



## Een verschillend uitgavenpatroon van toeristen op verschillende vakantieparken in de provincie Drenthe

---

Een vergelijking van de uitgaven van toeristen op een park met veel faciliteiten en toeristen op parken met minder faciliteiten gelinkt aan het gemeentelijk beleid.



*Afbeelding 1: Impressie van Het Timmerholt op 26 November 2017*

**Door: Edo Pot, S2777878**  
**21-1-2018**  
**Rijksuniversiteit Groningen**

## Samenvatting

Dit onderzoek gaat over vakantieparken op het platteland in Drenthe en het verschil in uitgaven in de omgeving van de toeristen op die parken. De gemeentes krijgen zo een beeld van het uitgavenpatroon van de toerist op het vakantiepark in hun gemeente en het gemeentebestuur kan worden aangepast op de realiteit. Er worden in dit onderzoek twee soorten parken vergeleken in de provincie Drenthe, maar beide in andere gemeentes. Enerzijds is dit een park met veel faciliteiten, 'het Hof van Saksen' wat ligt in de gemeente Aa en Hunze, anderzijds parken met weinig faciliteiten. Deze parken zijn 'Het Hart van Drenthe', 'Het Timmerholt' en 'Het Drentse Wold', gelegen in de gemeente Midden-Drenthe. Door middel van literatuuronderzoek, beleidsstukken van de gemeente en enquêtes wordt de hoofdvraag *"In hoeverre is er verschil in uitgaven in de omgeving van toeristen op een vakantiepark met veel faciliteiten en toeristen op een vakantiepark met weinig faciliteiten?"* beantwoord. Uit de enquêtes kwam naar voren dat de toeristen van het park met veel faciliteiten de neiging hebben meer op het park te blijven. Dit is een vrij sterk verband, aangezien het bij meerdere variabelen naar voren komt. Zo aten de toeristen op het park met meer faciliteiten vaker op het park zelf en deden zij daar ook significant vaker boodschappen. Verder blijkt dat beide gemeentes toerisme op verschillende manieren promoten, maar dat deze promotie niet efficiënt was voor de toeristen op de vakantieparken. Om meer van de toeristen te kunnen profiteren, moeten ze van de parken af worden gelokt. Beide gemeentes willen dit proberen te realiseren, zo blijkt uit hun beleidsstukken. Het gemeentelijke beleid strookt dus met de werkelijke situatie in hun gemeente. Aangezien dit onderzoek alleen plaats vond in het najaar is er voor een algehele conclusie vervolgonderzoek in andere maanden gewenst op dezelfde parken. Dan kan er daadwerkelijk iets worden gezegd over de uitgaven van toeristen op de vakantieparken in Drenthe door het jaar heen

# Inhoudsopgave

Samenvatting .....	2
1. Introductie .....	4
1.1 Achtergrond en onderzoeksprobleem .....	4
1.2 Relevantie en Structuur .....	5
2. Theoretisch kader .....	6
2.1 Plattelandstoerisme .....	6
2.2 Beleidsadvies en marketingstrategieën .....	6
2.3 Casestudy Portugal .....	7
3. Conceptueel model .....	9
4. Hypotheses .....	9
5. Methodologie .....	10
5.1 Beantwoorden van de hoofdvraag .....	10
5.2 Data-verzameling .....	11
5.3 Data-analyse .....	12
6. Beleidskader .....	13
6.1 Beleid Gemeente Midden-Drenthe .....	13
6.2 Beleid Gemeente Aa en Hunze .....	13
7. Resultaten enquêtes .....	14
7.1 Steekproefbeschrijving .....	14
7.2 Uitgaven .....	14
7.3 Reden bezoek en bekendheid met het park .....	18
8. Discussie .....	19
9. Conclusie .....	20
Bronnenlijst .....	21
Bijlage 1: Enquête .....	22
Bijlage 2: Omschrijving Vakantieparken .....	28
Hof van Saksen .....	28
Het Hart van Drenthe .....	29
Vakantiepark Het Timmerholt .....	29
Het Drentse Wold .....	30
Bijlage 3: Statistisch significante resultaten .....	31
Mann-Whitney Test .....	31
Kruistabellen Chi-Kwadraattoets .....	31
Beschrijvende statistiek: Totale aantal uitjes .....	38

# 1. Introductie

## 1.1 Achtergrond en onderzoeksprobleem

Overheidsinstanties schrijven in hun beleidsstukken over hoe toerisme een gebied kan helpen aan werkgelegenheid en hoe goed toerisme is voor de gemeenschap (Ribeiro en Marques, 2002). Dit kan kloppen, maar dragen de desbetreffende vakantieparken hier ook aan bij? In een nieuwsbericht van RTV Drenthe van 25 juli 2017, wordt benoemd dat Drenthe in de zomer van 2017 “erg in trek was” bij toeristen. Het ‘Hof van Saksen’ zat bijvoorbeeld helemaal vol en ook andere parken in de omgeving trokken meer bezoekers. Een positieve ontwikkeling voor de vakantieparken, maar dit onderzoek probeert te bekijken of de toerist van het vakantiepark ook echt de omgeving in gaat zodat deze ook profiteert van de toerist.

Wat dit onderzoek probeert te bereiken is de relatie of juist de grens tussen het vakantiepark en de omgeving bloot te leggen. Als het goed gaat in het Hof van Saksen, gaat het toeristisch gezien dan goed in Drenthe? Komen de toeristen dus voor het vakantiepark of voor de omgeving?

Door middel van achtergrondonderzoek naar het beleid op gebied van toerisme van beide gemeentes, literatuuronderzoek over toerisme en afgenomen enquêtes in de bovengenoemde vakantieparken zal de volgende onderzoeksvraag beantwoord proberen te worden.

### Hoofdvraag:

*“In hoeverre is er verschil in uitgaven in de omgeving van toeristen op een vakantiepark met veel faciliteiten en toeristen op een vakantiepark met weinig faciliteiten?”*

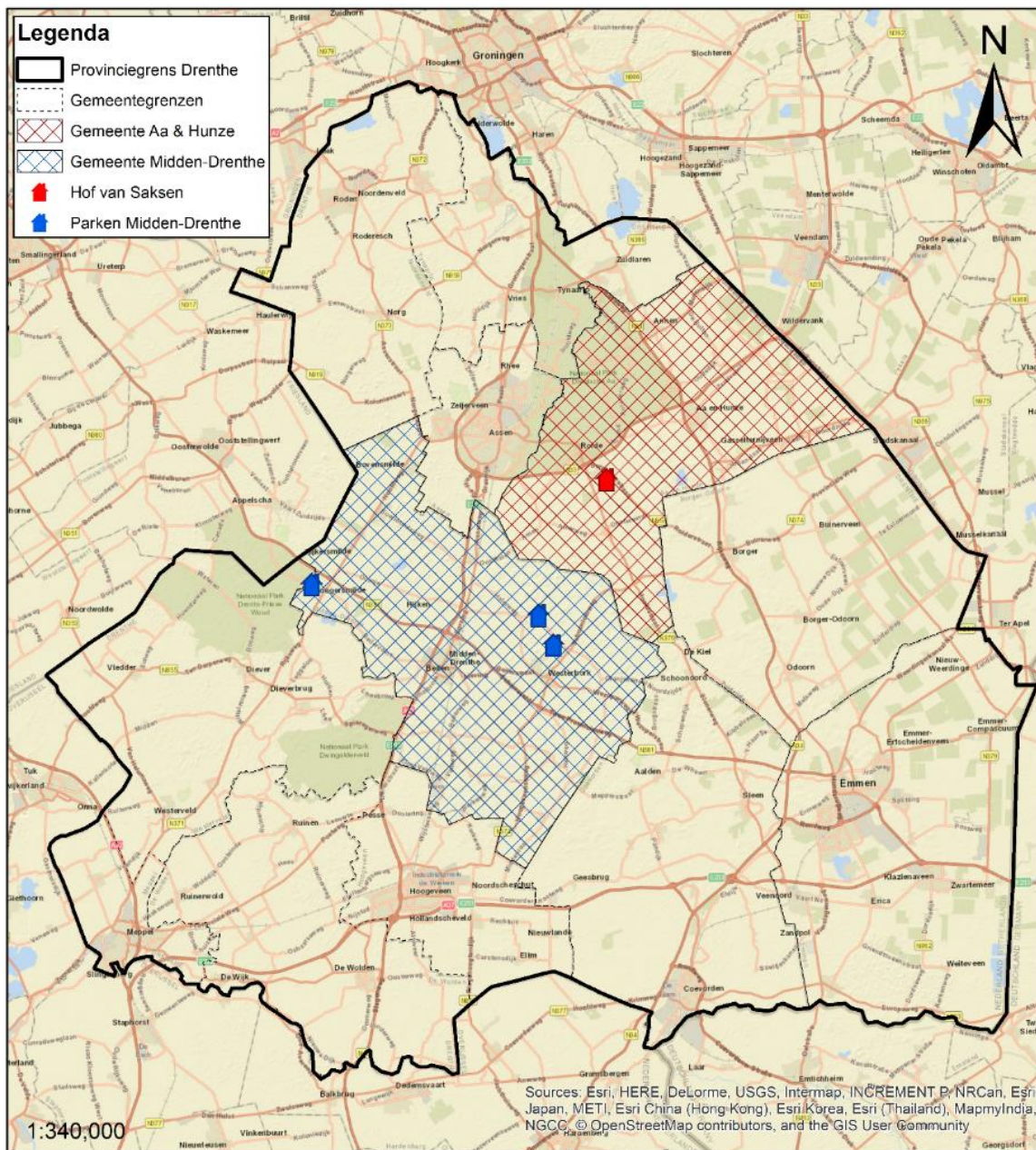
### Deelvragen:

*Wat doen de gemeentes waar de parken in liggen om toerisme in het gebied te promoten?*

*Waar en waaraan geven de toeristen van beide parken hun geld uit tijdens hun vakantie?*

## 1.2 Gebiedsbeschrijving

Het onderzoek vindt plaats op verschillende vakantieparken in de provincie Drenthe. Enerzijds is daar een park met veel faciliteiten in de gemeente Aa & Hunze, ‘Het Hof van Saksen’. Dit park beschikt over onder meer 5 restaurants, zwembaden, een supermarkt en verschillende ‘educatieve kids academies’. Anderzijds worden parken in de gemeente Midden-Drenthe met minder faciliteiten bekeken. Dit zijn ‘Het Hart van Drenthe’, ‘Het Timmerholt’ en ‘Het Drentse Wold’. Op afbeelding 2 is te zien waar de betreffende parken liggen. Er is bewust voor deze twee gemeentes gekozen omdat de afstand tot de steden Assen en Beilen ongeveer gelijk is zodat de externe factoren weinig verschillen.



Abbeelding 2: Het onderzoeksgebied (ESRI et al., 2017)

### 1.3 Relevantie en Structuur

Dit onderzoek hoopt bij te dragen aan de interactie tussen het gemeentebeleid en de realiteit om zo in de toekomst eventueel een meer realistisch beleid op te kunnen stellen. Een dergelijk onderzoek ontbreekt momenteel voor de provincie Drenthe en is dus wetenschappelijk relevant. Het biedt inzicht op het werkelijke leefpatroon van de toerist op het vakantiepark in Drenthe.

Om tot een conclusie van dit onderzoek te komen, is allereerst literatuuronderzoek nodig en vervolgens moet het gemeentebeleid van de Gemeentes Aa en Hunze en Midden-Drenthe uiteengezet worden. Ten eerste moet geschetst worden wat het beeld is dat toeristen hebben bij het platteland en waarom toeristen hier hun vakantie willen doorbrengen. Zo wordt er een kader geschetst voor dit onderzoek en met die kennis kon er een enquête worden opgesteld. De resultaten van die enquêtes worden vervolgens geanalyseerd en gekoppeld aan de theorie. Het theoretisch kader biedt onderbouwing voor dit onderzoek.

## 2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste theorieën besproken die relevant worden geacht voor dit onderzoek. Allereerst zal 'plattelandstoerisme' en de perceptie van toeristen over het platteland worden besproken. Vervolgens worden enkele theorieën over toerismebeleid en marketing uiteengezet, die gelinkt kunnen worden aan de beleidsstukken van de gemeentes Midden-Drenthe en Aa & Hunze. Ten slotte zal een casestudy over toerisme op het platteland in Portugal besproken worden en gekeken hoe deze gekoppeld kan worden aan dit onderzoek naar toerisme op vakantieparken in Drenthe.

### 2.1 Plattelandstoerisme

Haartsen et al. (2003) hebben onderzoek gedaan naar representaties van het platteland en concludeerden dat die op dat moment verschilden per leeftijdsgroep. Ook merkten zij op dat er diverse representaties gebruikt werden door gemeentes voor marketing op het platteland. Dit werd onder andere gedaan om het plattelandstoerisme te stimuleren (Brouwer, 1997 & Kneafseys, 1998, in Haartsen et al, 2003). Dit is interessant om te vergelijken met de marketingstrategieën van de gemeenten in dit onderzoek. Verder constateren Haartsen et al. dat ondernemers in toerisme een nostalgische en traditionele representatie van het landelijke creëren voor commerciële doeleinden. Als gevolg daarvan verwachten toeristen dat deze gebieden overeenkomen met de flyers en andere marketingberichten. Zulke commerciële representaties worden zo opgedrongen aan de lokale bevolking. De representaties van andere groepen wordt genegeerd, terwijl die beelden wel degelijk bestaan. Er wordt gekozen voor een eendimensionale representatie van het platteland (Haartsen et al, 2003).

De gevolgen hiervan voor het platteland zijn onderzocht door Huang en Stewart (1996). Zij schrijven over de gevolgen van de groei van plattelandstoerisme. Volgens hen zorgt het voor een meer diverse plattelandsgemeenschap, zorgt het voor een overeenstemmend 'ideaalbeeld' van de gemeenschap en helpt het de gemeenschap dichter bij elkaar te brengen door dit ideaalbeeld te promoten. Uit beide artikelen kan worden opgemaakt dat de perceptie van het platteland door 'niet-plattelanders' dus een belangrijke rol kan spelen in wat er gebeurt op het platteland. Daarnaast zijn stedelijke toeristen geïnteresseerd in de traditionele economie en geschiedenis van het platteland volgens Haartsen et al. (2003). Een theorie die kan worden vergeleken met de resultaten uit de enquête en het gemeentelijk toerismebeleid.

### 2.2 Beleidsadvies en marketingstrategieën

In 1987 schreven Ashworth en Bergsma een artikel met adviezen voor toerismebeleid. Zij merkten hierin op dat de politiek mee moest gaan in haar beleid met de veranderingen in de demografie en in de sociaaleconomische conditie van een land. Hun artikel heeft specifiek betrekking op Nederland en is daarom bruikbaar voor dit onderzoek. Zij definieerden de Nederlander als een vakantie-georiënteerd persoon: destijds had Nederland een van de hoogste aandelen in toerisme wereldwijd. Deze vakanties waren echter wel vaak naar het buitenland. Ashworth en Bergsma bedachten een theorie om het aandeel binnenlandse vakanties te bepalen waar een overheid rekening mee kon houden. Het aandeel binnenlands toerisme is hoger als het inkomen eerlijker verdeeld is over een land (Van Soest en Kooreman, 1986, in Ashworth en Bergsma, 1987). Ook moet worden gekeken naar het aandeel van gepensioneerden in de maatschappij en de toenemende vrije tijd van mensen (Ibid.). Dit blijft echter voorspelbaar op lange termijn, mede vanwege het 'leeftijdseffect' of het 'cohort-effect' wat op kan spelen (Haartsen et al. ,2003). Ten slotte concludeerden Ashworth en Bergsma dat het essentieel is voor instanties om samen te werken. Daarnaast moet de machtsbalans tussen nationale en lokale plannen voor de toeristische sector worden gevonden (Ashworth en Bergsma, 1987).

Een onderzoek uit 1989 van Gilbert over marketing van plattelandstoerisme sluit zich hierbij aan. Hij benadrukt dat de sector zich aan moet passen aan de veranderende vraag, maar oppert wel voorzichtigheid. Toerisme is immers een publiek product, wat het kwetsbaar maakt. Er is toegang voor iedereen die het wil, terwijl iedereen de hoogste kwaliteit wenst. Dit gaat niet samen. Bij meer toeristen gaat de kwaliteit van het product omlaag.

Marketing kan hierin helpen om de kwaliteit van het plattlandsgebied te waarborgen én het gebied te ontwikkelen. Hiervoor is het nodig dat het gebied varieert in haar economie zodat het minder afhankelijk is van externe factoren (Gilbert, 1989).

Daarnaast merkt Gilbert op dat de sector bestaat uit kleine ondernemingen die gebaat zijn bij regelgeving en hulp van de overheid. Samenwerking om de sociale netwerken te versterken en een goede infrastructuur zijn essentieel. Zo kan een leegloop worden voorkomen. Een gebied moet zich in het beleid tot doel stellen om de welvaart te vergoten en banen te creëren. Verder moet het gebied zichzelf analyseren en een sterkte/zwakteanalyse maken. “Waar liggen de kansen?” en “waar moeten we op verbeteren?” zijn vragen die gesteld kunnen worden. Ten slotte kan marketing effectief ingezet worden op het platteland, maar moet er wel rekening worden gehouden met de gemeenschap en de omgeving (Ibid.).

Hospers (2011) beschrijft in zijn artikel hoe marketing wordt ingezet om populatieafname in een gebied tegen te gaan. Marketing wordt ingezet om mensen naar en gebied te laten verhuizen op dezelfde manier als het wordt ingezet om toeristen te trekken. Gemeentes hopen dus dat toeristen misschien wel in hun gebied willen komen wonen. De aandacht bij marketing moet gericht zijn op het unieke identiteit van die plek en de visuele representaties daarvan. Toeristen zoeken immers naar beelden die sociaal geconstrueerd zijn. Ze zijn eenvoudig te manipuleren door middel van marketing en kunnen dus ook eenvoudig aangetrokken worden (Urry, 1990, in Hospers, 2011). Dit sluit aan bij wat Haartsen et al. schreven over eendimensionale representaties die worden ingezet voor commerciële doeleinden.

Enkele problemen van marketing voor een plaats zijn dat een plaats verschillende betekenissen kan hebben voor verschillende mensen, dus dat er ook verschillende marketingstrategieën nodig zijn. Verder is een gebied volgens Hospers ‘fuzzy’, wat erop neerkomt dat de grenzen van een gebied vaag zijn. Het gepromote gebied is daardoor niet altijd hetzelfde als het geconsumeerde gebied (Hospers, 2011).

Gemeenten kunnen zich beter richten op het behouden van de huidige inwoners dan op het aantrekken van nieuwe. Daarvoor moeten de wensen van de inwoners zwaarder wegen, dan die van buitenstaanders. Ditzelfde geldt voor toeristen. Het is belangrijker om toeristen terug te laten keren, dan nieuwe aan te trekken. Een universele marketing wet luidt immers: “het is eenvoudiger om klanten te behouden, dan nieuwe aan te trekken” (Ibid.) Deze theorieën zijn relevant voor het onderzoek om te bekijken op welke manieren de gemeenten toerisme promoten en of zij dat wel op de beste manier doen.

### 2.3 Casestudy Portugal

Relevant voor dit onderzoek is het onderzoek van Ribeiro en Marques uit 2002. Zij hebben de relatie bekeken tussen de retoriek van overheidsinstanties en de praktijk van toerisme op het platteland. Dit is relevant voor dit onderzoek omdat de insteek van het onderzoek overeenkomt. Er wordt eveneens een vergelijking gemaakt tussen beleidsstukken en de werkelijke situatie.

Overheden zien toerisme als hét middel om zogenaamde ‘less favoured regions’ te redden (LEADER, 1993, in Ribeiro en Marques, 2002). Het zou werkgelegenheid bevorderen en het inkomen in het gebied verhogen. Daarnaast zou het een boost geven aan andere sectoren in het gebied. Ribeiro en Marques vonden echter wat tegenstellingen tussen deze retoriek en de werkelijkheid. Zij bekeken enkele regio’s in Midden Portugal en analyseerden de situatie nadat de overheid er een toeristische sector van had proberen te maken. Deze zag namelijk dat het slecht ging in deze regio’s. Er waren weinig kansen op de arbeidsmarkt en mensen trokken weg uit het gebied. Dit zijn problemen die niet alleen dit gebied treffen, maar gevolgen hebben voor de hele maatschappij (Ribeiro en Marques, 2002). Toerisme wordt door de overheid gepresenteerd als het economische wondermiddel, wat het gebied er weer bovenop kan helpen (Marcouiller, 1997, p.337 in Ribeiro en Marques, 2002). Het zou bijdragen aan de werkgelegenheid, is een groeisector en diversifieert de economie (Bontron en Lasnier 1997 in Ribeiro en Marques, 2002). Kortom, toerisme wordt als meest effectieve manier

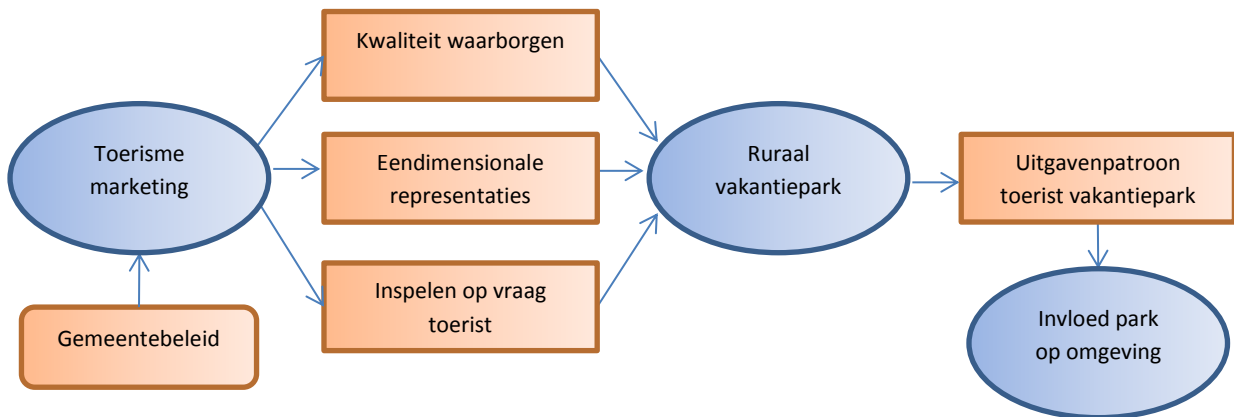
beschouwd om het gebied te revitaliseren. Deze benadering is al in meer gebieden gekozen en is volgens de EU de sleutel tot de toekomst. "Toerisme is heiligverklaard" (Ribeiro en Marques, 2002).

Ribeiro en Marques bekeken vervolgens wat er in de praktijk gebeurde. Ze zagen dat in de betreffende gebieden landbouw nog een grote sector is. Die sector kan gebruikt worden als toeristische trekpleister. Toeristen willen graag zien waar hun producten vandaan komen, dat is goed zichtbaar in de landbouwsector. Volgens dit onderzoek profiteert maar een deel van de gemeenschap van toerisme, namelijk de 'upper-class'. Zij voldoen als enige aan de voorschriften van het toerismebeleid waardoor zij als enige toeristen mogen ontvangen in hun Bed & Breakfasts. De eigenaren zijn echter vaak ongeschoold en missen de kennis en kwaliteiten van de toeristenbranche. De kwaliteit is dus laag, onprofessioneel en biedt weinig carrièremogelijkheden. Dit staat in contrast met de aanbevelingen van de Europese Unie. Uiteindelijk is het vaak de boerenknecht die in het hoogseizoen het toeristenwerk op zich neemt, wat de kwaliteit niet ten goede komt. De plattelandstoerist geeft gemiddeld gezien minder geld uit dan de stedelijke toerist. Het zijn ander type toeristen, die minder geld uitgeven op hun vakantie. Dit heeft niks met de toerist zelf te maken, maar met het feit dat het gebied te weinig te bieden heeft om geld aan uit te geven. Het gebied moet dus eerst zelf ontwikkelen, wil het meer geld binnen krijgen (Ibid.).

Concluderend zijn in dit geval de verwachtingen die gesteld worden bij het beleid te hoog en is het economisch effect kleiner dan gewenst. Het optimisme rondom toerisme in deze gebieden mag dus wel wat minder (Ibid.). Ribeiro en Marques pleiten voor meer empirisch onderzoek naar dergelijke zaken, wat met dit onderzoek naar toerisme in Drenthe dus gaat gebeuren. Het is echter wel zo dat de gebieden in beide onderzoeken niet geheel overeenkomen. Drenthe is bijvoorbeeld geen 'Less Favoured Region' (CORDIS, 2008). Het kan wel tot de periferie van Nederland worden gerekend, maar de situatie van Drenthe is minder extreem dan die in Portugal (CBS, 2016 in Waar staat je provincie, 2018) (Eurostat, 2018). Enige nuance is dus op zijn plaats. Toch is met name de insteek van het werk van Ribeiro en Marques interessant voor dit onderzoek, omdat het eveneens de link probeert te leggen tussen de theorie en werkelijkheid.



### 3. Conceptueel model



Figuur 1: Conceptueel model

Het gemeentebeleid wordt bestudeerd en vergeleken met de theorieën over toerisme marketing. Met die vergelijking kan de eerste deelvraag beantwoord worden. Door literatuuronderzoek werden de wensen van de toerist en de toeristenindustrie achterhaald. Vervolgens werden de specifieke wensen van de toeristen op de vakantieparken in Drenthe bevraagd in een enquête, waarbij ook naar hun uitgavenpatroon gevraagd werd. Op basis daarvan kan iets gezegd worden over de het uitgave patroon van de toerist en de invloed die de toeristen van de parken hebben op hun omgeving.

### 4. Hypotheses

Verwacht wordt dat de impact van de toeristen van Het Drentse Wold op de bedrijvigheid in de omgeving groter is dan Het Hof van Saksen. Dit omdat de toeristen op het Hof van Saksen waarschijnlijk bijna al hun uitgaven op het park zelf doen (CBS, 2016).

Alle faciliteiten zijn op Het Hof van Saksen aanwezig en de toerist hoeft in principe het park niet af. Bij Het Drentse Wold, Het Timmerholt en Het Hart van Drenthe is dit wel het geval. Boodschappen, uit eten en andere activiteiten kunnen wel op het park gedaan worden, maar in beperkte mate. De kans dat toeristen van deze parken meer consumeren buiten het park wordt dus groter geacht.

**H0: Er is geen verschil in uitgaven in de omgeving tussen toeristen van beide soorten parken.**

**H1: Toeristen op de parken met minder faciliteiten hebben significant meer uitgaven in de omgeving.**

## 5. Methodologie

In dit hoofdstuk wordt de gebruikte methodologie uitgelegd en de risico's voor de betrouwbaarheid die deze met zich meebracht. Vervolgens wordt beschreven hoe de resultaten geanalyseerd konden worden met behulp van statistiek.

Toeristen op de parken werden door middel van een enquête bevraagd over hun uitgavenpatroon om duidelijk te krijgen wat de invloed van de toerist op de nabije bedrijvigheid is. Verder worden gegevens van het Centraal Bureau van de Statistiek en gemeentelijke stukken geraadpleegd. Ook wordt er bekeken wat de verschillen zijn in faciliteiten tussen beide parken (bijlage 2) om uiteindelijk tot een gegronde conclusie van de hoofdvraag te kunnen. De hoofdvraag is beantwoord op basis van literatuuronderzoek, beleidsdocumenten van de gemeenten en enquêtes in beide vakantieparken. Een risico bij het uitvoeren van de enquêtes is dat een deel van de mensen tijdens het enquêteren niet op het park zijn. Terwijl dat juist de doelgroep is die nuttig is voor het onderzoek. Dit probleem werd opgelost door op meerdere tijdstippen op de dag op hetzelfde park te enquêteren. Zo kwam er een gevarieerder aanbod aan respondenten uit.

Aangezien 'Het Hof van Saksen' een stuk groter is dan de drie parken in Midden-Drenthe is er voor gekozen om in Midden-Drenthe drie verschillende parken te onderzoeken met ongeveer dezelfde kenmerken. Namelijk; kleinschalige parken met weinig faciliteiten op het park zelf. Zo zijn de populaties van beide groepen weer gelijk. Het enquêteren vond plaats aan het einde van oktober, in november en begin december. Gezien het koudere weer in deze tijd van het jaar, brengt dit een ander soort toerisme teweeg dan in de zomermaanden. Mensen willen in deze maanden misschien het park helemaal niet af. Wellicht hebben de toeristen die aanwezig waren bewust gekozen voor een park waar veel te doen was. Dit kan dus vertekening hebben gebracht voor het onderzoek. In het voorjaar of in de zomer kunnen de resultaten anders zijn vanwege het andere weer en het ander soort toerisme dat hiermee gepaard gaat. Er kan dus alleen iets gezegd worden over het toerisme op de vakantieparken in oktober tot en met december.

Ook was de kans op non-respons aanwezig. Mensen werden immers benaderd in hun privésfeer tijdens hun vakantie. Niet iedereen wilde meewerken aan het onderzoek, mede omdat gevraagd werd naar gevoelige informatie. Respect voor beslissingen van de respondenten was essentieel en de privacy van de respondenten diende gewaarborgd te worden. Dit werd gedaan door de enquêtes anoniem en vrijwillig in te laten vullen. Daarnaast moest duidelijk zijn waar het onderzoek toe dient en moest de respondent op elk moment van het onderzoek kunnen bepalen om niet meer mee te willen werken (Hay, 2010).

De enquêtes zijn geanalyseerd met behulp van SPSS. Hierin zijn de variabelen over de dagbesteding en het uitgavenpatroon bekeken. Ook wordt er gevraagd naar 'bestede tijd op het park', waaruit een beeld komt over het leefpatroon van de toerist. Voor het enquêteren is eerst toestemming gevraagd aan de parken om op hun terrein onderzoek te doen. Die toestemming werd door alle parken verleend.

### 5.1 Beantwoorden van de hoofdvraag

De eerste deelvraag wordt beantwoord met behulp van literatuuronderzoek en door beleidsstukken van de betreffende gemeentes. Daarnaast zitten er in de enquête enkele vragen die op deze deelvraag slaan. Met de enquête wordt namelijk duidelijk in hoeverre de marketingplannen van de gemeente nut hebben gehad bij deze toeristen. Verder wordt gevraagd naar de reden waarom voor het park is gekozen, om een beeld te krijgen waarom de toerist naar het park is gekomen.

Met de variabelen in de enquête kan voornamelijk een antwoord worden gevonden op de tweede deelvraag: *"Waar geven toeristen van beide parken hun geld uit tijdens hun vakantie?"* Eerst wordt er inzicht verkregen in de duur van de vakantie en enkele kenmerken van de toerist. Vervolgens staan er vragen in de enquête die

slaan op de dagbesteding van de toerist. Zoals waar de toerist boodschappen doet en waar die in de avond eet. Ook de vraag over de besteedde tijd op het park is erg nuttig om de hoofdvraag te beantwoorden. Zo kan blijken dat de bezoekers van het ene soort park meer tijd besteden op het park dan de bezoekers van het andere soort park.

## 5.2 Data-verzameling

De participanten van de enquêtes werden op 'Het Hof van Saksen' door middel van 'random sampling' benaderd. Dit werd op verschillende momenten van de dag en op verschillende dagen gedaan om zo veel mogelijk respondenten te krijgen en bias te voorkomen.

De enquêtes op 'Het Hof van Saksen' werden afgenomen in een gebouw waar het speelparadijs 'Harrewar' gevestigd was. Hier zaten veel ouders en families langs de kant, terwijl hun kinderen aan het spelen waren. Hierdoor waren de respondenten eenvoudig benaderbaar en konden in korte tijd veel enquêtes ingevuld worden. Er bestaat echter een gevaar voor de betrouwbaarheid van deze enquêtes. Aangezien deze respondenten zich allen op het park bevonden en hoogstwaarschijnlijk kleine kinderen hebben, bestaat de steekproef uit veelal dezelfde soort toeristen. Er worden juist die mensen ondervraagd die zich op het park bevinden. De mensen die eropuit zijn, komen op deze manier niet in het onderzoek voor. Voorzichtigheid bij het analyseren van de enquêteresultaten is dus geboden omdat bias aannemelijk is. Zoals op afbeelding 3 te zien, was het druk op 'Het Hof van Saksen' in november.



*Afbeelding 3: Druk op de parkeerplaats van Het Hof van Saksen op 6 november 2017*

Bij de vakantieparken in Midden-Drenthe werd een andere methode gebruikt. Vanwege de lage bezettingsgraad van de parken op het moment van bezoek werd besloten om enquêtes bij de receptie achter te laten. In overleg met de receptiemedewerkers werd afgesproken dat de bezoekers bij inchecken of uitchecken gevraagd werd om de enquête in te vullen. Aangezien deze methode eerst weinig respons opleverde, is ervoor gekozen om ook een online enquête via Thesistools te gebruiken. Deze is in verschillende

Facebookgroepen en op de Facebookpagina's van de betreffende parken geplaatst. Als toevoeging op de schriftelijke enquête begon deze online enquête met een uitsluitingsvraag: 'Heeft u recent op een vakantiepark in Midden-Drenthe verbleven'. Was het antwoord hierop negatief, dan stopte de vragenlijst daar. Zo werd vastgesteld dat alle ingevulde online enquêtes klopten.

De matige respons op de enquêtes is te wijten aan de lage bezetting van de vakantieparken in november. Volgens de eigenaar van de 'Het Drentse Wold' zijn de zes weken voor Kerst en de zes weken na Kerst de rustigste weken van het jaar. Ook uit gegevens van het CBS (2017) blijkt dat november een van de rustigste maanden is op vakantieparken in Nederland. Dit verklaart de verlaten parken in Midden-Drenthe tijdens dit onderzoek. In de Kerstvakantie werd het weer drukker op de parken, waardoor dat weer een geschikt moment was om enquêtes af te nemen. Dit is echter weer een ander soort toerisme dan in de eerdere steekproef waardoor het onderzoek enigszins vertekend is. In tabel 1 is verduidelijkt hoe de data is verzameld op de verschillende parken.

Vakantiepark	Manier van enquêteren	Data	Aantal enquêtes
Het Hof van Saksen	Bezoekers aanspreken	30-10-2017 14:00-16:00	25
Het Hof van Saksen	Bezoekers aanspreken	6-11-2017 12:00-13:00	15
Het Hof van Saksen	Bezoekers aanspreken	6-11-2017 16:00-16:30	10
Het Timmerholt	Enquête bij receptie	6-11-2017 tot 4-1-2018	19
Het Hart van Drenthe	Enquête bij receptie en bezoekers aanspreken	6-11-2017 tot 4-1-2018	5
Het Drentse Wold	Enquête bij receptie en bezoekers aanspreken	6-11-2017 tot 4-1-2018	11
Timmerholt, Hart van Drenthe en Drentse Wold	Online enquête via Thesistools	15-11-2017 tot 18-12-2017	3

Tabel 1: Data-verzameling

De verschillende manieren van data-verzameling kan vertekening opleveren. Door het enquêteren aan de diverse receptionisten over te laten en door een online enquête te gebruiken, kon niet meer worden ingeschat hoe betrouwbaar de enquêtes waren. Er moet hier worden uitgegaan van de eerlijkheid van de respondenten, maar enige voorzichtigheid is op zijn plaats.

### 5.3 Data-analyse

In dit onderzoek zijn 2 ongepaarde groepen vergeleken. Enerzijds de toeristen van een park met veel faciliteiten, Het Hof van Saksen, en anderzijds toeristen van parken met weinig faciliteiten, de parken in Midden-Drenthe. Toetsen die 2 ongepaarde groepen vergelijken zijn de Mann-Whitney U toets voor ratio waarnemingen en Chi-kwadraattoets of Fisher's exact toets voor nominale en ordinale waarnemingen. De Chi-kwadraattoets mag niet worden gebruikt als de verwachte waarde bij meer dan 20% van de gevallen lager dan 5 is. Dit is een enkele keer het geval, waardoor de Fisher's exact toets gebruikt moest worden.

## 6. Beleidskader

Om tot een antwoord van de eerste deelvraag te komen wordt hier het toerismebeleid van beide gemeenten uiteengezet en vervolgens in de discussie gekoppeld aan de theorie en de enquêteresultaten.

### 6.1 Beleid Gemeente Midden-Drenthe

De gemeente Midden-Drenthe heeft in 2008 een document opgesteld waarin de visie op het gebied van Recreatie en Toerisme voor de jaren 2008-2017 wordt uiteengezet. Zij benoemen daarin factoren waar rekening mee moet worden gehouden en geven aan waar hun kansen liggen.

Ten eerste heeft toerisme in Midden-Drenthe een positief effect op de werkgelegenheid, woonfunctie en leefbaarheid van de gemeente. Om dit te behouden geven ze aan dat ze als gemeente het ondernemerschap en ontwikkelingsperspectief moet blijven stimuleren en faciliteren. Vervolgens worden de sterke punten van de gemeente benoemd. Zo heeft het een aantrekkelijk cultureel erfgoed, is het 'Het groene Hart van Drenthe', hebben ze cultuurhistorische bezienswaardigheden, recreatieplassen en voormalig kamp Westerbork trekt jaarlijks veel toeristen.

Er wordt erkend dat door veranderingen in de maatschappij er een steeds sterkere behoefte aan recreatieve voorzieningen is en zij daarop in moeten spelen. Het platteland is veranderd van productie naar consumptieruimte. De landbouwsector en toerismesector moeten elkaar hierin dus versterken en dit biedt kansen voor grootschalige ontwikkelingen. Daarnaast pleit de gemeente voor het behoud of verbetering van de leefbaarheid, cultuur, werkgelegenheid en economische vitaliteit. Toerisme moet zorgen voor extra draagvlak voor voorzieningen in de nabije omgeving. De gemeente geeft ondernemingen de ruimte en gaan niet bij voorbaat nieuwe recreatieplannen verbieden. Ze pleit hier voor een goede mix van voorzieningen. Ook zijn er kansen voor dagrecreatie; het aanbod op dat gebied is nog niet erg breed en daarom zijn ontwikkelingen daarin wenselijk.

Een goede samenwerking tussen diverse instanties bevordert het toerisme. Volgens het rapport 'Natuurlijke Recreatie Drenthe' (september 2007, in Gemeente Midden-Drenthe, 2008) heeft de gemeente goede mogelijkheden voor ontwikkeling van recreatie in combinatie met landschapsverbetering. Om promotie van het gebied te bevorderen wordt gepleit voor een kwaliteitsteam en is een marketingplan gestart. Een lokaal informatiepunt en goede samenwerking tussen de verschillende partijen zijn hierin essentieel (Gemeente Midden-Drenthe, 2008).

### 6.2 Beleid Gemeente Aa en Hunze

In 2015 is er door de gemeente Aa en Hunze een Nota Toeristisch beleid geschreven voor de jaren 2015-2019. Hierin benoemt de gemeente de huidige stand van zaken en de pijlers voor de komende jaren. Zo vindt de gemeente dat het profiel van belangrijke recreatiegemeente versterkt moet worden. De gemeente Aa en Hunze moet hét recreatiegebied van Noord-Drenthe worden. Daarom zijn de ontwikkelkansen voor bedrijven verruimd, is de toeristische informatievoorziening opnieuw vormgegeven en is het promoten van de regio opgepakt. Met als gevolg dat de sector een impuls heeft gekregen.

De gemeente beschikt over onder meer het Boomkroonpad en pretpark Drouwenerzand. Er mag van de gemeente best wat toegevoegd worden aan dit aanbod, maar dan moet het wel onderscheidend en aanvullend zijn op het huidige aanbod. Kenmerkend voor de regio is de kleinschalige kwaliteitseconomie. Het gezicht van de onderneming moet voor de toerist meteen duidelijk zijn (Gemeente Aa en Hunze, 2015). Opmerkelijk, aangezien 'Het Hof van Saksen' een van de grootste vakantieparken is van Noord-Nederland (Dings, 2015, p. 422-427).

Volgens onderzoek van Gastvrij Nederland (in Gemeente Aa en Hunze, 2015) doet de toeristische sector in de gemeente het relatief goed, maar komt het aanbod van de gemeente niet geheel overeen met de huidige vraag. De toerist vraagt luxe en verassing en wil de authenticiteit van het gebied leren kennen. Ook moet er meer uitdagends voor kinderen komen.

De gemeente verwacht dat de komende jaren enkele vakantieparken zullen ophouden te bestaan, daarom geeft het de voorkeur aan overname van parken in plaats van nieuwe. Verder geeft ze bedrijven de ruimte om zich te versterken en te vernieuwen om de diversiteit en kwaliteit in de gemeente te bevorderden. Daarnaast zijn dagrecreanten van groot economisch belang. Het aanbod dagattracties mag daarom vergroot worden. De gemeente Aa en Hunze erkent ten slotte dat samenwerking met omliggende gemeenten en goede marketing belangrijk is voor regiopromotie (Gemeente Aa en Hunze, 2015).

## 7. Resultaten enquêtes

In de enquête zaten veel nominale ‘multiple answer’ vragen. Elk antwoord hierin kon in SPSS worden verwerkt als een binaire variabele met dus de opties ‘ja’ en ‘nee’. Daarnaast waren er enkele achtergrondvragen en werd gevraagd naar de geschatte tijd besteed op het park. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste resultaten die uit de enquêtes zijn gekomen besproken en toegelicht met behulp van tabellen met statistische gegevens.

### 7.1. Steekproefbeschrijving

Om een beeld te krijgen van de steekproef waren er drie achtergrondvragen over afkomst, leeftijd van de toerist en duur van de vakantie.

De afkomst van de toeristen van beide parken verschilde significant, bleek uit een chi-kwadraattoets. Zo waren er op het Hof van Saksen veel Belgen en Duitsers te vinden, waar het in Midden-Drenthe alleen Nederlanders waren. Dit kan te maken hebben met de schoolvakanties in België en Duitsland begin november. Toen werd er namelijk geënquêteerd op het Hof van Saksen. De duur van de vakantie en de leeftijd van de toerist werden met een Mann-Whitney U toets gemeten. Hieruit bleek dat de toeristen op het ‘Hof van Saksen’ significant langer verbleven op het park. Daarnaast bleek dat de toeristen significant ouder waren op de parken in Midden-Drenthe. Beide uitkomsten zijn echter sterk beïnvloed door vertekening door de verschillende momenten van enquêteren.

In de enquête werd gevraagd naar de geschatte tijd besteed op het park in procenten, waar ratio variabelen uit zijn gekomen. Dit is misschien wel de belangrijkste variabele om een verschil waar te nemen tussen beide parken. Uit een Mann-Whitney U toets bleek dat er een significant verschil was tussen Het Hof van Saksen en de verschillende parken in Midden-Drenthe wat betreft bestede tijd op het park. De toeristen op het Hof van Saksen besteden significant meer tijd op het park dan de toeristen in Midden-Drenthe.

#### Ranks

	Vakantiepark	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Tijd besteed op park	Hof van Saksen	50	53.18	2659.00
	Midden-Drenthe	38	33.08	1257.00
	Total	88		

#### Test Statistics<sup>a</sup>

	Tijd besteed op park
Mann-Whitney U	516.000
Wilcoxon W	1257.000
Z	-3.698
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable: Vakantiepark

Tabel 2: Tijd besteed op park

## 7.2 Uitgaven

Uit Chi-kwadraattoetsen bleek dat er op het Hof van Saksen significant meer boodschappen op het park gedaan werden dan in Midden-Drenthe. Andersom doen de toeristen op de parken in Midden-Drenthe significant meer boodschappen in het dorp. Beide verbanden zijn sterk significant.

Uit de toetsen bleek dat er geen significant verschil was tussen de parken wat betreft het boodschappen doen in de stad en boodschappen thuis doen.

Na het samenvoegen van verschillende categorieën is er een chi-kwadraattoets gedaan. Zo zijn de meerdere opties verkleind tot twee categorieën, namelijk: 'Supermarkt in de omgeving' en 'Supermarkt niet in de omgeving'. Hieruit bleek dat er significant meer boodschappen worden gedaan in de omgeving door de toeristen van de parken in Midden-Drenthe. Daarnaast deden de toeristen van het Hof van Saksen hun boodschappen significant meer 'niet in de omgeving', dus vaak al thuis of op het vakantiepark.

Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Supermarkt op park	nee	Count	10	35	45
		Expected Count	25.6	19.4	45.0
		Standardized Residual	-3.1	3.5	
	ja	Count	40	3	43
		Expected Count	24.4	18.6	43.0
		Standardized Residual	3.1	-3.6	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	44.925 <sup>a</sup>	1	.000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	42.086	1	.000		
Likelihood Ratio	50.918	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	44.415	1	.000		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18.57.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabel 3: Supermarkt op park

## Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Supermarkt in dorp	nee	Count	27	8	35
		Expected Count	19.9	15.1	35.0
		Residual	7.1	-7.1	
	ja	Count	23	30	53
		Expected Count	30.1	22.9	53.0
		Residual	-7.1	7.1	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9.784 <sup>a</sup>	1	.002		
Continuity Correction <sup>b</sup>	8.457	1	.004		
Likelihood Ratio	10.178	1	.001		
Fisher's Exact Test				.002	.002
Linear-by-Linear Association	9.673	1	.002		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15.11.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabel 4: Supermarkt in dorp*

Toeristen van Het Hof van Saksen eten significant vaker in het restaurant op het vakantiepark dan de toeristen in Midden-Drenthe. Deze eten weer significant meer in een restaurant in een dorp in de omgeving dan de toeristen van Het Hof van Saksen. Er is geen significant verschil tussen 'koken in huisje', 'eten afhalen', 'eten laten bezorgen' en 'eten in een restaurant in een stad in de omgeving'. Wel valt op dat er weinig buiten het park wordt gegeten. Ook hier zijn meerdere variabelen samengevoegd in twee categorieën: 'op het park eten' en 'buiten het park eten'. 'Eten afhalen' en 'eten bestellen' vallen ook onder deze laatste categorie omdat er buiten het park geld wordt verdiend met bestellingen. Hieruit bleek dat op 'Het Hof van Saksen' significant meer op het park werd gegeten.

## Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Restaurant op park	nee	Count	8	35	43
		Expected Count	24.4	18.6	43.0
		Standardized Residual	-3.3	3.8	
	ja	Count	42	3	45
		Expected Count	25.6	19.4	45.0
		Standardized Residual	3.2	-3.7	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	50.048 <sup>a</sup>	1	.000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	47.048	1	.000		
Likelihood Ratio	56.991	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	49.479	1	.000		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18.57.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabel 5: Restaurant op park*



Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Restaurant in dorp	nee	Count	46	28	74
		Expected Count	42.0	32.0	74.0
		Standardized Residual	.6	-.7	
	ja	Count	4	10	14
		Expected Count	8.0	6.0	14.0
		Standardized Residual	-1.4	1.6	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5.414 <sup>a</sup>	1	.020		
Continuity Correction <sup>b</sup>	4.132	1	.042		
Likelihood Ratio	5.438	1	.020		
Fisher's Exact Test				.037	.021
Linear-by-Linear Association	5.353	1	.021		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.05.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabel 6: Restaurant in dorp

Toeristen in Midden-Drenthe bezochten significant vaker het museum. De andere bevroegde uitjes verschilden allen niet significant. Verder viel op dat er weinig uitjes werden ondernomen door de toeristen van beide parken, in tabel 7 is dit te zien. Na het samenvoegen van alle data, kon een analyse worden gemaakt over de algehele uitjes van de toerist. Daaruit bleek dat er geen significant verschil was tussen beide parken in het aantal ondernomen uitjes.

Totale aantal uitjes

N	Valid	88
	Missing	0
Mean		1.26
Minimum		0
Maximum		4
Sum		111

Totale aantal uitjes

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	20	22.7	22.7	22.7
	ja, 1 maal	36	40.9	40.9	63.6
	2 maal	22	25.0	25.0	88.6
	3 maal	9	10.2	10.2	98.9
	4 maal	1	1.1	1.1	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

Tabel 7: Totale aantal uitjes

Ook was er vraag over hoe vaak de toerist ging winkelen in de omgeving. De opties bestonden hier uit 'nooit', 'ja, 1 keer' en 'ja, meerdere keren'. Dit is een ordinale variabele die geanalyseerd werd met de chi-kwadraattoets. Hieruit bleek dat er geen significant verschil was tussen beide parken.

### 7.3 Reden bezoek en bekendheid met het park

De toeristen van het Hof van Saksen kozen significant vaker vanwege 'faciliteiten' voor het park, dan de toeristen in Midden-Drenthe. Andersom kozen de toeristen in Midden-Drenthe significant meer voor het park vanwege de 'rust' en de 'omgeving'. Verder was er geen significant verschil voor de redenen 'dichtbij huis' en 'prijs'.

Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Vanwege faciliteiten	nee	Count	1	26	27
		Expected Count	15.3	11.7	27.0
		Standardized Residual	-3.7	4.2	
	ja	Count	49	12	61
		Expected Count	34.7	26.3	61.0
		Standardized Residual	2.4	-2.8	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	44.787 <sup>a</sup>	1	.000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	41.719	1	.000		
Likelihood Ratio	51.308	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	44.278	1	.000		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11.66.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabel 8: Reden, vanwege faciliteiten*

Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Vanwege omgeving	nee	Count	40	21	61
		Expected Count	34.7	26.3	61.0
		Standardized Residual	.9	-1.0	
	ja	Count	10	17	27
		Expected Count	15.3	11.7	27.0
		Standardized Residual	-1.4	1.6	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6.212 <sup>a</sup>	1	.013		
Continuity Correction <sup>b</sup>	5.103	1	.024		
Likelihood Ratio	6.212	1	.013		
Fisher's Exact Test				.019	.012
Linear-by-Linear Association	6.141	1	.013		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11.66.

b. Computed only for a 2x2 table

*Tabel 9: Reden, vanwege omgeving*

De toeristen in Midden-Drenthe zijn significant vaker via het internet bekend geraakt met het park. De toeristen van het Hof van Saksen komen significant vaker via vrienden/familie en via reclame van het park in aanraking met hun vakantiebestemming dan de toeristen in Midden-Drenthe. Daarnaast valt op dat geen enkele respondent via een reisorganisatie of via gemeentelijke marketing bij het park terecht is gekomen.

Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Via reclame van het park	nee	Count	40	38	78
		Expected Count	44.3	33.7	78.0
		Standardized Residual	-.6	.7	
	ja	Count	10	0	10
		Expected Count	5.7	4.3	10.0
		Standardized Residual	1.8	-2.1	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8.574 <sup>a</sup>	1	.003		
Continuity Correction <sup>b</sup>	6.704	1	.010		
Likelihood Ratio	12.273	1	.000		
Fisher's Exact Test				.004	.002
Linear-by-Linear Association	8.477	1	.004		
N of Valid Cases	88				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.32.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabel 10: Via reclame van het park

Overige tabellen zijn bijgevoegd in bijlage 3.

## 8. Discussie

In dit hoofdstuk worden de resultaten uit de enquête bediscussieerd en gekoppeld aan het theoretisch kader. Zo bleek dat de steekproef op de parken in Midden-Drenthe significant ouder was. De gemiddelde leeftijd van de toerist op het vakantiepark kan volgens Ashworth en Bergsma (1987) interessant zijn omdat het aandeel van gepensioneerden in de maatschappij belangrijk is. Oudere toeristen hebben meer vrije tijd en kunnen daarom meer geld uitgeven. Een toekomstanalyse voor een park maken is echter lastig vanwege het 'leeftijdseffect' of het 'cohort-effect' wat op kan spelen.

Dat er weinig uitjes werden ondernomen strookt met het beleid van beide gemeentes. Zo schreef de gemeente Aa en Hunze dat het aanbod dagattracties wil vergroten (Gemeente Aa en Hunze, 2015) en pleitte de gemeente Midden-Drenthe voor meer draagvlak voor voorzieningen in de nabije omgeving (gemeente Midden-Drenthe, 2008). Het lijkt er op de toerist nog liever op het park blijft omdat er weinig te doen is in de omgeving. Inzetten op de omgeving kan hierin dus helpen om de toerist van het park te krijgen en geld uit te laten geven in de omgeving. Dit komt overeen met wat Ribeiro en Marques (2002) schreven. Zij constateerden dat de plattelandstoerist minder geld uitgeeft in de omgeving omdat er in het gebied weinig uit valt te geven. Het gebied moet zelf ontwikkelen om meer geld binnen te krijgen. De gemeentes zijn daarin dus op de goede weg.

Naast dat er weinig uitjes werden ondernomen, viel ook op dat er weinig gewinkeld werd in de omgeving. Dat komt overeen met de bewering van Haartsen et al. (2003) dat toeristen op het platteland vooral geïnteresseerd zijn in de traditionele economie en geschiedenis van het platteland. Winkelen in een stad of dorp valt daar dus niet onder.

Uit de enquête blijkt dat de toeristen op het park met veel faciliteiten ook bewust voor het park hebben gekozen vanwege de faciliteiten. Dit heeft ook de gemeente geconstateerd. Zij zien in dat de toerist meer luxe en verassing vraagt. Ook moet er meer uitdagends voor kinderen komen (Gemeente Aa en Hunze, 2015). Het Hof van Saksen voorziet hierin en zit dus op een lijn met de gemeente.

De gemeente Aa en Hunze heeft de informatievoorziening opnieuw vormgegeven en heeft het promoten van de regio opgepakt (gemeente Aa en Hunze, 2015). Verder kan volgens Gilbert (1989) marketing helpen in het waarborgen van de kwaliteit van de regio en Hospers (2011) ziet marketing als een middel dat kan worden ingezet om mensen naar een gebied te laten trekken. Allemaal positieve punten op het gebied van marketing dus. Uit de enquêtes blijkt echter dat de regiomarketing nog te wensen over laat. Geen enkele respondent is namelijk via gemeentelijke marketing bekend geraakt met het park.

## 9. Conclusie

Tot slot kan er worden geconcludeerd dat er daadwerkelijk enkele verschillen te vinden zijn in impact op de lokale bedrijvigheid tussen een vakantiepark met veel faciliteiten en een vakantiepark met weinig faciliteiten. Zo doen de toeristen op het Hof van Saksen significant meer boodschappen op het park zelf, eten ze vaker op het park zelf in de avond en hebben zij met name vanwege de faciliteiten voor het park gekozen. De toeristen in Midden-Drenthe gaan meer de omgeving in en dragen dus meer bij aan de lokale bedrijvigheid. Daarnaast verblijven de toeristen op Het Hof van Saksen significant meer op het park zelf dan de toeristen in Midden-Drenthe. Ook kon worden vastgesteld op basis van de gemeentelijke stukken dat beide gemeentes op verschillende manieren om toerisme in de regio te promoten en benadrukken zij het belang van samenwerking tussen de verschillende organisaties. Iets wat Ashworth en Bergsma in 1989 al benoemden. Daarnaast krijgen bedrijven van de gemeente de ruimte om te investeren in de omgeving en zijn nieuwe attracties welkom. Dit kan bijdragen om de toeristen van het park te krijgen, aldus Ribeiro en Marques (2002). Met name voor de gemeente Aa en Hunze ligt hier een uitdaging. Uit het onderzoek blijkt immers dat de toeristen op het park in hun gemeente meer geneigd zijn op het vakantiepark te blijven. Toerisme wordt vaak gezien als het heilige middel voor een regio (LEADER, 1993, in Ribeiro en Marques, 2002). Uit het onderzoek kwam echter naar voren dat de meeste toeristen niet via toerismepromotie bij het park is gekomen, dus dat de marketing van de gemeente niet de toeristen op de vakantieparken heeft aangetrokken.

Qua methodiek was enquêteren een geschikt middel op het 'Hof van Saksen', omdat er in korte tijd veel respondenten bevraagd konden worden. Op de andere parken bleek dit lastiger, gezien de lage bezettingsgraad in het najaar. Dit bracht enige vertraging in het onderzoek en tevens werd de kans op bias hierdoor groter. Voor een vervolgonderzoek wordt dus aangeraden om dit tijdens een periode met een hogere bezettingsgraad te doen. Met dit onderzoek is een beeld geschetst van de situatie in de maanden oktober tot en met december op de vakantieparken in Drenthe. Om een algehele conclusie te trekken wordt aanbevolen om ook in andere maanden dezelfde enquêtevragen te stellen op dezelfde vakantieparken. Zo krijgen zowel de vakantieparken als de gemeentes een compleet beeld van het gedrag van hun toerist door het jaar heen en kan het toeristisch beleid daarop aangepast worden.

## Bronnenlijst

Ashworth, G. & Bergsma, J. (1987). New policies for tourism: opportunities or problem. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 78 (2),151-155.

CBS (2016). *Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2016*. Geraadpleegd op 15-10-2017 via: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/48/trendrapport-toerisme-recreatie-en-vrije-tijd-2016>

CBS (2017). *Logiesaccommodaties; gasten, overnachtingen, bezettingsgraad, kerncijfers*. Geraadpleegd op 28-10-2017 via <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=82058NED&D1=15-21%2c30%2c33%2c35&D2=48-59&HDR=G1&STB=T&VW=T>

CORDIS (2008) *Less Favoured Regions*. Geraadpleegd op 10-6-2017 via <http://cordis.europa.eu/improving/fellowships/lessfavouredregions.htm> Luxemburg: Europese Unie.

Dings, M. (2015) *Tussen tent en villa: Het vakantiepark in Nederland 1920-nu*. Rotterdam: nai010 uitgevers.

Eurostat (2018). *GDP per capita in PPS*. Geraadpleegd op 19-1-2018 via: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tec00114&plugin=1>

Gemeente Aa en Hunze (2015). *Nota Toeristisch beleid 2015-2019*. Gieten: Gemeente Aa en Hunze.

Gemeente Midden-Drenthe (2008). *Visie document Recreatie & Toerisme Gemeente Midden-Drenthe, Perspectief voor 2008-2017*. Beilen: Gemeente Midden-Drenthe.

Gilbert, D. (1989). Rural tourism and marketing: Synthesis and new ways of working. *Tourism Management*, 10 (1), 39-50.

Haartsen, T., Groote, P., Huigen, P.P (2003). Measuring age differentials in representations of rurality in The Netherlands. *Journal of Rural Studies*, 19 (2), 245-252.

Hay, I. (2010). Ethical Practice in Geographical Research. In N. Clifford, S. French en G. Valentine (Red.), *Key Methods in Geography* (pp. 35-48). Thousand Oaks: Sage.

Hospers, G. (2011) Place marketing in shrinking Europe: Some geographical notes. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 102 (3), 369-375.

Huang, Y. & Stewart, W (1996). Rural Tourism Development: Shifting Basis of Community Solidarity. *Journal of Travel Research*, 34 (4), 26-31.

Ribeiro, M. & Marques, C. (2002). Rural Tourism and the Development of Less Favoured Areas – between Rhetoric and Practice. *International Journal of Tourism Research*, 4, 211-220.

RTV Drenthe (2017). *Drenthe is deze zomer in trek bij toeristen*. Geraadpleegd op 1-10-2017 via: <http://www.rtvdrenthe.nl/nieuws/124234/Drenthe-is-deze-zomer-in-trek-bij-toeristen>

Waar staat je provincie (2018). *Bruto regionaal product*. Geraadpleegd op 19-1-2018 via: <http://www.waarstaateprovincie.nl/Paginas/Economie/Bruto%20binnenlands%20product.aspx>

## Bijlage 1: Enquête

# Enquête vakantieparken

---

Bedankt dat u mee wilt doen aan dit onderzoek door middel van deze enquête. In dit onderzoek wordt geprobeerd de uitgaven en bezigheden van toeristen op vakantieparken in Drenthe in beeld te brengen. Dit wordt gedaan op 2 verschillende parken in de provincie. Antwoorden op de vragen is volledig vrijwillig en dus niet verplicht. Toch wil ik u vragen de enquête zo eerlijk mogelijk in te vullen. Dat komt het onderzoek namelijk ten goede. De enquête is anoniem en zal niet met de media worden gedeeld.

- 1) Voor hoe lang heeft u geboekt bij dit park?
  - Weekend
  - Week
  - Midweek
  - Anderhalve week
  - Twee weken
  - Langer, namelijk.....
- 2) Waar doet u uw boodschappen tijdens deze vakantie? (Bijvoorbeeld: in de supermarkt op het park, in de supermarkt in ...(dorp), in supermarkt in.... (stad). Etc.)

.....

.....

.....
- 3) Waar eet u 's avonds tijdens deze vakantie?
  - In het huisje, na zelf te hebben gekookt
  - In het huisje, na eten te hebben afgehaald
  - In het huisje, na eten te laten bezorgen
  - In een restaurant op het vakantiepark
  - In een restaurant in een dorp in de omgeving
  - In een restaurant in een stad in de omgeving
  - Anders, namelijk.....
- 4) Als u een inschatting moest maken tussen de tijd besteed op het vakantiepark en tijd buiten het vakantiepark (exclusief slapen). Hoe zou die dan zijn?  
Op: .....%    Buiten: .....%
- 5) Welke van de volgende plekken bezoekt u tijdens deze vakantie? (Meerdere antwoorden mogelijk)
  - Museum
  - Sportclub
  - Pretpark
  - Dierentuin
  - Winkelcentrum
  - Anders, namelijk.....
- 6) Gaat u tijdens deze vakantie winkelen in de omgeving?

- Ja, meerdere keren
  - Ja, 1 keer
  - Nee
- 7) Waarom heeft u voor dit vakantiepark gekozen?
- Vanwege de faciliteiten op het park zelf
  - Vanwege de omgeving
  - Vanwege de rust
  - Omdat het dichtbij huis ligt
  - Vanwege de prijs
  - Anders namelijk.....
- 8) Hoe bent u bekend geraakt met dit vakantiepark?
- Zelf gezocht op het internet
  - Via een reisorganisatie
  - Via marketingberichten van de gemeente
  - Via vrienden/familie
  - Via reclameberichten van het park
  - Anders, namelijk.....
- 9) Waar komt u vandaan?
- Nederland, provincie Drenthe
  - Nederland, andere provincie. Namelijk: .....
  - Duitsland
  - België
  - Anders, namelijk.....
- 10) Wat is uw leeftijd?

.....

Nogmaals bedankt voor uw deelname. Als u dat wilt kunt u hier onder uw e-mailadres invullen en krijgt u de resultaten van het onderzoek opgestuurd. Dit is natuurlijk volledig vrijwillig.

Email: .....

# Survey holiday parks

---

Thank you for participating in this research through this survey. This research aims to portray the expenses and activities of tourists at holiday parks in Drenthe. This is done at two different parks in the province. Answering to the questions is completely voluntary and therefore not mandatory. However, I would like to ask you to complete the survey as honestly as possible. That is beneficial for the research. The survey is anonymous and will not be shared with the media.

- 1) For how long have you booked at this park?
  - Weekend
  - Week
  - Midweek
  - 1,5 weeks
  - Two weeks
  - Longer, namely.....
- 2) Where do you do your groceries during this holiday? (For example: in the supermarket on the park, in a supermarket in ...(village), in a supermarket in.... (city), etc.)  
.....  
.....  
.....
- 3) Where do you have dinner during this holiday?
  - In the cottage, after cooking for ourselves
  - In the cottage, after having picked up food
  - In the cottage, after having food delivered
  - In a restaurant on the holiday park
  - In a restaurant in a village in the area
  - In a restaurant in a city in the area
  - Otherwise, namely.....
- 4) If you should estimate the time spent at the holiday park and the time spent outside the holiday park (sleeping excluded). How would that then be?  
At the park: .....%    Outside the park: .....%
- 5) Which of de following places do you visit during this holiday? (Multiple answers possible)  
Museum
  - Museum
  - Sports club
  - Theme park
  - Zoo
  - Shopping centre
  - Otherwise, namely.....
- 6) Do you go shopping in the area during this holiday?
  - Yes, multiple times
  - Yes, one time



- No
- 7) Why did you choose this holiday park?
- Because of the facilities on the
  - Because of the area it is located in
  - Because of the serenity/quietness
  - Because it is close to home
  - Because of the price
  - Otherwise, namely.....
- 8) How did you get to know this holiday park?
- By my own research on the internet
  - Via a travel agency
  - Via marketing messages from the municipality
  - Via friends/family
  - Via advertisement messages from the park
  - Otherwise, namely.....
- 9) Where are you from?
- The Netherlands, the province of Drenthe
  - The Netherlands, another province. Namely: .....
  - Germany
  - Belgium
  - Somewhere else, namely.....
- 10) What is your age?
- .....

Thank you again for your participation. If you want, you can fill in your e-mail address below to receive the results of the inquiry. This is of course optional.

Email: .....

# Umfrage Ferienparks

---

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an dieser Umfrage. Diese Forschung zielt darauf ab, die Ausgaben und Aktivitäten von Touristen in Ferienparks im Drenthe darzustellen. Dies geschieht in 2 verschiedenen Parks in der Provinz. Antworten auf die Fragen sind vollständig freiwillig und daher nicht verpflichtend. Ich möchte Sie jedoch bitten, die Umfrage so ehrlich wie möglich abzuschließen. Das wird die Forschung bessern. Die Umfrage ist anonym und wird nicht mit den Medien geteilt.

1) Wie lange haben Sie im diesem Park gebucht?

- Wochenende
- Woche
- Kurzwoche (midweek)
- Eineinhalb Wochen
- Zwei Wochen
- Länger, nämlich.....

2) Wo machen Sie Ihre Einkäufe während dieser Ferien? (Zum Beispiel: im Supermarkt im Park, im Supermarkt in ...(Dorf), im Supermarkt in.... (Stadt), usw.)

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

3) Wo essen Sie abends in diesem Urlaub?

- In der Hütte, nach selbst gekocht zu haben
- In der Hütte, nach Essen abgeholt zu haben.
- In der Hütte, nach Essen besorgt zu haben
- In einem Restaurant im Ferienpark
- In einem Restaurant in einem Dorf in der Umgebung
- In einem Restaurant in einer Stadt in der Umgebung
- Anders, nämlich .....

4) Wenn Sie die Zeit im Ferienpark und die Zeit außer des Ferienparks abschätzen mussten (Schlafen ausgenommen). Wie würde diese aufgeteilt werden?

Im Ferienpark: .....% Außer des Ferienparks: .....%

5) Welche der folgenden Orte besuchen Sie während dieser Ferien? (Mehrere Antworten möglich)

- Museum
- Sportverein
- Vergnügungspark
- Zoo
- Einkaufszentrum
- Anders, nämlich .....

6) Gehen Sie während dieser Ferien in der Umgebung einkaufen?

- Ja, mehrmals

- Ja, 1 mal
- Nein

7) Warum haben Sie diesen Ferienpark gewählt?

- Wegen die Einrichtungen im park
- Wegen die Umgebung
- Wegen der Ruhe
- Weil es in der Nähe von zu Hause ist
- Wegen des Preises
- Anders, nämlich .....

8) Wie haben Sie diesen Ferienpark kennengelernt?

- Selbst durchs Internet gesucht
- Durch ein Reisebüro
- Durch Werbebotschaften der Gemeinde
- Durch Freunden/Familien
- Durch Werbebotschaften aus dem Park
- Anders, nämlich .....

9) Wo kommen Sie her?

- Die Niederländer, Provinz Drenthe
- Die Niederländer, andere Provinz. Nämlich: .....
- Deutschland
- Belgien
- Anders, nämlich .....

10) Wie alt sind Sie?

.....

Nochmals vielen Dank für Ihre Teilnahme. Wenn Sie möchten, können Sie Ihre E-Mail-Adresse unten eingeben und die Ergebnisse der Anfrage erhalten. Das ist natürlich völlig freiwillig

Email: .....

## Bijlage 2: Omschrijving Vakantieparken

### Hof van Saksen

#### Eten en Drinken

- Brasserie Coccinella
- Grand café
- Self-service restaurant Al Fresco
- Italiaans restaurant Gusto
- Snackrestaurant Rapido
- Privékok in uw accommodatie
- Gourmetarrangement
- Ontbijtbuffet
- Supermarkt
- Beach House
- Bar
- Online Parkshop
- Wijnproeverijen
- Bierproeverijen

#### Doen

- Multifunctioneel sportveld
- Recreatieplas
- Recreatiestrand
- Speel-/sportveld(en)
- Speelboot
- Speeltuinen(en)
- Strandspeeltuin
- Uitkijktoren
- Visvijver
- Waterspeelplaats
- Indoorspeelparadijs Harrewar
- Klimtoren
- Trampoline Arena
- Bowlingbanen
- De Hang-Out
- Educatieve Kinder Academies: Archeologie Academie, Avonturen Academie, Bouw Academie, Kook Academie, Knutsel Academie, Mode Academie, Natuur Academie, Sport Academie, Techniek Academie
- Fietsverhuur
- Gift & Fashion Shop
- Spa & Wellness
- Fitnessruimte
- Overdekt Zwembad met: Wedstrijdbad, Whirlpools, Wildwaterbaan, 4-persoons bandenglijbaan, 2-persoons bandenglijbaan, Speedslide, Peuterbad, Waterattracties, Kinderglijbaan, Onderwaterscooters, Waterbubbles en FiftyFit

Bron: Website Hof van Saksen (Hof van Saksen, 2017)

## Het Hart van Drenthe

### Eten en Drinken

- Receptie met terras voor koffie of een ijsje
- Receptiewinkeltje
- Culinair Genieten
- Grill Pakket
- Ontbijt Pakket
- Pizzarette Pakket

### Doen

- Midgetgolfbaan
- Jeu de Boules
- Tafeltennis
- 1 grote speeltuin
- 1 kleine speeltuin achter op het park
- Verkeersparkje voor de kleinsten
- Air-Trampoline
- Fietscrossbaan
- Basketbalveld
- Volleybalveld
- Eigen vissteiger
- Zwembad
- Animatieteam tijdens schoolvakanties
- Jeugdhonk
- Skelterverhuur

Bron: Website Het Hart van Drenthe (Het Hart van Drenthe, 2017)

## Vakantiepark Het Timmerholt

### Eten en Drinken

- Koffiehoek met terras
- Restaurant
- Snackbar
- Meeneemmaaltijden
- Vitrine met eerste levensbehoeften (heel kleine supermarkt)

### Doen

- Speelzaal met o.a. poolbiljart
- Midgetgolf
- Tafeltennistafel
- Jeu de boules baan
- Grote visvijver
- Speeltuin en sportveldjes
- Tennisbaan
- Zandstrand met afgezet zwemgedeelte
- Kano- en waterfietsverhuur
- Fiets- en skelterverhuur
- Stella E-bikes verhuur
- Springkussen
- Basketbaltoren

Bron: Website Vakantiepark Het Timmerholt (Vakantiepark het Timmerholt, 2017)

## Het Drentse Wold

### Eten en Drinken

- Broodjesservice
- Barbecue verhuur
- Vitrine met eerste levensbehoeften (heel kleine supermarkt)

### Doen

- Bolderkarverhuur
- Badmintonveld
- Fietsverhuur
- Golfbaan in omgeving
- Mountainbiken
- Mountainbikeverhuur
- Outdoor activiteiten
- Recreatieprogramma
- Skelterverhuur
- Speeltoestel
- Speeltuin(en)
- Sport & animatie
- Sport-/ speelveld(en)
- Tafeltennis
- Voetbalveld
- Volleybalveld
- Kadoshop

Bron: Website Het Drentse Wold (Het Drentse Wold, 2017)

## Bijlage 3: Statistisch significante resultaten

### Mann-Whitney Test

#### Tijd besteed op park

##### Ranks

	Vakantiepark	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Tijd besteed op park	Hof van Saksen	50	53.18	2659.00
	Midden-Drenthe	38	33.08	1257.00
	Total	88		

##### Test Statistics<sup>a</sup>

	Tijd besteed op park
Mann-Whitney U	516.000
Wilcoxon W	1257.000
Z	-3.698
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable: Vakantiepark

#### Leeftijd

##### Ranks

	Vakantiepark	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Leeftijd	Hof van Saksen	49	35.97	1762.50
	Midden-Drenthe	38	54.36	2065.50
	Total	87		

##### Test Statistics<sup>a</sup>

	Leeftijd
Mann-Whitney U	537.500
Wilcoxon W	1762.500
Z	-3.371
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001

a. Grouping Variable: Vakantiepark

### Kruistabellen Chi-Kwadraattoets

#### Supermarkt op park \* Vakantiepark

##### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Supermarkt op park	nee	Count	10	35	45
		Expected Count	25.6	19.4	45.0
		Standardized Residual	-3.1	3.5	
	ja	Count	40	3	43
		Expected Count	24.4	18.6	43.0
		Standardized Residual	3.1	-3.6	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	44.925 <sup>a</sup>	1	.000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	42.086	1	.000		
Likelihood Ratio	50.918	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	44.415	1	.000		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18.57.

b. Computed only for a 2x2 table

### Supermarkt in dorp \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Supermarkt in dorp	nee	Count	27	8	35
		Expected Count	19.9	15.1	35.0
		Residual	7.1	-7.1	
	ja	Count	23	30	53
		Expected Count	30.1	22.9	53.0
		Residual	-7.1	7.1	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9.784 <sup>a</sup>	1	.002		
Continuity Correction <sup>b</sup>	8.457	1	.004		
Likelihood Ratio	10.178	1	.001		
Fisher's Exact Test				.002	.002
Linear-by-Linear Association	9.673	1	.002		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15.11.

b. Computed only for a 2x2 table

### Restaurant op park \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Restaurant op park	nee	Count	8	35	43
		Expected Count	24.4	18.6	43.0
		Standardized Residual	-3.3	3.8	
	ja	Count	42	3	45
		Expected Count	25.6	19.4	45.0
		Standardized Residual	3.2	-3.7	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	



### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	50.048 <sup>a</sup>	1	.000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	47.048	1	.000		
Likelihood Ratio	56.991	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	49.479	1	.000		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18.57.

b. Computed only for a 2x2 table

### Restaurant in dorp \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Restaurant in dorp	nee	Count	46	28	74
		Expected Count	42.0	32.0	74.0
		Standardized Residual	.6	-.7	
	ja	Count	4	10	14
		Expected Count	8.0	6.0	14.0
		Standardized Residual	-1.4	1.6	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5.414 <sup>a</sup>	1	.020		
Continuity Correction <sup>b</sup>	4.132	1	.042		
Likelihood Ratio	5.438	1	.020		
Fisher's Exact Test				.037	.021
Linear-by-Linear Association	5.353	1	.021		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.05.

b. Computed only for a 2x2 table

### Uitje museum \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Uitje museum	nee	Count	45	25	70
		Expected Count	39.8	30.2	70.0
		Standardized Residual	.8	-1.0	
	ja	Count	5	13	18
		Expected Count	10.2	7.8	18.0
		Standardized Residual	-1.6	1.9	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7.778 <sup>a</sup>	1	.005		
Continuity Correction <sup>b</sup>	6.361	1	.012		
Likelihood Ratio	7.836	1	.005		
Fisher's Exact Test				.007	.006
Linear-by-Linear Association	7.690	1	.006		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.77.

b. Computed only for a 2x2 table

### Vanwege faciliteiten \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Vanwege faciliteiten	nee	Count	1	26	27
		Expected Count	15.3	11.7	27.0
		Standardized Residual	-3.7	4.2	
	ja	Count	49	12	61
		Expected Count	34.7	26.3	61.0
		Standardized Residual	2.4	-2.8	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	44.787 <sup>a</sup>	1	.000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	41.719	1	.000		
Likelihood Ratio	51.308	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	44.278	1	.000		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11.66.

b. Computed only for a 2x2 table

### Vanwege omgeving \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Vanwege omgeving	nee	Count	40	21	61
		Expected Count	34.7	26.3	61.0
		Standardized Residual	.9	-1.0	
	ja	Count	10	17	27
		Expected Count	15.3	11.7	27.0
		Standardized Residual	-1.4	1.6	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6.212 <sup>a</sup>	1	.013		
Continuity Correction <sup>b</sup>	5.103	1	.024		
Likelihood Ratio	6.212	1	.013		
Fisher's Exact Test				.019	.012
Linear-by-Linear Association	6.141	1	.013		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11.66.

b. Computed only for a 2x2 table

### Vanwege rust \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Vanwege rust	nee	Count	46	22	68
		Expected Count	38.6	29.4	68.0
		Standardized Residual	1.2	-1.4	
	ja	Count	4	16	20
		Expected Count	11.4	8.6	20.0
		Standardized Residual	-2.2	2.5	
Total		Count	50	38	88
		Expected Count	50.0	38.0	88.0

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	14.300 <sup>a</sup>	1	.000		
Continuity Correction <sup>b</sup>	12.424	1	.000		
Likelihood Ratio	14.724	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	14.138	1	.000		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.64.

b. Computed only for a 2x2 table

### Via internet \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Via internet	nee	Count	29	8	37
		Expected Count	21.0	16.0	37.0
		Standardized Residual	1.7	-2.0	
	ja	Count	21	30	51
		Expected Count	29.0	22.0	51.0
		Standardized Residual	-1.5	1.7	
Total		Count	50	38	88
		Expected Count	50.0	38.0	88.0

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12.096 <sup>a</sup>	1	.001		
Continuity Correction <sup>b</sup>	10.627	1	.001		
Likelihood Ratio	12.614	1	.000		
Fisher's Exact Test				.001	.000
Linear-by-Linear Association	11.958	1	.001		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15.98.

b. Computed only for a 2x2 table

### Via vrienden/familie \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Via vrienden/familie	nee	Count	28	32	60
		Expected Count	34.1	25.9	60.0
		Standardized Residual	-1.0	1.2	
	ja	Count	22	6	28
		Expected Count	15.9	12.1	28.0
		Standardized Residual	1.5	-1.8	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7.920 <sup>a</sup>	1	.005		
Continuity Correction <sup>b</sup>	6.673	1	.010		
Likelihood Ratio	8.345	1	.004		
Fisher's Exact Test				.006	.004
Linear-by-Linear Association	7.830	1	.005		
N of Valid Cases	88				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12.09.

b. Computed only for a 2x2 table

### Via reclame van het park \* Vakantiepark

#### Crosstab

			Vakantiepark		Total
			Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Via reclame van het park	nee	Count	40	38	78
		Expected Count	44.3	33.7	78.0
		Standardized Residual	-.6	.7	
	ja	Count	10	0	10
		Expected Count	5.7	4.3	10.0
		Standardized Residual	1.8	-2.1	
Total	Count	50	38	88	
	Expected Count	50.0	38.0	88.0	

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8.574 <sup>a</sup>	1	.003		
Continuity Correction <sup>b</sup>	6.704	1	.010		
Likelihood Ratio	12.273	1	.000		
Fisher's Exact Test				.004	.002
Linear-by-Linear Association	8.477	1	.004		
N of Valid Cases	88				

a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.32.

b. Computed only for a 2x2 table

### EtenBinnen \* Vakantiepark

#### Crosstab

Count

		Vakantiepark		Total
		Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
EtenBinnen	nee	0	2	2
	ja, 1 maal	19	35	54
	meerdere keren	31	1	32
Total		50	38	88

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	33.859 <sup>a</sup>	2	.000
Likelihood Ratio	41.405	2	.000
Linear-by-Linear Association	33.007	1	.000
N of Valid Cases	88		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .86.

### Super in de omgeving \* Vakantiepark

#### Crosstab

Count

		Vakantiepark		Total
		Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Super in de omgeving	nee	21	7	28
	ja, 1 maal	29	27	56
	meerdere malen	0	4	4
Total		50	38	88

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.614 <sup>a</sup>	2	.008
Likelihood Ratio	11.301	2	.004
Linear-by-Linear Association	8.584	1	.003
N of Valid Cases	88		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.73.

## Super niet in de omgeving \* Vakantiepark

### Crosstab

Count

		Vakantiepark		Total
		Hof van Saksen	Midden-Drenthe	
Super niet in de omgeving	nee	8	30	38
	ja, 1 maal	36	7	43
	meerdere malen	6	1	7
Total		50	38	88

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	34.879 <sup>a</sup>	2	.000
Likelihood Ratio	37.290	2	.000
Linear-by-Linear Association	28.825	1	.000
N of Valid Cases	88		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.02.

## Beschrijvende statistiek: Totale aantal uitjes

### Statistics

Totale aantal uitjes

N	Valid	88
	Missing	0
Mean		1.26
Minimum		0
Maximum		4
Sum		111

Totale aantal uitjes

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	20	22.7	22.7	22.7
	ja, 1 maal	36	40.9	40.9	63.6
	2 maal	22	25.0	25.0	88.6
	3 maal	9	10.2	10.2	98.9
	4 maal	1	1.1	1.1	100.0
Total		88	100.0	100.0	