



Prijs/kwaliteitsverhouding verblijf Texel

Rapportage

Seth Schaafsma, Sofie van Hamersveld, Henriët Hensen

M220019

22 maart 2022



motivaction
insights and strategy

Achtergrond, doel- en probleemstelling

Achtergrond

Op verzoek van Frank Spooren, in naam van KADO Texel, heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd uit voor een verdiepend onderzoek naar de scores op de prijs-kwaliteitsperceptie van een bezoek aan Texel.

Uit de Texel Monitor blijkt dat er een dalende trend zichtbaar is in de score op prijs-kwaliteit van een verblijf op Texel. Op dit moment is het niet duidelijk aan welke factor(en) dit toe te wijzen is. KADO Texel is benieuwd wat er ten grondslag ligt aan de dalende beoordeling van de algehele prijs-kwaliteitverhouding.

De doelstelling van het onderzoek is:

Inzicht verkrijgen in de factoren die van invloed zijn op het totaaloordeel op prijs-kwaliteit van een bezoek aan Texel, teneinde KADO Texel concrete handvatten te bieden om de dalende trend in deze score om te keren.

De onderzoeksvragen die hieruit voortvloeien zijn:

- Welke factoren zijn (in welke mate) van invloed op het eindoordeel prijs-kwaliteit van een bezoek aan Texel?
- Zijn er verschillen tussen doelgroepen m.b.t. het oordeel op prijs-kwaliteit (zoals leeftijd, herhaalbezoekers)?
- Welke wensen en behoeften hebben bezoekers ten aanzien van de specifieke factoren die het meest van invloed zijn op het eindoordeel prijs-kwaliteit?

Methode en opzet

- Het onderzoek is gefaseerd uitgevoerd. We zijn begonnen met een data-analyse om te achterhalen welke factoren invloed hebben op de beoordeling van de algehele prijs/kwaliteitverhouding. Vervolgens hebben we door middel van kwalitatief onderzoek verder verkent welke factoren van invloed zijn en welke wensen en behoeften bezoekers hebben ten aanzien van de specifieke factoren die het meest van invloed zijn op het eindoordeel prijs-kwaliteit.
- In dit rapport worden allereerst de conclusies en advies gepresenteerd gevolgd door de resultaten van fase 1 en de resultaten van fase 2.

Fase 1: data-analyse

- VVV Texel heeft data aangeleverd uit de Texel monitor van 2019, 2020 en 2021. Dit is een onderzoek wat de VVV Texel gedurende het jaar in eigen beheer uitvoert.
- Kort na afloop van de vakantie worden bezoekers, die een accommodatie via VVV Texel geboekt hebben, per e-mail uitgenodigd voor het onderzoek. De data zijn een goede afspiegeling van deze groep. Hoe deze groep zich tot de totale populatie die Texel bezoekt verhoudt, is niet inzichtelijk.
- Er is gekeken naar data uit 2019 (n=3.332), 2020 (n=3.791) en 2021 (n=2.046).
- Op de data is een regressieanalyse uitgevoerd om te bepalen welke factoren het meest van invloed zijn op het totaaloordeel op prijs/kwaliteit.

Fase 2: kwalitatief onderzoek

- Het kwalitatieve onderzoek is uitgevoerd op dinsdag 8 en woensdag 9 maart door middel van 10 duo-interviews van 50 minuten via MS Teams.
- Bezoekers die in 2021 Texel hebben bezocht en een 7 of lager hebben gegeven op prijs/kwaliteit, zijn door VVV Texel benaderd voor deelname. Motivaction heeft geïnteresseerden telefonisch benaderd en ingepland. Respondenten ontvingen een financiële incentive voor hun deelname.
- Bij de selectie is rekening gehouden met spreiding op leeftijd, geslacht en reisgezelschap (koppels en gezinnen).



Conclusies en advies



Conclusies data-analyse

Er is een dalende trend in de beoordeling van een verblijf op Texel.

- Het oordeel op de helft van de factoren is significant gedaald van 2019 tot 2021.
- Waaronder ook het oordeel op prijs/kwaliteit wat in 2021 lager is dan in de jaren daarvoor.

De daling in prijs/kwaliteit hangt samen met specifieke factoren, maar er speelt meer dan in de Texel-monitor gemeten wordt.

- De belangrijkste factoren die verbeterd kunnen worden om de beoordeling van de algehele prijs/kwaliteitverhouding op peil te brengen zijn:
 - De kwaliteit van de accommodatie;
 - De kwaliteit van de voorlichting en diensten van VVV Texel;
 - De kwaliteit en service in restaurants, cafés en strandpaviljoens.
- De geleidelijk daling gedurende de jaren van de tevredenheid over bovenstaande aspecten hangt significant samen met de daling van de beoordeling van de algehele prijs/kwaliteitverhouding.
- Uit de analyses blijkt echter dat er andere factoren, die niet uitgevraagd zijn in de Texel-Monitor, ook een rol gespeeld hebben in het oordeel over de algehele prijs/kwaliteitverhouding. Welke dat precies zijn, is niet te achterhalen met de beschikbare data.

Covid speelt een belangrijke rol bij de beoordeling van een verblijf op Texel.

- Covid lijkt een behoorlijke invloed gehad te hebben. Een lagere beoordeling op verschillende factoren leidt tot een lager oordeel van de algehele prijs/kwaliteitverhouding.

Frequente bezoekers zijn kritischer

- De toeristen die een laag oordeel (een zes of lager) geven op de algehele prijs/kwaliteitverhouding, zijn vaker frequente bezoekers van Texel die minder vaak actieve dingen doen (wandelen, fietsen en zwemmen).
- Bezoekfrequentie is ook een significante factor bij de beoordeling van de algehele prijs/kwaliteitverhouding.

Conclusies kwalitatief onderzoek

Ondanks dat de score op prijs/kwaliteit iets is gedaald, wordt Texel als vakantiebestemming nog steeds zeer positief beleefd.

- Overall is de Texel bezoeker (die een lagere score dan gemiddeld geeft op prijs/kwaliteit) positief en is er de intentie om Texel te blijven bezoeken. De rust, ruimte en sfeer dragen hier aan bij. Het is de perfecte bestemming om samen te zijn en te genieten van natuur en de diversiteit aan activiteiten en horeca.

De verschuiving in het aanbod naar meer luxe accommodaties en de extreem hoge prijzen in het hoogseizoen, lijken de meeste impact te hebben op de dalende score op prijs/kwaliteit.

- Uitzonderingen daargelaten, is de kwaliteit van de accommodaties overall goed.
- De bezoeker die al wat langer op Texel komt, heeft het aanbod van accommodaties zien verschuiven richting meer luxe, meer huisjes (i.p.v. kampeerplekken) en meer grootschalige vakantieparken. Dit aanbod sluit niet altijd aan bij de wensen van deze bezoekers én ook niet bij hun budget.
- Daarnaast is het de bezoekers opgevallen dat de prijzen met name in het hoogseizoen en tijdens schoolvakanties enorm hoog zijn (en soms onbetaalbaar). Doordat veel Nederlanders de afgelopen jaren in Nederland op vakantie zijn gegaan, is de vraag enorm toegenomen. Hierdoor is het voor aanbieders mogelijk hogere prijzen te vragen. Het is de vraag of deze situatie zo zal blijven.

- Dit zorgt ervoor dat een vakantie op Texel minder toegankelijk wordt én dat een deel andere bestemmingen gaat overwegen als er geen accommodatie te vinden is die aansluit bij de wensen, behoeften en budget.

Topdrukke in het hoogseizoen heeft ook een negatieve invloed op de overall beleving.

- Met name in de schoolvakanties en de zomer lijkt het steeds drukker te worden op het eiland. Dit uit zich bijvoorbeeld in drukte bij en op de boot, het niet kunnen vinden van een parkeerplek, lang moeten wachten in de horeca of veel mensen op één plek.
- Ondanks dat de bezoeker altijd wel rustige plekken kan vinden, kan de drukte een negatief effect hebben op de overall beleving en daarmee de prijs/kwaliteitverhouding. Rust en ruimte zijn belangrijke drijfveren om Texel als bestemming te kiezen.

Aanbod horeca gevarieerd en van goede kwaliteit

- Voor de overall beleving van een vakantie op Texel is het van belang om te kunnen genieten van lekker eten en gezelligheid.
- Het aanbod van café's, strandpaviljoens en restaurants is gevarieerd en van hoge kwaliteit. Het personeel is vriendelijk en ondanks dat men weleens lang moet wachten als het druk is, wordt ook de service positief gewaardeerd.

Conclusies kwalitatief onderzoek

De kwaliteit van de voorlichting en diensten van VVV Texel is goed

- Er komen geen concrete verbeterpunten voor VVV Texel naar voren. Het zoeken en boeken gaat goed en het geeft de bezoeker een gevoel van zekerheid om bij de VVV te boeken.
- De bekendheid van het paspoort en andere informatie (routes, activiteiten, etc) lijkt beperkt te zijn. Hier valt nog winst te behalen.

Het winkelaanbod is goed

- Bezoekers komen niet direct om te winkelen op Texel, maar men vindt het wel leuk om rond te kijken in de variatie aan winkeltjes.
- Met name de kleine, unieke winkeltjes spreken aan. Het is positief dat er geen (of weinig) grote ketens in de winkelstraatjes zitten.

Advies

Op basis van het onderzoek willen wij KADO Texel de volgende aandachtspunten meegeven.

- Waak ervoor dat de prijzen voor accommodaties in het hoogseizoen niet te ver stijgen, dit kan er op termijn voor zorgen dat de vaste Texel-bezoeker uitwijkt naar andere bestemmingen. Wees er ook alert op dat er voldoende accommodaties blijven in het middensegment (huisjes, kampeerplekken), zodat ook minder welvarende bezoekers kunnen blijven komen en het publiek gemêleerd blijft.
- Bewaak de kwaliteit en prijs van het aanbod van accommodaties en horeca. Beide zijn van grote invloed op de overall prijs/kwaliteitverhouding. Zorg er ook voor dat de kleine, unieke winkeltjes blijven en niet worden ingeruild voor grote ketens.
- Breng de overige diensten van VVV Texel (informatie, routes, advies, paspoort) meer onder de aandacht, zodat de bezoeker daar gebruik van gaat maken.
- Overweeg om op termijn, in samenwerking met bijvoorbeeld gemeente en ondernemers, aandacht te besteden aan het spreiden van bezoekers en reguleren van bezoekersstromen in het hoogseizoen, zodat de bezoeker minder drukte ervaart. Dit kan bijvoorbeeld door bewegwijzering/routes, het organiseren van verschillende activiteiten/evenementen verspreid over het eiland, het verruimen van openingstijden van winkels, et cetera.
- Voeg indien mogelijk door middel van een routing een open vraag toe aan de Texel monitor die alleen wordt voorgelegd aan respondenten die een 6 of lager geven voor de overall prijs/kwaliteit. Kun je jouw score toelichten? Wat maakt dat je een <cijfer> geeft op de algehele prijs/kwaliteitverhouding van het verblijf op Texel? Op termijn geeft dit meer inzicht in de specifieke factoren die invloed hebben op de overall prijs/kwaliteitsverhouding. Eventueel kunnen er op een later moment enkele factoren toegevoegd worden in een gesloten vraag in de monitor.
- Bekijk met enige regelmaat wie de bezoeker is die een lager cijfer geeft op prijs/kwaliteit, waar deze respondenten nog meer laag op scoren en wanneer de reis heeft plaatsgevonden. Wellicht is er verschil tussen hoog- en laagseizoen.





Resultaten fase 1: Data-analyse



De algehele prijs/kwaliteitverhouding

	2019	2020	2021
Texel als vakantie-eiland	8,7	8,7	8,7
Het Texelse strand	8,9	8,9	8,9
De Texelse natuur	9,0	9,0	9,0
De kwaliteit en service in restaurants, cafés en strandpaviljoens	8,2	8,1	8,0*
De kwaliteit van de accommodatie waar u verbleef	8,5	8,5	8,5
De kwaliteit van de wandel- en fietsmogelijkheden op Texel	8,8	8,8	8,8
De kwaliteit van de Texelse musea	7,9	7,9	7,7*
De kwaliteit van de winkels op Texel	8,0	8,0	7,9*
De kwaliteit van de binnenactiviteiten en binnenfaciliteiten op Texel	7,5	7,4	7,1*
De kwaliteit van de voorlichting en diensten van VVV Texel	8,4	8,3	8,3*
De algehele prijs/kwaliteitverhouding van het verblijf op Texel	8,0	8,0	7,9*
Hoe waarschijnlijk is het dat u TEXEL zou aanbevelen aan een vriend of collega?	8,9	8,9	8,9

Opvallende punten

- Er is een significant dalende trend zichtbaar over de jaren heen bij een aantal van de beoordeelde aspecten.
- De aspecten waarbij de daling significant zijn, zijn met een * gemarkeerd.
- Aspecten die met de natuur te maken hebben (strand, natuur, wandelen en fietsen) zijn redelijk constant. En dat geldt ook voor accommodatie.
- De grootste dalingen zijn zichtbaar bij:
 1. De kwaliteit van de binnenactiviteiten en binnenfaciliteiten op Texel
 2. De kwaliteit van de Texelse musea
 3. De kwaliteit en service in restaurants, cafés en strandpaviljoens
- De eerste twee zijn niet op iedereen van toepassing. Niet iedereen maakt daar gebruik van.
- NB: kleine verschillen zijn bij grote steekproeven sneller significant. Als we kijken naar de effectgrootte van de significante verschillen (ook wel praktische significantie genoemd) zien we dat die klein is. Er moet dus niet al te veel waarde gehecht worden aan de betreffende significantie.

De algehele prijs/kwaliteitverhouding

Maar welke factoren zijn er van invloed op de algehele prijs/kwaliteitverhouding?

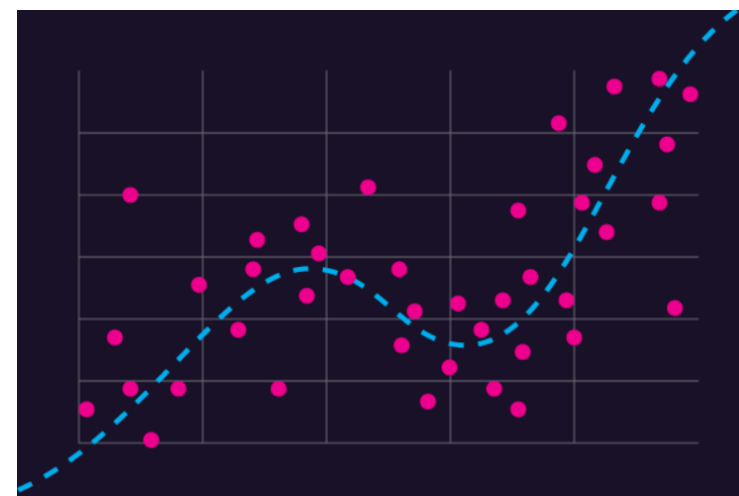
Dat kunnen we alleen onderzoeken voor de factoren die we in de Texel-monitor uitgevraagd zijn. Om de analyse overzichtelijk te houden, is er een selectie gemaakt van factoren.

De volgende factoren zijn meegenomen:

- Texel als vakantie-eiland
- Het Texelse strand
- De Texelse natuur
- De kwaliteit en service in restaurants, cafés en strandpaviljoens
- De kwaliteit van de accommodatie waar u verbleef
- De kwaliteit van de wandel- en fietsmogelijkheden op Texel
- De kwaliteit van de Texelse musea
- De kwaliteit van de winkels op Texel
- De kwaliteit van de binnenactiviteiten en binnenfaciliteiten op Texel (bijv. kinderspeelparadijs, overdekt zwembad etc.)
- De kwaliteit van de voorlichting en diensten van VVV Texel
- De algehele prijs/kwaliteitverhouding van het verblijf op Texel
- En jaartal: pre-Covid (2019) en Covid (2020 en 2021)

Regressie-analyse

Om uit te zoeken wat het verband is tussen de factoren en de algehele prijs/kwaliteitverhouding, is er een regressie-analyse gedaan. Een regressiemodel maakt inzichtelijk in hoeverre een factor bijdraagt en of deze bijdrage significant is.



Met een regressiemodel proberen we de algehele prijs/kwaliteitverhouding te voorspellen op basis van het oordeel/antwoord van een respondent geeft op de verschillende factoren.

De algehele prijs/kwaliteitverhouding

De regressie-analyse

Er is een aantal factoren die een significant belangrijke rol spelen bij de beoordeling van de algehele prijs/kwaliteit-verhouding. Te weten:

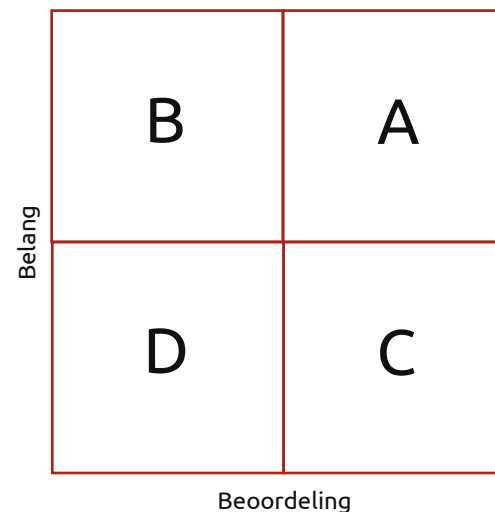
- De kwaliteit van de accommodatie waar u verbleef
- De kwaliteit en service in restaurants, cafés en strandpaviljoens
- De kwaliteit van de winkels op Texel
- De kwaliteit van de voorlichting en diensten van VVV Texel
- De kwaliteit van de binnenactiviteiten en binnenfaciliteiten op Texel (bijv. kinderspeelparadijs, overdekt zwembad etc.)
- Texel als vakantie-eiland

Verklaarde variantie

Het regressiemodel verklaart 42% van de totale variantie in de algehele prijs/kwaliteitverhouding. Doorgaans hanteren we een ondergrens van 35% verklaarde variantie om een model te rapporteren. Maar dit is ook afhankelijk van de te verwachten voorspellende kracht van een model. In dit geval was het niet de verwachting dat de gebruikte variabelen in het model tot een buitengewoon hoge verklaarde variantie zouden leiden. Er speelt meer mee bij de beoordeling van de algehele prijs/kwaliteit dan we er in de Texel Monitor gemeten wordt. En er is een aantal significante verbanden gevonden die betekenisvol zijn.

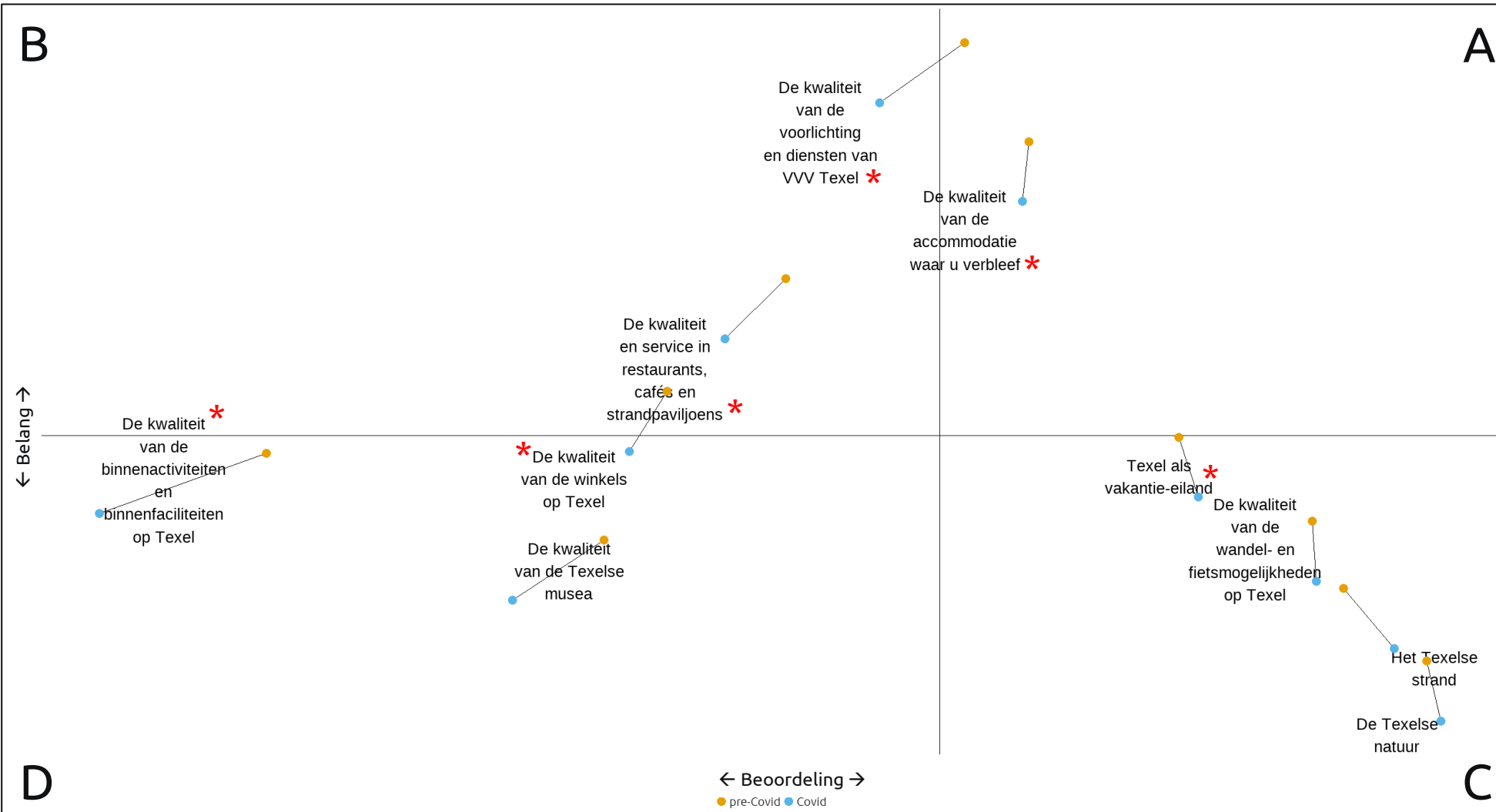
Actiediagram

Op de volgende pagina worden de resultaten uit de regressie-analyse gerapporteerd in een actiediagram. Met op de horizontale as 'Beoordeling' en op de verticale as "Belang". De beoordeling is het rapportcijfer, het belang komt voort uit de regressieanalyse.



- A. Hoog beoordeeld, van groot belang (bewaken).
- B. Laag beoordeeld, van groot belang (verbeteren).
- C. Hoog beoordeeld, van lager belang (monitoren).
- D. Laag beoordeeld, van lager belang (monitoren).

Actiediagram



Kwadrant B is een belangrijk kwadrant om te verbeteren om zo prijs/kwaliteitverhouding te verhogen.

De "natuur" wordt goed beoordeeld maar is beperkt van invloed op de prijs/kwaliteitverhouding en is niet gemakkelijk om te verbeteren.

Er zijn verschillen tussen pre-Covid en Covid. Maar dit effect meten we niet per se met de gebruikte factoren. De verschillen in belang tussen de factoren post-Covid / Covid zijn beperkt.

Als er per jaar een model gemaakt wordt, verschillen deze modellen heel beperkt van elkaar.

De algehele prijs/kwaliteitverhouding

Wie zijn de mensen die de prijs/kwaliteitverhouding laag beoordelen (een zes of lager, n = 636, 7% van de steekproef)?

Zijn iets minder actief.

Wat zijn voor jou de belangrijkste redenen om naar Texel te komen?		
	Zes of lager	Zeven of hoger
Natuur (strand, duinen, bos etc)	92%	93%
Eten en drinken (restaurants, Texelse producten)	26%	28%
Actieve dingen doen (wandelen, fietsen, zwemmen)	52%	61%
Cultuur (museum, muziek, festival etc.	7%	10%
Winkelen	10%	11%
Anders	21%	20%

Hebben Texel al vaak bezocht.

Hoe vaak ben je op Texel geweest?		
	Zes of lager	Zeven of hoger
Dit was de eerste keer	15%	17%
Twee keer	13%	15%
Drie tot vijf keer	18%	25%
Zes keer of vaker	54%	44%

Zien relatief vaak verbeterpunten.

Zie je verbeterpunten voor deze voorzieningen?		
	Zes of lager	Zeven of hoger
Nee	45%	77%
Ja	52%	21%

Texel voldeed minder aan hun verwachtingen.

In hoeverre heeft Texel aan je verwachtingen voldaan?		
	Zes of lager	Zeven of hoger
Slecht	1%	0%
Matig	4%	0%
Voldoende	16%	2%
Goed	52%	38%
Uitstekend	26%	60%

Hebben een lagere terugkeerintentie.

Ben je van plan weer terug te komen naar Texel?		
	Zes of lager	Zeven of hoger
Ja	62%	74%
Waarschijnlijk wel	22%	20%
Weet ik nog niet	11%	5%
Waarschijnlijk niet	5%	1%

Verbeterpunten: open antwoorden

Als we inzoomen op de verbeterpunten die mensen die een 6 of lager geven noemen, zien we een aantal punten vaker terugkomen.

- De accommodaties zijn volgens hen slecht onderhouden/gedateerd; ze voldoen niet aan de standaard en zijn duur.
- De horeca is prijzig en beperkt in aanbod; het personeel is niet altijd vriendelijk naar de klant.
- Er zijn te weinig fietspaden en deze zijn volgens bezoekers van slechte kwaliteit, te smal of opengebroken.
- Op veel plekken is het druk; dit resulteert in overlast, lange wachttijden en (fiets)files.
- De parkeerkosten zijn hoog.
- Er zijn B&B's op het eiland die geen ontbijt aanbieden.
- Kortingen die via het Texels paspoort worden aangeboden, worden niet als voordelig ervaren.
- De coronamaatregelen beperkten de mogelijkheid tot het doen van activiteiten.
- De coronaregels worden niet altijd goed gehandhaafd; het is op veel plekken druk en in de horeca worden verschillende regels aangehouden.

“ Er komt steeds meer plat vertier. Hierdoor verliest Texel haar identiteit en haar charme.

“ Het is niet te betalen met een gezin. Alles is best prijzig.

“ Vliegen naar de zon is goedkoper. Ga dat doen zodra het weer veilig is.

“ Texels paspoort is een aanfluiting. Op de plaatsen waar je korting krijgt is alles 40% duurder, en het paspoort geeft 15% korting.

“ Een limiet aan het aantal toeristen, Texel moet wel Texel blijven. Er wordt veel gebouwd, waardoor het te veel en te massaal wordt. Vooral gericht op de rijke toerist.

“ Je proeft en "ziet" hier bijna overal dat de ondernemers hun geld in ca. 7 maanden moeten/willen verdienen.

“ Parkeren kost heel veel geld overal, lijkt wel Amsterdam.

“ De vroegere strandtenten zijn vrijwel allemaal eco/lokale producten/duur geworden. Texel is straks nog alleen voor de te rijke Duitser toegankelijk...

“ Ik kan er weinig van zeggen: alles was dicht.

“ Skuumkoppe goedkoper maken, ik heb het idee dat deze elk jaar weer duurder wordt.



Resultaten fase 2: kwalitatief onderzoek



Ervaring Texel

- Alle duo's zijn eerder op Texel geweest en bezoeken nu met enige regelmaat het eiland. De tripjes naar Texel variëren van kort (een nachtje) tot lang (een aantal weken).
- Een aantal ging als kind al naar Texel (met familie of school) en blijft deels vanuit nostalgie het eiland bezoeken. Anderen zijn er ooit naartoe gegaan op vakantie en toen verknocht geraakt aan het eiland.
- Vanwege de drukte en de prijzen voor accommodaties bezoekt een deel Texel bij voorkeur buiten het hoogseizoen. Soms is men echter gebonden aan de schoolvakanties.
- De bezoekers hebben inmiddels ook hun vaste stekjes waar ze het liefst bij elk bezoek naartoe gaan, zoals favoriete strandplekken en horecagelegenheden. De activiteiten die de bezoekers onder andere ondernemen zijn:
 - Fietsen en wandelen
 - Naar het strand
 - Winkelen
 - Uit eten
 - Vliegershows bekijken
 - Ecomare bezoeken
 - Juttersmuseum bezoeken
 - Garnalenvissen op de Waddenzee.

“

Toen ik zestien was gingen we op de brommer naar Texel.

“

Ik kom er vanaf mijn twintigste al. Ik heb er twee jaar gewoond toen ik jong was, met mijn vriendje toen.

“

Ik ben graag in de Koog, maar niet in het hoogseizoen, dan is het te duur.

“

We gaan altijd naar pannenkoekenhuis Catherinahoeve.

“

We gaan iedere keer naar de Smulpot. Dat is superlekker en qua prijs is het te doen.

“

We gaan ook altijd naar Kees de Waal. We hebben daar ook meerdere spullen van hier in huis.

Associaties bij Texel

Eerste gedachten die opkomen bij Texel zijn met name rust, strand en ruimte

- Primaire associaties bij Texel zijn positief en hebben vooral te maken met de beleving van rust, ontspanning, genieten en samen zijn.
- Ondanks dat deze bezoekers een lage score geven op prijs/kwaliteit is 'duur' niet een van de eerste associaties die zij hebben. Er komen ook niet direct andere negatieve associaties naar voren.



“

Er is nauwelijks horizonvervuiling, er zijn geen flats. Dat maakt dat je er altijd tot rust komt.

“

Ik woon in de stad en ik sta er elke keer weer van te kijken dat die hele boot vol zit, maar dat je toch overal wel weer plek kunt vinden. Je kunt er voldoende rust vinden.

“

Rust: als het vandaag niet komt, kan het morgen ook nog.

“

We zijn ook in de vuurtoren geweest. Dat was bijzonder.

“

Ik waai er altijd 'schoon'.

“

Ik denk aan strand, ruimte, frisse lucht, wijd uitzicht en afwisseling van de natuur. Soms een stukje bos, maar verder veel landbouwgebied.

Pluspunten Texel

Texel is een plek voor ontspanning en vertier op een schappelijke afstand

De deelnemers hebben een zeer positieve beleving van Texel. De pluspunten die Texel als vakantiebestemming biedt zijn:

- ✓ Rust en ruimte
- ✓ Een combinatie van natuur en plezier door de uitgebreide natuurgebieden, het brede strand én het gevarieerde aanbod van horeca en activiteiten
- ✓ Texel is makkelijk te bereiken met de auto en wordt daarom verkozen boven de andere Waddeneilanden die moeilijker te bereiken zijn (en waar de overtocht duurder is)
- ✓ De overtocht is betaalbaar en duurt niet te lang
- ✓ Er kan fijn gefietst en gewandeld worden: de routes zijn tegenwoordig beter aangegeven
- ✓ Er hangt een gemoedelijke sfeer op het eiland; de bewoners zijn vriendelijk
- ✓ Een gevarieerd aanbod van restaurants, cafés en strandtenten, zowel qua keuken, prijs en sfeer
- ✓ Texel wordt omschreven als 'eigenwijs', waar niet alles is ingekaderd en men meer vrijheid ervaart dan bijvoorbeeld in de randstad.

“

Als je op Texel komt dan heb je het idee dat je adem kunt halen.

“

We zijn niet van die mensen die elke vakantie 1000 km gaan rijden. We zijn in twee uur op Texel en dan heb je het vakantiegevoel.

“

Het eiland is een soort pakketje: variatie tussen bos, winkelen en strand.

“

De Eilanders zijn nog altijd even aardig, net als vroeger.

“

Nauwelijks horizonvervuiling, er zijn geen flats. Dat maakt dat je er altijd tot rust komt.

“

Er staat niet overal wat je wel en niet mag, wat hier in de Randstad wel zo is.

“

Je kan er met de auto makkelijk rondrijden.

Minpunten Texel

Vooraf de drukte (en daarmee de stijgende prijzen) en de afname van de gemoedelijkheid worden genoemd

Desgevraagd komt er ook een aantal minpunten naar voren:

- ✗ Sommige plekken zijn te druk en te toeristisch; het is in de beleving van de bezoeker wat minder kneuterig geworden, iets wat Texel juist zo charmant maakt. Drukke heeft een negatief effect op de overall beleving van een bezoek aan Texel.
- ✗ Het publiek is veranderd. Waar eerst mensen met een modaal inkomen makkelijk op Texel terecht konden, is er in de beleving van de deelnemers nu vooral meer aanbod in het hogere segment. Daarnaast heeft corona ervoor gezorgd dat veel Nederlanders die normaal naar het buitenland gaan in eigen land op vakantie gingen.
- ✗ Men ervaart een toename van (gemotoriseerd) verkeer en de infrastructuur is aan onderhoud toe. Daarnaast is er weinig parkeerruimte, waardoor men in het hoogseizoen de auto niet overal kwijt kan.
- ✗ De prijzen zijn gestegen. Middensegment accommodaties en campings zijn duurder geworden, waardoor bezoekers zich gaan realiseren dat een vakantie naar een ander land misschien wel goedkoper is.
- ✗ Er is een toename van (grote) vakantieparken, terwijl juist de unieke, kleinschalige accommodaties aanspreken bij een deel van de bezoekers. Daarnaast zijn vakantiehuisjes geplaatst op campings waar men eerder terecht kon met eigen tent of caravan.
- ✗ Sommige accommodaties en horecagelegenheden zijn gedateerd en aan vernieuwing toe.
- ✗ De Koog wordt door een deel van de bezoekers vermeden vanwege de drukte en is in de beleving van deze bezoekers minder charmant dan andere dorpen.

“

Niets is echt meer uniek, het is echt toeristisch. Geen stukken waar niemand komt.

“

Het aanbod is veranderd naar meer luxe huizen, er komt nu heel ander volk dan tien jaar geleden. Ze hebben nu alle goedkope huisjes platgegooid en nu bouwen ze grote landhuizen.

“

Je ziet alleen nog maar dikke vette Audi's, een Peugeot 205 kom je niet meer tegen.

“

Straks heb ik er misschien niet meer zoveel plezier aan en dan kan ik beter naar Griekenland gaan voor die prijs.

“

Gemotoriseerd vervoer dat geluid maakt, dat vind ik wel vervelend en is toegenomen.

“

Die vakantieparken zijn er echt wel genoeg nu, het moet wel in evenwicht blijven.

“

De Koog is te toeristisch. Daar zitten te veel jonge mensen, het is te druk en het lijkt te veel op thuis.

Prijs/kwaliteit (1/3)

Bepaalde factoren hebben een sterk effect bij de beoordeling van de algehele prijs/kwaliteitverhouding

- Uit de data-analyse is gebleken dat de accommodatie, de horeca, de winkels en de diensten van VVV Texel meer dan andere aspecten impact hebben op de beoordeling van de algehele prijs/kwaliteitverhouding.
- Respondenten geven aan dat vooral de rust en natuur binnen een acceptabele afstand en hun eerdere positieve ervaringen op Texel bijdragen aan het feit dat ze graag geld uitgeven aan een vakantie op Texel.
 - Wel geven zij aan dat in het hoogseizoen er een slechte prijs/kwaliteit verhouding is. Dit geldt dan met name voor de accommodatie: hiervan is de kwaliteit vaak prima, maar de prijzen zijn in de beleving van de bezoekers buitensporig.
 - Enkele deelnemers hebben het niet getroffen met de accommodatie waar ze de laatste keer verbleven wat heeft gezorgd voor een lagere score op prijs/kwaliteit. Dit kan dan gaan om ventilatie, achterstallig onderhoud, een zeer gedateerde inrichting of geluidsoverlast.
- De meerderheid geeft aan in de toekomst ook naar Texel op vakantie te willen gaan en een deel heeft het volgende bezoek al gepland staan.
 - Wel geven de respondenten aan dat het de prijzen van accommodaties niet nóg hoger moeten worden, omdat dan een (vlieg)vakantie in het buitenland steeds aantrekkelijker wordt. Doordat de meeste respondenten al jaren op Texel komen, hebben zij de prijzen door de jaren heen aanzienlijk zien stijgen.
 - Als de meeste betaalbare accommodaties al volgeboekt zijn, geeft een deel aan uit te zullen wijken naar andere Nederlandse vakantiebestemmingen.

“

Ik denk dat het is wat je er aan uit wil geven, wij bereiden ons van tevoren wel voor wat we uit willen geven. Dit jaar willen we bijvoorbeeld parachutespringen, dan spaar ik daarvoor en ga ik iets anders niet doen.

“

Het is het waard omdat het dichtbij is.

“

Ons laatste huisje was vreselijk. Heel veel vocht. Mijn kinderen moesten gewoon op een matras met schimmel slapen.

“

Het was er zo gehorig dat wij de bovenburen goed konden verstaan.

“

Het wordt wel steeds moeilijker om iets te vinden wat groot genoeg is voor ons en voor een redelijke prijs. Je moet er echt vroeg bij zijn met boeken.

“

Stel we vinden niks of het is te duur dan ga ik ook graag naar Drenthe om te wandelen. We houden heel erg van de natuur.

Prijs/kwaliteit (2/3)

- **De accommodatie** vormt voor de respondenten het grootste zwaartepunt voor de prijs/kwaliteit verhouding. De belangrijkste reden om hier een lagere score op te geven, lijkt dan ook de toename van de prijzen voor accommodaties op Texel te zijn.
 - Het merendeel geeft aan dat een huisje niet luxe hoeft te zijn, als het maar schoon en compleet is voor een schappelijke prijs.
 - Rust en ruimte is daarnaast belangrijk voor de Texel-bezoeker. Te veel mensen op een park of in een complex waar men overlast van elkaar heeft, beïnvloedt de ervaring nadelig.
 - Kampeerders waarderen daarnaast ruime veldjes met goed gras, waar weinig overlast is van de omgeving.
- De kwaliteit en service van de **restaurants, cafés en strandpaviljoens** wordt vaak als een na belangrijkste factor genoemd voor een goede score op prijs/kwaliteit verhouding. Het is belangrijk om op vakantie ook goed te kunnen eten.
 - De respondenten zijn over het algemeen erg positief over de horeca op Texel en vinden de prijzen niet uitzonderlijk hoog, maar passend bij een vakantiebestemming.
 - De kwaliteit van het eten wordt als goed ervaren.
 - Het aanbod is gevarieerd, zowel qua keuken, prijs en sfeer.
 - Door de rust op het eiland heeft men ook minder het gevoel gehaast te zijn en is het niet erg om even te moeten wachten op het personeel als het druk is.
 - Het personeel blijft daarnaast vriendelijk en vrolijk, wat gewaardeerd wordt.
 - Sommigen zouden graag een meer biologisch of gezonder aanbod willen zien. De huidige keuken wordt door hen omschreven als 'gewoon en traditioneel'.

“*We hadden een bank, tafel, tv, keukentje. Het was schoon, dat vind ik belangrijk.*”

“*Het wordt steeds moeilijker om een simpele, betaalbaar huisje te vinden. Het aanbod wordt steeds luxer en duurder.*”

“*Ja een 7, omdat het hotel het dan naar beneden haalt. De restaurants waar we geweest zijn, waren super goed en de prijzen ook. Dat hotel was echt niet goed voor wat we ervoor hebben betaald.*”

“*Ja een acht zoals we daar vroeger zaten, maar als we nu naar El Dorado moesten dan zou de prijs/kwaliteit een drie zijn. Dat is van betaalbaar naar extreem duur gegaan.*”

“*Het is zo druk en ze zitten altijd met personeelstekort, maar ze blijven altijd vriendelijk.*”

“*De restaurants zijn echt wel goed en zijn hun prijs ook echt wel waard. Accommodatie en eten wegen het zwaarst voor de prijs/kwaliteit. Op vakantie wil je goed eten.*”

“*Wat meer biologisch of gezonder eten. Je hebt er niet echt experimentele keukens.*”

Prijs/kwaliteit (3/3)

- Het **winkelaanbod** op Texel is voldoende. Men verwacht niet dat er veel gewinkeld kan worden en stelt zich daar dan ook op in.
 - Vooral de typische Texel-winkeltjes worden door de respondenten benoemd als leuk en uniek. Hier kopen ze graag lokale producten zoals kaas, Skuumkoppe en schapenvachtjes.
 - Het aanbod van de (kleding)boetiekjes is goed: de Texel-bezoeker koopt hier graag wat.
 - Liever ziet de Texel-bezoeker geen grote ketens (Primark, Zara) verschijnen op het eiland, omdat ze deze al thuis hebben en dit de authenticiteit niet ten goede komt.
- De **voorlichting en diensten van VVV Texel** worden over het algemeen goed bevonden.
 - Men voelt een bepaalde veiligheid en zekerheid bij de VVV, waardoor ze er graag boeken. Ook de service (online, telefonisch) is prettig; de meesten hebben hier goede ervaringen mee.
 - Een enkeling maakt ook gebruik van krantjes met een overzicht van activiteiten en fiets- en wandelroutes die ze bij het kantoor op hebben gehaald. Dit wordt positief gewaardeerd, men wordt snel en vriendelijk geholpen.
 - Het Texel-paspoort wordt wisselend beoordeeld.
 - Voor een deel is het aanbod in het paspoort niet passend: er staan te veel luxe producten/diensten in of activiteiten die niet met het gezin kunnen worden ondernomen.
 - Anderen hebben gebruikgemaakt van enkele vouchers uit het paspoort
 - Sommigen geven ook aan dat ze vergeten het paspoort op te halen.

“*Er is weinig aanbod maar dat vind ik wel fijn. Ik vind het opmerkelijk dat er best leuke kledingwinkels zijn.*”

“*Geen ketens, die zijn er al genoeg in je eigen stad of dorp.*”

“*Als je naar Texel gaat moet je ook niet verwachten dat je er uitgebreid gaat shoppen.*”

“*Het is prettig, het geeft een soort basisvertrouwen. Heb ook altijd het idee dat het een onafhankelijke organisatie is die niet zijn eigen belangen opdringt.*”

“*Het ging echt super simpel. Ik kon alles makkelijk vinden op de site. Bij de VVV zelf ook word je vriendelijk geholpen. Goede ervaringen met de VVV. Ze geven ook goede tips. We hebben het paspoort ook gebruikt voor het museum.*”

“*Krantjes met informatie haal ik bij het VVV kantoor. Maar die zijn erg onoverzichtelijk. Er staat het aanbod voor de dag in, maar er staat bij elke dag hetzelfde. Dat vind ik erg saai. Na twee bladzijdes had ik er genoeg van.*”

A photograph of a woman in a black and white patterned jacket and glasses, looking upwards. She is standing in a busy city street with many blurred pedestrians in the background. The scene is set in front of a modern building with large glass windows. The lighting suggests it's daytime. A red diagonal graphic element is on the right side of the image.

Bijlagen



Bijlage

Onderzoekstechnische informatie - kwalitatief

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd op 8 en 9 maart 2022.

Methode respondentenselectie

Via een door VVV Texel beschikbaar gesteld klantenbestand.

Door inhouse respondentenselectiebureau M-Select, de community van Motivaction.

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek een incentive ontvangen.

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tot tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Hetzelfde geldt voor schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten. Een uitzondering vormen beeld- en geluidsopnames van respondenten, deze worden ten hoogste 6 maanden bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Wij verminderen onze footprint



Motivaction
is ISO 14001-
gecertificeerd



Motivaction
gebruikt
energiezuinige
auto's



Motivaction
gebruikt groene
stroom



Motivaction
gebruikt uitsluitend
papier met een FSC-
label

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl

www.motivaction.nl

Weet wat mensen drijft.

motivaction
insights and strategy