 respondenten aan dit hoog tot zeer hoog te vinden en 13 stonden neutraal tegenover het prijsniveau (zie tabel 4.14).

Tabel 4.14 Waardering van het prijsniveau, $n = 27$

	frequentie	percentage
weet niet	1	3,7
zeer laag	0	0,0
laag	1	3,7
neutraal	13	48,1
hoog	10	37,0
zeer hoog	2	7,4
Totaal	27	100,0

Uit figuur 4.25 blijkt dat de respondenten op de boot gunstig over de voorzieningen op Borkum oordeelden. Restaurants, fiets- en wandelvoorzieningen en de natuur werden positief gewaardeerd. Verder blijkt dat de waardering 'erg slecht' niet voor komt. Het aandeel 'weet niet' is groot bij faciliteiten waar dagtoeristen geen gebruik van maken. De ondervraagden die negatief zijn over de winkels verklaren dat dit komt omdat deze tussen de middag gesloten zijn, dan wel vroeg dicht gaan op zaterdag. Ook de restaurants worden door een deel negatief bevonden. Voor dagtoeristen is het namelijk niet mogelijk te dineren voordat de laatste boot vertrekt. Hierbij werd tevens opgemerkt dat de afvaarttijden ruimer mogen. De dag wordt nu als redelijk kort ervaren; in de zomer vertrekt de eerste boot vanaf de Eemshaven om 10.15 uur, de laatste boot terug vertrekt om 17.30 uur vanaf Borkum.

De fiets- en wandelvoorzieningen worden door een aantal ondervraagden slecht gevonden vanwege de onduidelijke en onlogische bewegwijzering.

Figuur 4.25 Waardering voorzieningen op Borkum, bootenquête ($N=27$)

Uit deze, over het algemeen, positieve waardering blijkt al dat bij het merendeel van de respondenten de verwachtingen zijn uitgekomen. Als hier expliciet naar gevraagd wordt, is bij 90% (18 van de 20 respondenten) de verwachting uitgekomen dan wel overtroffen¹⁰.

Een aantal respondenten geeft aan zeker een herhalingsbezoek te gaan maken. Naast deze positieve reacties werden een aantal individuele kritiekpunten gegeven zoals een slechte bediening, onbehulpzame VVV en andere toeristische instanties en het grijze, betonachtige beeld van de stad. Deze meningen werden door hooguit een handvol ondervraagden gedeeld.

§4.5 Suggesties en opmerkingen

Tot slot is aan de respondenten van de stratenquête om suggesties of opmerkingen gevraagd. Van de 396 respondenten hebben er 52 (13%) aangegeven wat bij deze vraag bij hen opkwam. Hieronder zijn de belangrijkste opmerkingen en suggesties weergegeven met betrekking tot Borkum, zodat deze meegenomen kunnen worden in de inhoud van het onderzoek. Opmerking met betrekking tot de enquête zijn buiten beschouwing gelaten.

Omdat de opmerkingen en suggesties zeer divers zijn is getracht een indeling te maken in positieve en negatieve meningen en in aanbevelingen van respondenten. Omdat de meningen zeer persoonlijk zijn, kunnen zij zeer uiteenlopend zijn of elkaar tegenspreken. De opmerkingen die sterk overeenkwamen, zijn samengenomen om het geheel overzichtelijk weer te geven.

Persoonlijke meningen, negatief

Bekendheid:

- Eemshaven is bij mij onbekend.
- Borkum bij mij zeer onbekend.

Algemeen:

- Borkum is te commercieel, te toeristisch ingesteld.
Deze opmerking is door een groot deel van de respondenten gemaakt. Hier komt nog bij dat veel mensen Borkum te druk vinden.
- Nederlanders geen kuurgasten, terwijl in Duitsland zit het in ziekenfondspakket.
- Teveel gericht op kuren/badvoorziening.
- Te veel winkels.
- Te grootschalig, kitsch.
- Niet echt gezellig.

¹⁰ De 7 respondenten zonder antwoord en 'weet niet' zijn wel buiten beschouwing gelaten. Waarschijnlijk konden deze respondenten deze vraag niet beantwoorden, omdat deze zich op de heenreis naar Borkum bevonden.

- Afstand te ver voor dagtocht.
- Eiland te klein, ik voel me opgesloten.
- Het eiland is te duur, dit is een reden om geen bezoek te brengen.
- Weer kan belemmering vormen, weinig zon.

Vergelijking met andere (Nederlandse) waddeneilanden:

- Nederlandse waddeneilanden mooier dan Borkum.
- Borkum niet mooi genoeg, te druk, lijkt niet op Nederlandse waddeneilanden.
- Borkum net als Schiermonnikoog.
- Voor mij is het makkelijker om naar Schiermonnikoog te gaan.
- Ik heb een voorkeur voor Schiermonnikoog.
- Helgoland is leuker dan Borkum.

Voorzieningen op de veerboot en op Borkum:

- Personeel op de veerboot spreekt slecht Nederlands.
- Wegwijzers en dergelijke op de veerboot onduidelijk, alleen in het Duits.
- Boot vaart pas in zomerseizoen frequent, daarbuiten onmogelijke tijden.
- In het winterseizoen heeft Borkum beperkte voorzieningen.
- Ik heb een grotere voorkeur voor een fietseiland. Borkum voldoet hier niet voldoende aan.
- Geen Nederlandse kranten en dergelijke te koop.

Persoonlijke meningen, positief

- Borkum is mooi eiland.
- Borkum bij mij bekend van kuuroorden.
- Kleinschalig niveau op Borkum. Dit ervaar ik als positief.
- Borkum vind ik mooier dan Nederlandse waddeneilanden
- Duitsland is schoner (milieu) en groener dan Nederland.
- waddeneilanden zijn dichtbij.
- Havenfaciliteiten (voor eigen boot) op Borkum erg goed.

Aanbevelingen van de respondenten

Algemeen:

- Borkum zou meer met de natuur moeten doen.
- Toegankelijkheid voor rolstoel vergroten.

Bekendheid / promotie:

- Je hoort weinig over Borkum. Zou meer promotie moeten zijn
Deze opmerking is meerdere malen gemaakt. Hieronder staan meer specifiekere invullingen van deze opmerking:
 - Bekendheid vergroten door middel van folders.
 - Butterfahrt moet meer gepromoot worden in advertenties.
 - Meer bekendheid, Borkum aan Nederlandse eilanden koppelen door middel van eilandhoppen en fietsroutes.
 - Borkum aan Waddengids toevoegen.
 - Meer informatie op de website Borkum: Nederlandse informatie zeer beperkt.

§4.6 Conclusies

De grootste groep van de respondenten was woonachtig in Groningen (67%), tussen de 21 en 25 jaar (18%) oud en had een volledige baan (bijna 1/3). Ongeveer 1/5 was scholier/student. Negentig procent van de respondenten is wel eens op een Nederlands waddeneiland geweest, waarvan een kleine 70% de afgelopen drie jaar en hiervan gaf 70% aan dat de meest voorkomende duur één of meerdere nachten was. Negentig procent vond het verblijf aangenaam of zeer aangenaam. Van de waddeneilanden hechtten de respondenten het meeste belang aan natuur. Daarna hechtte men, in afnemende mate van belangrijkheid, waarde aan: fiets- en wandelvoorzieningen, strandvoorzieningen, restaurant en totale kosten.

Bijna 1/3 van de respondenten koos als accommodatie in de afgelopen drie jaar in het zomerseizoen voor een camping en 27% voor een huisje of bungalow. Bij de keuze van de vakantiebestemming maakte de grootste groep respondenten (26%) gebruik van Internet of het reisbureau (24%).

Met betrekking tot de beeldvorming over Borkum bleek 80% van de respondenten, geholpen dan wel ongeholpen, wel eens van Borkum te hebben gehoord. De meesten denken bij Borkum aan een Duits/klein eiland. Borkum was voornamelijk bekend (41% van de respondenten) door mond-op-mond reclame via kennissen, familie, vrienden en/of collega's. Bijna 12% kende Borkum via school. Bijna 40% van deze groep (31% van alle respondenten) is wel eens op Borkum geweest, waarvan 38% in de afgelopen drie jaar. Bijna alle bezoekers (92%) in de afgelopen drie jaar deden dit in de vorm van een dagtocht. De meerderheid van hun ervoer het bezoek aan Borkum positief. De respondenten gaven aan dat totale kosten, negatieve verhalen en de onbekendheid van Borkum een belemmering kunnen vormen om Borkum te bezoeken. Veertig procent denkt dat het prijsniveau op Borkum hoog tot zeer hoog ligt. De respondenten waardeerden de verschillende faciliteiten op Borkum positief. Tachtig procent gaf aan dat zij komend jaar niet naar Borkum gaan, vanwege andere vakantieplannen of omdat ze geen interesse in Borkum hebben.

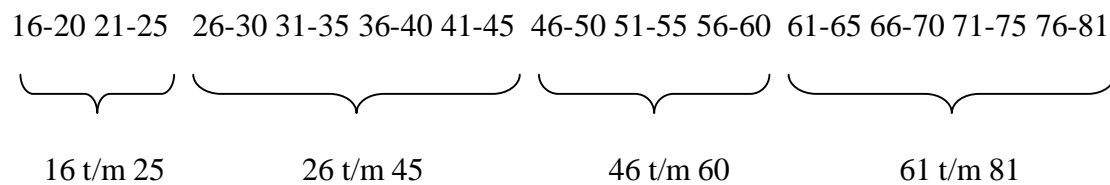
De 'mental map' van Borkum ziet er positiever uit bij toeristen die zich op de boot van of naar Borkum bevonden. Naast de (onvermijdelijke) minpunten, zoals de afvaartijden, de sluitingstijd van winkels, en de bewegwijzering overheerst een positieve waardering voor Borkum. De spontane associaties hebben nu meer te maken met het strand, de zee en een dagje weg. De keuze voor een dagje uit heeft te maken met de ligging en de weersvoorspelling. De dagen waarop de boot-enquête gehouden werden waren mooie nazomerse dagen. Hierdoor werd veelal spontaan besloten om naar Borkum te gaan. Bij de bezoekersmotieven komt dit ook weer naar voren. Het zomaar erop uit trekken is een veel genoemde reden, naast het meer verplichte personeelsreisje. Bij beide motieven speelt het gezelligheidsaspect een grote rol. De reden waarom men speciaal voor Borkum heeft gekozen is de nabijheid van het eiland. Tot slot voldeed Borkum aan de verwachtingen van de bootpassagiers die Borkum hadden bezocht.

Hoofdstuk 5 Borkum en verschillende groepen respondenten

In het voorgaande hoofdstuk zijn de resultaten voor de gehele steekproef beschreven. In dit hoofdstuk wordt de steekproef nader geanalyseerd, door enkele variabelen tegen elkaar uit te zetten. In § 5.2 worden eerst de leeftijden gecategoriseerd in een aantal groepen, waarmee vervolgens voor een aantal resultaten uit de enquête wordt gekeken of er verschillen per leeftijdscategorie voorkomen. In § 5.3 zal een zelfde soort analyse worden uitgevoerd, waarbij nu de relatieve afstanden van de plaatsen - waarin de enquêtes zijn afgenomen - ten opzichte van Borkum worden uitgezet tegen een aantal resultaten uit de enquête.

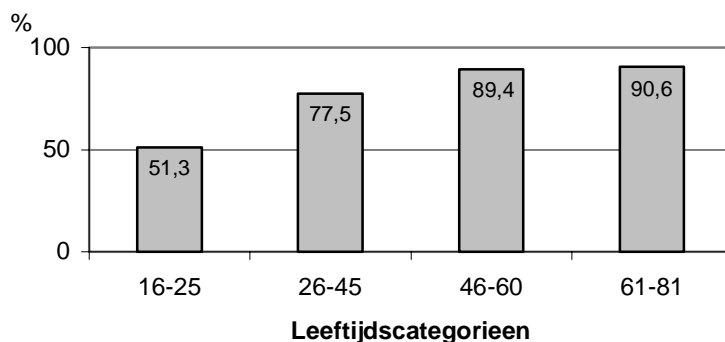
§5.1 Groepsverschillen tussen de leeftijdscategorieën

In deze paragraaf is de leeftijd uitgezet tegen een aantal resultaten van de enquête. Zoals in het histogram van de leeftijdsverdeling in het vorige hoofdstuk is weergegeven (figuur 4.2), zijn leeftijdsklassen met een breedte van 5 jaar gevormd, waardoor 13 klassen werden gevormd. Deze zijn in vier groepen samengevoegd:



§5.1.1 Bekendheid Borkum per leeftijdsgroep

In tabel 5.1 en figuur 5.1 is de verdeling van mensen die Borkum wel of niet kennen per leeftijdsklasse weergegeven.



Figuur 5.1 'Leeftijd' en 'Borkum bekend' (%)

Tabel 5.1 'leeftijd' en 'Borkum bekend'

			Borkum		Totaal
			ja	nee	
Leeftijd in klassen	16 t/m 25	Aantal	60	57	117
		% binnen leeftijd in klassen	51,3%	48,7%	100,0%
	26 t/m 45	Aantal	79	23	102
		% binnen leeftijd in klassen	77,5%	22,5%	100,0%
	46 t/m 60	Aantal	101	12	113
		% binnen leeftijd in klassen	89,4%	10,6%	100,0%
	61 t/m 81	Aantal	58	6	64
		% binnen leeftijd in klassen	90,6%	9,4%	100,0%
Totaal	Aantal		298	98	396
	% binnen leeftijd in klassen		75,3%	24,7%	100,0%

Beide laten zien dat oudere mensen Borkum beter kennen dan jongere mensen. Iedere hogere leeftijdsklasse heeft namelijk een hoger percentage voor 'ja - Borkum bekend'.

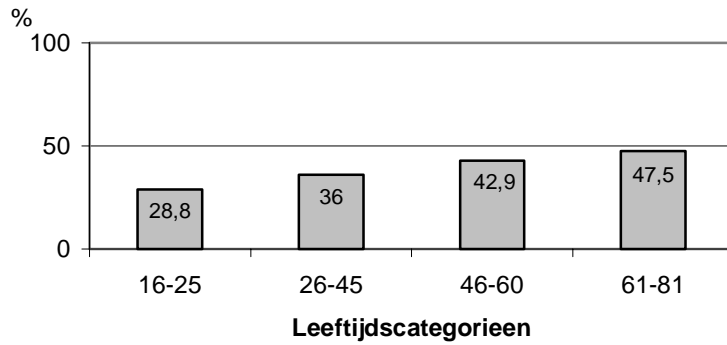
§5.1.2 Borkum bezoeken per leeftijdsgroep

Vervolgens is gekeken hoe de verhouding wel/niet op Borkum geweest ligt in de verschillende leeftijdsklassen. In tabel 5.2 en figuur 5.2 zijn de resultaten weergegeven.

Tabel 5.2 'Leeftijd' en 'Borkum geweest'

			Borkum		Totaal
			ja	nee	
Leeftijd in klasse	16 t/m 25	Aantal	19	47	66
		% binnen leeftijd in klassen	28,8%	71,2%	100,0%
	26 t/m 45	Aantal	31	55	86
		% binnen leeftijd in klassen	36,0%	64,0%	100,0%
	46 t/m 60	Aantal	45	60	105
		% binnen leeftijd in klassen	42,9%	57,1%	100,0%
	61 t/m 81	Aantal	28	31	59
		% binnen leeftijd in klassen	47,5%	52,5%	100,0%
Totaal	Aantal		123	193	316
	% binnen leeftijd in klassen		38,9%	61,1%	100,0%

Hieruit blijkt dat hoe ouder de respondent is, hoe groter de kans dat hij/zij op Borkum geweest is. Dit valt te verwachten aangezien de bekendheid ook gerelateerd was met de leeftijd. Bovendien hebben oudere mensen meer kans om ooit op Borkum te zijn aangeweest, aangezien ze al langer leven. Verder valt uit de tabel af te lezen dat 39% van de respondenten ooit op Borkum is geweest.



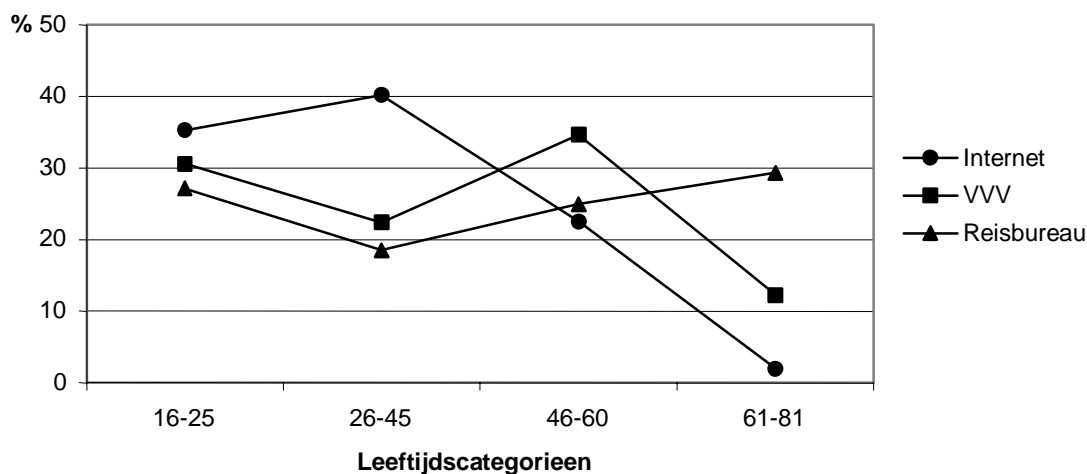
Figuur 5.2 'Leeftijd' en 'op Borkum geweest'

§5.1.3 Mediagebruik per leeftijdsgroep

In hoofdstuk 4 is gebleken dat het Internet, de VVV en reisbureaus veruit de belangrijkste media voor de keuze voor een vakantiebestemming zijn. Om het mediagedrag per leeftijdsgroep te analyseren is in tabel 5.3 (op de volgende pagina) de leeftijd in klassen uitgezet tegen het gebruik van de verschillende media voor de keuze voor een vakantiebestemming en in figuur 5.3 de verdeling van de belangrijkste media: Internet, VVV en reisbureau over de verschillende leeftijdscategorieën.

Tabel 5.3 'Leeftijd' en 'gebruik media keuze vakantiebestemming'

Media		Leeftijd in klassen				Totaal
		16 t/m 25	26 t/m 45	46 t/m 60	61 t/m 81	
VVV	Aantal	15	11	17	6	49
	% binnen leeftijd in klassen	12,8	11,0	15,3	9,4	12,5
regionale tv	Aantal				2	2
	% binnen leeftijd in klassen				3,1	,5
landelijke tv	Aantal	3		1		4
	% binnen leeftijd in klassen	2,6		,9		1,0
regionale krant	Aantal	1	1	4	3	9
	% binnen leeftijd in klassen	,9	1,0	3,6	4,7	2,3
landelijke krant	Aantal	6	5	11	6	28
	% binnen leeftijd in klassen	5,1	5,0	9,9	9,4	7,1
regionale radio	Aantal		1			1
	% binnen leeftijd in klassen		1,0			,3
landelijke radio	Aantal				1	1
	% binnen leeftijd in klassen				1,6	,3
internet	Aantal	36	41	23	2	102
	% binnen leeftijd in klassen	30,8	41,0	20,7	3,1	26,0
reisbureau	Aantal	25	17	23	27	92
	% binnen leeftijd in klassen	21,4	17,0	20,7	42,2	23,5
kennis/familie/ vrienden/collega'	Aantal	15	10	7	1	33
	% binnen leeftijd in klassen	12,8	10,0	6,3	1,6	8,4
ANWB	Aantal	1	5	10	2	18
	% binnen leeftijd in klassen	,9	5,0	9,0	3,1	4,6
geen/zelf bepalen	Aantal	8	8	10	12	38
	% binnen leeftijd in klassen	6,8	8,0	9,0	18,8	9,7
werk	Aantal			1		1
	% binnen leeftijd in klassen			,9		,3
overig	Aantal	7	1	4	2	14
	% binnen leeftijd in klassen	6,0	1,0	3,6	3,1	3,6
Totaal	Aantal	117	100	111	64	392
	% binnen leeftijd in klassen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



Figuur 5.3 Verdeling over verschillende leeftijdscategorieën van de drie belangrijkste media die gebruikt worden bij de keuze van een vakantiebestemming (%)

Hieruit valt af te leiden dat binnen de verschillende leeftijdscategorieën duidelijke voorkeuren voor bepaalde media zijn te onderscheiden. Zo blijkt uit figuur 5.3 dat Internet voor de categorieën 16 t/m 25 en 26 t/m 45 jaar de belangrijkste informatiebron is. Voor de derde

leeftijdscategorie (46 t/m 60 jaar) is Internet ook nog een belangrijke bron, maar is de VVV en het reisbureau van groter belang. Het reisbureau is de meest belangrijke informatiebron voor respondenten in de categorie 61 t/m 81 jaar. Opvallend is ook dat deze groep respondenten relatief vaak aangeeft zelf een vakantiebestemming te kiezen, zonder echt gebruik te maken van specifieke media (zie tabel 5.3).

§5.1.4 Aantal bezoeken Nederlandse waddeneilanden per leeftijdsgroep

Om te analyseren of het aantal bezoeken aan de Nederlandse waddeneilanden in de afgelopen drie jaar verschilt per leeftijdscategorie, is in tabel 5.4 een kruistabel met deze twee variabelen weergegeven. Hieruit blijkt dat de verdeling van het aantal bezoeken ongeveer gelijk is binnen de verschillende categorieën. Het algemene beeld is dat de meeste mensen in de afgelopen drie jaar 0 tot 2 keer een Nederlands waddeneiland hebben bezocht, waarbij de categorie 61 t/m 81 jaar met 82% het hoogst scoorde. Een kleiner deel van de respondenten heeft de eilanden 3 tot 5 keer bezocht, waarbij de categorie 61 t/m 81 jaar met 10% het laagst scoorde. Een nog kleiner deel van alle leeftijdscategorieën bezocht de eilanden 6 tot 10 keer. Het deel van de respondenten dat de eilanden in de afgelopen drie jaar meer dan 10 keer hebben bezocht is in elke leeftijdscategorie verwaarloosbaar klein.

Tabel 5.4 'Leeftijd' en 'aantal bezoeken Nederlandse waddeneilanden'

Aantal	Leeftijd in klassen				Totaal	
	16 t/m 25	26 t/m 45	46 t/m 60	61 t/m 81		
0 - 2	Aantal	69	60	64	45	238
	% binnen leeftijd in klassen	65,7%	61,9%	63,4%	81,8%	66,5%
3 - 5	Aantal	26	26	22	5	79
	% binnen leeftijd in klassen	24,8%	26,8%	21,8%	9,1%	22,1%
6 - 10	Aantal	9	7	13	2	31
	% binnen leeftijd in klassen	8,6%	7,2%	12,9%	3,6%	8,7%
>10	Aantal	1	4	2	3	10
	% binnen leeftijd in klassen	1,0%	4,1%	2,0%	5,5%	2,8%
Totaal	Aantal	105	97	101	55	358
	% binnen leeftijd in klassen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

§5.1.5 Duur bezoeken Nederlandse waddeneilanden per leeftijdsgroep

Naast het aantal bezoeken in de afgelopen drie jaar, is ook gekeken naar de gemiddelde duur van deze bezoeken aan de Nederlandse waddeneilanden. De antwoordmogelijkheden die in de vraagstelling in de enquête waren geformuleerd zijn in tabel 5.5 uitgezet tegen de leeftijd van de respondenten. Uit deze gegevens blijkt dat de meest voorkomend duur van de jongste leeftijdsgroep 2 nachten is op de waddeneilanden en dat zij minder vaak voor een dagtocht

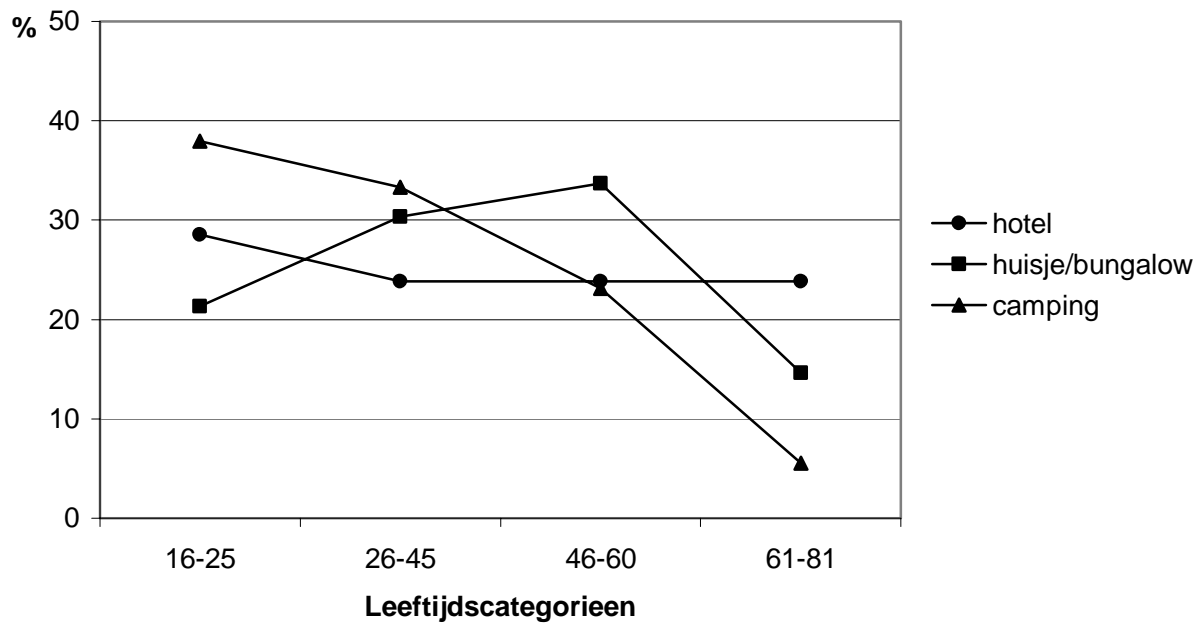
naar de waddeneilanden gaan in vergelijking met de andere leeftijdsgroepen, maar eerder voor een duur met één of meerdere overnachtingen.

Tabel 5.5 'Leeftijd' en 'duur bezoeken' Nederlandse waddeneilanden

Duur eiland-bezoeken	Leeftijd in klassen								Totaal	
	16 t/m 25		26 t/m 45		46 t/m 60		61 t/m 81			
	Aantal	% binnen leeftijd in klassen	Aantal	% binnen leeftijd in klassen	Aantal	% binnen leeftijd in klassen	Aantal	% binnen leeftijd in klassen	Aantal	% binnen leeftijd in klassen
dagtocht	24	22,9%	37	38,1%	33	32,7%	18	33,3%	112	31,4%
1 nacht	11	10,5%	10	10,3%	10	9,9%	2	3,7%	33	9,2%
2 nachten	26	24,8%	18	18,6%	9	8,9%	6	11,1%	59	16,5%
3-4 nachten	9	8,6%	12	12,4%	10	9,9%	7	13,0%	38	10,6%
5-6 nachten	24	22,9%	13	13,4%	23	22,8%	13	24,1%	73	20,4%
7 nachten en meer	11	10,5%	7	7,2%	16	15,8%	8	14,8%	42	11,8%
Totaal	105	100,0%	97	100,0%	101	100,0%	54	100,0%	357	100,0%

§5.1.6 Accommodatie per leeftijdsgroep

Om te kijken of de accommodatie per leeftijdscategorie verschilt, is in figuur 5.4 de verdeling van de drie meest gebruikte accommodaties over de verschillende leeftijdscategorieën uitgezet en in tabel 5.6 de leeftijd tegen de meest gebruikte accommodatie. Uit tabel 5.6 blijkt dat voor de categorieën 16 t/m 25 jaar en 26 t/m 45 jaar de camping de meest gebruikte accommodatie is, met respectievelijk 41% en 40%. Voor de respondenten in de leeftijdscategorie 46 t/m 60 is de camping ook nog steeds een belangrijke accommodatie (28%), maar is het vakantiehuisje/bungalow de belangrijkste accommodatie (34%). Voor de leeftijdscategorie 61 t/m 81 jaar zijn hotels de meest gebruikte accommodatie (29%), gevolgd door het vakantiehuisje/bungalow met 26%.



Figuur 5.4 Verdeling belangrijkste accommodaties die de afgelopen drie jaar zijn bezocht over de leeftijdscategorieen (%)

Tabel 5.6 'Leeftijd' en 'accommodatie'

Accommodatie		Leeftijd in klassen				Totaal
		16 - 25	26 - 45	46 - 60	61 - 81	
hotel	Aantal	18	15	15	15	63
	% binnen leeftijd in klassen	18,0	16,9	17,0	29,4	19,2
huisje/bungalow	Aantal	19	27	30	13	89
	% binnen leeftijd in klassen	19,0	30,3	34,1	25,5	27,1
pension/appartement	Aantal	10	6	12	9	37
	% binnen leeftijd in klassen	10,0	6,7	13,6	17,6	11,3
eigen woning/vrienden	Aantal	2	1	5	6	14
	% binnen leeftijd in klassen	2,0	1,1	5,7	11,8	4,3
camping	Aantal	41	36	25	6	108
	% binnen leeftijd in klassen	41,0	40,4	28,4	11,8	32,9
boot	Aantal	3	2			5
	% binnen leeftijd in klassen	3,0	2,2			1,5
jeugdherberg	Aantal	5	1			6
	% binnen leeftijd in klassen	5,0	1,1			1,8
overig	Aantal	2	1	1	2	6
	% binnen leeftijd in klassen	2,0	1,1	1,1	3,9	1,8
Totaal	Aantal	100	89	88	51	328
	% binnen leeftijd in klassen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

§5.1.7 Waardering aspecten waddeneilanden per leeftijdsgroep

In hoofdstuk 4 is reeds gekeken naar de mate waarin de respondenten specifieke aspecten van een waddeneiland belangrijk vinden (zie tabel 4.1). In tabel 5.7 is de verdeling van dit belang over de verschillende leeftijdsgroepen weergegeven. In de laatste kolom van tabel 5.7 zijn de gegevens uit tabel 4.1 weergegeven. De respondenten is gevraagd aan te geven hoe belangrijk zij de verschillende aspecten op een waddeneiland vinden, waarbij gebruik gemaakt is van een vijfpuntsschaal variërend van '1 - erg onbelangrijk' tot '5 - erg belangrijk'. Wanneer wordt gekeken naar de verschillende leeftijdscategorieën, zijn er een aantal aspecten uit tabel 5.7 die opvallende scores hebben gehaald, namelijk uitgaansmogelijkheden, strandvoorzieningen, fiets- en wandelvoorzieningen en de natuur. Deze vier aspecten zijn apart weergegeven in figuur 5.5.

Op het gebied van de uitgaansmogelijkheden en de strandvoorzieningen doet zich een opvallende afwijking voor. Uit tabel 5.7 en figuur 5.5 blijkt namelijk dat de leeftijdscategorie 16 t/m 25 jaar veel meer geïnteresseerd is in uitgaansmogelijkheden en strandvoorzieningen dan de overige groepen. Deze groep hecht een gemiddeld belang van 4,07 aan de uitgaansmogelijkheden, terwijl de gehele steekproef (dus ook inclusief de jongste leeftijdsgroep) een gemiddeld belang van 2,99 aan uitgaansmogelijkheden hecht. Met betrekking tot de strandvoorzieningen geldt ook, alhoewel in mindere mate, dat hoe ouder de respondent is, hoe minder hij of zij geïnteresseerd is in strandvoorzieningen. De vier leeftijdsgroepen waarderen deze voorzieningen met respectievelijk een 4,19; 3,89; 3,54 en 3,10.

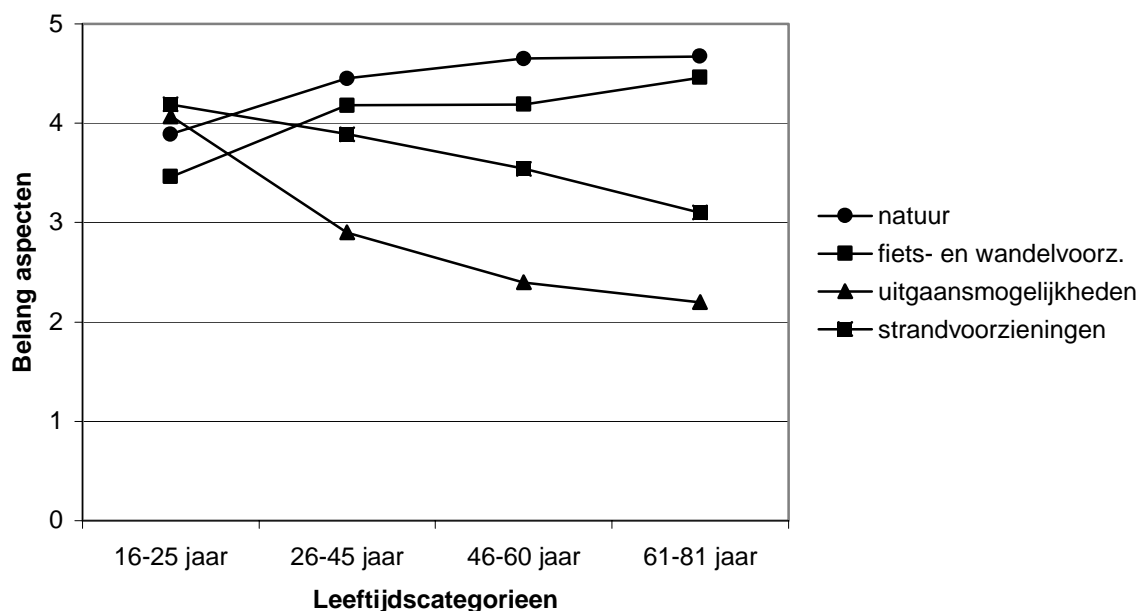
In hoofdstuk 4 is reeds gebleken dat de natuur, met een gemiddeld belang van 4,37, het belangrijkste aspect van de waddeneilanden is. Uit tabel 5.7 en figuur 5.5 blijkt dat het belang van de natuur hoger wordt, naarmate de respondent ouder is. De jongste leeftijdsgroep vindt de natuur ook zeker wel belangrijk, alleen minder belangrijk dan bij de oudere groepen het geval is.

Daarnaast werden de fiets- en wandelvoorzieningen van groot belang geacht. Ook hier is het belang dat de respondent hecht aan deze voorzieningen hoger is naarmate hij of zij ouder is. Ook hier moet uitdrukkelijk gesteld worden dat zelfs de jongste leeftijdsgroep - de groep die het minste belang hecht aan fiets- en wandelvoorzieningen - de voorziening zeker wel belangrijk vindt, alleen in mindere mate dan bij de oudere groepen het geval is.

Alle leeftijden blijken kuuroorden, sport en reistijd van gering belang te vinden.

Tabel 5.7 Gemiddelde waardering aspecten waddeneiland per leeftijdscategorie

Aspect \ Leeftijd	16-25	26-45	46-60	61-81	Totaal
Natuur	3,89	4,45	4,65	4,67	4,37
Fiets- en wandelvoorz.	3,46	4,18	4,19	4,46	4,01
Strandvoorzieningen	4,19	3,89	3,54	3,1	3,76
Restaurants	3,54	3,31	3,50	3,57	3,47
Totale kosten	3,61	3,42	3,20	3,27	3,39
Winkels	3,39	3,04	3,14	3,12	3,18
Uitgaansmogelijkheden	4,07	2,9	2,4	2,2	2,99
Totale reistijd	2,91	2,67	2,85	3,25	2,88
Sportvoorzieningen	2,82	2,58	2,42	2,18	2,54
Kuuroord	1,93	1,75	1,65	2,07	1,83



Figuur 5.5 De vier opvallendste scores voor de aspecten van de waddeneilanden per leeftijdscategorie

§5.1.8 Waardering aspecten Borkum per leeftijdsgroep

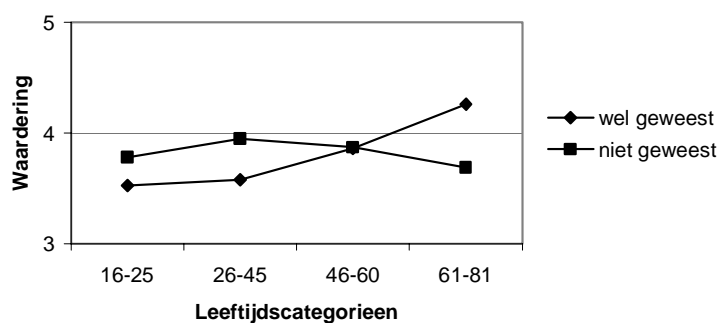
Als vervolg op de in de vorige sub-paragraaf uitgevoerde analyse zal nu worden gekeken hoe de verschillende leeftijdsgroepen de verschillende aspecten en faciliteiten van Borkum hebben gewaardeerd. Hierbij is een onderscheid gemaakt in de waardering van mensen die wel op Borkum zijn geweest en die er nog niet geweest zijn, zodat kennis op basis van eigen ervaringen en kennis op basis van iets anders met elkaar kunnen worden vergeleken. In tabel 5.8 is de leeftijd is uitgezet tegen de waarderingen. De gebruikte schaal is weer een

vijfpuntsschaal, waarbij de antwoorden variëren van ‘1 - zeer slecht’ tot ‘5 - zeer goed’. Hieruit blijkt dat op sommige punten grote verschillen zijn in de waardering voor Borkum, tussen mensen die wel en mensen die niet op Borkum zijn geweest. De meest opvallende verschillen doen zich voor bij de waardering sportvoorzieningen in de groep 16 t/m 25 jaar, waardering natuur in de groep 61 t/m 81 jaar en waardering kuuroord in de groep 46 t/m 61 jaar. In figuur 5.6 worden deze verschillen per aspect weergegeven. In de figuren 5.6a t/m 5.6c is de waardering van deze verschillen per leeftijdscategorie weergegeven.

Tabel 5.8 *Vershil waardering aspecten Borkum tussen mensen die wel en die niet op Borkum zijn geweest (per leeftijdscategorie)*

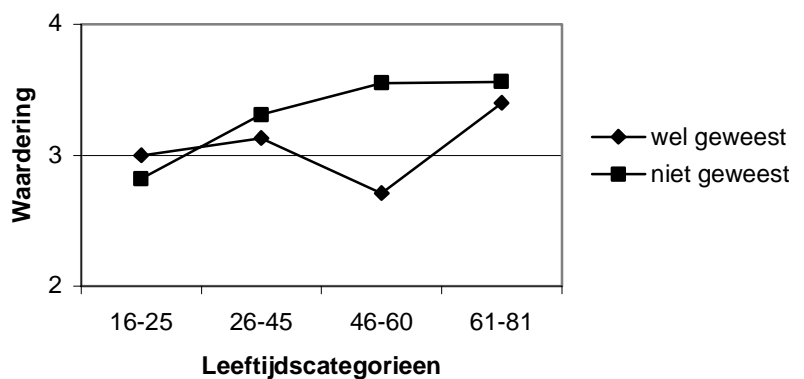
aspecten	Leeftijd	Wel Borkum geweest				Niet Borkum geweest			
		16-25	26-45	46-60	61-81	16-25	26-45	46-60	61-81
trein Borkum		3,77	3,89	4,00	4,17	3,65	3,73	3,75	3,82
natuur Borkum		3,53	3,58	3,86	4,26	3,78	3,95	3,87	3,69
strandvoorz Borkum		3,61	4,04	3,83	3,81	3,67	3,77	3,86	3,47
veerboot Borkum		3,71	3,90	3,73	3,95	3,56	3,78	3,86	3,80
fiets/wandv Borkum		3,60	3,76	3,75	3,63	3,71	3,58	3,71	3,64
restaurants Borkum		3,57	3,52	3,67	3,94	3,44	3,58	3,70	3,87
winkels Borkum		3,38	3,54	3,54	3,47	3,14	3,35	3,59	3,53
kuuroord Borkum		3,00	3,13	2,71	3,40	2,82	3,31	3,55	3,56
uitgaan Borkum		3,00	3,27	3,04	3,78	2,91	3,09	3,21	3,58
sportvoorz Borkum		3,33	3,14	3,14	3,00	2,88	3,15	3,00	3,00

Figuur 5.6a laat duidelijk het verschil zien in de waardering van de natuur op Borkum door respondenten in de jongste leeftijdsgroepen 16 t/m 45 jaar die wel op Borkum zijn geweest en die er niet zijn geweest. Degenen die wel op Borkum zijn geweest waarderen de natuur gemiddeld lager dan de degenen die er niet zijn geweest. De jongste leeftijdscategorieën hebben dus een relatief hoge verwachting van de kwaliteit van de natuur op Borkum (ten opzichte van de werkelijke ervaringen). Voor de leeftijdscategorie 61 t/m 81 jaar doet zich het tegenovergestelde verschijnsel voor.



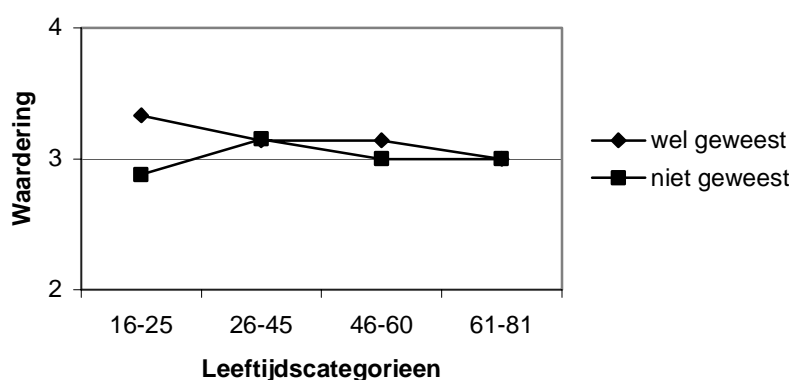
Figuur 5.6a *Vershil tussen waardering voor de natuur tussen mensen die wel en niet op Borkum zijn geweest (per leeftijdscategorie)*

Het tweede opvallende verschil komt naar voren in de waardering van het kuuroord door de respondenten in de leeftijdsgroep van 46 t/m 60 jaar (zie figuur 5.6b). Hier waarderen degenen die op Borkum zijn geweest het kuuroord lager dan de degenen die er niet zijn geweest. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de ook verwachting van deze respondenten - ten aanzien van het kuuroord - hoger is dan de in werkelijkheid ervaren kwaliteit.



Figuur 5.6b De waardering voor de kuuroorden op Borkum per leeftijdscategorie

Ten derde kan uit figuur 5.6c afgelezen worden dat de leeftijdsgroep van 16 t/m 25 jaar die wel op Borkum is geweest de sportvoorzieningen met een 3,33 waardeert, terwijl dezelfde leeftijdsgroep die er niet is geweest slechts een gemiddelde waardering van 2,88 geeft. Hieruit blijkt dat het beeld van de mensen die niet op Borkum zijn geweest achterblijft bij de werkelijke ervaring van mensen die wel op Borkum zijn geweest. Met andere woorden, deze leeftijdsgroep heeft een relatief lage verwachting van de kwaliteit van de sportvoorzieningen.



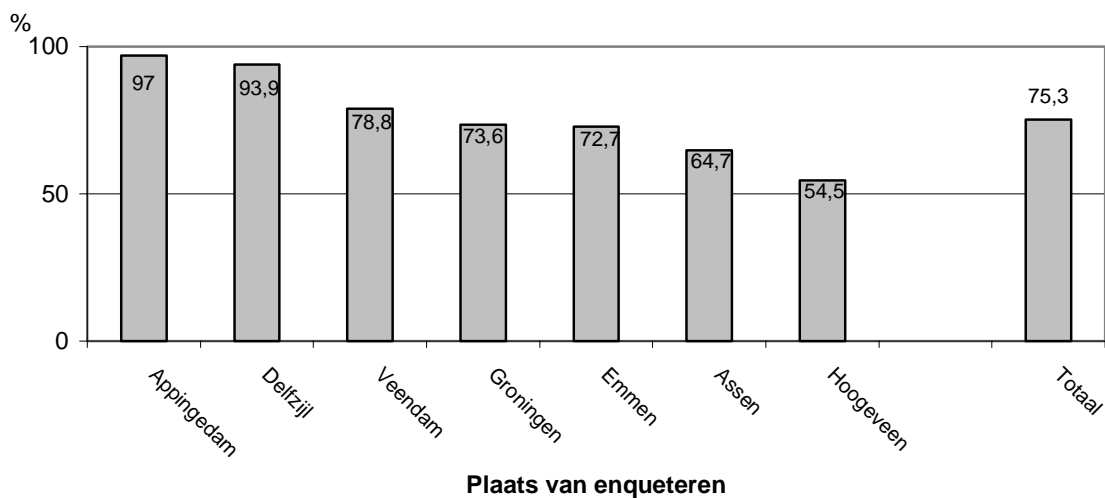
Figuur 5.6c De waardering voor sportvoorzieningen op Borkum per leeftijdscategorie

§5.2 Verschillen tussen respondenten per enquêteplaats

In deze paragraaf wordt aandacht geschonken aan verschillen in antwoorden tussen de verschillende plaatsen waar de enquêtes zijn afgenomen.

§5.2.1 Bekendheid Borkum ten opzichte van de afstand tot Borkum

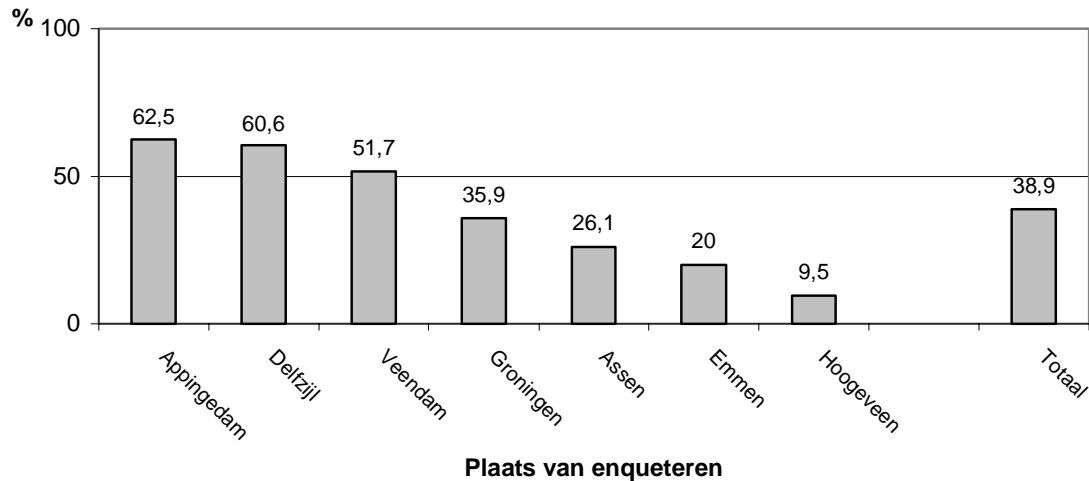
Tijdens het enquêteren is het vermoeden ontstaan dat er een verschil bestaat tussen de mensen uit de genoemde plaatsen met betrekking tot de bekendheid van Borkum; namelijk dat mensen die dichterbij Borkum geënquêteerd worden bekender zijn met Borkum. Uit figuur 5.7 blijkt dat het vermoeden gegrond is. Gesteld kan worden dat des te verder de plaatsen van de Eemshaven en Borkum liggen, des te minder mensen bekend zijn met Borkum. Zo zijn in Appingedam en Delfzijl van de respondenten respectievelijk 97% en 94% bekend met Borkum, terwijl dit in Hoogeveen slechts 55% is. Uiteraard is het zo dat niet alle mensen woonachtig zijn in de plaats waar geënquêteerd is, maar gesteld kan worden dat veruit de meeste mensen wel uit die plaats of uit de directe omgeving daarvan komen. De restgroep die hier ontstaat kan achterwege worden gelaten. Het is dan ook niet zinvol dezelfde analyse uit te voeren voor de verschillende provincies in samenhang met de bekendheid met Borkum.



Figuur 5.7 Plaats van enquêteren en het percentage van de respondenten dat Borkum kent

§5.2.2 Bezoek Borkum ten opzichte van de afstand tot Borkum

Vervolgens is gekeken of er enige samenhang bestaat tussen de plaats van enquêteren en of de mensen uit die plaatsen een bezoek hebben gebracht aan Borkum. De resultaten zijn weergegeven in figuur 5.8. Het betreft de respondenten die eerder aangegeven hebben Borkum te kennen.

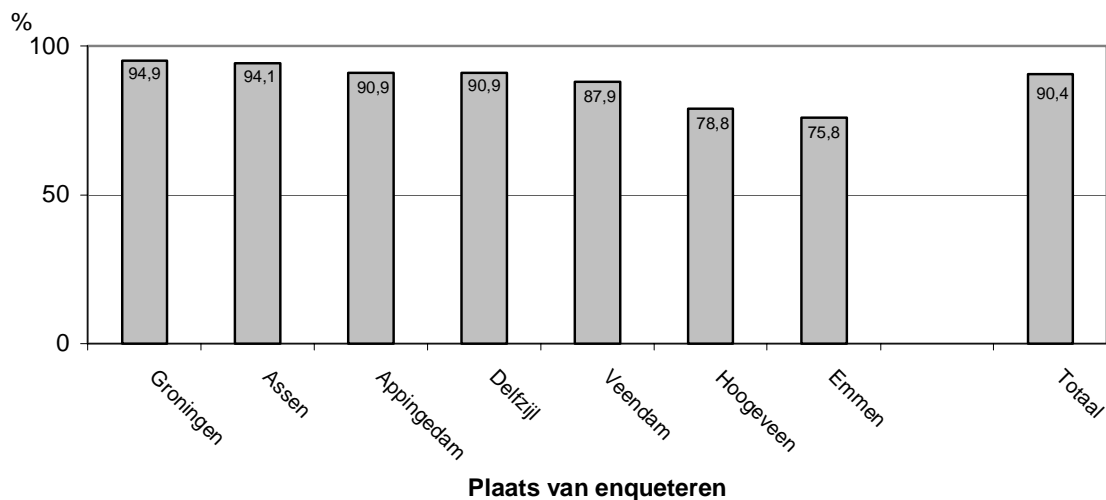


Figuur 5.8 Respondenten die Borkum kennen en op Borkum zijn geweest (per enquêteplaats, %)

Duidelijk is dat de plaatsen Appingedam en Delfzijl aanzienlijk hoger scoren dan de overige plaatsen. Deze plaatsen worden gevolgd door Veendam en Groningen. Hierop volgen Assen en Emmen en als laatste komt Hoogeveen, waar slechts 10% van de respondenten aangeeft op Borkum te zijn geweest. Hier is wederom te herkennen dat des te verder men van Borkum en de Eemshaven woont, des te minder men het eiland heeft bezocht. Borkum lijkt dus een zeer regionaal verschijnsel in de hoofden van mensen - voornamelijk in Oost Groningen - te zijn.

§5.2.3 Bezoek ten opzichte van de afstand tot de Nederlandse waddeneilanden

Om de vergelijking compleet te maken is gekeken of hetzelfde verband aangetoond kan worden voor de Nederlandse waddeneilanden (zie figuur 5.9). Alle Nederlandse waddeneilanden zijn in de analyse samengenomen. Allereerst valt het op dat het aantal mensen dat aangeeft ooit op een Nederlands waddeneiland te zijn geweest zeer hoog is. Deze percentages liggen aanzienlijk hoger dan de percentages over de bezoeken aan Borkum. Hier is geen duidelijk verband aan te tonen tussen de bezoeken aan de waddeneilanden en de ligging van de plaats van enquêteren. Enkel Emmen en Hoogeveen scoren enigszins lager dan de overige plaatsen.



Figuur 5.9 Respondenten die op een Nederlands waddeneiland zijn geweest (per enquêteplaats, %)

§5.2.4 Geschatte reisduur

Om te onderzoeken of men een idee heeft hoever (uitgedrukt in reistijd) de Eemshaven van de woonplaats ligt is aan de respondenten die wel eens van Borkum hebben gehoord gevraagd hoe lang ze denken dat de reis vanuit hun woonplaats naar de Eemshaven duurt per auto.

De werkelijke afstand staat in tabel 5.9 en de geschatte in tabel 5.10.

Tabel 5.9 Afstand en reisduur naar de Eemshaven¹¹

Vanaf:	Afstand	Duur
Groningen	34,7 km	40 min.
Appingedam	18,5 km	19 min.
Delfzijl	21,6 km	23 min.
Veendam	47,4 km	46 min.
Hogeveen	97,3 km	1 uur 15 min.
Assen	66,0 km	1 uur 00 min.
Emmen	88,9 km	1 uur 30 min.

Bron: <http://www.leaseplan.nl/routeplanner.htm/>

¹¹ De afstand en de bijbehorende reisduur zijn door een routeplanner berekend vanuit het centrum van elke plaats.

Tabel 5.10 *Geschatte reistijd tussen woonplaats en Eemshaven*

plaats minuten	Emmen	Assen	Hoogeveen	Veendam	Delfzijl	Appingedam	Groningen
0-15	0	0	0	0	24	28	1
16-30	0	0	0	11	68	48	31
31-45	0	9	0	63	4	16	33
46-60	24	45	9	26	4	8	24
61-75	18	0	0	0	0	0	0
76-90	35	36	36	0	0	0	5
91-105	0	0	0	0	0	0	1
106-120	18	9	27	0	0	0	4
> 120	6	0	27	0	0	0	1

De geschatte tijd door de grootste groepen respondenten in Delfzijl (68%), Groningen (33%), Appingedam (48%) en Veendam (63% 31-45 minuten en 26% de 45-60 minuten) komen overeen met de werkelijke tijdsduur. De grootste groepen respondenten uit Hoogeveen (36%), Assen (36%) en Emmen (35%) schatten de afstand naar de Eemshaven korter in dan de werkelijke tijdsduur.

§5.3 Verschillen tussen respondenten per provincie

In deze paragraaf zal worden gekeken naar de samenhang tussen de provincie waarin de respondent woont en bepaalde resultaten van de enquête.

§5.3.1 Mediagebruik vakantiebestemming per provincie

Allereerst is het interessant om te kijken of er samenhang bestaat tussen de provincies waar de respondenten wonen en de media die zij gebruiken voor de keuze van een vakantiebestemming. Figuur 4.10 liet de gebruikte media voor de keuze van een vakantiebestemming voor de gehele steekproef zien. Hieruit bleek dat de televisie, krant en radio weinig gebruikte media zijn, met uitzondering van de landelijke krant. In tabel 5.11 is gekeken of er verschillen bestaan in gebruikte media tussen de twee noordelijke provincies. Groningers blijken vaker het Internet en reisbureaus gebruiken dan Drenten om een keuze voor een vakantiebestemming te maken, terwijl de Drenten in vergelijking met de Groningers vaker zelf hun vakantiebestemming bepalen.

Tabel 5.11 *Mediagebruik keuze vakantie per provincie*

Media vakantie		Provincie		Totaal
		Groningen	Drenthe	
VVV	Aantal	34	13	49
	% binnen Provincie	12,9%	12,9%	12,5%
regionale tv	Aantal	2		2
	% binnen Provincie	,8%		,5%
landelijke tv	Aantal	2	2	4
	% binnen Provincie	,8%	2,0%	1,0%
regionale krant	Aantal	6	2	9
	% binnen Provincie	2,3%	2,0%	2,3%
landelijke krant	Aantal	18	8	28
	% binnen Provincie	6,8%	7,9%	7,1%
regionale radio	Aantal		1	1
	% binnen Provincie		1,0%	,3%
landelijke radio	Aantal		1	1
	% binnen Provincie		1,0%	,3%
internet	Aantal	79	18	102
	% binnen Provincie	29,9%	17,8%	26,0%
reisbureau	Aantal	65	19	92
	% binnen Provincie	24,6%	18,8%	23,5%
kennis/familie/vrienden/collega's	Aantal	21	8	33
	% binnen Provincie	8,0%	7,9%	8,4%
ANWB	Aantal	10	7	18
	% binnen Provincie	3,8%	6,9%	4,6%
geen/zelf bepalen	Aantal	20	16	38
	% binnen Provincie	7,6%	15,8%	9,7%
werk	Aantal	1		1
	% binnen Provincie	,4%		,3%
overig	Aantal	6	6	14
	% binnen Provincie	2,3%	5,9%	3,6%
Totaal	Aantal	264	101	392
	% binnen Provincie	100,0%	100,0%	100,0%

§5.3.2 Media Borkum per provincie

In § 4.4.1 is reeds beschreven hoe alle mensen uit de steekproef van Borkum hebben gehoord. In tabel 5.12 is dit aangegeven per provincie. Hieruit blijkt dat van de Groningse respondenten 7% aangeeft van Borkum heeft gehoord via de regionale televisie, terwijl dit bij de respondenten uit Drenthe slechts 4% is. Voor de landelijke televisie geldt het tegengestelde. Van de respondenten uit Drenthe geeft 7% aan Borkum te kennen van de landelijke televisie, terwijl dit percentage voor de Groningers blijft steken op 3%. De overige percentages voor de verschillende bronnen lopen niet ver uiteen.

Tabel 5.12 *Manier waarop van Borkum is gehoord per provincie*

Borkum media		Provincie		Totaal
		Groningen	Drenthe	
VVV	Aantal	3		3
	% binnen Provincie	1,4%		1,0%
regionale tv	Aantal	16	3	20
	% binnen Provincie	7,2%	4,3%	6,6%
landelijke tv	Aantal	7	5	14
	% binnen Provincie	3,2%	7,1%	4,6%
regionale krant	Aantal	12	2	14
	% binnen Provincie	5,4%	2,9%	4,6%
landelijke krant	Aantal	4	3	8
	% binnen Provincie	1,8%	4,3%	2,6%
regionale radio	Aantal	9	1	10
	% binnen Provincie	4,1%	1,4%	3,3%
internet	Aantal	3		3
	% binnen Provincie	1,4%		1,0%
reisbureau	Aantal	3		3
	% binnen Provincie	1,4%		1,0%
kennis/familie/vrienden/collega's	Aantal	94	28	124
	% binnen Provincie	42,5%	40,0%	40,8%
school	Aantal	22	10	36
	% binnen Provincie	10,0%	14,3%	11,8%
ANWB	Aantal		1	1
	% binnen Provincie		1,4%	,3%
geen/zelf bepalen	Aantal	3	2	5
	% binnen Provincie	1,4%	2,9%	1,6%
atlas	Aantal	8	1	11
	% binnen Provincie	3,6%	1,4%	3,6%
werk	Aantal	7	3	11
	% binnen Provincie	3,2%	4,3%	3,6%
geweest	Aantal	18	6	24
	% binnen Provincie	8,1%	8,6%	7,9%
overig	Aantal	12	5	17
	% binnen Provincie	5,4%	7,1%	5,6%
Totaal	Aantal	221	70	304
	% binnen Provincie	100,0%	100,0%	100,0%

§5.4 Conclusie

Kijkend naar verschillende leeftijdscategorieën dan blijkt de bekendheid van Borkum onder de respondenten toe te nemen met de leeftijd van de respondenten, van 51% in de leeftijdscategorie van 16-25 jaar tot 91% in de leeftijdscategorie van 61-81 jaar. Ook de kans dat men op Borkum is geweest neemt toe met de leeftijd van 29% in de categorie van 16 t/m 25 jaar tot 48% in de categorie van 61-81 jaar. Met betrekking tot het gebruik van de media om een vakantiebestemming te kiezen blijkt dat in de leeftijdscategorieën 16 t/m 25 en 26 t/m 45 jaar Internet de belangrijkste bron is, in de categorie 46 t/m 60 jaar Internet en het

reisbureau, terwijl voor de categorie 61 t/m 81 jaar het reisbureau de belangrijkste categorie is.

Wat betreft de waardering voor de verschillende aspecten van de waddeneilanden, blijkt dat het belang van natuur, fiets- en wandelvoorzieningen door alle leeftijdscategorieën hoog wordt gewaardeerd, maar toeneemt naarmate de leeftijdscategorie hoger wordt. Voor strandvoorziening geldt het tegenovergestelde: hoe lager de leeftijdscategorie hoe hoger de waardering. Daarnaast hecht de categorie 16 t/m 25 jaar in vergelijking met de andere leeftijdscategorieën veel waarde aan uitgaansmogelijkheden.

Verder blijkt dat in de leeftijdsgroep van 61 t/m 81 jaar de mensen die op Borkum zijn geweest de natuur hoger waarderen dan de mensen die er niet zijn geweest. Voor de leeftijdscategorie van 16 t/m 45 doet zich het tegenovergestelde verschijnsel voor: degenen die er wel zijn geweest waarderen de natuur lager dan degenen die er niet zijn geweest. Kijkend naar de plaats waar de respondenten wonen dan blijkt dat des te groter de afstand tussen Borkum en de woonplaats des te onbekender Borkum en des te minder men Borkum bezoekt. De verbanden tussen bekendheid en afstand lijken niet op te gaan voor de waddeneilanden.

Referenties

Literatuur

- Alsem (2001), *Strategische Marketingplanning, Theorie, technieken en toepassingen*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Ashworth (2002), college Binnensteden.
- Ashworth, G., Voogd H. (1990), 'Can places be sold?' In: *Marketing Tourism Places*. Edited by G. Ashworth and B. Goodall. Great Britain: Biddles Ltd, Guildford and King's Lynn.
- Bakker, H. (2002), *Ontstaan en groei van de recreatie op Ameland*. Drachten, studio/drukkerij PK84. Uitgave van VVV Ameland.
- Bosatlas, *de Grote*, 51e editie, 1999/2000. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Bijmolt, T.H.A. (1998), *Mag het een dozijn meer/minder zijn?* Marketing en Marktonderzoek. Continu Vakantie Onderzoek, 2002.
- Dietvorst, A.G.J. (1987), *Beeldvorming en keuze van vakantiegebieden in Nederland*. Werkgroep Recreatie en Toerisme, Geografisch en Planologisch Instituut Katholieke Universiteit Nijmegen.
- Gerlins, M. 'Recreatie en Toerisme', *tijdschrift voor management in de leisure*, 3-2001, blz. 36, 37.
- Groote, de P. (1995), *Panorama op Toerisme*. Uitgeverij Garant, Leuven, Apeldoorn.
- Hall C.M. en Page S.J. (1999), *The Geography of Tourism and Recreation, environment, place and space*. Routledge: Londen en New York.
- Haverkate, R.F.J.M., A.T Kremer e.a. (1987), *Imago en potenties van Twente, een economisch geografische analyse*. Groningen: Faculteit de Ruimtelijke Wetenschappen, Rijksuniversiteit Groningen. Vakgroep Sociale en Economische Geografie.
- (1995), *Meerjarenplan Recreatie Gemeente Schiermonnikoog*.
- Malhotra (1999), *Marketing Research; An Applied Orientation*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- NRIT (1990), *Kerend tij voor het kusttoerisme? Onderzoek naar de sterke en zwakke punten en (toekomstige) internationale concurrentiepositie van de Nederlandse Noordzeekust*. Breda, NRIT.
- NRIT (2002-2003), *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2003/2003*. Roosendaal: Altorffer Drukkerijen.
- Pater, B.C. de, Hoekveld, J.A., Ginkel, J.A. van (eds) (1989), *Nederland in Delen*. (In deel 2: Hoofdstukken 39 t/m 45) Houten: De Haan/Unieboeken
- Sauer, W. (1975), 'Tendenzen in den Urlaubsgewohnheiten: Urlaubserwartungen, Reismotive und die Wahrnehmung der Überlastungserscheinungen im modernen Tourismus'. In: *Informationen zur Raumentwicklung*, p364-365.
- Toerdata Noord (2001), *Consumentenonderzoek 2001*. Leeuwarden.
- Solomon, Bamossy, Askegaard (1999), *Consumer Behaviour, A European Perspective*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Vanhove, N. *Het Belgisch kusttoerisme- vandaag en morgen*.. Brugge 1973, Westvlaamse Economische Studiebureau WES p. 76-84.
- Wagenborg Passagiersdiensten b.v. (2001). *Raming totaal aantal overnachtingen*. Gemeente Ameland.
- Zwart, P.S. (1996), *Methoden van marktonderzoek*. Houten: Stenfert Kroese. (6e druk).

Brochures / tijdschriften

- Nordseeinsel Borkum - Gastgeberverzeichnis 2003, VVV Borkum
- Flaschenpost - Reise-Infos für Ihren Nordseeaufenthalt - 2002 / 2003, AG EMS
- Nordsee Magazin - Sieben Inseln, Eine Küste - 2003, Nordsee GMBH

Websites

- AG EMS
<http://www.ag-ems.de>
- Ameland
<http://www.ameland82.nl/programmanieuw.htm#hfst%202>

Auto Lease Holland

<http://www.alh.nl/alh-tng/>

Borkum

<http://www.borkum.de>

Knmi

<http://www.knmi.nl>

Kustgids

<http://www.kustgids.nl/waddenzee/index.html>

N.V. Texels Eigen Stoomboot Onderneming (TESO).

<http://www.teso.nl/>

Rederij Doeksen

<http://www.rederij-doeksen.nl>

Verskillende VVV's

<http://www.vvvschiermonnikoog.nl/>

<http://www.vvvameland.nl/>

CBS (2003), Statline.

<http://www.cbs.nl>

Wagenborg Passagiersdiensten B.V.

<http://www.wpd.nl>

Waddenzee

<http://www.waddenzee.nl>

Bijlagen

Vragenlijst stratenquêtes



Onderzoek reisgedrag Noord-Nederlanders

Wij zijn een groep doctoraalstudenten van de Rijksuniversiteit Groningen. Namens de Borkumlijn in de Eemshaven zijn we bezig met een marktonderzoek naar het reisgedrag van toeristen naar de waddeneilanden.

Zou u willen meewerken aan het onderzoek? Het duurt 5 tot 10 minuten.

Wij zullen uw anonimiteit waarborgen. Bij voorbaat dank.

Carsten van Calck

Saskia Grit

Michiel Kuizenga

Nienke de Vos

Marjolein Wagyo

Plaats.....

Datum..... **Tijdstip**.....

Vakantieverleden en - heden

1. Bent u wel eens naar een Nederlands waddeneiland geweest?

ja nee (ga naar vraag 6)

2. Hoe vaak heeft u de afgelopen 3 jaar de Nederlandse waddeneilanden bezocht ?

.....

3. Wat is de meest voorkomende duur van deze bezoeken?

dagtocht

langer: o.....nachten weekend midweek 1 week 2 week en meer

4. Kunt u aangeven (op een schaal van 1 tot 5) hoe aangenaam of onaangenaam u deze bezoeken gevonden heeft?

1 zeer onaangenaam 2 onaangenaam 3 neutraal 4 aangenaam 5 zeer aangenaam weet niet

5. Wat is de meest voorkomende verblijfsvorm van uw vakantie(s) in het zomerseizoen in de afgelopen drie jaar?

hotel pension/ appartement camping

vakantiehuisje/ bungalow eigen woning (stacaravan) anders.....

Huidige gedrag

6. Welke media gebruikt u voor de keuze van een vakantiebestemming?

- | | | |
|-------------------------------------|--|---------------------------------------|
| <input type="radio"/> VVV | <input type="radio"/> landelijke krant | <input type="radio"/> regionale radio |
| <input type="radio"/> regionale tv | <input type="radio"/> regionale krant | <input type="radio"/> Internet |
| <input type="radio"/> landelijke tv | <input type="radio"/> landelijke radio | <input type="radio"/> reisbureau |
| <input type="radio"/> anders..... | | |

Attitude

7. Geef aan in welke mate u de volgende aspecten belangrijk vindt voor een waddeneiland?
 1 = erg onbelangrijk 2 = onbelangrijk 3 = neutraal 4 = belangrijk 5 = erg belangrijk

<input type="radio"/> restaurants	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> uitgaansmogelijkheden	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> winkels	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> strandvoorzieningen	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> fiets - en wandelvoorzieningen	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> sportvoorzieningen	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> natuur	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> kuuroord	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> totale reistijd	1	2	3	4	5
<input type="radio"/> totale kosten	1	2	3	4	5

Borkum

8. Hebt u wel eens gehoord van Borkum? ja nee

Indien nee, geef uitleg over Borkum: Borkum is het meest westelijk gelegen Duitse Waddeneiland en is bereikbaar met een dagelijkse lijndienst vanuit de Eemshaven

9. Heeft u nu, na deze uitleg, wel een beeld over Borkum?

- ja nee (ga naar vraag **26**)

10. Wat is het eerste wat in u opkomt bij het woord Borkum?.....

.....

11. Op welke manier heeft u van Borkum gehoord?

- | | | |
|---------------------------------------|--|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> VVV | <input type="radio"/> landelijke krant | <input type="radio"/> Internet |
| <input type="radio"/> regionale tv | <input type="radio"/> regionale radio | <input type="radio"/> anders..... |
| <input type="radio"/> landelijke tv | <input type="radio"/> landelijke radio | |
| <input type="radio"/> regionale krant | <input type="radio"/> reisbureau | |

12. Bent u wel eens op Borkum geweest? ja nee (ga naar vraag **17**)

13. Hoe vaak bent u op Borkum geweest, de afgelopen drie jaar?.....

14. Wat is de meest voorkomende vorm van deze bezoeken geweest?

- dagtocht
 langer: nachten weekend midweek 1 week 2 week en >

15. Kunt u aangeven (op een schaal van 1 tot 5) hoe aangenaam of onaangenaam u uw verblijf op Borkum gevonden heeft?

- 1 zeer onaangenaam 2 onaangenaam 3 neutraal 4 aangenaam 5 zeer aangenaam weet niet

16. Kunt u hier een reden voor geven?

.....

17. Hoe waarschijnlijk is het dat u het komende jaar naar Borkum op vakantie gaat?

- zeker niet waarschijnlijk niet misschien, misschien niet waarschijnlijk wel zeker wel weet niet

18. Indien bij 17 'zeker niet' of 'waarschijnlijk niet' is geantwoord:

Kunt u hier een reden voor geven?.....

19. Hoe lang denkt u dat de reis van uw woonplaats naar de Eemshaven duurt?

.....

20. Vindt u de duur van deze reis aangenaam of onaangenaam?

- 1 zeer onaangenaam 2 onaangenaam 3 neutraal 4 aangenaam 5 zeer aangenaam

21. Hoe lang denkt u dat de bootreis van de Eemshaven naar Borkum duurt?

.....

22. Vindt u de duur van de bootreis aangenaam of onaangenaam?

- 1 zeer onaangenaam 2 onaangenaam 3 neutraal 4 aangenaam 5 zeer aangenaam

23. Hoe hoog of laag denkt u dat het algemeen prijsniveau op Borkum ligt?

- zeer hoog hoog neutraal laag zeer laag

24. Hoe goed of slecht denkt u dat de volgende faciliteiten op Borkum zijn?

1 = zeer slecht 2 = slecht 3 = neutraal 4 = goed 5 = zeer goed WN = weet niet

<input type="radio"/> restaurants	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> uitgaansmogelijkheden	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> winkels	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> strandvoorzieningen	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> fiets - en wandelvoorzieningen	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> sportvoorzieningen	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> veerboot	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> toeristentrein	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> natuur	1	2	3	4	5	WN
<input type="radio"/> kuuroord	1	2	3	4	5	WN

25. Kunnen de volgende factoren voor u een belemmering vormen om (weer) naar Borkum te gaan?

Taal	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Duitsland	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Onbekend	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Negatieve verhalen	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Totale reistijd	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet
Totale kosten	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee	<input type="radio"/> weet niet

Algemene kenmerken

26. Geslacht vaststellen: man vrouw

27. Waar woont u? Plaatsnaam Provincie.....

28. Wat is uw leeftijd?..... jaar.

29. Wat is uw dagelijkse bezigheid?

- volledige baan scholier/ student werkloos
 deeltijd baan huisvrouw /man gepensioneerd

30. Wat is uw burgerlijke staat?

- alleenstaand alleenstaand met kind(eren)
 getrouwd/ samenwonend getrouwd/ samenwonend met kinderen
 anders, namelijk..... ..

31. Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden? (incl. uzelf).....

Heeft u nog suggesties of opmerkingen?

.....
.....
.....
.....
.....

.

Boot-enquête**Onderzoek reisgedrag van Noord-Nederlanders**

Namens de Borkumlijn in de Eemshaven ben ik bezig met een marktonderzoek naar het reisgedrag van Nederlandse toeristen naar Borkum.

Zou u willen meewerken aan het onderzoek? Het duurt 5 minuten.

Uw anonimiteit zal gewaarborgd worden. Bij voorbaat dank.

Marjolein Wagijo

Datum:.....

Heen

Terug

Vakantieverleden en -heden

1. Wat is (**nu**, na uw bezoek) het eerste wat in u opkomt bij het woord Borkum?

.....

2a. Wat is/was uw belangrijkste reden om Borkum te bezoeken?

.....

0 gezelligheid

0 bekendheid

0 aanbeveling

0 rust

0 korte reistijd

0 natuur

0 voor kinderen

0 voor een bepaalde sport

0 was er nog niet geweest

2b. Wat is/was uw eventuele tweede reden om Borkum te bezoeken?

.....

3. Hoe vaak bent u eerder naar Borkum geweest?.....

4a. In welk jaar voor het eerst?.....

4b. Bent u vanwege de voordelen van de Butterfahrt eerder naar Borkum geweest?

0 ja

0 nee

5. Hoe vaak bent u naar de andere Nederlandse waddeneilanden geweest?.....

6. Hoe lang bent u **nu** op het eiland (geweest)?

0 1 dag

0 meer dan 1 dag, nl.....

7. Heeft u nog andere bestemmingen overwogen voor deze dagtocht/vakantie?

0 ja

0 nee (ga naar vraag 10)

8. Welke bestemming(en) heeft u overwogen?.....

9. Op welke manier heeft u over Borkum gehoord?

0 VVV

0 Regionale radio

0 Regionale krant

0 Regionale tv

0 Landelijke radio

0 Landelijke krant

0 Landelijke tv

0 Reisbureau

0 Internet

0 Anders, nl.....

Attitude

10a. Kunt u aangeven op een schaal van 1 tot 5 hoe u **dit** verblijf op Borkum gevonden heeft?
 1. zeer aangenaam 2. aangenaam 3. neutraal 4. onaangenaam 5. zeer onaangenaam

10b. Wat is uw reden hiervoor?

11. Vind u de duur van de bootreis aangenaam of onaangenaam?

1. zeer aangenaam 2. aangenaam 3. neutraal 4. onaangenaam 5. zeer onaangenaam

12. Vind u de duur van uw woonplaats naar de Eemshaven aangenaam of onaangenaam?

1. zeer aangenaam 2. aangenaam 3. neutraal 4. onaangenaam 5. zeer onaangenaam

13. Wat vindt u van het algemeen prijsniveau op Borkum?

1. zeer hoog 2. hoog 3. neutraal 4. laag 5. zeer laag

14. Wat verwacht u/vindt u van de volgende aspecten op Borkum? Omcirkel het juiste antwoord.

1= erg goed 2= goed 3= neutraal 4=slecht 5=erg slecht

restaurants	1	2	3	4	5
uitgaansmogelijkheden	1	2	3	4	5
winkels	1	2	3	4	5
strandvoorzieningen	1	2	3	4	5
fiets- en wandelvoorzieningen	1	2	3	4	5
sportvoorzieningen	1	2	3	4	5
natuur	1	2	3	4	5
kuuroord	1	2	3	4	5
totale reistijd	1	2	3	4	5
totale kosten	1	2	3	4	5

Algemene kenmerken

15. Geslacht vaststellen: man vrouw

16. Waar woont u? Plaatsnaam

Provincie.....

17. Wat is uw leeftijd?..... jaar.

18. Wat is uw dagelijkse bezigheid?

volledige baan scholier/ student werkloos
 deeltijd baan huisvrouw /man gepensioneerd

19. Wat is uw burgerlijke staat?

alleenstaand alleenstaand met kind(eren)
 getrouwd/ samenwonend getrouwd/ samenwonend met kinderen
 anders, namelijk.....

20a. Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden? (incl. uzelf).....

b. Uit hoeveel personen bestaat uw reisgezelschap? (incl. uzelf).....

Extra vraag: Zijn uw verwachtingen uitgekomen?

- ja nee

Evt. toelichting:.....

Heeft u nog suggesties of opmerkingen?

.....
.....
.....

Publicaties¹² van de Wetenschapswinkel Economie & Bedrijfskunde (vanaf 1997)

- EC 96 E. Beumers, *Beslissende (f)actoren voor hennepsteelt, onderzoek naar het achterwege blijven van hennepsteelt voor de papierindustrie in de Veenkoloniën*, 1997.
- EC 98-I K.J. Driessen, *Internationale uitbesteding door de KLM*, 1997.
- EC 98-II A.M.S. den Ouden, H.B.G. Gelling, *Economische betekenis van een groeiend Schiphol voor bedrijven*, 1997.
- EC 99 M.B.W. Hazewinkel, R.T. Postma, *Financiering monumentenzorg, onderhoud versus restauratie*, 1997.
- EC 100 R. Enting, *Subsidieverdeling voor het stads- en streekvervoer: doelstellingsbewust?*, 1997.
- EC 101 R. Schultink, *Lokale Agenda 21, beleid en indicatoren voor duurzaamheid*, 1997.
- EC 102 drs. F.J. Sijtsma, drs. D. Strijker, M.L.A.W. Hoefsloot, *Duurzame ontwikkeling in het Waddengebied, een methode voor het afwegen van economie, natuur, milieu en landschap*, 1998.
- EC 103 drs. M.J.H. van Onna, *Kwaliteitsmeting in de economische wetenschap, een goede econoom is meer dan een goede onderzoeker*, 1998.
- EC 104 A. Heine, M. Maatman, *Maatschappelijk verantwoord ondernemen, een analyse van de jaarverslagen van de 25 grootste Nederlandse ondernemingen*, 1998.
- EC 105 R. Hilgenga, *Kennisvergroting in het Roemeense midden- en kleinbedrijf, de rol van de ontwikkelingsprogramma's van de Europese Unie*, 1998.
- EC 105 ing. K. Bettels, drs. F.J. Sijtsma, *Het Emssperrwerk, een evaluatie op duurzaamheid van een waterkering in de Ems*, 1998.
- EC 107 J.W. Boven, *Markt voor natuurvoeding: een supermarkt, de toekomstige ontwikkeling van het netwerk van biologische voedingsmiddelen*, 1998.
- EC 108 J. Idema., *Stock Markets in Transition Economies, the case of the Tallinn stock exchange, Estonia*, 1998.
- EC 109 P.A.M. Lohle, *Arbeidspool, een (arbeidsmarkt)instrument om flexibiliteit en bestaande zekerheid te combineren*, 1999.
- EC 110 A.P. Postma, drs. F.J. Sijtsma, drs. T.M. Stelder en drs. D. Strijker, *De concurrentie-kracht van Weststellingwerf, een economisch-ruimtelijk perspectief*, 1999.
- EC 111 R. de Veer, *Bank stability in transition economics, case study Estonia*, 1999.
- EC 112 R.J. Suhlman, m.m.v. drs. F.J. Sijtsma, *Financiering van monumentale kerken – Verkenning van de effecten van overheidsbeleid*, 1999.
- EC 113 H. Dijk, *Ware Woorden of Schone Schijn? – De betrouwbaarheid van uitlatingen over Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen*, 2000.
- EC 114 W. Dijkstra, *Water zonder grenzen, internationalisering van de Nederlandse watersector*, 1999.
- EC 115 R.P. Brouwer en O.P. Smid, *Magnesiumproductie in de Eemsmond, vorming van clusters van bedrijvigheid rondom magnesiumproductie*, 1999.
- EC 116 A.P. Postma, *Ecologische voetafdruk, betekenis en bruikbaarheid*, 2000.
- EC 117 G. Ypma, *Een onderzoek naar streekgebonden producten in het Waddengebied*, 2001.
- EC 118 G. Molema en P. Olthof, *Vermarkting van dorplandschappen*, 2001.
- EC 119 D. de Jong, *Verstand van Zaken? - Over wetenschap, waarheid en verwaring*, 2001.

¹² Publicaties in de reeks Publicaties van de Wetenschapswinkel voor Economie & Bedrijfskunde hebben een EC nummer, krijgen een ISBN nummer en worden uitgebracht op klein formaat, gebrocheerd. Publicaties uitgebracht in de werkdocumenten reeks hebben een WD nummer, krijgen geen ISBN nummer en worden uitgebracht op A4 formaat met een metalen ringband.

- EC 120 E. Bruning, S.Jansen, M. Kasper, drs. E. Kamphuis (red.), *Formule Trendbreuk voor EKO-verkoop: Trendy of Trend?*, 2001.
- EC 121 M. Broekhof, *Transparency in the pharmaceutical industry - a cost accounting approach to the prices of drugs*, 2002.
- EC 122 E. Kamphuis, *Organic Flower Bulbs from Holland, Outlook for the French Market*, 2002.
- EC 123 B. Hilbrands, J. van Veen, drs. E. Kamphuis (red.), *Gastouder gezocht! Strategieën voor kleinschalige en flexibele kinderopvang*, 2002.
- EC 124 A.W. Brouwer, D. Dijkema, *Microfinance Dilemma: The Case of Bandung, Indonesia*, 2002.
- EC 125 D. Kuipers, *Bouwen aan duurzaamheid, een onderzoek onder Nederlandse gemeenten naar de invoering van de statiegeldregeling voor het stimuleren van duurzaam bouwen op vrije kavels*, 2002.
- EC 126 drs. F.J. Sijtsma, drs. P. Hogendoorn, drs. G. J. Hoogstra, drs. C.-J. Pen, prof. dr. P.H. Pellenbarg m.m.v. Sytse Duiverman, *Uitgifte van bedrijventerreinen op het Friese platteland*, 2002.
- EC 127 Rinze Anne van der Sluis, *Tussen Mens en Machine, Over de toegankelijkheid van het betalingsverkeer in relatie tot ouderen*, 2002.
- EC 128 Michiel Nijboer, *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in Fryslân. Omgaan met stakeholders in theorie en praktijk*, 2002.
- EC 129 Leon Boerboom, *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in Fryslân. Een analyse van de jaarverslagen van 16 grote Friese bedrijven*, 2002.
- EC 130 Jacob de Vries, *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in Fryslân. Een analyse van bedrijfscodes*, 2003.
- EC 131 Renate Bieleman, *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in Fryslân. Een analyse van de berichtgeving over bedrijven in de krant*, 2002.
- EC 132 Elisa Ninke Staal, *Microfinance of Housing. The Case of Nicaragua*, 2003.
- EC 133 Auke Jan Martens, Paul van der Laan, Elise Kamphuis (red.), *Goed gekeurd hout. Hoe kan het marktaandeel van gecertificeerd hout worden vergroot?*, 2003.
- EC 134 Catrinus J. Jepma, Elise Kamphuis (eds.), *Developing Countries and GATS*, 2003.
- EC 135 Friso de Jong, *Telecommunications reform in Mexico. An in-depth analysis on the socio-economic consequences of liberalisation of Mexico's telecom services industry*, 2003.
- EC 137 Melchior Bauer, *Microfinance for housing in Nicaragua: is joint-liability an effective mechanism?*, 2004.
- EC 138 Patricia Eijgelaar, Johan Feikens, *De helpende hand. Effectiviteit adviezen Ondernemersklankbord aan het MKB*, 2004.
- EC 140 Evert-Jan Veldkamp, *Het toegevoegde waarde overzicht in het jaarverslag. Een analyse van het maatschappelijk nut*, 2003.
- EC 142 Gertjan Laan, *Investeren in breedband internet. Kosten-baten verkenning van verschillende alternatieven voor de gemeente Eemsmond*, 2004.
- EC 143 Annechien Pronk, *Ondernemerskompas: boekt men winst uit ervaring? Evaluatie van ondersteuning van startende ondernemers met mentoren door de drie Noordelijke Kamers van Koophandel*, 2004.
- EC 144 Niels Roek, *Duurzaam ondernemen integreren in het management-informatiesysteem: de case Gasunie*, 2004.
- EC 145 Kristel Ravenhorst, *Een cadeau met een goed doel. Een onderzoek naar het gebruik van de cadeaubon van de Wereldwinkel*, 2004.
- EC 146 Frank Dijkstra, *Balans in de bestuurlijke informatievoorziening van de Landelijke Vereniging van Wereldwinkels*, 2004.

- EC 147 Marjolein Vijver, *NEWS! Taking it to another level! A research into how the national associations of European World Shops can increase their professionalisation*, 2004.
- EC 148 Christine Olijve, Eveline Smit, Doenja de Vries, *Milieu...??? Ik kom uit een voortreffelijk milieu. Onderzoek naar milieubewustzijn onder de Drentse bevolking*, 2004.
- EC 149 Klaas Kooistra, Rob de Vries, *Geef gas met aardgas. Onderzoek naar de economische haalbaarheid van rijden op aardgas in Noord-Nederland*, 2004.
- EC 150 Pipien Voogd, *Woonwensen van 55-plussers. Een onderzoek naar de woonwensen van 55-plussers in de gemeente Haren*, 2005.
- EC 151 Valentijn Bolhuis, *Friese sterkten in economisch perspectief. Toekomstvisie op de ruimtelijk-economische ontwikkeling van de provincie Friesland*, 2005.
- EC 152 Machiel Adema, *Bedrijventerreinen in Tynaarlo. In hoeverre zijn bedrijven lokaal gebonden?*, 2005.
- EC 153 Drs. Frans J. Sijtsma, Drs. Friso de Jong, Prof.dr. Jouke van Dijk, Dr. Jaap de Vlas (RIKZ), Prof.dr. Wim J. Wolff, *Analyse belangrijkste problemen en uitdagingen van de Wadden – Samenvattend eindrapport*, 2005.
- EC 154 Drs. Frans J. Sijtsma, Drs. Friso de Jong, Prof.dr. Jouke van Dijk, Dr. Jaap de Vlas (RIKZ), Prof.dr. Wim J. Wolff, *Analyse belangrijkste problemen en uitdagingen van de Wadden – Hoofdrapport*, 2005.

Werkdocumenten

- WD 2000-1 drs. Frans J. Sijtsma, Prof. dr. P.H. Pellenbarg en drs. K.G. Lugtenborg, *Naar een goed besluit over vier Friese musea*, 2000.
- WD 2000-2 drs. Elise Kamphuis (red.), *Komt EKO van de grond?, De verwerkingscapaciteit van biologische producten in Noord Nederland*, 2000.
- WD 2000-3 dr. D. Strijker, Prof. dr. D.-J.F. Kamann, drs. F.J. Sijtsma, *Bioraffinage in Noord-Nederland*, 2000.
- WD 2001-1 U. Futh, drs. F.J. Sijtsma, *Nieuwe kansen voor de Nijkans. Mogelijkheden voor kuuroord spin-off bij de ontwikkeling van het bedrijfsterrein de Nijkans in Nieuweschans*, 2001.
- WD 2001-2 U. Futh, *Meten van natuurwaarden in Duitsland*, 2001.
- WD 2001-3 H. Tschochohei, *Do people in developing countries have limited access to essential drugs? The pattern of global supply of pharmaceuticals*, 2001.
- WD 2001-4 C. Boersma, *Economic issues of antimalarial diagnostics and therapeutics in sub-Saharan Africa*, 2001.
- WD 2002-1 drs. F.J. Sijtsma, M. Broekhof, Prof. dr. J. van Dijk, drs. G.J. Hoogstra, *IKO en PRIKK: Stimulans voor economische activiteit op het Fries-Groningse platteland? Een evaluerend onderzoek naar de IKO en PRIKK regelingen voor investeringen van het kleinbedrijf*, 2002.
- WD 2002-2 drs. F.J. Sijtsma, drs. P. Hogendoorn, drs. G. J. Hoogstra, drs. C.-J. Pen, prof. dr. P.H. Pellenbarg m.m.v. Sytse Duiverman, *Bijlagenrapport bij Uitgifte van bedrijventerreinen op het Friese platteland*, 2002.
- WD 2002-3 Bauke Visser, *Bedrijventerreinen tussen droom en daad: Symbioses en utility sharing. Samenwerkingsverbanden op bedrijventerreinen vanuit een bedrijfskundig perspectief*, 2002.
- WD 2002-4 Renate Bieleman, Leon Boerboom, Michiel Nijboer, Jacob de Vries, drs. Frans J. Sijtsma (redactie), *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in Fryslân, Samenvatting*, 2002.
- WD 2002-5 drs. Frans J. Sijtsma, prof. dr. P.H. Pellenbarg, *Concurrentie-analyse Europark Coevorden*, 2002

WD 2003-3 drs. Frans J. Sijtsma, *Economische gevolgen van de PKB Waddenzee in de Kop van Noord-Holland. Een beoordeling van het ECORYS-NEI rapport*, 2003.

WD 2004-1 dr. D. Strijker, *Opmerkingen bij het PPO-rapport 'Glastuinbouw in de gemeente Eemsmond'*, 2004.