

Onderzoeksrapportage impact Dutch Grand Prix Zandvoort 2021

Economische en sociale impact van de Dutch Grand Prix voor bezoekers, bewoners en bedrijven

DISCOVER YOUR WORLD

Introductie

De gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix hebben Breda University of Applied Sciences (BUas) gevraagd om de economische, sociale en maatschappelijke impact van het evenement Dutch Grand Prix en haar side events (zoals verenigd in Zandvoort Beyond) te onderzoeken. Dit onderzoeksrapport geeft de resultaten weer en licht toe hoe tot deze resultaten gekomen is.

Het onderzoek is uitgevoerd middels gestructureerde vragenlijsten afgenomen onder bezoekers van het circuit, bezoekers aan het dorp Zandvoort, bewoners van Zandvoort, ondernemers van Zandvoort. Daarnaast is aanvullende informatie opgevraagd bij de organisatie van de Dutch Grand Prix, Stichting Zandvoort Beyond, Zandvoort Marketing en Gemeente Zandvoort.

Het project als geheel stond onder leiding van drs. Kristel Zegers. Onze dank gaat uit naar alle respondenten die bereid waren mee te werken aan dit onderzoek en hun tijd en kennis ter beschikking te stellen. Met name willen we Malou Postuma en Niels Markensteijn danken voor het verstrekken van de opdracht en de gegeven support. Dank aan Wouter Westmaas, Tijmen Sierman en Annemarie Wagelaar voor de hulp bij het verspreiden van de bewonersenquête. Dank aan Lana Lemmens, Zandvoort Marketing en Sander ten Bosch, Zandvoort Beyond, voor het delen van informatie over hun organisatie en het helpen verspreiden van de ondernemersenquête. Onze dank gaat uit naar de organisatie van de Dutch Grand Prix voor het beschikbaar stellen van de benodigde gegevens om de economische impact te kunnen bepalen. Tot slot dank aan alle studenten van BUas die geholpen hebben met de dataverzameling.

Breda, 24 januari 2022

Drs. Kristel Zegers

Dr. Jeroen Klijs

Fabiën Vlems Bsc

Drs. Liedewei Ratgers

Drs. Jur van de Graaf

Index

Introductie	1
Index 2	
1 Inleiding en werkwijze	5
1.1 Inleiding	5
1.2 Onderzoeksvragen	5
1.3 Methoden	5
1.3.1 Dataverzameling economische impact	6
1.3.2 Dataverzameling beleving van het evenement door bewoners en bezoekers	7
1.3.3 Dataverzameling impact en beleving side events	8
1.4 Leeswijzer/structuur rapport	9
2 Bezoekersprofiel circuit	10
2.1 Basiskenmerken	10
2.2 Gezelschap	10
2.3 Motivatie bezoek	11
2.4 Tickets	12
2.5 Verblijfsduur	12
2.6 Overnachting	12
2.7 Uitgaven in Zandvoort	14
2.8 Uitgaven in MRA-regio	16
2.9 Vervoermiddel	17
2.10 Beleving Dutch Grand Prix	17
2.11 Beleving en imago van Zandvoort	18
2.12 Sponsors	19
2.13 Herhaalbezoek	19
2.14 Eindoordeel	20
3 Bezoekersprofiel dorp	21
3.1 Basiskenmerken	21
3.2 Gezelschap	21
3.3 Motivatie bezoek	22
3.4 Activiteiten	22
3.5 Verblijfsduur	23
3.6 Uitgaven in Zandvoort	23
3.7 Beleving	26
3.8 Imago Zandvoort	26
3.9 Retentie	27
4 Ondernemers	28
4.1 Basiskenmerken	28
4.2 Aanloop naar DGP	28
4.3 Openingstijden in raceweekend	29
4.4 Vergelijking raceweekend met regulier weekend	30
4.4.1 Verschil in omzet	30

	4.4.2	Verschil in kosten	32
	4.4.3	Verschil in personeel	33
4.5		Beleving DGP	34
	4.5.1	Informatievoorziening	35
	4.5.2	Gevoelens van veiligheid	35
	4.5.3	Ervaren hinder of overlast	35
	4.5.4	Gevoelens van trots	36
	4.5.5	Ondersteuning	36
	4.5.6	Duurzaamheid	37
	4.5.7	Toegevoegde waarde voor bedrijf	38
	4.5.8	Sfeer in dorp	40
4.6		Betrokkenheid side events	40
4.7		Rapportcijfer DGP	41
4.8		Opmerkingen/verbeterpunten	41
5		Bewoners	43
5.1		Basiskenmerken	43
5.2		Betrokkenheid DGP	43
	5.2.1	Bezoek circuit	43
	5.2.2	DGP gekeken Tv/ Media	43
	5.2.3	Liefhebber sport en autosport	43
	5.2.4	Persoonlijk betrokken gevoeld bij DGP	43
5.3		Beleving DGP	44
	5.3.1	Informatievoorziening	44
	5.3.2	Gevoelens van veiligheid	44
	5.3.3	Ervaren hinder of overlast	45
	5.3.4	Gevoelens van trots	45
	5.3.5	Beleving	46
5.4		Positieve effecten	47
5.5		Negatieve effecten	48
5.6		Verhuur (delen) eigen woning	48
5.7		Bewonersdag	49
5.8		Eindoordeel, opmerkingen/verbeterpunten	49
5.9		Overig	51
6		Economische impact	52
6.1		Het berekenen van economische impact	52
6.2		Bezoeken en bezoekers	53
6.3		Additionaliteit	53
6.4		Verblijfstoerisme	53
6.5		Bezoekersbestedingen in Zandvoort en MRA	54
6.6		Additionele bezoekersbestedingen	56
6.7		Bestedingen van teams, media, vrijwilligers	57
6.8		Bestedingen van de organisatie	57
6.9		Input output model	58
6.10		Verdringing	61

6.11	Kritische reflectie	62
7	Sociale en maatschappelijke impact	64
7.1	Introductie	64
7.2	Informatievoorziening	64
7.3	Veiligheid	65
7.4	Overlast	65
7.5	Beleving	66
7.6	Draagvlak	66
7.7	Betrokkenheid	67
7.8	Trots	67
7.9	Identiteit en imago	67
7.10	Overig	67
8	Conclusie	69
8.1	Antwoord onderzoeksvragen	69
8.2	Aanbevelingen	73
8.3	Vergelijkbaarheid studies Decisio	73
8.4	Beperkingen onderzoek	74
Appendix		75

1 Inleiding en werkwijze

1.1 Inleiding

De terugkeer van de Formule 1 naar Zandvoort was een langgekoesterde wens die in het weekend van 3, 4 en 5 september 2021 werkelijkheid is geworden. Het was drie dagen lang prachtig weer en een oranje zee van toeschouwers zag Max Verstappen op zaterdag de pole position pakken en op zondag de F1 race winnen.

De gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix (bestaande uit een consortium van Cm.com Circuit Zandvoort, Tig Sports, Sportvibes) hebben Breda University of Applied Sciences gevraagd onderzoek te doen naar de economische en sociale impact van de Dutch Grand Prix. In dit rapport worden de onderzoeksresultaten gepresenteerd.

1.2 Onderzoeksvragen

De volgende onderzoeksvragen zijn bij aanvang van het onderzoek geformuleerd:

1. Wat is de economische impact van het hoofdevenement, de Dutch Grand Prix 2021, gemeten volgens WESP methode? Op MRA- en landelijk niveau.
2. Wat is de beleving van het evenement door de bewoners en bezoekers? (Inclusief maatschappelijk en sociale impact)
3. Wat is de impact van de side events, van de Dutch Grand Prix 2021, in Zandvoort gemeten?
4. Wat is de beleving van de side events?

Hierbij moet opgemerkt worden dat de Covid-19 maatregelen voor veel onzekerheid hebben gezorgd over het wel of niet doorgaan van het evenement en de randprogrammering. Uiteindelijk bepaalden de Covid-19 maatregelen dat op het circuit 2/3 van het totaal aantal bezoekers is toegestaan. Het side events programma is vanwege Covid-19 aangepast; in plaats van uitgebreide randprogrammering is er ingezet op aankleding van het dorp in F1 sferen en het plaatsen van enkele kleine attracties (reuzenrad, mini-kartbaan, buiten exposities, etc). Dit betekent dat onderzoeksvraag 3 en 4 niet zozeer de impact van de side events bespreekt, maar wel hoe bezoekers aan het dorp dit bezoek ervaren hebben alsmede hoe ondernemers in Zandvoort terugkijken op het evenement. Wat heeft het evenement hen opgeleverd?

1.3 Methodes

De Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) heeft een betrouwbaar meetinstrument ontwikkeld om sportevenementen te evalueren. Breda University of Applied Sciences heeft in het verleden geparticipeerd in deze werkgroep en hanteert deze standaard in dit onderzoek voor het vaststellen van de additionele bestedingen van bezoekers en organisatie. Daarbij dient opgemerkt te worden dat kennisontwikkeling over economische impactmetingen niet stil staat. Zo is het maken van een input/output tabel geen vereiste volgens de WESP richtlijnen, maar een dergelijke tabel laat zien hoe de directe bestedingen zijn weerslag hebben op diverse economische sectoren en geeft daardoor beter inzicht in het economische belang van het evenement. Daar waar afgeweken is van de WESP richtlijnen wordt dat aangegeven en verantwoord. De economische impactstudie levert een weergave van additionele bestedingen als gevolg van de Dutch Grand Prix (in dit rapport ook wel het evenement genoemd). Het impactgebied van deze additionele bestedingen is uitgesplitst naar drie niveaus: gemeente Zandvoort, de Metropool Regio Amsterdam (MRA) en Nederland. Deze

bestedingen zijn afkomstig van bezoekers van het evenement als ook de nettobestedingen vanuit de organisatie.

Voor het meten van de sociale impact heeft WESP geen standaard meetinstrument beschikbaar. Met behulp van academische literatuur (Richards, De Brito, & Wilks, 2013; Fredline, 2003, 2006)¹ is een vragenlijst ontwikkeld die de impact van een evenement voor een gastgemeenschap (in dit geval dus de inwoners van Zandvoort) meet.

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van veldwerk onder vier doelgroepen (bezoekers DGP, bezoekers dorp, bewoners Zandvoorts, ondernemers Zandvoort). Daarnaast is informatie verkregen van de organisatie van de DGP, stichting Zandvoort Beyond en Zandvoort Marketing. Hierna wordt per onderzoeksvraag toegelicht hoe de data verzameld zijn.

1.3.1 Dataverzameling economische impact

De twee belangrijkste bronnen zijn de data uit de bezoekersenquête afgenomen op het circuit van Zandvoort en gegevens beschikbaar gesteld door de organisatie van de Dutch Grand Prix.

De bezoekersenquête is ontwikkeld met behulp van de onderzoeksrichtlijnen van WESP zoals vastgelegd in het handboek versie 2.3. De vragenlijst bevat vragen naar omvang en samenstelling gezelschap, bestedingen gedaan in Zandvoort en MRA-regio, gebruikt vervoermiddel, type ticket, beleving van het evenement, merkbekendheid van sponsors en herhaalbezoek. De vragenlijst is te vinden in bijlage 1a.

Studenten van Breda University of Applied Sciences hebben op 3, 4 en 5 september 2021 bezoekers op het circuit face-to-face ondervraagd. Vragenlijsten waren er in twee talen (Nederlands, Engels). Bij het veldwerk zijn de studenten intensief begeleid en gebriefd door docenten van Breda University of Applied Sciences. Studenten namen met behulp van een tablet de vragenlijst af die opgesteld was met het programma Qualtrics. Omdat gevraagd wordt naar bestedingen die bezoekers hebben gedaan, schrijft WESP voor exit onderzoek uit te voeren. Dit betekent dat bezoekers bij het verlaten van het circuit zijn ondervraagd. Enquêteurs stonden verspreid in de fanzone, bij de uitgang van tribunes, bij de uitgang van het circuit en spraken daar bezoekers aan om mee te doen met het onderzoek. Op vrijdag en zaterdag waren de enquêtetijden 15:30 tot 18:30 uur en op zondag is van 16:45 tot 18:30 geënuquêteerd. In totaal zijn er 465 goed ingevulde enquêtes verzameld tijdens de drie racedagen. De spreiding over de dagen is als volgt: vrijdag 3 september: 177, zaterdag 4 september: 184, en zondag 5 september: 104. De omvang van de steekproef is voldoende om een betrouwbaar beeld te schetsen van de populatie (betrouwbaarheidsniveau 95%, foutmarge: 4,5%). Om een oordeel te vellen over de representativiteit van de data is de data set (= onze steekproef) vergeleken met de data van de DGP – organisatie (= populatie). Onderstaande tabel laat zien dat de respondenten met weekendkaarten oververtegenwoordigd zijn en de respondenten met passpartouts ondervertegenwoordigd. In de berekening van de economische impact wordt zoveel mogelijk gewerkt met populatiedata in plaats van steekproefdata.

¹ Richards, G., De Brito, M.P. Wilks, L. (eds). (2013). Exploring the social impacts of events. Londen and New York: Routledge

Fredline, E., Jago, L. and Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events: methodological issues. Event Management Volume 8, Number 1, 2003, pp. 23-37(15)

Fredline, E. Deery, M. & Jago, L. (2006). Host community perceptions of the impact of events. Australia: CRC for sustainable tourism.

Type ticket	% in steekproef	% in populatie
Dagkaart vrijdag	25,4	30,3
Dagkaart zaterdag	16,3	18,3
Dagkaart zondag	12,9	18,3
Weekendkaart	39,4	11,9
Passpartout	8,4	21,0

Tabel 1.1

Een team van docenten en onderzoekers van Breda University of Applied Science heeft de dataset gecontroleerd en vervolgens geanalyseerd.

Via email heeft de organisatie van de Dutch Grand Prix ticket data beschikbaar gesteld, inzicht gegeven in het aantal personeelsleden en vrijwilligers van het evenement en inzicht gegeven in de uitgaven die de organisatie heeft gedaan om het evenement mogelijk te maken. Hierbij is gevraagd aan te geven in hoeverre de uitgaven gedaan zijn in Zandvoort, de MRA-regio, of Nederland. De bepaling van de economische impact wordt verder uiteengezet in hoofdstuk 6.

1.3.2 Dataverzameling beleving van het evenement door bewoners en bezoekers

Hoe de bezoekers van de Dutch Grand Prix het evenement beleefd hebben is meegenomen in de bezoekersenquête die in 1.2.1 is toegelicht. Voor het meten van de beleving van de bewoners is een aparte vragenlijst gemaakt welke digitaal is afgenomen.

Bewoners zijn gevraagd naar positieve en negatieve effecten van het evenement en in hoeverre ze deze effecten belangrijk vinden. Daarnaast bevatte de vragenlijst een serie stellingen die de beleving van (de effecten van) het evenement voor bewoners inzichtelijk maakt (bv gevoelens van trots, veiligheid, memorabel, overlast, informatievoorziening). De vragenlijst is te vinden in bijlage 1b.

Direct na afloop van de Dutch Grand Prix zijn bewoners van de gemeente Zandvoort gevraagd hun mening over het evenement te geven middels het invullen van een digitale vragenlijst. Via diverse kanalen (oproep in F1 nieuwsbrief gemeente Zandvoort, sociale mediakanalen van de gemeente Zandvoort, burgerpanel gemeente Zandvoort) is de bewonersvragenlijst verspreid. De vragenlijst stond open van 6 tot 20 september. Als blijkt van waardering zijn vier waardebonnen van 25,- euro verloot onder respondenten die de vragenlijst volledig ingevuld hebben. De vragenlijst is opgesteld in Qualtrics. De controle van de dataset en de analyse van de data was in handen van docenten en onderzoekers Breda University of Applied Science.

De respons op deze vragenlijst was overweldigend. Maar liefst 1567 inwoners van Zandvoort hebben de vragenlijst ingevuld, dit is bijna 10% van de Zandvoortse bevolking. Het betrouwbaarheidsniveau is 95% en de foutmarge 2,3%. Representativiteit van de steekproef is beoordeeld aan de hand van leeftijdsverdeling van de populatie. Jongeren (15-25) zijn in de steekproef ondervertegenwoordigd en de groep 46-65 oververtegenwoordigd zoals onderstaande tabel laat zien. Jongeren jonger dan 15 jaar maakten logischerwijs geen onderdeel uit van de steekproef. Er is besloten geen weging toe te passen.

Leeftijd	% Enquête	% Zandvoort
Jonger dan 15	0,1	13,2
15-25	2,1	9,2
26-45	23,6	20,6
46-65	50,9	30,6
Ouder dan 65	25,4	26,2
Totaal	100	100

Tabel 1.2

1.3.3 Dataverzameling impact en beleving side events

Op 22 juli 2021 heeft een telefonisch interview plaatsgevonden met Sander ten Bosch, directeur van Zandvoort Beyond om de omvang en inhoud van de side events te achterhalen. Uit het gesprek bleek dat de Covid-19 maatregelen maakten dat de randprogrammering aan verandering onderhevig was. Uiteindelijk is het side events programma gereduceerd tot het aankleden van de stad en een aantal kleine interventies en attracties.

In overleg met de opdrachtgevers is besloten deze onderzoeksvraag te beantwoorden door onderzoek onder twee doelgroepen: bezoekers die in de week voorafgaand aan het raceweekend of tijdens het raceweekend (het dorp) Zandvoort bezoeken, en ondernemers van Zandvoort.

Bezoekers dorp

Bezoekers aan het dorp zijn gevraagd naar de redenen van hun bezoek, hun activiteiten, hun bestedingen in het dorp en de samenstelling van hun gezelschap. Daarnaast zijn enkele stellingen opgenomen over de beleving van het dorp, het imago van Zandvoort en herhaalbezoek. De vragenlijst is zowel face-to-face afgenomen tijdens het raceweekend als geschikt gemaakt voor digitale verspreiding, zodat bezoekers deze zelf in konden vullen. Beide vragenlijsten bevatten dezelfde vragen en zijn te vinden in bijlage 1c en 1d.

Omdat de verwachting was dat het in de week voorafgaand aan de Dutch Grand Prix drukker zou zijn in het dorp door bezoekers die alvast sfeer wilden proeven, is de vragenlijst op eind augustus digitaal uitgezet via de sociale mediakanalen van Zandvoort Marketing. Daarnaast is in het weekend van 3, 4 en 5 september face-to-face in het dorp geënquêteerd. Vragenlijsten waren er in twee talen (Nederlands, Engels). Bij het veldwerk zijn de studenten intensief begeleid en gebriefd door docenten van Breda University of Applied Sciences. Studenten namen met behulp van een tablet de vragenlijst af die opgesteld was met het programma Qualtrics. De dataverzameling in het dorp vond plaats op vrijdag van 14:30 tot 18:15 uur, zaterdag van 15:00 tot 17:00 uur en zondag van 12:30 tot 13:45 uur. Daarbij werden de volgende locaties aangedaan: Boulevard Barnaard, Boulevard de Fouvage, Badhuisplein, Kerkstraat, Kerkplein, Raadhuisplein, Haltestraat, Zeestraat.

Voor analyse zijn beide sets samengevoegd. 67 respondenten hebben de vragenlijst digitaal ingevuld; 177 enquêtes zijn face-to-face afgenomen. De steekproef bezoekers dorp bestaat dus uit 244 respondenten. De omvang van deze steekproef is te klein om resultaten te kunnen generaliseren naar de populatie; de foutenmarge is 6,3% (ervan uitgaande dat Zandvoort op een zomerse weekenddag 100.000 bezoekers trekt). Met name de bestedingsgegevens zijn in de digitale vragenlijst niet of onvolledig ingevuld (slechts 24 van de 67 personen hebben de digitale vragenlijst volledig ingevuld).

Ondernemers Zandvoort

Er is een digitale vragenlijst ontwikkeld die door Zandvoort Marketing en Zandvoort Beyond in de week na het evenement verspreid is onder de ondernemersnetwerken. Omdat dit vrijwel geen respons opleverde en omdat veel hotels/accommodaties niet aangesloten lijken te zijn bij een ondernemersnetwerk, is op woensdag 15 september 2021 tussen 11:00 en 15:30 door studenten en docenten van Breda University face-to-face geënquêteerd. Daarbij zijn de volgende plekken aangedaan: alle strandpaviljoens, alle ondernemers met een

winkel/horecagelegenheid aan de boulevard, alle ondernemers² in de Kerkstraat, de Haltestraat, de Grote Krocht, Badhuisplein en omgeving Stationsstraat (looproute van station naar DGP). Studenten namen met behulp van een tablet de vragenlijst af die opgesteld was met het programma Qualtrics. De respons is verder verhoogd door ondernemers rechtstreeks aan te schrijven. Via een persoonlijke email zijn 50 ondernemers gevraagd de digitale vragenlijst in te vullen. In totaal leverden deze acties 102 bruikbare enquêtes op. Kwaliteitscontrole van de dataset en de analyses was in handen van een team van docenten en onderzoekers van Breda University. De vragenlijst is te vinden in bijlage 1e. De steekproef is te klein om te kunnen generaliseren naar de populatie. Uit de economische visie van de gemeente Zandvoort (juli 2019) blijkt dat 50% van alle werkgelegenheid direct of indirect gerelateerd is aan recreatie en toerisme. Als we aannemen dat de helft van alle vestigingen in Zandvoort tot doelgroep van dit onderzoek behoort (dit zouden dan 811 vestigingen zijn), dan is de foutmarge 9%. In het verzamelen van de data is bewust rekening gehouden met een spreiding onder horeca en winkeliers om representativiteit te vergroten.

1.4 Leeswijzer/structuur rapport

Omdat dit onderzoek vier doelgroepen kent (bezoekers DGP, bezoekers dorp, ondernemers, bewoners) met elk een eigen vragenlijst is gekozen om eerst een overzicht te geven van de resultaten van deze vier vragenlijsten. In de volgende hoofdstukken komen achtereenvolgens aan bod: de bezoekers van de DGP (afgenomen op het circuit), de bezoekers aan het dorp, de ondernemers in Zandvoort en de inwoners van Zandvoort. Hoofdstuk 6 bespreekt de economische impact. Hoofdstuk 7 bespreekt de sociale impact door eerder besproken resultaten van diverse doelgroepen samen te brengen. Tot slot worden in hoofdstuk 8 de onderzoeksvragen puntsgewijs beantwoord.

² Hierbij moet opgemerkt worden dat het ondernemers zijn met een publieksfunctie voor bezoekers. Met andere woorden een kapper, grafisch ontwerp bureau of makelaar is niet benaderd voor deelname. Ondernemers die sport- en recreatie artikelen verhuren of instellingen/ondernemers kunst en cultuur zijn wel benaderd.

2 Bezoekersprofiel circuit

2.1 Basiskenmerken

De omvang van de steekproef betrof 465 respondenten. Van de ondervraagde bezoekers was 71% man en 29% vrouw. De jongste respondent van de steekproef was 15 jaar oud en de oudste 71 jaar. Nagenoeg alle respondenten waren tussen de 20 en 65 jaar oud, zoals onderstaande tabel laat zien. De gemiddelde leeftijd van de bezoekers is 39 jaar.

Leeftijdscategorie	N	%
Jonger dan 20 jaar	10	2,2
20 tot 40 jaar	222	49,9
40 tot 65 jaar	201	45,2
65 tot 80 jaar	12	2,7
Totaal	445	100

Tabel 2.1

De bezoekers aan de Dutch Grand Prix zijn relatief hoog opgeleid: 37,3% heeft hbo-onderwijs afgerond en 14,9% universitair onderwijs. Van de 450 respondenten die hun opleidingsniveau gedeeld hebben, heeft 30,7% middelbaar beroepsonderwijs of havo/vwo onderwijs gevolgd en 10,7% heeft lager beroepsonderwijs of mavo/vmbo (of een equivalent daarvan) gevolgd.

Onderstaande tabel geeft de woonplaats van de respondenten weer. Zoals te zien, is een klein percentage woonachtig in het buitenland. Genoemde landen zijn: Duitsland (7x), België (5x), Engeland (3x), Brazilië (2x), Spanje, (1x) en Mexico (1x).

Woonplaats	N	%
Woonachtig in Zandvoort	13	3,0
Woonachtig in MRA-regio	70	16,1
Woonachtig in (overig) Nederland	332	76,5
Woonachtig in het buitenland	19	4,4
Totaal	434	100

Tabel 2.2

2.2 Gezelschap

Bezoekers zijn gevraagd met wie ze het evenement bezoeken. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de samenstelling van het gezelschap van de 465 respondenten. Respondenten konden meerdere antwoorden geven. Slechts 20 respondenten gaven aan dat hun gezelschap uit meerdere antwoord categorieën bestond. Combinaties die daarbij het meeste voorkomen zijn: met partner/echtgeno(o)t(e) en overige familie of met partner/echtgeno(o)t(e) en vrienden/kennissen.

Gezelschap	Aantal keer genoemd	%
Alleen	41	8,8
Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen	94	20,2
Met partner/ echtgeno(o)t(e) met kinderen	32	6,9
Alleen met kinderen	29	6,2
Met overige familie	70	15,1
Met vrienden/kennissen	200	43,0
Met school, bedrijf, vereniging	11	2,4
Overig	4	0,9

Tabel 2.3

De 61 respondenten die met kinderen de Dutch Grand Prix bezocht hebben, zijn gevraagd naar de leeftijd van hun kinderen. Onderstaande tabel laat de leeftijdsopbouw van de kinderen zien. Hieruit is af te lezen dat ouder(s) zowel met jonge als met volwassen kinderen het evenement bezoeken. De hoogste leeftijd van een meegebracht kind is 32 jaar.

Leeftijd kinderen	N	%
Jonger dan 5 jaar	3	4,1
5 tot 10 jaar	15	20,8
10 tot 15 jaar	28	38,8
15 tot 20 jaar	18	25,0
Ouder dan 20 jaar	8	11,1
Totaal	72	100

Tabel 2.4

Voor 39,3% van de respondenten is de omvang van het gezelschap 2 personen, 14,4% bezoekt de DGP met een gezelschap van 3 personen, 15,9% met 4 personen, 6,8% met 5 personen en 4,3% met 6 personen. 11% bezoekt de DGP alleen, terwijl 3% aangeeft in een gezelschap van 10 of meer personen de DGP te bezoeken. De modus en mediaan is 2 (het gemiddelde is vanwege de hoge uitschieters - een respondent melde in een gezelschap van 400 personen te verkeren- minder betrouwbaar).

2.3 Motivatie bezoek

Bezoekers zijn gevraagd naar de belangrijkste redenen van hun bezoek aan de Dutch Grand Prix. Daarbij konden respondenten meerdere antwoorden (maximaal 3) opgeven. De 465 respondenten hebben de volgende redenen opgegeven:

Reden bezoek	Aantal keer genoemd	%
Fan van de motorsport/F1	346	74,4
Uniek evenement mee willen maken	119	25,5
Dagje uit	117	25,1
Specifieke coureur willen zien	107	23,0
Tijd doorbrengen met vrienden of familie	26	5,5
Eerder F1 bezocht	25	5,3
Nieuwsgierigheid	17	3,6
Overig	14	3,8
Hang naar avontuur	10	2,1
Nieuwe mensen ontmoeten	5	1,0

Tabel 2.5

2.4 Tickets

Respondenten zijn gevraagd naar het type ticket dat ze gekocht hebben alsmede de kleur (goud-zilver-brons) van dit ticket. Tijdens het enquêteren bleek dat veel respondenten de kleur van hun ticket vergeten waren, waarschijnlijk omdat dit a) niet op het ticket vermeld stond en b) het ticket reeds lang geleden gekocht is. Vandaar dat we in de analyses de kleur van het ticket niet meenemen. Enkele respondenten gaven aan dat ze meerdere type tickets voor zichzelf hebben gekocht (bv zowel een dagkaart vrijdag als een dagkaart zondag). Hierdoor komt het totaal iets boven de 100% uit.

Type ticket	N	%
Dagkaart vrijdag	118	25,4
Dagkaart zaterdag	76	16,3
Dagkaart zondag	60	12,9
Weekend kaart	183	39,4
Passpartout	39	8,4
Totaal	476	102,4

Tabel 2.6

In de meeste gevallen hadden de leden van het gezelschap eenzelfde type ticket. 40 respondenten (8,8%) gaven aan dat een of meerdere leden van hun gezelschap een ander ticket bezaten. Veelal betrof dit dan een kind ticket of had de respondent een dagkaart terwijl leden van hun gezelschap een weekendkaart of passpartout bezaten.

2.5 Verblifsduur

Bezoekers zijn gevraagd hoeveel uur ze (op de dag van afname) de Dutch Grand Prix bezocht hebben. Gemiddeld is dit 7,9 uur. 6,8% van de bezoekers verblijft 5 uur of korter, 13,8% verblijft 6 uur, 21,5% verblijft 7 uur, 30,3% verblijft 8 uur en 10,4% verblijft 9 uur, eveneens 10% geeft aan 10 uur op het evenement te zijn geweest. De resterende 6,6% geeft aan langer dan 10 uur de Dutch Grand Prix bezocht te hebben.

17,6% van de bezoekers (82 van de 465 respondenten) geeft aan langer in Zandvoort te blijven dan voor het evenement noodzakelijk is, met andere woorden: na een bezoek aan het circuit, bezoekt men het dorp en/of overnacht men in Zandvoort. Deze groep kon aangeven hoeveel langer men denkt in Zandvoort te verblijven in aantal uren (dit kozen 64 respondenten) of in aantal dagen (dit kozen 18 respondenten). De respondenten die voor uren kozen, dachten gemiddeld 3,1 uur langer in Zandvoort te blijven. Antwoorden varieerden van 1 tot 10 uur. De respondenten die voor dagen kozen, dachten gemiddeld 2 dagen langer in Zandvoort te blijven. Antwoorden varieerden van 1dag tot 5 dagen.

2.6 Overnachting

30,9% overnacht vanwege de Dutch Grand Prix elders dan in de eigen woning. Van deze 138 respondenten die niet in de eigen woning overnachten, verblijven er 43 (= 31,1%) in Zandvoort. Het overgrote deel van de overnachtingen vindt plaats in de MRA-regio. Daarbinnen zijn Amsterdam (42x), Haarlem (15x) en Bloemendaal (11x) de meest genoemde overnachtingsplaatsen. De 11 respondenten die buiten de MRA-regio overnachtten deden dit in Noordwijk(erhout), Den Haag, Rotterdam, Leiden en Egmond.

Plaats overnachting	N	%
Zandvoort	43	31,1
MRA-regio (exclusief Zandvoort)	79	57,2
Overig Nederland	11	7,9
Onbekend/geen antwoord	5	3,6
Totaal	138	100

Tabel 2.7

Gemiddeld verbleven respondenten 2,5 nachten buiten hun eigen woning (modus en mediaan: 3).

Aantal overnachtingen	N	%
1 nacht	33	23,9
2 nachten	26	18,8
3 nachten	49	35,5
4 nachten	19	13,7
5 nachten	6	4,3
7 nachten	1	0,7
Onbekend/geen antwoord	4	2,8
Totaal	138	100

Tabel 2.8

Logischerwijs zijn het veelal bezoekers die een weekendkaart hebben die niet in de eigen woning overnachten. Bezoekers met een dagkaart vrijdag overnachten het minst vaak buiten hun eigen woning voor het evenement.

Type ticket/overnachten	Overnacht wel	Overnacht niet	Totaal
Passpartout	22	17	39
Weekendkaart	75	105	180
Dagkaart zondag	17	41	58
Dagkaart zaterdag	21	54	75
Dagkaart vrijdag	14	101	115
Totaal	149	318	467

Tabel 2.9

NB: omdat respondenten meerdere type tickets in bezit konden hebben is het aantal hoger dan de 138 respondenten dat aangegeven heeft ergens anders dan in de eigen woning te overnachten (dubbeltellingen)

In welk type accommodatie verbleven de bezoekers die door de Dutch Grand Prix niet thuis overnachten? Onderstaande tabel geeft een overzicht van de gegeven antwoorden.

Type accommodatie	N	%
Hotel 0-3 sterren	37	26,8
Bij vrienden/familie/kennissen	30	21,7
Camping	27	19,6
Hotel 4-5 sterren	15	10,9
Air BNB / appartement	13	9,4
Bed and Breakfast	7	5,1
Bungalowpark	5	3,6
Overig	4	2,9
Totaal	138	100

Tabel 2.10

Vervolgens zijn respondenten gevraagd naar hun uitgaven aan de accommodatie.

Uitgaven aan accommodatie: prijs van 1 overnachting voor 1 persoon	N	%
0 euro*	32	25,1
1-50 euro	33	25,9
51-100 euro	31	24,4
101-150 euro	12	9,4
151-200 euro	6	4,7
201 euro en meer	13	10,2
Totaal	127	100

* deze personen hebben bij vrienden/kennissen/familie overnacht.

Tabel 2.11

Een aantal respondenten dat aangeeft meer dan 201 euro per nacht kwijt te zijn geweest heeft zeer waarschijnlijk de totale uitgaven aan overnachting genoemd in plaats van een bedrag per persoon. Uitschieters in deze categorie zijn bedragen van 1085 en 1099 euro. Een kwart van de respondenten heeft geen kosten aan de overnachting gehad, omdat zij bij vrienden/familie of kennissen overnachtten. Gemiddeld hebben overnachters 77 euro per persoon per nacht uitgegeven. In de berekening van dit gemiddelde zijn de twee uitschieters verwijderd.

2.7 Uitgaven in Zandvoort

Bezoekers zijn gevraagd wat ze - op de dag van afname - hebben uitgegeven of nog denken uit te geven aan eten en drinken, merchandise, parkeren, openbaar vervoer, winkelen, entertainment. Deze uitgaven zijn gedaan op het circuit of in het dorp.

89,4% van de 465 respondenten gaf aan uitgaven te hebben gedaan aan eten en drinken, 36,7% besteedt geld aan merchandise/souvenirs, 3,9% zegt geld uitgegeven te hebben aan parkeren in Zandvoort, 18,2% aan openbaar vervoer in Zandvoort, 3% aan winkelen, 3% aan nevenactiviteiten/entertainment en 3,4% aan overige zaken. Vermoedelijk hebben respondenten bij de antwoordcategorie 'openbaar vervoer' hun reiskosten van en naar Zandvoort genoemd.

De drie grootste uitgavenposten worden hieronder toegelicht. Allereerst de uitgaven aan eten en drinken.

Uitgaven aan eten en drinken	N	%
1-50 euro	212	50,9
51-100 euro	121	29,0
101-150 euro	31	7,4
151-200 euro	18	4,3
201 euro en meer	34	8,1
Totaal	416	100

Tabel 2.12

Respondenten deden uitgaven voor zichzelf, maar vaak ook voor andere leden van hun gezelschap. Vandaar dat in onderstaande tabel de uitgaven uitgesplitst worden naar de omvang van het gezelschap. De totalen wijken af met de vorige tabel, omdat de vraag op hoeveel personen de uitgaven betrekking hadden veel ontbrekende antwoorden kende.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan eten/drinken op circuit en/of in dorp Zandvoort (in euro)					
	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	Totaal
1	19	14	4	0	1	38
2	44	35	6	4	3	92
3	5	14	8	5	3	35
4	12	16	7	6	6	47
5	1	4	2	1	4	12
Meer dan 5	3	0	1	0	10	14
Totaal	84	83	28	16	27	238

Tabel 2.13

De tweede grote uitgavenpost betrof merchandise/souvenirs.

Uitgaven aan merchandise/souvenirs	N	%
1-50 euro	91	52,9
51-100 euro	53	30,8
101-150 euro	15	8,7
151-200 euro	6	3,4
201 euro en meer	7	4,0
Totaal	172	100

Tabel 2.14

Uitgesplitst naar de omvang van het gezelschap, geeft dit het volgende beeld:

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan merchandise/souvenirs op circuit en/of in dorp Zandvoort (in euro)					
	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	Totaal
1	8	4	0	1	0	13
2	19	10	3	2	1	35
3	7	4	4	0	1	16
4	9	11	1	1	0	22
5	2	1	0	1	1	5
Meer dan 5	3	4	0	0	0	7
Totaal	48	34	8	5	3	98

Tabel 2.15

Bij de afname van de vragenlijst merkten we dat respondenten aangaven wel voor meerdere personen eten/drinken te betalen, maar niet voor het hele gezelschap merchandise te kopen. Bijvoorbeeld: een groep vrienden deelt de uitgaven voor bier, maar niet de uitgaven voor merchandise. Hierdoor kan een onderschatting van de totale bestedingen aan merchandise van bezoekers zijn ontstaan. Het heeft echter geen gevolgen voor de economische impact, omdat we ervan uitgaan dat de souvenirs niet in Zandvoort of de MRA-regio geproduceerd worden en er ook geen handels- en transportmarges over berekend worden.

De uitgaven aan openbaar vervoer is de derde kostenpost die respondenten het meest genoemd hebben; vermoedelijk zijn dit uitgaven die gedaan zijn om met het openbaar vervoer in Zandvoort te komen.

Uitgaven aan openbaar vervoer	N	%
1-50 euro	71	83,5
51-100 euro	13	15,2
101-150 euro	1	1,1
Totaal	85	100

Tabel 2.16

Ten behoeve van de economische impactanalyse (zie hoofdstuk 6) zijn de gemiddelde bestedingen per bezoeker aan iedere categorie bepaald. De gemiddelde bestedingen per bezoeker aan eten en drinken in Zandvoort is 41,32 euro, voor merchandise is dit 14,46 euro, aan vervoer wordt 3,34 euro in Zandvoort besteed, aan winkelen 0,27 euro en aan nevenactiviteiten/entertainment 0,07 euro. Aan tickets voor de DGP is gemiddeld 223 euro besteed.

2.8 Uitgaven in MRA-regio

Nadat bezoekers bevestigd zijn naar hun bestedingen in Zandvoort, zijn bezoekers gevraagd of ze –op de dag van afname- ook geld uitgegeven hebben of nog denken uit te geven in de Metropool Regio Amsterdam. Hierbij zijn overnachtingsuitgaven in de MRA buiten beschouwing gelaten omdat deze reeds eerder gevraagd zijn. De categorieën die het meest genoemd zijn waaraan geld is uitgegeven, zijn eten en drinken, openbaar vervoer, merchandise/souvenirs.

Door een technische fout in de enquête zijn de bestedingen in de MRA-regio op vrijdag niet bevestigd. Op zaterdag en zondag zijn de bestedingen in de MRA-regio wel meegenomen; hierdoor is de kans groot dat de hieronder gepresenteerde gegevens een onderschatting zijn van de werkelijke bestedingen.

108 bezoekers (23,2%) gaf aan geld in de MRA-regio uit te (gaan) geven aan eten en drinken; daarvan konden 88 personen ook een bedrag schatten. Deze bedragen waren als volgt:

Uitgaven aan eten en drinken (MRA)	N	%
1-50 euro	44	50,0
51-100 euro	18	20,4
101-150 euro	12	13,6
151-200 euro	4	4,5
201 euro en meer	10	11,3
Totaal	88	100

Tabel 2.17

Aan openbaar vervoer in de MRA-regio zeggen 40 respondenten (8,6%) geld te hebben uitgegeven, waarvan 29 personen daadwerkelijk hun bestedingen genoemd hebben.

Uitgaven aan openbaar vervoer (MRA)	N	%
1-50 euro	26	89,6
51-100 euro	2	6,8
101-150 euro	0	0
151-200 euro	0	0
201 euro en meer	1	3,4
Totaal	29	100

Tabel 2.18

Aan merchandise/souvenirs in de MRA-regio gaven 24 bezoekers (5,2%) geld uit; 10 personen noemden daadwerkelijk een bedrag.

Uitgaven aan merchandise/souvenirs (MRA)	N	%
1-50 euro	7	70
51-100 euro	2	20
101-150 euro	1	10
Totaal	10	100

Tabel 2.19

Minder dan 10 respondenten hebben aangegeven geld uitgegeven te hebben aan vervoerskosten (pendelbus/fietsverhuur), parkeren, winkelen, entree attracties of aan overige zaken.

Ten behoeve van de economische impactanalyse (zie hoofdstuk 6) zijn de gemiddelde bestedingen per bezoeker aan iedere categorie bepaald. De gemiddelde bestedingen per bezoeker aan eten en drinken in de MRA-regio (exclusief Zandvoort) is 16,87 euro, voor merchandise is dit 0,55 euro, aan vervoer wordt 1,63 euro in de MRA-regio besteed, aan winkelen 0,76 euro en aan nevenactiviteiten/entertainment 0,02 euro.

2.9 Vervoermiddel

Met welk vervoermiddel hebben bezoekers de langste afstand van hun woonadres tot de DGP afgelegd? Zoals in onderstaande tabel te zien is, kwam het merendeel van de bezoekers met de trein.

Vervoermiddel	N	%
Met de trein	263	58,1
Met de auto/motor	88	19,4
Met de fiets, bromfiets, scooter	55	12,1
(georganiseerde) touringcar	23	5,1
Te voet	15	3,3
Overig	9	2,0
Totaal	453	100

Tabel 2.20

Bij overig werd genoemd vliegtuig, camper, (Heineken)bus.

De helft van de mensen die aangeeft met de auto of motor te zijn gekomen, overnacht vanwege de DGP elders dan in de eigen woning. Dit kan betekenen dat bezoekers hun auto bij hun accommodatie parkeren en vervolgens met een ander vervoermiddel naar de Dutch Grand Prix komen.

2.10 Beleving Dutch Grand Prix

Respondenten zijn gevraagd een rapportcijfer (van 1 tot 10) te geven aan de volgende onderdelen van de Dutch Grand Prix: Bereikbaarheid van Zandvoort, Toegankelijkheid van het circuit, Entertainment tijdens Dutch Grand Prix, Fanzone, Sfeer, Informatievoorziening, Kwaliteit eten en drinken, Organisatie, Ticketprijs. Zoals in onderstaande tabel af te lezen is, zijn hoge rapportcijfers gegeven aan met name bereikbaarheid, sfeer en organisatie.

Item en score	5 of lager	6	7	8	9	10	Gemiddelde	N
Bereikbaarheid van Zandvoort	15 (3,3%)	23 (5,1%)	65 (14,5%)	156 (34,8%)	137 (30,6%)	51 (11,4%)	8,1	447 (100%)
Toegankelijkheid van het circuit	10 (2,2%)	25 (5,5%)	93 (20,8%)	193 (43,1%)	100 (22,3%)	26 (5,8%)	7,9	447 (100%)
Entertainment tijdens DGP	39 (8,7%)	55 (12,3%)	100 (22,4%)	146 (32,8%)	75 (16,8%)	30 (6,7%)	7,5	445 (100%)
Fanzone	19 (4,2%)	47 (10,6%)	108 (24,3%)	148 (33,4%)	88 (19,8%)	33 (7,4%)	7,7	443 (100%)
Sfeer	2 (0,4%)	9 (2,0)	41 (9,2%)	88 (19,9%)	131 (29,6%)	171 (38,6%)	8,9	442 (100%)
Informatievoorziening	31 (7,0%)	39 (8,8%)	105 (23,7%)	168 (38,0%)	72 (16,2%)	27 (6,1%)	7,6	442 (100%)
Kwaliteit eten en drinken	28 (6,3%)	47 (10,6%)	119 (26,9%)	162 (36,7%)	70 (15,8%)	15 (3,4%)	7,4	441 (100%)
Organisatie	3 (0,6%)	19 (4,2%)	69 (15,4%)	177 (39,6%)	131 (29,3%)	47 (10,5%)	8,2	446 (100%)
Ticketprijs*	131** (29,3%)	82 (18,3%)	99 (22,1%)	84 (18,8%)	29 (6,5%)	21 (4,7%)	6,4	446 (100%)

Tabel 2.21

*Ticketprijs kende een andere schaal: 1 stond voor veel te goedkoop, en 10 voor veel te duur:

** Scores ticketprijs: score 5 gegeven door 80 respondenten, score 4 door 21 respondenten, score 3 door 18 respondenten, score 2 door 11 respondenten en score 1 door 1 respondent.

2.11 Beleving en imago van Zandvoort

Respondenten zijn een aantal stellingen voorgelegd die ingaan op hun beleving in Zandvoort (gevoelens van veiligheid, ervaren gastvrijheid), de relatie tussen het evenement en het dorp (bijdrage aan positief imago; Zandvoort ademt f1) en gevoelens van trots (trots dat het evenement in Nederland plaatsvindt, en trots op Max Verstappen). Zoals te zien in onderstaande tabel is er weinig variatie in de antwoorden en is 85% het eens of zeer eens met de stelling.

	(Zeer) mee oneens	Neutraal	Mee eens	Zeer mee eens	Weet niet/geen mening	Totaal
De Dutch Grand Prix draagt bij aan een positief imago van Zandvoort	16 (3,5%)	40 (8,8%)	225 (49,3%)	164 (36,0%)	11 (2,4%)	456 (100%)
Ik heb in Zandvoort gastvrijheid ervaren tijdens mijn bezoek aan de DGP	7 (1,5%)	39 (8,6%)	235 (51,5%)	156 (34,2%)	19 (4,1%)	456 (100%)
Ik voel me veilig in Zandvoort	8 (1,7%)	23 (5,0%)	222 (48,7%)	191 (41,9%)	12 (2,6%)	456 (100%)
Ik ben trots op de prestaties van Max Verstappen	5 (1,1%)	26 (5,7%)	102 (22,4%)	304 (66,7%)	19 (4,2%)	456 (100%)
Ik ben trots dat de Formule 1 in Nederland plaatsvindt	3 (0,7%)	25 (5,4%)	90 (19,7%)	317 (69,5%)	21 (4,6%)	456 (100%)

Zandvoort ademt Formule 1	13 (2,8%)	33 (7,2%)	176 (38,6%)	216 (47,4%)	18 (3,9%)	456 (100%)
---------------------------	--------------	--------------	----------------	----------------	--------------	---------------

Tabel 2.22

2.12 Sponsors

Respondenten zijn gevraagd of ze enkele sponsors van de Dutch Grand Prix konden noemen. Hieronder het overzicht van de meest genoemde sponsors. Opvallend is dat ook merken/bedrijven genoemd worden die geen sponsor zijn van het evenement (maar wel bijvoorbeeld van een coureur). N = 465

Naam sponsor	Aantal keer genoemd
Heineken	295 (63%)
Jumbo supermarkten	213 (45%)
Red Bull	167 (35%)
Radio 538 / Talpa	119 (25%)
Rolex	93 (20%)
CM.com	82 (17%)
VolkerWessels	65 (14%)
Mercedes	49 (10%)
Pirelli	37 (8%)
Ferrari	35 (7%)
Shell	28 (6%)
Pon	27 (5%)

Tabel 2.23

2.13 Herhaalbezoek

Draagt een bezoek aan het evenement eraan bij dat bezoekers nog een keer terugkomen in Zandvoort? Om deze vraag te beantwoorden is een stelling voorgelegd waarop een korte toelichting gevraagd is.

Stelling: De DGP draagt eraan bij dat ik Zandvoort binnen een jaar nog een keer bezoek (N=418)

Zeer mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Zeer mee eens	Weet niet/geen mening
27 (6%)	58 (13%)	87 (20%)	112 (26%)	111 (26%)	23 (5%)

Tabel 2.24

Respondenten die aangeven het met de stelling zeer mee eens of mee eens zijn, gaven de volgende redenen:

- Zandvoort is dicht bij de eigen woonplaats, we hebben familie/vrienden in de buurt wonen, we komen er vaker. Met andere woorden deze personen bezoeken Zandvoort al los van het evenement. (21x)
- Verwijzingen naar volgende edities van de DGP: we komen voor de race, we willen Max Verstappen nog een keer zien, het is een leuk evenement. (22x)
- Verwijzingen naar het circuit: het is een mooi circuit, we willen andere races op het circuit bezoeken (7x)
- Sfeer en gezelligheid (waarbij het uit de context niet af te leiden is of de respondent doelt op de sfeer van het evenement of de sfeer in Zandvoort) (24x)
- Strandbezoek (13 x)
- 13 respondenten geven expliciet aan door het evenement kennisgemaakt te hebben met Zandvoort en dat men van plan is het dorp nogmaals te bezoeken, voor een dagje uit / omdat het een mooi gebied is en/of een leuk dorp (13x)

- Organisatie: het evenement is goed georganiseerd (6x)
- De uniciteit van het evenement maakt ook dat bezoekers aangeven terug te willen komen: het is een uniek evenement, moet je een keer meegemaakt hebben (2x)
- De bereikbaarheid van Zandvoort is een enkele keer genoemd (2x)

Respondenten die neutraal op de stelling antwoordden, gaven de volgende redenen:

- We komen voor de f1 / alleen als de f1 er is komen we terug in Zandvoort (7x)
- (potentieel) Zee en strand bezoek (5x)
- Het is te ver weg (5x)
- We komen hier vaker / kennen Zandvoort al (4x)
- We hebben te weinig van het dorp gezien (3x)
- Zandvoort is klein, Zandvoort is onbekend (2x)
- Wellicht een slipcursus (1x)

Respondenten die het met de stelling oneens of helemaal mee oneens waren, gaven de volgende toelichting:

- Ik kom alleen voor de f1 / DGP (16x)
- Ik heb niks met Zandvoort / er is niet veel interessants in Zandvoort (6x)
- Het is te ver (5x)
- Er is een andere/betere locatie dichterbij (2x)
- Het is te duur (doelend op ticketprijs evenement) (2x)
- 5 respondenten geven aan dat ze verwachten nogmaals in Zandvoort te komen, maar dat de keuze daarvoor los staat van het evenement (5x)
- Een enkeling geeft aan het strand of de kust dicht bij de eigen woonplaats te hebben

Daarnaast is gevraagd hoe waarschijnlijk de respondent het acht dat hij/zij de Dutch Grand Prix in 2022 bezoekt. 53% (235 bezoekers) zegt er in 2022 zeker bij te zijn, 32% (143 bezoekers) denkt er misschien bij te zijn, 4% (19) geeft aan er zeker niet bij te zijn en 9% (42 bezoekers) weet het nog niet. (N=439)

2.14 Eindoordeel

De netto promotor score zegt iets over de loyaliteit van bezoekers aan het evenement. Respondenten zijn gevraagd op een schaal van 1 tot 10 aan te geven hoe waarschijnlijk het is dat zij de Dutch Grand Prix zouden aanbevelen aan een vriend of collega. Respondenten die een 9 of een 10 geven heten promotors, omdat zij diegenen zijn die het evenement aanbevelen. Bezoekers die een 7 of 8 hebben gegeven, heten passievelingen; deze bezoekers zijn wel tevreden maar niet enthousiast. Personen die een 6 of lager hebben gegeven heten criticaster; zij zijn diegenen die hun vrienden of bekenden afraden het evenement te bezoeken.

183 respondenten (41,4%) van de DGP hebben een 9 of 10 gegeven en zijn promotors van het evenement. 238 respondenten (53,9%) zijn door hun score van 7 of 8 gecategoriseerd als passieveling, en 20 respondenten (4,5%) als criticaster. (N=441). De Netto Promotor Score (NPS) wordt bepaald door het percentage promotors te verminderen met het percentage criticasters; voor de Dutch Grand Prix is de NPS +37

Promotors hebben significant vaker aangegeven volgend jaar 'zeker wel' de Dutch Grand Prix te zullen bezoeken.

Tot slot zijn respondenten gevraagd de Dutch Grand Prix als totaal te beoordelen middels een rapportcijfer. Het gemiddelde rapportcijfer is 8,3 (N=429). 35 personen (8,2%) gaven een 10, 125 personen (29,1%) een 9, 192 personen (44,8%) een 8. Lager dan een 8 gaven 64 personen (14,9%), waarvan 4 (0,9%) een rapportcijfer lager dan een 6 gaven.

3 Bezoekersprofiel dorp

3.1 Basiskenmerken

Van de ondervraagde bezoekers was 57% man en 42% vrouw; 1% gaf geen gender op. Nagenoeg alle respondenten waren tussen de 20 en 65 jaar oud, zoals onderstaande tabel laat zien.

Leeftijd	N	%
Jonger dan 20 jaar	19	10
20 tot 40 jaar	74	37
40 tot 65 jaar	98	49
65 tot 80 jaar	7	4
Totaal	198	100

Tabel 3.1

Bezoekers zijn relatief hoog opgeleid: 31% heeft hbo-onderwijs afgerond en 13% universitair onderwijs. Van de 197 respondenten die hun opleidingsniveau gedeeld hebben, heeft 27% middelbaar beroepsonderwijs of havo/vwo-onderwijs gevolgd en de resterende 29% heeft lager beroepsonderwijs of mavo/vmbo (of een equivalent daarvan) gevolgd.

In totaal 17 respondenten (8,5%) waren buitenlandse bezoekers. Daarvan kwamen er 7 uit Duitsland, 2 uit België, 2 uit Zweden, 2 uit de Verenigde Staten, 2 uit Curaçao, 1 uit Denemarken en 1 uit Zwitserland.

3.2 Gezelschap

Gezelschap	N	%
Alleen	39	16
Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen	66	27
Met partner/ echtgeno(o)t(e) met kinderen	49	20
Alleen met kinderen	10	4
Met overige familie	30	12
Met vrienden/kennissen	57	23
Met school, bedrijf, vereniging	2	1
Overig	3	1

Tabel 3.2

De 59 respondenten die met kinderen het dorp bezocht hebben zijn gevraagd naar leeftijd van de kinderen. Uit onderstaande tabel is te zien dat er vrij grote spreiding aan leeftijden is; ook volwassen kinderen met ouder(s) bezoeken het dorp. De leeftijd opgegeven van het oudste kind is 27 jaar.

Leeftijd kinderen	N	%
Jonger dan 5 jaar	5	8
5 tot 10 jaar	25	39
10 tot 15 jaar	15	23
15 tot 20 jaar	13	20
Ouder dan 20 jaar	6	9

Tabel 3.3

3.3 Motivatie bezoek

Bezoekers konden meerdere antwoorden (maximaal 3) opgeven als reden voor hun bezoek aan het dorp. De 244 respondenten hebben de volgende redenen opgegeven:

Reden bezoek	N	%
Ik bezoek de Dutch Grand Prix (op het circuit)	97	40
Ik wil de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven in het dorp	58	24
Overig	51	21
Ik ben een dagje uit	42	17
Ik kom voor het strand	18	7
Ik ben hier/in de buurt op vakantie	16	7
Ik woon hier	12	5
Ik kom voor werk/zaken	6	2

Tabel 3.4

De meest voorkomende antwoorden zijn gelinkt aan de Dutch Grand Prix. Opvallend is dat bijvoorbeeld het strand, ondanks het goede weer, door slechts 7% als reden is aangegeven voor het bezoek aan Zandvoort. Dit zou erop kunnen wijzen dat een groep ook juist wegblijft vanwege de Dutch Grand Prix.

3.4 Activiteiten

Onderstaande tabel toont welke activiteiten ondernomen zijn in het dorp door alle respondenten (*Totaal*). De ondernomen activiteiten in het dorp door bezoekers die aan hebben gegeven ook naar de Dutch Grand Prix te gaan staan in de laatste kolom vermeld.

Activiteiten	Totaal		Bezoekers DGP	
	Aantal	%	Aantal	%
Bezoek restaurant, café, terras	102	42	43	44
Bezoek strand	77	32	16	16
Winkelen	38	16	11	11
Bezoek buitenexposities (Raadhuisplein, Kerkplein, Badhuisplein, Van Fenemaplein)	21	9	6	6
Bezoek reuzenrad	19	8	7	7
Anders, namelijk	19	8	2	2
Boodschappen doen	16	7	0	0
Bezoek pitstopspelletjes (boulevard)	9	4	1	1
Bezoek kartbaan (Badhuisplein)	9	4	1	1
Bezoek aan een van de musea	3	1	1	1

Tabel 3.5

Dit overzicht laat zien dat bezoekers van de Dutch Grand Prix minder activiteiten doen in Zandvoort ten opzichte van de gehele steekproef, met uitzondering van het bezoeken van een restaurant, café en terras. Dit geldt zelfs voor activiteiten die er speciaal voor de Dutch Grand Prix zijn, zoals de pitstopspelletjes op de boulevard en de kartbaan.

3.5 Verblijfsduur

De respondenten is gevraagd om een inschatting te geven van de verwachte verblijfsduur met eventueel een korte toelichting. Niet alle respondenten hebben deze inschatting gemaakt waardoor 161 geldige resultaten overbleven.

Kijkend naar deze 161 resultaten dan geeft 14% slechts 4 uur of minder in het dorp te zullen zijn. 62% geeft aan tussen de 5 en 8 uur in het dorp te verblijven en 15% tussen de 9 en 14 uur. De overige 9% verwacht er langer dan een dag te zullen zijn. Een van de respondenten geeft expliciet aan dat zijn verblijfsduur afhangt van het resultaat van de race: als Max wint blijft hij "zeker langer" dan wanneer hij niet zou winnen.

3.6 Uitgaven in Zandvoort

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan eten en drinken in Zandvoort (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	8 (17%)	27 (56%)	7 (15%)	5 (10%)	1 (2%)	0 (0%)	48
2	14 (16%)	29 (34%)	26 (30%)	6 (7%)	7 (8%)	4 (5%)	86
3	1 (5%)	5 (25%)	5 (25%)	7 (35%)	0 (0%)	2 (10%)	20
4	0 (0%)	8 (32%)	10 (40%)	1 (4%)	6 (24%)	0 (0%)	25
5	0 (0%)	2 (40%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (60%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	2 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (25%)	0 (0%)	1 (25%)	4
Totaal	25 (13%)	71 (38%)	48 (26%)	20 (11%)	17 (9%)	7 (4%)	188

Tabel 3.6

De bezoekers aan het dorp geven gemiddeld het meeste geld uit aan eten en drinken. Ondanks het relatief groot aantal bezoekers dat hier geld aan uitgeeft, zijn de gemiddelde bestedingen beperkt en blijft het voor 76% van de respondenten onder de 100 euro per groep.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan merchandise/souvenirs (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	33 (69%)	11 (23%)	3 (6%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (2%)	48
2	71 (83%)	7 (8%)	6 (7%)	0 (0%)	2 (2%)	0 (0%)	86
3	19 (95%)	0 (0%)	1 (5%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	17 (68%)	5 (20%)	2 (8%)	0 (0%)	1 (4%)	0 (0%)	25
5	3 (60%)	1 (20%)	0 (0%)	1 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4
Totaal	147 (78%)	24 (13%)	12 (6%)	1 (1%)	3 (2%)	1 (1%)	188

Tabel 3.7

Van de respondenten geeft 22% geld uit aan merchandise en/of souvenirs. Met name bezoekers die zonder gezelschap in het dorp waren en de gezelschappen van 4 en 5 personen gaven hier geld aan uit. De uitgaven waren voor gezelschappen bestaande uit 2, 3 of meer dan 5, het meest beperkt.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan parkeren in Zandvoort (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	48 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	48
2	79 (92%)	5 (6%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	86
3	20 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	22 (88%)	2 (8%)	0 (0%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	25
5	4 (80%)	1 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4
Totaal	177 (94%)	8 (4%)	1 (1%)	2 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	188

Tabel 3.8

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan openbaar vervoer in Zandvoort (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	42 (88%)	6 (13%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	48
2	76 (88%)	5 (6%)	3 (3%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	86
3	20 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	24 (96%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	25
5	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4
Totaal	171 (91%)	12 (6%)	3 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	188

Tabel 3.9

Zowel voor parkeren als het openbaar vervoer zijn de uitgaven beperkt. Uit de gegevens blijft vooral dat vrijwel alleen grotere groepen gebruik maken van parkeergelegenheden en de groepen bestaande uit 1 of 2 personen gebruik maken van het openbaar vervoer.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan winkelen in Zandvoort (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	44 (92%)	3 (6%)	1 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	48
2	72 (84%)	8 (9%)	4 (5%)	2 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	86
3	18 (90%)	0 (0%)	2 (10%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	13 (52%)	7 (28%)	2 (8%)	1 (4%)	2 (8%)	0 (0%)	25
5	4 (80%)	0 (0%)	1 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4
Totaal	155 (82%)	18 (10%)	10 (5%)	3 (2%)	2 (1%)	0 (0%)	188

Tabel 3.10

In het dorp werd relatief weinig uitgegeven aan winkelen. Als deze cijfers vergeleken worden met de uitgaven voor merchandising en/of souvenirs dan zijn de uitgaven voor het reguliere winkelen lager dan voor de zeer specifieke uitgaven van merchandising en/of souvenirs. Ook dit wijst erop dat het reguliere publiek wellicht juist wegblijft vanwege de Dutch Grand Prix.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan toegangskarten attracties Zandvoort (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	47 (98%)	1 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	48
2	84 (98%)	1 (1%)	0 (0%)	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	86
3	20 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	19 (76%)	5 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (4%)	0 (0%)	25
5	3 (60%)	1 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (20%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4
Totaal	177 (94%)	8 (4%)	0 (0%)	1 (1%)	2 (1%)	0 (0%)	188

Tabel 3.11

De attracties in Zandvoort werden vrijwel uitsluitend bezocht door grotere groepen (vanaf 4 personen). Een enkele groep gaf hier zelfs meer dan 150 euro aan uit.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan entertainment in Zandvoort (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	46 (96%)	2 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	48
2	83 (97%)	3 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	86
3	20 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	20 (80%)	4 (16%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	25
5	4 (80%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4
Totaal	177 (94%)	9 (5%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	188

Tabel 3.12

Van de respondenten geeft 6% aan geld te hebben uitgegeven aan entertainment. Van slechts 2 respondenten zijn de uitgaven boven de 50 euro.

Betrekking op aantal personen	Uitgaven aan overnachting in Zandvoort per nacht (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	47 (98%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (2%)	48
2	83 (97%)	0 (0%)	2 (2%)	0 (0%)	1 (1%)	0 (0%)	86
3	20 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	22 (88%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (12%)	0 (0%)	25
5	4 (80%)	1 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4
Totaal	180 (96%)	1 (1%)	2 (1%)	0 (0%)	4 (2%)	1 (1%)	188

Tabel 3.13

Slechts 4% geeft aan geld te hebben uitgegeven aan overnachtingen in Zandvoort. Van dat kleine deel zijn de uitgaven wel overwegend boven de 150 euro.

Betrekking op aantal personen	Overige uitgaven (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	47 (98%)	1 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	48
2	84 (98%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	86
3	20 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	23 (92%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (4%)	1 (4%)	0 (0%)	25
5	4 (80%)	0 (0%)	1 (20%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	3 (75%)	1 (25%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4
Totaal	181 (96%)	3 (2%)	2 (1%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	188

Tabel 3.14

7 van de 188 respondenten heeft uitgaven gedaan aan overige zaken.

3.7 Beleving

Stelling	(Zeer) mee oneens	Neutraal	Mee eens	Zeer mee eens	Weet niet/geen mening
Het dorp ademt Formule 1	3 (2%)	14 (7%)	92 (47%)	86 (44%)	2 (1%)
De Formule 1 past bij Zandvoort	7 (4%)	14 (7%)	77 (39%)	92 (47%)	7 (4%)
Er hangt een goede sfeer in Zandvoort	4 (2%)	9 (5%)	68 (35%)	114 (58%)	2 (1%)
Ik voel me veilig in Zandvoort	6 (3%)	20 (10%)	77 (39%)	89 (45%)	5 (3%)
Ik voel me welkom in Zandvoort	6 (3%)	6 (3%)	79 (40%)	102 (52%)	3 (2%)
Er is vandaag genoeg te doen voor jong en oud	20 (10%)	35 (18%)	75 (38%)	53 (27%)	13 (7%)

Tabel 3.15

De resultaten over de beleving van de bezoekers laten een positief tot zeer positief beeld zien. Over de sfeer is op elk aspect de overgrote meerderheid positief. Het enige dat iets achterblijft is of er genoeg te doen is voor jong en oud: daar is 10% van de ondervraagden minder tevreden over.

3.8 Imago Zandvoort

Bezoekers is de volgende stelling voorgelegd: de Dutch Grand Prix draagt bij aan positief imago voor Zandvoort.

Antwoord	N	%
Zeer mee eens	84	42
Mee eens	89	45
Neutraal	15	8
(Zeer) mee oneens	8	4
Weet niet	2	1

Tabel 3.16

In de toelichting wordt met name het internationaal op de kaart zetten van Nederland en Zandvoort, en daarmee op de langere termijn het positieve effect op toerisme, als reden waarom het positief bijdraagt. De respondenten die het juist niet eens zijn met de stelling geven als reden op dat er in de media negatief over gesproken wordt (o.a. vanwege corona) en het milieu.

3.9 Retentie

Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nog een keer bezoekt? Het antwoord op deze vraag is uitgesplitst naar de woonplaats van de respondent.

Antwoord	MRA-regio	Rest Nederland	Totaal
Zeer groot	24 (51%)	25 (24%)	49 (32%)
Groot	18 (38)	40 (38%)	58 (38%)
Neutraal	1 (2%)	19 (18%)	20 (13%)
Klein	1 (2%)	11 (11%)	12 (8%)
Zeer klein	1 (2%)	5 (5%)	6 (4%)
Weet niet	2 (4%)	4 (4%)	6 (5%)
Totaal	47	104	151

Tabel 3.17

De overgrote meerderheid van alle respondenten geeft aan dat de kans groot tot zeer groot is binnen een jaar terug te komen naar Zandvoort. Respondenten uit de MRA-regio zijn daar stilliger over (daar geeft de meerderheid aan dat de kans 'zeer groot' is), maar ook voor Nederlandse bezoekers buiten de MRA-regio denkt 62% binnen jaar terug te komen. Slechts 16% schat de kans als 'klein' of 'zeer klein' in.

4 Ondernemers

4.1 Basiskenmerken

In totaal hebben er 102 ondernemers meegewerkt aan de enquête. Deze ondernemers zijn actief in verschillende sectoren, hiervan zijn de meeste ondernemers actief in eet- en drinkgelegenheden (40.2%), detailhandel (33.3%) en logiesvertrekking (21.6%). Slechts enkelen zijn actief in de recreatie en verhuur van recreatieve middelen (totaal 4.9%).

56.5% van alle ondernemers die hebben meegewerkt aan het onderzoek zijn gevestigd in het centrum van het dorp Zandvoort, 40.2% is gevestigd op het strand of aan de boulevard, een enkeling (3.3%) is gevestigd aan de rand van het dorp of in het buitengebied. Niet alle ondernemers hebben de vraag naar de locatie van de onderneming beantwoord.

In welke sector is uw bedrijf actief?	N	%
Eet en drinkgelegenheid	41	40,2
Logiesverstrekking (hotel/vakantiehuisjes/kampeerterein)	22	21,6
Detailhandel	34	33,3
Verhuur van sport en recreatieve artikelen	3	2,9
Overig: wel verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd	2	2
Totaal	102	100

Tabel 4.1

Waar in Zandvoort is uw bedrijf gevestigd?	N	%
Aan de boulevard/op het strand	37	40,2
In het centrum van het dorp	52	56,5
Aan de rand van het dorp of buitengebied	3	3,3
Totaal	92	100

Tabel 4.2

4.2 Aanloop naar DGP

In het onderzoek is aan de ondernemers gevraagd of zij verschil hebben gemerkt in het aantal bezoekers aan hun bedrijf en of zij verschil in omzet hebben gemerkt in het weekend voorafgaand aan de race (27 augustus t/m 2 september). In de tabel hierna (tabel 4.3) is te zien dat ongeveer net zoveel ondernemers zowel een stijging (30.4%) als een daling (27.5%) zagen in het aantal bezoekers, de meeste ondernemers geven aan dat zij geen verandering hebben gezien (41.2%). De verschillen tussen de sectoren waarin het bedrijf actief is, zijn niet significant.

De ondernemers die meer bezoekers hebben gehad kregen ook de vraag of zij een stijging in de omzet hebben gezien de week voorafgaand aan de race (tabel 4.4). 74,2% van de ondernemers heeft wel een stijging in omzet en 25,8% niet. Hoeveel de stijging in omzet is voor de betreffende ondernemers is zeer verschillend, deze loopt uiteen van 5% tot 100%, gemiddeld is er een omzetsijging van 26.61% (tabel 4.5).

	Eet en drink gelegenheden	Logies verstrekking	Detailhandel	Verhuur sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Totaal
Ja, het was drukker dan normaal	13 (31,7%)	5 (22,7%)	11 (32,4%)	2 (66,7%)	0 (0,0%)	31 (30,4%)
Ja, het was minder druk dan normaal	10 (24,4%)	5 (22,7%)	12 (35,3%)	0 (0,0%)	1 (50,0%)	28 (27,5%)
Nee, het was even druk als normaal	18 (43,9%)	12 (54,5%)	10 (29,4%)	1 (33,3%)	1 (50,0%)	42 (41,2%)
Weet ik niet meer	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (2,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,0%)
Totaal	41 (100%)	22 (100%)	34 (100%)	3 (100%)	2 (100%)	102 (100%)

Tabel 4.3

Stijging omzet week voor DGP	N	%
Ja	23	74,2
Nee	8	25,8
Totaal	31	100

Tabel 4.4

Omzetstijging in %	N	%
5	1	5,6
8	1	5,6
10	4	22,2
11	1	5,6
20	5	27,8
25	1	5,6
30	3	16,7
100	2	11,1
Totaal	18	100
Gemiddelde	26,61	

Tabel 4.5

4.3 Openingstijden in raceweekend

In onderstaande drie tabellen is te zien dat de openingstijden van de ondernemers niet veel verschillen over de weekenddagen gedurende het race weekend. Het merendeel van de ondernemers is in de ochtend, middag en avond (minstens tot 21.00uur) open geweest, daaronder waren ook ondernemers die 24/7 open waren. Daarna zijn de ochtend en middag, dus de reguliere werktijden, de meest voorkomende openingstijden.

Openingstijden vrijdag 3 september	N	%
Ochtend	3	3,1
Middag	3	3,1
Avond	1	1
Ochtend en middag	22	22,9
Ochtend, middag en avond	57	59,4
Middag en avond	9	9,4
Gesloten	1	1
Totaal	96	100

Tabel 4.6

Openingstijden zaterdag 4 september	N	%
Ochtend	4	4,2
Middag	3	3,1
Avond	1	1
Ochtend en middag	22	22,9
Ochtend, middag en avond	55	57,3
Middag en avond	10	10,4
Gesloten	1	1
Totaal	96	100

Tabel 4.7

Openingstijden zondag 5 september	N	%
Ochtend	4	4,2
Middag	6	6,3
Avond	1	1
Ochtend en middag	15	15,6
Ochtend, middag en avond	56	58,3
Middag en avond	10	10,4
Gesloten	4	4,2
Totaal	96	100

Tabel 4.8

4.4 Vergelijking raceweekend met regulier weekend

4.4.1 Verschil in omzet

In het onderzoek is de ondernemers gevraagd naar de omzet tijdens het raceweekend in vergelijking met de omzet tijdens een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer. Daarin gaf 42,2% van de ondernemers aan minder omzet te hebben gehad, 38,2% heeft juist meer omzet gehad en 19,6% zou een gelijke omzet hebben gehad. De omzetstijging en -daling loopt ontzettend uiteen, van 5% stijging tot 300% en van 1% daling tot 100% daling. In tabel 4.9 en 4.10 zijn respectievelijk de omzetstijging en omzetzdaling tijdens het raceweekend weergegeven.

Omzet vergelijkbaar met regulier weekend	N	%
Meer omzet	39	38,2
Gelijke omzet	20	19,6
Minder omzet	43	42,2
Totaal	102	100

Tabel 4.9

% meer omzet behaald	N	%
5	2	6,7
10	2	6,7
20	2	6,7
30	3	10
35	1	3,3
50	5	16,7
75	1	3,3
80	2	6,7
100	8	26,7
300	4	13,3
Totaal	30	100

Tabel 4.10

% minder omzet behaald	N	%
1	1	3
10	1	3
20	4	12,1
25	1	3
30	2	6,1
40	2	6,1
50	8	24,2
60	1	3
70	4	12,1
80	4	12,1
88	1	3
90	2	6,1
100	2	6,1
Totaal	33	100

Tabel 4.11

In tabel 4.12 is te zien dat er verschil zit in de sector waarin een bedrijf actief is en of men omzetstijging heeft gehad. Vooral de logiesverstrekkers hebben in verhouding met de andere ondernemers meer omzet behaald, ook de ondernemers van eet- en drinkgelegenheden hebben meer omzet behaald. Het valt op dat vooral de detailhandel minder omzet heeft behaald. Dit verschil is significant. Er zijn geen significante verschillen gevonden tussen de plek waar de onderneming in Zandvoort gevestigd is en de behaalde omzet in het race weekend.

	Eet-en drinkgelegenheden	Logies verstrekking	Detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd	Totaal
Meer omzet behaald	46,3% (19)	72,7% (16)	11,8% (4)	0% (0)	0% (0)	38,2% (39)
Gelijke omzet behaald	26,8% (11)	18,2% (4)	8,8% (3)	33,3% (1)	50% (1)	19,6% (20)
Minder omzet behaald	26,8% (11)	9,1% (2)	79,4% (27)	66,7% (2)	50% (1)	42,2% (43)
Totaal	100% (41)	100% (22)	100% (34)	100% (3)	100% (2)	100% (102)

Tabel 4.12 (sig. 0,000)

Er blijkt geen significant verschil te zitten in de sector waarin het bedrijf actief is en het percentage meer behaalde omzet. Bij het percentage minder behaalde omzet valt op dat eet-en drinkgelegenheden en detailhandel hogere percentages omzetverlies noteren dan logiesverstrekking.

4.4.2 Verschil in kosten

Er is tevens een vergelijking gevraagd van de kosten tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend met hetzelfde weer. In tabel 4.13 is duidelijk te zien dat het merendeel (56,4%) van de ondernemers meer kosten gemaakt heeft, voor 41,6% zijn de kosten gelijk gebleven en slechts 2% van de ondernemers heeft minder kosten gemaakt (zie tabel 4.15 voor percentages). Opvallend is dat 50% van de ondernemers in ieder geval niet meer dan 20% meer kosten heeft gemaakt, maar de verhoging van de kosten is voor sommige ondernemers gestegen naar 100 tot 500 procent (tabel 4.14).

Meer of minder kosten met vergelijkbaar weekend	N	%
Meer kosten gemaakt	57	56,4
Gelijke kosten gemaakt	42	41,6
Minder kosten gemaakt	2	2
Totaal	101	100

Tabel 4.13

% meer kosten gemaakt	N	%
5	5	11,9
10	7	16,7
15	1	2,4
20	10	23,8
25	3	7,1
30	2	4,8
40	1	2,4
50	6	14,3
80	1	2,4

90	1	2,4
100	3	7,1
200	1	2,4
500	1	2,4
Totaal	42	100

Tabel 4.14

% minder kosten gemaakt	N	%
1	1	50
50	1	50
Totaal	2	100

Tabel 4.15

In de tabel hierna is te zien dat er een verschil zit tussen de sector van het bedrijf en de kosten die gemaakt zijn, dit verschil is echter niet significant en geldt dus alleen voor de ondernemers opgenomen in dit onderzoek. Er is te zien dat de ondernemers in de eet-en drinkgelegenheden en detailhandel meer kosten hebben gemaakt.

	Eet-en drinkgelegenheden	Logies verstrekking	Detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd	Totaal
Meer kosten gemaakt	58.5% (24)	47.6% (10)	64.7% (22)	33.3% (1)	0% (0)	56.4% (57)
Gelijke kosten gemaakt	39% (16)	47.6% (10)	35.3% (12)	66.7% (2)	100% (2)	41.6% (42)
Minder kosten gemaakt	2,4% (1)	4.8% (1)	0% (0)	0%	0% (0)	2% (2)
Totaal	100% (41)	100% (21)	100% (34)	100% (3)	100% (2)	100% (101)

Tabel 4.16 (sig. 0.597)

4.4.3 Verschil in personeel

De ondernemers hebben ook aangegeven of zij in vergelijking met een regulier weekend met hetzelfde weer, tijdens het raceweekend een verschil in personeelsinzet hadden. Ook hier heeft een merendeel van de ondernemers (57%) meer fte aan personeel ingezet, bij 35% van de ondernemers is personeelsinzet gelijk gebleven en 8% van de ondernemers heeft minder personeel ingezet (tabel 4.17). Het grootste percentage van de ondernemers heeft maximaal 3fte extra ingezet, maar er zijn ook ondernemers die 10 tot 100 fte meer hebben ingezet tijdens het raceweekend (tabel 4.18).

Meer of minder personeel ingezet	N	%
Meer personeel ingezet	57	57
Gelijke hoeveelheid personeel ingezet	35	35
Minder personeel ingezet	8	8
Totaal	100	100

Tabel 4.17

fte aan personeel meer	N	%
1	7	15,2
2	9	19,6
3	9	19,6
4	4	8,7
5	1	2,2
6	3	6,5
7	2	4,3
8	2	4,3
10	3	6,5
12	2	4,3
33	1	2,2
70	1	2,2
100	2	4,3
Totaal	46	100

Tabel 4.18

fte aan personeel minder	N	%
1	4	66,7
2	1	16,7
5	1	16,7
Totaal	6	100

Tabel 4.19

Bij het kruisen van de sector waarin de ondernemer opereert en het inzetten van personeel is er een vergelijkbaar verschil te zien als bij de kruising tussen sector en kosten. Vooral de eet- en drinkgelegenheden hebben meer personeel ingezet. Dit verschil wat te zien is in de steekproef van dit onderzoek is echter niet significant.

	Eet- en drinkgelegenheden	logiesverstreking	detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd
Meer personeel ingezet	73.2% (30)	45% (9)	47,1% (16)	66,7% (2)	0% (0)
Gelijke hoeveelheid personeel ingezet	17.1% (7)	50% (10)	44,1% (15)	33,3% (1)	100% (2)
Minder personeel ingezet	9,8% (4)	5% (1)	8,8% (3)	0% (0)	0% (0)
Totaal	100% (41)	100% (20)	100% (34)	100% (3)	100% (2)

Tabel 4.20 (sig. 0,103)

4.5 Beleving DGP

Om de beleving van ondernemers rondom de Dutch Grand Prix na te vragen zijn er diverse stellingen aan de ondernemers voorgelegd. Deze stellingen konden zij beantwoorden met de keuze uit vijf antwoordopties van helemaal mee oneens tot en met helemaal mee eens.

4.5.1 Informatievoorziening

Er is de ondernemers gevraagd of zij, als ondernemer, voorafgaand aan het evenement goed geïnformeerd zijn. De meeste ondernemers geven aan het hiermee eens te zijn (40,2%) en 34,8% geeft aan het hiermee helemaal eens te zijn. Slechts 4,3% en 10,9% van de ondernemers geeft aan het hiermee helemaal oneens of oneens te zijn (tabel 4.21).

Vooraf goed geïnformeerd over evenement	N	%
Helemaal mee oneens	4	4,3
Mee oneens	10	10,9
Neutraal	7	7,6
Mee eens	37	40,2
Helemaal mee eens	32	34,8
Weet ik niet / geen mening	2	2,2
Totaal	92	100

Tabel 4.21

4.5.2 Gevoelens van veiligheid

Op de stelling "Ik of mijn personeel heeft zich onveilig gevoeld tijdens het evenement" geeft meer dan 90% van de ondernemers aan dat zij het hiermee helemaal oneens en oneens zijn. Op een enkeling na hebben zij zich dus veilig gevoeld tijdens het evenement.

Gevoel van onveiligheid tijdens evenement	N	%
Helemaal mee oneens	49	53,3
Mee oneens	36	39,1
Neutraal	3	3,3
Mee eens	2	2,2
Helemaal mee eens	1	1,1
Weet ik niet / geen mening	1	1,1
Totaal	92	100

Tabel 4.21

4.5.3 Ervaren hinder of overlast

"Ik heb - als ondernemer - overlast ervaren door het evenement" wordt door 9,8% van de ondernemers met helemaal mee eens en door 14,1% met mee eens beantwoord, 12% geeft aan neutraal te zijn. Het merendeel van de ondernemers geeft aan het hiermee oneens of helemaal oneens te zijn, respectievelijk 41,3% en 19,6%. Er is dus toch ruim 20% van de ondernemers die overlast ervaren heeft van het evenement.

Overlast ervaren door evenement	N	%
Helemaal mee oneens	18	19,6
Mee oneens	38	41,3
Neutraal	11	12
Mee eens	13	14,1
Helemaal mee eens	9	9,8
Weet ik niet / geen mening	3	3,3
Totaal	92	100

Tabel 4.22

4.5.4 Gevoelens van trots

Slechts 1,1% van de ondernemers vindt dat de DGP niet echt iets toevoegt aan het dorp, 5,4% is neutraal en 3,3% weet het niet. De overige ondernemers vinden dat de Dutch Grand Prix echt iets toevoegt aan het dorp (tabel 4.23). Soortgelijke percentages zijn te zien bij de stelling "een evenement als de Dutch Grand Prix past bij Zandvoort" waarbij 1,1% antwoordt met mee oneens, 2,2% met neutraal en 5,4% met weet ik niet. Meer dan 80% vindt dus dat de DGP goed past bij Zandvoort (tabel 4.24).

DGP voegt echt iets toe aan het dorp	N	%
Mee oneens	1	1,1
Neutraal	5	5,4
Mee eens	27	29,3
Helemaal mee eens	56	60,9
Weet ik niet / geen mening	3	3,3
Totaal	92	100

Tabel 4.23

DGP past bij Zandvoort	N	%
Mee oneens	1	1,1
Neutraal	2	2,2
Mee eens	26	28,3
Helemaal mee eens	58	63
Weet ik niet / geen mening	5	5,4
Totaal	92	100

Tabel 4.24

4.5.5 Ondersteuning

Zandvoort Beyond heeft in de maanden voorafgaand aan het raceweekend actief ondernemers benaderd voor betrokkenheid bij het side events programma. Een van de doelstellingen van de stichting is de 'coördinatie van lokale initiatieven en activiteiten opnemen in de overkoepelende vergunning'. Ondernemers die een rol wilden spelen in het side events programma kregen van Zandvoort Beyond ondersteuning. Om deze reden is de volgende stelling voorgelegd: 'Zandvoort Beyond maakt het makkelijk bij te dragen aan side events'. Zoals aangegeven in hoofdstuk 1 noopten de corona maatregelen tot het schrappen van het (evenementen vergunningsplichtende) side events programma. In plaats daarvan is ingezet op vergunningsvrije activiteiten en het aankleden van het dorp in f1 sferen. Hier heeft Zandvoort Marketing een grote rol in gespeeld, vandaar de stelling 'Zandvoort Marketing maakt het mij makkelijk mijn bedrijf in f1 sferen aan te kleden'. Ook is gevraagd hoe ondernemers de samenwerking met andere ondernemers in het dorp zien: werkt men veel samen?

De rol van Zandvoort Beyond blijkt nog niet van groot toegevoegd belang voor de meeste ondernemers. Slechts 15,2% (mee eens) en 2,2% (helemaal mee eens) geven aan dat Stichting Zandvoort Beyond het hen makkelijk maakt om bij te dragen aan side events. Het merendeel van de ondernemers heeft aan helemaal oneens, oneens of neutraal te zijn (tabel 4.25).

Op de stelling "Zandvoort Marketing maakt het mij makkelijk mijn bedrijf in F1 sferen aan te kleden" geven meer ondernemers aan het eens of helemaal eens te zijn, respectievelijk 27,2% en 14,1% (tabel 4.26).

Soortgelijke percentages gelden voor de stelling "Zandvoortse ondernemers werken veel samen", daarover is 30,4% het eens en 14,1% het helemaal eens (tabel 4.27).

Zandvoort Beyond maakt het makkelijk bij te dragen aan side events	N	%
Helemaal mee oneens	10	10,9
Mee oneens	12	13
Neutraal	32	34,8
Mee eens	14	15,2
Helemaal mee eens	2	2,2
Weet ik niet / geen mening	22	23,9
Totaal	92	100

Tabel 4.25

Zandvoort marketing heeft mij ondersteund in F1 aankleding	N	%
Helemaal mee oneens	11	12
Mee oneens	12	13
Neutraal	20	21,7
Mee eens	25	27,2
Helemaal mee eens	13	14,1
Weet ik niet / geen mening	11	12
Totaal	92	100

Tabel 4.26

Zandvoortse ondernemers werken veel samen	N	%
Helemaal mee oneens	11	12
Mee oneens	9	9,8
Neutraal	22	23,9
Mee eens	28	30,4
Helemaal mee eens	13	14,1
Weet ik niet / geen mening	9	9,8
Totaal	92	100

Tabel 4.27

4.5.6 Duurzaamheid

Er is aan de ondernemers gevraagd of zij er rekening mee houden dat hun activiteiten/uitingen van het evenement zo duurzaam mogelijk zijn. De meeste ondernemers (33,7%) geven aan neutraal te zijn, 28,3% is het hiermee eens en 16,3% is het hiermee helemaal eens. Slechts 12% is het hiermee oneens of helemaal oneens.

Ik houd rekening dat mijn uitingen zo duurzaam mogelijk zijn	N	%
Helemaal mee oneens	1	1,1
Mee oneens	10	10,9
Neutraal	31	33,7
Mee eens	26	28,3
Helemaal mee eens	15	16,3
Weet ik niet / geen mening	9	9,8
Totaal	92	100

Tabel 4.28

4.5.7 Toegevoegde waarde voor bedrijf

Om de toegevoegde waarde van de Dutch Grand Prix voor de ondernemers te achterhalen is er gevraagd naar de toegevoegde waarde voor hun bedrijf, aantal bezoekers dat side events opleverde en vergelijking met een reguliere mooie stranddag. Tevens is er gevraagd naar de tevredenheid over het aantal bezoekers, de gegenereerde omzet, de motivatie van het personeel en de sfeer in het bedrijf.

Op de stelling "Het evenement (Dutch Grand Prix) is voor mijn bedrijf van toegevoegde waarde" (tabel 4.29) antwoordde 29,3% helemaal mee oneens en mee oneens. De meeste ondernemers antwoorden met helemaal mee eens (32,6%) en 19,6% geeft aan het hiermee eens te zijn.

Op de stelling of side events extra bezoekers opleverde is slechts 17,4% het eens of helemaal eens. De meeste ondernemers zijn het hiermee helemaal oneens of oneens, respectievelijk 26,1% en 22,8%. 15,2% heeft hier geen mening over. In tabel 4.30 is dit terug te zien.

Dat een mooie stranddag net zoveel waard is als de Dutch Grand Prix (tabel 4.31) wordt met helemaal mee oneens en oneens door 50% van de ondernemers beantwoord. 23,9% is het hiermee eens en 12% is het er helemaal mee eens. Bij afname merkten we dat de formulering van deze vraag niet eenduidig is en de vraag dus niet valide. Zoals een respondent het verwoordde: wij hebben "helemaal oneens" ingevuld omdat de DGP voor ons veel beter is dan een stranddag, maar anderen vullen "helemaal oneens" in omdat het veel slechter is dan een zomerse stranddag.

Toegevoegde waarde DGP voor bedrijf	N	%
Helemaal mee oneens	14	15,2
Mee oneens	13	14,1
Neutraal	17	18,5
Mee eens	18	19,6
Helemaal mee eens	30	32,6
Totaal	92	100

Tabel 4.29

Side events DGP leveren extra bezoekers op	N	%
Helemaal mee oneens	24	26,1
Mee oneens	21	22,8
Neutraal	17	18,5
Mee eens	10	10,9
Helemaal mee eens	6	6,5
Weet ik niet / geen mening	14	15,2
Totaal	92	100

Tabel 4.30

Mooie stranddag is evenveel waard als DGP	N	%
Helemaal mee oneens	20	21,7
Mee oneens	26	28,3
Neutraal	12	13
Mee eens	22	23,9
Helemaal mee eens	11	12
Weet ik niet / geen mening	1	1,1
Totaal	92	100

Tabel 4.31

Om de toegevoegde waarde voor de ondernemers na te vragen is er ook gevraagd naar de tevredenheid over het aantal bezoekers, de gegenereerde omzet, de motivatie van het personeel en de sfeer in het bedrijf. De ondernemers konden deze vraag beantwoorden op een schaal van 1-10, met 1 zeer ontevreden en 10 zeer tevreden.

Het gemiddelde cijfer dat de ondernemers geven aan de tevredenheid over het aantal bezoekers tijdens het raceweekend is een 6,1. Het cijfer 8 wordt het meeste gegeven.

Het gemiddelde cijfer dat de ondernemers geven aan de tevredenheid over de gegenereerde omzet tijdens het raceweekend is een 5,9. 53,3% van de antwoorden is een 6 of lager. Het meest voorkomende cijfer is een 7.

De ondernemers zijn erg tevreden over de motivatie van het personeel tijdens het raceweekend, ze geven een gemiddeld cijfer van een 8,2. Dat is tevens, net als de 10 het meest gegeven cijfer.

De tevredenheid van de sfeer in het bedrijf tijdens het raceweekend is nog hoger, hiervoor geven de ondernemers gemiddeld een 8,4. Hiervoor is de 10 het meeste gegeven cijfer.

Rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aantal bezoekers in bedrijf	10 10,9%	5 5,4%	7 7,6%	3 3,3%	11 12,0%	6 6,5%	13 14,1%	14 15,2%	11 12,0%	12 13,0%
Gegenereerde omzet	11 12,0%	6 6,5%	7 7,6%	2 2,2%	12 13,0%	11 12,0%	10 10,9%	11 12,0%	11 12,0%	11 12,0%
Motivatie personeel	1 1,1%	1 1,1%	1 1,1%	0 0,0%	4 4,3%	5 5,4%	10 10,9%	25 27,2%	20 21,7%	25 27,2%
Sfeer in bedrijf	2 2,2%	0 0,0%	0 0,0%	1 1,1%	4 4,3%	1 1,1%	11 12,0%	25 27,2%	15 16,3%	33 35,9%

Tabel 4.32

4.5.8 Sfeer in dorp

Er is de ondernemers gevraagd naar hun tevredenheid over de sfeer in het dorp tijdens het raceweekend en de tevredenheid over de aankleding van het dorp tijdens het raceweekend.

De ondernemers zijn zeer tevreden over de sfeer in het dorp tijdens het raceweekend, zij geven hiervoor gemiddeld een 8,7. Het meeste gegeven cijfer is een 10, 41,3% van de ondernemers geeft dat cijfer.

Ook over de aankleding van het dorp zijn de ondernemers erg tevreden, daarvoor geven zij gemiddeld een 8,2. Hier wordt het cijfer 8 het meeste gegeven.

Tevredenheid sfeer in dorp in raceweekend	N	%
1	1	1,1
3	1	1,1
5	2	2,2
6	4	4,3
7	6	6,5
8	20	21,7
9	20	21,7
10	38	41,3
Totaal	92	100
Gemiddelde	8,7	

Tabel 4.33

Tevredenheid aankleding dorp in raceweekend	N	%
5	4	4,3
6	9	9,8
7	11	12
8	25	27,2
9	21	22,8
10	22	23,9
Totaal	92	100
Gemiddelde	8,26	

Tabel 4.34

4.6 Betrokkenheid side events

In het onderzoek is gevraagd of de ondernemers in de toekomst betrokken willen zijn bij de organisatie van side events. Daar reageert 44,6% van de ondernemers positief op, 21,7% van de ondernemers wil dit misschien en 33,7% van de ondernemers wil niet betrokken zijn bij side events voor de race in 2022. In tabel 4.35 zijn deze resultaten terug te vinden.

Van de ondernemers die graag betrokken willen zijn geven de meesten aan dat zij inbreng willen hebben in de side events en hopen dat er meerdere plekken, zoals stationsplein bij betrokken worden. Sommige ondernemers voelden zich dit jaar buitengesloten en willen dat voor aankomende editie voorkomen. Tevens geven ondernemers aan dat zij goede en leuke ideeën hebben over mogelijke side events en het verdelen van de drukte van bezoekers aan de race.

Ondernemers die niet betrokken willen zijn geven vooral aan er geen baat bij te hebben en er geen behoefte aan te hebben.

Er is gekeken of de ondernemers die positief oordeelden over de rol van Zandvoort Beyond ook meer welwillendheid hebben tot betrokkenheid bij side events. Dit blijkt niet zo te zijn: ook ondernemers die het oneens waren met de stelling dat Zandvoort Beyond het hen makkelijk maakte bij te dragen aan side events zijn welwillend om in de toekomst wel betrokken te zijn.

Welwillendheid betrokkenheid side events 2022	N	%
Ja, omdat...	41	44,6
Nee, omdat...	31	33,7
Misschien, omdat...	20	21,7
Totaal	92	100

Tabel 4.35

4.7 Rapportcijfer DGP

Er is aan de ondernemers gevraagd om een rapportcijfer te geven voor het evenement de Dutch Grand Prix. Het gemiddelde cijfer dat gegeven is, is een 7,9. Het meest gegeven cijfer is een 9 (24,2%).

Rapportcijfer evenement DGP	N	%
1	1	1,1
2	2	2,2
3	1	1,1
4	1	1,1
5	4	4,4
6	4	4,4
7	15	16,5
8	21	23,1
9	22	24,2
10	20	22
Totaal	91	100
Gemiddelde	7,99	

Tabel 4.36

4.8 Opmerkingen/verbeterpunten

De opmerkingen die nog open toegevoegd konden worden door de ondernemers hebben vaak te maken met de afzettingen van straten en parkeerplaatsen. Ondernemers, werknemers, klanten en leveranciers konden de onderneming niet altijd goed bereiken, dat leed ook tot omzetverlies (omdat bijvoorbeeld bezorgservice niet mogelijk was) en minder klandizie. Het verzoek vanuit de ondernemers is om het evenement daar omheen beter te organiseren.

Er zijn positieve opmerkingen over de algemene organisatie van het evenement, los van wat het doet voor de onderneming. Ondernemers geven ook aan dat zij als bedrijf niet veel hadden met het evenement, maar er als persoon wel van genoten hebben.

Er werd ook nog een opmerking toegevoegd over de sluitingstijden van 00.00u in verband met de corona maatregelen. Deze werd als positief ervaren, omdat er zo waarschijnlijk minder overlast is geweest voor ondernemers en bewoners dan als de openingstijden tot later mogelijk waren.

5 Bewoners

5.1 Basiskenmerken

In totaal hebben er 1567 bewoners deze enquête ingevuld. 704 zijn man, dit is 46,2% en 806 zijn vrouw, dit is 52,9%. 13 mensen geven aan liever niet antwoord te geven op deze vraag, dit is 0,8%. De gemiddelde leeftijd van de bewoners die de vragenlijst hebben ingevuld is 57. Dit is direct de leeftijd die het meest voorkomt. 50% van de bewoners zijn tussen 1955 en 1975 geboren. Het grootste deel van de bewoners heeft een HAVO, VWO, HBS of mbo-opleiding afgerond, dit zijn 549 mensen (36%), 31,3% heeft een hbo-opleiding afgerond (n 477). 39 bewoners hebben 2040 als postcode (2,6%), 792 bewoners hebben 2041 als postcode (52%) en 692 bewoners hebben 2042 als postcode (45,5). 44 bewoners hebben niet hun postcode doorgegeven.

Leeftijd	N	%
15 jaar en jonger	1	0,1
16-25	32	2,1
26-45	325	21,5
46-65	771	50,9
Ouder dan 65	385	25,4
Totaal	1514	100

Tabel 5.1

5.2 Betrokkenheid DGP

5.2.1 Bezoek circuit

729 bewoners hebben het evenement bezocht, dit is 46,5% van het totale aantal bewoners dat de vragenlijst heeft ingevuld.

5.2.2 DGP gekeken Tv/ Media

1372 bewoners hebben een of meerdere wedstrijden van de DGP op tv gevolgd, dit is 87,6% van het totale aantal bewoners dat de vragenlijst heeft ingevuld (1567). 73,1% heeft een of meerdere wedstrijden via andere media gevolgd.

5.2.3 Liefhebber sport en autosport

Slechts 6,2% is niet of helemaal niet een liefhebber van sport (n 94), 17,6% is neutraal (n 268), 36,8% geeft aan wel een liefhebber van sport te zijn (n 560) en het grootste aantal, 39,5% zegt helemaal wel een liefhebber van sport te zijn (n 601). Daarnaast is 13,7% niet of helemaal niet een liefhebber van autosport (n 209), 19,6% is neutraal (n 299), 32,4% geeft aan wel een liefhebber van autosport te zijn (n 494) en 34,2% zegt helemaal wel een liefhebber van autosport te zijn (n 521).

5.2.4 Persoonlijk betrokken gevoeld bij DGP

Het grootste aantal van de bewoners die de vragenlijst heeft ingevuld geeft aan zich betrokken gevoeld te hebben bij het evenement (n 931, 61,1%). 23,6% was neutraal (n 360) en 15,2% gaf aan zich niet of helemaal niet betrokken te voelen (n 232).

Betrokken	N	%
Helemaal wel	431	28,3
Wel	500	32,8
Neutraal	360	23,6
Niet	128	8,4
Helemaal niet	107	6,8
Totaal	1523	100

Tabel 5.2

5.3 Beleving DGP

Om de beleving van bewoners rondom de Dutch Grand Prix na te vragen zijn er diverse stellingen aan de bewoners voorgelegd. Deze stellingen konden zij beantwoorden met de keuze uit vijf antwoordopties van helemaal mee oneens tot en met helemaal mee eens.

5.3.1 Informatievoorziening

Ondanks dat de meeste bewoners aangeven goed geïnformeerd te zijn, liggen hier de antwoorden wat meer verdeeld. Dit heeft vooral te maken met de doorlaatbewijzen. Bewoners geven aan dat het een "rommelige communicatie door de gemeente" was en dat het een drama was. Verschillende bewoners hebben deze doorlaatbewijzen te laat ontvangen, andere bewoners hebben hem zelfs niet ontvangen. Verder geven een aantal bewoners in de eindbeoordeling aan dat de bewegwijzering goed was en "goede communicatie door gemeente en organisatie via social media vooraf over evenement zelf, huisregels, corona, parkeren" etc.

Goed geïnformeerd	N	%
Helemaal mee eens	801	51,1
Eens	498	31,8
Neutraal	141	9,0
Oneens	67	4,3
Helemaal oneens	42	2,7
Geen mening	18	1,1
Totaal	1567	100,0

Tabel 5.3

5.3.2 Gevoelens van veiligheid

Bewoners hebben zich in het algemeen erg veilig gevoeld. Ze geven in de eindbeoordeling aan dat er weinig tot geen incidenten zijn geweest, en ook geen rellen en demonstraties. Een bewoner duidt wel de onveiligheid op het Vischerspad aan.

Veiligheid	N	%
Helemaal mee eens	1172	74,8
Eens	231	14,7
Neutraal	71	4,5
Oneens	29	1,9
Helemaal oneens	34	2,2
Geen mening	30	1,9
Totaal	1567	100

Tabel 5.4

5.3.3 Ervaren hinder of overlast

Bewoners zijn erg positief over het evenement en hebben weinig overlast ervaren. Daarbij heeft maar een kleine groep zich daadwerkelijk gestoord aan het evenement. Wel zijn er een aantal elementen die als hinder en overlast werden ervaren door bewoners. Zo ondervonden bewoners af en toe verkeerhinder, geluidshinder en zijn de helikopter bewegingen als vervelend ervaren door sommigen. De overlast die ze hebben ervaren nemen de meesten voor lief aangezien het evenement ook veel positiviteit met zich meebracht. Daarbij heeft deze overlast vrijwel niet geleid tot het ontvluchten van het dorp tijdens het evenement.

Dorp ontvlucht	N	%
Helemaal mee eens	58	3,7
Eens	27	1,7
Neutraal	57	3,6
Oneens	261	16,7
Helemaal oneens	1127	71,9
Geen mening	37	2,4
Totaal	1567	100

Tabel 5.5

Overlast	N	%
Helemaal mee eens	73	4,7
Eens	104	6,6
Neutraal	104	6,6
Oneens	306	19,5
Helemaal oneens	960	61,3
Geen mening	20	1,3
Totaal	1567	100

Tabel 5.6

Gestoord	N	%
Helemaal mee eens	58	3,7
Eens	22	1,4
Neutraal	57	3,6
Oneens	220	14,0
Helemaal oneens	1197	76,4
Geen mening	13	0,8
Totaal	1567	100

Tabel 5.7

5.3.4 Gevoelens van trots

In de enquête komt duidelijk naar voren dat bewoners enorm trots zijn op het evenement en vooral dat het in Zandvoort heeft plaatsgevonden. Zo noemen bewoners in de eindbeoordeling het een "evenement van wereldklasse", en zijn ze van mening dat het in Zandvoort "eindelijk weer is waar het hoort". 'Verbroedering' wordt ook vaak genoemd.

Trots woonplaats	N	%
Helemaal mee eens	1211	77,3
Eens	174	11,1
Neutraal	63	4,0
Oneens	24	1,5
Helemaal oneens	83	5,3
Geen mening	12	0,8
Totaal	1567	100

Tabel 5.8

Terecht woonplaats	N	%
Helemaal mee eens	1051	67,1
Eens	250	16,0
Neutraal	121	7,7
Oneens	46	2,9
Helemaal oneens	83	5,3
Geen mening	16	1,0
Totaal	1567	100

Tabel 5.9

Aanwinst woonplaats	N	%
Helemaal mee eens	1198	76,5
Eens	184	11,7
Neutraal	61	3,9
Oneens	34	2,2
Helemaal oneens	85	5,4
Geen mening	5	0,3
Totaal	1567	100

Tabel 5.10

5.3.5 Beleving

78,4% van de bewoners die de vragenlijst hebben ingevuld is het helemaal eens met de stelling dat ze het evenement nog bijzonder lang zullen herinneren. In de eindbeoordeling noemen ze het evenement "pure magie" en "dagen om nooit meer te vergeten". Een van de bewoners omschrijft het als: "Een evenement dat verbreedert, vele emoties losmaakt en alles in zich had waar topsport voor staat".

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Eens	Helemaal mee eens	Geen Mening	Totaal
Ik zal het evenement nog bijzonder lang blijven herinneren	45 (2,9)	20 (1,3%)	62 (4,0%)	204 (13,0%)	1228 (78,4%)	8 (0,5%)	1567 (100%)
Ik ben diep onder de indruk geraakt van het evenement	58 (3,7%)	41 (2,6%)	96 (4,1%)	257 (16,4%)	1110 (70,8%)	5 (0,3%)	1567 (100%)
Ik heb genoten van dit evenement	69 (4,4%)	29 (1,9%)	81 (5,2%)	183 (11,7%)	1197 (76,4%)	8 (0,5%)	1567 (100%)
Ik ben positief verrast door het evenement	59 (3,8%)	36 (2,3%)	65 (4,1%)	275 (17,5%)	1119 (71,4%)	13 (0,8%)	1567 (100%)
Ik vind het evenement de investeringen waard	103 (6,6%)	44 (2,8%)	139 (8,9%)	277 (17,7%)	963 (61,5%)	41 (2,6%)	1567 (100%)

Tabel 5.11

5.4 Positieve effecten

In het algemeen waren de meeste bewoners positief over de effecten. De drie meest gekozen positieve effecten waren, het zet Zandvoort op de kaart (1047 keer gekozen door bewoners), inkomsten voor lokale bedrijven/ondernemers (797 keer gekozen door bewoners) en het versterkt het imago van Zandvoort (539 keer gekozen door bewoners). Bewoners hadden ook de mogelijkheid om een ander antwoord in te vullen. Drie andere dingen die genoemd werden zijn de ontwikkeling van Zandvoort (vooral de boulevard), het op de kaart zetten van heel Nederland en het aantrekken van investeerders. Werkgelegenheid was het minst belangrijk (130 keer gekozen door bewoners) en voor 64 bewoners waren er geen enkele positieve effecten, dit is 4,1% van het totale aantal bewoners dat de vragenlijst heeft ingevuld.

Positieve effecten	N	%
Het evenement zet Zandvoort internationaal op de kaart	1047	66,8
Het evenement levert inkomsten op voor lokale bedrijven/ondernemers	797	50,9
Het evenement versterkt het imago van Zandvoort	539	34,4
Het evenement maakt bewoners trots op hun woonplaats	531	33,9
Door het evenement ontwikkelt het dorp zich (verbetering infrastructuur/publieke voorziening)	504	32,2
Het evenement maakt mensen blij	476	30,4
Het evenement trekt bezoekers naar Zandvoort	459	29,3
Het evenement brengt mensen samen	333	21,3
Het evenement is goed voor de werkgelegenheid	130	8,3
Er zijn voor mij geen positieve effecten	64	4,1
Anders	46	2,9

Tabel 5.12

Er is ook gevraagd naar hoe belangrijk de bewoners de positieve effecten vinden. 80,3% van de bewoners vindt deze positieve effecten belangrijk of zeer belangrijk, hier gaven ze een aantal redenen voor. Zo wordt vaker genoemd dat Zandvoort aan het 'verpauperen' was en dat ze hopen dat door dit evenement Zandvoort verder ontwikkeld wordt. Een andere reden is dat ze trots zijn dat het evenement in Zandvoort plaatsvindt: "F1 zit in het DNA van Zandvoort en échte Zandvoorters". Tot slot zijn bewoners blij dat Zandvoort beter op de kaart wordt gezet en weer meer toeristen aantrekt. Veel bewoners zijn van mening dat het mensen samenbrengt en het dorp weer laat bruisen. 12,4% van de bewoners vindt deze positieve effecten onbelangrijk of zeer onbelangrijk. Een aantal redenen die bewoners gaven zijn: geen affiniteit met het evenement, het is slecht voor het milieu en negeert klimaatverandering en er zijn bewoners die vinden dat Zandvoort al bekend genoeg is.

5.5 Negatieve effecten

De drie meest gekozen negatieve effecten zijn: het evenement zorgt voor hinder (320 keer gekozen), het evenement verdeelt mensen in voor- en tegenstanders (180 keer gekozen) en het evenement zorgt voor schade aan het milieu (175 keer gekozen). Een aantal andere dingen die genoemd werden zijn: Overlast en asociaal gedrag van bezoekers, het niet vrij kunnen bewegen als inwoner en kleine fouten die gemaakt zijn in communicatie m.b.t. doorlaatbewijzen. Het minst belangrijke negatieve effect is het evenement was dat het evenement niet goed is voor het imago van Zandvoort, deze is slechts door 4 bewoners gekozen. 790 bewoners hebben geen enkele negatieve effecten ervaren, dit is 50,4% van de bewoners die deze vragenlijst ingevuld heeft.

Negatieve effecten	N	%
Er zijn voor mij geen negatieve effecten	790	50,4
Het evenement zorgt voor hinder (bv wegafzettingen/parkeerproblemen)	320	20,4
Anders	218	13,9
Het evenement verdeelt mensen (in voor- en tegenstanders)	180	11,5
Het evenement zorgt voor schade aan het milieu	175	11,2
Het evenement kost geld van de belastingbetaler	170	10,8
Het evenement verdringt reguliere bezoekers	164	10,5
Het evenement genereert geluidsoverlast	73	4,7
Het evenement leidt tot gevoelens van onveiligheid	17	1,1
Het evenement is niet goed voor het imago van Zandvoort	4	0,3

Tabel 5.13

Wederom is er gevraagd naar hoe acceptabel de bewoners de negatieve effecten vinden. 51,1% van de bewoners vindt deze negatieve effecten acceptabel of zeer acceptabel, hier gaven ze een aantal redenen voor. Zo vinden ze dat de negatieve effecten niet opwegen tegen de positieve effecten: "dat hoort er nu eenmaal bij" wordt vaak genoemd. Alles was goed georganiseerd en verliep soepel. De meerderheid ervaart geen hinder of negativiteit. 22,7% van de bewoners vindt deze negatieve effecten onacceptabel of volledig onacceptabel. Zo vinden ze dat bewoners zich te veel hebben aan moeten passen en daarvoor niet genoeg compensatie hebben ontvangen. Daarnaast wordt genoemd dat "commerciële belangen gaan boven andere maatschappelijke belangen zoals cultuur en het is in strijd met drie grote uitdagingen van deze tijd: stikstofcrisis, klimaatcrisis en coronacrisis". Dit vat samen wat tegenstanders van het evenement als argument gebruiken.

5.6 Verhuur (delen) eigen woning

In totaal hebben 80 bewoners (een deel van) hun woning verhuurd, dit is 5,1% van de bewoners die de vragenlijst heeft ingevuld. 44 bewoners hebben aangegeven hoe veel geld ze hiermee verdienen. Dit

bedrag varieert van €22 tot €5000 met een gemiddeld bedrag van €964,77. De middelste 50% zat tussen €312,50 en €1150. 58,4% van de bewoners gaf aan deze inkomsten enkel door de Dutch Grand Prix te hebben verkregen. Vijf bewoners geven aan pensioneigenaar te zijn. Een van de pension eigenaren geeft aan €15.000 verdiend te hebben en alweer tien nieuwe reserveringen te hebben staan voor volgend jaar. Ook vertelt deze pension eigenaar dat hij nog steeds gasten heeft die in de jaren 70/80 naar de Grand Prix kwamen. Een aantal bewoners hebben hun appartement gratis verhuurd aan vrienden/familie.

5.7 Bewonersdag

Het merendeel van de bewoners die de vragenlijst heeft ingevuld heeft de bewonersdag bezocht (56.6%). Gemiddeld werd er een 8,36 gegeven en de twee cijfers die het meest voorkwamen waren een 10 (233 keer) maar ook een 8 werd vaak gegeven (231 keer). Vooral de 10'en die gegeven zijn waren een aantal uitgesproken "hele dikke" 10'en. Voor gemiddelde cijfers was het commentaar dat ze meer verwacht hadden, dat er te veel draaide om de VIPS en dat er weinig te doen was. Er waren ook een aantal onvoldoendes, deze lagen vooral aan dat ze er niets speciaals aan vonden en dat toegankelijkheid moeilijk was voor mindervaliden. Een aantal bewoners geven aan dat ze graag een rondje over het circuit hadden gedaan of hoopten een paar van de coureurs te zien. Kijkend naar de stelling 'het is goed dat de Zandvoortdag voor bewoners georganiseerd wordt' is 89,3% het er mee eens en volledig mee eens.

Bewonersdag	N	%
Helemaal mee eens	1093	71,8
Eens	266	17,5
Neutraal	85	5,6
Oneens	15	1,0
Helemaal oneens	41	2,7
Weet niet/geen mening	23	1,5
Totaal	1523	100

Tabel 5.14

5.8 Eindoordeel, opmerkingen/verbeterpunten

De Dutch Grand Prix wordt door bewoners enorm hoog beoordeeld. Zo is het gemiddelde cijfer een 8,9 en is veruit het meest gegeven cijfer een 10. Een aantal bewoners hadden het liever een nog hoger cijfer gegeven. Er is 33 keer een 0 of 1 gegeven aan het evenement. In de eindbeoordeling is gevraagd dit rapportcijfer toe te lichten, hierin is een verdeling gemaakt in goede punten, verbeterpunten en algemene opmerkingen.

Rapportcijfer evenement DGP	N	%
0	22	1,5
1	11	0,7
2	6	0,4
3	9	0,6
4	9	0,6
5	19	1,3
6	17	1,1
7	58	3,9
8	242	16,2
9	428	28,7
10	664	44,4
11/12/20	10	0,7
Totaal	1495	100
Gemiddelde	8,85	

Tabel 5.15

Goede punten

Om te starten een aantal benoemde punten die goed waren. In het algemeen was er alleen maar lof voor het evenement en de organisatie. Bewoners waren blij dat maandag direct alles weer opgeruimd en schoon was en geven complimenten over de logistieke operatie. Voor de meeste bewoners was het een groot feest in het dorp en was het evenement bijzonder sfeervol. Ze zijn blij dat ze erbij betrokken zijn geweest en er ontstond enorme saamhorigheid op het evenement. Een bewoner geeft specifiek complimenten voor de positieve manier van communiceren van vrijwilligers.

Verbeterpunten

De meeste bewoners gaven aan dat het evenement al voor een heel groot deel perfect geregeld was, maar dat er altijd kleine verbeterpuntjes zijn, zeker omdat het de eerste editie is. Het grootste punt van kritiek zijn de doorlaatbewijzen die niet op tijd of zelfs helemaal niet ontvangen zijn door bewoners. Voor veel bewoners was dit een grote irritatiefactor en een reden om het evenement geen 10 te geven. Verder wordt een aantal keer benoemd dat ze beperkt werden in bewegingen en dat een aantal afsluitingen, zoals onbereikbare strandtenten, onnodig waren. Een aantal specifieke punten die benoemd werden zijn vervelende helikopterbewegingen, ondernemers waar niet genoeg rekening mee gehouden werd en "Vanuit Noord was het behoorlijk omlopen/fietsen om in het centrum te komen". Een van de bewoners schreef: "Tuurlijk wat 'overlast' maar dat woog niet op tegen de sfeer" wat een goede representatie is voor de algemene feedback.

Aangezien bijna de helft van de bewoners die de enquête heeft ingevuld ook het evenement bezocht heeft, zijn hier ook een aantal verbeterpunten voor. Zo is een terugkerend punt van kritiek de kwaliteit en de drukte rondom de horeca. Veel bewoners vonden de rijen erg lang en zouden de volgende keer graag meer uitgiftepunten of meer personeel zien. Mogelijk wordt hier indirect naar de pinstoring op vrijdag verwezen. Ook wordt een paar keer een tekort aan toiletten en afvalbakken benoemd. Tot slot lijkt het een aantal bewoners leuk als er meer georganiseerd zou worden buiten het circuit maar juist in het dorp, op de boulevard of op het strand, met name ook voor kinderen.

Andere opmerkingen

Een aantal overige punten van discussie werden ook benoemd in de eindbeoordeling. Zo vinden een aantal bewoners het niet geoorloofd dat er zo wordt omgegaan met de natuur. Ze vinden het niet meer van deze tijd en vinden het evenement "niet te verkopen aan de nieuwe generatie". Ook vinden bewoners het niet eerlijk ten

opzichte van andere evenementen en theatervoorstellingen die niet toegestaan zijn in tijden van Covid-19. Over Covid-19 in het algemeen waren de meningen verdeeld. Sommigen gaven aan de regels prima gehandhaafd te vinden, anderen gaven aan dat dit zeker niet overal het geval was en dat het niet had mogen plaatsvinden in deze tijd.

5.9 Overig

Wat vooral opvalt bij de bewoners is dat er twee uiterste groepen van elkaar zijn. Enerzijds heb je fans van het evenement die zelf ook het event hebben bezocht, onwijs trots zijn en het evenement een hoog rapportcijfer geven. De groep die daar tegenover staat is een groep die helemaal geen fan is van het evenement, zij vinden het geen aanwinst voor Zandvoort, zien veel negatieve effecten en beoordelen het evenement in het algemeen laag. Deze tweede groep is aanzienlijk kleiner.

6 Economische impact

6.1 Het berekenen van economische impact

Evenementen leveren een veelheid aan economische effecten op: ze leiden tot extra overnachtingen door bezoekers, promotie-effecten voor de regio, bestedingen aan reclame door het bedrijfsleven, etc. De economische impact heeft betrekking op een deel van deze economische betekenis, namelijk de bestedingseffecten van een evenement voor een afgebakende regio op korte termijn. In dit hoofdstuk bespreken we welke extra bestedingen door de Dutch Grand Prix veroorzaakt zijn in de MRA-regio. Deze extra bestedingen worden *additionele* bestedingen genoemd, omdat ze zonder het evenement niet plaats hadden gevonden. In het bepalen van de economische impact volgen we de richtlijnen zoals deze opgesteld zijn door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). In toevoeging daarop laten we middels een input-output model zien tot welke toegevoegde waarde de additionele bestedingen leiden en welke hoeveelheid banen daarmee samenhangt. Het omzetten van bestedingen naar toegevoegde waarde en aantal FTE's is een gebruikelijke keuze (die ook het CBS maakt) om de economische impact in kaart te brengen.

De wens van de opdrachtgever was de economische impact van het evenement te bepalen voor Zandvoort, de MRA-regio en Nederland. WESP is als instrument niet gemaakt voor een macro economische studie, maar om de impact van een sportevenement voor de regionale economie te achterhalen. We hebben er daarom voor gekozen het impactgebied te definiëren als de MRA-regio (inclusief Zandvoort) en geen uitspraken te doen over de economische impact voor Nederland.

De volgende stappen zijn ondernomen in dit hoofdstuk en worden in de desbetreffende subparagrafen verder besproken.

1. Allereerst is op basis van het aantal verkochte tickets het aantal reguliere bezoekers en het aantal bezoeken bepaald. Bij de organisatie van de DGP is informatie opgevraagd over het aantal overige bezoekers: denk aan VIPS, genodigden, coureurs, begeleiders, officials, media en vrijwilligers. (paragraaf 6.2)
2. Vervolgens is het percentage additionele bezoekers berekend. Volgens WESP zijn bestedingen additioneel indien aan twee voorwaarden wordt voldaan:
 - a. "Er is een oorzakelijk verband met de organisatie van het evenement. In de praktijk betekent dit dat alleen bestedingen zijn meegenomen van doelgroepen die speciaal voor het evenement in het impactgebied zijn gekomen, of, onder bepaalde condities de bestedingen van inwoners van het impactgebied, die voor het evenement in het impactgebied zijn gebleven, waarbij inwoners als additioneel worden gerekend als zij voor een dergelijk evenement naar een andere Nederlandse stad zouden zijn gereisd.
 - b. De organisatie heeft externe inkomsten vergaard om uitgaven te kunnen doen. En de uitgaven vanuit de organisatie van het evenement zijn ten goede gekomen aan het bedrijfsleven in het impactgebied. Met andere woorden geen verschuivingen oftewel uitgaven die toch waren gedaan ook al had het evenement niet plaatsgevonden." (WESP, 2016: p 11)
Uit de bezoekersvragenlijst die op het circuit is afgenomen halen we de informatie die nodig is om de additionaliteit te berekenen. (paragraaf 6.3)
3. De bezoekersvragenlijst geeft tevens inzicht in de bezoekersbestedingen. We berekenen eerst de uitgaven van bezoekers aan overnachting in Zandvoort en de MRA-regio (paragraaf 6.4).
4. Vervolgens analyseren we de overige uitgaven van bezoekers van de DGP in Zandvoort en de MRA-regio. Daarvoor is per type ticket een bestedingsprofiel gemaakt. Dit bestedingsprofiel is vervolgens vermenigvuldigd met het totale aantal verkochte tickets. (paragraaf 6.5)
5. We gebruiken het vastgestelde additionaliteitspercentage om de additionele bezoekersbestedingen te berekenen (paragraaf 6.6)
6. We maken gebruik van de door de DGP organisatie aangeleverde informatie om de bestedingen van teams, media en vrijwilligers te bepalen (paragraaf 6.7)

7. Daarna laten we de bestedingen zien die de DGP-organisatie in Zandvoort en de MRA-regio gedaan heeft (paragraaf 6.8)
8. De totale additionele bestedingen gedaan door bezoekers en organisatie worden meegenomen in een input output model. Voordat deze meegenomen kunnen worden dienen correcties doorgevoerd te worden. Paragraaf 6.9 bespreekt alle gehanteerde stappen om te komen tot de toegevoegde waarde en de daarmee samenhangende werkgelegenheid die toe te schrijven is aan de DGP.

In paragraaf 6.10 wordt aandacht geschonken aan verdringingseffecten. Een kritische reflectie sluit dit hoofdstuk af.

6.2 Bezoeken en bezoekers

De Dutch Grand Prix was goed voor 195.000 bezoeken (inclusief VIP's en genodigden). Bezoekers hebben de DGP gemiddeld 1,5 dagen bezocht.

Naast de 'reguliere bezoekers' zijn er andere typen bezoekers te onderscheiden. Het aantal VIPS / genodigden bedraagt 50.000 personen verdeeld over drie dagen. Daarnaast waren er 2000 coureurs, begeleiders en officials aanwezig. Er waren 200 mediaprofessionals en 1500 vrijwilligers.

6.3 Additionaliteit

Om de additionaliteit te bepalen zijn bezoekers van de DGP onderverdeeld naar herkomst (komen ze wel of niet uit de MRA-regio). Vervolgens is gekeken naar het antwoord op de vraag: Als dit evenement niet had plaatsgevonden was u dan vandaag toch in Zandvoort geweest? Bezoekers zijn additioneel indien ze deze vraag met 'waarschijnlijk niet' beantwoorden. In tabel 6.1 is af te lezen dat 87% van de bezoekers additionele bezoekers zijn.

Als de Dutch Grand Prix niet had plaatsgevonden in Zandvoort, was u dan vandaag toch in Zandvoort geweest?	Mra regio*	Overig Nederland	Buitenland	Totaal
Waarschijnlijk wel	7 (10,8%)	33 (10,2%)	0 (0%)	40 (9,8%)
Waarschijnlijk niet	57 (87,7%)	281 (86,5%)	18 (100%)	356 (87,3%)
Weet niet/geen antwoord	1 (1,5%)	11 (3,4%)	0 (0%)	12 (2,9%)
	65 (100%)	325 (100 %)	18 (100%)	408 (100%)

Tabel 6.1

*Inwoners van Zandvoort hebben de vraag 'als de DGP niet had plaatsgevonden in Zandvoort, was u dan vandaag toch in Zandvoort geweest' niet gekregen. Inwoners van Zandvoort zijn niet additioneel. Inwoners van de MRA (exclusief Zandvoort) die aangegeven hebben waarschijnlijk niet in Zandvoort te zijn geweest zijn wel additioneel.

6.4 Verblijfstoerisme

In totaal hebben 138 respondenten overnacht als gevolg van het evenement (tabel 6.2). 122 respondenten hebben in Zandvoort of de MRA overnacht. Dit is 26,2% van het totale aantal bezoekers (122/465).

Plaats overnachting	N	%
Zandvoort	43	31,1
MRA-regio (exclusief Zandvoort)	79	57,2
Overig Nederland	11	7,9
Onbekend/geen antwoord	5	3,6
Totaal	138	100

Tabel 6.2

Het gemiddeld aantal overnachtingen is 2,5. (zie daarvoor tabel 2.8 in hoofdstuk 2 van dit rapport). Als we de cijfers van de steekproef omzetten naar de populatie dan kunnen we het aantal overnachters en hun bestedingen berekenen.

In totaal hebben 32.929 bezoekers overnacht in de MRA regio (aantal bezoekers vermenigvuldigd met percentage overnachters). Het totaal aantal overnachtingen komt daarmee uit op 98.787 (aantal overnachters vermenigvuldigd met gemiddeld aantal overnachtingen). Het gemiddelde bedrag dat men per persoon per nacht uitgeeft is € 77,27. Bij de berekening van dit gemiddelde bedrag zijn de twee outliers verwijderd; bezoekers die gratis overnacht hebben zijn wel meegeteld. Het totaal besteed bedrag aan overnachtingen komt uit op €7.606.599 (totaal aantal overnachtingen vermenigvuldigd met gemiddeld besteed bedrag pppn).

Omdat 35% van de overnachtingen in de MRA regio in Zandvoort plaatsvinden (43 van de 122) kan 35% van de totale bestedingen aan overnachting toegeschreven worden aan Zandvoort en 65% aan de rest van de MRA-regio.

6.5 Bezoekersbestedingen in Zandvoort en MRA

Op basis van de enquête onder de bezoekers zijn onderstaande bestedingsprofielen vastgesteld. Eerst zijn de totale bestedingen van alle deelnemers aan de enquête berekend, per bestedingscategorie (eten en drinken, merchandise/souvenirs, etc.) en deze bedragen zijn gedeeld door het aantal mensen voor wie de bestedingen zijn ingevuld. In sommige gevallen vulden de respondenten alleen de bestedingen voor zichzelf in, in andere gevallen ging het om de bestedingen van de groep waar zij deel van uit maakten.

Alleen voor de bestedingen aan eten en drinken is ervan uitgegaan dat de bezoekers met een weekendticket en een passpartout in totaal respectievelijk 2x en 3x zo veel uitgaven dan op de dag van de enquête.

De bestedingen aan tickets zijn gebaseerd op data aangeleverd door de organisatie van de DGP. De prijzen op vrijdag lopen bijvoorbeeld uiteen van 21 euro (zitplaats op tribune duinen/kinderen) tot 112 euro (zitplaats op tribune recht stuk). De organisatie heeft aan ons informatie geleverd over de gemiddelde ticketprijs zoals die betaald is voor een dagkaart vrijdag, een dagkaart zaterdag, een dagkaart zondag, een weekendticket en een passpartout. Voor vrijdag was het gemiddelde 30 euro.

Tabellen 6.3 en 6.4 tonen de bestedingsprofielen voor de bezoekers op verschillende dagen en voor Zandvoort en de MRA (buiten Zandvoort). Bijvoorbeeld, de bezoekers met een dagkaart zaterdag besteden gemiddeld 212,84 euro in Zandvoort. In aanvulling daarop besteden ze gemiddeld 20,69 euro in de rest van de MRA.

Zandvoort

	Tickets	Eten en drinken	Merchandise souvenirs	Vervoer	Winkelen	Nevenactiviteiten /entertainment	Totaal
Vr	30,00	28,16	12,73	3,93	0,17	0,09	75,08
Za	150,00	44,65	13,31	4,88	-	-	212,84
Zo	314,00	46,48	15,58	4,31	-	-	380,37
Wkn	406,00	84,36	13,99	2,57	0,12	0,28	507,32
Pp	382,00	135,33	16,73	1,05	1,23	-	536,34

Tabel 6.3 Bestedingsprofiel Zandvoort (circuit en dorp) uitgesplitst naar type ticket

MRA (excl Zandvoort)

	Tickets	Eten en drinken	Merchandise souvenirs	Vervoer	Winkelen	Nevenactiviteiten /entertainment	Totaal
Vr	0	1,38	0,23	0	0	0	1,61
Za	0	16,73	0,85	1,50	1,52	0,09	20,69
Zo	0	9,42	0,81	1,51	0	0	11,74
Wkn	0	19,16	0,51	1,83	0,44	0,01	21,95
Pp	0	37,64	0,37	3,29	1,85	0	43,15

Tabel 6.4 Bestedingsprofiel MRA (exclusief Zandvoort) uitgesplitst naar type ticket

Op basis van bovenstaande tabel lijkt het alsof er door de bezoekers van vrijdag maar weinig bestedingen buiten de MRA gedaan zijn, slechts 1,61 euro (gemiddeld per persoon). Voor de andere dagen is dit aanzienlijk meer. Dit is te wijten aan een fout in dataverzameling, waarbij de bestedingen buiten Zandvoort op vrijdag voor een groot deel niet meegenomen zijn. Hierdoor ontstaat een kleine onderschatting van de werkelijke impacts op de MRA.

Het aantal mensen per ticketsoort is ook aangeleverd door de DGP. Dit betreft:

	Aantal bezoekers
Dagkaart vrijdag	38.400
Dagkaart zaterdag	23.250
Dagkaart zondag	23.250
Weekendkaart	15.150
Passpartout	26.600
Totaal aantal tickets	126.650

Tabel 6.5

Vermenigvuldigen van de bestedingsprofielen met het aantal bezoekers leidt tot de totale bestedingen, voor Zandvoort en de MRA (inclusief Zandvoort).

Zandvoort

	Tickets	Eten en drinken	Merchandise souvenirs	Vervoer	Winkelen	Nevenactiviteiten /entertainment	Totaal
Vr	1.152.000	1.081.177	488.875	151.028	6.340	3.623	2.883.043
Za	3.487.500	1.038.023	309.404	113.567	0	0	4.948.494
Zo	7.300.500	1.080.584	362.267	100.299	0	0	8.843.650
Wkn	6.150.900	2.278.057	211.992	38.880	1.795	4.308	8.685.932
Pp	10.161.200	3.599.778	445.018	27.930	32.718	0	14.266.644
Ttl	28.252.100	9.077.619	1.817.556	431.704	40.853	7.931	39.627.763

Tabel 6.6 Totale bestedingen Zandvoort (circuit en dorp) uitgesplitst naar type ticket

MRA (inclusief Zandvoort)

	Tickets	Eten en drinken	Merchandise souvenirs	Vervoer	Winkelen	Nevenactiviteiten /entertainment	Totaal
Vr	1.152.000	1.134.265	497.723	151.028	6.340	3.623	2.944.979
Za	3.487.500	1.426.932	329.131	148.372	35.227	2.114	5.429.276
Zo	7.300.500	1.299.567	381.192	135.445	-	-	9.116.704
Wkn	6.150.900	1.568.376	219.667	66.644	8.469	4.475	8.018.531
Pp	10.161.200	4.601.002	454.860	115.444	81.928	-	15.414.434
Ttl	28.252.100	10.030.142	1.882.573	616.933	131.964	10.212	40.923.924

Tabel 6.7 Totale bestedingen MRA (inclusief Zandvoort) uitgesplitst naar type ticket

6.6 Additionele bezoekersbestedingen

Door alle bestedingen te vermenigvuldigen met 87% worden de totale additionele bestedingen van bezoekers berekend.

Zandvoort	Totale bestedingen	Totale additionele bestedingen (*87%)
Tickets	28.252.100	24.579.327
Eten en drinken	9.077.619	7.897.529
Merchandise/souvenirs	1.817.556	1.581.274
Vervoer	431.704	375.582
Winkelen	40.853	35.542
Nevenactiviteiten/entertainment	7.931	6.900
Totaal	39.627.763	34.476.154

Tabel 6.8

MRA (inclusief Zandvoort)	Totale bestedingen	Totale additionele bestedingen (*87%)
Tickets	28.252.100	24.579.327
Eten en drinken	10.030.142	8.726.224
Merchandise/souvenirs	1.882.573	1.637.839
Vervoer	616.933	536.732
Winkelen	131.964	114.809
Nevenactiviteiten/entertainment	10.212	8.884
Totaal	40.923.924	35.603.815

Tabel 6.9

Ook al doen bezoekers uitgaven aan tickets, deze uitgaven vormen de inkomsten van de DGP organisatie waardoor zij weer uitgaven in de regio (en in Nederland en buitenland) kunnen doen. De uitgaven die de DGP organisatie doet in de MRA regio worden meegenomen voor de bepaling van de economische impact. Om dubbeltelling te voorkomen wordt daarom voor de berekening van de economische impact alle bestedingen aan tickets eruit gehaald.

6.7 Bestedingen van teams, media, vrijwilligers

Naast de bestedingen van reguliere bezoekers, geven ook andere typen 'bezoekers' geld uit in de regio.

Tickets van de VIPS/genodigden zijn meegenomen in de door de DGP-organisatie verstrekte ticketdata. Hierdoor zijn VIPS/genodigden reeds in de berekening van de bezoekersbestedingen verwerkt.

De DGP-organisatie gaf aan dat alle 2000 coureurs, begeleiders, en officials in de MRA-regio overnacht hebben. Hun geschatte overnachtingsbestedingen nemen we mee. Daarbij gaan we in navolging van Decisio³ ervan uit dat ze 150 euro per persoon per nacht besteden en 5 overnachtingen hebben. Dit levert een geldstroom op van 1.500.000 euro die volledig toegeschreven wordt aan de MRA-regio.

Er is geen inzicht verkregen in de bestedingen van mediaprofessionals. De bestedingen van media zijn derhalve niet meegenomen in de economische impact studie.

Ook de bestedingen van vrijwilligers zijn niet meegerekend in deze economische impact studie.

6.8 Bestedingen van de organisatie

Ook de organisatie heeft bestedingen, welke leiden tot indirect impacts. Ook die impacts willen we meenemen in de berekening. Vanuit de organisatie hebben we de volgende cijfers ontvangen met betrekking tot hun bestedingen (inclusief BTW, bijgewerkt t/m 31 oktober 2021).

Onderwerp	Zandvoort	MRA (exclusief Zandvoort)	Sector
Algemeen/organisatie	1.250.000	2.510.000	Zakelijke dienstverlening
Externe betrekkingen	250.000	-	Zakelijke dienstverlening
Communicatie	125.000	425.000	Informatie en communicatie
Commercieel/hospitality	550.000	1.550.000	Zakelijke dienstverlening
Infrastructuur	4.000.000	4.000.000	Bouwnijverheid
Wedstrijdzaken	100.000	200.000	Cultuur, sport en recreatie
Kaartverkoop	-	100.000	Zakelijke dienstverlening
ICT	-	200.000	informatie en communicatie
Transport	75.000	75.000	Vervoer en opslag
Hotels	1.500.000	250.000	Horeca
Accreditatie	20.000	20.000	Zakelijke dienstverlening
Security	150.000	350.000	Zakelijke dienstverlening
Events & entertainment	250.000	1.000.000	Cultuur, sport en recreatie
Crew catering	50.000	200.000	Horeca

³ Decisio (2017). Economische impact en haalbaarheid Formule 1 Circuit Zandvoort. Amsterdam: Decisio

Personeel	250.000	500.000	
Kantoor	50.000	500.000	Zakelijke dienstverlening
Publiekscatering	500.000	1.000.000	Horeca
Mobiliteitsplan	500.000	1.500.000	Vervoer en opslag
Camping	150.000	250.000	Horeca
Totaal	9.770.000	14.630.000	

Tabel 6.10

De totale uitgaven van de DGP-organisatie (exclusief de FOM fee) bedroegen 43,2 miljoen. Hiervan is dus maar liefst 56% in de MRA-regio uitgegeven (22,6% in Zandvoort en 33,8% in overige gemeenten van MRA).

6.9 Input output model

Allereerst zetten we de hierboven genoemde geldstromen op een rij. Deze bestedingscijfers vormden de input van het input output model (IO-model). Daarna wordt in deze paragraaf uitleg gegeven over de totstandkoming van het IO-model en de doorgevoerde correcties op de bestedingen, waarna het IO-model wordt gepresenteerd en toegelicht.

	Uitgaven in Zandvoort	Uitgegeven in MRA (excl Z)	Totaal
Verblijfstoerisme	2.662.310	4.944.289	7.606.599
Additionele bestedingen bezoekers Zandvoort	9.896.827 (bedrag excl tickets)		9.896.827
Additionele bestedingen bezoekers MRA (excl Z)		1.127.661	1.127.661
Bestedingen teams		1.500.000	1.500.000
Bestedingen organisatie	9.770.000	14.630.000	24.400.000
Totaal	22.329.137	22.201.950	44.531.087

Tabel 6.11 Overzicht geldstromen

6.9.1 IO-model en IO-tabel

Een IO-model laat zien in welke mate bestedingen binnen een of meerdere sectoren leiden tot productie, toegevoegde waarde en werkgelegenheid in dezelfde of andere sectoren. Dit is afhankelijk van de relaties binnen de lokale economie. In welke mate leidt bijvoorbeeld een euro bestedingen in de sector 'Cultuur, sport en recreatie' tot toegevoegde waarde en werkgelegenheid in bijvoorbeeld de sector 'Industrie'?

Het antwoord op die vraag kunnen we afleiden uit een IO-tabel. Zo'n tabel laat zien hoeveel elke sector levert aan zichzelf, aan andere sectoren en aan hun uiteindelijke afnemers. Alleen op basis van een IO-tabel kan de stap worden gemaakt van de bestedingen naar de impact (direct + indirect). Er blijkt namelijk uit hoeveel output er in elk van de sectoren van de economie nodig is, om ervoor te zorgen dat er producten en diensten geleverd kunnen worden aan bijvoorbeeld toeristen.

IO-tabellen zijn veelal alleen beschikbaar op nationaal niveau. Speciaal voor dit onderzoek zijn er IO-tabellen voor de gemeente Zandvoort en de MRA samengesteld. Dit op basis van locatiequotiënten en cijfers over de werkgelegenheid per sector, op het niveau van Nederland en op het niveau van de gemeente Zandvoort en MRA. De resulterende regionale IO-tabellen beschrijven de specifieke economische samenhang en zijn daarmee uniek in hun soort.

De IO-tabellen vormen de basis van het IO-model. De resultaten die we hieronder berekenen zijn dan ook specifiek voor Zandvoort en de MRA. Wanneer we dezelfde bestedingen zouden invoeren in het IO-model van een andere regio leidt dit tot een andere impact, omdat de economische structuur van die regio anders is.

6.9.2 Correctie bestedingen

Voordat we de bestedingen invoeren in het IO-model voeren we een aantal correcties door. De bestedingen van bezoekers die terechtkomen bij de organisatie worden niet ingevoerd in het IO-model. De reden is dat we de impacts daarvan meenemen door in het model direct de bestedingen in te voeren zoals de organisatie die doet bij haar toeleveranciers. Dit betekent wel dat de uiteindelijke impacts, zoals berekend op basis van het IO-model, verhoogd moeten worden met de toegevoegde waarde en werkgelegenheid zoals deze gecreëerd worden binnen de organisatie van de DGP zelf. We hanteren de volgende uitgangspunten:

- Bestedingen van bezoekers aan tickets komen bij de organisatie terecht, en worden daarom niet separaat ingevoerd in het IO model.
- De organisatie ontving 3.5 miljoen aan inkomsten voor catering on site. We gaan ervan uit dat de rest van de bestedingen aan eten en drinken van bezoekers bij andere aanbieders in respectievelijk Zandvoort en de MRA terecht komt.
- De organisatie geeft aan dat het meest van de merchandise/souvenirs wordt verkocht door FOM en daarbij niet bij de organisatie, in Zandvoort of de MRA terecht komt. De bestedingen van de bezoekers aan merchandise/souvenirs worden dan ook niet meegenomen in de berekening van de impacts, aangezien ze niet in Zandvoort/de MRA 'landen'.

Vervolgens kunnen we de bestedingen, per sector, invoeren in het IO-model. Dit moet gebeuren tegen basisprijzen, exclusief productgebonden belastingen en exclusief handels- en transportmarges. Voor de bestedingen door de organisatie geldt dat die zijn gegeven exclusief BTW. Dit leidt tot de volgende toewijzingen:

- Bestedingen van de organisatie aan Algemeen/organisatie, Externe betrekkingen, Commercieel/hospitality, Kaartverkoop, Accreditatie, Security, Kantoor worden toegewezen aan 'Zakelijke dienstverlening'
- Bestedingen van de organisatie aan Communicatie worden toegewezen aan 'Informatie en communicatie'.
- Bestedingen van de organisatie aan Infrastructuur worden toegewezen aan 'Bouwnijverheid'.
- Bestedingen aan Vervoer worden, na correctie voor de BTW bij de bestedingen door bezoekers, ingevoerd in de sector 'Vervoer en Opslag'. Het meenemen aan bestedingen aan vervoer is enigszins discutabel, omdat er ook bestedingen bij zijn die niet in Zandvoort/de MRA terecht komen. Wanneer er wordt betaald aan organisaties die nationaal opereren (NS, parkeerbedrijf, etc.) dan is het niet terecht die bestedingen toe te wijzen aan de lokale/regionale sector vervoer. Er ontstaat dan een overschatting van de lokale impacts. Omdat het hier echter zeer lastig is een scheiding te maken tussen bestedingen die wel of niet gedaan worden bij nationale organisaties is er toch voor gekozen de bestedingen mee te nemen.
- Bestedingen aan Wedstrijdzaken en events en Entertainment van de organisatie en bestedingen aan Nevenactiviteiten en entertainment door bezoekers worden, na correctie voor de BTW bij de bestedingen door bezoekers, toegewezen aan de sector 'Cultuur, sport en recreatie'.
- Bestedingen aan Overnachtingen en Eten en drinken vanuit de organisatie en de bezoekers worden, na de correctie voor de BTW en de aftrek van 3.5 miljoen bij de bestedingen door bezoekers, ingevoerd in de sector 'Horeca en Logies'.

- Bestedingen aan Winkelen door bezoekers mogen we niet volledig toewijzen aan de economie van de gemeente Zandvoort/de MRA. Slechts een heel klein deel van deze producten wordt daadwerkelijk in de gemeente/regio geproduceerd. Dit deel wordt toegewezen aan de sector 'Industrie' van Zandvoort/de MRA. Omdat alle goederen wel worden verkocht via de detailhandel in de gemeente/regio, worden de handels- en vervoersmarges over alle bestedingen aan detailhandel berekend. Deze handels- en vervoersmarges komen vervolgens terecht in, onder andere, de sectoren 'Detail en groothandel' en 'Vervoer en opslag'.

Na al deze tussenstappen kunnen we alle bestedingen (excl. belastingen) als input invoeren in het IO-model.

6.9.3 Berekening indirecte impacts

Het IO-model laat vervolgens zien hoeveel toegevoegde waarde en werkgelegenheid samenhangt met de bestedingen in het kader van de DGP.

Toegevoegde waarde en werkgelegenheid zijn de twee meest relevante indicatoren voor het meten van economische impact:

- De toegevoegde waarde van een onderneming, sector of economie betreft de omzet verminderd met aankopen. Voor een restaurant, waar bijvoorbeeld een bezoeker aan de DGP komt eten, is de toegevoegde waarde gelijk aan het geld ontvangen van de klant minus betalingen aan toeleveranciers, bijvoorbeeld de slager. Voor de slager is de toegevoegde waarde gelijk aan de ontvangsten van het restaurant minus de betalingen aan haar toeleveranciers, bijvoorbeeld agrarische bedrijven. Toegevoegde waarde is een zeer belangrijke impact omdat dit toont wat het restaurant en de slager bijdragen aan de economie. We voorkomen dubbeltellingen, zoals die er wel zijn wanneer we alleen kijken naar omzet. Bij het optellen van de omzet van het restaurant en de slager worden de betalingen van restaurant aan de slager immers twee keer meegenomen. De toegevoegde waarde komt uiteindelijk voor een deel terecht bij het personeel (in de vorm van inkomen), een deel gaat naar de belasting en de verschafters van (vreemd) vermogen en een deel betreft de winst voor de eigenaren.
- De impact op werkgelegenheid maakt duidelijk welke werkgelegenheid in Zandvoort/de MRA samenhangt met de DGP. Dit wordt berekend in FTE (full time employment).

	Zandvoort		MRA	
	Toegevoegde waarde (miljoenen euro's)	Werkgelegenheid (FTE)	Toegevoegde Waarde (miljoenen euro's)	Werkgelegenheid (FTE)
A Landbouw, bosbouw en visserij	0,0	0,0	0,0	0,1
B Delfstoffenwinning	0,0	0,0	0,0	0,0
C Industrie	0,0	0,1	0,3	2,9
D Energie-voorziening	0,0	0,0	0,1	0,2
E Waterbedrijven en afvalbeheer	0,0	0,0	0,0	0,2
F Bouwnijverheid	1,3	10,1	3,2	24,9
G Handel	0,4	5,0	1,1	13,7
H Vervoer en opslag	0,4	3,5	1,4	11,9
I Horeca	5,4	205,9	9,3	354,7
J Informatie en communicatie	0,1	0,2	0,8	3,1
K Financiële dienstverlening	0,0	0,0	0,4	2,3
L Verhuur en handel van onroerend goed	0,0	0,0	0,7	0,7

M Zakelijke dienstverlening	1,2	16,0	4,8	63,0
N Openbaar bestuur en overheidsdiensten	0,0	0,0	0,1	0,9
O Onderwijs	0,0	0,0	0,1	0,8
P Gezondheids- en welzijnszorg	0,0	0,0	0,0	0,1
Q Cultuur, sport en recreatie	0,2	3,4	0,8	16,5
R Overige dienstverlening	0,0	0,0	0,2	1,7
Totaal	8,9	244,4	23,2	497,7

Tabel 6.12: IO tabel

Tabel 6.12 laat zien welke directe en indirecte impacts gepaard gaan met de DGP. Uitgaande van de bestedingen van de bezoekers en de organisatie toont de tabel de toegevoegde waarde en de werkgelegenheid die daarmee samenhangt in alle sectoren van de economie. Dit afzonderlijk voor Zandvoort en de MRA. De tabel laat zien dat, in aanvulling op de toegevoegde waarde gecreëerd binnen de DGP-organisatie, er in Zandvoort en de MRA (inclusief Zandvoort) respectievelijk 8,9 miljoen en 23,2 miljoen toegevoegde waarde gelinkt is aan de bestedingen van de bezoekers van de DGP en de organisatie. In aanvulling op de werkgelegenheid binnen de organisatie, zijn er respectievelijk 244 en 498 banen gelinkt aan de DGP.

Daarbij is het van belang op te merken dat het IO-model in de berekening van werkgelegenheid uitgaat van lineariteit: als een bepaalde attractie twee keer zo groot wordt, dan zou je twee keer zoveel personeel nodig hebben. Het IO-model houdt geen rekening met productiviteitsstijging (de gedachte dat huidig personeel harder moet werken in plaats dat nieuw personeel ingezet wordt). In werkelijkheid zal een groot deel van de benodigde extra inspanningen tijdens het DGP-weekend geleverd worden door het meer intensief benutten van het bestaande personeel.

Uit de uitsplitsing over de sectoren blijkt dat het grootste deel van de toegevoegde waarde wordt geproduceerd in de sector Horeca. Echter, ook in de sectoren Bouwnijverheid en zakelijke dienstverlening in Zandvoort zien we substantiële impacts. In de MRA zijn er meerdere sectoren waar de impacts op toegevoegde waarde uitkomen boven 1 miljoen euro. Ook hier zien we de hoogste waarden binnen horeca, bouwnijverheid en zakelijke dienstverlening.

6.10 Verdringing

In het raceweekend was het prachtig weer met temperaturen boven de 20 graden. Hierdoor zullen mensen die normaal gesproken wel naar Zandvoort zouden zijn gekomen, nu niet zijn gekomen. Het verschijnsel dat het evenement de bezoeken en bestedingen van toeristen of inwoners van de gastregio van het evenement verdringt wordt crowding out of verdringing genoemd. Het is te verwachten dat in een situatie zonder de DGP er ook veel dagjesmensen en strandbezoekers in Zandvoort zouden zijn geweest. Er heeft dus in Zandvoort verdringing plaatsgevonden en dit heeft een negatief effect op de economische impact. Het is door gebrek aan data niet mogelijk de economische impact met een percentage te corrigeren voor verdringing (ieder gehanteerd percentage zou discutabel zijn).

Factoren die bij verdringing van invloed zijn:

- Uit eerder onderzoek van Decisio⁴ blijkt dat op een zonnige weekenddag in augustus bezoeken 50.000 bezoekers Zandvoort. Hierdoor zouden -zonder DGP- 100.000 tot 150.000 bezoekers Zandvoort bezocht hebben. Deze bezoekers komen voor 60% uit de regio.
- Strandbezoekers geven gemiddeld 11 euro per persoon uit (Decisio 2017)

⁴ Decisio (2017) Bezoekersstromen Amsterdam en Zandvoort. Amsterdam: Decisio. P 6

- Uit de bezoekersenquête die in het raceweekend in het dorp is afgenomen, komt een bestedingsprofiel van 34 euro (waarvan bijna 24 euro uitgegeven is aan eten of drinken). In vergelijking met DGP bezoekers wordt meer geld uitgegeven aan winkelen.
- Het is onbekend hoeveel overnachtingen zijn verdrongen. Navraag bij gemeente Zandvoort en Zandvoort Marketing leert dat er geen cijfers beschikbaar zijn over verschillen in bezettingsgraad DGP-weekend tov regulier weekend. Door Corona is de verwachting dat het aantal bedden van Zandvoort - in een situatie zonder DGP- niet 100% benut was.
- Het is te verwachten dat verdringing alleen in Zandvoort plaatsgevonden heeft en niet in de overige gemeenten van de MRA.

Ondanks dat er verdringing in Zandvoort heeft plaatsgevonden – waardoor de feitelijke economische impact kleiner is dan geschat – heeft het evenement ook veel opgeleverd dat niet direct in geld te vangen is. Denk aan de media waarde, de verbetering van de infrastructuur die de bereikbaarheid van Zandvoort permanent verbeterd heeft, herhaalbezoek dat gestimuleerd wordt door het evenement, de beleving en gevoelens van trots onder bewoners.

6.11 Kritische reflectie

Evenementen brengen geldstromen te weeg en zorgen voor economische productie, ongeacht of het evenement per saldo geld oplevert of geld kost. In deze economische impactanalyse hebben we de geldstromen van de bezoekers, de teams, en de organisatie in kaart gebracht. De bestedingen van media en vrijwilligers zijn niet meegenomen.

In bovenstaande berekening van de bestedingsstromen van bezoekers en organisatie is niet gecorrigeerd voor verdringingseffecten. Het is zeer aannemelijk dat reguliere (strand)bezoekers verdrongen zijn door DGP-bezoekers. Echter, DGP-bezoekers hebben een hoger bestedingsprofiel per persoon dan reguliere (strand)bezoekers. Het niet kunnen corrigeren voor verdringing betekent dat de daadwerkelijke economische impact lager ligt.

Aan de andere kant is geen inzicht verkregen in de bestedingen die sponsors doen voor hun activiteiten. Uitgaven aan activiteiten van sponsors (zoals het huren van een ruimte op het circuit of in Zandvoort, inhuur personeel, verzorgen eten en drinken voor genodigden) zijn niet in kaart gebracht. Deze sponsoractivaties zouden de economische impact vergroten.

In aanvulling op WESP zijn de totale additionele bestedingen ingevoerd in een input output model. Op deze manier worden de indirecte economische impacts ook zichtbaar. Daarnaast wordt gecorrigeerd voor bestedingen die niet in het impactgebied neerslaan. De toegevoegde waarde is daardoor een betere indicator van de economische impact dan het bedrag aan additionele bestedingen.

Wij hebben enigszins afgeweken van de WESP-richtlijnen bij de berekening van de additionele bestedingen van de organisatie. De WESP-richtlijnen schrijven voor naar de netto besteding van de organisatie te kijken, door het verschil te bepalen tussen de interne inkomsten en de interne bestedingen van de organisatie. Met interne inkomsten wordt het deel dat haar oorsprong heeft in het impactgebied bedoeld; interne bestedingen zijn de uitgaven die de organisatie in de regio gedaan heeft. BUas heeft (ook bij eerdere WESP-opdrachten) altijd gewerkt met de kosten kant van de begroting van de evenementorganisator en hierdoor alleen gewerkt met de interne bestedingen. Het is namelijk niet de bedoeling om de winst van de organisatie te berekenen, maar de economische productie in de regio die niet zou hebben plaatsgevonden als het evenement er niet was geweest. We gaan er van uit dat als het evenement niet had plaatsgevonden de organisatie ook geen inkomsten had gehad en deze uitgaven niet had kunnen doen, waardoor we redeneren dat alle uitgaven van de organisatie in het impactgebied als additioneel bestempeld kunnen worden.

De FOM fee is niet meegenomen in de analyse, deze wordt niet gedeeld. Voor onze berekening maakt het geen verschil, omdat we veronderstellen dat de fee bekostigd wordt met ticketinkomsten en het geld naar het buitenland wegvloeit, waardoor het dus geen invloed heeft op de economische productie in de regio.

7 Sociale en maatschappelijke impact

7.1 Introductie

Evenementen hebben sociale impact. Deze impact kan zowel voor een persoon of zijn/haar gezin of familie zijn, maar ook betrekking hebben op een groep of gemeenschap. Zo kan een evenement ertoe leiden dat sociale netwerken worden gevormd, bewoners trots zijn op hun woonplaats, zich meer met elkaar verbonden voelen of zich juist uitgesloten voelen. Een evenement kan leiden tot wederzijds begrip, kan tradities in stand houden of simpelweg blijdschap brengen. Daarentegen kan het ook gevoelens van onveiligheid versterken en inwoners kunnen hinder of overlast ervaren.

Er is geen eenduidige manier om de sociale impact van (sport)evenementen te meten. WESP heeft geen leidraad beschikbaar, maar wel indicatoren en voorbeeldvragen die ingaan op sportparticipatie en sociale binding. Echter, in tegenstelling tot veel andere sportevenementen kent de Dutch Grand Prix geen breedtesport component, er zijn geen amateurdeelnemers. De basisgedachte dat deelname aan een sportevenement bezoekers aanzet tot actievere sportdeelname is weinig van toepassing op de Dutch Grand Prix. Vandaar dat besloten is geen gebruik te maken van WESP richtlijn participatie en cohesie, maar gebruik te maken indicatoren die in overleg met de opdrachtgever gekozen zijn of die uit academische literatuur naar sociale impacts naar voren komt. In dit hoofdstuk kijken we achtereenvolgens naar de mate waarin bewoners en ondernemers zich goed geïnformeerd voelen over het evenement (par 7.2), de mate waarin bewoners en ondernemers onveiligheid, overlast of hinder ervaren hebben (par 7.3 en par 7.4), de beleving van het evenement door diverse doelgroepen (par 7.5), het draagvlak voor het evenement onder bewoners en ondernemers (par 7.6), de mate van betrokkenheid van bewoners en ondernemers bij het evenement (par 7.7), gevoelens van trots (par 7.8) en de effecten op identiteit en imago (par 7.9). We sluiten het hoofdstuk af met enkele andere sociale impacts die door de onderzochte doelgroepen benoemd zijn.

In de vier vragenlijsten die in hoofdstuk 2 t/m 5 besproken zijn, zijn diverse vragen opgenomen die bovenstaande onderdelen van sociale impact meten. Hieronder wordt per onderdeel een overzicht gegeven, zodat verschillen tussen doelgroepen zichtbaar worden.

7.2 Informatievoorziening

Bewoners en ondernemers zijn de stelling voorgelegd: Ik ben vooraf goed geïnformeerd over het evenement. Bezoekers van de DGP zijn gevraagd naar een rapportcijfer over de informatievoorziening. De resultaten laten zien dat 82,8% van de bewoners het eens of helemaal eens met de stelling tegenover 71,2% van de ondernemers. Ondernemers hebben met name opmerkingen gemaakt over de informatievoorziening met betrekking tot de doorlaatbewijzen.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet niet/ geen mening	Totaal
Bewoners	42 (2,6%)	67 (4,2%)	141 (8,9%)	498 (31,7%)	801 (51,1%)	18 (1,1%)	1567 (100%)
Ondernemers	4 (4,3%)	10 (10,9%)	7 (7,6%)	37 (36,3%)	32 (34,8%)	2 (2,2%)	92 (100%)

Tabel 7.1

Bezoekers aan de DGP hebben de informatievoorziening gewaardeerd met een gemiddeld rapportcijfer van 7.6. Het meest gegeven cijfer was een 8 (38% van de DGP-bezoekers gaf dit cijfer). Kortom, alle drie de doelgroepen zijn tevreden over de informatievoorziening, maar de cijfers geven ook ruimte voor verbetering.

7.3 Veiligheid

In alle vragenlijsten zijn vragen gesteld over gevoelens van veiligheid. Bezoekers zijn gevraagd of ze zich veilig voelen in Zandvoort. Bewoners en ondernemers of ze zich veilig gevoeld hebben tijdens het evenement. Tabel 7.2 geeft een overzicht van de antwoorden. Af te lezen is dat voor alle groepen geldt dat ruim 80% het eens of helemaal eens is met de stelling en zich veilig heeft gevoeld. Voor bewoners, ondernemers en bezoekers van de DGP loopt dit percentage op tot 90%. Bezoekers van het dorp zijn in vergelijking met de andere groepen vaker neutraal. 4% of minder heeft zich wel onveilig gevoeld. Tegen de achtergrond van een corona epidemie is dit een mooi resultaat.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet niet/ geen mening	Totaal
Bewoners	34 (2,2%)	29 (1,9%)	71 (4,5%)	231 (14,7%)	1172 (74,8%)	30 (1,9%)	1567 (100%)
Ondernemers	1 (1,1%)	2 (2,2%)	3 (3,3%)	36 (39,1)	49 (53,3)	1 (1,1%)	92 (100%)
Bezoekers DGP	2 (0,4%)	6 (1,3%)	23 (5,0%)	222 (48,7%)	191 (41,9%)	12 (2,6%)	456 (100%)
Bezoekers dorp	2 (1,0%)	4 (2,0%)	20 (10%)	77 (39%)	89 (45%)	5 (3%)	197 (100%)

Tabel 7.2

7.4 Overlast

Bewoners en ondernemers is gevraagd of zij overlast ervaren hebben door het evenement. Tabel 7.3 zet de antwoorden op een rij.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet niet/ geen mening	Totaal
Bewoners	960 (61,3%)	306 (19,5%)	104 (6,6%)	104 (6,6%)	73 (4,7%)	20 (1,3%)	1567 (100%)
Ondernemers	18 (19,6%)	38 (41,3%)	11 (12%)	13 (14,1%)	9 (9,8%)	3 (3,3%)	92 (100%)

Tabel 7.3

Ondernemers geven in vergelijking met bewoners vaker aan dat ze overlast ervaren hebben. Deze overlast richtte zich met name op afgesloten wegen, waardoor leveranciers of klanten het bedrijf niet konden bereiken. Bewoners erkennen dat het evenement overlast geeft: het is het meest genoemde negatieve effect (320 keer gekozen), maar uit tabel 7.3 blijkt dat men de overlast niet als dusdanig ervaart. De hinder neemt men voor lief, omdat het erbij hoort. Slechts 5,4% van de bewoners is het dorp ontvlucht en 5,1% van de bewoners heeft zich gestoord aan het evenement.

7.5 Beleving

De beleving van de DGP is onder de diverse doelgroepen op verschillende manieren gevraagd, wat een directe vergelijking lastig maakt. Zo is de beleving van het evenement uitgebreider gemeten onder bewoners dan onder ondernemers. Bewoners kregen de volgende stellingen:

- ik zal het evenement nog bijzonder lang blijven herinneren:
- Ik ben diep onder de indruk geraakt van het evenement
- Ik heb genoten van dit evenement
- Ik ben positief verrast door het evenement

82,4% van de bewoners denkt het evenement nog lang te zullen herinneren, 87,2% is onder de indruk geraakt van het evenement, en 88,1% geeft aan genoten te hebben, 88,9% zegt dat het evenement hen positief verrast heeft. Dit zijn allemaal hoge scores.

Ondernemers zijn gevraagd naar een rapportcijfer over de sfeer in het dorp en in hun bedrijf. Ze gaven gemiddeld een 8,7 voor de sfeer in het dorp (waarbij een 10 het meest gegeven cijfer is), en een 8,4 voor de sfeer in het eigen bedrijf tijdens het raceweekend.

Bezoekers van het dorp zijn vrij eensgezind over de goede sfeer: 93% is het eens of helemaal eens met de stelling 'er hangt een goede sfeer in Zandvoort'. 92% van de bezoekers voelt zich welkom. Ook de bezoekers van het circuit zijn erg tevreden over de sfeer, ze beoordelen dit gemiddeld met een 8,9. In de opmerkingen om nogmaals terug te komen is vaak de sfeer en beleving van het evenement genoemd; bezoekers hebben een memorabele dag uit gehad.

Bezoekers aan het circuit, ondernemers en bewoners zijn gevraagd een rapportcijfer te geven over de DGP. Ook dit cijfer zegt iets over hoe ze het evenement ervaren hebben.

Rapportcijfer	Onvoldoende	6-7	8-9	10	Gemiddelde
Bezoeker DGP	4 (0,9%)	73 (17,0%)	317 (73,8)	35 (8,2%)	8,3
Ondernemer	9 (9,9%)	19 (20,9%)	43 (47,3%)	20 (22,0%)	7,9
Bewoner	76 (5,0)	75 (5,0%)	670 (44,8%)	674 (45,0%)	8,9

Tabel 7.4

Bovenstaande tabel laat duidelijke verschillen zien in de groepen; waar de ondernemers gemiddeld een lager rapportcijfer geven – waarschijnlijk mede ingegeven door wel of niet waargemaakte verwachtingen over de omzet in het raceweekend en de ervaren overlast – zijn bewoners ronduit het positiefst.

7.6 Draagvlak

De stellingen die bewoners en ondernemers voorgelegd zijn om draagvlak te onderzoeken laten zich niet direct vergelijken. Het volgende beeld komt naar voren bij bewoners. 88,2% van de bewoners is het eens of zeer eens met de stelling dat het evenement een grote aanwinst is voor Zandvoort. 83,1% vindt het terecht dat topsportevenementen naar Zandvoort gehaald worden en 79,2% van de bewoners vindt het evenement de investeringen waard. Opgemerkt moet worden dat uit de bewonersvragenlijst een beeld naar voren kwam van twee uitersten: aan de ene kant een kleine groep bewoners (4%) die faliekant tegen het evenement is en geen enkel positief effect ziet en aan de andere kant een grote groep bewoners die juist heel erg voor het evenement is. Dit laatste is ook te zien in het feit dat 50,4% van de bewoners aangeeft dat er 'voor mij geen negatieve effecten' zijn.

Ondernemers zijn gevraagd naar de toegevoegde waarde van de DGP voor hun bedrijf. Met name de 68% van de ondernemers werkzaam in logies en eten & drinken vinden dat de DGP voor hun bedrijf van toegevoegde waarde is, dit in tegenstelling tot de winkeliers: slechts 26% van ondernemers met een bedrijf in de detailhandel zijn het eens of volledig eens met de stelling. Ook al zijn veel ondernemers van mening dat het evenement niet van toegevoegde waarde is voor het bedrijf, wil dit niet zeggen dat ze de DGP geen warm hart

toedragen. Zoals een ondernemer het treffend verwoordde: 'als ondernemer heb ik er niks aan gehad, maar als persoon vond ik het fantastisch!'

7.7 Betrokkenheid

Uit de bewonersvragenlijst bleek dat 61,1% van de bewoners zich persoonlijk betrokken heeft gevoeld bij het evenement; 15,2% gaf aan zich niet of helemaal niet betrokken te hebben gevoeld. De DGP is door 87,6% van de bewoners via de televisie gevolgd en 73,1% volgde de DGP ook via andere mediakanalen. En dit terwijl 66,8% zichzelf een liefhebber van autosport noemt. Met andere woorden, de DGP leeft erg onder bewoners. Bijna de helft (46,5%) van de bewoners heeft een of meerdere wedstrijden op het circuit bezocht.

In de aanloop naar de DGP heeft Zandvoort Beyond veel moeite gedaan ondernemers betrokken te krijgen bij de organisatie van side events. De stichting ervoer scepsis bij ondernemers, waarschijnlijk te wijten aan onbekendheid en/of gemakzucht ('bij mooi weer is de tent ook vol'). Het side events programma is vanwege corona gereduceerd tot een aantal activiteiten en attracties. Hierdoor hebben ondernemers nauwelijks kunnen ervaren wat een side event programma kan betekenen.

Aan ondernemers is gevraagd of ze in de toekomst betrokken willen zijn bij de organisatie van de side events. Daar reageert 44,6% van de ondernemers positief op, 21,7% van de ondernemers wil dit misschien en 33,7% van de ondernemers wil niet betrokken zijn bij side events voor de race in 2022. Het aandeel ondernemers met een bedrijf in de tak 'eten en drinken' is tweemaal zo groot als ondernemers die werkzaam zijn in 'logiesverstrekking' (63,2% tegenover 31,3%). 35,3% van de ondernemers werkzaam in de detailhandel heeft aangegeven komend jaar betrokken te willen zijn bij de organisatie van side events. Ondernemers die graag betrokken willen zijn, willen graag inbreng en hopen dat meerdere plekken van het dorp betrokken kunnen worden. Ook hebben ze ideeën voor mogelijke side events en zien ze kansen voor het verdelen van de drukte van bezoekers aan de race. Ondernemers die niet betrokken willen zijn geven vooral aan er geen baat bij te hebben en er geen behoefte aan te hebben. Dit beeld is ook zichtbaar in de antwoorden op de stelling 'side events leveren mijn bedrijf extra bezoekers op'. 28,9% van de ondernemers werkzaam in 'eten en drinken' is het hiermee eens of helemaal eens, tegenover 11,7% van de detailhandel en 6,2% van de logiesverstrekkers.

7.8 Trots

Maar liefst 88,4% van de bewoners is trots op het feit dat de DGP in zijn/haar woonplaats heeft plaatsgevonden. Van de ondernemers is 90,2% van mening dat het evenement echt iets toevoegt aan het dorp. Ook DGP-bezoekers op het circuit zijn trots, zowel op het feit dat de F1 in Nederland plaatsvindt (89,2% was het eens of zeer eens met deze stelling) en op de prestaties van Max Verstappen (89,1%).

7.9 Identiteit en imago

Veruit het meest genoemde positieve effect dat bewoners toedichten aan de Dutch Grand Prix is het vergroten van de bekendheid van Zandvoort en het versterken van het imago. Ook van de bezoekers van het circuit en van het dorp is respectievelijk 85,3% en 87% van mening dat het evenement bijdraagt aan een positief imago voor Zandvoort. Maar liefst 91,3% van de ondernemers vindt dat de DGP bij Zandvoort past; 86% van de bezoekers van het dorp waren het eveneens eens of helemaal eens met de stelling dat de F1 bij Zandvoort past.

7.10 Overig

Nog niet besproken positieve effecten die wel naar voren zijn gekomen uit de data zijn dat 50,9% van de bewoners van mening is dat het evenement bijdraagt aan de lokale economie. Ook geeft 32,2% aan dat het dorp zich door het evenement ontwikkelt doordat de infrastructuur verbetert. 30,4% bewoners voegt toe dat

het evenement mensen blij maakt. Daarnaast geven bewoners ook negatieve effecten aan. Nog niet eerder genoemd zijn milieu schade, (11,2% van de bewoners noemde dit), dat het (mogelijk maken van het) evenement geld kost van de belastingbetaler (10,8%) en dat het evenement reguliere bezoekers verdringt (10,5% van de bewoners kruiste deze reden aan). Kortom, naast dat het evenement mensen samenbrengt, verdeelt het het dorp ook in voor- en tegenstanders ook al is het percentage tegenstanders klein.

8 Conclusie

Dit hoofdstuk bespreekt het antwoord op de onderzoeksvragen en doet suggesties voor het vergroten van de economische en sociale impact van het evenement. Eveneens zet het uiteen hoe de resultaten van deze economische impactstudie vergeleken kunnen worden met de resultaten van de haalbaarheidsstudie van Decisio.

8.1 Antwoord onderzoeksvragen

Wat is de economische impact van het hoofdevenement, de Dutch Grand Prix 2021, gemeten volgens WESP methode? Op MRA- en landelijk niveau.

Voor het berekenen van de economische impact van de Dutch Grand Prix is gebruik gemaakt van de richtlijnen zoals deze opgesteld zijn door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Er is inzicht verkregen in de additionele bestedingen van bezoekers en de organisatie. In aanvulling op de WESP-methode zijn de totale additionele bestedingen ingevoerd in een input-output model dat de toegevoegde waarde en de werkgelegenheid die daarmee samenhangt in alle sectoren van de economie berekent.

De volgende uitgangspunten zijn gehanteerd:

- Bij het bepalen van het percentage additionele bezoekers zijn bezoekers woonachtig in de MRA-regio (exclusief Zandvoort) als additioneel beschouwd indien zij aangegeven hebben niet in Zandvoort te zijn geweest als de DGP niet had plaatsgevonden.
- In het bestedingsprofiel dat per type DGP ticket gemaakt is, zijn we ervan uitgegaan dat bezoekers die meerdere dagen komen (weekend ticket, passpartout), iedere dag dezelfde uitgaven doen aan eten en drinken. Hun uitgaven aan merchandise zijn slechts 1 keer meegeteld (en niet drie keer indien ze een passpartout bezaten en dus drie dagen op het circuit aanwezig waren).
- Alle 2000 coureurs/begeleiders/oficials hebben volgens de DGP-organisatie overnacht in de MRA-regio. Hun uitgaven aan overnachting zijn geschat op 150 euro per persoon per nacht en hun verblijf op 5 nachten.
- De bestedingen die vrijwilligers en pers doen, zijn buiten beschouwing gelaten. Eerdere WESP-studies laten zien dat zij veelal geen uitgaven doen tijdens het evenement, omdat de organisatie eten en drinken backstage verzorgt.
- De bestedingen van sponsors aan activiteiten zijn geen onderdeel geweest van dit onderzoek en derhalve niet meegenomen in de economische impact analyse.
- De bestedingen van de DGP-organisatie zijn exclusief de FOM fee (dit bedrag wordt door de organisatie niet gedeeld).
- De totale additionele bestedingen zijn gecorrigeerd voor dubbeltelling voordat ze in het input-output model ingevoerd zijn (zie par 6.9.2 voor uitgebreide toelichting)

De analyse laat de volgende resultaten zien:

- 126.650 bezoekers (inclusief VIP's en genodigden) hebben samen 195.000 bezoeken gebracht. Bezoekers hebben de DGP gemiddeld 1,5 dagen bezocht.
- 19% van de bezoekers is afkomstig van de MRA (waarvan 3% uit Zandvoort), 77% uit de rest van Nederland en 4% uit het buitenland
- 87% van de bezoekers is additioneel (en was dus niet in Zandvoort geweest als het evenement niet had plaatsgevonden).
- 26% van alle DGP bezoekers overnacht in de MRA-regio. Gemiddeld verblijven ze 2,5 nachten en besteden ze 77 euro per persoon per nacht. Gezamenlijk leidt dit tot 7,6 miljoen euro aan overnachtingsbestedingen in de MRA-regio, waarvan 2,7 miljoen euro in Zandvoort besteed wordt

- Bezoekers besteden in totaal 39,6 miljoen euro in Zandvoort, waarvan 28,3 miljoen aan tickets. Daarbovenop besteden bezoekers 1,3 miljoen euro in de overige gemeenten van de MRA-regio.
- De *additionele* bestedingen van bezoekers bedragen 9,9 miljoen in Zandvoort (het grote verschil met de totale bestedingen zit in het verwijderen van de ticketbestedingen) en 1,1 miljoen in de overige gemeenten van de MRA-regio
- De overnachtingen van 2000 coureurs, begeleiders en officials in de MRA-regio leverden 1,5 miljoen aan bestedingen
- De DGP- organisatie besteedde 9,8 miljoen in Zandvoort en 14,6 miljoen in de overige MRA gemeenten.
- Samengevat betekent dit dat de Dutch Grand Prix geleid heeft tot **22,3** miljoen aan *additionele* bestedingen in Zandvoort en **22,2** miljoen in de overige gemeenten van de MRA-regio. In de gehele MRA-regio (incl Zandvoort) zijn de **totale additionele bestedingen 44,5 miljoen**.
- De **toegevoegde waarde** die met deze bestedingen gecreeerd wordt is respectievelijk **8,9** miljoen euro voor Zandvoort en **23,2** miljoen voor de MRA-regio (inclusief Zandvoort).
- De **werkgelegenheid** die met de bestedingen samenhangt is **244** banen in Zandvoort en **498** banen in de MRA-regio (inclusief Zandvoort). Daarbij moet opgemerkt worden dat het input-output model geen rekening houdt met productiviteitsstijging, waardoor in werkelijkheid een groot deel van de benodigde extra inspanningen voor het evenement geleverd worden door het intensiever benutten van het bestaande personeel.

In bovenstaande berekening van de bestedingsstromen van bezoekers en organisatie is niet gecorrigeerd voor verdringingseffecten. Het is zeer aannemelijk dat reguliere (strand)bezoekers verdrongen zijn door DGP-bezoekers. Echter, DGP-bezoekers hebben een hoger bestedingsprofiel per persoon dan reguliere (strand)bezoekers. Het niet kunnen corrigeren voor verdringing betekent dat de daadwerkelijke economische impact lager ligt.

Er is geen inzicht verkregen in de bestedingen die sponsors doen voor hun activiteiten. Uitgaven aan activiteiten van sponsors (zoals het huren van een ruimte op het circuit of in Zandvoort, inhuur personeel, verzorgen eten en drinken voor genodigden) zijn niet in kaart gebracht. Deze sponsoractivaties zouden de economische impact vergroten.

De economische impact is niet berekend op nationaal niveau. WESP is als instrument niet gemaakt voor een macro economische studie, maar om de impact van een sportevenement voor de regionale economie te achterhalen. We hebben er daarom voor gekozen het impactgebied te definiëren als de MRA-regio (inclusief Zandvoort) en geen uitspraken te doen over de economische impact voor Nederland. Zoals te zien is, is de economische impact van het evenement met 23,2 miljoen euro voor de MRA-regio substantieel.

Wat is de beleving van het evenement door de bewoners en bezoekers? (Inclusief maatschappelijk en sociale impact)

Bewoners en bezoekers zijn zeer positief over hoe zij het evenement beleefd hebben.

Voor bewoners geldt dat:

- Ruim tachtig procent van de bewoners denkt het evenement nog lang te zullen herinneren en bijna negentig procent van de bewoners geeft aan onder de indruk te zijn geraakt van het evenement, genoten te hebben en dat het evenement hen positief verrast heeft.
- Onder bewoners is een kleine groep (ongeveer vijf procent) die uitgesproken negatief is over de Dutch Grand Prix. Zij vinden het evenement belastend voor het milieu en niet meer van deze tijd.
- Bewoners geven in vergelijking met bezoekers en ondernemers het hoogste gemiddelde rapportcijfer aan het evenement, namelijk een 8,9 (op een schaal van 1 tot 10).

- De helft van de bewoners is van mening dat de Dutch Grand Prix geen negatieve effecten heeft. In de top drie van negatieve effecten die bewoners het evenement toedichten wordt hinder genoemd (twintig procent), dat het mensen verdeelt in voor en tegenstanders (elf procent) en dat het evenement leidt tot mileuschade (elf procent). De helft van de bewoners vindt deze negatieve effecten acceptabel ('het hoort er nu eenmaal bij') terwijl 22% de negatieve effecten onacceptabel vindt ('het evenement is in strijd met de stikstofcrisis, de klimaatcrisis en de coronacrisis').
- Ook al staat hinder in de top 3, het percentage bewoners dat daadwerkelijk overlast ervaren heeft door het evenement is met elf procent duidelijk lager.
- De meest genoemde positieve effecten die bewoners het evenement toedichten, zijn het op de kaart zetten van Zandvoort (genoemd door twee derde van de bewoners), het versterken van het imago (genoemd door een derde) en de bijdrage aan de lokale economie (genoemd door de helft van de bewoners). Daarnaast noemt een derde van de bewoners dat het evenement bewoners trots maakt op hun woonplaats en dat het de infrastructuur van het dorp verbetert. Deze positieve effecten worden door tachtig procent van de bewoners belangrijk geacht. Bewoners geven daarbij aan dat het dorp aan het 'verpauperen' was en dat de Dutch Grand Prix het dorp weer laat bruisen.
- Uit de resultaten spreekt trots van bewoners en ondernemers dat de F1 in de eigen woonplaats plaatsvindt.
- De Dutch Grand Prix leeft erg onder bewoners: bijna negentig procent heeft het evenement via de televisie gevolgd en zesenvertig procent heeft het circuit bezocht.

Voor bezoekers geldt dat:

- Bezoekers op het circuit hebben met name de sfeer hoog gewaardeerd (gemiddeld rapportcijfer 8,9); ook de bereikbaarheid van Zandvoort en de organisatie kregen gemiddelde rapportcijfers boven de 8. De overige onderdelen (fanzone, entertainment, kwaliteit eten en drinken, toegankelijkheid circuit, informatievoorziening) waardeerden de bezoekers met gemiddelde rapportcijfers tussen de 7,4 en 7,9.
- Bezoekers die niet het circuit maar het dorp bezochten, waren eveneens te spreken over de goede sfeer die in Zandvoort hing (ruim negentig procent was het eens of helemaal eens met de stelling), eenzelfde percentage van de bezoekers aan het dorp gaf aan zich welkom te voelen.
- Het overgrote deel van de bezoekers aan het circuit en aan het dorp delen de mening van bewoners dat het evenement bijdraagt aan een positief imago voor Zandvoort.
- Bezoekers van het evenement geven aan trots te zijn dat de F1 in Nederland plaatsvindt
- De helft van de bezoekers aan het evenement gaf aan dat de Dutch Grand Prix eraan bijdraagt dat ze Zandvoort binnen een jaar nogmaals bezoeken. Daarbij moet opgemerkt worden dat bezoekers aangeven nogmaals terug te willen komen voor de F1 zelf, voor een bezoek aan vrienden/familie, of omdat ze in de buurt wonen en graag het strand bezoeken. Slecht een kleine groep bezoekers geeft expliciet aan door het evenement kennis gemaakt te hebben met Zandvoort en men daardoor van plan is het dorp nogmaals te bezoeken voor een dagje uit / de omgeving te verkennen.

Ook ondernemers zijn positief over hun beleving:

- Ondernemers gaven gemiddeld een 8,7 als rapportcijfer voor de sfeer in het dorp (waarbij een 10 het meest gegeven cijfer is). Ook de sfeer in het eigen bedrijf tijdens het raceweekend werd hoog gewaardeerd: gemiddelde rapportcijfer 8,4.
- Ondernemers geven in vergelijking met bewoners vaker aan dat ze overlast ervaren hebben. De overlast die een kwart van de ondernemers ervaren heeft, richtte zich met name op afgesloten wegen, waardoor leveranciers of klanten het bedrijf niet konden bereiken. Een ruime meerderheid van ondernemers (zestig procent) en bewoners (tachtig procent) heeft geen overlast ervaren.
- Het overgrote merendeel van de bewoners en ondernemers zijn van mening dat ze vooraf goed geïnformeerd zijn over het evenement; de informatie over de doorlaatbewijzen is een verbeterpunt.
- Bezoekers en ondernemers zijn van mening dat de F1 bij Zandvoort past.

Alle doelgroepen zijn unaniem over hun gevoel van veiligheid in Zandvoort en tijdens het evenement. Ze voelden zich veilig; slechts vier procent of minder heeft zich onveilig gevoeld.

Wat is de impact van de side events, van de Dutch Grand Prix 2021, in Zandvoort gemeten?

Het side events programma is vanwege Covid-19 aangepast; in plaats van uitgebreide randprogrammering is er ingezet op aankleding van het dorp in F1 sferen en het plaatsen van enkele kleine attracties (reuzenrad, mini-kartbaan, buiten exposities, etc). Er zijn significante verschillen in de mate waarin Zandvoortse ondernemers in financieel opzicht geprofiteerd hebben van de Dutch Grand Prix.

- Logiesverstrekkers hebben meer omzet gehaald tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend met vergelijkbaar weer. Deze hogere omzet is gehaald met gelijke kosten en een gelijke personeelsinzet of door een beperkte hoeveelheid extra kosten door het inzetten van een beperkte hoeveelheid extra personeel. Hieruit is duidelijk af te leiden dat logiesverstrekkers de prijzen van de kamers hebben verhoogd tijdens het raceweekend.
- Eet en drinkgelegenheden laten een gemengder beeld zien. De helft van de bedrijven heeft meer omzet gehaald, terwijl een kwart gelijke omzet heeft behaald en een kwart van de bedrijven aangeeft minder omzet te hebben behaald. Zestig procent van de eet en drinkgelegenheden hebben meer kosten gemaakt, terwijl bijna veertig procent gelijke kosten heeft gemaakt. Zeventig procent van de ondernemers heeft extra personeel ingezet om de verwachte drukte op te kunnen vangen.
- Winkeliers hebben in vergelijking met logiesverstrekkers en eet-en drink gelegenheden het minst geprofiteerd van de Dutch Grand Prix. Bijna tachtig procent van de ondernemers in de detailhandel geeft aan minder omzet te hebben behaald, terwijl bijna twee derde wel extra kosten heeft gemaakt, veelal door meer personeel in te zetten.
- De plek waar de onderneming gevestigd was leidde niet tot significante verschillen in omzet.

Zandvoort Beyond heeft in de maanden voorafgaand aan het raceweekend actief ondernemers benaderd voor betrokkenheid bij het side events programma. Het enthousiasmeren van ondernemers verliep moeizaam, vanwege de 'overlevingsstand' waar ondernemers door Covid-19 in zaten en vanwege een afwachtende of sceptische houding over de rol die side events kunnen hebben voor het eigen bedrijf. Uit de enquête onder ondernemers blijkt dat de helft van de ondernemers van mening is dat de Dutch Grand Prix van toegevoegde waarde is voor het bedrijf. Slechts zeventien procent is van mening is dat side events het bedrijf extra bezoekers oplevert. Dit lage percentage kan mogelijk ook verklaard worden doordat er geen volledig side events programma heeft mogen plaatsvinden waar ondernemers potentieel baat bij hadden kunnen hebben. Desalniettemin geeft ruim veertig procent van de ondernemers aan dat ze komend jaar betrokken willen zijn bij de organisatie van side events. Eet-en drinkgelegenheden geven vaker aan volgend jaar betrokken te willen zijn dan detailhandel of logiesverstrekkers. Ondernemers die niet betrokken willen zijn geven primair aan er geen baat bij te hebben. Ondernemers die wel betrokken willen zijn zien kansen voor het verdelen van drukte, hebben concrete ideeën voor events of pleiten voor een randprogrammering op meerdere plekken in het dorp.

Wat hier ook opgemerkt dient te worden is dat tijdens het raceweekend de DGP bezoekers de reguliere strandbezoekers hebben verdrongen. Ondanks het zonnige weer was het erg rustig overdag op het strand. Na afloop van de race stroomden specifieke straten van het dorp vol en daar profiteerden met name eet- en drinkgelegenheden van.

Wat is de beleving van de side events?

Tijdens het raceweekend zijn bezoekers in het dorp gevraagd naar de reden van hun bezoek, hun activiteiten en hun beleving.

- De ruime meerderheid van bezoekers komt of voor een bezoek aan het circuit of om de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix te proeven.
- Een kwart van de bezoekers in het dorp heeft een of meerdere activiteiten bezocht die er speciaal voor de Dutch Grand Prix neergezet zijn (o.a. buitenexposities, reuzenrad, kartbaan).

- Bezoekers zijn positief over hun bezoek aan Zandvoort: ze voelen zich welkom en veilig, er hangt een goede sfeer. Vijfenzestig procent gaf aan dat er vandaag genoeg te doen was voor jong en oud; dit iets lagere percentage is niet zo verrassend vanwege het noodgedwongen schrappen van een omvangrijk(er) side events programma.

Het antwoord op bovenstaande onderzoeksvragen laat zien dat het evenement een grote economische en sociale impact heeft gehad voor Zandvoort en de MRA-regio. Hier kunnen alle partijen trots op zijn!

8.2 Aanbevelingen

Uit de studie komen de volgende aandachtspunten naar voren die handvatten bieden voor het vergroten van de economische danwel sociale en maatschappelijke impact:

- Qua bestedingsprofiel zijn bezoekers met een weekendticket het interessantst, omdat zij relatief gezien het meeste uitgeven.
- Een hoger percentage buitenlandse bezoekers zal naar verwachting leiden tot een (nog) positievere economische impact. Internationale bezoekers blijven langer en verblijven - ten opzichte van Nederlanders - vaker in hotels of duurdere accommodaties.
- Er zijn grote verschillen in de mate waarin Zandvoortse ondernemers geprofiteerd hebben van het evenement. Met name winkeliers hebben omzetverlies geleden. Voor hen zijn sfeerproevers en dagjesmensen die in de week naar aanloop van het evenement het dorp bezoeken van grotere waarde dan de DGP-bezoekers.
- Overweeg (daar waar mogelijk) de looproutes en bezoekersstromen van de parkeerterreinen, fietsenstallingen en het station naar het circuit zo aan te passen dat bezoekers verleid worden onderweg of naderhand uitgaven in het dorp te doen.
- De communicatie en informatievoorziening over het evenement is goed gewaardeerd; de kritische noot betreft met name de doorlaatbewijzen.
- Het evenement leeft erg onder bewoners en maakt bewoners trots. Aangeraden wordt deze positieve energie vast te houden en in te zetten voor het dorp en de volgende edities van de DGP.

8.3 Vergelijkbaarheid studies Decisio

Zoals aangegeven is de toegevoegde waarde die door de DGP gecreëerd wordt in Zandvoort 8,9 miljoen euro. De toegevoegde waarde voor de MRA regio (inclusief Zandvoort) is 23,2 miljoen euro. In Zandvoort hangen 244 banen samen met de DGP en in de MRA-regio (inclusief Zandvoort) zijn dit er 498. De totale bestedingen van bezoekers en organisatie zijn respectievelijk 52,1 miljoen euro in Zandvoort (opgebouwd uit 2,7 miljoen overnachting dgp bezoekers in Zandvoort, 39,6 bestedingen dgp bezoekers in Zandvoort en 9,8 bestedingen organisatie DGP in Zandvoort) en 74,4 miljoen euro in de MRA-regio (inclusief Zandvoort). De additionele bestedingen bedragen 22,3 miljoen euro in Zandvoort en 44,5 miljoen in de MRA-regio (inclusief Zandvoort).

De haalbaarheidsstudie van Decisio (2017) schatte in dat de toegevoegde waarde in het hoogseizoen scenario 2,6 miljoen voor Zandvoort zou zijn en 12,6 miljoen voor de MRA-regio, met respectievelijk 45 (Zandvoort) en 186 (MRA-regio) banen. De totale bestedingen zijn destijds ingeschat op 31 miljoen in Zandvoort en 48 miljoen in de MRA-regio. De additionele bestedingen zijn geschat op 28 miljoen in Zandvoort en 40 miljoen in de MRA-regio.

Deze verschillen zijn als volgt te duiden: er zijn feitelijke verschillen in de bestedingen van de bezoekers en er zijn feitelijke verschillen in de bestedingen van de DGP-organisatie. Omdat de totale bestedingen hoger zijn, is ook de toegevoegde waarde en het aantal banen hoger.

Feitelijke verschillen in bestedingen van bezoekers:

- Waar Decisio destijds rekende met 125.000 bezoekers die 200 euro per ticket zouden betalen, kan onze studie zich baseren op de daadwerkelijke hoeveelheid bezoekers en de feitelijke ticketprijzen. Uit de door de DGP-organisatie aangeleverde informatie blijkt dat 126.650 bezoekers gemiddeld 223 euro per ticket hebben uitgegeven. Dit scheelt 37.950 euro in bestedingen.
- Waar Decisio destijds uitging van een gemiddeld bedrag van 60 euro dat besteed wordt aan eten/drinken/merchandise laat onze bezoekersenquête zien dat bezoekers daar gemiddeld 26 euro meer aan uitgeven (totale bestedingen aan eten/drinken/merchandise in Zandvoort zijn 10,9 miljoen, gedeeld door 126.650 bezoekers maakt een gemiddeld bedrag van 86 euro.)
- Het aantal buitenlandse bezoekers (4%) is vanwege Covid-19 lager dan destijds door Decisio geschat (verwachting van 25% internationale bezoekers) wat de overnachtingsuitgaven drukt. Daar tegenover staat echter dat een veel hoger percentage (24%) Nederlandse bezoekers overnacht (Decisio schatte dit op 7%) wat de overnachtingsuitgaven plust.

Feitelijke verschillen in bestedingen van organisatie:

- De DGP-organisatie heeft een overzicht verstrekt van uitgaven die ten behoeve van het evenement gedaan zijn, uitgesplitst naar Zandvoort, MRA-regio (exclusief Zandvoort), (overig) Nederland, en buitenland. Hierin zijn uitgaven opgenomen die Decisio niet mee heeft genomen of mee heeft kunnen nemen. Decisio is uitgegaan van pure evenementenkosten en -opbrengsten. Er is geen rekening gehouden met investeringen op het circuit. Deze zeer aanzienlijke post (8 miljoen euro), waarvan de impacts terecht komen in de lokale en regionale economie, nemen wij wel mee. Ook de kosten/opbrengsten van acquisitieactiviteiten (zoals opgenomen in tabel 6.6) nemen wij, in tegenstelling tot Decisio wel mee.
- Wij hebben alleen de bestedingen die de DGP-organisatie in Zandvoort en de MRA heeft gedaan meegenomen (samen 24,4 miljoen euro), niet de bestedingen aan de rest van Nederland en het buitenland (samen 19 miljoen euro). Dit alles is exclusief de FOM fee die in onze data niet meegenomen is (vanwege geheimhoudingsplicht). De FOM fee is door Decisio destijds wel meegenomen en geschat op 20 miljoen euro.

8.4 Beperkingen onderzoek

Deze editie kende drie externe factoren die van invloed zijn geweest op de beleving en/of de bestedingen van de bezoekers aan de Dutch Grand Prix: het weer, de prestaties van Max Verstappen en de Covid-19 maatregelen. Het mooie weer en de prestaties van Max Verstappen worden verondersteld positief bij te hebben gedragen aan de sfeer, aan de uitgaven aan eten en drinken en aan de tijd die men op het evenement doorbrengt. De Covid-19 maatregelen zorgden voor een beperking in het aantal toegestane bezoekers op het circuit. Het mobiliteitsplan - ingericht op 100% bezoekers - werkte vlekkeloos; de toegankelijkheid van Zandvoort is door bezoekers hoog gewaardeerd. Bezoekers geven ook aan zich veilig te hebben gevoeld. Wat het precieze effect is van deze externe factoren op de beleving en/of bestedingen van bezoekers is niet te zeggen.

Appendix

1. Vragenlijsten	
a. Vragenlijst bezoekers DGP zoals afgenomen op circuit	75
b. Vragenlijst bezoekers dorp zoals face to face afgenomen in dorp	90
c. Vragenlijst bezoekers dorp zoals digitaal uitgezet door Zandvoort Marketing	98
d. Vragenlijst ondernemers Zandvoort	106
e. Vragenlijst bewoners Zandvoort	114

A Vragenlijst bezoekers DGP zoals afgenomen op circuit

Q1

Instructie enquêteur:

Goedemiddag, mag ik u enkele vragen stellen over uw bezoek aan de Dutch Grand Prix? Het duurt ongeveer 7 minuten.

Breda University of Applied Science doet in opdracht van de gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix onderzoek naar de impact van het evenement voor bezoekers, bewoners en ondernemers. Uw antwoorden zullen vertrouwelijk behandeld worden.

QSelectie Bent u vandaag....

- bezoeker op eigen initiatief --> START enquête (1)
- bezoeker op uitnodiging van sponsor/organisator --> EINDIG enquête (2)
- bezoeker die vrijkaartjes gewonnen heeft --> EINDIG enquête (3)
- vrijwilliger, pers, anders --> EINDIG enquête (4)

Q 1 1. In welk gezelschap bent u hier? (meerdere antwoorden mogelijk) (Enquêteur: vul voor ALLE aanwezige kinderen de leeftijd in)

- Alleen (1)
 - Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen (2)
 - Met partner/echtgeno(o)t(e) met kinderen in de leeftijd:... (3)

 - Alleen met kinderen in de leeftijd: ... (4) _____
 - Met overige familie (5)
 - Met vrienden/kennissen (6)
 - Met school, bedrijf, vereniging (7)
 - Overig (8)
-

Q2 2. Uit hoeveel personen bestaat uw gezelschap?

Q3 3. Wat zijn de belangrijkste redenen voor uw bezoek aan de Dutch Grand Prix? (maximaal drie antwoorden mogelijk)

- Dagje uit (1)
- Fan van motorsport / F1 (10)
- Uniek evenement mee willen maken (2)
- Specifieke coureur willen zien (3)
- Nieuwsgierigheid (4)
- Hang naar avontuur (5)
- Tijd doorbrengen met vrienden/familie (6)
- Nieuwe mensen willen ontmoeten (7)
- Eerder F1 event bezocht (8)
- Overig (9)

Q4 4. Woont u in Zandvoort?

- Ja (1)
- Nee (2)

Q5 5. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

- Postcode: (1) _____
- Woonachtig buiten Nederland, namelijk in.... (2) _____
-

Display This Question:

If Q4 = Nee

Q6

6a Als de Dutch Grand Prix niet had plaatsgevonden in Zandvoort, was u dan vandaag toch in Zandvoort geweest?

- Waarschijnlijk wel (1)
- Waarschijnlijk niet (2)
- Weet niet/Geen antwoord (3)
-

Display This Question:

If Q4 = Ja

Q6 6b Stel dat de Dutch Grand Prix niet in Zandvoort, maar elders in Nederland had plaatsgevonden, was u dan daarheen gegaan voor dit evenement?

- Waarschijnlijk wel (1)
- Waarschijnlijk niet (2)
- Weet niet/Geen antwoord (3)
-

Q7 7 Welk soort ticket heeft u gekocht?

- Dagkaart vrijdag (1)
 - Dagkaart zaterdag (2)
 - Dagkaart zondag (3)
 - Weekend kaart (4)
 - Passpartout (5)
-

Q8 8 Welke kleur heeft dit ticket?

- Main straight (1)
 - Goud (2)
 - Zilver 1 (3)
 - Zilver 11 (4)
 - Brons 1 (5)
 - Brons 11 (6)
 - General admission (7)
 - Mindervalide ticket (8)
 - Weet ik echt niet meer (9)
-

Q9 9 Zijn er leden van uw gezelschap die een ander ticket hebben als uzelf?

- Ja (1)
 - Nee (2)
-

Display This Question:

If Q9 = Ja

Q9a 9a Welke andere tickets zijn er in uw gezelschap? (NB: enquêteur: vul dit zo exact mogelijk in: Aantal ticket(s), type (regulier/kids/mindervalide EN dagkaart vrijdag, zaterdag, zondag /weekend/passpartout) EN kleur goud/zilver/brons)

Q10 10 Met welk vervoermiddel heeft u de langste afstand van uw vaste woonadres naar de Dutch Grand Prix afgelegd?

- Met de auto / motor (1)
- Met de trein (2)
- (Georganiseerde) Touringcar (6)
- Met de fiets, bromfiets, scooter (3)
- Te voet (4)
- Anders, namelijk... (7) _____

Q11 11 Hoeveel uur heeft u de Dutch Grand Prix vandaag bezocht? (vanaf het moment dat u arriveerde tot het moment dat u denkt te vertrekken)

Q12 12 Bent u door het bezoek aan de Dutch Grand Prix van plan langer in de Zandvoort te blijven dan voor het evenement noodzakelijk is? (bijvoorbeeld voor winkelen, restaurantbezoek of bezoek side events)

- Ja (1)
- Nee (2)

Display This Question:

If Q12 = Ja

Q12a 12a Hoeveel langer bent u van plan in Zandvoort te blijven dan voor het evenement noodzakelijk is, het bezoek aan de Dutch Grand Prix niet meegerekend.

Uren: (1) _____

Dagen: (2) _____

Q13 13 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning?

Ja (1)

Nee (2)

Display This Question:

If Q13 = Ja

Q13a 13a Is deze accommodatie gevestigd in Zandvoort of in een andere gemeente?

In Zandvoort (1)

In een andere gemeente, namelijk... (2) _____

Display This Question:

If Q13 = Ja

Q13b 13b Hoeveel overnachtingen telt uw verblijf buiten uw eigen woning?

Display This Question:

If Q13 = Ja

Q13c 13c In welk type accommodatie overnacht u?

- Bij vrienden/familie/kennissen (1)
- Bed & Breakfast (2)
- Hotel 0-3 sterren (3)
- Hotel 4-5 sterren (4)
- Appartement / AirBNB (5)
- Bungalowpark (6)
- Camping (7)
- Overig (8)

Display This Question:

If Q13 = Ja

Q13d 13d Wat is de prijs van 1 overnachting voor 1 persoon?

Q14 14. Wat was vandaag op u van toepassing?

- Ik doe alleen uitgaven voor mezelf (1)
- Ik betaal ook voor een of meerdere anderen (2)
- Ik betaal niets, iemand anders betaalt voor mij (3)
- Ik geef vandaag niets uit en niemand anders betaalt voor mij (4)

Display This Question:

If Q14 = Ik doe alleen uitgaven voor mezelf

Or Q14 = Ik betaal ook voor een of meerdere anderen

Q14a

14a. Hoeveel euro heeft u VANDAAG uitgegeven of denkt u vandaag nog uit te geven, voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedingen op het circuit of in het dorp Zandvoort?

- Eten en drinken (1) _____
- Merchandise /souvenirs (2) _____
- Parkeren in Zandvoort (3) _____
- (Openbaar) Vervoer in Zandvoort (4) _____
- Winkelen (5) _____
- Neven activiteiten / entertainment (7) _____
- Overig (8) _____

Display This Question:

If Q14 = Ik betaal ook voor een of meerdere anderen

Q14b 14b Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

Q14c 14c Hoeveel euro heeft u VANDAAG uitgegeven of denkt u vandaag nog uit te geven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedingen buiten Zandvoort maar in Metropool Regio Amsterdam (exclusief overnachting) (Enqueteur: zie kaart MRA regio)

- Eten en drinken (1) _____
 - Merchandise/souvenirs (2) _____
 - Vervoerskosten in MRA (pendelbus/fietshuur) (8) _____
 - Parkeren in MRA (3) _____
 - (Openbaar) Vervoer in MRA (4) _____
 - Winkelen (5) _____
 - Entree attracties (6) _____
 - Overig (7) _____
-

Q14d 14d Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

Q15

15 Kunt u een rapportcijfer geven aan de volgende onderdelen van de Dutch Grand Prix:

	1 (1)	2 (4)	3 (5)	4 (6)	5 (7)	6 (8)	7 (9)	8 (10)	9 (11)	10 (12)
Bereikbaarheid van Zandvoort (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toegankelijkheid van circuit (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entertainment tijdens Dutch Grand Prix (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fanzone (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sfeer (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informatievoorziening (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kwaliteit eten/drinken (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisatie (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ticketprijs (0 veel te goedkoop, 10 veel te duur) (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q16 16 Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de volgende stellingen:

	Zeer mee eens (1)	Mee eens (2)	Neutraal (3)	Mee oneens (4)	Zeer mee oneens (5)	Weet niet/Geen antwoord (6)
De Dutch Grand Prix draagt bij aan een positief imago van Zandvoort (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb in Zandvoort gastvrijheid tijdens mijn bezoek aan de Dutch Grand Prix ervaren (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me veilig in Zandvoort (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben trots op de prestaties van Max Verstappen (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben trots dat de Formule 1 in Nederland plaatsvindt (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zandvoort ademt Formule 1 (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q17 17 Kunt u enkele sponsors van de Dutch Grand Prix noemen? (NB: enquêteur: laat respondenten dit zelf opnoemen, geef geen mogelijke antwoorden)

- Heineken (1)
 - CM.com (2)
 - Jumbo supermarkt (5)
 - Radio 538 / Talpa (6)
 - VolkerWessels (3)
 - Pon (4)
 - Rolex (16)
 - Red Bull (7)
 - Mercedes (8)
 - Pirelli (9)
 - Ferrari (10)
 - Shell (11)
 - Unilever (12)
 - Randstad (13)
 - Philips (14)
 - Respondent noemt nog een ander merk (15)
-

Q18 18 Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de volgende stelling: De Dutch Grand Prix draagt eraan bij dat ik Zandvoort binnen een jaar nog een keer bezoek.

- Zeer mee eens, omdat... (1) _____
 - Mee eens, omdat... (2) _____
 - Neutraal, omdat... (3) _____
 - Mee oneens, omdat... (4) _____
 - Zeer mee oneens, omdat... (5) _____
 - Weet niet/Geen antwoord (6)
-

Q19 19 Hoe waarschijnlijk acht u de kans dat u de Dutch Grand Prix in 2022 zult bezoeken?

- Zeker niet (1)
 - Misschien (2)
 - Zeker wel (3)
 - Weet ik nog niet (4)
-

Q20 20 Hoe waarschijnlijk is het dat u de Dutch Grand Prix zou aanbevelen aan een vriend of collega?

- 0 (0)
 - 1 (1)
 - 2 (2)
 - 3 (3)
 - 4 (4)
 - 5 (5)
 - 6 (6)
 - 7 (7)
 - 8 (8)
 - 9 (9)
 - 10 (10)
-

Q21 21 Als u de Dutch Grand Prix als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer geeft u dan?

Q22

Tot slot nog enkele achtergrondvragen:22 Wat is uw geslacht?

- Man (1)
 - Vrouw (2)
 - X (3)
-

Q23 23 Wat is uw geboortejaar?

Q24 24 Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- Geen onderwijs (1)
 - Basisonderwijs (2)
 - LBO,VMBO,MAVO (VLO, ULO, MULO, VBO, Ambachtsschool, Huishoudschool, LEAO, LAS, LTS) (3)
 - HAVO, VWO, HBS, MBO (6)
 - HBO (HTS, HEAO, Hogeschool) (7)
 - WO (Universiteit) (8)
 - Anders (9)
 - Weet niet/Geen antwoord (10)
-

QA

Ik wil u hartelijk danken dat u de tijd en moeite heeft genomen om mee te werken met dit onderzoek. Namens de organisatie DGP Zandvoort 2021, de gemeente Zandvoort & Breda University of Applied Sciences wens ik u nog een hele fijne dag!

(Enqueteur: druk op het pijltje om vragenlijst in te dienen en af te sluiten)

B Vragenlijst bezoekers dorp zoals face to face afgenomen in dorp

Q0

Beste bezoeker van Zandvoort, mag ik u enkele vragen stellen over uw bezoek aan Zandvoort? Het kost 5 minuten van uw tijd.

Breda University of Applied Science doet in opdracht van de gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix onderzoek naar de impact van de Dutch Grand Prix voor bezoekers, bewoners, en ondernemers. Omdat u vandaag in Zandvoort bent, willen we u graag enkele vragen stellen.

Q1 Wat is de samenstelling van uw gezelschap met wie u vandaag in Zandvoort bent? (meerdere antwoorden mogelijk) (Enqueteur: vul van ALLE kinderen de leeftijd in)

Alleen (1)

Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen (2)

Met partner/echtgeno(o)t(e) met kinderen in de leeftijd van... (3)

Alleen met kinderen in de leeftijd van.... (4) _____

Met overige familie (5)

Met vrienden/kennissen (8)

Met school, bedrijf, vereniging (6)

Overig (7)

Q2 Reden bezoek Waarom bent u vandaag in Zandvoort? (maximaal 3 antwoorden mogelijk)

- Ik ben hier/in de buurt op vakantie (1)
 - Ik bezoek de Dutch Grand Prix (op het circuit) (2)
 - Ik woon hier --> BEINDIG enquete (3)
 - Ik ben een dagje uit (4)
 - Ik wil de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven in het dorp (5)
 - Ik kom voor het strand (6)
 - Overig (7)
-
-

Q3 Heeft u de Dutch Grand Prix op het circuit bezocht of bent u van plan dit nog te doen? (NB: hoeft niet vandaag te zijn).

- ja (1)
 - nee (2)
-

Q4 Welke activiteiten heeft u vandaag in Zandvoort ondernomen, of bent u nog van plan vandaag te ondernemen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Winkelen (1)
- Bezoek restaurant, cafe, terras (2)
- Bezoek strand (3)
- Bezoek aan een van de musea (4)
- Bezoek DGP (5)
- Bezoek reuzenrad (7)
- Boodschappen doen (9)
- Bezoek buitenexposities (Raadhuisplein, Kerkplein, Badhuisplein, Van Fenemaplein) (10)
- Bezoek pitstop spelletjes (boulevard) (12)
- Bezoek kartbaan (Badhuisplein) (13)
- Anders, namelijk (8) _____

Display This Question:

If Q2 Reden bezoek != Ik woon hier --> BEINDIG enquête

Q5a Hoe lang bent u van plan vandaag Zandvoort te bezoeken? (in uren)

Q6 Hoeveel euro denkt u vandaag uit te geven in Zandvoort voor uzelf en/of uw gezelschap?

- Eten en drinken (4) _____
- Merchandise/souvenirs (5) _____
- Parkeren in Zandvoort (6) _____
- Openbaar vervoer in Zandvoort (7) _____
- Winkelen (8) _____
- Toegangskarten attracties (9) _____
- Entertainment (10) _____
- Overnachting in Zandvoort (12) _____
- Overig (11) _____

Q7 Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

Q8 Er volgen een aantal stellingen. Kunt u aangeven in hoeverre u het hiermee eens of oneens bent?

	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Weet niet / geen mening (6)
Het dorp ademt Formule 1 (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Formule 1 past bij Zandvoort (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hangt een goede sfeer in Zandvoort (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me veilig in Zandvoort (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me welkom in Zandvoort (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er is vandaag genoeg te doen voor jong en oud (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q9 Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de volgende stelling: De Dutch Grand Prix draagt bij aan een positief imago van Zandvoort

- Zeer mee eens, omdat... (1) _____
- Mee eens, omdat... (2) _____
- Neutraal, omdat... (3) _____
- Mee oneens, omdat... (4) _____
- Zeer mee oneens, omdat... (5) _____
- Weet niet/Geen antwoord (6)

Display This Question:

If Q2 Reden bezoek != Ik woon hier --> BEINDIG enquête

Q10 Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nog een keer bezoekt?

- Zeer groot (1)
- Groot (2)
- Neutraal (3)
- Klein (4)
- Zeer klein (5)
- Weet niet/Geen antwoord (6)



Q11 Wat is uw geboortjaar?

Q12 Wat is uw geslacht?

- Man (1)
 - Vrouw (2)
 - X (3)
-



Q13 Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

- Postcode: (1) _____
 - Woonachtig buiten Nederland (2)
-

Display This Question:

If Q13 = Woonachtig buiten Nederland

Q13a In welk land woont u?

Q14 Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- Geen onderwijs (1)
- Basisonderwijs (2)
- LBO, VMBO, MAVO (VLO, ULO, MULO, VBO, Ambachtsschool, Huishoudschool, LEAO, LAS, LTS) (3)
- HAVO, VWO, HBS, MBO (6)
- HBO (HTS, HEAO, Hogeschool) (7)
- WO (Universiteit) (8)
- Anders (9)
- Weet niet/Geen antwoord (10)

QA

Ik wil u hartelijk danken dat u de tijd en moeite heeft genomen om mee te werken met dit onderzoek. Namens de organisatie van de Dutch Grand Prix, de gemeente Zandvoort & Breda University of Applied Sciences wens ik u nog een hele fijne dag.

C Vragenlijst bezoekers dorp zoals digitaal uitgezet door Zandvoort Marketing

Q0

Beste bezoeker van Zandvoort, dank dat u deze vragenlijst wilt invullen. Breda University of Applied Science doet in opdracht van de gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix onderzoek naar de impact van de Dutch Grand Prix voor bezoekers, bewoners, en ondernemers. Omdat u in de aanloop naar het raceweekend in Zandvoort bent (geweest), willen we u graag enkele vragen stellen. Het invullen van de vragenlijst kost 5 minuten van uw tijd. Uw anonimiteit is gegarandeerd.

Q1 1. Wat is de samenstelling van uw gezelschap met wie u in Zandvoort bent (geweest)? (meerdere antwoorden mogelijk)

Alleen (1)

Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen (2)

Met partner/echtgeno(o)t(e) met kinderen in de leeftijd van... (3)

Alleen met kinderen in de leeftijd van.... (4) _____

Met overige familie (5)

Met vrienden/kennissen (8)

Met school, bedrijf, vereniging (6)

Overig (7)

Q2 Reden bezoek 2. Wat is de belangrijkste reden dat u in Zandvoort bent (geweest)?

- Ik ben in (de buurt van Zandvoort) op vakantie (1)
 - Ik bezoek de Dutch Grand Prix (op het circuit) (2)
 - Ik ben een dagje uit (4)
 - Ik wil de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven in het dorp (5)
 - Ik kom voor het strand (6)
 - Ik kom voor werk/zaken (8)
 - Overig (7)
-

Q3 3. Bent u van plan de Dutch Grand Prix (3 t/m 5 september) op het circuit te bezoeken?

- ja (1)
 - nee (2)
-

Q4 4. Welke activiteiten heeft u in Zandvoort ondernomen, of bent u nog van plan te ondernemen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Winkelen (1)
 - Bezoek restaurant, cafe, terras (2)
 - Bezoek strand (3)
 - Bezoek aan een van de musea (4)
 - Bezoek DGP (5)
 - Bezoek reuzenrad (7)
 - Boodschappen doen (9)
 - Bezoek buitenexposities (Raadhuisplein, Kerkplein, Badhuisplein, Van Fenemaplein) (10)
 - Bezoek pitstop spelletjes (boulevard) (12)
 - Bezoek kartbaan (Badhuisplein) (13)
 - Anders, namelijk (8) _____
-

Q5 5. Wat is de duur van uw bezoek aan Zandvoort? (in uren of dagen)

- Aantal uren (4) _____
 - Aantal dagen (5) _____
-

Q6

6. Kunt u per categorie aangeven hoeveel euro u (gemiddeld) per dag tijdens uw bezoek aan Zandvoort uitgegeven hebt voor uzelf en/of uw gezelschap?

	0 euro (1)	1 - 50 euro (2)	51-100 euro (3)	101-150 euro (4)	151 -200 euro (5)	meer dan 201 euro (6)
Eten en drinken in Zandvoort (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Merchandise/souvenirs (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parkeren in Zandvoort (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Openbaar vervoer in Zandvoort (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Winkelen in Zandvoort (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toegangskarten attracties Zandvoort (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entertainment in Zandvoort (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overnachting in Zandvoort (prijs voor 1 nacht) (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q7 7. Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

Q8 8. Er volgen een aantal stellingen. Kunt u aangeven in hoeverre u het hiermee eens of oneens bent?

	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Weet niet / geen mening (6)
Het dorp ademt Formule 1 (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Formule 1 past bij Zandvoort (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er hangt een goede sfeer in Zandvoort (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me veilig in Zandvoort (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me welkom in Zandvoort (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In Zandvoort is genoeg te doen voor jong en oud (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q9 9. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de volgende stelling: De Dutch Grand Prix draagt bij aan een positief imago van Zandvoort

- Zeer mee eens, omdat... (1) _____
 - Mee eens, omdat... (2) _____
 - Neutraal, omdat.... (3) _____
 - Mee oneens, omdat... (4) _____
 - Zeer mee oneens, omdat... (5) _____
 - Weet niet/Geen antwoord (6)
-

Q10 10. Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nog een keer bezoekt?

- Zeer groot (1)
 - Groot (2)
 - Neutraal (3)
 - Klein (4)
 - Zeer klein (5)
 - Weet niet/Geen antwoord (6)
-



Q11 Tot slot vragen we naar enkele achtergrondgegevens.

11. Wat is uw geboortejaar?

Q12 12. Wat is uw geslacht?

- Man (1)
 - Vrouw (2)
 - X (3)
-



Q13 13. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

- Postcode: (1) _____
 - Woonachtig buiten Nederland (2)
-

Display This Question:

If 13. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander) = Woonachtig buiten Nederland

Q13a 13a. In welk land woont u?

Q14 14. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- Geen onderwijs (1)
- Basisonderwijs (2)
- LBO, VMBO, MAVO (VLO, ULO, MULO, VBO, Ambachtsschool, Huishoudschool, LEAO, LAS, LTS) (3)
- HAVO, VWO, HBS, MBO (6)
- HBO (HTS, HEAO, Hogeschool) (7)
- WO (Universiteit) (8)
- Anders (9)
- Weet niet/Geen antwoord (10)

QA

Hartelijk dank dat u de tijd en moeite heeft genomen om mee te werken met dit onderzoek! De organisatie van de Dutch Grand Prix, de gemeente Zandvoort & Breda University of Applied Sciences wensen u nog een hele fijne dag.

Mocht u naar aanleiding van de vragenlijst nog opmerkingen hebben, dan kunt u deze hieronder kwijt. U kunt op het pijltje drukken om de vragenlijst in te dienen en af te sluiten.

D Vragenlijst ondernemers Zandvoort

Q0

Beste Zandvoortse ondernemer,

Dank dat u deze vragenlijst in wilt vullen. Breda University of Applied Sciences voert in opdracht van gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix onderzoek uit naar de impact van de Dutch Grand Prix voor bezoekers, bewoners en ondernemers. Hoe heeft u het raceweekend ervaren, wat leverde dit op voor uw bedrijf?

We vragen u zo eerlijk mogelijk antwoord te geven op alle vragen. Uw antwoorden worden anoniem verwerkt en vertrouwelijk behandeld. De vragenlijst neemt ongeveer 5 minuten van uw tijd in beslag.

Q1 1. In welke sector is uw bedrijf actief?

- Eet- en drinkgelegenheden (1)
 - Logiesverstrekking (hotel / vakantiehuisjes / kampeerterreinen) (2)
 - Detailhandel (3)
 - Verhuur van sport en recreatie artikelen (4)
 - Kunst en cultuur (5)
 - Overig: wel verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd (6)
 - Overig: niet verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd (7)
-

Q2 2. Heeft u in de week voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (27 augustus -2 september) verschil gemerkt in het aantal bezoekers aan uw bedrijf?

- Ja, het was drukker dan normaal (1)
 - Ja, het was minder druk dan normaal (2)
 - Nee, het was even druk als normaal (3)
 - Weet ik niet meer (4)
-

Display This Question:

If 2. Heeft u in de week voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (27 augustus -2 september) verschil gem... = Ja, het was drukker dan normaal

Q2a 2a. Heeft het toegenomen aantal bezoekers aan uw bedrijf in de week voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (27 augustus - 2 september) geleid tot een stijging van de omzet?

- Ja, mijn omzetstijging in procenten in de week voorafgaand aan de Dutch Grand Prix was:... (1)

- Nee (2)
-

Q3 3. Wat waren de openingstijden van uw bedrijf tijdens het raceweekend?

- Vrijdag 3 september: (1) _____
- Zaterdag 4 september: (2) _____
- Zondag 5 september: (3) _____
-

Q4

4. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tijdens het raceweekend dan meer of minder omzet behaald?

- Meer omzet behaald (1)
- Gelijke omzet behaald (2)
- Minder omzet behaald (3)
-

Display This Question:

If In vergelijking met een regulier weekend met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tijdens het racewe = Meer omzet behaald

Q4a 4a. Hoeveel procent meer omzet heeft uw bedrijf behaald tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer?

Display This Question:

*If In vergelijking met een regulier weekend met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tijdens het racewe
= Minder omzet behaald*

Q4b 4b. Hoeveel procent minder omzet heeft uw bedrijf behaald tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer?

Q5 5. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tijdens het raceweekend dan meer of minder kosten gemaakt?

- Meer kosten gemaakt (1)
- Gelijke kosten gemaakt (2)
- Minder kosten gemaakt (3)

Display This Question:

*If 5. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tij... =
Meer kosten gemaakt*

Q5a 5a. Hoeveel procent meer kosten heeft uw bedrijf gemaakt tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer?

Display This Question:

*If 5. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tij... =
Minder kosten gemaakt*

Q5b 5b. Hoeveel procent minder kosten heeft uw bedrijf gemaakt tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer?

Q6 6. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tijdens het raceweekend dan meer of minder personeel ingezet?

- Meer personeel ingezet (1)
- Gelijke hoeveelheid personeel ingezet (2)
- Minder personeel ingezet (3)

Display This Question:

If 6. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tij... = Meer personeel ingezet

Q6a 6a. Hoeveel meer personeel (in fte) heeft uw bedrijf ingezet tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer?

Display This Question:

If 6. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tij... = Minder personeel ingezet

Q6b 6b. Hoeveel minder personeel (in fte) heeft uw bedrijf ingezet tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer?

Q7 7. Waar in Zandvoort is uw bedrijf gevestigd?

- Aan de boulevard / op het strand (1)
- In het centrum van het dorp (2)
- Aan de rand van het dorp of buitengebied (3)

Q8 8. Kunt u uw tevredenheid over de onderstaande aspecten uitdrukken in een rapport cijfer (waarbij 0 staat voor heel erg ontevreden en 10 voor heel erg tevreden)?

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	8 (8)	9 (9)	10 (10)
Aantal bezoekers in mijn bedrijf tijdens het raceweekend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gegenereerde omzet in het raceweekend (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De motivatie van mijn personeel tijdens het raceweekend (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De sfeer in mijn bedrijf tijdens het raceweekend (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De sfeer in het dorp in het raceweekend (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De aankleding van het dorp in het raceweekend (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q9 9. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met de volgende stellingen?	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Weet ik niet / geen mening (6)
Het evenement (Dutch Grand Prix) is voor mijn bedrijf van toegevoegde waarde (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een mooie stranddag is voor mij evenveel waard als de Dutch Grand Prix (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Side events tijdens de Dutch Grand Prix leveren mijn bedrijf extra bezoekers op (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stichting Zandvoort Beyond maakt het mij makkelijk bij te dragen aan side events (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zandvoortse ondernemers werken veel samen (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een evenement als de Dutch Grand Prix past bij Zandvoort (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement (Dutch Grand Prix) voegt echt iets toe aan het dorp (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben - als ondernemer - vooraf goed geïnformeerd over het evenement (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ik heb - als ondernemer - overlast ervaren door het evenement (9)

Ik of mijn personeel heeft zich onveilig gevoeld tijdens het evenement (10)

Ik houd er rekening mee dat mijn activiteiten/uitingen van het evenement zo duurzaam mogelijk zijn (11)

Zandvoort Marketing maakt het mij makkelijk mijn bedrijf in F1 sferen aan te kleden (12)

Q10 10. Indien er bij de Dutch Grand Prix in 2022 side events georganiseerd mogen worden, zou uw bedrijf dan betrokken willen zijn?

Ja, omdat... (1) _____

Nee, omdat... (2) _____

Misschien, omdat... (3) _____

Q11 11. Tot slot, welk rapportcijfer (tussen 0 en 10) geeft u aan het evenement Dutch Grand Prix?

QA Hartelijk dank voor het invullen van deze vragenlijst. Mocht u naar aanleiding hiervan nog vragen of opmerkingen hebben, dan kunt u ze hieronder kwijt.
Breda University of Applied Sciences wenst u nog een hele fijne dag.

Druk op het pijltje om de vragenlijst in te dienen en af te sluiten.



E Vragenlijst bewoners Zandvoort

Q0 Beste bewoner van Zandvoort,

Dank dat u deze vragenlijst in wilt vullen. De vragen gaan over uw beleving van de Dutch Grand Prix afgelopen 3, 4 en 5 september.

Breda University of Applied Science voert in opdracht van de gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix een onderzoek uit naar de impact van het evenement Dutch Grand Prix voor bewoners, bezoekers en ondernemers.

We vragen u zo eerlijk mogelijk antwoord te geven op alle vragen. Uw antwoorden worden anoniem verwerkt en vertrouwelijk behandeld. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 5 minuten. Onder de volledig ingevulde vragenlijsten verloten we 4 waardebonnen van 25 euro te besteden bij een onderneming in Zandvoort naar keuze.

Q1 1. Heeft u tijdens het raceweekend het circuit bezocht?

- Ja (1)
- Nee (2)
-

Q2 2. Heeft u een of meerdere wedstrijden van de Dutch Grand Prix op de tv gevolgd?

- Ja (1)
- Nee (2)

Q3 3. Heeft u een of meerdere wedstrijden van de Dutch Grand Prix via andere media gevolgd (zoals radio, internet, krant)?

Ja (1)

Nee (2)

Q4 4. Er volgen 13 stellingen over de beleving van de effecten van de Dutch Grand Prix. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent?

	Helemaal mee oneens (1)	Oneens (2)	Neutraal (3)	Eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Geen mening (6)
1. Ik zal het evenement nog bijzonder lang blijven herinneren (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Ik ben diep onder de indruk geraakt van het evenement (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Ik ben trots op het feit dat dit evenement in mijn woonplaats heeft plaatsgevonden (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Ik vind het volkomen terecht dat topsportevenementen naar mijn woonplaats gehaald worden (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Ik heb genoten van dit evenement (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Ik ben positief verrast door het evenement (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Ik vind het evenement een grote aanwinst voor mijn woonplaats (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Ik heb me veilig gevoeld gedurende het evenement (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Ik ben het dorp gedurende het evenement ontvlucht (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Ik heb overlast ervaren gedurende het evenement (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Ik heb me behoorlijk gestoord aan het evenement (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Ik ben vooraf goed geïnformeerd over het evenement (13)

13. Ik vind het evenement de investeringen waard (14)



Q 5 Een groot evenement als de Dutch Grand Prix heeft zowel positieve als negatieve effecten.

5. Wat zijn voor u de drie belangrijkste positieve effecten?

- Het evenement levert inkomsten op voor lokale bedrijven/ondernemers (1)
 - Het evenement is goed voor de werkgelegenheid (2)
 - Het evenement trekt bezoekers naar Zandvoort (3)
 - Het evenement zet Zandvoort internationaal op de kaart (4)
 - Het evenement brengt mensen samen (5)
 - Het evenement maakt bewoners trots op hun woonplaats (6)
 - Het evenement versterkt het imago van Zandvoort (7)
 - Door het evenement ontwikkelt het dorp zich (verbetering infrastructuur/publieke voorzieningen) (8)
 - Het evenement maakt mensen blij (9)
 - Anders, namelijk (10) _____
 - Er zijn voor mij geen positieve effecten (11)
-

Q6

6. Hoe belangrijk vindt u de door u hierboven gekozen positieve effecten van dit evenement?

Zeer onbelangrijk, want... (1) _____

Onbelangrijk, want.... (2) _____

Neutraal, want.... (3) _____

Belangrijk, want.... (4) _____

Zeer belangrijk, want... (5) _____



Q7

Een groot evenement als de Dutch Grand Prix heeft zowel positieve als negatieve effecten.

7. Wat zijn voor u de drie belangrijkste negatieve effecten?

- Het evenement genereert geluidsoverlast (1)
 - Het evenement zorgt voor schade aan het milieu (2)
 - Het evenement zorgt voor hinder (bv weg afzettingen / parkeer problemen) (3)
 - Het evenement kost geld van de belastingbetaler (4)
 - Het evenement leidt tot gevoelens van onveiligheid (5)
 - Het evenement verdringt reguliere bezoekers (6)
 - Het evenement is niet goed voor het imago van Zandvoort (10)
 - Het evenement verdeelt mensen (in voor- en tegenstanders) (11)
 - Anders, namelijk... (8) _____
 - Er zijn voor mij geen negatieve effecten (9)
-

Q8

8. Hoe acceptabel vindt u de door u hierboven gekozen negatieve effecten van dit evenement?

- Volledig onacceptabel, want..... (1) _____
 - Onacceptabel, want..... (2) _____
 - Neutraal, want..... (3) _____
 - Acceptabel, want.... (4) _____
 - Zeer acceptabel, want.... (5) _____
-

Q9 9. Heeft u tijdens de Dutch Grand Prix (een deel van) uw eigen woning verhuurd?

- Ja (1)
- Nee (2)
- Wil ik niet zeggen (3)

Display This Question:

If Q9 = Ja

Q9a 9a. Hoeveel inkomsten heeft u in totaal gegenereerd middels de verhuur van (een deel van) uw eigen woning? (Deze gegevens worden NOOIT verstrekt aan derden en worden VOLLEDIG ANONIEM gebruikt voor de economische impact analyse)

Display This Question:

If Q9 = Ja

Q9b 9b. Had u deze inkomsten ook gehad als er geen Dutch Grand Prix was geweest?

- ja (1)
- nee (2)

Q10 10. Bent u donderdag 2 september naar de Zandvoortdag voor bewoners op het circuit geweest?

- ja (1)
- nee (2)

Display This Question:

If Q10 = ja

Q10a 10a. Wat voor rapportcijfer (tussen 0 en 10) geeft u aan de Zandvoortdag voor bewoners?

Q11

11. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens dan wel oneens bent met de stelling: Het is goed dat de Zandvoortdag voor bewoners georganiseerd wordt.

- Helemaal mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Neutraal (3)
 - Mee eens (4)
 - Volledig mee eens (5)
 - Weet niet/geen mening (6)
-

Q12 12. Wat voor rapportcijfer (tussen 0 en 10) geeft u aan het evenement (Dutch Grand Prix)?

Q13 13. Kunt u dit rapportcijfer toelichten?

Q14 Tot slot willen we nog graag enkele achtergrondvragen stellen.

14. Wat is uw geslacht?

- Man (1)
 - Vrouw (2)
 - X (3)
-

Q15 15. Wat is uw geboortejaar?

Q16 16. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- Geen onderwijs (1)
- Basisonderwijs (2)
- LBO, VMBO, MAVO (VLO, ULO, MULO, VBO, Ambachtsschool, Huishoudschool, LEAO, LAS, LTS) (3)
- HAVO, VWO, HBS, MBO (4)
- HBO (HTS, HEAO, Hogeschool) (5)
- WO (universiteit) (6)
- Anders (7)
- Weet niet / geen antwoord (8)

Q17 17. Wat is uw postcodegebied?

- 2040 (4)
- 2041 (5)
- 2042 (6)

Q18 18. In hoeverre bent u liefhebber van sport?

- Helemaal niet (1)
 - Niet (2)
 - Neutraal (3)
 - Wel (4)
 - Helemaal wel (5)
-

Q19 19. In hoeverre bent u liefhebber van autosport?

- Helemaal niet (1)
 - Niet (2)
 - Neutraal (3)
 - Wel (4)
 - Helemaal wel (5)
-

Q20 20. In hoeverre heeft u zich persoonlijk betrokken gevoeld bij het evenement?

- Helemaal niet (1)
 - Niet (2)
 - Neutraal (3)
 - Wel (4)
 - Helemaal wel (5)
-

Q21 21. Heeft u nog opmerkingen of suggesties voor de organisatie van de Dutch Grand Prix?

Q22 22. Wilt u kans maken op een van de vier waardebonnen van 25 euro te besteden bij een onderneming in Zandvoort naar keuze?

- Ja (1)
- Nee (2)

Display This Question:

If Q22 = Ja

Q22a 22a. Hoe kunnen we u bereiken als u een waardebon gewonnen heeft? (hetgeen u hieronder invult wordt ALLEEN gebruikt om u op de hoogte te stellen indien u gewonnen heeft)

QA Hartelijk dank voor het invullen van deze vragenlijst. Mocht u naar aanleiding hiervan nog vragen of opmerkingen hebben, dan kunt u dat hieronder kwijt. Breda University of Applied Sciences, de gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix wensen u nog een fijne dag.

Druk op het pijltje om de vragenlijst in te dienen en af te sluiten.



Games



Media



Hotel



Facility



Built Environment



Logistics



Tourism



Leisure & Events



Mgr. Hopmansstraat 2
4817 JS Breda

P.O. Box 3917
4800 DX Breda
The Netherlands

PHONE
+31 76 533 22 03

WEBSITE
www.buas.nl