

# Onderzoeksrapportage impact Dutch Grand Prix Zandvoort 2022

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

DISCOVER YOUR WORLD

# Introductie

Evenals vorig jaar hebben de gemeente Zandvoort en de organisatie van de Dutch Grand Prix (DGP) Breda University of Applied Sciences (BUAs) gevraagd om de economische, sociale en maatschappelijke impact van het evenement Dutch Grand Prix 2022 en haar side events (onder de noemer Zandvoort Beyond) te onderzoeken. Dit onderzoeksrapport geeft de resultaten weer en licht toe hoe deze resultaten tot stand gekomen zijn.

Het onderzoek is uitgevoerd middels gestructureerde vragenlijsten afgenomen onder bezoekers van het circuit, bezoekers aan het dorp Zandvoort, ondernemers van Zandvoort en bewoners van Zandvoort, Bloemendaal, Heemstede, Haarlem, Haarlemmermeer en Velsen. 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 Irma Keur en Niels Markensteijn danken voor het verstrekken van de opdracht en de gegeven support. Dank aan Sharai Hoekema, Rosanne Kieftenburg, Wouter Siebeling, Marjolein Jonker, Wouter Stigter, Monique van der Velden, Anemarie Wagelaar en Marieke Kooiman voor de hulp bij het verspreiden van de bewonersenquête. Dank aan Marian van Olphen, Zandvoort Marketing en Sander ten Bosch, Zandvoort Beyond, voor het delen van informatie over hun organisatie en de gegeven support bij de bezoekers- en ondernemers enquête. 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. In het bijzonder Renske, Danique, Niels, Denise, Tessa die in het kader van hun minor strategisch eventmanagement de dataverzameling, analyse en rapportage van de ondernemers voor hun rekening hebben genomen.

Breda, 21 november 2022

Drs. Kristel Zegers

Dr. Adriaan van Liempt

Dr. Jeroen Klijs

Drs. Jur van de Graaf

Sander Mazeland

# Index

<b>Introductie</b>	<b>1</b>
<b>Index</b>	<b>2</b>
<b>1 Inleiding en werkwijze</b>	<b>5</b>
1.1 Inleiding	5
1.2 Onderzoeksvragen	5
1.3 Methoden	5
<b>1.3.1 Dataverzameling economische impact</b>	<b>6</b>
<b>1.3.2 Dataverzameling beleving van het evenement door bewoners en bezoekers</b>	<b>7</b>
<b>1.3.3 Dataverzameling beleving en impact side events</b>	<b>8</b>
1.4 Leeswijzer/structuur rapport	9
<b>2 Bezoekersprofiel circuit</b>	<b>10</b>
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	18
2.11 Beleving en imago van Zandvoort	19
2.12 Sponsors	19
2.13 Duurzaamheidsinitiatieven	20
2.14 Herhaalbezoek	21
2.15 Eindoordeel	22
<b>3 Bezoekersprofiel dorp</b>	<b>23</b>
3.1 Basiskenmerken	23
3.2 Gezelschap	24
3.3 Motivatie bezoek	24
3.4 Activiteiten	25
3.5 Verblijfsduur	25
3.6 Uitgaven in Zandvoort	26
3.7 Beleving	29
3.8 Imago Zandvoort	30
3.9 Retentie	30
<b>4 Ondernemers</b>	<b>31</b>
4.1 Basiskenmerken	31
4.2 Aanloop naar DGP	31
4.3 Vergelijking raceweekend met regulier weekend	33
<b>4.3.1 Verschil in omzet</b>	<b>33</b>

	<b>4.3.2</b>	<b>Verschil in kosten</b>	<b>35</b>
	<b>4.3.3</b>	<b>Verschil in personeel</b>	<b>36</b>
4.4		Beleving DGP	37
	<b>4.4.1</b>	<b>Informatievoorziening</b>	<b>37</b>
	<b>4.4.2</b>	<b>Gevoelens van veiligheid</b>	<b>38</b>
	<b>4.4.3</b>	<b>Ervaren hinder of overlast</b>	<b>38</b>
	<b>4.4.4</b>	<b>Gevoelens van trots</b>	<b>39</b>
	<b>4.4.5</b>	<b>Aankleding en duurzaamheid</b>	<b>39</b>
	<b>4.4.6</b>	<b>Toegevoegde waarde voor bedrijf</b>	<b>40</b>
	<b>4.4.7</b>	<b>Sfeer in dorp</b>	<b>42</b>
4.5		Zandvoort Beyond en side events	43
4.6		Rapportcijfer DGP	46
4.7		Opmerkingen/verbeterpunten	46
<b>5</b>		<b>Bewoners Zandvoort en omliggende gemeenten</b>	<b>48</b>
5.1		Basiskenmerken	48
5.2		Bezoek evenementen en activiteiten in Zandvoort rondom de DGP	50
5.3		Betrokkenheid DGP	52
	<b>5.3.1</b>	<b>Bezoek circuit</b>	<b>52</b>
	<b>5.3.2</b>	<b>DGP gekeken Tv/ Media</b>	<b>52</b>
	<b>5.3.3</b>	<b>Liefhebber sport en autosport</b>	<b>52</b>
	<b>5.3.4</b>	<b>Persoonlijk betrokken gevoeld bij DGP</b>	<b>53</b>
5.4		Beleving Dutch Grand Prix	53
	<b>5.4.1</b>	<b>Informatievoorziening</b>	<b>54</b>
	<b>5.4.2</b>	<b>Gevoelens van veiligheid</b>	<b>54</b>
	<b>5.4.3</b>	<b>Ervaren hinder of overlast</b>	<b>54</b>
	<b>5.4.4</b>	<b>Gevoelens van trots</b>	<b>54</b>
	<b>5.4.5</b>	<b>Beleving</b>	<b>54</b>
5.5		Positieve effecten	55
5.6		Negatieve effecten	56
5.7		Verhuur (delen) eigen woning	57
5.8		Bewonersdag georganiseerd voor bewoners uit Zandvoort	57
5.9		Sentimenten randgemeenten	58
5.10		Eindoordeel, opmerkingen/verbeterpunten	59
5.11		De polariserende werking van de Dutch Grand Prix	60
<b>6</b>		<b>Economische impact</b>	<b>63</b>
6.1		Het berekenen van economische impact	63
6.2		Bezoeken en bezoekers	64
6.3		Additionaliteit	64
6.4		Verblijfstoerisme	65
6.5		Bezoekersbestedingen in Zandvoort en MRA	65
6.6		Additionele bezoekersbestedingen	67
6.7		Bestedingen van teams, media, vrijwilligers	68
6.8		Bestedingen van de organisatie	69
6.9		Input output model	69

---

6.10	Verdringing	73
6.11	Kritische reflectie	73
<b>7</b>	<b>Sociale en maatschappelijke impact</b>	<b>75</b>
7.1	Introductie	75
7.2	Informatievoorziening	75
7.3	Veiligheid	76
7.4	Overlast	76
7.5	Beleving	77
7.6	Draagvlak	78
7.7	Betrokkenheid	79
7.8	Trots	79
7.9	Identiteit en imago	79
7.10	Vriendschap en saamhorigheid	79
7.11	Overig	80
<b>8</b>	<b>Conclusie</b>	<b>81</b>
8.1	Antwoord onderzoeksvragen	81
8.2	Aanbevelingen	86
8.3	Vergelijking met editie 2021	87
8.4	Vergelijkbaarheid studies Decisio	89
8.5	Beperkingen onderzoek	89
<b>Appendix</b>		<b>91</b>

---

# 1 Inleiding en werkwijze

## 1.1 Inleiding

Op 2, 3 en 4 september 2022 streek de Formule 1 opnieuw in Zandvoort neer. Met 95.000 bezoekers op vrijdag en 105.000 bezoekers op zaterdag en zondag zaten de tribunes vol. Een oranje zee van toeschouwers keek naar een spannende wedstrijd en zag Max Verstappen de F1 race winnen. Het weer was drie dagen lang prachtig.

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 (BUas) gevraagd onderzoek te doen naar de economische en sociale impact van de Dutch Grand Prix (in dit rapport afgekort tot DGP). In dit rapport worden de onderzoeksresultaten gepresenteerd; daarbij wordt ook een vergelijking gemaakt met de editie van 2021.

## 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 2022, gemeten volgens WESP methode voor Zandvoort en de MRA?
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 2022, in Zandvoort gemeten?
4. Wat is de beleving van de side events?

Bij de beantwoording wordt tevens een vergelijking gemaakt met de resultaten van de DGP 2021 en de haalbaarheidsstudie van Decisio; daarbij moet opgemerkt worden dat de editie van 2021 nog Covid 19 maatregelen kende, waardoor in 2021 65.000 bezoekers per dag op het circuit toegestaan waren en het side events programma beperkt was in omvang. De editie van 2022 kende geen restricties door Covid 19.

## 1.3 Methodes

Voor het berekenen van de economische en sociale impact zijn we op dezelfde manier te werk gegaan als vorig jaar. Dit betekent dat we gebruik gemaakt hebben van WESP (Werkgroep Evaluatie Sportevenementen) richtlijnen in het vaststellen van de additionele bestedingen van bezoekers en organisatie. In toevoeging daarop is een input/output tabel gemaakt die laat zien hoe de directe bestedingen zijn weerslag hebben op diverse economische sectoren. Dit geeft een nauwkeuriger 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 twee niveaus: gemeente Zandvoort en de Metropool Regio Amsterdam (MRA). Deze bestedingen zijn afkomstig van bezoekers van het evenement als ook 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)<sup>1</sup> is een vragenlijst

---

<sup>1</sup> 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.

ontwikkeld die de impact van een evenement voor een gastgemeenschap meet. Dit jaar zijn naast de inwoners van Zandvoort ook de inwoners van Haarlem, Velsen, Bloemendaal, Heemstede en Haarlemmermeer betrokken bij het onderzoek. De vragenlijst is hierdoor beperkt aangepast ten opzichte van vorig jaar.

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van veldwerk onder vijf doelgroepen: bezoekers DGP, bezoekers dorp, bewoners Zandvoort, bewoners omliggende gemeenten (Haarlem, Heemstede, Bloemendaal, Haarlemmermeer, Velsen) en 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 online en gegevens beschikbaar gesteld door de organisatie van de DGP.

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 BUAs hebben op 2, 3 en 4 september 2022 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 BUAs. 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 geënquêteerd. Het enquêteren ging dit jaar wat moeizamer door grotere drukte, de hoeveelheid beschonken bezoekers, bezoekers die nog volop in de beleving zaten en daardoor niet mee wilden werken. In totaal zijn 380 goed ingevulde enquêtes verzameld tijdens de drie racedagen (177 op vrijdag, 142 op zaterdag en 61 op zondag). In overleg met de DGP-organisatie is besloten de vragenlijst ook digitaal uit te zetten onder de bezoekers om de respons verder te verhogen. Nadat de vragenlijst gereed gemaakt is voor digitale afname, is deze door DGP op vrijdag 9 september in een mailing naar 2.500 random geselecteerde betaalde bezoekers verstuurd. De onlinevragenlijst stond open van 9 september tot en met 21 september. Dit leverde een respons op van 551 goed ingevulde enquêtes (22% respons).

Beide datasets zijn vergeleken op profiel variabelen en ticketsoort. Omdat er geen significante verschillen waren is besloten de datasets samen te voegen en te behandelen als een set. Dit betekent dat de omvang van de steekproef bezoekers van de DGP 931 is; dit aantal is voldoende om een betrouwbaar beeld te schetsen van de populatie (betrouwbaarheidsniveau 95%, foutmarge: 3,2%). 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). Tabel 1.1 laat zien dat de percentages redelijk overeenkomen. Respondenten met weekendkaarten zijn oververtegenwoordigd en respondenten met een dagkaart zondag licht ondervertegenwoordigd. In de berekening van de economische impact wordt zoveel mogelijk gewerkt met populatiedata in plaats van steekproefdata.

Type ticket	% in steekproef*	% in populatie
Dagkaart vrijdag	26,6	28,6
Dagkaart zaterdag	14,5	14,8
Dagkaart zondag	11,4	14,8
Weekendkaart	31,8	20,2
Passpartout	21,9	21,6

Tabel 1.1

\*omdat enkele bezoekers zowel (bijvoorbeeld) een dagkaart vrijdag als een dagkaart zondag hadden tellen deze percentages op tot boven de 100%

Een team van docenten en onderzoekers van BUas heeft de dataset gecontroleerd, opgeschoond en vervolgens geanalyseerd.

Via email heeft de organisatie van de DGP 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 of de MRA-regio. 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 DGP 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.

In de week na het raceweekend zijn bewoners van de gemeente Zandvoort, Bloemendaal, Heemstede, Haarlem, Haarlemmermeer, Velsen gevraagd hun mening over het evenement te geven middels het invullen van een digitale vragenlijst. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de manier van afname in de desbetreffende gemeenten.

	Zandvoort	Bloemen- daal	Haarlem	Haarlem- mermeer	Heemstede	Velsen
<b>Versprei- ding via:</b>	Digipanel, F1 nieuwsbrief gemeente	Sociale media, gemeente pagina	Digipanel	Dorpsraden H en S, Sparndam en Halfweg	Sociale media, gemeente pagina	Burgerpanel
<b>Vragenlijst verstuurd op:</b>	6 en 9 september*	8 september	6 en 14 september**	5 september	8 september	6 september
<b>Vragenlijst gesloten op</b>	21 september	21 september	21 september	21 september	21 september	21 september
<b>Respons</b>	840	170	1676	50	124	1211
<b>Foutmarge</b>	3,3%	7,49%	2,38%	13,86%	8,78%	2,79%

Tabel 1.2



\*Vanwege een bug hebben niet alle panelleden op 6 sept een e-mail ontvangen en zijn deze panelleden op 9 sept benaderd Door fout geen onderscheid kunnen maken welke respondenten via burgerpanel en welke via f1 nieuwsbrief vragenlijst ingevuld hebben.

\*\* Vanwege een bug hebben niet alle panelleden op 6 sept een e-mail ontvangen en zijn deze panelleden op 14 sept benaderd

De vragenlijst is opgesteld in Qualtrics. De controle van de dataset en de analyse van de data was in handen van docenten en onderzoekers BUAs. Zoals in tabel 1.2 te zien is, wisselt de respons tussen de gemeenten. Gemeenten die de vragenlijst konden uitzetten via hun burgerpanel (ook wel inwonerspanel of digipanel genoemd) hebben een beduidend hogere respons. Burgers in dit panel worden vaker bevraagd: met andere woorden deze burgers zijn meer gewend vragenlijsten in te vullen of gehoor te geven aan een oproep als ze deel uitmaken van een burgerpanel. Bij gelegenheidssteekproeven worden burgers meestal indirect benaderd: ze lezen een oproep tot het invullen van een vragenlijst op sociale media of in een nieuwsbrief. Ondanks pogingen een zo groot mogelijke groep te bereiken, zal niet iedereen bereikt worden. Bij gelegenheidssteekproeven is het lastig sturen op representativiteit; dit in tegenstelling tot het werken met burgerpanels die vaak al bestaan uit een goede representatie van alle inwoners. In hoofdstuk 5 is de representativiteit van de steekproef beoordeeld aan de hand van de geslacht- en leeftijdsverdeling van de populatie.

### 1.3.3 Dataverzameling beleving en impact side events

Deze onderzoeksvraag wordt beantwoord middels onderzoek onder twee doelgroepen: bezoekers die in de periode 6 augustus tot 1 september 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, de georganiseerde side events, 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.

Zandvoort Beyond startte haar side events programma op 6 augustus; het aantal activiteiten groeide naarmate het raceweekend dichterbij kwam. De digitale vragenlijst stond open van 9 augustus tot 16 september. Om de respons te stimuleren is een prijs verloten (slipcursus bij raceplanet Zandvoort voor twee personen). Kaartjes met daarop de QR-code van de vragenlijst, een oproep voor het invullen en kans te maken op de prijs zijn verspreid bij het reuzenrad en de mini kartbaan. Deze kaartjes zijn tijdens het raceweekend door studenten uitgedeeld aan bezoekers van het dorp. Voorafgaand aan het raceweekend heeft Zandvoort Marketing de uitbaters van het reuzenrad en de kartbaan gevraagd de kaartjes met de QR-code van de vragenlijst uit te delen bij ieder verkocht ticket.

In het weekend van 2, 3 en 4 september zijn bezoekers door BUAs studenten 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 BUAs. 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 18:00 uur, zaterdag van 14:00 tot 17:00 uur en zondag van 11:00 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. 45 respondenten hebben de vragenlijst digitaal compleet ingevuld; 276 enquêtes zijn face-to-face afgenomen. De steekproef bezoekers dorp bestaat dus uit 321 respondenten. Ervan uitgaande dat Zandvoort op een zomerse weekenddag 100.000 bezoekers trekt, betekent dit een foutmarge van 5,46%.

## Ondernemers Zandvoort

Op basis van de ervaring van vorig jaar is dit jaar direct ingezet op dataverzameling middels face-to-face afgenomen vragenlijsten onder ondernemers. Op woensdag 14 september 2022 hebben BUas-studenten ondernemers geënquêteerd op de volgende plekken: alle strandpaviljoens, alle ondernemers met een winkel/horecagelegenheid aan de boulevard, alle ondernemers<sup>2</sup> in de Kerkstraat, de Haltestraat, de Grote Krocht, Badhuisplein, Gasthuisplein en omgeving Stationsstraat (looproute van station naar DGP). Dataverzameling vond plaats tussen 11:00-13:00 en 15:00-16:00. Studenten namen met behulp van een tablet de vragenlijst af die opgesteld was met het programma Qualtrics. Dit leidde tot een respons van 68 respondenten; de respons is verder verhoogd door ondernemers rechtstreeks aan te schrijven/na te bellen en ze een link te sturen naar de digitale vragenlijst. Tevens is tweemaal een oproep gedaan op het digitale ondernemersplatform. Dit leverde nog eens 53 respondenten op. De vragenlijst stond digitaal open van 14 tot 30 september. Na opschoning van de vragenlijst bleven 106 bruikbare enquêtes over.

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 8,8%. 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 vijf doelgroepen kent (bezoekers DGP, bezoekers dorp, ondernemers, bewoners Zandvoort en bewoners van omliggende gemeenten) met elk een eigen vragenlijst is gekozen om eerst een overzicht te geven van de resultaten van deze vijf 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 en de omliggende gemeenten. 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.

---

<sup>2</sup> 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 steekproef betrof in totaal 931 respondenten. Hiervan zijn 380 respondenten aangesproken op het circuit, en zijn 551 te danken aan een online variant van de enquête. Van alle bezoekers die hebben deelgenomen aan de enquête was 68,2% man, 28,6% vrouw en 0,6% non-binair. Van alle respondenten wilde niet iedereen hun geboortjaar prijsgeven. Van degenen die dit wel deden, is de jongste 16 en de oudste 76 jaar. Van de bezoekers die deelnamen aan de enquête was 93,3% tussen de 20 en de 65 jaar oud. De leeftijdsverdeling is hieronder in tabel 2.1 in kaart gebracht.

Leeftijdscategorie	N	%
Jonger dan 20 jaar	24	2,6
20 tot 40 jaar	350	38,5
40 tot 65 jaar	497	54,7
65 tot 80 jaar	37	4,1
<b>Totaal</b>	<b>908</b>	<b>100</b>

Tabel 2.1

Het valt op dat de verschillende leeftijdscategorieën verschillen met vorig jaar. Waar vorig jaar de categorieën '20 tot 40 jaar' en '40 tot 65 jaar' redelijk gelijk verdeeld waren (respectievelijk 49,9% en 45,2%) zijn er dit jaar relatief gezien meer mensen van tussen de '40 en 65 jaar' dan vorig jaar.

De ondervraagde bezoekers van de DGP zijn over het algemeen tamelijk hoog opgeleid: 37,2% heeft een hbo-diploma en 15,7% is universitair afgestudeerd. 32,9% van de 931 respondenten heeft een mbo, havo of vwo diploma en nog eens 10,9% heeft een vmbo (of een equivalent daarvan) afgemaakt.

In tabel 2.2 kun je zien, van de 889 mensen die dit wilden delen, waar ze vandaan komen. Slechts 5,6% van de respondenten is vanuit het buitenland gekomen. Deze 52 buitenlandse bezoekers kwamen uit 21 verschillende landen. De meeste mensen kwamen uit Duitsland (12x), gevolgd door Engeland (8x), België (5x), Zwitserland (3x) en landen zoals Spanje, Noorwegen, Mexico en Ierland (2x). Het grootste deel van de respondenten komt uit Nederland zelf (90,7%). Deze Nederlanders zijn nog eens gecategoriseerd in bezoekers woonachtig in Zandvoort, woonachtig in de MRA-regio (Metropool Regio Amsterdam), of woonachtig in overig Nederland. Hieronder in tabel 2.2 staat dit weergegeven.

Woonplaats	N	%
Woonachtig in Zandvoort	19	2,1
Woonachtig in (overig) MRA-regio	178	20,0
Woonachtig in (overig) Nederland	641	72,1
Woonachtig in het buitenland	51	5,7
<b>Totaal</b>	<b>889</b>	<b>100</b>

Tabel 2.2

### 2.2 Gezelschap

De respondenten zijn gevraagd naar de samenstelling van het gezelschap waarmee ze de DGP bezoeken. Onderstaande tabel geeft inzicht in de gezelschappen zoals genoemd door de bezoekers. 91 respondenten (9,7%) gaven aan dat hun gezelschap bestond uit een combinatie van meerdere antwoord categorieën. Vorig jaar was dit slechts 4,3%. De combinaties zijn vooral tussen 'met overige familie' en 'met vrienden of kennissen'. Hierbij wordt ook nog vaak gecombineerd dat ze met partner en kinderen zijn gekomen. Hieronder in tabel 2.3 zie je een compleet overzicht.

Gezelschap	Aantal keer genoemd	%
Alleen	60	6,4
Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen	176	18,9
Met partner/ echtgeno(o)t(e) met kinderen	101	10,8
Alleen met kinderen	83	8,9
Met overige familie	192	20,6
Met vrienden/kennissen	402	43,2
Met school, bedrijf, vereniging	16	1,7
Overig	7	0,8

Tabel 2.3

De 184 respondenten die de DGP hebben bezocht met hun kinderen, zijn gevraagd naar de leeftijd van de kinderen. Ten opzichte van vorig jaar zijn er veel kinderen van 15 jaar en ouder meegenomen. Vorig jaar betrof dit 36,1% waar het nu gaat over 60,7%. De hoogste leeftijd van een meegebracht kind is 37 jaar. Onderstaande tabel (2.4) laat een overzicht zien van de verschillende leeftijden.

Leeftijd kinderen	N	%
Jonger dan 5 jaar	9	4,3
5 tot 10 jaar	34	16,3
10 tot 15 jaar	39	18,7
15 tot 20 jaar	64	30,6
Ouder dan 20 jaar	63	30,1
<b>Totaal</b>	<b>209</b>	<b>100</b>

Tabel 2.4

Van alle respondenten kwam 6,8% alleen naar de DGP. Verder kwam 35,4% in een gezelschap van 2 personen, 13,5% met 3 personen, 18,4% met 4 personen, 6,6% met 5 personen en 10,7% met 6 personen. De overblijvende 8,6% kwam met 7 personen of meer. De modus is 2. Dit is in dit geval betrouwbaarder dan het gemiddelde, omdat een respondent aangaf met 50 personen te zijn gekomen.

### 2.3 Motivatie bezoek

Bezoekers zijn gevraagd naar de belangrijkste redenen voor hun bezoek aan de DGP. Hierbij waren er meerdere antwoordmogelijkheden, waarvan de respondenten er maximaal 3 konden kiezen. De keuzes en motivaties van de respondenten zijn hieronder in tabel 2.5 weergegeven.

Reden bezoek	Aantal keer genoemd	%
Fan van de motorsport/F1	798	85,7
Uniek evenement mee willen maken	364	39,1
Eerder F1 bezocht	207	22,2
Specifieke coureur willen zien	191	20,5
Dagje uit	151	16,2
Tijd doorbrengen met vrienden of familie	100	10,7
Nieuwsgierigheid	42	4,5
Overig	35	3,8
Hang naar avontuur	30	3,2
Nieuwe mensen ontmoeten	10	1,1

Tabel 2.5

## 2.4 Tickets

Respondenten zijn gevraagd wat voor soort ticket ze gekocht hebben, uitgesplitst naar dagkaart, weekendkaart en passpartout. Een weekendkaart geeft de bezoeker toegang tot het circuit op zaterdag en zondag, en de passpartout heeft betrekking op alle drie de dagen. In tabel 2.6 is de verdeling van de verschillende gekochte type tickets weergegeven.

Type ticket	N	%
Dagkaart vrijdag	248	26,6
Dagkaart zaterdag	135	14,5
Dagkaart zondag	106	11,4
Weekend kaart	296	31,8
Passpartout	204	21,9
<b>Totaal</b>	<b>989</b>	<b>106,2*</b>

Tabel 2.6

\*54 personen hebben meer dan 1 antwoordcategorie aangekruist (bijvoorbeeld omdat ze zowel een dagkaart vrijdag als een dagkaart zondag hadden gekocht). Hierdoor lopen de percentages op tot boven de 100 procent.

Wanneer respondenten met een gezelschap waren gekomen werd er gevraagd of de andere leden uit het gezelschap een ander ticket hadden, of dat ze hetzelfde ticket hadden. Over het algemeen hadden de verschillende leden van een gezelschap hetzelfde soort ticket (91,3%). Wanneer er wél verschil was in de tickets (8,4%), betrof het zeer verschillende combinaties. Dagkaarten werden gecombineerd met weekendkaarten, weekendkaarten weer met passpartout kaarten enzovoorts. Dit was tamelijk verdeeld.

## 2.5 Verblijfsduur

Respondenten hebben ook de vraag gesteld gekregen hoelang ze aanwezig zijn geweest bij de DGP op de dag van de afname van de enquête. Hierbij werd er specifiek gevraagd naar aanwezige uren. Gemiddeld genomen is dit 7,9 uur. Dit is hetzelfde gemiddelde als afgelopen jaar. 12,1% van de bezoekers verblijft 5 uur of korter, 18,1% verblijft 6 uur, 15,8% verblijft 7 uur, 22,5% verblijft 8 uur en 12,4% verblijft 9 uur. Een andere 12,4% geeft aan 10 uur aanwezig geweest te zijn op het evenement. 6,7% beweert langer dan 10 uur aanwezig te zijn geweest.

Opvolgend op de voorgaande vraag is aan de respondenten gevraagd of ze van plan zijn langer in Zandvoort te blijven dan noodzakelijk is voor het evenement zelf. 24,8% van de bevroegde bezoekers, wat gelijk staat aan 231 van de 928 bevroegden, geeft aan dat zij langer in Zandvoort blijven buiten het evenement om. Dit betekent dat 24,8% van de bezoekers van de DGP nadat ze het circuit hebben verlaten het dorp bezoeken en/of hier overnachten. Deze 24,8% kreeg tevens ook de additionele vraag hoeveel langer ze verwachtten in Zandvoort te blijven. Hierbij kon gekozen worden tussen uren langer (172 mensen) of dagen langer (54 mensen). Wat uren betreft, verwachtten mensen gemiddeld 3,16 uur langer in Zandvoort te blijven. Antwoorden varieerden tussen 0 en 16 uur. Wat dagen betreft was het gemiddelde 9,59 dagen. Dit komt echter doordat één respondent heeft geantwoord dat hij 365 dagen langer van plan is te blijven. Zonder dit antwoord meegenomen, komt het gemiddelde uit op een verwachting van 2,77 dagen langer. Hier varieerden antwoorden tussen 1 en 7 met één uitschieter van 365 dagen.

## 2.6 Overnachting

De respondenten zijn gevraagd of ze vanwege de DGP ergens anders overnachten dan in hun eigen woning. 31,6% van de bevroegde bezoekers geeft aan elders dan in de eigen woning te hebben overnacht. 83 bezoekers (= 8,9% van de totale steekproef) van de 294 die elders dan thuis overnacht hebben, hebben in Zandvoort overnacht (inclusief Bentveld). De overige 211 bezoekers hebben in een andere gemeente overnacht. Hiervan viel het overgrote deel binnen de MRA-regio. Van deze 211 bezoekers hebben 69 mensen (=7,4% van de totale steekproef) overnacht in Amsterdam. 20 respondenten (=2,1% van de totale steekproef) geven aan overnacht te hebben in Haarlem; eenzelfde aantal heeft in Noordwijk overnacht. Verder zijn de overnachtings locaties erg

verdeeld. Zo zijn er overnachtingsplaatsen genoemd buiten de MRA-regio zoals Noordwijk, Breda, Utrecht en Leusden. Een overzicht van de plaats van overnachting is te zien in tabel 2.7.

Plaats overnachting	N	%
Zandvoort	83	28,2
MRA-regio (exclusief Zandvoort)	143	48,6
Overig Nederland	62	21,0
Onbekend/geen antwoord	6	2,0
<b>Totaal</b>	<b>294</b>	<b>100</b>

Tabel 2.7

Gemiddeld hebben de ondervraagde bezoekers 2,5 nachten buiten hun eigen woning overnacht. (modus en mediaan: 2). Het gemiddelde was gelijk aan het gemiddelde van vorig jaar. De modus en mediaan liggen echter lager. De verdeling van aantal overnachtingen is te zien in tabel 2.8.

Aantal overnachtingen	N	%
1 nacht	63	21,7
2 nachten	96	33,1
3 nachten	69	23,8
4 nachten	50	17,2
5 nachten	5	1,7
6 nachten	4	1,4
7 nachten	2	0,7
<b>Totaal</b>	<b>290</b>	<b>100</b>

Tabel 2.8

Over het algemeen lijkt het logisch dat de bezoekers die een ticket gekocht hebben voor meerdere dagen, ergens overnachten buiten hun eigen woning. Mensen die maar één dag gaan lijken dit over het algemeen niet nodig te hebben. Tabel 2.9 illustreert dit.

Type ticket/overnachten	Overnacht wel	Overnacht niet	Totaal
Passpartout	104	95	199
Weekendkaart	130	141	271
Dagkaart zondag	10	75	85
Dagkaart zaterdag	16	92	108
Dagkaart vrijdag	14	195	209
<b>Totaal</b>	<b>294</b>	<b>632</b>	<b>926</b>

Tabel 2.9

De respondenten die overnacht hebben, zijn gevraagd naar het type accommodatie. In tabel 2.10 is een overzicht weergegeven van de verschillende accommodatietypen. Waar vorig jaar de top 3 bestond uit hotel 0-3 sterren (1), vrienden, familie en kennissen (2) en camping (3), is dit jaar de camping de meest gekozen overnachtingsvorm, gevolgd door vrienden, familie, kennissen en een hotel 0-3 sterren.

Type accommodatie	N	%
Camping	65	22,3
Bij vrienden/familie/kennissen	60	20,6
Hotel 0-3 sterren	58	19,9
Hotel 4-5 sterren	40	13,7
Bungalowpark	20	2,1
Air BNB / appartement	19	6,5

Bed and Breakfast	17	5,8
Overig	12	4,1
<b>Totaal</b>	<b>291</b>	<b>100</b>

Tabel 2.10

Daarna hebben de respondenten de vraag gesteld gekregen hoeveel ze hebben uitgegeven aan hun accommodatie. Dit is weergegeven in de tabel hieronder (tabel 2.11).

<b>Uitgaven aan accommodatie: prijs van 1 overnachting voor 1 persoon</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
0 euro*	46	18,2
1-50 euro	42	16,6
51-100 euro	84	33,2
101-150 euro	32	12,6
151-200 euro	19	7,5
201 euro en meer	30	11,9
<b>Totaal</b>	<b>253</b>	<b>100</b>

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

Tabel 2.11

11,9% van de respondenten geeft aan meer uitgegeven te hebben dan 201 euro voor de overnachting. Dit gaat over kosten per nacht. 18,2% van alle respondenten heeft geen geld uitgegeven voor de overnachting. Deze respondenten hebben zeer waarschijnlijk overnacht bij vrienden of familie. Gemiddeld is er 105,97 euro uitgegeven per persoon per nacht voor de overnachtingen buitenshuis. Voor het berekenen van het gemiddelde is een uitschieter (800 euro) eruit gelaten, omdat dit vermoedelijk niet gaat over de prijs per nacht maar voor het totaal. Dit gemiddelde van 105,97 euro is aanzienlijk meer dan vorig jaar (gemiddelde 2021 = 77 euro per persoon per nacht).

## 2.7 Uitgaven in Zandvoort

De respondenten zijn gevraagd wat ze op de dag van afname hebben uitgegeven en wat ze nog verwachten uit te gaan geven diezelfde dag. Deze uitgaven kunnen gedaan zijn op het circuit of in het dorp, en hebben betrekking op zaken zoals eten en drinken, merchandise, parkeren, openbaar vervoer, winkelen en/of entertainment.

92,7% van de respondenten heeft aangegeven dat ze uitgaven hebben gedaan aan eten en drinken. 35,0% van alle bevroagde bezoekers heeft uitgaven gedaan aan merchandise, 18,5% aan vervoer of parkeerkosten, 3,7% aan winkelen, 5,5% aan neven activiteiten en entertainment en 2,8% aan overige zaken.

De drie grootste uitgavenposten zijn hierna nader toegelicht in afzonderlijke tabellen, te beginnen met uitgaven aan eten en drinken in tabel 2.12.

<b>Uitgaven aan eten en drinken</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1-50 euro	266	40,9
51-100 euro	226	34,7
101-150 euro	61	9,4
151-200 euro	50	7,7
201 euro en meer	48	7,4
<b>Totaal</b>	<b>651</b>	<b>100</b>

Tabel 2.12

De uitgaven weergegeven in bovenstaande tabel (2.12) zijn de uitgaven op een dag, maar houden niet rekening met de hoeveelheid mensen op wie deze uitgaven betrekking hadden. Om die reden is er in onderstaande tabel rekening gehouden met de vraag: 'Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking.' De totalen wijken af aangezien er sprake was van enkele onbekende antwoorden.

<b>Betrekking op aantal personen</b>	<b>Uitgaven aan eten/drinken op circuit en/of in dorp Zandvoort (in euro)</b>					
	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	<b>Totaal</b>
1	32	34	8	3	2	<b>79</b>
2	78	73	20	14	8	<b>193</b>
3	17	30	8	9	2	<b>66</b>
4	19	20	8	12	15	<b>74</b>
5	4	6	2	2	3	<b>17</b>
Meer dan 5	6	10	5	5	11	<b>37</b>
<b>Totaal</b>	<b>156</b>	<b>173</b>	<b>51</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>466</b>

Tabel 2.13

De tweede grote uitgavenpost heeft betrekking op de gekochte merchandise of souvenirs. In tabel 2.14 hieronder zijn de uitgaven in kaart gebracht.

<b>Uitgaven aan merchandise/souvenirs</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1-50 euro	98	38,4
51-100 euro	97	38,0
101-150 euro	28	11,0
151-200 euro	22	8,6
201 euro en meer	10	3,9
<b>Totaal</b>	<b>255</b>	<b>100</b>

Tabel 2.14

Ook de uitgaven aan merchandise/souvenirs worden uitgesplitst naar het aantal personen waarop deze uitgaven betrekking hadden: zie hiervoor tabel 2.15.



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	16	12	4	1	2	35
2	31	33	10	4	2	80
3	11	8	4	3	0	26
4	10	10	3	4	1	28
5	0	1	1	2	1	5
Meer dan 5	3	5	1	0	3	12
<b>Totaal</b>	<b>71</b>	<b>69</b>	<b>23</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>186</b>

Tabel 2.15

Over het algemeen zien we dat de relatief 'dure' aankopen wat merchandise betreft, vaak alleen voor één persoon gedaan worden waar het eten en drinken vaker wordt verdeeld. Echter zien we ook dat het nog relatief vaak voorkomt dat mensen merchandise kopen voor 2 personen. Dit zou een gevolg kunnen zijn van het feit dat ouders iets kopen voor zichzelf en voor de kinderen.

De laatste grote uitgavenpost heeft betrekking op de vervoerskosten en de parkeerkosten. Wederom zijn deze weergegeven in onderstaande tabel (2.16)

Uitgaven aan openbaar vervoer	N	%
1-50 euro	95	79,2
51-100 euro	19	15,8
101-150 euro	4	3,3
Meer dan 151 euro	2	1,7
<b>Totaal</b>	<b>85</b>	<b>100</b>

Tabel 2.16

In hoofdstuk 6 is ten behoeve van de economische impactanalyse per type ticket een bestedingsprofiel gemaakt dat de gemiddelde bestedingen per bezoeker aan iedere categorie weergeeft (zie paragraaf 6.5).

## 2.8 Uitgaven in MRA-regio

Respondenten zijn ook gevraagd of ze uitgaven hebben gedaan of nog van plan zijn deze te gaan doen in de overige gemeenten van de MRA-regio. Hierbij zijn de uitgaven aan overnachtingen in de MRA-regio buiten beschouwing gelaten (deze zijn reeds uiteengezet in paragraaf 2.6).

De categorieën die het meest genoemd zijn waar mensen geld aan hebben uitgegeven, zijn eten en drinken (37,3%), merchandise (6,1%) en openbaar vervoer (9,6%). Respondenten zijn ook gevraagd hoeveel geld ze uitgegeven hebben of hoeveel geld ze nog verwachten die dag uit te gaan geven. De (verwachte) uitgaven van de meest genoemde categorieën zijn weergegeven in de volgende tabellen.

Uitgaven aan eten en drinken (MRA)	N	%
1-50 euro	170	55,9
51-100 euro	80	26,3
101-150 euro	21	6,9
151-200 euro	16	5,3

201 euro en meer	17	5,6
<b>Totaal</b>	<b>304</b>	<b>100</b>

Tabel 2.17

Het openbaar vervoer in de Metropool Regio Amsterdam is ook een van de meest genoemde categorieën (9,6%) met betrekking tot uitgaven in de MRA-regio. In tabel 2.18 zijn de uitgaven weergegeven.

<b>Uitgaven aan openbaar vervoer (MRA)</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1-50 euro	61	87,1
51-100 euro	8	11,4
101-150 euro	0	0
151-200 euro	1	1,4
<b>Totaal</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabel 2.18

De derde grote uitgavenpost is de merchandise en de souvenirs (6,1%). Ook deze zijn hieronder in de tabel weergegeven.

<b>Uitgaven aan merchandise/souvenirs (MRA)</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1-50 euro	17	37,0
51-100 euro	20	43,5
101-150 euro	4	8,7
151-200 euro	2	4,3
Meer dan 201 euro	3	6,5
<b>Totaal</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

Tabel 2.19

Minder dan 26 respondenten geven aan geld uitgegeven te hebben aan de entree van attracties, parkeren, winkelen en overige zaken in de MRA-regio.

In hoofdstuk 6 is ten behoeve van de economische impactanalyse per type ticket een bestedingsprofiel gemaakt dat de gemiddelde bestedingen per bezoeker aan iedere categorie weergeeft (zie paragraaf 6.5).

## 2.9 Vervoermiddel

Respondenten zijn gevraagd met welk vervoermiddel ze de langste afstand van hun thuisadres naar de DGP hebben afgelegd. Het gaat hier dus over de langste afstand, niet over alle gebruikte vervoermiddelen of over het vervoermiddel van aankomst. In tabel 2.20 is het resultaat weergegeven.

Vervoermiddel	N	%
Met de trein	431	46,3
Met de auto/motor	211	22,7
Met de fiets, bromfiets, scooter	154	16,6
(georganiseerde) touringcar	68	7,3
Te voet	21	2,3
Met het vliegtuig	9	1,0
Overig	36	3,9
<b>Totaal</b>	<b>453</b>	<b>100</b>

Tabel 2.20

Bijna 55% van alle respondenten die aangaven de langste afstand afgelegd te hebben met de auto of motor geeft tevens aan ergens anders te slapen dan in hun eigen huis. Vermoedelijk zijn ze met de auto of motor tot de accommodatie gereden en komen ze met een ander vervoermiddel naar de DGP.

## 2.10 Beleving Dutch Grand Prix

Respondenten hebben de vraag gekregen of ze de DGP zouden willen beoordelen op een schaal van 1 tot 10. Dit werd gedaan voor individuele onderdelen van de DGP. Dit betrof de bereikbaarheid van Zandvoort, de toegankelijkheid van het circuit, entertainment tijdens de DGP, de fanzone, sfeer, informatievoorziening, kwaliteit van het eten en drinken, de organisatie en de ticketprijs.

Item en score	5 of lager	6	7	8	9	10	Gemiddelde	N
Bereikbaarheid van Zandvoort	34 (3,7%)	33 (3,5%)	99 (10,6%)	295 (31,7%)	243 (26,1%)	227 (24,4%)	8,4	931 (100%)
Toegankelijkheid van het circuit	45 (4,8%)	45 (4,8%)	141 (15,2%)	288 (31,0%)	230 (24,8%)	179 (19,3%)	8,2	928 (100%)
Entertainment tijdens DGP	104 (11,2%)	79 (8,5%)	174 (18,8%)	274 (29,6%)	172 (18,6%)	124 (13,4%)	7,6	927 (100%)
Fanzone	89 (9,8%)	120 (13,2%)	225 (24,8%)	268 (29,6%)	126 (13,9%)	78 (8,6%)	7,4	906 (100%)
Sfeer	14 (1,5%)	32 (3,4%)	85 (9,1%)	206 (22,2%)	286 (30,8%)	306 (32,9%)	8,7	929 (100%)
Informatievoorziening	67 (7,3%)	102 (11,1%)	173 (18,7%)	253 (27,4%)	193 (20,9%)	135 (14,6%)	7,8	923 (100%)
Kwaliteit eten en drinken	117 (12,7%)	131 (14,2%)	208 (22,6%)	280 (30,4%)	125 (13,6%)	61 (6,6%)	7,2	922 (100%)
Organisatie	32 (3,5%)	50 (5,4%)	163 (17,6%)	298 (32,1%)	231 (24,9%)	153 (16,5%)	8,1	927 (100%)
Ticketprijs*	185** (20,0%)	131 (14,1%)	206 (22,2%)	206 (22,2%)	104 (11,2%)	95 (10,2%)	7,1	927 (100%)

Tabel 2.21

\* Ticketprijs op een schaal van 1 tot 10; 1 is veel te goedkoop, 10 is veel te duur

\* Scores ticketprijs: score 5 gegeven door 140 respondenten, score 4 door 24 respondenten, score 3 door 10 respondenten, score 2 door 4 respondenten en score 1 door 7 respondenten.

Uit de cijfers in tabel 2.21 blijkt dat de sfeer, de bereikbaarheid van Zandvoort en de toegankelijkheid van het circuit de hoogste rapportcijfers hebben gekregen: respectievelijk een 8,7 (sfeer) een 8,4 (bereikbaarheid) en een 8,2 (toegankelijkheid). De fanzone en de kwaliteit van het eten en het drinken scoren (relatief gezien) het laagste, respectievelijk een 7,4 en een 7,2. De ticketprijs wordt als hoog ervaren. De gemiddelde rapportcijfers

komen voor alle items vrij overeen met de cijfers van vorig jaar; de uitzondering hierop is de ticketprijs: vorig jaar scoorden bezoekers deze met een gemiddeld van 6,4 en dit jaar dus een 7,1

## 2.11 Beleving en imago van Zandvoort

De bevroegde bezoekers zijn een aantal stellingen voorgelegd waarbij ze moesten aangeven in hoeverre ze het eens danwel oneens waren met de stelling. In tabel 2.22 is een overzicht van de antwoorden op de stellingen gegeven. Wat opvalt is dat de respondenten tamelijk eensgezind waren. Bij elke stelling is de categorie 'zeer mee eens' het meest gekozen, variërend tussen ongeveer 40 en 65 procent. Over het algemeen is er dus weinig variatie.

	<b>Zeer mee oneens</b>	<b>Mee oneens</b>	<b>Neutraal</b>	<b>Mee eens</b>	<b>Zeer mee eens</b>	<b>Weet niet/geen antwoord</b>	<b>Totaal</b>
De DGP draagt bij aan een positief imago van Zandvoort	67 (7,2%)	64 (6,9%)	63 (6,8%)	257 (27,6%)	466 (50,1%)	14 (1,5%)	931 (100%)
Ik heb in Zandvoort gastvrijheid ervaren tijdens mijn bezoek aan de DGP	44 (4,7%)	53 (5,7%)	88 (9,5%)	325 (35,1%)	376 (40,6%)	41 (4,4%)	931 (100%)
Ik voel me veilig in Zandvoort	55 (5,9%)	62 (6,7%)	64 (6,9%)	329 (35,3%)	408 (43,8%)	13 (1,4%)	931 (100%)
Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder DGP bezoekers	53 (5,7%)	64 (6,9%)	79 (8,5%)	309 (33,2%)	413 (44,4%)	13 (1,4%)	931 (100%)
Ik ben trots dat de Formule 1 in Nederland plaatsvindt	67 (7,2%)	47 (5,1%)	43 (4,6%)	160 (17,2%)	599 (64,5%)	13 (1,4%)	931 (100%)
Zandvoort ademt Formule 1	52 (5,6%)	65 (7,0%)	95 (10,2%)	281 (30,2%)	424 (45,5%)	14 (1,5%)	931 (100%)
Ik heb genoten van dit evenement	81 (8,7%)	36 (3,9%)	13 (1,4%)	220 (23,6%)	569 (61,1%)	12 (1,3%)	931 (100%)

Tabel 2.22

Indien de antwoorden van dit jaar vergeleken worden met de antwoorden op dezelfde stellingen vorig jaar, valt op dat de extremen meer vertegenwoordigd zijn: meer mensen zijn het zeer mee eens met de voorgelegde stellingen maar ook het percentage respondenten dat het zeer oneens is met de stellingen is gegroeid (vorig jaar minder dan 3,5% en dit jaar ruimt 10%).

## 2.12 Sponsors

Respondenten hebben de vraag gesteld gekregen of ze enkele sponsors van de Dutch Grand Prix op konden noemen. Hierbij konden de respondenten meerdere antwoorden geven. Naast enkel het noemen van de sponsors van de DGP worden ook sponsors van specifieke coureurs genoemd. Hieronder in tabel 2.23 is een overzicht van hoe vaak de verschillende sponsors genoemd zijn. (N = 931)

<b>Naam sponsor</b>	<b>Aantal keer genoemd</b>
---------------------	----------------------------

Heineken	313 (78%)
Jumbo supermarkten	290 (72%)
Red Bull	164 (41%)
Radio 538 / Talpa	138 (34%)
Rolex	112 (28%)
CM.com	97 (24%)
VolkerWessels	71 (18%)
Mercedes	65 (16%)
Pirelli	47 (12%)
Shell	47 (12%)
Ferrari	39 (10%)
Pon	31 (8%)
Unilever	10 (3%)
Philips	10 (3%)
Randstad	8 (2%)
Respondent noemt een ander merk	79 (20%)

Tabel 2.23

Ten opzichte van vorig jaar worden met name Heineken en Jumbo supermarkten door een groter deel van de respondenten genoemd: Heineken vorig jaar door 63% en dit jaar door 78%; Jumbo Supermarkten vorig jaar door 45% en dit jaar door 72%. Red Bull werd vorig jaar door 35% genoemd en dit jaar door 41% en Radio 538 vorig jaar door 25% en dit jaar door 34%.

### 2.13 Duurzaamheidsinitiatieven

Dit jaar is een nieuw item aan de enquête toegevoegd. De organisatie van de DGP voert initiatieven met betrekking tot duurzaamheid en de respondenten zijn gevraagd of ze op de hoogte waren van deze initiatieven. Hierbij ging het om het reduceren van het bezoek van DGP met de auto, het innamesysteem voor drinkbekers om afval te voorkomen, de recycling van gebruikte materialen, de loterij van de LINDA.foundation, het gebruik van duurzame brandstoffen voor de energie, de gratis waterpunten voor bezoekers, het HandicapNL extra care count en het vrijwilligersprogramma. Bij elk initiatief konden respondenten antwoorden met 'ja' of 'nee'. In tabel 2.24 zijn de antwoorden in kaart gebracht.

	Ja, ik ben ervan op de hoogte	Nee, ik ben niet op de hoogte	Totaal
Het reduceren van autobezoeken	767 (82,6%)	162 (17,4%)	929 (100%)
Het innamesysteem voor drinkbekers	892 (89,2%)	100 (10,8%)	929 (100%)
De recycling van gebruikte materialen	692 (74,6%)	236 (25,4%)	928 (100%)
De loterij van de LINDA foundation	104 (11,3%)	819 (88,7%)	923 (100%)
Het gebruik van duurzame brandstoffen	384 (41,5%)	541 (58,5%)	925 (100%)
De gratis waterpunten	603 (65,1%)	323 (34,9%)	926 (100%)
Het HandicapNL extra care count	244 (26,2%)	673 (73,4%)	917 (100%)
Het vrijwilligersprogramma	299 (32,6%)	618 (67,4%)	917 (100%)

Tabel 2.24

Van deze duurzaamheidsinitiatieven zijn het reduceren van autobezoeke en het innamesysteem voor drinkbekers het meest bekend bij bezoekers. Beide initiatieven scoorden boven de 80% in de categorie: 'Ja, ik ben ervan op de hoogte'. Het HandicapNL extra care count en de loterij van de LINDA.foundation scoorden het laagste. In beide gevallen was minder dan 27% van alle respondenten op de hoogte van dit initiatief.

## 2.14 Herhaalbezoek

Om erachter te komen of een bezoek aan de DGP bijdraagt aan een potentieel herhaalbezoek is de vraag gesteld hoe groot ze de kans achtten Zandvoort binnen een jaar nog eens te bezoeken. Daarna werden de respondenten ook om een motivatie gevraagd. Tabel 2.25 geeft een overzicht van de resultaten.

Item: Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nogmaals bezoekt (buiten DGP om)? (N=931)

Zeer klein	Klein	Neutraal	Groot	Zeer groot	Weet niet/geen antwoord
221 (23,7%)	144 (15,6%)	159 (17,2%)	176 (19,0%)	151 (16,3%)	75 (8,1%)

Tabel 2.25

Respondenten die aangeven dat de kans zeer klein of klein is, geven de volgende redenen:

- Zandvoort is te ver weg van de eigen woonplaats (75x)
- Geen behoefte / geen interesse in bezoek aan Zandvoort (34x)
- Ze zijn alleen geïnteresseerd in de F1 (27x)
- Zandvoort is niet aantrekkelijk, oudbollig, niet gezellig / er is niks te doen: (25x)
- Een andere badplaats/strand is dichterbij (22x)
- Men is geen liefhebber van het strand (8x)
- Een bezoek is te duur (7x)
- Zandvoort is te druk met mooi weer (4x)
- Ik weet niet wat er nog meer te doen is in Zandvoort (3x)

Respondenten die neutraal antwoordden over het potentieel terugkeren naar Zandvoort gaven erg gevarieerde antwoorden:

- Misschien voor strand, camping, bezoek circuit buiten f1, dagje uit (17X)
- Nog geen plannen / weet ik nog niet (11x)
- Zandvoort is (te) ver weg van eigen woonplaats (13x)
- Hangt van activiteiten af / of er iets leuks te doen is (4x)
- Zandvoort is in de buurt (3x)

De bevraagde bezoekers die aangeven dat de kans groot of zeer groot is dat ze binnen een jaar zouden terugkeren naar Zandvoort geven overwegend de volgende redenen:

- Ik woon in de buurt (77x)
- Komen voor de zee en het (mooie) strand (59x)
- Zandvoort is gezellig / heeft een goede sfeer / is een leuk dorp (26x)
- Ik bezoek andere (race)evenementen (18x)
- Fan van formule 1 / autoracen (11x)
- Er wonen vrienden/familie/kennissen (11x)
- Ik bezoek de DGP in 2023 (10x)
- Ik kom er vanwege werk (9x)
- Casino bezoek / restaurant bezoek (5x)

Daarnaast is gevraagd hoe groot de kans is dat respondenten in 2023 de DGP wederom zullen bijwonen. Slechts 8,0% (72 bezoekers) geeft aan dat de kans zeer klein is. Verder geeft 11,0% (99 bezoekers) aan dat de

kans *klein* is, 17,4% (157 bezoekers) is *neutraal*, 22,3% (201 bezoekers) geeft aan dat de kans *groot* is en 38,5% (347 bezoekers) dat de kans *zeer groot* is. 2,9% (26 bezoekers) geeft aan het nog niet te weten. (N = 902)

## 2.15 Eindoordeel

De netto promotor score is een indicatie van de loyaliteit van de bezoekers van het evenement. Loyaliteit kan zich uiten in mond tot mond reclame en herhaalbezoek. De respondenten zijn gevraagd om aan te geven hoe groot de kans is dat ze de DGP zouden aanbevelen aan hun vrienden of collega's. Dit moesten ze aangeven op een schaal van 1 tot 10. De respondenten die 9 of 10 hebben geantwoord zijn degenen waarvan het erg waarschijnlijk is dat ze de DGP ook daadwerkelijk zullen aanbevelen. Deze mensen noemen we de 'promotors'. Degene die 7 of 8 hebben geantwoord zijn weliswaar tevreden over het evenement, maar zijn niet zodanig enthousiast dat ze het evenement ook daadwerkelijk zouden aanbevelen. Zij worden 'passievelingen' genoemd. Zodra een respondent een 6 of lager geeft, is de kans groter dat ze het evenement zouden afraden in plaats van aanraden. Deze mensen zijn de zogeheten 'criticasters'.

909 respondenten waren bereid om een cijfer te geven aan de waarschijnlijkheid van aanbeveling. 22 respondenten hebben dit niet gedaan. Van deze 909 respondenten was 42,2% (384 respondenten) een promotor. Zij gaven een 9 of 10. 452 respondenten, goed voor 49,7%, waren passievelingen, aangezien zij een 7 of 8 gaven. De overige 8,0% van de respondenten (73 respondenten) scoorden een 6 of lager, wat hen de criticasters maakt. De netto promotor score (NPS) wordt bepaald door het percentage promotors te verminderen met het percentage criticasters. De DGP 2022 heeft een NPS van +34,2. De DGP 2021 kende een NPS van +37.

Promotors geven significant vaker aan dat de kans *zeer groot* is dat ze de DGP in 2023 nogmaals zullen bezoeken.

Tot slot zijn de respondenten gevraagd of ze een rapportcijfer zouden willen geven aan de DGP als een totaal. Het gemiddelde rapportcijfer komt uit op een 8,2 (N = 911). 116 personen (12,7%) gaven het evenement een 10, 268 personen (29,4%) gaven een 9 en 341 personen (37,4%) gaven een 8. 20,4% gaf lager dan een 8 waarbij 2,1% een rapportcijfer van een 5 of lager gaf. Vorig jaar was het gemiddelde rapportcijfer een 8,3.

## 2.16 Losse opmerkingen bezoekers

Tijdens het enquêteren gaven respondenten regelmatig terug dat ze de hoeveelheid plaskruizen te weinig vonden en dat er lange rijen waren voor de toiletten. Ook gaven enkele respondenten aan dat ze de waterpunten niet konden vinden of dat dit er weinig waren. Een bezoeker klaagde over stankoverlast op de tribunes door de ondergelegen toiletten; een andere bezoeker vroeg om meer prullenbakken/afvalzakken bij de tribunes en vroeg zich af waarom er op de tribunes alleen bier verkocht werd en geen frisdrank/water/koffie/eten. Een bezoeker was van mening dat de f1 te carnavalesk wordt. Tegenover deze kritische opmerkingen staan ook veel positieve reacties en complimenten van bezoekers.

## 3 Bezoekersprofiel dorp

### 3.1 Basissenmerken

In totaal hebben 321 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld. Van deze 321 respondenten zijn 276 reacties verzameld tijdens het raceweekend zelf en 45 reacties zijn naderhand digitaal verzameld. Van de ondervraagde bezoekers waren 206 bezoekers man (64%), 113 bezoekers vrouw (35%) en 2 bezoekers non-binair (1%). 87% van alle respondenten was tussen de 20 en 65 jaar oud. Een uiteenzetting van de leeftijdscategorieën is te zien in onderstaande tabel.

Leeftijd	N	%
Jonger dan 20 jaar	7	2
20 tot 40 jaar	132	41
40 tot 65 jaar	147	46
65 tot 80 jaar	34	11
Onbekend	1	<1
<b>Totaal</b>	<b>321</b>	<b>100</b>

Tabel 3.1

Bezoekers zijn relatief hoog opgeleid: 35% heeft hbo-onderwijs afgerond en 16% universitair onderwijs. Verder heeft 28% middelbaar beroepsonderwijs of havo/vwo-onderwijs gevolgd. 14% heeft lager beroepsonderwijs of mavo/vmbo (of een equivalent daarvan) gevolgd. De resterende 7% heeft basisonderwijs gevolgd, geen onderwijs gevolgd, of heeft geen antwoord willen geven op deze vraag.

In totaal 46 respondenten (14%) waren buitenlandse bezoekers. Dit betreft bezoekers uit 16 verschillende landen.

Land	N
België	8
Canada	1
Duitsland	8
El Salvador	1
Frans	2
Ierland	1
Italië	1
Mexico	1
Namibië	1
Polen	2
Schotland	1
Spanje	1
Verenigd Koninkrijk	6
Verenigde Staten	3
Zuid Afrika	2
Zweden	2
Niet gespecificeerd	5
<b>Totaal</b>	<b>46</b>

Tabel 3.2



### 3.2 Gezelschap

Gezelschap	N	%
Alleen	36	11
Met partner/echtgeno(o)t(e) zonder kinderen	71	22
Met partner/ echtgeno(o)t(e) met kinderen	37	12
Alleen met kinderen	30	9
Met overige familie	53	17
Met vrienden/kennissen	104	32
Met school, bedrijf, vereniging	2	7
Overig	3	2

Tabel 3.3

De 67 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 36 jaar.

Leeftijd kinderen	N	%
Jonger dan 5 jaar	13	16
5 tot 10 jaar	31	39
10 tot 15 jaar	17	22
15 tot 20 jaar	3	4
Ouder dan 20 jaar	15	19

Tabel 3.4

Ten opzichte van de vorige editie heeft er een sterke daling plaatsgevonden in het aandeel van de leeftijdscategorie 15 tot 20 jaar (van 20% naar 4%) en een sterke stijging in het aandeel van de leeftijdscategorie jonger dan 5 jaar (van 8% naar 16%) en in de leeftijdscategorie ouder dan 20 jaar (van 9% naar 19%).

### 3.3 Motivatie bezoek

Bezoekers konden meerdere antwoorden (maximaal 3) opgeven als reden voor hun bezoek aan het dorp. De 321 respondenten hebben de volgende redenen opgegeven:

Reden bezoek	N	%
Ik bezoek de Dutch Grand Prix (op het circuit)	199	62
Ik wil de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven in het dorp	149	46
Ik ben een dagje uit	102	32
Ik kom voor het strand	63	20
Overig	30	9
Ik ben hier/in de buurt op vakantie	29	9
Ik bezoek vrienden/familie	18	6
Ik bezoek een specifiek (side)event, namelijk...	14	4
Ik kom voor werk/zaken	11	3

Tabel 3.5

Ten opzichte van vorig jaar is vooral te zien dat respondenten meer verschillende redenen opgeven voor het bezoek aan het dorp. Waar vorig jaar een respondent gemiddeld 1,2 verschillende redenen opgaf, is het gemiddelde dit jaar 1,9 redenen. Dit kan erop wijzen dat het bezoeken van het dorp onderdeel is van een breder palet van verschillende vrijetijdsactiviteiten terwijl dit vorig jaar vanwege de coronapandemie meer eendimensionaal was.

Verder laten de resultaten zien dat een nog groter aandeel in het dorp is vanwege de DGP: dan wel voor het bezoeken van het circuit zelf, dan wel voor de sfeer en gezelligheid die het evenement met zich meebrengt naar het dorp.

### 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 DGP te gaan staan in de laatste kolom vermeld.

Activiteiten	Totaal		Bezoekers DGP	
	Aantal	%	Aantal	%
Bezoek restaurant, café, terras	157	49	88	44
Bezoek strand	124	39	65	33
Fietsen/wandelen	83	26	38	19
Winkelen	65	20	28	14
Bezoek reuzenrad	45	14	16	8
Boulevard	26	8	14	7
Anders, namelijk	20	6	13	7
Kartbaan	18	6	9	5
Boodschappen doen	16	5	7	4
Mobile Media Lab	4	1	0	0
Cart Art	3	1	0	0
Carrera	3	1	2	1
Bezoek aan een van de musea	2	1	1	1
Bezoek Red Bull (30 augustus)	2	1	0	0
Bezoek Zandvoort Alive (14 augustus)	1	1	0	0
Bezoek Amsterdamse Oranjeavond (6 augustus)	0	0	0	0
Bezoek Yves Nodig Uit (27 augustus)	0	0	0	0

Tabel 3.6

Ook dit jaar doen dorpsbezoekers die de DGP bijwonen minder activiteiten ten opzichte van de volledige steekproef. Waar vorig jaar deze groep nog vaker naar een restaurant, café of terras ging dan de gemiddelde bezoeker, is dat dit jaar ook niet meer zo. Desalniettemin worden wel degelijk meer activiteiten uitgevoerd dan vorig jaar en met name de combinatie met het bezoeken van een strand is sterk gegroeid (van 16% naar 33%).

### 3.5 Verblijfsduur

De respondenten is gevraagd om een inschatting te geven van de verwachte verblijfsduur met eventueel een korte toelichting. Kijken naar deze resultaten geeft 51% aan een dag of langer in Zandvoort te zullen zijn. Dat is een zeer groot verschil met vorig jaar toen slechts 9% dat aangaf.

Van de respondenten die langer dan een dag in het dorp verblijven blijft 24% een dag, 30% twee dagen, 29% 3 dagen en de overige 17% meer dan 3 dagen. Van de respondenten die korter dan een dag in het dorp zijn geeft 25% aan 4 uur of minder in het dorp te verblijven, 56% ongeveer tussen de 5 en 8 uur, en 50% meer dan 8 uur.

### 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	11 (12%)	46 (50%)	18 (20%)	6 (7%)	4 (4%)	7 (8%)	92
2	12 (8%)	75 (51%)	35 (24%)	9 (6%)	5 (3%)	10 (7%)	146
3	1 (3%)	17 (49%)	7 (20%)	4 (11%)	4 (11%)	2 (6%)	35
4	1 (4%)	11 (39%)	6 (21%)	4 (14%)	1 (4%)	5 (18%)	28
5	1 (11%)	3 (33%)	2 (22%)	1 (11%)	0 (0%)	2 (22%)	9
Meer dan 5	1 (9%)	1 (9%)	1 (9%)	0 (0%)	1 (9%)	7 (64%)	11
<b>Totaal</b>	<b>27 (8%)</b>	<b>153 (7%)</b>	<b>69 (48%)</b>	<b>24 (5%)</b>	<b>15 (21%)</b>	<b>33 (10%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.7

De bezoekers aan het dorp geven gemiddeld het meeste geld uit aan eten en drinken. Vorig jaar viel op dat de gemiddelde bestedingen beperkt bleven: 76% van de respondenten gaf aan minder dan 100 euro per groep uit te geven en 51% minder dan 50 euro. Dit jaar gaf 63% van de respondenten minder dan 100 per groep uit en slechts 15% minder dan 50 euro.

Wellicht dat dit effect deels kan worden verklaard door inflatie, maar dit kan niet de enige oorzaak zijn. In dat geval zou de verwachting zijn dat de resultaten als geheel zou opschuiven naar de hogere bedragen, maar de resultaten laten juist zien dat het bereik 101-150 euro juist is afgenomen en er nu twee pieken zijn ontstaan: bij 51-100 euro en bij 151-200 euro.

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	61 (66%)	11 (12%)	14 (15%)	4 (4%)	2 (2%)	0 (0%)	92
2	92 (63%)	21 (14%)	21 (14%)	2 (1%)	4 (3%)	6 (4%)	146
3	22 (63%)	5 (14%)	5 (14%)	1 (3%)	1 (3%)	1 (3%)	35
4	14 (50%)	9 (32%)	2 (7%)	2 (7%)	0 (0%)	1 (4%)	28
5	8 (89%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (11%)	9
Meer dan 5	5 (45%)	2 (18%)	3 (27%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (9%)	11
<b>Totaal</b>	<b>202 (63%)</b>	<b>48 (15%)</b>	<b>45 (14%)</b>	<b>9 (3%)</b>	<b>7 (2%)</b>	<b>10 (3%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.8

Van de respondenten geeft 37% aan geld te besteden aan merchandise en/of souvenirs. Dat is meer dan vorig jaar (22%). De groep die grotere bedragen hieraan besteedt (meer dan 50 euro) zijn vooral de kleinere groepen van 1, 2 of 3 personen.

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	90 (98%)	2 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	92
2	136 (93%)	8 (5%)	0 (0%)	1 (1%)	0 (0%)	1 (1%)	146
3	32 (91%)	3 (9%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	35
4	22 (79%)	5 (18%)	0 (0%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	28
5	9 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	9
Meer dan 5	8 (73%)	1 (9%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (9%)	1 (9%)	11
<b>Totaal</b>	<b>297 (93%)</b>	<b>19 (6%)</b>	<b>0 (0%)</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>1 (0%)</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.9

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	81 (88%)	11 (12%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	48
2	96 (66%)	42 (29%)	6 (4%)	1 (1%)	0 (0%)	1 (1%)	86
3	26 (74%)	5 (14%)	4 (11%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20
4	19 (68%)	5 (18%)	3 (11%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (4%)	25
5	6 (67%)	1 (11%)	1 (11%)	1 (11%)	0 (0%)	0 (0%)	5
Meer dan 5	6 (55%)	2 (18%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (27%)	4
<b>Totaal</b>	<b>234 (73%)</b>	<b>66 (21%)</b>	<b>14 (4%)</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>0 (0%)</b>	<b>5 (2%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.10

Net als vorig jaar zijn de bestedingen voor parkeren zeer beperkt, omdat parkeren tijdens het F1-weekend niet mogelijk is. Echter is een aanzienlijke groei te zien in uitgaven aan openbaar vervoer. Waar vorig jaar slechts 9% van de respondenten aangaf uitgaven te hebben gedaan aan openbaar vervoer in Zandvoort is dat dit jaar 27%.

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	83 (90%)	5 (5%)	2 (2%)	1 (1%)	0 (0%)	1 (1%)	92
2	115 (79%)	20 (14%)	8 (5%)	0 (0%)	2 (1%)	1 (1%)	146
3	28 (80%)	5 (14%)	1 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (3%)	35
4	18 (64%)	6 (21%)	0 (0%)	1 (4%)	1 (4%)	2 (7%)	28
5	4 (44%)	1 (11%)	2 (22%)	1 (11%)	0 (0%)	1 (11%)	9
Meer dan 5	8 (73%)	1 (9%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (18%)	11
<b>Totaal</b>	<b>256 (80%)</b>	<b>38 (12%)</b>	<b>13 (4%)</b>	<b>3 (1%)</b>	<b>3 (1%)</b>	<b>8 (2%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.11

In het dorp werd relatief weinig uitgegeven aan winkelen. Als deze cijfers vergeleken worden met de uitgaven voor merchandise en/of souvenirs dan zijn de uitgaven voor het reguliere winkelen lager dan voor de zeer specifieke uitgaven van merchandise en/of souvenirs. De verdeling van uitgaven is consistent met vorig jaar.

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	85 (92%)	3 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (4%)	92
2	126 (86%)	12 (8%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (1%)	6 (4%)	146
3	24 (69%)	9 (26%)	1 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (3%)	35
4	21 (75%)	5 (18%)	1 (4%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (4%)	28
5	6 (67%)	2 (22%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (11%)	9
Meer dan 5	7 (64%)	2 (18%)	1 (9%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (9%)	11
<b>Totaal</b>	<b>269 (84%)</b>	<b>33 (10%)</b>	<b>3 (1%)</b>	<b>0 (0%)</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>14 (4%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.12

De attracties in Zandvoort worden beter bezocht dan vorig jaar en wordt ook meer geld aan uitgegeven. Van de groep die attracties heeft bezocht geeft een kwart aan dat ze meer dan 200 euro hieraan hebben uitgegeven. Vooral in de wat grotere groepen wordt hier relatief veel geld aan uitgegeven.

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	90 (98%)	2 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	92
2	137 (94%)	6 (4%)	2 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	146
3	33 (94%)	2 (6%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	35
4	22 (79%)	5 (18%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (4%)	28
5	7 (78%)	1 (11%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (11%)	0 (0%)	9
Meer dan 5	8 (73%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (27%)	11
<b>Totaal</b>	<b>297 (93%)</b>	<b>16 (5%)</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>0 (0%)</b>	<b>1 (0%)</b>	<b>5 (2%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.13

Van de respondenten geeft 7% aan geld te hebben uitgegeven aan entertainment. Van slechts 8 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	85 (92%)	1 (1%)	2 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	2 (2%)	92
2	127 (87%)	0 (0%)	2 (1%)	1 (1%)	2 (1%)	14 (10%)	146
3	33 (94%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (3%)	0 (0%)	1 (3%)	35
4	21 (75%)	0 (0%)	1 (4%)	0 (0%)	1 (4%)	5 (18%)	28
5	5 (56%)	0 (0%)	1 (11%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (33%)	9
Meer dan 5	7 (64%)	1 (9%)	1 (9%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (18%)	11
<b>Totaal</b>	<b>278 (87%)</b>	<b>2 (1%)</b>	<b>7 (2%)</b>	<b>3 (1%)</b>	<b>4 (1%)</b>	<b>27 (8%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.14

Van de respondenten geeft 13% geld uit aan een overnachting in Zandvoort. Meer dan de helft van deze groep geeft meer dan 200 euro uit per overnachting.

Betrekking op aantal personen	Overige uitgaven (in euro)						Totaal
	0 euro	1-50	51-100	101-150	151-200	meer dan 201	
1	85 (92%)	5 (5%)	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	92
2	124 (85%)	14 (10%)	3 (2%)	1 (1%)	1 (1%)	3 (2%)	146
3	30 (86%)	3 (9%)	1 (3%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (3%)	35
4	19 (68%)	5 (18%)	2 (7%)	1 (4%)	0 (0%)	1 (4%)	28
5	8 (89%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (11%)	0 (0%)	0 (0%)	9
Meer dan 5	8 (73%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (27%)	11
<b>Totaal</b>	<b>274 (85%)</b>	<b>27 (8%)</b>	<b>7 (2%)</b>	<b>3 (1%)</b>	<b>1 (1%)</b>	<b>9 (3%)</b>	<b>321</b>

Tabel 3.15

15% van de 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	15 (5%)	15 (5%)	119 (37%)	170 (53%)	2 (1%)
De Formule 1 past bij Zandvoort	18 (6%)	22 (7%)	127 (40%)	150 (47%)	4 (1%)
Er hangt een goede sfeer in Zandvoort	8 (3%)	10 (3%)	118 (37%)	184 (57%)	1 (0%)
Ik voel me veilig in Zandvoort	16 (5%)	17 (5%)	130 (40%)	158 (49%)	0 (0%)
Ik voel me welkom in Zandvoort	10 (3%)	12 (4%)	136 (42%)	163 (51%)	0 (0%)
Er is vandaag genoeg te doen voor jong en oud	16 (5%)	60 (19%)	145 (45%)	92 (29%)	8 (2%)
Door de georganiseerde nevenactiviteiten krijg ik zin in de Dutch Grand Prix	25 (8%)	41 (13%)	131 (41%)	97 (30%)	27 (8%)
De informatievoorziening van de nevenactiviteiten is duidelijk	37 (12%)	52 (16%)	141 (44%)	65 (20%)	26 (8%)
De nevenactiviteiten brengen mensen samen	21 (7%)	51 (16%)	162 (50%)	61 (19%)	26 (8%)
De nevenactiviteiten zijn goed bereikbaar	17 (5%)	50 (16%)	142 (44%)	83 (26%)	29 (9%)
Ik heb genoten van mijn bezoek aan Zandvoort	7 (2%)	7 (2%)	113 (35%)	170 (53%)	24 (7%)

Tabel 3.16

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. Ook de nevenactiviteiten worden positief beoordeeld, maar wel enigszins gematigder (vaker "mee eens" dan "zeer mee eens").

### 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	122	38
Mee eens	123	38
Neutraal	16	5
(Zeer) mee oneens	22	7
Weet niet	38	12

Tabel 3.17

In de toelichting van respondenten die het (zeer) mee eens waren met deze stelling wordt met name vermeld dat de DGP mensen verbreedert en dat dit afstraalt op het dorp. De DGP heeft het dorp een impuls gegeven waardoor Zandvoort als levendiger en gezelliger gezien wordt. De respondenten die het juist niet eens zijn met deze stelling geven met name aan dat dit komt door de milieuaspecten en dat het evenement ook gezien wordt als plek exclusief voor mensen met geld. Ook de stikstofproblematiek wordt vaak genoemd als reden.

### 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	Buiten Nederland	Totaal
Zeer groot	59 (63%)	57 (30%)	7 (17%)	123 (38%)
Groot	22 (24%)	55 (29%)	9 (22%)	86 (27%)
Neutraal	4 (4%)	28 (15%)	5 (12%)	37 (12%)
Klein	5 (5%)	22 (12%)	8 (20%)	35 (11%)
Zeer klein	1 (1%)	20 (11%)	9 (22%)	30 (9%)
Weet niet	2 (2%)	5 (3%)	3 (7%)	10 (3%)
<b>Totaal</b>	<b>93</b>	<b>187</b>	<b>41</b>	<b>321</b>

Tabel 3.18

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, maar ook voor Nederlandse bezoekers buiten de MRA-regio denkt 59% binnen een jaar terug te komen. Zelfs onder de respondenten die in het buitenland wonen, geeft 41% aan dat de kans groot tot zeer groot dat ze binnen een jaar terug te zullen komen in Zandvoort.

# 4 Ondernemers

## 4.1 Basiskenmerken

In totaal hebben er 106 ondernemers meegewerkt aan de enquête. Deze ondernemers zijn actief in verschillende sectoren; de meeste ondernemers zijn actief in eet- en drinkgelegenheden (38,7%), detailhandel (22,6%) en logiesvertrekking (22,6%).

De helft van alle ondernemers die heeft meegewerkt aan het onderzoek is gevestigd in het centrum van het dorp Zandvoort, 19,8% is gevestigd aan de Zuidkant van de boulevard/het strand en 15,1% aan de Noordkant van de boulevard/het strand. Eveneens is 15,1% gevestigd aan de rand van het dorp of in het buitengebied.

In welke sector is uw bedrijf actief?	N	%
Eet en drinkgelegenheid	41	38,7
Logiesverstrekking (hotel/vakantiehuisjes/kampeerterrein)	24	22,6
Detailhandel	24	22,6
Verhuur van sport en recreatieve artikelen	2	1,9
Overig: wel verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd	5	4,7
Overig: niet verbonden aan toerisme, recreatie, vrijetijd	10	9,4
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.1

Waar in Zandvoort is uw bedrijf gevestigd?	N	%
Aan de boulevard/op het strand NOORD	16	15,1
Aan de boulevard/op het strand ZUID	21	19,8
In het centrum van het dorp	53	50,0
Aan de rand van het dorp of buitengebied	16	15,1
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

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 de maand voorafgaand aan de race (6 augustus t/m 1 september). In de tabel hierna (tabel 4.3) is te zien dat 63,2% van de ondernemers een gelijke drukte heeft ervaren. Met name de eet- en drinkgelegenheden (36,6%) en de detailhandel (29,2%) geven vaker aan meer drukte te hebben ervaren dan normaal. In tabel 4.4 is te zien dat met name ondernemers gevestigd in het centrum aangegeven hebben dat het drukker dan normaal was.



Drukte in maand voorafgaand aan DGP	Eet en drink gelegenheden	Logies Verstreking	Detailhandel	Verhuur sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Overig: niet verbonden aan toerisme	Totaal
Ja, het was drukker dan normaal	15 (36,6%)	2 (8,3%)	7 (29,2%)	1 (50,0%)	3 (60,0%)	1 (10%)	<b>29</b> <b>(27,4%)</b>
Ja, het was minder druk dan normaal	5 (12,2%)	1 (4,2%)	1 (4,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (10%)	<b>8</b> <b>(7,5%)</b>
Nee, het was even druk als normaal	20 (48,8%)	21 (87,5%)	15 (62,5%)	1 (50,0%)	2 (40,0%)	8 (80%)	<b>67</b> <b>(63,2%)</b>
Weet ik niet meer	1 (2,4%)	0 (0,0%)	1 (4,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	<b>2</b> <b>(1,9%)</b>
<b>Totaal</b>	<b>41</b> <b>(100%)</b>	<b>24</b> <b>(100%)</b>	<b>24</b> <b>(100%)</b>	<b>2</b> <b>(100%)</b>	<b>5</b> <b>(100%)</b>	<b>10</b> <b>(100%)</b>	<b>106</b> <b>(100%)</b>

Tabel 4.3

Drukte in maand voorafgaand aan DGP	Aan de boulevard/op het strand NOORD	Aan de boulevard/ op het strand ZUID	In het centrum van het dorp	Aan de rand van het dorp of buitengebied	Totaal
Ja het was drukker dan normaal	4 (25,0%)	2 (9,5%)	18 (34,0%)	5 (31,3%)	<b>29</b> <b>(27,4%)</b>
Ja, het was minder druk dan normaal	0 (0,0%)	3 (14,3%)	4 (7,5%)	1 (6,3%)	<b>8</b> <b>(7,5%)</b>
Nee, het was even druk als normaal	11 (68,8%)	16 (76,2%)	30 (56,6%)	10 (62,5%)	<b>67</b> <b>(63,2%)</b>
Weet ik niet meer	1 (6,3%)	0 (0,0%)	1 (4,2%)	0 (0,0%)	<b>2</b> <b>(1,9%)</b>
<b>Totaal</b>	<b>16</b> <b>(100%)</b>	<b>21</b> <b>(100%)</b>	<b>53</b> <b>(100%)</b>	<b>16</b> <b>(100%)</b>	<b>106</b> <b>(100%)</b>

Tabel 4.4

De ondernemers die meer bezoekers hebben gehad, kregen ook de vraag of zij een stijging in de omzet hebben gezien in de maand voorafgaand aan de race. 55,2% van deze ondernemers heeft wel een stijging in omzet ervaren en 24,1% niet; de resterende 20,7% wist dit niet meer. Hoeveel de stijging in omzet is voor de betreffende ondernemers is zeer verschillend, deze loopt uiteen van 3% tot 80%, gemiddeld is er een omzetstijging van 26,1% (tabel 4.5).

Omzetstijging in %	N	%
3	1	7,1%
10	2	14,2%
15	2	14,2%
20	2	14,2%
30	1	7,1%
35	1	7,1%
50	1	7,1%
80	1	7,1%
Geen idee/weet niet	3	21,4%
<b>Totaal</b>	<b>14</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	26,1	

Tabel 4.5

Aan de 7 ondernemers die minder bezoekers hebben gehad in de maand voorafgaand aan de race is gevraagd of zij een daling in de omzet hebben ervaren. 6 respondenten (85,7%) geven aan een daling in omzet ervaren te hebben en 1 ondernemer (14,2%) niet. Het percentage omzetzdaling varieert van 5 tot 75 procent (zie tabel 4.6)

Omzetzdaling in %	N	%
5	1	16,6
20	3	50,0
75	1	16,6
Geen idee/weet niet	1	16,6
<b>Totaal</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	28,0	

Tabel 4.6

## 4.3 Vergelijking raceweekend met regulier weekend

### 4.3.1 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 34,0% van de ondernemers aan minder omzet te hebben gehad, 49,1% heeft juist meer omzet gehad en 17,0% zou een gelijke omzet hebben gehad. De omzetstijging en -daling loopt ontzettend uiteen: van 10% tot 500% stijging en van 5% tot 100% daling. In tabel 4.9 en 4.10 zijn respectievelijk de omzetstijging en omzetzdaling tijdens het raceweekend weergegeven.

In tabel 4.7 is te zien dat er verschil zit in de sector waarin een bedrijf actief is en of men omzetstijging heeft gehad. Evenals vorig jaar is te zien dat de logiesverstrekkers in verhouding met andere type ondernemers meer omzet behaald hebben. Ook een ruime meerderheid van ondernemers in eet-en drinkgelegenheden geeft aan meer omzet behaald te hebben; daarentegen geven met name detailhandel en verhuurbedrijven aan minder omzet behaald te hebben. In tabel 4.8 is de behaalde omzet uitgesplitst naar de plek waar de onderneming in Zandvoort gevestigd is. Het valt op dat met name ondernemers aan de boulevard/strand Zuid relatief vaker aangeven omzetverlies te hebben ervaren.

	Eet- en drinkgelegenheden	Logies Verstreking	Detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Overig: niet verbonden aan toerisme	Totaal
Meer omzet behaald	24 59,0%	18 75,0%	6 25%	0 0%	3 60%	1 10%	52 49,1%
Gelijke omzet behaald	5 12,0%	6 25,0%	2 8,0%	0 0%	1 20%	4 40%	18 17,0%
Minder omzet behaald	12 29,0%	0 0,0%	16 67,0	2 100%	1 20%	5 50%	36 34,0%
<b>Totaal</b>	<b>41</b> <b>100%</b>	<b>24</b> <b>100%</b>	<b>24</b> <b>100%</b>	<b>2</b> <b>100%</b>	<b>5</b> <b>100%</b>	<b>10</b> <b>100%</b>	<b>106</b> <b>100%</b>

Tabel 4.7

	Aan de boulevard/op het strand NOORD	Aan de boulevard/ op het strand ZUID	In het centrum van het dorp	Aan de rand van het dorp of buitengebied	Totaal
Meer omzet	11 69,0%	7 33,0%	29 55,0%	5 31,0%	<b>52</b> <b>49,1</b>
Gelijke omzet	3 19,0%	4 19,0%	6 11,0%	5 31,0%	<b>18</b> <b>17%</b>
Minder omzet	2 13,0%	10 48,0%	18 34,0%	6 38,0%	<b>36</b> <b>34%</b>
<b>Totaal</b>	<b>16</b> <b>(100%)</b>	<b>21</b> <b>(100%)</b>	<b>53</b> <b>(100%)</b>	<b>16</b> <b>(100%)</b>	<b>106</b> <b>(100%)</b>

Tabel 4.8

Met name de detailhandel heeft minder omzet gedraaid tijdens de DGP. Daarnaast heeft de helft van de ondernemers aan de boulevard/op het strand Zuid minder omzet gedraaid.

Omzetstijging in %	N	%
1-20%	11	23,9
21-40%	7	15,2
41-60%	10	21,7
61-80%	2	4,3
81-100%	1	2,1
101-200%	3	6,5
201-300%	2	4,3
301-400%	1	2,1
401-500%	2	4,3
Geen idee/weet niet/nog niet bekend	7	15,2
<b>Totaal</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

Gemiddelde	79,4	
------------	------	--

Tabel 4.9

Omzetzaling in %	N	%
1-10%	3	
11-20%	4	
21-40%	4	
41-60%	5	
61-80%	9	
81-100%	4	
Geen idee/weet niet/nog niet bekend	7	
<b>Totaal</b>	<b>36</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	43,2	

Tabel 4.10

Er blijkt geen significant verschil te zitten in de sector waarin het bedrijf actief is en het percentage meer behaalde omzet. De grootste omzetzijgingen zijn te zien bij eet en drinkgelegenheden en bij logiesverstrekkers. Bij het percentage minder behaalde omzet valt op dat de detailhandel hogere percentages omzetverlies noteert dan alle andere sectoren.

#### 4.3.2 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 4.11 is duidelijk te zien dat het merendeel (54,7%) van de ondernemers gelijke kosten gemaakt heeft, 39,6% heeft meer kosten gemaakt en slechts 5,7% van de ondernemers heeft minder kosten gemaakt (zie tabel 4.12 en 4.13 voor percentages). Het valt op dat er een verschil zit tussen de sector van het bedrijf en de kosten die gemaakt zijn. Voornamelijk eet-en drinkgelegenheden en de detailhandel hebben meer kosten gemaakt.

Ten opzichte van vorig jaar heeft een lager percentage ondernemers meer kosten gemaakt (vorig jaar 56% nu 39%); mogelijk komt dit doordat ondernemers beter weten wat te verwachten in het raceweekend.

	Eet-en drinkgeleg en heid	Logies Verstreking	Detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Overig: niet verbonden aan toerisme	Totaal
Meer kosten gemaakt	20 48,8%	7 29,2%	11 45,8%	0 0,0%	2 40,0%	2 20,0%	43 39,6%
Gelijke kosten gemaakt	17 41,5%	15 62,5%	13 54,2%	2 100%	3 60,0%	8 80,0%	58 54,7%
Minder kosten gemaakt	4 9,8%	2 8,3%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	6 5,7%
<b>Totaal</b>	<b>41</b> <b>100%</b>	<b>24</b> <b>100%</b>	<b>24</b> <b>100%</b>	<b>2</b> <b>100%</b>	<b>5</b> <b>100%</b>	<b>10</b> <b>100%</b>	<b>106</b> <b>100%</b>

Tabel 4.11

% meer kosten	N	%
1-10%	8	19,5
11-20%	8	19,5
21-40%	2	4,8
41-60%	5	12,1
61-80%	1	2,4
81-100%	3	7,3
101-300	2	4,8
Geen idee/weet niet/nog niet bekend	12	29,2
<b>Totaal</b>	<b>41</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	48,1	

Tabel 4.12

% minder kosten	N	%
10%	1	16,6
15%	1	16,6
20%	1	16,6
Geen idee/weet niet/nog niet bekend	3	50%
<b>Totaal</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	15,0	

Tabel 4.13

#### 4.3.3 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.

	Eet-en drinkgelegenheden	Logies Verstreking	Detailhandel	Verhuur van sport en recreatie artikelen	Overig: wel verbonden aan toerisme	Overig: niet verbonden aan toerisme	Totaal
Meer personeel ingezet	27 65,9%	7 29,2%	10 41,7%	0	2 40%	1 10%	47 44,3%
Gelijke hoeveelheid personeel ingezet	9 22%	17 70,8%	9 37,5%	2 100%	3 60%	7 70%	47 44,3%
Minder personeel ingezet	5 12,2%	0 0,0%	5 20,8%	0	0	2 20%	12 11,3%
<b>Totaal</b>	<b>41</b> <b>100%</b>	<b>24</b> <b>100%</b>	<b>24</b> <b>100%</b>	<b>2</b> <b>100%</b>	<b>5</b> <b>100%</b>	<b>10</b> <b>100%</b>	<b>106</b> <b>100%</b>

Tabel 4.14

Ruim 44% van de ondernemers geeft aan dat er meer personeel is ingezet, voornamelijk bij de eet- en drinkgelegenheden en de detailhandel. Daarnaast heeft 44% van de ondernemers hetzelfde aantal personeel ingezet, dit zijn met name logiesverstrekkers. Indien de cijfers van omzet, kosten en personeel vergeleken worden is te zien dat logiesverstrekkers de hotelprijzen tijdens de DGP (fors) verhogen. Bij eet- en drinkgelegenheden gaat meer omzet logischerwijs wel gepaard met hogere kosten en meer personeelsinzet.

Meer personeel (in fte)	N	%
0,5-1	6	13,6
2-3	9	20,4
4-5	9	20,4
6-10	4	9,0
11-15	3	6,8
16-20	1	2,2
21 of meer	3	6,8
Geen idee/weet niet/onjuist ingevuld	9	20,4
<b>Totaal</b>	<b>44</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	7,4	

Tabel 4.15

Minder personeel (in fte)	N	%
1-2	5	41,6
3-5	2	16,6
6-10	2	16,6
11-15	1	8,3
Geen idee/weet niet/onjuist ingevuld	2	16,6
<b>Totaal</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	4,4	

Tabel 4.16

## 4.4 Beleving DGP

Om de beleving van ondernemers rondom de DGP 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.

### 4.4.1 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 (35,8%) en 27,4% geeft aan het hiermee helemaal eens te zijn. Slechts 3,8% en 17,0% van de ondernemers geeft aan het hiermee helemaal oneens of oneens te zijn (tabel 4.17).

<b>Vooraf goed geïnformeerd over evenement</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	4	3,8
Mee oneens	18	17,0
Neutraal	15	14,2
Mee eens	38	35,8
Helemaal mee eens	29	27,4
Weet ik niet / geen mening	2	1,9
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.17

#### 4.4.2 Gevoelens van veiligheid

Op de stelling "Ik of mijn personeel heeft zich onveilig gevoeld tijdens het evenement" geeft 80,2% van de ondernemers aan dat zij het hiermee helemaal oneens en oneens zijn. In vergelijking met vorig jaar is dit een lager percentage: vorig jaar was 92,4% van de ondernemers het oneens of helemaal oneens met deze stelling.

<b>Gevoel van onveiligheid tijdens evenement</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	44	41,5
Mee oneens	41	38,7
Neutraal	13	12,3
Mee eens	3	2,8
Helemaal mee eens	5	4,7
Weet ik niet / geen mening	0	0
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.18

#### 4.4.3 Ervaren hinder of overlast

"Ik heb - als ondernemer - overlast ervaren door het evenement" wordt door 12,3% van de ondernemers met helemaal mee eens en door 18,9% met mee eens beantwoord, 17% geeft aan neutraal te zijn. Een krappe meerderheid is het oneens of helemaal oneens met de stelling. In vergelijking met vorig jaar geven meer ondernemers aan overlast ervaren te hebben (vorig jaar was 23,9% van de ondernemers het eens of helemaal eens met de stelling tegenover 31,2% dit jaar). Met name eet- en drinkgelegenheden en ondernemers op strand Zuid geven vaker aan overlast ervaren te hebben. Enkele ondernemers benoemden overlast door té beschonken bezoekers op straat en/of door drugsgebruik.

<b>Overlast ervaren door evenement</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	21	19,8
Mee oneens	34	32,1
Neutraal	18	17,0
Mee eens	20	18,9
Helemaal mee eens	13	12,3
Weet ik niet / geen mening	0	0
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.19

#### 4.4.4 Gevoelens van trots

Ondernemers zijn positief over de bijdrage van de DGP aan Zandvoort. Slechts 4,7% van de ondernemers vindt dat de DGP niets toevoegt aan het dorp, ruim 91% vindt dat de DGP echt iets toevoegt aan het dorp (tabel 4.20). In vergelijking met vorig jaar is dit aantal iets hoger (vorig jaar 83%).

Ondernemers vinden de DGP bij Zandvoort passen: 84,9% is het eens of zeer eens met de stelling, en 8,4% (zeer) oneens (tabel 4.21).

DGP voegt echt iets toe aan het dorp	N	%
Helemaal mee oneens	2	1,9
Mee oneens	3	2,8
Neutraal	2	1,9
Mee eens	36	34,0
Helemaal mee eens	61	57,5
Weet ik niet / geen mening	2	1,9
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.20

DGP past bij Zandvoort	N	%
Helemaal mee oneens	1	0,9
Mee oneens	8	7,5
Neutraal	3	2,8
Mee eens	27	25,5
Helemaal mee eens	63	59,4
Weet ik niet / geen mening	4	3,8
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.21

#### 4.4.5 Aankleding en duurzaamheid

Via Zandvoort Marketing kunnen ondernemers pakketten kopen om hun bedrijf in racesferen te brengen. De stelling 'Zandvoort Marketing maakt het mij makkelijk mijn bedrijf in F1-sferen aan te kleden' is wisselend beantwoord: 37,7% van de ondernemers geeft aan dat Zandvoort Marketing het makkelijk maakt om het bedrijf in F1 sferen aan te kleden. Een iets kleiner deel van de ondernemers, namelijk 35,9%, geeft aan neutraal te zijn of het niet te weten. 28,4% van de ondernemers is niet van mening dat Zandvoort Marketing de bedrijven ondersteunt bij de aankleding. Tijdens het enquêteren bleek dat een deel van de ondernemers Zandvoort Marketing niet kent of niet bekend was met de mogelijkheid via Zandvoort Marketing aankleding aan te schaffen. Met name eet-en drinkgelegenheden antwoorden vaker 'neutraal' of '(helemaal) oneens'. De verschillen met vorig jaar zijn klein: vorig jaar was 21,7% neutraal en 41,3% was het eens of helemaal eens met de stelling.



<b>Zandvoort Marketing maakt het mij makkelijk mijn bedrijf in F1 sferen aan te kleden</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	18	17
Mee oneens	10	9,4
Neutraal	27	25,5
Mee eens	28	26,4
Helemaal mee eens	12	11,3
Weet ik niet / geen mening	11	10,4
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.22

Er is aan de ondernemers gevraagd of zij er rekening mee houden dat hun activiteiten/uitingen van het evenement zo duurzaam mogelijk zijn. Waar vorig jaar de meeste ondernemers nog neutraal op deze stelling antwoorden, geven dit jaar de meeste ondernemers aan het eens (30,2%) of volledig eens (22,6%) te zijn. Slechts 7,5% is het hiermee oneens of helemaal oneens.

<b>Ik houd rekening dat mijn uitingen zo duurzaam mogelijk zijn</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	5	4,7
Mee oneens	3	2,8
Neutraal	31	29,2
Mee eens	32	30,2
Helemaal mee eens	24	22,6
Weet ik niet / geen mening	11	10,4
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.23

#### 4.4.6 Toegevoegde waarde voor bedrijf

Om een beeld te krijgen van de toegevoegde waarde van de DGP voor ondernemers is naast de reeds gerapporteerde omzet/kosten/personeelsinzet ook gevraagd naar een rapportcijfer dat de tevredenheid over het aantal bezoekers, de gegenereerde omzet, de motivatie van het personeel en de sfeer in het bedrijf uitdrukt. Daarnaast zijn ondernemers gevraagd hun mening te geven op de stelling "Het evenement (Dutch Grand Prix) is voor mijn bedrijf van toegevoegde waarde". Tabel 4.24 geeft inzicht in de antwoorden op deze stelling uitgesplitst naar type bedrijvigheid.

Toegevoegde waarde DGP voor bedrijf	Eet en drinkgelegenheden	Logiesverstreking	Detailhandel	Verhuur sportrecreatie artikelen	Overig wel verbonden aan toerisme	Overig niet verbonden aan toerisme	Totaal
Helemaal mee oneens	5 12%	0 0%	2 8%	1 50%	1 20%	3 30%	<b>12</b> <b>11,3%</b>
Mee oneens	5 12%	0 0%	9 38%	0 0%	1 20%	1 10%	<b>16</b> <b>15,1%</b>
Neutraal	3 7%	1 4%	4 17%	0 0%	0 0%	4 40%	<b>12</b> <b>11,3%</b>
Mee eens	13 32%	13 54%	6 25%	0 0%	1 20%	1 10%	<b>34</b> <b>32,1%</b>
Helemaal mee eens	15 37%	9 38%	3 13%	1 50%	2 40%	1 10%	<b>31</b> <b>29,2%</b>
Weet ik niet/geen mening	0 0%	1 4%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	<b>1</b> <b>0,9%</b>
Totaal	41	24	24	2	5	10	<b>106</b> <b>100%</b>

Tabel 4.24

Het merendeel van de respondenten (61,3%) is van mening dat de DGP van toegevoegde waarde is voor zijn/haar bedrijf. Met name eet-en drinkgelegenheden en de logiesverstrekkers waren het (zeer) eens met de stelling; daarentegen geven met name de detailhandel en verhuurbedrijven aan het (zeer) oneens te zijn. Dit is in lijn met de eerdere resultaten over de ervaren omzetstijging respectievelijk omzetzakking. De rapportcijfers die ondernemers toekennen aan het aantal bezoekers in hun bedrijf en de gegenereerde omzet laten een vergelijkbaar beeld zien.

Rapportcijfer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Aantal bezoekers in bedrijf	10 9,4%	5 4,7%	6 5,7%	4 3,8%	9 8,5%	1 0,9%	16 15,1%	20 18,9%	9 8,5%	26 24,5%
Gegeneerde omzet	9 8,5%	6 5,7%	4 3,8%	6 5,7%	9 8,5%	7 6,6%	12 11,3%	18 17,0%	9 8,5%	26 24,5%
Motivatie personeel	3 2,8%	2 1,9%	0 0,0%	1 0,9%	5 4,7%	5 4,7%	7 6,6%	30 28,3%	19 17,9%	34 32,1%
Sfeer in bedrijf	2 1,9%	1 0,9%	0 0,0%	1 0,9%	3 2,8%	2 1,9%	12 11,3%	25 23,6%	24 22,6%	36 34,0%

Tabel 4.25

Het gemiddelde rapportcijfer dat ondernemers geven aan het aantal bezoekers tijdens het raceweekend is een 6,7. (vorig jaar was dit een 6,1). 32,1% van de ondernemers heeft een onvoldoende gegeven (5 of lager) voor het aantal bezoekers. Dit zijn met name ondernemers binnen de detailhandel (maar liefst 79,1% van deze groep gaf een rapportcijfer van een 5 of lager). Tienen worden gegeven door 24,4% van de eet-en drinkgelegenheden en 58,3% van de logiesverstrekkers. Opvallend is dat ondernemers aan de boulevard/strand Noord gemiddeld gezien hogere rapportcijfers hebben gegeven. Ten opzichte van vorig jaar zijn dit jaar de rapportcijfers over het aantal bezoekers hoger; mogelijk heeft dit te maken met meer realistische verwachtingen.

Ondernemers hebben aan de gegeneerde omzet gemiddeld een rapportcijfer gegeven van 6,7. Hierbij is hetzelfde beeld te zien als bij het aantal bezoekers: 50% van de logiesverstrekkingen heeft hierbij het cijfer 10 gegeven. De meerderheid van de eet- en drinkgelegenheden geeft hier een ruime voldoende, maar driekwart van de ondernemers binnen de detailhandel gaf een onvoldoende.

Over de motivatie van het personeel en de sfeer in het eigen bedrijf zijn de ondernemers positief. Motivatie personeel gemiddeld 8,1 en sfeer in bedrijf gemiddeld 8,4. Bij beide items is een 10 het meest gegeven cijfer. Cijfers verschillen nauwelijks van vorig jaar.

#### 4.4.7 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.

Vorig jaar gaven de ondernemers de sfeer in het dorp gemiddeld een 8,7. Dit jaar is het gemiddeld een 8,4. Het meest gegeven cijfer is een 10.

Tevredenheid sfeer in dorp in raceweekend	N	%
2	1	0,9
5	6	5,7
6	6	5,7
7	7	6,6
8	28	26,4
9	23	21,7
10	35	33,0
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	8,4	

Tabel 4.26

<b>Tevredenheid aankleding dorp in raceweekend</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
2	1	0,9
3	1	0,9
5	4	3,8
6	3	2,8
7	15	14,2
8	36	34,0
9	21	19,8
10	25	23,6
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	8,2	

Tabel 4.27

Ondernemers zijn eveneens positief over de aankleding van het dorp tijdens de Grand Prix. Zo geven 100 van de 106 ondernemers de aankleding een 6 of hoger en 82 ondernemers geven zelfs een 8 of hoger. Het cijfer 8 is het meest gegeven cijfer door de ondernemers, net zoals vorig jaar. Het gemiddelde is – evenals vorig jaar – een 8,2

#### 4.5 Zandvoort Beyond en side events

Dit jaar vond het side events programma doorgang; de organisatie daarvoor ligt in handen van Zandvoort Beyond. 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.

In de ondernemers enquête zijn 5 stellingen opgenomen die inzicht geven in hoe ondernemers het side events programma ervaren hebben:

- Zandvoort Beyond maakt het mij makkelijk mee te doen aan side events
- De activiteiten van Zandvoort Beyond dragen bij aan de sfeer in het dorp
- De activiteiten van Zandvoort Beyond leveren mijn bedrijf extra bezoekers op
- De samenwerking met Zandvoort Beyond ervaar ik als positief
- Zandvoort Beyond is goed bereikbaar voor ideeën vragen en suggesties

<b>Zandvoort Beyond maakt het makkelijk mee te doen aan side events</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	11	10,5
Mee oneens	12	11,4
Neutraal	24	22,9
Mee eens	18	17,1
Helemaal mee eens	10	9,5
Weet ik niet / geen mening	30	28,6
<b>Totaal</b>	<b>105</b>	<b>100</b>

Tabel 4.28

Slechts 26,6% van de ondernemers zijn het eens of helemaal mee eens dat Zandvoort Beyond het gemakkelijk maakt om de ondernemers mee te laten doen aan de side events. 51,5% van de ondernemers is neutraal of heeft geen mening. Dit kan met de naamsbekendheid van Zandvoort Beyond te maken hebben; tijdens het enquêteren gaven veel ondernemers aan de stichting niet te kennen.

<b>De activiteiten van Zandvoort Beyond dragen bij aan de sfeer in het dorp</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	1	0,9
Mee oneens	5	4,7
Neutraal	12	11,3
Mee eens	40	37,7
Helemaal mee eens	25	23,6
Weet ik niet / geen mening	23	21,7
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.29

61,3% geeft aan dat de activiteiten van Zandvoort Beyond bijdragen aan de sfeer in het dorp. Hierbij geeft 33% van de ondernemers aan neutraal te zijn of het niet te weten. Ook dit hangt vermoedelijk samen met de naamsbekendheid.

<b>De activiteiten van Zandvoort Beyond leveren mijn bedrijf extra bezoekers op</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	21	19,8
Mee oneens	33	31,1
Neutraal	19	17,8
Mee eens	6	5,6
Helemaal mee eens	4	3,7
Weet ik niet / geen mening	23	21,5
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.30

Het is opmerkelijk dat 50,9% van de ondernemers aangeeft dat de activiteiten hen geen extra bezoekers opleveren. Met name ondernemers gevestigd in het centrum of aan de boulevard/strand Zuid waren het (zeer) oneens met deze stelling. Vergeleken met vorig jaar zijn er minder respondenten die het eens of zeer eens waren met de stelling: 17,4% vorig jaar ten opzichte van 9,3% dit jaar. En dit terwijl er dit jaar een omvangrijker side events programma was.

<b>De samenwerking met Zandvoort Beyond ervaar ik als positief</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	10	9,7
Mee oneens	6	5,8
Neutraal	28	27,2
Mee eens	19	18,4
Helemaal mee eens	8	7,8
Weet ik niet / geen mening	32	31,1
<b>Totaal</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

Tabel 4.31

Ook op deze stelling werd veel neutraal (27,2%) of weet ik niet (31,1%) als antwoord gegeven; zeer waarschijnlijk komt dit doordat weinig ondernemers daadwerkelijk hebben samengewerkt met Zandvoort Beyond.

<b>Zandvoort Beyond is goed bereikbaar voor ideeën, vragen en suggesties</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Helemaal mee oneens	10	9,4
Mee oneens	8	7,5
Neutraal	22	20,8
Mee eens	16	15,1
Helemaal mee eens	9	8,5
Weet ik niet / geen mening	41	38,7
<b>Totaal</b>	<b>106</b>	<b>100</b>

Tabel 4.32

De bereikbaarheid van Zandvoort Beyond wordt wisselend beoordeeld. 25 ondernemers vonden de organisatie goed bereikbaar, terwijl 18 ondernemers dit niet vonden. De overige ondernemers hebben gekozen voor 'neutraal' of 'weet ik niet'. Met name de sectoren eet- en drinkgelegenheden en de detailhandel waren het relatief gezien vaker (helemaal) eens met de stelling. Opmerkelijk is dat (bijna) de helft van de ondernemers gevestigd aan de boulevard (zowel Noord als Zuid) de stelling met 'weet ik niet/geen mening' heeft beantwoord.

In het onderzoek is gevraagd of de ondernemers in de toekomst betrokken willen zijn bij de organisatie van side events. Daar reageert 32,1% van de ondernemers positief op, 16,0% wil dit misschien en een meerderheid van 51,9% van de ondernemers wil niet betrokken worden bij side events. Eet en drinkgelegenheden geven relatief vaker aan betrokken te willen zijn bij side events.

<b>Welwillendheid betrokkenheid side events 2023</b>	<b>Eet en drinkgelegenheden</b>	<b>Logiesverstreking</b>	<b>detailhandel</b>	<b>Verhuur van sportrecreatie</b>	<b>Overig: wel verbonden aan toerisme</b>	<b>Overig: niet verbonden aan toerisme</b>	<b>Totaal</b>
Ja, omdat...	17 41,5%	4 16,7%	7 29,2%	1 50%	3 60%	2 20%	34 32,1%
Nee, omdat...	15 36,6%	16 66,7%	14 58,3%	1 50%	1 20%	8 80%	55 51,9%
Misschien, omdat...	9 22,0%	4 16,7%	3 12,5%	0 0%	1 20%	0 0%	17 16,0%
<b>Totaal</b>	<b>41</b> <b>100%</b>	<b>24</b> <b>100%</b>	<b>24</b> <b>100%</b>	<b>2</b> <b>100%</b>	<b>5</b> <b>100%</b>	<b>10</b> <b>100%</b>	<b>106</b> <b>100%</b>

Tabel 4.33

De voornaamste redenen om wel betrokken te willen worden zijn om meer klanten te krijgen en een grotere naamsbekendheid/meer reclame. Enkele eet- en drinkgelegenheden noemen de mogelijkheid tot een gezamenlijk terras/horecaplein. Redenen waarom ondernemers niet betrokken willen worden zijn geen tijd (met name gegeven door eet- en drinkgelegenheden), geen zin (met name genoemd door logiesverstrekkers), geen geschikte locatie (genoemd door eet- en drinkgelegenheden en detailhandel) of geen toegevoegde waarde voor eigen bedrijf (met name genoemd door detailhandel). Ondernemers die 'misschien' mee willen helpen geven aan dat dit afhankelijk is van hetgeen er georganiseerd wordt, er duidelijkheid volgt over side events, en of hetgeen georganiseerd wordt iets toevoegt voor het bedrijf. Een enkele ondernemer vraagt specifiek om iets voor de detailhandel. Een ander geeft aan meer duidelijkheid te willen over wat een side event is.

In vergelijking met vorig jaar zijn minder bedrijven bereidwillig betrokken te zijn bij side events om hierboven genoemde redenen. In 2021 wilde 44,6% betrokken wel betrokken worden en 33,7% niet. Dit jaar is het percentage ondernemers dat niet betrokken wil worden gegroeid naar 51,9% en het percentage dat wel betrokken wil worden gedaald naar 32,1%. De plek waar de onderneming in Zandvoort gevestigd is laat geen significante verschillen zien in de welwillendheid.

#### 4.6 Rapportcijfer DGP

Er is aan de ondernemers gevraagd om een rapportcijfer te geven voor het evenement de Dutch Grand Prix. 81 ondernemers (77,8%) geven de DGP in Zandvoort een rapportcijfer van een 8 of hoger. 8 is het meest gegeven cijfer. Het gemiddelde rapportcijfer is een 8,3. Dit is een verbetering ten opzichte van vorig jaar (gemiddelde was toen een 7,9).

Rapportcijfer evenement DGP	N	%
4	2	1,9
5	2	1,9
6	5	4,8
7	14	13,5
8	33	31,7
9	18	17,3
10	30	28,8
<b>Totaal</b>	<b>104</b>	<b>100</b>
Gemiddelde	8,3	

Tabel 4.34

#### 4.7 Opmerkingen/verbeterpunten

Naast complimenten voor het goed verlopen raceweekend gaven ondernemers ook een serie verbeterpunten:

- **Mobiliteit en bereikbaarheid:** meerdere ondernemers gaven aan dat leveranciers, personeel en acts die kwamen optreden hun zaak niet konden bereiken of niet konden parkeren. Dit was ook wanneer doorlaatbewijzen daartoe wel verstrekt waren. Een tip van een ondernemer was het werken met kentekens i.p.v. doorrijkaarten. Een andere suggestie was het al begin juli plaatsen van de loopbruggen om de verkeersdoorstroming in het gehele hoogseizoen te bevorderen.
- **Communicatie:** meerdere ondernemers geven aan graag betere communicatie te willen met de gemeente en met Zandvoort Beyond. Specifiek gaat het om communicatie over toegankelijkheid dorp, waar en wanneer wel of niet geparkeerd kan worden. Daarnaast verzoek vroegtijdig betrekken van ondernemers aan boulevard Barnaart.
- **Verspreiding bezoekers:** Een aantal ondernemers geven aan dat de bezoekers beter over het dorp verspreid moeten worden. Zo was het in de Haltestraat erg druk, terwijl het Gasthuisplein relatief leeg was en beter benut kan worden. Daarnaast gaven de ondernemers aan dat de smalle straten erg druk zijn en dat hier weinig zicht op is. Een enkeling pleitte voor meer events op het strand. Daarnaast werd geadviseerd side events over heel Zandvoort te spreiden en de side events middels looproutes met elkaar te verbinden (bv wandelroute zoals in Monza).
- **Openbare toiletten:** ondernemers geven aan dat er op bepaalde locaties/looproutes te weinig openbare toiletten geplaatst zijn. Hierdoor zijn er veel wildplassers te zien in het dorp.

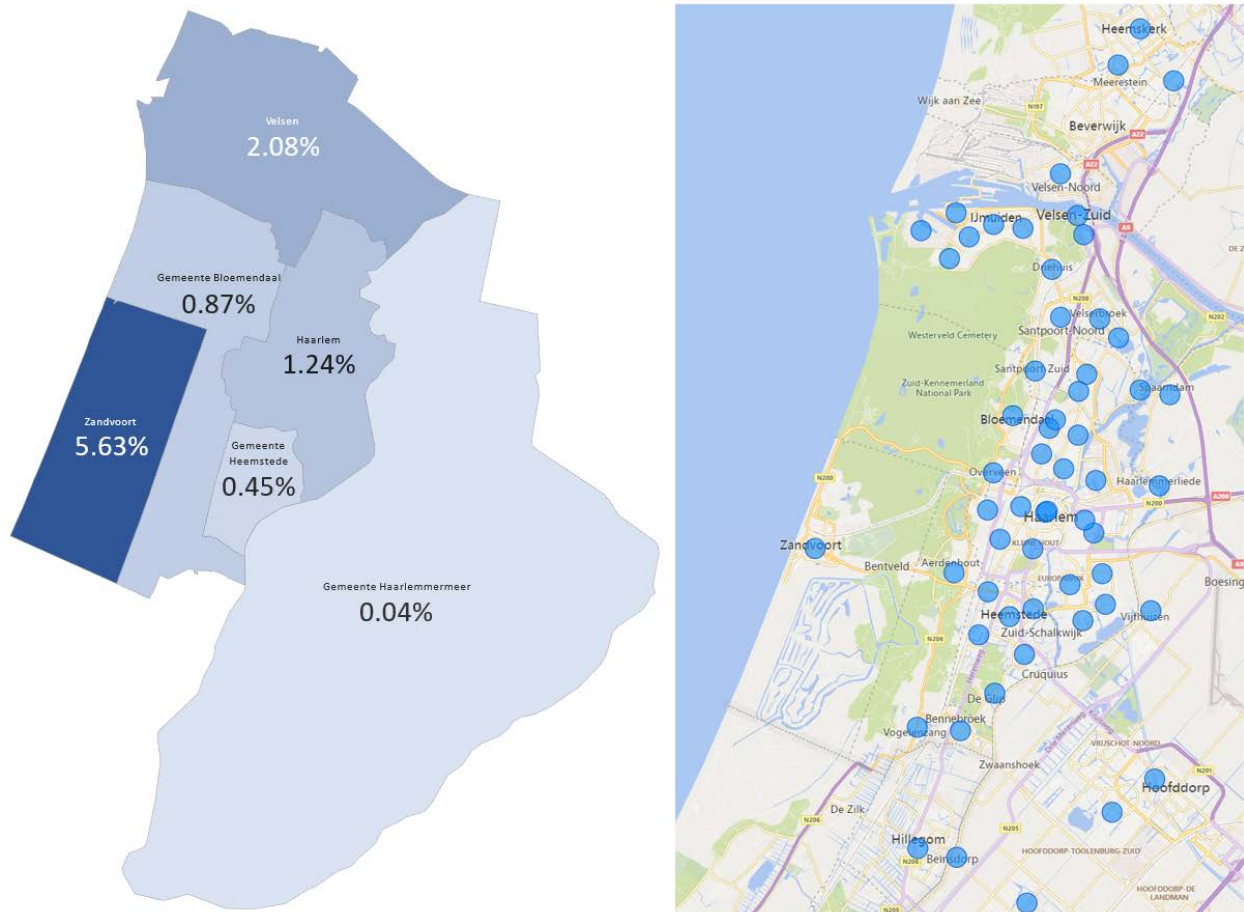
- **Beschonken gasten:** een aantal ondernemers geeft aan dit jaar veel meer overlast te hebben ervaren door beschonken gasten dan het jaar ervoor. Op de drukke routes wordt gevraagd om meer **handhaving** en/of er mogelijkheden zijn minder alcohol te schenken.
- **Aankleding:** enkele ondernemers suggereerden meer aankleding en vlaggetjes of een lange slinger led lampjes langs de boulevard
- **Afgesloten gebieden:** een aantal ondernemers gaf aan dat zij weinig tot geen bezoekers kregen, doordat het gebied waarin hun onderneming gevestigd is, afgesloten werd van de looproute. De vraag vanuit deze ondernemingen is om kritisch te kijken naar deze looproutes en ervoor te zorgen dat zo veel mogelijk ondernemers hiervan kunnen profiteren. Daarbij wordt aandacht gevraagd voor ondernemers die niet van het raceweekend profiteren. Een suggestie was een braderie voor de detailhandel op een ander moment in het jaar.



# 5 Bewoners Zandvoort en omliggende gemeenten

## 5.1 Basiskenmerken

In totaal hebben 4.071 respondenten, bijna 90 procent van de 4.539 respondenten uit de gemeenten Zandvoort, Bloemendaal, Haarlem, Haarlemmermeer, Heemstede, en Velsen, de vragenlijst volledig ingevuld. De onderstaande figuur 5.1 geeft een overzicht van de relatieve omvang van de gelegenheidssteekproef in relatie tot het aantal inwoners van 15 jaar en ouder per deelnemende gemeente (Bron Statline CBS: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/84910NED/table?dl=6F9EE>).



Grafiek 5.1. Relatieve steekproefgrootte in relatie tot het totaal aantal inwoners 15 jaar en ouder en relevante locaties respondenten in de deelnemende gemeenten.

Tabel 5.1 geeft een beschrijving van de respondenten in de verschillende gemeenten. Aggregaat gegevens van de gemeenten zijn verkregen via het CBS en beperken zich tot bewoners van 15 jaar en ouder.

	Bloemendaal			Haarlem			Haarlemmermeer			Heemstede			Velsen			Zandvoort		
Leeftijd	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%
18-19	0	0,0	8,6	2	0,1	6,1	0	0,0	8,2	0	0,0	5,9	1	0,1	6,8	0	0,0	5,6
20-29	4	2,4	7,0	30	1,8	14,1	1	2,0	13,0	2	1,6	6,0	22	1,8	13,4	21	2,5	10,3
30-39	11	6,5	7,9	127	7,6	18,5	5	10,0	14,9	15	12,1	9,1	83	6,9	13,5	45	5,4	11,7
40-49	31	18,2	15,7	228	13,6	16,8	10	20,0	16,2	35	28,2	12,9	176	14,5	13,8	122	14,5	14,7
50-59	46	27,1	19,2	364	21,7	16,5	13	26,0	19,3	38	30,6	14,1	237	19,6	19,0	198	23,6	18,6
60-	75	44,1	41,6	866	51,7	28,0	20	40,0	28,5	32	25,8	34,2	681	56,2	33,5	432	51,4	39,1
Geen antwoord	3	1,8		59	3,5		1	2,0		2	1,6		11	0,9		22	2,6	
Totaal	170	100,0	100,0	1676	100,0	100,0	50	100,0	100,0	124	100,0	100,0	1211	100,0	100,0	840	100,0	100,0
Geslacht	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%
Man	99	58,2	47,5	911	54,4	48,7	23	46,0	49,5	59	47,6	47,5	702	58,0	49,4	440	52,4	48,1
Vrouw	70	41,2	52,5	725	43,3	51,3	26	52,0	50,5	62	50,0	52,5	497	41,0	50,6	382	45,5	51,9
Non binair	1	0,6		23	1,4		1	2,0		3	2,4		12	1,0		9	1,1	
Geen antwoord	0	0,0		17	1,0		0	0,0		0	0,0		0	0,0		9	1,1	
Totaal	170	100,0	100,0	1676	100,0	100,0	50	100,0	100,0	124	100,0	100,0	1211	100,0	100,0	840	100,0	100,0
Opleidingsniveau	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%	n	n%	p%
Geen onderwijs	1	0,6		0	0,0		0	0,0		0	0,0		0	0,0		6	0,7	
Basisonderwijs	0	0,0	17,6	5	0,3	23,2	0	0,0	26,7	0	0,0	17,7	7	0,6	28,3	6	0,7	26,7
LBO, VMBO, MAVO	6	3,5		160	9,5		8	16,0		5	4,0		134	11,1		133	15,8	
HAVO, VWO, HBS, MBO	29	17,1	27,7	319	19,0	33,8	17	34,0	43,3	18	14,5	28,8	365	30,1	46,3	264	31,4	39,1
HBO	54	31,8		662	39,5		14	28,0		50	40,3		438	36,2		286	34,0	
WO (Universiteit)	76	44,7	54,6	499	29,8	43,0	8	16,0	30,0	45	36,3	53,6	214	17,7	25,4	117	13,9	34,2
Anders	0	0,0		6	0,4		0	0,0		0	0,0		13	1,1		8	1,0	
Geen antwoord	4	2,4		25	1,5		3	6,0		6	4,8		40	3,3		20	2,4	
Totaal	170	100,0	100,0	1676	100,0	100,0	50	100,0	100,0	124	100,0	100,0	1211	100,0	100,0	840	100,0	100,0

*Opmerkingen.* <sup>a</sup> = CBS StatLine. (2022, 6 juni 2022). StatLine - Bevolking; migratieachtergrond, generatie, leeftijd, regio, 1 januari 2022. <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/84910NED/table?dl=71F89> (Wij rapporteren enkel over de bevolking van 15 jaar en ouder.)  
<sup>b</sup> = CBS StatLine. (2020, 1 december 2021). StatLine - Bevolking 15 tot 75 jaar; opleidingsniveau, wijken en buurten, 2020. <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/85051NED/table?dl=6FAAB> (CBS maakt onderscheid tussen drie opleidingsniveaus: laag (alles tot en met jaar 3 havo/vwo), middelbaar (havo/vwo of mbo) en hoog (hbo of wo).)  
n = aantal observaties in de Gelegenheidssteekproef, n% = relatieve omvang binnen de Gelegenheidssteekproef, p% = relatieve omvang binnen de populatie 15 jaar en ouder.

**Tabel 5.1** Demografische beschrijving van de Gelegenheidssteekproef in relatie tot de totale populatie 15 jaar en ouder.

Tabel 5.1 laat zien dat onze Gelegenheidssteekproef in belangrijke opzichten afwijkt van de populatie van 15 jaar en ouder. Zo is de populatie in onze Gelegenheidssteekproef in de meeste gemeenten ouder, man, en in hoger opgeleid dan gemiddeld. Dit moet meegenomen worden in de interpretatie van de uitkomsten hieronder. Een laatste opmerking t.a.v. de relatief kleine steekproefgrootte van de gemeente Haarlemmermeer. Hier is gekozen om niet de gehele gemeente te benaderen, maar enkel die postcodegebieden die dicht tegen Zandvoort aan liggen (1161 (20), 1162, 1165 (9), 1171, 2142, 2064, 2065 (5), 2066, 2131, 2135. 2141, 2152). In figuur 5.1 wordt de ligging van alle door respondenten gemelde postcodes getoond.

## 5.2 Bezoek evenementen en activiteiten in Zandvoort rondom de DGP

We hebben dit jaar extra vragen gesteld die meer inzicht bieden in het bezoek aan Zandvoort en de evenementen en activiteiten die daar hebben plaats gevonden in de periode van 6 augustus tot en met 4 september. De resultaten hiervan zijn te zien in tabellen 5.2, 5.3 en 5.4.

	Totaal	Bloemendaal	Haarlem	Haarlemmermeer	Heemstede	Velsen
Nee	63,2	39,4	60,0	62,0	34,7	74,1
Ja, een keer	15,8	17,1	18,1	10,0	12,1	13,1
Ja, meerdere keren	20,9	43,5	22,0	26,0	53,2	12,8
Geen antwoord	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0
Totaal (n)	3231	170	1676	50	124	1211

Tabel 5.2. Zandvoort bezocht in percentages tussen 6 augustus en 4 september.

Uit tabel 5.2 valt af te lezen dat het vooral bewoners uit Haarlem, Haarlemmermeer en Velsen zijn die Zandvoort niet hebben bezocht in deze periode. Het zijn met name bewoners uit Bloemendaal en Heemstede die positief afwijken en ook de twee gemeenten zijn waarin bewoners relatief vaker Zandvoort hebben bezocht in deze periode. Tabel 5.3 geeft inzicht in de redenen waarom mensen Zandvoort hebben bezocht in deze periode.

	Totaal	Bloemendaal	Haarlem	Haarlemmermeer	Heemstede	Velsen
Bezoek Dutch Grand Prix (op het circuit)	20,5	32,0	13,7	50,0	40,7	24,2
Bezoek strand	48,4	57,3	55,4	33,3	69,1	26,1
Winkelen	5,7	8,7	5,5	0,0	3,7	6,1
Sfeer en gezelligheid van Dutch Grand Prix proeven in het dorp	21,7	26,2	18,6	16,7	32,1	24,2
Bezoek (neven)activiteiten Dutch Grand Prix	8,7	8,7	9,1	11,1	16,0	5,7
Bezoek familie/vrienden	11,6	11,7	12,7	0,0	14,8	9,2
Bezoek vanwege werk/zaken	4,7	7,8	4,9	5,6	2,5	3,8
Dagje uit	9,8	4,9	10,1	22,2	7,4	10,5
Overig	21,8	17,5	20,1	16,7	19,8	27,7
Totaal (n)	1187	103	671	18	81	314

Tabel 5.3. Reden van bezoek aan Zandvoort uitgedrukt in percentages van mensen die hebben aangegeven Zandvoort een of meerdere malen te hebben bezocht in de periode 6 augustus tot en met 4 september.

Een bezoek aan het strand is voor de meeste bewoners de belangrijkste reden Zandvoort te bezoeken. Een bezoek aan de DGP, de sfeer rondom de DGP, en overig zijn daarnaast belangrijke redenen Zandvoort te bezoeken. De nevenactiviteiten rondom de DGP is voor niet veel mensen een reden geweest Zandvoort te bezoeken. Meer hierover aan de hand van tabel 5.4.

	Totaal	Bloemendaal	Haarlem	Haarlemmermeer	Heemstede	Velsen	Zandvoort
Amsterdamse Avond (6 augustus)	8,0	5,6	1,1	0,0	2,6	0,0	10,8
Zandvoort Alive (14 augustus)	8,0	11,1	5,4	0,0	10,3	0,0	9,3
Wapen van Zandvoort Live in Concert (20 augustus)	5,6	2,8	1,6	0,0	2,6	0,0	7,4
Wapen van Zandvoort Kids Zomerfestijn (21 augustus)	1,3	0,0	1,1	0,0	0,0	1,1	1,5
Yves Nodigt Uit (27 augustus)	12,5	2,8	1,1	0,0	0,0	0,0	17,5
Show Car Red Bull (30 augustus)	12,6	13,9	10,8	20,0	23,1	7,4	13,0
Mobile Media Lab (politie) (1 t/m 4 september)	2,5	0,0	1,1	0,0	7,7	1,1	2,9
Fanmile op de Boulevard: o.a. Marine Roadshow, merchandise, simulatoren (1 t/m 4 september)	14,5	19,4	15,1	0,0	20,5	14,9	13,9
Carrera Racebaan (1 t/m 4 september)	2,3	8,3	3,8	0,0	5,1	0,0	1,8
Kartbaan	7,2	0,0	3,8	20,0	0,0	3,2	8,9
Reuzenrad	19,7	16,7	12,4	20,0	10,3	10,6	22,9
Hinkelbaan in 3D Street Art	5,7	2,8	2,2	0,0	2,6	2,1	7,1
Car Art Festival	11,3	5,6	4,3	0,0	0,0	3,2	14,5
Expositie Toon van Driel in Zandvoorts Museum	6,3	16,7	2,7	0,0	2,6	0,0	7,5
Anders	21,2	25,0	36,6	20,0	30,8	56,4	13,2
<b>Totaal (n)</b>	<b>1200</b>	<b>36</b>	<b>186</b>	<b>5</b>	<b>39</b>	<b>94</b>	<b>840</b>

Tabel 5.4. Welke evenementen/activiteiten heeft men bezocht uitgedrukt in percentages van mensen die hebben aangegeven in de periode 6 augustus tot en met 4 september Zandvoort hebben bezocht vanwege de sfeer of activiteiten rondom de DGP.

In tabel 5.4 zijn ditmaal ook bezoekers van Zandvoort zelf meegenomen. Het reuzenrad en de restcategorie 'anders' zijn de belangrijkste redenen geweest om activiteiten rondom de DGP te bezoeken. Verder waren de

Red Bull car show en de fanmle op de boulevard populaire bestemmingen onder bewoners uit Zandvoort en naastgelegen gemeenten.

### 5.3 Betrokkenheid DGP

#### 5.3.1 Bezoek circuit

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Velsen		Zandvoort	
Ja	598	14,7%	37	21,8%	109	6,5%	11	22,0%	35	28,2%	83	6,9%	323	38,5%
Nee	3473	85,3%	133	78,2%	1567	93,5%	39	78,0%	89	71,8%	1128	93,1%	517	61,5%
Totaal	4071	100,0%	170	100,0%	1676	100,0%	50	100,0%	124	100,0%	1211	100,0%	840	100,0%

Tabel 5.5 Bezoek circuit tijdens het raceweekend.

Bewoners van Zandvoort hebben zowel in absolute en relatieve zin het meest de DGP op het circuit bezocht. Dit jaar is dat 38,5 procent van de respondenten en vorig jaar was dat 46,5 procent. Dit zou mogelijk verklaart kunnen worden doordat de nieuwigheid van vorig jaar er dit jaar af is.

#### 5.3.2 DGP gekeken Tv/ Media

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Velsen		Zandvoort	
Ja	2414	59,3%	98	57,6%	786	46,9%	40	80,0%	88	71,0%	712	58,8%	690	82,1%
Nee	1657	40,7%	72	42,4%	890	53,1%	10	20,0%	36	29,0%	499	41,2%	150	17,9%
Totaal	4071	100,0%	170	100,0%	1676	100,0%	50	100,0%	124	100,0%	1211	100,0%	840	100,0%

Tabel 5.6 Heeft een of meerdere wedstrijden via tv gevolgd.

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Velsen		Zandvoort	
Ja	2114	51,9%	98	57,6%	702	41,9%	30	60,0%	81	65,3%	641	52,9%	562	66,9%
Nee	1957	48,1%	72	42,4%	974	58,1%	20	40,0%	43	34,7%	570	47,1%	278	33,1%
Totaal	4071	100,0%	170	100,0%	1676	100,0%	50	100,0%	124	100,0%	1211	100,0%	840	100,0%

Tabel 5.7 Heeft een of meerdere wedstrijden via andere media gevolgd (zoals radio, internet, krant).

Bewoners uit Zandvoort bekeken relatief vaker dan in andere gemeenten een wedstrijd via tv. Tv heeft vrijwel overal de voorkeur. Het percentage dat de wedstrijden van de DGP via andere media volgde is overal gelijk of lager.

#### 5.3.3 Liefhebber sport en autosport

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Velsen		Zandvoort	
Sport	3.9	72.5%	4.0	77.1%	3.8	70.9%	4.0	72.0%	4.1	80.6%	3.8	70.9%	4.0	75.8%
Autosport	3.0	41.6%	2.9	42.4%	2.6	30.7%	3.5	50.0%	3.3	50.8%	3.0	39.4%	3.7	64.6%
Totaal		4071		170		1676		50		124		1211		840

Tabel 5.8 Mate waarin men liefhebber van sport/autosport is.

In tabel 5.8 staan achtereenvolgens de gemiddelde waardering op een vijfpunt-schaal (1 - ik ben helemaal geen liefhebber en 5 - ik ben helemaal wel een liefhebber) en het percentage dat positief heeft gereageerd op de vraag (4 of 5). Het gegeven dat autosport een selectie van het totale aantal sporten betreft, is het logisch dat het percentage liefhebbers van autosport kleiner is dan het percentage sport liefhebbers. In Zandvoort lijkt het aantal sport en autosport liefhebbers dicht bij elkaar te liggen.

### 5.3.4 Persoonlijk betrokken gevoeld bij DGP

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Velsen		Zandvoort	
Betrokkenheid	2.4	22.9%	2.5	29.4%	2.0	14.0%	2.7	30.0%	2.8	33.1%	2.2	15.9%	3.3	47.4%
Totaal		4071		170		1676		50		124		1211		840

Tabel 5.9 Mate waarin men zich betrokken heeft gevoeld bij het evenement de DGP.

Tabel 5.9 dient op dezelfde wijze gelezen te worden als tabel 5.8. Bewoners van Zandvoort voelden zich evident meer betrokken bij het evenement dan bewoners in omliggende gemeenten.

## 5.4 Beleving Dutch Grand Prix

Om de beleving van bewoners rondom de DGP na te vragen zijn er een zestien 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. In de onderstaande tabel 5.10 zijn de gemiddelde van deze zestien stellingen samengevat. Indien het gemiddelde lager dan een 3 is, is men het niet eens met de stelling, daarboven wel.

		Totaal (n = 4071)		Bloemendaal (n = 170)		Haarlem (n = 1676)		Haarlemmermeer (n = 50)		Heemstede (n = 124)		Velsen (n = 1211)		Zandvoort (n = 840)	
		G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S	G	S
1	Ik zal het evenement nog bijzonder lang blijven herinneren	3,3	1,4	3,3	1,5	2,8	1,4	3,8	1,1	3,7	1,4	3,2	1,4	4,1	1,1
2	Ik ben diep onder de indruk geraakt van het evenement	3,1	1,5	3,0	1,5	2,6	1,4	3,5	1,0	3,5	1,4	3,0	1,4	3,9	1,2
3	Ik ben trots op het feit dat dit evenement in mijn regio heeft plaatsgevonden	3,3	1,6	3,1	1,7	2,8	1,6	3,9	1,2	3,6	1,5	3,3	1,5	4,2	1,2
4	Ik vind het volkomen terecht dat topsportevenementen naar mijn regio gehaald worden	3,5	1,4	3,2	1,6	3,1	1,5	3,8	1,0	3,7	1,4	3,4	1,3	4,1	1,2
5	Ik heb genoten van dit evenement	3,3	1,5	3,2	1,6	2,8	1,5	4,0	1,1	3,6	1,5	3,4	1,4	4,2	1,2
6	Ik ben positief verrast door het evenement	3,2	1,4	3,1	1,5	2,8	1,5	3,7	1,0	3,5	1,5	3,2	1,3	4,0	1,2
7	Ik vind het evenement een grote aanwinst voor mijn regio	3,3	1,6	3,0	1,7	2,8	1,6	3,8	1,1	3,5	1,6	3,3	1,5	4,2	1,2
8	Ik heb me veilig gevoeld gedurende het evenement	4,0	1,1	3,9	1,2	3,9	1,2	4,1	0,8	4,1	1,2	4,1	1,0	4,1	1,1
9	Ik ben mijn woonplaats gedurende het evenement ontvlucht	1,8	1,1	2,1	1,3	2,0	1,2	1,4	0,7	1,6	1,0	1,6	1,0	1,7	1,1
10	Ik heb overlast ervaren gedurende het evenement	2,3	1,4	2,7	1,4	2,5	1,4	2,2	1,5	2,3	1,5	1,9	1,2	2,3	1,4
11	Ik heb me behoorlijk gestoord aan het evenement	2,1	1,4	2,5	1,6	2,5	1,5	1,7	1,1	1,9	1,3	1,9	1,3	1,8	1,2
12	Ik ben vooraf goed geïnformeerd over het evenement	3,6	1,1	3,6	1,2	3,4	1,1	3,8	1,0	3,9	1,1	3,4	1,1	4,1	1,0
13	Ik vind het evenement de investeringen waard	3,1	1,5	2,9	1,6	2,7	1,5	3,7	1,1	3,4	1,5	3,1	1,4	3,9	1,3
14	Ik vind het onbegrijpelijk dat delen van het duingebied een week lang niet toegankelijk zijn	2,9	1,5	3,0	1,6	3,2	1,5	2,6	1,3	2,7	1,5	2,9	1,5	2,5	1,5
15	Het evenement druist in tegen mijn persoonlijke waarden	2,5	1,5	2,7	1,6	3,0	1,6	1,9	1,0	2,3	1,4	2,4	1,4	1,8	1,2
16	Het evenement versterkt mijn vriendschappen in mijn woonplaats	2,6	1,3	2,5	1,4	2,2	1,2	2,9	1,1	2,7	1,3	2,5	1,2	3,4	1,2

*Opmerkingen.* G = Gemiddelde, S = Standaard Afwijking. Gemiddelde opinie (1 = zeer mee oneens, 5 = zeer mee eens) betreffende de 16 stellingen over de beleving van de Dutch Grand Prix. Standaardafwijkingen rond de 2, of hoger, geven aan dat er grotere verschillen bestaan tussen respondenten.

Tabel 5.10. Zestien stellingen ten aanzien van de Dutch Grand Prix.

#### 5.4.1 Informatievoorziening

In tabel 5.10, stelling 12, valt af te lezen dat men het overwegend eens is vooraf goed te zijn geïnformeerd over het evenement. Dit geldt met name voor Zandvoort en in iets mindere mate voor de omliggende gemeenten.

#### 5.4.2 Gevoelens van veiligheid

Kijkend naar de gemiddelden in tabel 5.10, stelling 8, dan hebben bewoners zich in het algemeen erg veilig gevoeld. De laagste gerapporteerde score is een 3,9. In de kwalitatieve opmerkingen gaven mensen uit naastgelegen gemeenten regelmatig aan dat het rustiger dan ooit was in hun omgeving. Echter zijn er door respondenten ook opmerkingen gemaakt over zeer kwalijke incidenten waarbij bezoekers van het evenement zich niet bekommerden om de persoonlijke integriteit van medebezoekers (waaronder dus medebewoners zelf). Dit is een fenomeen dat zich vaker voordoet bij grote evenementen, ook internationaal, en is dus iets waar organisatoren alert op moeten zijn.

#### 5.4.3 Ervaren hinder of overlast

In tabel 5.10, stelling 9, geven weinig respondenten aan hun omgeving te zijn ontvlucht. Ook als het gaat om overlast in tabel 5.3, stelling 10, dan is die relatief mild te noemen. Weinig mensen geven ook aan dat zij zich hebben gestoord aan het evenement in tabel 5.10, stelling 11. Haarlem steekt hier overigens wat negatiever af dan andere gemeenten. Respondenten uit Haarlem lijken daarbij ook iets meer verdeeld te zijn. Waarschijnlijk komt dat doordat vrijwel alle bezoekers van de DGP via Haarlem doorreizen naar Zandvoort zelf. Het zal, met de zuidooster wind, in ieder geval niet aan het geluid van racende wagens hebben gelegen, want die waaide de zee op. Het waren vooral de diverse feestjes in de omgeving met harde beats, drank en drugs, die sommige bewoners een negatieve ervaring hebben gegeven. Het gebruik van passen om met de wagen dicht bij het circuit te komen werd ook niet altijd door iedereen gewaardeerd. Evenals geblokkeerde spoorwegovergangen. Daar tegenover staat echter dat veel mensen aangeven dat het 3-4 daags durende ongemak ruimschoots opweegt tegen de grandeur van de Grand Prix.

#### 5.4.4 Gevoelens van trots

Trotsheid op het evenement, zie tabel 5.10, stelling 3, is iets dat overwegend voor Zandvoort en de 50 naastgelegen bewoners uit de gemeente Haarlemmermeer geldt. Deze groep, zie vraag 4, vindt het dan ook terecht dat het evenement in de regio plaatsvindt en bestempelt het als aanwinst (vraag 7). Vorig jaar gaf men iets sterker aan trots te zijn. Het is echter lastig om dit soort uitspraken te onderbouwen als het gaat om gelegenheidssteekproeven. Er kan natuurlijk sprake zijn van gewenning. Het echt absoluut nieuwe van de DGP dit jaar, is er dan ook van af.

#### 5.4.5 Beleving

In tabel 5.10 zijn het met name stellingen 1 (memorabiliteit), 2 (indruk), 5 (genieten), 6 (positief verast zijn) en 13 (waardevolle investering) die iets zeggen over de beleving. Bij Zandvoort zijn deze wederom het hoogst.



## 5.5 Positieve effecten

Tabel 5.11 biedt een overzicht van het belang dat respondenten hechten aan de positieve effecten van de DGP.

		Totaal (n = 4071)		Bloemendaal (n = 170)		Haarlem (n = 1676)		Haarlemmermeer (n = 50)		Heemstede (n = 124)		Velsen (n = 1211)		Zandvoort (n = 840)		
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	Het evenement levert inkomsten op voor lokale bedrijven/ondernemers	Onbelangrijk	563	13,8	33	19,4	320	19,1	2	4,0	8	6,5	145	12,0	55	6,5
		Neutraal	1147	28,2	53	31,2	557	33,2	11	22,0	37	29,8	367	30,3	122	14,5
		Belangrijk	2342	57,5	84	49,4	792	47,3	37	74,0	77	62,1	696	57,5	656	78,1
		Ontbreekt	19	0,5	0	0,0	7	0,4	0	0,0	2	1,6	3	0,2	7	0,8
2	Het evenement is goed voor de werkgelegenheid	Onbelangrijk	671	16,5	39	22,9	386	23,0	3	6,0	13	10,5	172	14,2	58	6,9
		Neutraal	1394	34,2	55	32,4	625	37,3	12	24,0	50	40,3	468	38,6	184	21,9
		Belangrijk	1986	48,8	74	43,5	659	39,3	35	70,0	60	48,4	569	47,0	589	70,1
		Ontbreekt	20	0,5	2	1,2	6	0,4	0	0,0	1	0,8	2	0,2	9	1,1
3	Het evenement trekt bezoekers naar Zandvoort en de omliggende gemeenten	Onbelangrijk	874	21,5	61	35,9	501	29,9	4	8,0	27	21,8	212	17,5	69	8,2
		Neutraal	1028	25,3	41	24,1	477	28,5	14	28,0	26	21,0	364	30,1	106	12,6
		Belangrijk	2142	52,6	67	39,4	683	40,8	32	64,0	69	55,6	632	52,2	659	78,5
		Ontbreekt	27	0,7	1	0,6	15	0,9	0	0,0	2	1,6	3	0,2	6	0,7
4	Het evenement zet Zandvoort en de omliggende gemeenten internationaal op de kaart	Onbelangrijk	961	23,6	55	32,4	555	33,1	5	10,0	30	24,2	239	19,7	77	9,2
		Neutraal	873	21,4	38	22,4	410	24,5	11	22,0	24	19,4	312	25,8	78	9,3
		Belangrijk	2213	54,4	74	43,5	704	42,0	34	68,0	67	54,0	657	54,3	677	80,6
		Ontbreekt	24	0,6	3	1,8	7	0,4	0	0,0	3	2,4	3	0,2	8	1,0
5	Het evenement brengt mensen samen	Onbelangrijk	649	15,9	33	19,4	378	22,6	2	4,0	12	9,7	161	13,3	63	7,5
		Neutraal	1406	34,5	64	37,6	621	37,1	14	28,0	44	35,5	432	35,7	231	27,5
		Belangrijk	1981	48,7	71	41,8	660	39,4	34	68,0	66	53,2	612	50,5	538	64,0
		Ontbreekt	35	0,9	2	1,2	17	1,0	0	0,0	2	1,6	6	0,5	8	1,0
6	Het evenement maakt bewoners trots op hun woonplaats/regio	Onbelangrijk	841	20,7	48	28,2	480	28,6	6	12,0	22	17,7	211	17,4	74	8,8
		Neutraal	1258	30,9	52	30,6	588	35,1	10	20,0	29	23,4	436	36,0	143	17,0
		Belangrijk	1937	47,6	67	39,4	593	35,4	34	68,0	71	57,3	558	46,1	614	73,1
		Ontbreekt	35	0,9	3	1,8	15	0,9	0	0,0	2	1,6	6	0,5	9	1,1
7	Het evenement versterkt het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten	Onbelangrijk	909	22,3	52	30,6	519	31,0	5	10,0	26	21,0	235	19,4	72	8,6
		Neutraal	1013	24,9	41	24,1	479	28,6	11	22,0	26	21,0	351	29,0	105	12,5
		Belangrijk	2106	51,7	77	45,3	659	39,3	34	68,0	68	54,8	614	50,7	654	77,9
		Ontbreekt	43	1,1	0	0,0	19	1,1	0	0,0	4	3,2	11	0,9	9	1,1
8	Door het evenement ontwikkelt het dorp en de omliggende gemeenten zich (verbetering infrastructuur / publieke voorzieningen)	Onbelangrijk	826	20,3	44	25,9	474	28,3	2	4,0	13	10,5	222	18,3	71	8,5
		Neutraal	1378	33,8	60	35,3	599	35,7	21	42,0	37	29,8	446	36,8	215	25,6
		Belangrijk	1824	44,8	63	37,1	589	35,1	25	50,0	72	58,1	530	43,8	545	64,9
		Ontbreekt	43	1,1	3	1,8	14	0,8	2	4,0	2	1,6	13	1,1	9	1,1
9	Het evenement maakt mensen blij	Onbelangrijk	423	10,4	25	14,7	250	14,9	0	0,0	11	8,9	96	7,9	41	4,9
		Neutraal	1179	29,0	55	32,4	588	35,1	9	18,0	30	24,2	340	28,1	157	18,7
		Belangrijk	2424	59,5	90	52,9	817	48,7	41	82,0	80	64,5	763	63,0	633	75,4
		Ontbreekt	45	1,1	0	0,0	21	1,3	0	0,0	3	2,4	12	1,0	9	1,1

Tabel 5.11. Belang positieve effecten.

Algemeen bekeken zijn het twee positieve effecten van het evenement die er boven uitsteken ten opzichte van de rest: 1. het evenement maakt mensen blij en 2. het evenement levert inkomsten op voor de lokale ondernemers. Haarlem en Bloemendaal zijn over het algemeen kritisch ten aanzien van het belang van de positieve effecten. Respondenten hadden de mogelijkheid om in woorden te reageren op de positieve effecten



en daar zaten vrij veel kritische opmerkingen tussen die gingen over overlast, overbelasting, het meten met twee maten en belasting van het milieu. Men twijfelt soms ook of het echt om lokale ondernemers gaat die ervan profiteren. Kortom, de mogelijk om te reageren op de positieve effecten heeft vooral een belangrijke groep respondenten de ruimte gegeven te ventileren. Daardoor worden opmerkingen die trots, blijheid, gezelligheid uitdrukken lichtelijk ondergesneeuwd. De cijfers geven wat dat betreft een wat genuanceerder beeld dan de open reacties. Sprekend is misschien ook wel dat respondenten eerder neutraal lijken te zijn ten aanzien van positieve effecten dan deze onbelangrijk lijken te vinden.

## 5.6 Negatieve effecten

		Totaal (n = 4071)		Bloemendaal (n = 170)		Haarlem (n = 1676)		Haarlemmermeer (n = 50)		Heemstede (n = 124)		Velsen (n = 1211)		Zandvoort (n = 840)		
		n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	Het evenement zorgt voor geluidsoverlast	Onbelangrijk	1419	34,9	39	22,9	419	25,0	27	54,0	54	43,5	387	32,0	493	58,7
		Neutraal	1291	31,7	63	37,1	514	30,7	15	30,0	36	29,0	440	36,3	223	26,5
		Belangrijk	1338	32,9	66	38,8	734	43,8	8	16,0	33	26,6	379	31,3	118	14,0
		Ontbreekt	23	0,6	2	1,2	9	0,5	0	0,0	1	0,8	5	0,4	6	0,7
2	Het evenement zorgt voor schade aan het milieu	Onbelangrijk	794	19,5	33	19,4	214	12,8	15	30,0	28	22,6	193	15,9	311	37,0
		Neutraal	1371	33,7	50	29,4	437	26,1	22	44,0	44	35,5	449	37,1	369	43,9
		Belangrijk	1879	46,2	86	50,6	1015	60,6	13	26,0	50	40,3	562	46,4	153	18,2
		Ontbreekt	27	0,7	1	0,6	10	0,6	0	0,0	2	1,6	7	0,6	7	0,8
3	Het evenement zorgt voor hinder (bv weg afzettingen / parkeer problemen)	Onbelangrijk	1249	30,7	48	28,2	412	24,6	18	36,0	51	41,1	349	28,8	371	44,2
		Neutraal	1371	33,7	59	34,7	537	32,0	13	26,0	37	29,8	488	40,3	237	28,2
		Belangrijk	1427	35,1	62	36,5	714	42,6	19	38,0	36	29,0	370	30,6	226	26,9
		Ontbreekt	24	0,6	1	0,6	13	0,8	0	0,0	0	0,0	4	0,3	6	0,7
4	Het evenement kost geld van de belastingbetaler	Onbelangrijk	833	20,5	35	20,6	257	15,3	18	36,0	34	27,4	222	18,3	267	31,8
		Neutraal	1548	38,0	61	35,9	558	33,3	18	36,0	48	38,7	492	40,6	371	44,2
		Belangrijk	1661	40,8	73	42,9	852	50,8	14	28,0	41	33,1	487	40,2	194	23,1
		Ontbreekt	29	0,7	1	0,6	9	0,5	0	0,0	1	0,8	10	0,8	8	1,0
5	Het evenement leidt tot gevoelens van onveiligheid	Onbelangrijk	1168	28,7	46	27,1	388	23,2	18	36,0	51	41,1	325	26,8	340	40,5
		Neutraal	2041	50,1	88	51,8	884	52,7	23	46,0	47	37,9	649	53,6	350	41,7
		Belangrijk	823	20,2	35	20,6	385	23,0	9	18,0	25	20,2	228	18,8	141	16,8
		Ontbreekt	39	1,0	1	0,6	19	1,1	0	0,0	1	0,8	9	0,7	9	1,1
6	Het evenement verdringt reguliere bezoekers	Onbelangrijk	1385	34,0	47	27,6	457	27,3	26	52,0	54	43,5	398	32,9	403	48,0
		Neutraal	1600	39,3	71	41,8	647	38,6	19	38,0	41	33,1	531	43,8	291	34,6
		Belangrijk	1049	25,8	50	29,4	561	33,5	5	10,0	26	21,0	274	22,6	133	15,8
		Ontbreekt	37	0,9	2	1,2	11	0,7	0	0,0	3	2,4	8	0,7	13	1,5
7	Het evenement is niet goed voor het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten	Onbelangrijk	1635	40,2	63	37,1	535	31,9	23	46,0	60	48,4	454	37,5	500	59,5
		Neutraal	1796	44,1	74	43,5	804	48,0	24	48,0	46	37,1	610	50,4	238	28,3
		Belangrijk	595	14,6	31	18,2	318	19,0	2	4,0	17	13,7	140	11,6	87	10,4
		Ontbreekt	45	1,1	2	1,2	19	1,1	1	2,0	1	0,8	7	0,6	15	1,8
8	Het evenement verdeelt mensen (in voor- en tegenstanders)	Onbelangrijk	1138	28,0	48	28,2	346	20,6	20	40,0	49	39,5	315	26,0	360	42,9
		Neutraal	2039	50,1	83	48,8	848	50,6	23	46,0	50	40,3	670	55,3	365	43,5
		Belangrijk	846	20,8	37	21,8	464	27,7	6	12,0	24	19,4	216	17,8	99	11,8
		Ontbreekt	48	1,2	2	1,2	18	1,1	1	2,0	1	0,8	10	0,8	16	1,9

Tabel 5.12. Belang negatieve effecten.

Tabel 5.12, welke een overzicht biedt van het belang dat respondenten hechten aan de negatieve effecten van het evenement, laat beter zien waar de negatieve open reacties ten aanzien van de positieve effecten vandaan komen. Het aantal respondenten uit Haarlem en Bloemendaal vertegenwoordigt samen bijna 50% van het totaal aantal reacties. Het zijn met name bewoners uit deze twee gemeenten die veel belang hechten aan de milieuschade die het evenement met zich meebrengt. Milieuschade wordt door 46 procent van het totaal aantal respondenten als (heel) belangrijk gezien. Men is in het algemeen (40 procent) ook gevoelig voor het gegeven dat het evenement de belastingbetaler geld kost. In Haarlem is dat zelfs meer dan de helft. In Zandvoort zelf, maar ook in Haarlemmermeer, vindt men de negatieve effecten, gemiddeld genomen, minder belangrijk dan in de overige gemeenten. Op de open vraag die aan het einde werd gesteld komen dezelfde argumenten terug als bij de positieve effecten en wordt er ook regelmatig verwezen naar het antwoord op die eerdere vraag.

## 5.7 Verhuur (delen) eigen woning

Tabel 5.13 laat zien dat in totaal 48 bewoners (1,2 procent van het totaal aantal respondenten) zeggen dat (een deel van) hun woning is verhuurd ten tijdens het evenement.

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heenstede		Velsen		Zandvoort	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ja, verhuurd	48	1,2%	2	1,2%	7	0,4%	0	0,0%	1	0,8%	2	0,2%	36	4,3%
0 euro	5	10,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	4	11,1%
1-149 euro	3	6,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	2	5,6%
150-499 euro	4	8,3%	0	0,0%	2	28,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	5,6%
500-999	10	20,8%	0	0,0%	2	28,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	8	22,2%
1000-1999	8	16,7%	1	50,0%	2	28,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	13,9%
2000-3999	5	10,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	13,9%
4000 of meer	2	4,2%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	5,6%
Wil ik niet zeggen	11	22,9%	1	50,0%	1	14,3%	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	8	22,2%
Gemiddeld	€ 1.028,90		€ 1.500,00		€ 741,70		€ 0,00		€ 0,00		€ 25,00		€ 1.145,40	
Standaard Afwijking	€ 1.063,90		€ 0,00		€ 512,30		€ 0,00		€ 0,00		€ 35,40		€ 1.159,90	
Ja, anders ook	20	41,7%	0	0,0%	4	57,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	15	41,7%
Nee, anders niet	28	58,3%	2	100,0%	3	42,9%	0	0,0%	1	100,0%	1	50,0%	21	58,3%
Nee, niet verhuurd	4008	98,5%	168	98,8%	1661	99,1%	49	98,0%	122	98,4%	1208	99,8%	800	95,2%
Wil ik niet zeggen	15	0,4%	0	0,0%	8	0,5%	1	2,0%	1	0,8%	1	0,1%	4	0,5%
Totaal	4071	100,0%	170	100,0%	1676	100,0%	50	100,0%	124,0	100,0%	1211	100,0%	840	100,0%

Tabel 5.13. Aantallen en inkomen uit verhuur (deel van de) eigen woning tijdens de DGP.

Zoals ook vorig jaar het geval was, hebben een aantal bewoners hun appartement gratis verhuurd aan vrienden/familie. Het merendeel echter, heeft er aan verdiend. Bijna 60 procent van de respondenten die zegt een woning (deels) te hebben verhuurd, zou deze inkomsten anders niet hebben gehad.

## 5.8 Bewonersdag georganiseerd voor bewoners uit Zandvoort

Iets minder dan 45 procent (zie tabel 5.14) van de respondenten uit Zandvoort heeft de bewonersdag op circuit Zandvoort bezocht. Gemiddeld werd er door de bezoekers van de bewonersdag een 7,4 gegeven. 24 procent kijkt kritisch terug op de dag en een iets groter deel, 25 procent, was juist meer dan tevreden. Het merendeel

(82,1 procent) van de respondenten uit Zandvoort is het eens, of zeer mee eens, dat het goed is dat deze dag wordt georganiseerd voor de bewoners. Dat geldt zeker voor bewoners die de bewonersdag ook bezocht hebben (92,3 procent), dan zij die dat niet deden (73,9 procent).

Er zijn een aantal opmerkingen gemaakt over de bewonersdag die dit jaar in de avond plaatsvond en niet overdag zoals het jaar ervoor het geval was. Het aantal toegangskaarten per persoon is te beperkend. Een opa met kleinkinderen kan maar een kleinkind meenemen. Hetzelfde geldt voor gezinnen die uit meer dan twee personen bestaan. Er zijn ook mensen die vonden dat het simpelweg te weinig was. Men had niet het gevoel verwend te zijn. Zo moest men zelf, tegen zeer hoge prijzen, een drankje of versnaperingen bestellen. Er was ook niets speciaals aan de gang op het circuit tijdens de bewonersdag.

	Totaal		Bezocht		Niet bezocht	
	n	%	n	%	n	%
Helemaal mee oneens	19	2,3%	6	1,6%	13	2,8%
Mee oneens	18	2,1%	7	1,9%	11	2,4%
Neutraal	113	13,5%	16	4,2%	97	21,0%
Mee eens	243	28,9%	106	28,1%	137	29,6%
Helemaal mee eens	447	53,2%	242	64,2%	205	44,3%
Gemiddeld	4,3		4,5		4,1	
Std. afw.	0,9		0,8		1,0	
Criticaster			91,0	24,1%		
Passieveling			182,0	48,3%		
Promotor			95,0	25,2%		
Cijfer			7,4			
Std. afw.			2,0			
Totaal	840	100,0%	377	44,9%	463	55,1%

Tabel 5.14. Opinie over de bewonersdag georganiseerd voor mensen uit Zandvoort zelf.

## 5.9 Sentimenten randgemeenten

We hebben dit jaar twee extra vragen meegenomen om bewoners in randgemeenten expliciet te bevragen of men voordelen en nadelen ervaart van het evenement de DGP. In tabel 5.15 zijn de resultaten van deze vragen samengevat. Wederom gaat het hier om stellingen waar 1 staat voor volstrekt niet mee eens en 5 volstrekt mee eens. Standaardafwijkingen rond de 2 geven aan dat de meningen verdeeld waren, standaardafwijkingen rond de 1 of lager geven aan dat de meningen dichter bij elkaar lagen gemiddeld genomen. Zoals de tabel laat zien, worden er gemiddeld genomen geen uitgesproken voor- dan wel nadelen ervaren door randgemeenten.

	Totaal	Bloemendaal	Haarlem	Haarlemmermeer	Heemstede	Velsen
<b>Voordelen</b>	3,2	2,9	3,2	2,9	3,2	3,2
Std. afw.	1,1	1,3	1,2	1,3	1,3	1,1
<b>Nadelen</b>	2,8	3,1	3,0	3,4	2,7	2,5
Std. afw.	1,1	1,3	1,2	1,2	1,3	1,0
Totaal (n)	3221	169	1672	50	123	1207

Tabel 5.15. Ervaren voor- en nadelen van de Dutch Grand Prix door randgemeenten.

## 5.10 Eindoordeel, opmerkingen/verbeterpunten

Tabel 5.16 laat zien dat de DGP vooral in Zandvoort zelf hoog wordt beoordeeld. Met een 8,1 is dat cijfer wel wat lager dan het jaar ervoor waar het nog een 8,9 kreeg. Het kan natuurlijk een effect zijn van de gelegenheidssteekproef, maar het kan ook zijn dat het nieuwe effect van de eerste editie er af is.

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Velsen		Zandvoort	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Criticaster	1367	34,1%	68	40,7%	761	46,2%	11	22,0%	34	27,6%	373	31,5%	120	14,4%
Passieveling	1374	34,3%	52	31,1%	542	32,9%	18	36,0%	35	28,5%	475	40,1%	252	30,1%
Promotor	1267	31,6%	47	28,1%	343	20,8%	21	42,0%	54	43,9%	338	28,5%	464	55,5%
Cijfer	6,6		6,2		5,7		7,8		7,2		6,8		8,1	
Std. afw.	3,1		3,2		3,3		2,0		2,9		2,8		2,2	
Totaal	4008	100,0%	167	100,0%	1646	100,0%	50	100,0%	123	100,0%	1186	100,0%	836	100,0%

Tabel 5.16. Rapportcijfer Dutch Grand Prix.

Tabel 5.16 laat feitelijk zien wat we ook in alle andere tabellen tegen zijn gekomen. Zandvoort zelf en de 50 bewoners uit de gemeente Haarlemmermeer zijn gemiddeld genomen positiever over het evenement dan de nabijgelegen gemeenten. Bloemendaal en Haarlem zijn gemiddeld genomen negatiever. De gemeenten Velsen en Heemstede zitten daar tussenin.

Het beeld dat uit de enquête dit jaar komt is dat een meerderheid nog steeds laaiend enthousiast is over het evenement. Dat enthousiasme geldt dan echter vooral voor mensen uit Zandvoort zelf. Op hetzelfde moment echter is de nieuwigheid van het evenement ervan af. De eerste indruk en positieve verrassing is vorig jaar verkregen. Men was erg onder de indruk dat zo'n groots evenement gehouden kon worden en succesvol kon verlopen. In die zin heeft de bewoner dit jaar dan ook een referentiekader. Het is ook belangrijk om in ogenschouw te nemen dat er dit jaar een toename was in het bezoek van buitenaf omdat er dit jaar geen corona gerelateerde beperkingen zijn opgelegd.

### Goede punten

Zoals hierboven al is aangegeven was er dit jaar een meer kritische noot te bespeuren onder de respondenten. Dat zal in belangrijke mate komen doordat naast Zandvoort ook nabijgelegen gemeenten zijn uitgenodigd de enquête te beantwoorden. De kern van de positieve reacties is te herleiden tot een groot aantal reacties met complimenten voor de organisatie van een complex evenement en de vele blijde mensen en gezichten die het heeft opgeleverd.

### Verbeterpunten

Er zijn heel veel opmerkingen gemaakt over een **gebrek aan toiletten** en een goede verspreiding hiervan. Ook bij de duinen waar veel wildplassers konden worden aangetroffen. Het lijkt tegenstrijdig met het vorige onderwerp, maar men was ook verbolgen over het gegeven dat zelf **water meenemen verboden** was. Zelf aanschaffen bleek lastig te zijn vanwege de enorme rijen. Ondanks de "giga" prijzen was vraag naar water en drank enorm vanwege de hitte. Sommigen maakten ook opmerking over de wijdverbreide reclame voor 0.0 bier, maar dat juist bier met alcohol in trek was. Er werden redelijk wat opmerkingen gemaakt over **bezoekers die beschoonen** de grenzen van het toelaatbare overschreden.

**Toezicht** vond men vaak ook tekort schieten. Er was een gebrek aan toezicht op verschillende plekken zoals de uitgang fietstunnel Noord. Verkeersregelaars waren soms te streng en arrogant. Op andere plekken

waren deze juist weer te laks wat ervoor zorgde dat wijken volstroonden met parkeerders van buitenaf. Vooral de roep om consistentie is in redelijk wat opmerkingen terug te vinden.

Oud en Nieuw Noord waren **slecht bereikbaar** en zowel fietsers als autorijders moesten samen gebruik maken van één toegangsweg. Dat vond men **niet veilig**. Opmerkingen in dezelfde trant voor andere plekken, zoals het onnodige afsluiten van fietsroutes als de Dandvoortselaan, zijn verspreid terug te vinden in de commentaren.

Respondenten kwamen ook met suggesties voor plaatsen waar **feesten** beter gehouden konden worden dan nu. Meerdere respondenten hebben opgemerkt dat de Haltestraat simpelweg te klein is voor "massale feestpartijen". Mensen zouden daar als ratten in de val zitten bij een escalatie. Het Badhuisplein zou daar beter voor geschikt zijn.

Verskillende respondenten dringen aan op het **uitbreiden van het aantal beschikbare afzettingen**. Deze moeten ook beter worden ingericht zodat ze ook daadwerkelijk een afzetting vormen. Iemand maakte ook een uitgebreide opmerking over de combinatie hekken en zwarte zeilen. Die zouden voor extra veiligheid moeten zorgen. Uiteindelijk waren juist dit hekken die waren omgegooid. De meningen zijn verdeeld over het begeleiden van de bezoekers, maar men vindt dat ook de bewoners zelf beter begeleid moeten worden. Met name over het **doorlaatbeleid** voor bewoners komen veel klachten. Hetzelfde geldt voor communicatie. Sommige respondenten verbazen zich over het **onduidelijke parkeerbeleid**. Een eigenaar van een Airbnb kon zijn gasten nergens laten parkeren.

De **vliegshow** werd aangemerkt als iets opmerkelijks. Het geeft volgens veel mensen onnodig geluidsoverlast en luchtvervuiling. "...met die show jaag je de milieufreaks in het harnas! Ik zelf vond het allemaal prima, maar geef voor die vliegshow voortaan a.u.b. geen vergunning meer.": merkt een respondent op. Sommigen waren ook verbolgen over de diverse helikoptervluchten van het golfterrein naar het circuit en terug.

Hier en daar zijn opmerkingen over de **rigide controle** op spontane commerciële activiteiten van bewoners. Zo zijn er meer opmerkingen van respondenten die vinden dat bewoners meer in de watten moeten worden gelegd en privileges moeten krijgen ten opzichte van bezoekers.

Onder de respondenten bevinden zich bewoners die erg veel moeite hebben met de diverse **vernielingen** die verspreid hebben plaatsgevonden. Zo is een respondent verontwaardigd dat de plantsoenen Nieuw Noord "verwoest" zijn en dat de organisatie van de DGP enkel de "kale plekken" wil herstellen. Men was tevens verbolgen over het in hun ogen "mindere" schoonmaakbeleid ten opzichte van vorig jaar. Vuilnisbakken waren afgeplakt in plaats van gelegd. Men moest echter toegeven dat maandag 5 september wel alles snel schoon was gemaakt.

Ten slotte, zijn er erg veel opmerkingen die te maken hebben met zorgen om het **milieu**.

### 5.11 De polariserende werking van de Dutch Grand Prix

Zoals ook vorig jaar het geval was zijn er ook dit jaar mensen die positief of kritisch tegenover de DGP staan. Wij hebben dit jaar een cluster analyse gedaan op basis van de positieve en negatieve effecten en daar zijn twee groepen uit naar voren gekomen. Wij hebben een groep promotoren gevonden die gemiddeld genomen hoger scoort op de positieve effecten en lager scoort op de negatieve effecten. Daarnaast bestaat er een groep criticasters die gemiddeld genomen juist lager scoort op de positieve effecten van de DGP en hoger scoort op de negatieve effecten. Tabel 5.17 laat zien hoe deze groepen verdeeld zijn over de verschillende gemeenten.

	Totaal		Bloemendaal		Haarlem		Haarlemmermeer		Heemstede		Velsen		Zandvoort	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Promotor	2267	60,0%	81	51,9%	724	46,5%	37	78,7%	78	68,4%	704	61,9%	643	83,8%
Criticaster	1513	40,0%	75	48,1%	834	53,5%	10	21,3%	36	31,6%	434	38,1%	124	16,2%
Subtotaal	3780		156		1558		47		114		1138		767	
Geen informatie	291	7,1%	14	8,2%	118	7,0%	3	6,0%	10	8,1%	73	6,0%	73	8,7%
Totaal	4071		170		1676		50		124		1211		840	

Tabel 5.17. Promotoren en Criticasters van het evenement de Dutch Grand Prix.

Van alle respondenten die voldoende informatie hebben gegeven is 60 procent een promotor van het evenement en 40 procent een criticaster. Criticasters zijn relatief gezien vooral terug te vinden in Haarlem en, in mindere mate, in Bloemendaal. Promotoren zijn juist terug te vinden in Zandvoort zelf waar bijna 84 procent een promotor is. Ook is 79 procent van het relatief kleine groepje bewoners uit Haarlemmermeer dat dicht tegen Zandvoort aan woont promotor van het evenement. Dit beeld hebben we echter hierboven al vaker zien terugkomen. Het is dan ook interessant om te zien waar deze groepen zich in onderscheiden. Dat is terug te lezen in tabel 5.18.

	Totaal		Heeft het circuit bezocht tijdens een van de dagen van de DGP		Hoe trots bent u op het evenement?		Rapportcijfer DGP	
	n	%	n	%	G	S	G	S
<b>Promotoren</b>	2267	60,0%	510	22,5%	4,3	0,9	8,4	1,2
Cijfer: 0-5	58	2,6%						
Cijfer: 6	74	3,3%						
Cijfer: 7-10	2107	92,9%						
Cijfer: geen	28	1,2%						
<b>Criticasters</b>	1513	40,0%	48	3,2%	1,8	1,0	3,8	2,9
Cijfer: 0-5	978	64,6%						
Cijfer: 6	165	10,9%						
Cijfer: 7-10	342	22,6%						
Cijfer: geen	28	1,9%						
Subtotaal	3780		558					
<b>Geen informatie</b>	291	7,1%	40	6,7%	3,4	1,6	6,7	3,1
Cijfer: 0-5	80	27,5%						
Cijfer: 6	12	4,1%						
Cijfer: 7-10	192	66,0%						
Cijfer: geen	7	2,4%						
<b>Totaal</b>	4071		598		3,3	1,6	6,6	3,1

Tabel 5.18. Indicatoren van promotoren en criticasters.

Uit tabel 5.18 valt af te lezen dat bijna 23 procent van promotoren het evenement ook daadwerkelijk heeft bezocht tijdens een van de dagen van de DGP. Bij de criticasters is dat vanzelfsprekend lager (3 procent). Promotoren zijn ook veel trotser dan criticasters. Op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot 5 (helemaal mee eens) scoren promotoren gemiddeld een 4,3 en criticasters een 1,8. Wat ook opvallend hier is de lage standaardafwijking wat betekent dat de antwoorden gemiddeld genomen dicht bij elkaar in de buurt liggen. De rapportcijfers die respondenten de DGP toedichten, laten ook een heel duidelijk beeld zien. Waar de promotoren het evenement een 8,4 geven, zijn de criticasters met een 3,8 gemiddeld veel kritischer. Echter, waar de promotoren eensgezind zijn met een standaard afwijking van 1,2, zijn de criticasters dat veel minder. Met een standaard afwijking van 2,9 waren de meningen hier beduidend meer verdeeld dan bij de promotoren. Dat kunnen we goed terugzien als we naar de verdeling van toegekende cijfers kijken. We zien hier dat bij de promotoren bijna 93 procent een 7 of hoger geeft aan het evenement de DGP. Onder de criticasters is de verdeling van cijfers, zoals verwacht, veel groter. Wat deze groep interessant maakt is dat bijna 23 procent, ondanks de kritische kijk op het evenement, het evenement een cijfer van 7 of hoger toekent. De kritiek op het evenement ligt in dat geval niet aan de kwaliteit van het evenement zelf, maar de negatieve effecten die het heeft op, onder andere, het milieu.

# 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 en dan met name de effecten die er niet zouden zijn zonder het evenement. In dit hoofdstuk bespreken we welke extra bestedingen door de DGP 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 indirecte impact de additionele bestedingen leiden; impacts gemeten in toegevoegde waarde en banen. Het omzetten van bestedingen naar toegevoegde waarde en het 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

Op vrijdag hebben 95.000 bezoekers de DGP bezocht, op zaterdag 105.000 en op zondag ook 105.000 bezoekers. In totaal hebben 155.400 bezoekers een ticket gekocht.

De DGP 2022 was goed voor 254.000 bezoeken (exclusief VIP's en genodigden). Bezoekers hebben de DGP gemiddeld 1,6 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 (voor deze groep waren 16.500 (passpartout)tickets door de organisatie uitgegeven). Daarnaast waren er 3000 coureurs, begeleiders en officials aanwezig. Er waren 300 mediaprofessionals en 2.250 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 89% van de bezoekers additionele bezoekers zijn.

Als de Dutch Grand Prix niet had plaatsgevonden in Zandvoort, was u dan vandaag toch in Zandvoort geweest?	Zandvoort*	Overig MRA regio	Overig Nederland	Buitenland	Totaal
Waarschijnlijk wel	17 (89,5%)	19 (10,8%)	30 (4,7%)	1 (2,0%)	67 (7,6%)
<b>Waarschijnlijk niet</b>	<b>2 (10,5%)</b>	<b>149 (84,7%)</b>	<b>597 (93,3%)</b>	<b>48 (96,0%)</b>	<b>796 (89,9%)</b>
Weet niet/geen antwoord	0 (0%)	8 (4,5%)	13 (2,0%)	1 (2,0%)	22 (2,5%)
	19 (100%)	176 (100%)	640 (100%)	50 (100%)	885 (100%)

Tabel 6.1

\*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.

De twee inwoners van Zandvoort die aangegeven hebben waarschijnlijk niet in Zandvoort te zijn geweest zonder de DGP worden niet als additioneel beschouwd, omdat ze uit Zandvoort komen. Het percentage additionele bezoekers is  $794/885 = 89,7\%$ .

## 6.4 Verblijfstoerisme

294 respondenten hebben overnacht als gevolg van het evenement (tabel 6.2). Daarvan hebben 226 respondenten in Zandvoort of de MRA overnacht. Dit is 24,2% van het totale aantal bezoekers uit de steekproef (229/931).

Plaats overnachting	N	%
Zandvoort	83	28,2
MRA-regio (exclusief Zandvoort)	143	48,6
Overig Nederland	62	21,0
Onbekend/geen antwoord	6	2,0
<b>Totaal</b>	<b>294</b>	<b>100</b>

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 in het impactgebied berekenen.

Naast de 155.400 betalende bezoekers waren 16.500 tickets bestemd voor vips; omdat we verwachten dat ook onder vips overnachtingen hebben plaatsgevonden gaan we bij de berekening van de overnachtingscijfers uit van 171.900 bezoekers. Van deze 171 900 betalende bezoekers heeft 24,2% in de MRA overnacht. Dit leidt tot 41.600 overnachters in de MRA die samen goed zijn voor 104.000 overnachtingen (aantal overnachters (41.600) vermenigvuldigd met gemiddeld aantal overnachtingen (2,5)). Het gemiddelde bedrag dat men per persoon per nacht uitgeeft is € 105,97. Bij de berekening van dit gemiddelde bedrag is 1 outlier (800 euro) verwijderd; bezoekers die gratis overnacht hebben zijn wel meegeteld.

Het totaal besteed bedrag aan overnachtingen in de MRA komt uit op €11.020.880 (totaal aantal overnachtingen vermenigvuldigd met gemiddeld besteed bedrag pppn).

Tabel 6.2 laat zien dat in de steekproef  $83+143 = 226$  overnachtingen in de regio plaatsvinden; 37% in Zandvoort en 63% in de overige MRA-gemeenten. Hierdoor wordt 37% van de totale bestedingen aan overnachting toegeschreven aan Zandvoort en 63% aan de overige gemeenten van de MRA-regio.

De €11.020.880 die in de gehele MRA aan overnachtingen is uitgegeven wordt dus als volgt verdeeld:

Zandvoort: €4.077.725

Overig MRA: €6.943.154

## 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. Dit betreft informatie 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 bijvoorbeeld was het gemiddelde 40 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 203,41 euro in Zandvoort. In aanvulling daarop besteden ze gemiddeld 24,80 euro in de rest van de MRA.

*Zandvoort*

	<i>Tickets</i>	<i>Eten en drinken</i>	<i>Merchandise souvenirs</i>	<i>Vervoer</i>	<i>Winkelen</i>	<i>Nevenactiviteiten /entertainment</i>	<i>Overig</i>	<b><i>Totaal</i></b>
<i>Vr</i>	40	26,10	8,99	3,57	0,92	0,68	0,20	<b>80,46</b>
<i>Za</i>	150	35,57	12,96	2,94	-	0,91	1,03	<b>203,41</b>
<i>Zo</i>	310	30,65	10,69	3,73	0,60	0,48	0,48	<b>356,63</b>
<i>Wkn</i>	310	76,86	12,06	2,30	0,86	2,20	1,39	<b>405,67</b>
<i>Pp</i>	360	108,19	15,54	1,88	1,05	1,57	1,90	<b>490,13</b>

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

*MRA (excl Zandvoort)*

	<i>Tickets</i>	<i>Eten en drinken</i>	<i>Merchandise souvenirs</i>	<i>Vervoer</i>	<i>Winkelen</i>	<i>Nevenactiviteiten /entertainment</i>	<i>Overig</i>	<i>Totaal</i>
<i>Vr</i>	0	16,08	6,56	4,36	0	0,03	2,05	29,08
<i>Za</i>	0	16,29	5,41	1,49	0,97	0	0,63	24,80
<i>Zo</i>	0	17,23	3,00	3,65	0	6,96*	0,43	31,27
<i>Wkn</i>	0	59,36	3,11	3,24	0,43	1,05	0,03	67,22
<i>Pp</i>	0	58,37	3,05	4,51	0,33	0	0,92	67,18

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

\*dit relatief hoge bedrag wordt veroorzaakt door een groep van 5 personen die aangeeft 800 euro uitgegeven te hebben; omdat een vergelijkbaar bedrag per persoon ook in een andere categorie aangegeven is, is besloten geen aanpassingen te doen.

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

	<b>Aantal bezoekers</b>
Dagkaart vrijdag	44400
Dagkaart zaterdag	23000
Dagkaart zondag	23000
Weekendkaart	31400
Passpartout	33600
<b>Totaal aantal tickets</b>	<b>155.400</b>

Tabel 6.5

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

### Zandvoort

	Tickets	Eten en drinken	Merchandise souvenirs	Vervoer	Winkelen	Nevenactiviteiten /entertainment	Overig	Totaal
Vr	1.776.000	1.154.883	399.069	158.479	41.022	30.404	8.687	3.568.544
Za	3.450.000	818.005	298.033	67.549	0	20.958	23.645	4.678.189
Zo	7.130.000	704.964	245.934	85.904	13.855	11.084	11.084	8.246.733
Wkn	9.734.000	2.413.355	378.729	72.220	27.139	68.968	43.511	12.737.921
Pp	12.096.000	3.635.088	522.274	63.336	35.368	52.725	63.860	16.468.650
<b>Ttl</b>	<b>34.186.000</b>	<b>8.726.294</b>	<b>1.844.038</b>	<b>447.487</b>	<b>117.384</b>	<b>184.140</b>	<b>150.787</b>	<b>45.656.130</b>

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

### MRA exclusief Zandvoort

	Tickets	Eten en drinken	Merchandise souvenirs	Vervoer	Winkelen	Nevenactiviteiten /entertainment	Overig	Totaal
Vr	0	713.796	291.168	193.637	0	1.325	91.119	1.291.046
Za	0	374.654	124.403	34.378	22.421	0	14.465	570.322
Zo	0	396.200	69.000	83.900	0	160.000	10.000	719.100
Wkn	0	1.864.040	97.770	101.774	13.408	32.942	811	2.110.745
Pp	0	1.961.112	102.411	151.499	10.932	0	31.068	2.257.022
<b>Ttl</b>	<b>0</b>	<b>5.309.803</b>	<b>684.751</b>	<b>565.189</b>	<b>46.761</b>	<b>194.267</b>	<b>147.465</b>	<b>6.948.236</b>

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

### MRA inclusief Zandvoort

	Tickets	Eten en drinken	Merchandise souvenirs	Vervoer	Winkelen	Nevenactiviteiten /entertainment	Overig	Totaal
Vr	1.776.000	1.868.679	690.237	352.116	41.022	31.730	99.806	4.859.590
Za	3.450.000	1.192.659	422.435	101.928	22.421	20.958	38.110	5.248.511
Zo	7.130.000	1.101.164	314.934	169.804	13.855	171.084	21.084	8.921.925
Wkn	9.734.000	4.277.395	476.499	173.994	40.546	101.909	44.323	14.848.667
Pp	12.096.000	5.596.200	624.685	214.835	46.300	52.725	94.928	18.725.673
<b>Ttl</b>	<b>34.186.000</b>	<b>14.036.097</b>	<b>2.528.790</b>	<b>1.012.676</b>	<b>164.145</b>	<b>378.407</b>	<b>298.252</b>	<b>52.604.366</b>

Tabel 6.8 Totale bestedingen MRA (inclusief Zandvoort) uitgesplitst naar type ticket

## 6.6 Additionele bezoekersbestedingen

Door alle bestedingen te vermenigvuldigen met 89% worden de totale additionele bestedingen van bezoekers berekend.

Zandvoort	Totale bestedingen	Totale additionele bestedingen (*89%)
Tickets	34.186.000	30.425.540
Eten en drinken	8.726.294	7.766.401
Merchandise/souvenirs	1.844.038	1.641.193
Vervoer	447.487	398.263
Winkelen	117.384	104.471
Nevenactiviteiten/entertainment	184.140	163.884
Overig	150.787	134.200
<b>Totaal</b>	<b>45.656.130</b>	<b>40.633.955</b>

Tabel 6.9

<b>MRA (exclusief Zandvoort)</b>	<b>Totale bestedingen</b>	<b>Totale additionele bestedingen (*89%)</b>
Tickets	0	0
Eten en drinken	5.309.803	4.725.724
Merchandise/souvenirs	684.751	609.428
Vervoer	565.189	503.018
Winkelen	46.761	41.617
Nevenactiviteiten/ entertainment	194.267	172.897
Overig	147.465	131.243
<b>Totaal</b>	<b>6.948.236</b>	<b>6.183.929</b>

Tabel 6.10

<b>MRA (inclusief Zandvoort)</b>	<b>Totale bestedingen</b>	<b>Totale additionele bestedingen (*89%)</b>
Tickets	34.186.000	30.425.540
Eten en drinken	14.036.097	12.492.125
Merchandise/souvenirs	2.528.790	2.250.622
Vervoer	1.012.676	901.281
Winkelen	164.145	146.088
Nevenactiviteiten/ entertainment	378.407	336.781
Overig	298.252	265.444
<b>Totaal</b>	<b>52.604.366</b>	<b>46.817.885</b>

Tabel 6.11

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 dubbel telling te voorkomen worden 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.

De DGP-organisatie gaf aan dat 16.500 tickets voor VIPS/genodigden bestemd waren. De VIPS zijn meegenomen in het bepalen van de bestedingen aan overnachting (zie paragraaf 6.4). De bezoekersvragenlijst op het circuit was primair bestemd voor bezoekers die op eigen initiatief de DGP bezochten. Er is dus geen inzicht verkregen in de bestedingen aan eten/drinken, merchandise etc van de VIPS/genodigden.

De DGP-organisatie gaf aan dat 75% van alle 3000 coureurs, begeleiders, en officials in de MRA-regio overnachten hebben. Hun geschatte overnachtingsbestedingen nemen we mee. Daarbij gaan we in navolging van Decisio<sup>3</sup> ervan uit dat ze 150 euro per persoon per nacht besteden en 5 overnachtingen hebben. Dit levert een geldstroom op van 1.687.500 euro voor de MRA.

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

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

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

## 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 op 27 september 2022 de volgende cijfers ontvangen met betrekking tot hun bestedingen (inclusief BTW)

Onderwerp	Zandvoort	MRA (exclusief Zandvoort)	Sector
Algemeen/organisatie	1.200.000	2.350.000	Zakelijke dienstverlening
Externe betrekkingen	175.000	55.000	Zakelijke dienstverlening
Communicatie	145.000	405.000	Informatie en communicatie
Commercieel/hospitality	875.000	3.950.000	Zakelijke dienstverlening
Infrastructuur	3.800.000	4.650.000	Bouwnijverheid
Wedstrijdzaken	100.000	250.000	Cultuur, sport en recreatie
Kaartverkoop	-	1.650.000	Zakelijke dienstverlening
ICT	-	200.000	informatie en communicatie
Transport	75.000	75.000	Vervoer en opslag
Hotels	1.550.000	450.000	Horeca
Accreditatie	25.000	25.000	Zakelijke dienstverlening
Security	225.000	450.000	Zakelijke dienstverlening
Events & entertainment	375.000	1.200.000	Cultuur, sport en recreatie
Crew catering	50.000	280.000	Horeca
Personeel	190.000	375.000	
Kantoor	50.000	535.000	Zakelijke dienstverlening
Publiekscatering	1.000.000	2.000.000	Horeca
Mobiliteitsplan	500.000	2.250.000	Vervoer en opslag
Camping	350.000	350.000	Horeca
<b>Totaal</b>	<b>10.685.000</b>	<b>21.500.000</b>	

Tabel 6.12

De totale uitgaven van de DGP-organisatie (exclusief de FOM fee) bedroegen 55 miljoen. Hiervan is dus 58,5% in de MRA-regio uitgegeven (19,4% in Zandvoort en 39,1% 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 de uitkomsten van het IO-model worden gepresenteerd en toegelicht.

	<b>Uitgaven in Zandvoort</b>	<b>Uitgegeven in MRA (excl Z)</b>	<b>Totaal</b>
Verblijfstoerisme (par 6.4)	4.077.725	6.943.154	11.020.880
Additionele bestedingen bezoekers Zandvoort (par 6.6)*	10.208.415	0	10.208.415
Additionele bestedingen bezoekers MRA (excl Z) (par 6.6)	0	6.183.929	6.183.929
Bestedingen teams (par 6.7)	0	1.687.500	1.687.500
Bestedingen organisatie (par 6.8)	10.685.000	21.500.000	32.185.000
<b>Totaal</b>	<b>24.971.140</b>	<b>36.314.583</b>	<b>61.285.723</b>

Tabel 6.13 Overzicht geldstromen

\*Exclusief tickets (ivm dubbel telling worden de bezoekersuitgaven aan tickets niet meegenomen)

### 6.9.1 IO-model en IO-tabel

Een IO-model laat zien in welke mate bestedingen binnen een of meerdere sectoren van de economie 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 terecht komen 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 7 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 driekwart van de merchandise/souvenirs wordt verkocht door FOM en een kwart bij de organisatie landt. 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' of al meegenomen zijn in de uitgaven van de DGP organisatie (dubbeltelling).

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 7 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).

	<b>Zandvoort</b>		<b>MRA</b>	
	<b>Toegevoegde waarde (miljoenen euro's)</b>	<b>Werkgelegenheid (FTE)</b>	<b>Toegevoegde Waarde (miljoenen euro's)</b>	<b>Werkgelegenheid (FTE)</b>
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	0.4	3.2
D Energie-voorziening	0.0	0.0	0.1	0.3
E Waterbedrijven en afvalbeheer	0.0	0.0	0.0	0.2
F Bouwnijverheid	1.2	9.3	3.2	25.5
G Handel	0.3	3.4	1.3	16.0
H Vervoer en opslag	0.4	3.0	1.8	14.2
I Horeca	3.1	88.2	10.1	291.5
J Informatie en communicatie	0.1	0.3	0.9	3.8
K Financiële dienstverlening	0.0	0.0	0.5	2.7
L Verhuur en handel van onroerend goed	0.0	0.0	0.8	0.8
M Zakelijke dienstverlening	1.3	16.2	7.4	89.1
N Openbaar bestuur en overheidsdiensten	0.0	0.0	0.1	1.1
O Onderwijs	0.0	0.0	0.1	1.2
P Gezondheids- en welzijnzorg	0.0	0.0	0.0	0.1
Q Cultuur, sport en recreatie	0.3	5.8	1.0	22.7
R Overige dienstverlening	0.0	0.0	0.2	1.7
<b>Totaal</b>	<b>6.6</b>	<b>126.5</b>	<b>28.0</b>	<b>474.0</b>

Tabel 6.14: IO tabel DGP 2022

Tabel 6.14 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 6,6 miljoen en 28 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 127 en 474 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 Decisio<sup>4</sup> blijkt dat er op een zonnige weekenddag in augustus 50.000 bezoekers in Zandvoort zijn. 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)
- Uit de bezoekersenquête die in het raceweekend in het dorp is afgenomen, komt een gemiddeld bestedingsprofiel van 50,39 euro (waarvan 24,06 euro uitgegeven is aan eten of drinken en 6,20 euro aan winkelen). In vergelijking met DGP-bezoekers wordt meer geld uitgegeven aan winkelen.
- Het is onbekend hoeveel overnachtingen zijn verdrongen.
- 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 mediawaarde, 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.

---

<sup>4</sup> Decisio (2017) Bezoekersstromen Amsterdam en Zandvoort. Amsterdam: Decisio. P 6

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 DGP 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 DGP. 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 80,9% van de Zandvoortse bewoners en 53,1% van de bewoners uit omliggende gemeenten het eens of helemaal eens met de stelling tegenover 62,6% van de ondernemers in Zandvoort.

	<b>Helemaal mee oneens</b>	<b>Mee oneens</b>	<b>Neutraal</b>	<b>Mee eens</b>	<b>Helemaal mee eens</b>	<b>Weet niet/ geen mening</b>	<b>Totaal</b>
Bewoners Zandvoort	28 3,4%	31 3,7%	100 12,0%	338 40,7%	334 40,2%	-	831 (100%)
Bewoners Omliggende gemeenten	203 6,5%	343 11,1%	892 28,9%	1073 34,8%	565 18,3%	-	3076 (100%)
Ondernemers	4 3,8%	18 17,0%	15 14,2%	38 35,8%	29 27,4%	2 1,9%	103 (100%)

Tabel 7.1

Bezoekers aan de DGP hebben de informatievoorziening gewaardeerd met een gemiddeld rapportcijfer van 7.8. Het meest gegeven cijfer was een 8 (27% van de DGP-bezoekers gaf dit cijfer). Kortom, de cijfers laten zien dat het merendeel van alle doelgroepen tevreden is over de informatievoorziening maar met name bij de ondernemers en de bewoners van omliggende gemeenten is er 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 70% het eens of helemaal eens is met de stelling en zich veilig heeft gevoeld. Opvallend is dat bezoekers in het dorp het vaker (helemaal) eens zijn met de stelling dan bezoekers op het circuit. 12,6% van de bezoekers op het circuit en 10,4% van de bewoners in Zandvoort is het (helemaal) oneens en heeft zich dus onveilig gevoeld. Ten opzichte van vorig jaar zijn de percentages respondenten die zich onveilig hebben gevoeld licht gestegen.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet niet/ geen mening	Totaal
Bewoners Zandvoort	41 5,0%	44 5,4%	94 11,5%	227 27,8%	410 50,2%	-	816 100%
Bewoners omliggende gemeenten	142 5,1%	94 3,4%	558 20,4%	867 31,7%	1071 39,2%	-	2732 100%
Ondernemers	5 4,7%	3 2,8%	13 12,3%	41 38,7%	44 41,5%	-	106 100%
Bezoekers DGP	55 5,9%	62 6,7%	64 6,9%	329 35,3%	408 43,8%	13 1,4%	931 100%
Bezoekers dorp	6 1,9%	10 3,1%	17 5,3%	130 40,5%	158 49,2%	-	321 100%

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 Zandvoort	335 40,9%	181 22,1%	87 10,6%	120 14,6%	97 11,8%	-	820 100%
Bewoners omliggende gemeenten	1221 39,9%	785 25,6%	344 11,2%	420 13,7%	285 9,3%	-	3055 100%
Ondernemers	21 19,8%	34 32,1%	18 17,0%	20 18,9%	13 12,3%	-	106 100%

Tabel 7.3

Bewoners en ondernemers zijn redelijk eensgezind in hun antwoorden al geven bewoners vaker aan het helemaal oneens te zijn met de stelling. In vergelijking met vorig jaar zijn er meer bewoners Zandvoort ontvlucht (vorig jaar gaf 5,4% dit aan en dit jaar 9,9%). Ook hebben meer inwoners aangegeven zich gestoord te hebben aan het evenement: dit jaar was 10,6% het eens of helemaal eens met deze stelling ten opzichte van 5,1% van de Zandvoorters vorig jaar. Bij de omliggende gemeenten geeft 21,3% aan zich gestoord te hebben aan het evenement en 10,8% stelt de woonplaats ontvlucht te zijn. Desalniettemin geeft het merendeel van de respondenten aan het (zeer) oneens te zijn met de stelling. Daarbij vindt 44,2% van de inwoners van Zandvoort het feit dat een evenement voor hinder zorgt onbelangrijk.

## 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

In Zandvoort denkt 77,8% van de bewoners het evenement nog lang te zullen herinneren, 70,6% is onder de indruk geraakt van het evenement, en 79,3% geeft aan genoten te hebben, 71,3% zegt dat het evenement hen positief verrast heeft. In vergelijking met vorig jaar zijn dit lagere percentages (toen was tussen de 82% en 89% van de bewoners het (helemaal) eens met dezelfde stellingen). Dit kan komen doordat het effect van de eerste keer / de nieuwigheid eraf is.

In de omliggende gemeenten denkt 41,9% van de bewoners het evenement nog lang te zullen herinneren, 36,1% is onder de indruk geraakt van het evenement, en 46,4% geeft aan genoten te hebben, 41,0% zegt dat het evenement hen positief verrast heeft.

Ondernemers zijn gevraagd naar een rapportcijfer over de sfeer in het dorp en in hun bedrijf. Vergelijkbaar met vorig jaar gaven ze gemiddeld een 8,4 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 zijn zeer positief over de sfeer: op het circuit is gemiddeld een 8,7 gegeven als rapportcijfer voor de sfeer, waarbij een 10 het meest gegeven cijfer is. In het dorp was 94,1% het eens of helemaal eens met de stelling 'er hangt een goede sfeer in Zandvoort'. Bezoekers geven ook aan zich welkom te voelen: 93,2% van de bezoekers in het dorp was het hiermee (helemaal) eens en 75,7% van de circuit bezoekers geeft aan in Zandvoort gastvrijheid te hebben ervaren tijdens hun bezoek aan de DGP. 94,9% was de bezoekers in het dorp was het eens of helemaal eens met de stelling 'ik heb genoten van mijn bezoek aan Zandvoort'. Op het circuit gaf 84,7% van de bezoekers aan het eens of helemaal eens te zijn met de stelling 'ik heb genoten van dit evenement'.

Alle doelgroepen 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	19 2,0%	167 18,4%	609 66,8%	116 12,7%	8,2
Ondernemer	4 3,8%	19 18,2%	51 49,0%	30 28,8%	8,3
Bewoners Zandvoort	92 11,1%	89 10,6%	457 54,6%	198 23,7%	8,1
Bewoners omliggende gemeenten	1024 32,2%	611 19,2%	1255 39,5%	282 8,8%	6,2

Tabel 7.4

Waar vorig jaar de bewoners van Zandvoort veruit het hoogste gemiddelde rapportcijfer gaven (8,9) verschillen dit jaar de rapportcijfers van bezoekers, ondernemers en de inwoners van Zandvoort dit jaar weinig van elkaar. Nog steeds is het gemiddeld boven de acht en zijn er veel tienen gegeven. Bewoners uit de omliggende gemeenten geven de DGP een gewogen gemiddeld rapportcijfer van 6,2. Het enthousiasme buiten Zandvoort is beduidend lager dan in Zandvoort.

## 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. 81,0% van de bewoners van Zandvoort is het eens of zeer eens met de stelling dat het evenement een grote aanwinst is voor Zandvoort. 76,6% vindt het terecht dat topsportevenementen naar Zandvoort gehaald worden en 68,8% van de bewoners vindt het evenement de investeringen waard. Ten opzichte van vorig jaar zijn dit lagere percentages: met name bij de stelling of het evenement de investering waard is het aandeel respondenten dat het eens of helemaal eens is gedaald van 79,2% in 2021 naar 68,8% in 2022. Uit de resultaten van de bewonersvragenlijsten komt naar voren dat er promotors en criticasters van de DGP zijn (zie paragraaf 5.9). In Zandvoort is het aandeel criticasters (eindrapportcijfer 0-6) gegroeid van 6,2% in 2021 naar 14,4% in 2022. Het aantal promotoren (eindrapportcijfer van 9-10) is gedaald van 73,7% in 2021 naar 55,5% in 2022. Cijfers laten zien dat er nog steeds veel enthousiasme en draagvlak is in Zandvoort.

In de omliggende gemeenten is beduidend minder draagvlak. 45,4% van de bewoners uit de omliggende gemeenten was het eens of helemaal eens met de stelling dat de DGP een grote aanwinst is voor de regio, 49,0% vindt het terecht dat topsportevenementen naar de regio gehaald worden en 38,5% van de bewoners vindt het evenement de investeringen waard. Daarnaast was 42,5% van de bewoners uit de omliggende gemeenten het eens of helemaal eens met de stelling 'ik vind het onbegrijpelijk dat delen van het duingebied een week lang niet toegankelijk zijn', tegenover 27,6% van de inwoners uit Zandvoort.

Ondernemers zijn gevraagd naar de toegevoegde waarde van de DGP voor hun bedrijf. 68,3% van de ondernemers werkzaam bij eet & drinkgelegenheden en 91,7% van de logiesverstrekkers zijn het eens of helemaal eens met de stelling dat de DGP voor hun bedrijf van toegevoegde waarde is. Ten opzichte van vorig jaar zijn meer ondernemers in de detailhandel het eens of volledig eens met de stelling. Waar in 2021 26% van ondernemers met een bedrijf in de detailhandel de DGP van toegevoegde waarde vond voor het eigen bedrijf, geeft nu 37,5% dit aan. Daarnaast geeft 29% van de detailhandel aan dat men het in aanloop naar het raceweekend drukker heeft gehad dan normaal en dat deze extra drukte ook een omzetstijging tot gevolg heeft gehad. Desalniettemin is nog steeds het merendeel van de detailhandel van mening dat de DGP niet van toegevoegde waarde is. Met name in het raceweekend zelf is er omzetsdaling (zie paragraaf 4.3).

## 7.7 Betrokkenheid

Uit de bewonersvragenlijst bleek dat 47,4% van de bewoners in Zandvoort zich persoonlijk betrokken heeft gevoeld bij het evenement. De DGP is door 82,1% van de bewoners via de televisie gevolgd en 66,9% volgde de DGP ook via andere mediakanalen. 64,6% noemt zichzelf een liefhebber van autosport en 38,5% van de Zandvoortse bewoners heeft een of meerdere wedstrijden op het circuit bezocht. In vergelijking met vorig jaar zijn dit wat lagere percentages, maar nog steeds is een grote betrokkenheid te zien, zeker in vergelijking met de bewoners van de omliggende gemeenten. Daar heeft 16,4% van de bewoners zich persoonlijk betrokken gevoeld bij het evenement. De DGP is door 53,3% van de bewoners uit de omliggende gemeenten via de televisie gevolgd en 48,0% volgde de DGP ook via andere media. 35,6% van de bewoners van de omliggende gemeenten noemde zichzelf een liefhebber van de autosport en 8,5% heeft een of meerdere wedstrijden van de DGP op het circuit bezocht.

Bij ondernemers is gevraagd of ze in 2023 betrokken willen zijn bij de organisatie van side events. Ten opzichte van vorig jaar geeft een kleiner percentage ondernemers aan graag betrokken te willen zijn; vorig jaar reageerde 44,6% van de ondernemers positief, dit jaar 32,6%. Ruim de helft van de ondernemers 51,9% geeft aan niet betrokken te willen zijn bij de organisatie van side events (in 2021 was dit percentage 33,7%). Met name logiesverstrekkers (66,7%) en ondernemers in de detailhandel (58,3%) geven vaker aan geen interesse, behoefte of tijd te hebben om zich met side events bezig te houden. 41,5% van de ondernemers van eet en drinkgelegenheden wil juist wel meewerken aan side events omdat het meer klanten trekt en/of goede reclame is.

## 7.8 Trots

In Zandvoort gaf 80,6% van de bewoners aan het eens of zeer eens te zijn met de stelling 'ik ben trots op het feit dat dit evenement in mijn woonplaats heeft plaatsgevonden'. 46,3% van de bewoners van de omliggende gemeenten gaven aan trots te zijn dat het evenement in hun regio heeft plaatsgevonden. Van de ondernemers is 90,6% van mening dat het evenement echt iets toevoegt aan het dorp. DGP-bezoekers op het circuit zijn trots dat de F1 in Nederland plaatsvindt: 81,7% was het eens of zeer eens met deze stelling.

## 7.9 Identiteit en imago

80,6% van de bewoners van Zandvoort geeft aan het belangrijk te vinden dat het evenement Zandvoort internationaal op de kaart zet en 77,9% vindt het belangrijk dat het evenement het imago van Zandvoort versterkt. Bij de omliggende gemeenten zijn de percentages lager: 47,4% van de bewoners uit de omliggende gemeenten vindt het belangrijk dat Zandvoort en de omliggende gemeenten internationaal op de kaart worden gezet en 44,9% vindt het belangrijk dat het evenement het imago van de regio versterkt.

Van de bezoekers van het circuit en van het dorp is respectievelijk 77,7% en 82,2% van mening dat het evenement bijdraagt aan een positief imago voor Zandvoort. In vergelijking met vorig jaar is met name het percentage bezoekers op het circuit dat het eens of zeer eens was met de stelling gedaald: van 85,3% vorig jaar naar 77,8% in 2022.

Met de stelling 'de F1 past bij Zandvoort' was 84,1% van de ondernemers het eens of zeer eens (vorig jaar was dit 91,3%). Onder de bezoekers van het dorp was dit percentage 86,3%.

## 7.10 Vriendschap en saamhorigheid

Omdat een evenement mensen samen brengt, zijn er dit jaar enkele stellingen toegevoegd over vriendschap en saamhorigheid. Bezoekers op het circuit zijn de stelling voorgelegd 'ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder DGP bezoekers'. 77,6% van de bezoekers was het eens of zeer eens met deze stelling. Bewoners zijn de stelling voorgelegd 'de DGP versterkt vriendschappen in mijn woonplaats: 44,3% van de Zandvoorters en 15,3% van de bewoners uit de omliggende gemeenten was het eens of zeer eens met de stelling.



### **7.11 Overig**

Evenals vorig jaar sprong bij de bewonersstudie de bijdrage aan de lokale economie eruit als belangrijk positief effect (57,5% van alle bewoners vindt dit belangrijk); ook werd het positieve effect dat het evenement mensen blij maakt door 59,5% van alle bewoners van belang geacht. Bij de negatieve effecten die bewoners belangrijk vindt wordt milieuschade het meest genoemd (46,2% van alle bewoners vindt dit belangrijk).

# 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. De opmerkelijkste verschillen met de editie van 2021 worden eveneens vermeld. Eveneens worden de uitkomsten vergeleken met de haalbaarheidsstudie van Decisio (2017).

## 8.1 Antwoord onderzoeksvragen

### ***Wat is de economische impact van het hoofdevenement, de Dutch Grand Prix 2022, gemeten volgens WESP methode? Voor Zandvoort en voor de MRA.***

Voor het berekenen van de economische impact van de DGP 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).
- De DGP-organisatie schat dat 2250 van de 3000 coureurs/begeleiders/officials overnacht hebben 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 (evenals vorig jaar) 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:

- Op vrijdag hebben 95.000 bezoekers de DGP bezocht, op zaterdag 105.000 en op zondag ook 105.000. In totaal hebben 155.400 bezoekers (exclusief VIPS's en genodigden) een ticket gekocht. Samen hebben zij 254.000 bezoeken gebracht. Bezoekers hebben de DGP gemiddeld 1,6 dagen bezocht.
- 22,1% van de bezoekers is afkomstig van de MRA (waarvan 2,1% uit Zandvoort), 72,1% uit de rest van Nederland en 5,7% uit het buitenland
- 89% van de bezoekers is additioneel (en was dus niet in Zandvoort geweest als het evenement niet had plaatsgevonden).
- 24,2% van alle DGP bezoekers overnacht in de MRA-regio. Gemiddeld verblijven ze 2,5 nachten en besteden ze 105,97 euro per persoon per nacht. Gezamenlijk leidt dit tot 11 miljoen euro aan overnachtingsbestedingen in de MRA-regio, waarvan 4 miljoen euro in Zandvoort besteed wordt

- Bezoekers besteden in totaal 45,6 miljoen euro in Zandvoort, waarvan 34,2 miljoen aan tickets. Daarbovenop besteden bezoekers 6,9 miljoen euro in de overige gemeenten van de MRA-regio.
- De *additionele* bestedingen van bezoekers bedragen 10,2 miljoen in Zandvoort (het grote verschil met de totale bestedingen zit in het verwijderen van de ticketbestedingen) en 6,2 miljoen in de overige gemeenten van de MRA-regio
- De overnachtingen van 2250 coureurs, begeleiders en officials in de MRA-regio leverden 1,7 miljoen aan bestedingen
- De DGP- organisatie besteedde 10,7 miljoen in Zandvoort en 21,5 miljoen in de overige MRA gemeenten.
- Samengevat betekent dit dat de DGP geleid heeft tot **25,0** miljoen aan *additionele* bestedingen in Zandvoort en **36,3** miljoen in de overige gemeenten van de MRA-regio. In de gehele MRA-regio (incl Zandvoort) zijn de **totale additionele bestedingen 61,3 miljoen**.
- De **toegevoegde waarde** die met deze bestedingen gecreeerd wordt is respectievelijk **6,6** miljoen euro voor Zandvoort en **28,0** miljoen voor de MRA-regio (inclusief Zandvoort).
- De **werkgelegenheid** die met de bestedingen samenhangt is **127** banen in Zandvoort en **474** 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.
- Het grootste deel van de toegevoegde waarde en de werkgelegenheid die daarmee samenhangt wordt geproduceerd in de sector Horeca. Ook in de sectoren Zakelijke dienstverlening, Bouwnijverheid en Kunst & cultuur zijn substantiële impacts te zien.

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 28 miljoen euro voor de MRA-regio substantieel.

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

De inwoners van Zandvoort en de bezoekers op het circuit zijn positief over hoe zij het evenement ervaren hebben. Dit jaar zijn naast de bewoners van Zandvoort ook bewoners uit de omliggende gemeenten (Bloemendaal, Haarlem, Haarlemmermeer, Heemstede, Velsen) betrokken bij het onderzoek. Er zijn grote verschillen in hoe zij het evenement beleefd hebben: bewoners uit Zandvoort zijn veel positiever dan bewoners uit de omliggende gemeenten.

Voor bewoners uit Zandvoort geldt dat:

- Bijna tachtig procent van de bewoners geeft aan genoten te hebben en het evenement nog lang te zullen herinneren. Zeventig procent van de bewoners zegt dat het evenement hen positief verrast heeft en dat men onder de indruk is geraakt van het evenement.
- Het rapportcijfer over de DGP als totaal is gemiddeld een 8,1
- Meer dan de helft van de Zandvoortse inwoners is een promotor van het evenement
- Het aandeel criticasters in Zandvoort is gegroeid van 6,2% in 2021 naar 14,4% in 2022.
- De belangrijkste positieve effecten volgens bewoners zijn dat het evenement Zandvoort op de internationale kaart zet (80%), het inkomsten genereert voor lokale ondernemers (78%), het bezoekers naar het dorp en de regio trekt (78%), het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten versterkt (78%).
- De negatieve effecten worden door bewoners in Zandvoort minder belangrijk geacht dan in de overige gemeenten. Nagenoeg alle negatieve effecten worden door Zandvoorters of als onbelangrijk of als neutraal beoordeeld. De negatieve effecten die het meest belangrijk werden geacht zijn: het evenement zorgt voor hinder (27%) en het evenement kost geld van de belastingbetaler (23%)
- Ruim 80 procent heeft het evenement via de televisie gevolgd en bijna 40 procent heeft een wedstrijd op het circuit bezocht. Bijna de helft van de bewoners geeft aan zich persoonlijk betrokken te hebben gevolgd bij het evenement.
- 80 procent van de inwoners uit Zandvoort is trots op het feit dat de DGP in hun woonplaats heeft plaatsgevonden.

Voor bewoners uit de omliggende gemeenten geldt dat:

- Slechts 46 procent van de bewoners aangeeft genoten te hebben, ruim 40 procent geeft aan dat het evenement hen positief verrast heeft en dat ze het evenement nog lang zullen herinneren. 36 procent is onder de indruk geraakt van het evenement.
- Het rapportcijfer over de DGP als totaal is gemiddeld een 6,2
- De belangrijkste positieve effecten volgens bewoners uit de omliggende gemeenten zijn dat het evenement mensen blij maakt (het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 49% in Haarlem tot 82% in Haarlemmermeer), en dat het evenement inkomsten oplevert voor lokale bedrijven/ondernemers (het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 47% in Haarlem tot 74% in Haarlemmermeer)
- De belangrijkste negatieve effecten zijn schade aan het milieu (het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 26% in Haarlemmermeer tot 61% in Haarlem) en dat het evenement geld kost van de belastingbetaler (het percentage bewoners dat dit effect belangrijk vond varieerde van 28% in Haarlemmermeer tot 51% in Haarlem).
- Bewoners van Haarlem en Bloemendaal zijn over het algemeen kritisch ten aanzien van het belang van de positieve effecten; met name inwoners uit deze gemeenten hechten veel belang aan de milieuschade die het evenement met zich meebrengt.
- Iets meer dan de helft van de bewoners uit de omliggende gemeenten heeft de DGP via de televisie gevolgd, 9 procent heeft een wedstrijd op het circuit bezocht en slechts 16 procent geeft aan zich persoonlijk betrokken te hebben gevoeld bij het evenement.

Voor bezoekers geldt dat:

- Bezoekers op het circuit hebben met name de sfeer hoog gewaardeerd (gemiddeld rapportcijfer 8,7); ook de bereikbaarheid van Zandvoort, de toegankelijkheid van het circuit en de organisatie kregen gemiddelde rapportcijfers boven de 8. De overige onderdelen (fanzone, entertainment, kwaliteit eten en drinken, informatievoorziening) waardeerden de bezoekers met gemiddelde rapportcijfers tussen de 7,2 en 7,8. Maar liefst 85 procent gaf aan te genoten hebben van het evenement.
- Het rapportcijfer over de DGP als totaal is gemiddeld een 8,2
- Bezoekers die niet het circuit maar het dorp bezochten, waren eveneens te spreken over de goede sfeer die in Zandvoort hing (maar liefst 94 procent was het eens of helemaal eens met de stelling), een

vergelijkbaar percentage van de bezoekers aan het dorp gaf aan zich welkom te voelen en genoten te hebben van hun bezoek aan Zandvoort.

- Het overgrote deel van de bezoekers aan het circuit (78%) en aan het dorp (76%) is van mening dat het evenement bijdraagt aan een positief imago voor Zandvoort.
- 82 procent van de bezoekers van het evenement geeft aan trots te zijn dat de F1 in Nederland plaatsvindt
- 35 procent van de bezoekers aan het evenement geeft aan dat de kans (zeer) groot is dat zij Zandvoort binnen een jaar nogmaals bezoeken buiten de DGP om. Redenen die daarvoor genoemd worden zijn dat Zandvoort in de buurt van de eigen woonplaats is, dat ze de zee en het strand willen bezoeken en dat ze Zandvoort een gezellig dorp vinden. Ook andere (race)evenementen zijn een reden om terug te keren naar Zandvoort.

Ook ondernemers zijn positief over hun beleving:

- Ondernemers gaven gemiddeld een 8,4 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 met een gemiddelde rapportcijfer van 8,4 hoog gewaardeerd.
- Ondernemers geven in vergelijking met bewoners van Zandvoort iets vaker aan dat ze overlast ervaren hebben. Onduidelijkheid over het parkeerbeleid, onvoldoende bereikbaar zijn voor leveranciers en klanten en overlast door beschonken of drugsgebruikende bezoekers zijn de redenen van de overlast. Een kleine meerderheid van ondernemers (52 procent) en een ruime meerderheid van bewoners (63 procent van de Zandvoorters en 66 procent van de bewoners van de omliggende gemeenten) heeft geen overlast ervaren.
- Ondernemers geven de DGP als totaal een rapportcijfer van (gemiddeld) 8,3. Dit is het hoogste gemiddelde van alle doelgroepen
- Maar liefst 90 procent van de ondernemers is van mening dat het evenement echt iets toevoegt aan het dorp.

Voor alle doelgroepen geldt dat ruim 70 procent aangeeft zich veilig te hebben gevoeld. Bezoekers op het circuit hebben relatief gezien het vaakst aangegeven zich niet veilig te hebben gevoeld (13 procent ten opzichte van 5 procent onder bezoekers in het dorp).

### ***Wat is de impact van de side events, van de Dutch Grand Prix 2022, in Zandvoort gemeten?***

Het side events programma startte op 6 augustus en kende haar hoogtepunt tijdens het raceweekend. De stichting Zandvoort Beyond is verantwoordelijk voor de coordinatie van de side events; lokale ondernemers en instellingen zijn nadrukkelijk uitgenodigd een rol te spelen in de organisatie van side events.

Er zijn verschillen in de mate waarin Zandvoortse ondernemers in financieel opzicht geprofiteerd hebben van de DGP:

- In aanloop naar het raceweekend (6 augustus – 1 september) gaven met name de eet-en drinkgelegenheden (37%) en de detailhandel (29%) aan meer drukte te hebben ervaren als normaal. Voor ruim de helft van de ondernemers die meer drukte hebben ervaren, leidde deze drukte ook tot een omzetstijging (van gemiddeld 26%). Het is niet met zekerheid vast te stellen dat het side events programma de extra drukte en bijbehorende omzetstijging heeft veroorzaakt.
- Tijdens het raceweekend hebben met name logiesverstrekkers meer omzet gehaald 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. Bijna 60 procent geeft aan meer omzet behaald te hebben, terwijl bijna 30 procent juist minder omzet heeft gehaald. Bijna de helft van de eet-

en drinkgelegenheden heeft meer kosten gemaakt en 42 procent heeft gelijke kosten gemaakt. Extra personeel is door 66 procent van de eet- en drinkgelegenheden ingezet.

- Winkeliers hebben in vergelijking met logiesverstrekkers en eet-en drink gelegenheden het minst geprofiteerd van de DGP. 67 procent van de ondernemers in de detailhandel geeft aan minder omzet te hebben behaald, terwijl 25 procent aangeeft juist meer omzet te hebben behaald. Ruim de helft van de winkeliers geeft aan gelijke kosten te hebben gemaakt en 46 procent heeft meer kosten gemaakt, vooral door langere openingstijden waardoor extra personeelsinzet nodig was.
- 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 is dan ook opmerkelijk dat veel ondernemers tijdens het enquêteren aangaven Zandvoort Beyond niet te kennen.

- Uit de enquête onder ondernemers blijkt dat ruim 60 procent van de ondernemers van mening is dat de DGP van toegevoegde waarde is voor het bedrijf. Slechts 9 procent is van mening dat de activiteiten van Zandvoort Beyond het eigen bedrijf extra bezoekers oplevert. Dit lage percentage hangt wellicht samen met de geringe bekendheid van Zandvoort Beyond: relatief veel ondernemers waren neutraal of hadden geen mening over de stellingen die over de side events en Zandvoort Beyond gingen.
- Slechts een kwart van de ondernemers was van mening dat Zandvoort Beyond het hen makkelijk maakt mee te doen aan side events; eenzelfde deel ervoer de samenwerking met Zandvoort Beyond als positief en iets minder dan een kwart vond Zandvoort Beyond goed bereikbaar voor ideeën, vragen en suggesties.

Bijna een derde van de ondernemers geeft aan dat ze komend jaar betrokken wil zijn bij de organisatie van side events:

- Eet-en drinkgelegenheden geven relatief vaker aan volgend jaar betrokken te willen zijn dan detailhandel of logiesverstrekkers.
- Ondernemers die niet betrokken willen zijn geven primair aan er geen tijd voor of geen zin in te hebben. Daarnaast ziet deze groep geen toegevoegde waarde voor het eigen bedrijf.
- Ondernemers die wel betrokken willen zijn zien kansen voor meer klanten en een grotere naamsbekendheid. Daarnaast noemen eet-en drinkgelegenheden de mogelijkheid tot een gezamenlijk terras.

Tijdens het raceweekend heeft de DGP reguliere strandbezoekers verdrongen. De drukte op het strand was weliswaar een stuk groter dan vorig jaar, maar rustiger dan normaal verwacht mag worden met dergelijk mooi weer. Bezoekers in het dorp die niet de DGP op het circuit bezochten gaven gemiddeld 50 euro per persoon uit (waarvan 24 euro aan eten en drinken).

### ***Wat is de beleving van de side events?***

Er zijn positieve geluiden van bezoekers, bewoners en ondernemers over de sfeer in het dorp. Bezoekers komen naar Zandvoort om de sfeer te proeven of het circuit te bezoeken. Specifieke side events worden weinig genoemd als reden van het bezoek of als ondernomen activiteit.

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

- De meestgenoemde redenen zijn een bezoek aan de Dutch Grand Prix op het circuit, de sfeer en gezelligheid van de Dutch Grand Prix proeven of een dagje uit zijn.
- Relatief weinig bezoekers geven expliciet aan specifieke side events bezocht te hebben; de meest genoemde activiteiten die bezoekers in het dorp ondernomen hebben zijn bezoek restaurant, café of terras, een bezoek aan het strand, fietsen/wandelen en winkelen. Een bezoek aan het reuzenrad en de fanmille op de boulevard zijn de meestgenoemde side events die bezocht zijn.

- Bezoekers zijn positief over hun bezoek aan Zandvoort: ze voelen zich welkom en veilig, er hangt een goede sfeer. Driekwart van de bezoekers gaf aan dat er vandaag genoeg te doen was voor jong en oud.
- Een ruime meerderheid (64 procent) vond de informatievoorziening van de side events duidelijk; ook over de bereikbaarheid van de side events oordeelt 70 procent positief.

Ook bewoners van Zandvoort en de omliggende gemeenten zijn gevraagd naar de bezochte side events en hun beleving. Eveneens zijn bewoners uit de omliggende gemeenten gevraagd naar de reden van bezoek aan Zandvoort:

- Het strand is de meest genoemde reden voor een bezoek aan Zandvoort, gevolgd door een bezoek aan de Dutch Grand Prix op het circuit en het proeven van de sfeer en gezelligheid rondom de DGP in het dorp.
- Ook onder de bewonersgroepen noemen weinig respondenten specifieke side events bij naam
- Bewoners zijn redelijk positief over de georganiseerde side events: driekwart vindt dat de activiteiten mensen samenbrengen. Bijna 70 procent vond dat er genoeg te doen was voor jong en oud; 64 procent geeft aan genoten te hebben van de activiteiten in aanloop naar en tijdens het raceweekend.
- Activiteiten worden door ruim 65 procent goed bereikbaar geacht en eenzelfde percentage vond de informatievoorziening duidelijk.

Ondernemers hebben de sfeer in het dorp hoog gewaardeerd: gemiddeld een 8,4 met een 10 als meest gegeven cijfer. Daarnaast is een ruime meerderheid van de ondernemers (61%) van mening dat de activiteiten van Zandvoort Beyond bijdragen aan de sfeer in het dorp.

De antwoorden op bovenstaande onderzoeksvragen laten zien dat de economische impact (opnieuw) substantieel is. De sociale impact laat veel positiviteit en draagvlak zien, maar eveneens enkele kritische geluiden.

## 8.2 Aanbevelingen

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

- De grotere drukte leidde tot meer opmerkingen over overlast door beschonken bezoekers. Alle doelgroepen vroegen naar extra (openbare/mobiele) toiletten/plaskruizen om wildplassen tegen te gaan en de rijen op het circuit te verkorten.
- Ook al is er in Zandvoort nog steeds veel draagvlak voor de DGP, het aantal criticasters is dit jaar gegroeid. Het tegengaan van overlast/hinder in combinatie met heldere communicatie over het parkeerbeleid en de bereikbaarheid van ondernemingen voor leveranciers en werknemers is een aandachtspunt. Een ander deel van de kritiek (met name afkomstig uit bewoners van omliggende gemeenten) is de milieuschade die het evenement genereert.
- Ondernemers zien steeds meer de meerwaarde van de DGP voor henzelf en voor het dorp. Ondernemers vragen aandacht voor bedrijven die niet profiteren van de DGP; is het mogelijk om op een ander moment in het jaar iets extra's voor/met hen te organiseren?
- Ondernemers geven aan weinig bekend te zijn met Zandvoort Beyond. Wellicht dat een persoonlijke benadering in plaats van mailcontact rondom concrete samenwerkingvragen zoals hoe het Gasthuisplein en Badhuisplein te benutten om drukte te spreiden / veiligheid in dorp te vergroten vruchten afwerpt.

### 8.3 Vergelijking met editie 2021

In tabel 8.1 zijn de kerncijfers van de economische impact berekening van 2021 en 2022 naast elkaar gezet.

	DGP 2021	DGP 2022
Aantal unieke betalende bezoekers	126.650	155.400
Totale <i>additionele</i> bestedingen (bezoekers & organisatie) Zandvoort	22,3 miljoen euro	25,0 miljoen euro
Totale <i>additionele</i> bestedingen (bezoekers & organisatie) MRA (inclusief Zandvoort)	44,5 miljoen	61,3 miljoen euro
Toegevoegde waarde Zandvoort	8,9 miljoen	6,6 miljoen
Werkgelegenheid Zandvoort	244 banen (fte)	127 banen (fte)
Toegevoegde waarde MRA (inclusief Zandvoort)	23,2 miljoen	28,0 miljoen
Werkgelegenheid MRA	498 banen (fte)	474 banen (fte)

Tabel 8.1

Onderliggend aan de verschillen in economische impact zijn de volgende factoren:

- In 2022 is substantieel meer geld uitgegeven aan overnachting: het gemiddelde bedrag per persoon per nacht in 2021 was 77 euro tegenover 105 euro in 2022. Het percentage bezoekers dat in de MRA overnacht is licht gedaald (van 26% naar 24%).
- Het bestedingsprofiel dat per type ticket gemaakt is met daarin de uitgaven van bezoekers aan eten/drinken, merchandise, vervoer, entertainment etc, is in 2022 lager dan in 2021. Met andere woorden in 2022 hebben bezoekers gemiddeld genomen per persoon/type ticket minder geld uitgegeven aan alle bestedingscategorieën dan in 2021 (enige uitzondering is aan overnachting). Mogelijk speelt de toegenomen inflatie hierin een rol. Een andere verklaring kan een corona effect zijn: in 2021 was de DGP het eerste evenement dat weer mocht en dus de eerste gelegenheid om geld uit te geven aan events.
- De DGP-organisatie heeft dit jaar aan inkomsten uit catering on site 7 miljoen euro (ten opzichte van 3,5 miljoen euro vorig jaar) verkregen. Deze inkomsten zijn bij het maken van de input-output tabel afgetrokken van de bezoekersuitgaven aan eten en drinken. Dit verklaart grotendeels waarom in Zandvoort de toegevoegde waarde lager uitvalt.

Evenals in 2021, is de economische impactanalyse dit jaar gebaseerd op de bestedingcijfers van de bezoekers van het evenement. Met andere woorden: de uitgaven van bezoekers die alleen het dorp bezocht hebben, zijn niet meegenomen in de berekening. Ten opzichte van vorig jaar was het dit jaar in het dorp op de racedagen veel drukker. Te zien is dat bezoekers in het dorp dit jaar meer geld uitgegeven hebben dan vorig jaar (dit jaar 50 euro tegenover 34 euro in 2021).



In tabel 8.2 worden enkele onderdelen van de sociale impact met elkaar vergeleken.

	DGP 2021	DGP 2022
<b>Rapportcijfer DGP</b>		
Bezoekers circuit	8,3	8,2
Bewoners Zandvoort	8,9	8,1
Bewoners omliggende gemeenten	-	6,2
Ondernemers Zandvoort	7,9	8,3
<b>Trots</b>		
% bewoners Zandvoort eens/helemaal eens met stelling 'trots dat DGP in woonplaats plaatsvindt'	88	81
% bewoners omliggende gemeenten eens/helemaal eens met stelling 'trots dat DGP in regio plaatsvindt'	--	46
% ondernemers eens/helemaal eens met stelling 'evenement voegt echt iets toe aan dorp'	90	91
% DGP-bezoekers eens/helemaal eens met stelling 'trots dat F1 in Nederland plaatsvindt'	89	82
<b>Hinder/overlast</b>		
% bewoners Zandvoort eens/helemaal eens met stelling 'overlast ervaren'	11	26
% bewoners omliggende gemeenten eens/helemaal eens met stelling 'overlast ervaren'	--	23
% ondernemers eens/helemaal eens met stelling 'overlast ervaren'	25	31
<b>Gevoelens van veiligheid</b>		
% bewoners Zandvoort eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	89	78
% bewoners omliggende gemeenten eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	--	71
% ondernemers eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	92	80
% bezoekers DGP eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	90	79
% bezoekers dorp eens/helemaal eens met stelling 'veilig gevoeld'	84	90

De vergelijking van de cijfers laat zien dat er nog steeds veel enthousiasme en trots is. Toch is bij bewoners duidelijk het nieuwe van de DGP eraf. De toegenomen drukte heeft zeer waarschijnlijk geleid tot de stijging in ervaren hinder.

## 8.4 Vergelijkbaarheid studies Decisio

In 2017 heeft Decisio een haalbaarheidsstudie verricht naar de DGP; in 2020 is een actualisatie van de economische impact en haalbaarheid uitgevoerd. In deze paragraaf worden de resultaten vergeleken.

	<b>BUas studie DGP 2022</b>	<b>Decisio (2017)</b>	<b>Decisio (2020)</b>
Aantal unieke betalende bezoekers	155.400	125.000	104.000
Totale bestedingen Zandvoort	60,3 miljoen	31 miljoen	62 miljoen
Totale bestedingen MRA	97,5 miljoen	48 miljoen	77 miljoen
Totale additionele bestedingen (bezoekers & organisatie) Zandvoort	25,0 miljoen euro	28 miljoen	60 miljoen
Totale additionele bestedingen (bezoekers & organisatie) MRA (inclusief Zandvoort)	61,3 miljoen euro	40 miljoen	65 miljoen
Toegevoegde waarde Zandvoort	6,6 miljoen	2,6 miljoen	3,6 miljoen
Werkgelegenheid Zandvoort	127 banen (fte)	45 banen	51 banen
Toegevoegde waarde MRA (inclusief Zandvoort)	28,0 miljoen	12,6 miljoen	20,3 miljoen
Werkgelegenheid MRA	474 banen (fte)	186 banen	243 banen

In beide studies is gebruik gemaakt van de WESP methode om de economische impact te berekenen. Kanttekeningen die een directe vergelijking lastig(er) maken zijn: 1) Decisio gebruikt de totale begroting van het evenement met inkomstenbronnen en uitgavenposten om de additionele bestedingen van de organisatie in kaart te brengen. BUas kijkt alleen naar de uitgavenposten. 2) Bij de bezoekersaantallen staat bij Decisio het aantal bezoekers op de racezondag, terwijl BUas alle betalende bezoekers als uitgangspunt neemt. 3) Het verschil in totale additionele bestedingen in Zandvoort tussen Decisio en BUas wordt verklaard door het niet meenemen van de ticketinkomsten door BUas (34,1 miljoen euro) terwijl Decisio de ticketinkomsten wel meeneemt. 4) In het bepalen van de toegevoegde waarde en werkgelegenheid wordt gebruik gemaakt van input-output modellen. Onderliggend zijn door het CBS verzamelde cijfers over de werkgelegenheid per sector op het niveau van de gemeente Zandvoort en de MRA. Deze cijfers verschillen van jaar tot jaar, waardoor ieder jaar een eigen input-output tabel kent.

De toegevoegde waarde en de daarmee samenhangende werkgelegenheid valt hoger uit dan in 2017 en 2020 door Decisio werd verwacht.

## 8.5 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 DGP: het weer, de prestaties van Max Verstappen, de huidige inflatie. 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 keerzijde hiervan was dat ondernemers en inwoners aangaven meer overlast te hebben ervaren door beschonken en wildplassende bezoekers in het dorp. De huidige inflatiecijfers worden verondersteld negatief te hebben bijgedragen aan de bestedingen van bezoekers. In 1 jaar tijd is het economische klimaat in Nederland behoorlijk veranderd: levensonderhoud is duurder geworden en energieprijzen zijn fors gestegen. Mogelijk verklaart dit waarom de

bestedingsprofielen van bezoekers op het circuit dit jaar in vergelijking met vorig jaar lager zijn uitgevallen. Wat het precieze effect is van deze externe factoren op de beleving en/of bestedingen van bezoekers is niet te zeggen.

Tot slot dient opgemerkt te worden dat een groot evenement als de DGP meerdere soorten impacts genereert; naast economische en sociale kunnen ook ecologische, toeristische, ruimtelijke, culturele, imago, en media impacts onderscheiden worden. De vraag aan BUas was om de economische en sociale impact in kaart te brengen.

# Appendix

1. Vragenlijsten
  - a. Vragenlijst bezoekers DGP zoals afgenomen op circuit 88
  - b. Vragenlijst bezoekers DGP zoals digitaal naderhand afgenomen XX
  - c. Vragenlijst bezoekers dorp zoals face to face afgenomen in dorp XX
  - d. Vragenlijst bezoekers dorp zoals digitaal uitgezet door Zandvoort Marketing XX
  - e. Vragenlijst ondernemers Zandvoort XX
  - f. Vragenlijst bewoners Zandvoort XX
  - g. Vragenlijst bewoners Velsen, Haarlem, Haarlemmermeer, Bloemendaal, Heemstede XX

## 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 10 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) (Enqueteur: 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. 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)
-

Q5 5 Welk soort ticket heeft u gekocht?

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

Q6 6 Zijn er leden van uw gezelschap die een ander ticket hebben als uzelf?

- Ja (1)
  - Nee (2)
- 

*Display This Question:*

*If 6 Zijn er leden van uw gezelschap die een ander ticket hebben als uzelf? = Ja*

Q6a 6a 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)

---



Q7 7 Met welk vervoermiddel heeft u de langste afstand van uw vaste woonadres naar de Dutch Grand Prix afgelegd?

- Met de trein (2)
  - Met de auto / motor (1)
  - (Georganiseerde) Touringcar (6)
  - Met de fiets, bromfiets, scooter (3)
  - Te voet (4)
  - Met het vliegtuig (9)
  - Anders, namelijk... (7) \_\_\_\_\_
- 

Q8 8. Hoeveel uur heeft u de Dutch Grand Prix vandaag bezocht? (vanaf het moment dat u arriveerde tot het moment dat u denkt te vertrekken)

\_\_\_\_\_

---

Q9 9. 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 9. Bent u door het bezoek aan de Dutch Grand Prix van plan langer in de Zandvoort te blijven dan...  
= Ja*

Q9a 9a 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) \_\_\_\_\_

---

Q10 10 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning?

- Ja (1)
- Nee (2)

---

*Display This Question:*

*If 10 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja*

Q10a 10a Is deze accommodatie gevestigd in Zandvoort of in een andere gemeente?

- In Zandvoort (1)
- In een andere gemeente, namelijk... (2) \_\_\_\_\_

---

*Display This Question:*

*If 10 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja*

Q10b 10b Hoeveel overnachtingen telt uw verblijf buiten uw eigen woning?

\_\_\_\_\_

---

*Display This Question:*

*If 10 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja*

Q10c 10c 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 10 Overnacht u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja*

Q10d 10d Wat is de prijs van 1 overnachting voor 1 persoon?

\_\_\_\_\_

---

Q11 11. Wat was vandaag op u van toepassing? (Enqueteur: noem de antwoordcategorieën op)

- 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 11. Wat was vandaag op u van toepassing? (Enqueteur: noem de antwoordcategorieën op) = Ik doe alleen uitgaven voor mezelf*

*Or 11. Wat was vandaag op u van toepassing? (Enqueteur: noem de antwoordcategorieën op) = Ik betaal ook voor een of meerdere anderen*

Q11a

11a. 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? (Het gaan om bestedingen in Zandvoort, niet op weg hiernaartoe)

- Eten en drinken (1) \_\_\_\_\_
- Merchandise /souvenirs (2) \_\_\_\_\_
- Vervoerkosten in Zandvoort / Parkeren (4) \_\_\_\_\_
- Winkelen (5) \_\_\_\_\_
- Neven activiteiten / entertainment (7) \_\_\_\_\_
- Overig (8) \_\_\_\_\_

*Display This Question:*

*If 11. Wat was vandaag op u van toepassing? (Enqueteur: noem de antwoordcategorieën op) = Ik betaal ook voor een of meerdere anderen*

Q11b 11b Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

\_\_\_\_\_

Q11c 11c 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) \_\_\_\_\_

-----  
Q11d 11d Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

\_\_\_\_\_

-----

Q12

12 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"/>

---

Q13 13 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)
-

Q14 14 Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met de volgende stellingen:

	Zeer mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Zeer mee eens (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 ervaren tijdens mijn bezoek aan de Dutch Grand Prix (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"/>
Zandvoort ademt Formule 1 (7)	<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"/>
Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder DGP bezoekers (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van dit evenement (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Q15 15. Duurzaam en verantwoord organiseren zijn belangrijk voor de DGP. Bent u bekend met de volgende activiteiten en initiatieven:

	Ja (1)	Nee (2)
Bezoek met de auto reduceren (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Innamesysteem voor drinkbeker om afval te voorkomen (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recycling van gebruikte materialen (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Loterij van de LINDA.foundation (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gebruik van duurzame brandstof voor de energie (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gratis waterpunten voor bezoekers (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het HandicapNL extra care court (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het vrijwilligersprogramma (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q16 16 Hoe groot acht u de kans dat u de Dutch Grand Prix in 2023 zult bezoeken?

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

Q17 17 Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nogmaals bezoekt (buiten DGP om)?

- Zeker klein, want..... (1) \_\_\_\_\_
  - Klein, want..... (2) \_\_\_\_\_
  - Neutraal, want.... (3) \_\_\_\_\_
  - Groot, want.... (7) \_\_\_\_\_
  - Zeer groot, want..... (8) \_\_\_\_\_
  - Weet ik nog niet/Geen antwoord (6)
- 

Q18 18. 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)
-

Q19 19 Als u de Dutch Grand Prix als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer geeft u dan?

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

Q20

Tot slot nog enkele achtergrondvragen:

20 Met welk geslacht identificeert u uzelf het meest? (Enqueteur: vul zelf geslacht in en bij twijfel vraag)

- Man (1)
  - Vrouw (2)
  - Non binair (3)
- 

Q21 Q21. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

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

Q22 22 Wat is uw geboortjaar?

---

Q23 23 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 2022, 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)

**End of Block: Standaard vragenblok**

---

## B Vragenlijst bezoekers DGP zoals digitaal naderhand afgenomen

Q1

Beste bezoeker van de Dutch Grand Prix,

Hartelijk dank dat u deze vragenlijst in wilt vullen. De vragen gaan over uw beleving van de Dutch Grand Prix afgelopen 2, 3 en 4 september en de uitgaven die u in Zandvoort of in de regio gedaan heeft als gevolg van uw bezoek aan de Formule 1.

Breda University of Applied Sciences 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. 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 10 minuten.

---

Q 1 1. In welk gezelschap heeft u de Dutch Grand Prix 2022 bezocht? (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:... (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 bestond uw gezelschap?

\_\_\_\_\_



Q3 3. Wat waren 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)
  - Anders, namelijk.... (9) \_\_\_\_\_
- 

Q4

4. Als de Dutch Grand Prix niet had plaatsgevonden in Zandvoort, was u dan afgelopen weekend toch in Zandvoort geweest?

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

Q5 5. Welk soort ticket heeft u gekocht?

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

Q6 6. Hadden leden van uw gezelschap een ander ticket als uzelf?

- Ja (1)
  - Nee (2)
- 

*Display This Question:*

*If 6. Hadden leden van uw gezelschap een ander ticket als uzelf? = Ja*

Q6a 6a Welke andere tickets zijn er in uw gezelschap? Wilt u daarbij ook aangeven om hoeveel andere tickets het gaat?

---

Q7 7. Met welk vervoermiddel heeft u de langste afstand van uw vaste woonadres naar de Dutch Grand Prix afgelegd?

- Met de trein (2)
  - Met de auto / motor (1)
  - (Georganiseerde) Touringcar (6)
  - Met de fiets, bromfiets, scooter (3)
  - Te voet (4)
  - Met het vliegtuig (9)
  - Anders, namelijk... (7) \_\_\_\_\_
- 

Q8 8. Hoeveel uur heeft u de Dutch Grand Prix bezocht? (vanaf het moment dat u arriveerde tot het moment dat u denkt te vertrekken). Mocht u meerdere dagen de Dutch Grand Prix bezocht hebben, kunt u een gemiddelde per dag invullen.

\_\_\_\_\_

---

Q9 9. Heeft u na uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op het circuit het dorp bezocht? (bijvoorbeeld voor winkelen, restaurantbezoek of bezoek side events)

- Ja (1)
  - Nee (2)
- 

*Display This Question:*

*If 9. Heeft u na uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op het circuit het dorp bezocht? (bijvoorbeeld vo...  
= Ja*

Q9a 9a Hoeveel langer bent u in Zandvoort gebleven? (in uren of dagen)

- Uren: (1) \_\_\_\_\_
- Dagen: (2) \_\_\_\_\_



---

Q10 10. Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning?

- Ja (1)
- Nee (2)

---

*Display This Question:*

*If 10. Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja*

Q10a 10a Was deze accommodatie gevestigd in Zandvoort of in een andere gemeente?

- In Zandvoort (1)
- In een andere gemeente, namelijk... (2) \_\_\_\_\_

---

*Display This Question:*

*If 10. Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja*

Q10b 10b Hoeveel overnachtingen telde uw verblijf buiten uw eigen woning?

\_\_\_\_\_

---

*Display This Question:*

*If 10. Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja*

Q10c 10c In welk type accommodatie overnachtte 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 10. Overnachtte u voor de Dutch Grand Prix ergens anders dan in uw eigen woning? = Ja*

Q10d 10d Wat was de prijs van 1 overnachting voor 1 persoon?

\_\_\_\_\_

---

Q11 11. Wat was tijdens uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op u van toepassing?

- Ik heb alleen uitgaven voor mezelf gedaan (1)
  - Ik heb ook voor een of meerdere anderen betaald (2)
  - Ik betaalde niets, iemand anders betaalde voor mij (3)
  - Ik heb geen uitgaven gedaan en niemand anders betaalde voor mij (4)
-

*Display This Question:*

*If 11. Wat was tijdens uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op u van toepassing? = Ik heb alleen uitgaven voor mezelf gedaan*

*Or 11. Wat was tijdens uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op u van toepassing? = Ik heb ook voor een of meerdere anderen betaald*

Q11a

11a. Hieronder staan een aantal categorieën. Kunt u de categorie(en) waaraan u geld uitgegeven heeft aankruisen en daarbij aangeven hoeveel euro u gemiddeld per dag uitgegeven heeft voor uzelf/en/of uw gezelschap. Het gaat om bestedingen op het circuit en in het dorp Zandvoort, niet op weg ernaartoe.

- Eten en drinken (1) \_\_\_\_\_
- Merchandise /souvenirs (2) \_\_\_\_\_
- Vervoerkosten in Zandvoort / Parkeren (4) \_\_\_\_\_
- Winkelen (5) \_\_\_\_\_
- Neven activiteiten / entertainment (7) \_\_\_\_\_
- Overig (8) \_\_\_\_\_

*Display This Question:*

*If 11. Wat was tijdens uw bezoek aan de Dutch Grand Prix op u van toepassing? = Ik heb ook voor een of meerdere anderen betaald*

Q11b 11b Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

\_\_\_\_\_

Q11c 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedingen buiten Zandvoort maar in de Metropool Regio Amsterdam (exclusief overnachting)? Indien u geen uitgaven heeft gedaan in de Metropool Regio Amsterdam kunt u direct doorgaan naar de volgende vraag.

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

*Display This Question:*

*If 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Eten en drinken*

*Or 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Merchandise/souvenirs*

*Or 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Parkeren in MRA*

*Or 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = (Openbaar) Vervoer in MRA*

*Or 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Winkelen*

*Or 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Entree attracties*

*Or 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Overig*

*Or 11c Hoeveel euro heeft u gemiddeld per dag uitgegeven voor uzelf en/of uw gezelschap aan bestedin... = Vervoerskosten in MRA (pendelbus/fietsuur)*

Q11d 11d Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

Q12

12. Kunt u een rapportcijfer geven aan de volgende onderdelen van de Dutch Grand Prix? (1 betekent heel erg slecht en 10 betekent heel erg goed).

	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"/>

Q13 13. Kunt u enkele sponsors van de Dutch Grand Prix noemen?

---

---

---

Q14 14. Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met de volgende stellingen:

	Zeer mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Zeer mee eens (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 ervaren tijdens mijn bezoek aan de Dutch Grand Prix (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"/>
Zandvoort ademt Formule 1 (7)	<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"/>
Ik ervaar een gevoel van saamhorigheid onder DGP bezoekers (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van dit evenement (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

Q15 15. Duurzaam en verantwoord organiseren zijn belangrijk voor de DGP. Bent u bekend met de volgende activiteiten en initiatieven:

	Ja (1)	Nee (2)
Bezoek met de auto reduceren (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Innamesysteem voor drinkbekers om afval te voorkomen (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recycling van gebruikte materialen (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Loterij van de LINDA.foundation (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gebruik van duurzame brandstof voor de energie (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gratis waterpunten voor bezoekers (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het HandicapNL extra care court (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het vrijwilligersprogramma (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

Q16 16. Hoe groot acht u de kans dat u de Dutch Grand Prix in 2023 zult bezoeken?

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

Q17 17. Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nogmaals bezoekt (buiten DGP om)?

- Zeker klein, want..... (1) \_\_\_\_\_
  - Klein, want..... (2) \_\_\_\_\_
  - Neutraal, want.... (3) \_\_\_\_\_
  - Groot, want.... (7) \_\_\_\_\_
  - Zeer groot, want..... (8) \_\_\_\_\_
  - Weet ik nog niet/Geen antwoord (6)
- 

Q18 18. 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)
-



Q19 19. Als u de Dutch Grand Prix als totaal beoordeelt, welk rapportcijfer geeft u dan?

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

Q20

Tot slot nog enkele achtergrondvragen.

20. Met welk geslacht identificeert u uzelf het meest?

- Man (1)
  - Vrouw (2)
  - Non binair (3)
- 

Q21 21. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

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

---

Q22 22. Wat is uw geboortjaar?

\_\_\_\_\_

---

Q23 23. 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. Mocht u nog vragen of opmerkingen hebben over dit onderzoek dan kunt u deze hieronder kwijt.

Breda University of Applied Sciences, de organisatie van de Dutch Grand Prix en de gemeente Zandvoort wensen u nog een hele fijne dag. U kunt de vragenlijst indienen en afsluiten door op het pijltje te drukken.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## C 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 en u kunt kans maken op een leuke prijs.

Breda University of Applied Sciences 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 vandaag in Zandvoort bent, willen we u graag enkele vragen stellen.

---

Q2 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 kind(eren) in de leeftijd van... (3)  
\_\_\_\_\_
  - Alleen met kind(eren) in de leeftijd van.... (4) \_\_\_\_\_
  - Met overige familie (5)
  - Met vrienden/kennissen (8)
  - Met school, bedrijf, vereniging (6)
  - Overig (7)
- 



Q3 Reden bezoek Wat zijn de drie belangrijkste redenen voor uw bezoek vandaag aan Zandvoort?

- 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 bezoek vrienden/familie (11)
  - Ik kom voor werk/zaken (8)
  - Ik bezoek een specifiek (side)event, namelijk.... (9)
- 
- Ik woon hier: --> STOP vragenlijst (10)
  - Overig (7)

Q4 Bezoekt u de Dutch Grand Prix op het circuit of bent u dat nog van plan? (NB: hoeft niet vandaag te zijn)

- Ja (1)
- Nee (2)

Q5 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)
  - Strand (3)
  - Bezoek DGP (5)
  - Reuzenrad (7)
  - Kartbaan (13)
  - Hinkelbaan in 3D Street Art (19)
  - Carrera Racebaan (22)
  - Fanmile op de boulevard: o.a. Marine roadshow, merchandise, simulatoren (10)
  - Mobile Media Lab (politie) (12)
  - Car Art Festival (24)
  - Bezoek aan een van de musea (4)
  - Boodschappen doen (9)
  - Fietsen en/of wandelen (21)
  - Anders, namelijk (8) \_\_\_\_\_
-

Q6 Wat is de duur van uw bezoek aan Zandvoort? (in uren of dagen)

Aantal uren (4) \_\_\_\_\_

Aantal dagen (5) \_\_\_\_\_

Q7

Kunt u per categorie aangeven hoeveel euro u vandaag in Zandvoort denkt uit te geven voor uzelf en/of uw gezelschap? (Enqueteur: vul een 0 in als respondent geen uitgaven heeft gedaan)

	Ik heb hier ongeveer .... euro aan uitgegeven (1)
Eten en drinken in Zandvoort (4)	
Merchandise/souvenirs (5)	
Parkeren in Zandvoort (6)	
Openbaar vervoer in Zandvoort (7)	
Winkelen in Zandvoort (8)	
Toegangskarten attracties Zandvoort (9)	
Entertainment in Zandvoort (10)	
Overnachting in Zandvoort (prijs voor 1 nacht) (12)	
Overige uitgaven (11)	

Q8 Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

---

Q9 Er volgen een aantal stellingen. Kunt u aangeven in hoeverre u het hiermee oneens of eens bent?



	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Helemaal mee eens (5)
Het dorp ademt Formule 1 (1)	<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"/>
Er hangt een goede sfeer in Zandvoort (4)	<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"/>
Ik voel me welkom in Zandvoort (6)	<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"/>
Door de georganiseerde neven activiteiten krijg ik zin in de Dutch Grand Prix (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De informatie voorziening van de neven activiteiten is duidelijk (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De neven activiteiten brengen mensen samen (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De neven activiteiten zijn goed bereikbaar (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van mijn bezoek aan Zandvoort (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

Q10 Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met de volgende stelling: De Dutch Grand Prix draagt bij aan een positief imago van Zandvoort

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

Q11 Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nog een keer bezoekt?

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



Q12 Tot slot vragen we naar enkele achtergrondgegevens.  
Wat is uw geboortjaar?

\_\_\_\_\_

---

Q13 Wat is uw geslacht?

- Man (1)
- Vrouw (2)
- Non binair (3)



Q14 Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

- Postcode: (1) \_\_\_\_\_
- Woonachtig buiten Nederland (2)

---

*Display This Question:*

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

Q14a In welk land woont u?

\_\_\_\_\_

---

Q15 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)

---

Q16 Onder de mensen die de vragenlijst volledig ingevuld hebben verloten we een slipcursus bij Raceplanet Zandvoort voor twee personen ter waarde van 830 euro. Wilt u kans maken op deze prijs?

Ja (1)

Nee (2)

---

*Display This Question:*

*If Onder de mensen die de vragenlijst volledig ingevuld hebben verloten we een slipcursus bij Racepl...  
= Ja*

Q16a Hoe kunnen we u het beste bereiken indien u de prijs gewonnen heeft?

De persoonlijke gegevens die u achterlaat, worden alleen gebruikt om contact met u op te nemen indien u gewonnen hebt en worden NIET gebruikt voor verder onderzoek.

---

---

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.

Enqueteur: dien vragenlijst in door op pijltje te drukken.

---

## D 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 Sciences 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 Op welke datum heeft u Zandvoort bezocht?

\_\_\_\_\_

---

Q2 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 kind(eren) in de leeftijd van... (3)

Alleen met kind(eren) in de leeftijd van.... (4) \_\_\_\_\_

Met overige familie (5)

Met vrienden/kennissen (8)

Met school, bedrijf, vereniging (6)

Overig (7)

---



Q3 Reden bezoek Wat zijn de drie belangrijkste redenen voor uw bezoek aan Zandvoort?

- 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 bezoek vrienden/familie (11)
  - Ik kom voor werk/zaken (8)
  - Ik bezoek een specifiek (side)event, namelijk.... (9)
- 
- Ik woon hier (10)
  - Overig (7)

*Display This Question:*

*If Wat zijn de drie belangrijkste redenen voor uw bezoek aan Zandvoort? = Ik woon hier*

QA1 Bewoners van Zandvoort krijgen een andere vragenlijst voorgelegd. Deze vragenlijst is alleen bedoeld voor bezoekers aan Zandvoort. We vragen u vriendelijk deze vragenlijst te beëindigen door op het pijltje te klikken en danken u voor de genomen moeite.

Breda University of Applied Sciences wenst u nog een fijne dag.

Einde vragenlijst

*Skip To: End of Survey If Condition: Bewoners van Zandvoort krij... Is Displayed. Skip To: End of Survey.*

Page Break

Q4 Bent u van plan de Dutch Grand Prix (2 t/m 4 september) op het circuit te bezoeken?

ja (1)

nee (2)

---

Q5 Welke activiteiten heeft u tijdens uw bezoek 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 kartbaan (13)
- Bezoek Car Art (vanaf 12 augustus) (24)
- Bezoek Red Bull (30 augustus) (23)
- Bezoek activiteiten op de boulevard: o.a. Marine roadshow (klimtoren, VR bril, pop-up store, merchandise, gaming) (1 t/m 4 september) (10)
- Bezoek Mobile Media Lab politie (1 t/m 4 september) (12)
- Bezoek Carrera Racebaan (1 t/m 4 september) (22)
- Bezoek Amsterdamse Oranjeavond (6 augustus) (15)
- Bezoek Zandvoort Alive (14 augustus) (16)
- Bezoek Yves nodigt uit (27 augustus) (19)
- Fietsen en/of wandelen (21)
- Anders, namelijk (8) \_\_\_\_\_



---

Q6 Wat is de duur van uw bezoek aan Zandvoort? (in uren of dagen)

Aantal uren (4) \_\_\_\_\_

Aantal dagen (5) \_\_\_\_\_

---

Q7

Kunt u per categorie aangeven hoeveel euro u (gemiddeld) per dag tijdens uw bezoek aan Zandvoort uitgegeven heeft voor uzelf en/of uw gezelschap? Indien u geen geld heeft uitgegeven kunt u een nul invullen.

	Ik heb hier ongeveer .... euro aan uitgegeven (1)
Eten en drinken in Zandvoort (4)	
Merchandise/souvenirs (5)	
Parkeren in Zandvoort (6)	
Openbaar vervoer in Zandvoort (7)	
Winkelen in Zandvoort (8)	
Toegangskarten attracties Zandvoort (9)	
Entertainment in Zandvoort (10)	
Overnachting in Zandvoort (prijs voor 1 nacht) (12)	
Overige uitgaven (11)	

Q8 Op hoeveel personen hebben deze uitgaven betrekking?

---

Q9 Er volgen een aantal stellingen. Kunt u aangeven in hoeverre u het hiermee oneens of eens 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"/>
Door de georganiseerde neven activiteiten krijg ik zin in de Dutch Grand Prix (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De informatie voorziening van de neven activiteiten is duidelijk (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De neven activiteiten brengen mensen samen (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De neven activiteiten zijn goed bereikbaar (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ik heb genoten  
van mijn  
bezoek aan  
Zandvoort (13)

---

Q10 Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met de volgende stelling: De Dutch Grand Prix draagt bij aan een positief imago van Zandvoort

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

Q11 Hoe groot acht u de kans dat u Zandvoort binnen een jaar nog een keer bezoekt?

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

Page Break

---



Q12 Tot slot vragen we naar enkele achtergrondgegevens.  
Wat is uw geboortejaar?

---

Q13 Wat is uw geslacht?

- Man (1)
- Vrouw (2)
- Non binair (3)



Q14 Wat zijn de vier cijfers van uw postcode? (indien Nederlander)

- Postcode: (1) \_\_\_\_\_
- Woonachtig buiten Nederland (2)

*Display This Question:*

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

Q14a In welk land woont u?

---

Q15 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)
- 

Q16 Onder de mensen die de vragenlijst volledig ingevuld hebben verloten we een slipcursus bij Raceplanet Zandvoort voor twee personen ter waarde van 830 euro. Wilt u kans maken op deze prijs?

- Ja (1)
  - Nee (2)
- 

*Display This Question:*

*If Onder de mensen die de vragenlijst volledig ingevuld hebben verloten we een slipcursus bij Racepl...  
= Ja*

Q16a Hoe kunnen we u het beste bereiken indien u de prijs gewonnen heeft?

De persoonlijke gegevens die u hieronder achterlaat worden alleen gebruikt om contact met u op te nemen indien u gewonnen hebt en worden NIET gebruikt voor verder onderzoek.

---

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.

---

---

---

---

---

---



## E 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 6 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 maand voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (6 augustus tot 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 maand voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (6 augustus tot 2 september) verschil... = Ja, het was drukker dan normaal*

Q2a 2a. Heeft het toegenomen aantal bezoekers aan uw bedrijf in de maand voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (6 augustus - 2 september) geleid tot een stijging van de omzet?

- Ja, mijn omzetsijging in procenten in de maand voorafgaand aan de Dutch Grand Prix was:... (1)  
\_\_\_\_\_
- Nee (2)
- Weet ik niet meer (4)

*Display This Question:*

*If 2. Heeft u in de maand voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (6 augustus tot 2 september) verschil... = Ja, het was minder druk dan normaal*

Q21 2b Heeft het afgenomen aantal bezoekers aan uw bedrijf in de maand voorafgaand aan de Dutch Grand Prix (6 augustus - 2 september) geleid tot een daling van de omzet?

- Ja, mijn omzetsdaling in procenten in de maand voorafgaand aan de Dutch Grand Prix was... (1)  
\_\_\_\_\_
- Nee (2)

Q3

3. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tijdens het raceweekend (2-3-4 september) 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*

Q3a 3a. 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*

Q3b 3b. Hoeveel procent minder omzet heeft uw bedrijf behaald tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer?

---

Q4 4. 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 4. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tij... =  
Meer kosten gemaakt*

Q4a 4a. 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 4. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tij... = Minder kosten gemaakt*

Q4b 4b. Hoeveel procent minder kosten heeft uw bedrijf gemaakt 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 personeel ingezet?

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

*Display This Question:*

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

Q5a 5a. 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 5. In vergelijking met een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer, heeft uw bedrijf tij... = Minder personeel ingezet*

Q5b 5b. Hoeveel minder personeel (in fte) heeft uw bedrijf ingezet tijdens het raceweekend ten opzichte van een regulier weekend dit jaar met vergelijkbaar weer?

---

Q6 6. Waar in Zandvoort is uw bedrijf gevestigd?

- Aan de boulevard / op het strand NOORD (1)
- Aan de boulevard / op het strand ZUID (5)
- In het centrum van het dorp (2)
- Aan de rand van het dorp of buitengebied (3)

Q7 7. Kunt u uw tevredenheid over de onderstaande aspecten uitdrukken in een rapport cijfer (waarbij 1 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"/>

Q8 8. Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens 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 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 geinformeerd 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)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik of mijn personeel heeft zich onveilig gevoeld tijdens het evenement (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik houd er rekening mee dat mijn activiteiten/uitingen van het evenement zo duurzaam mogelijk zijn (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zandvoort Marketing maakt het mij makkelijk mijn bedrijf in F1 sferen aan te kleden (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q9 9. Er volgen een aantal stellingen over de side events die Zandvoort Beyond in samenwerking met partners georganiseerd heeft in aanloop naar en tijdens het raceweekend. Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent met de stelling?

	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Weet niet / geen mening (6)
Zandvoort Beyond maakt het mij makkelijk mee te doen aan side events (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De activiteiten van Zandvoort Beyond dragen bij aan de sfeer in het dorp (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De activiteiten van Zandvoort Beyond leveren mijn bedrijf extra bezoekers op. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De samenwerking met Zandvoort Beyond ervaar ik als positief (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zandvoort Beyond is goed bereikbaar voor ideeën, vragen en suggesties (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q10 10. Indien er bij de Dutch Grand Prix in 2023 side events georganiseerd worden, zou uw bedrijf dan betrokken willen zijn?

- Ja, omdat... (1) \_\_\_\_\_
  - Nee, omdat... (2) \_\_\_\_\_
  - Misschien, omdat... (3) \_\_\_\_\_
- 

Q11 11. Welk rapportcijfer (tussen 0 en 10) geeft u aan het evenement Dutch Grand Prix?

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

Q12 Tot slot, heeft u nog suggesties voor Zandvoort Beyond of de organisatie van de 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.

---

---

## F 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 2, 3 en 4 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 8 minuten.

---

Q30 1. Heeft u in aanloop naar het raceweekend of tijdens het raceweekend een van de evenementen/activiteiten in Zandvoort bezocht?

Ja (1)

Nee (2)

---

*Display This Question:*

*If 1. Heeft u in aanloop naar het raceweekend of tijdens het raceweekend een van de evenementen/acti... = Ja*

Q31 1.a Welke evenementen/activiteiten heeft u bezocht? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Amsterdamse Avond (6 augustus) (1)
  - Zandvoort Alive (14 augustus) (2)
  - Wapen van Zandvoort Live in Concert (20 augustus) (3)
  - Wapen van Zandvoort Kids Zomerfestijn (21 augustus) (4)
  - Yves Nodigt Uit (27 augustus) (5)
  - Show Car Red Bull (30 augustus) (14)
  - Mobile Media Lab (politie) (1 t/m 4 september) (11)
  - Fanmile op de Boulevard: o.a Marine roadshow, merchandise, simulatoren) (1 t/m 4 sept) (15)
  - Carrera Racebaan (1 t/m 4 september) (16)
  - Kartbaan (6)
  - Reuzenrad (7)
  - Hinkelbaan in 3D Street Art (8)
  - Car Art Festival (13)
  - Expositie Toon van Driel in Zandvoorts Museum (10)
  - Anders, namelijk:.... (12) \_\_\_\_\_
-

Q32 2. Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens dan wel eens bent met de volgende stellingen over de activiteiten georganiseerd in aanloop naar en tijdens het raceweekend?

	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Geen mening/niet van toepassing (6)
Er was genoeg te doen voor jong en oud (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De informatievoorziening over de activiteiten was duidelijk (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van de activiteiten in aanloop naar en tijdens het raceweekend (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De activiteiten waren goed bereikbaar (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Door de georganiseerde activiteiten kreeg ik zin in de Dutch Grand Prix (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De activiteiten brengen mensen samen (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q3 3. Heeft u tijdens het raceweekend het circuit bezocht?

- Ja (1)
- Nee (2)

Q4 4. Heeft u een of meerdere wedstrijden van de Dutch Grand Prix op de tv gevolgd?

Ja (1)

Nee (2)

---

Q5 5. Heeft u een of meerdere wedstrijden van de Dutch Grand Prix via andere media gevolgd (zoals radio, internet, krant)?

Ja (1)

Nee (2)

---

Q6 6. Er volgen 16 stellingen over de beleving van de effecten van de Dutch Grand Prix. Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent?

	Helemaal mee oneens (1)	Oneens (2)	Neutraal (3)	Eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Geen mening/niet van toepassing (7)
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)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Ik vind het evenement de investerings waard (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Ik vind het onbegrijpelijk dat delen van het duingebied een week lang niet toegankelijk zijn (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Het evenement druist in tegen mijn persoonlijke waarden (16)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Het evenement versterkt mijn vriendschappen in mijn woonplaats (17)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q 7 Een groot evenement als de Dutch Grand Prix heeft zowel positieve als negatieve effecten.

7. Kunt u aangeven hoe belangrijk onderstaande positieve effecten voor u zijn?

	(Heel) onbelangrijk (1)	Neutraal (2)	(Heel) belangrijk (3)
Het evenement levert inkomsten op voor lokale bedrijven/ondernemers (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement is goed voor de werkgelegenheid (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement trekt bezoekers naar Zandvoort (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zet Zandvoort internationaal op de kaart (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement brengt mensen samen (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement maakt bewoners trots op hun woonplaats (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement versterkt het imago van Zandvoort (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Door het evenement ontwikkelt het dorp zich (verbetering infrastructuur/publieke voorzieningen) (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement maakt mensen blij (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q8

8. Indien u dit wenst, kunt u hier uw antwoord op vraag 7 toelichten

---



---



---



---

---

Q9

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

9. Kunt u aangeven hoe belangrijk onderstaande negatieve effecten voor u zijn?

	(Heel) onbelangrijk (1)	Neutraal (2)	(Heel) belangrijk (3)
Het evenement zorgt voor geluidsoverlast (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zorgt voor schade aan het milieu (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zorgt voor hinder (bv weg afzettingen / parkeer problemen) (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement kost geld van de belastingbetaler (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement leidt tot gevoelens van onveiligheid (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement verdringt reguliere bezoekers (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement is niet goed voor het imago van Zandvoort (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement verdeelt mensen (in voor- en tegenstanders) (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

Q10

10. Indien u dit wenst, kunt u hier uw antwoord op vraag 9 toelichten

---

---

---

---

---

Q11 11. 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 11. Heeft u tijdens de Dutch Grand Prix (een deel van) uw eigen woning verhuurd? = Ja*

Q11a 11a. 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 11. Heeft u tijdens de Dutch Grand Prix (een deel van) uw eigen woning verhuurd? = Ja*

Q11b 11b. Had u deze inkomsten ook gehad als er geen Dutch Grand Prix was geweest?

- Ja (1)
- Nee (2)

Q12 12. Bent u donderdagavond 1 september naar de 'bewonersdag/burendag' op het circuit geweest?

- Ja (1)
- Nee (2)

---

*Display This Question:*

*If 12. Bent u donderdagavond 1 september naar de 'bewonersdag/burendag' op het circuit geweest?  
= Ja*

Q12a 12a. Wat voor rapportcijfer (tussen 0 en 10) geeft u aan de 'bewonersdag/burendag'?

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

---

Q13

13. Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens dan wel eens bent met de stelling: Het is goed dat de 'bewonersdag / burendag' voor Zandvoorters (en inwoners van Bentveld) georganiseerd wordt.

- Helemaal mee oneens (1)
  - Mee oneens (2)
  - Neutraal (3)
  - Mee eens (4)
  - Helemaal mee eens (5)
- 

Q14 14. Wat voor rapportcijfer (tussen 0 en 10) geeft u aan het evenement (Dutch Grand Prix)?

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

Q15 15. Kunt u dit rapportcijfer toelichten?

---

---

---

---

---

---

Q16 Tot slot willen we nog graag enkele achtergrondvragen stellen.

16. Met welk geslacht identificeert u zich het meest?

- Man (1)
- Vrouw (2)
- Non binair (3)

---

Q17 17. Wat is uw geboortejaar?

---

Q18 18. 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)

Q19 19. Wat is uw postcodegebied?

2116 (9)

2040 (4)

2041 (5)

2042 (6)

---

Q20 20. In hoeverre bent u liefhebber van sport?

Helemaal niet (1)

Niet (2)

Neutraal (3)

Wel (4)

Helemaal wel (5)

---

Q21 21. In hoeverre bent u liefhebber van autosport?

Helemaal niet (1)

Niet (2)

Neutraal (3)

Wel (4)

Helemaal wel (5)

---

Q22 22. In hoeverre heeft u zich persoonlijk betrokken gevoeld bij het evenement (Dutch Grand Prix)?

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

Q23 23. Heeft u nog opmerkingen of suggesties voor de organisatie van de 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 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.

---

---

---

---

---

---

## Vragenlijst bewoners buurgemeenten - Bloemendaal

Q0 Beste bewoner van Bloemendaal,

Dank dat u deze vragenlijst in wilt vullen. De vragen gaan over uw beleving van de Dutch Grand Prix en haar neven activiteiten afgelopen 2, 3 en 4 september. Ook al vond het evenement niet in uw woonplaats plaats, u kunt toch positieve of negatieve effecten van het evenement ervaren hebben.

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 van Zandvoort en haar buurgemeenten, 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 8 minuten.

---

Q 1 1. Heeft u in de periode 6 augustus tot en met 4 september Zandvoort bezocht?

- Ja, een keer (1)
- Ja, meerdere keren (3)
- Nee (2)

---

*Display This Question:*

*If 1. Heeft u in de periode 6 augustus tot en met 4 september Zandvoort bezocht? = Ja, een keer*

*Or 1. Heeft u in de periode 6 augustus tot en met 4 september Zandvoort bezocht? = Ja, meerdere keren*



Q1a 1a. Wat was de reden van uw bezoek? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Bezoek Dutch Grand Prix (op het circuit) (1)
- Bezoek strand (2)
- Winkelen (3)
- Sfeer en gezelligheid van Dutch Grand Prix proeven in het dorp (4)
- Bezoek (neven)activiteiten Dutch Grand Prix (5)
- Bezoek familie/vrienden (6)
- Bezoek vanwege werk/zaken (7)
- Dagje uit (8)
- Overig (9)

---

*Display This Question:*

*If 1a. Wat was de reden van uw bezoek? (meerdere antwoorden mogelijk) = Bezoek (neven)activiteiten Dutch Grand Prix*

*Or 1a. Wat was de reden van uw bezoek? (meerdere antwoorden mogelijk) = Sfeer en gezelligheid van Dutch Grand Prix proeven in het dorp*

Q1b 1.b Welke evenementen/activiteiten heeft u bezocht? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Amsterdamse Avond (6 augustus) (1)
  - Zandvoort Alive (14 augustus) (2)
  - Wapen van Zandvoort Live in Concert (20 augustus) (3)
  - Wapen van Zandvoort Kids Zomerfestijn (21 augustus) (4)
  - Yves Nodigt Uit (27 augustus) (5)
  - Show Car Red Bull (30 augustus) (14)
  - Mobile Media Lab (politie) (1 t/m 4 september) (11)
  - Fanmile op de Boulevard: o.a. Marine Roadshow, merchandise, simulatoren (1 t/m 4 september) (9)
  - Carrera Racebaan (1 t/m 4 september) (15)
  - Kartbaan (6)
  - Reuzenrad (7)
  - Hinkelbaan in 3D Street Art (8)
  - Car Art Festival (13)
  - Expositie Toon van Driel in Zandvoorts Museum (10)
  - Anders, namelijk.... (12) \_\_\_\_\_
-

Display This Question:

If 1a. Wat was de reden van uw bezoek? (meerdere antwoorden mogelijk) = Bezoek (neven)activiteiten Dutch Grand Prix

Or 1a. Wat was de reden van uw bezoek? (meerdere antwoorden mogelijk) = Sfeer en gezelligheid van Dutch Grand Prix proeven in het dorp

Q1c 1c. Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens dan wel eens bent met de volgende stellingen over de activiteiten georganiseerd in aanloop naar en tijdens het raceweekend?

	Helemaal mee oneens (1)	Mee oneens (2)	Neutraal (3)	Mee eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Weet niet / Geen mening (6)
Er was genoeg te doen voor jong en oud (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De informatievoorziening over de activiteiten was duidelijk (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb genoten van de activiteiten in aanloop naar en tijdens het raceweekend (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De activiteiten waren goed bereikbaar (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Door de georganiseerde activiteiten kreeg ik zin in de Dutch Grand Prix (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De activiteiten brengen mensen samen (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q2 2. Heeft u tijdens het raceweekend het circuit bezocht?

- Ja (1)
- Nee (2)

Q3 3. Heeft u een of meerdere wedstrijden van de Dutch Grand Prix op de tv gevolgd?

Ja (1)

Nee (2)

---

Q4 4. Heeft u een of meerdere wedstrijden van de Dutch Grand Prix via andere media gevolgd (zoals radio, internet, krant)?

Ja (1)

Nee (2)

---

Q5 5. Er volgen 16 stellingen over de beleving van de effecten van de Dutch Grand Prix (2-3-4 september). Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens of eens bent?

	Helemaal mee oneens (1)	Oneens (2)	Neutraal (3)	Eens (4)	Helemaal mee eens (5)	Weet niet/niet van toepassing (7)
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 regio 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 regio 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 regio (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 mijn woonplaats 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)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Ik vind het evenement de investerings waard (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Ik vind het onbegrijpelijk dat delen van het duingebied een week lang niet toegankelijk zijn (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Het evenement druist in tegen mijn persoonlijke waarden (16)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Het evenement versterkt mijn vriendschappen in mijn woonplaats (17)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q 6 Ook al vond het evenement in Zandvoort plaats, een groot evenement als de Dutch Grand Prix kan ook positieve en negatieve effecten hebben voor de omliggende gemeenten.

6. Kunt u aangeven hoe belangrijk u onderstaande positieve effecten vindt?

	(Heel) onbelangrijk (1)	Neutraal (2)	(Heel) belangrijk (3)
Het evenement levert inkomsten op voor regionale bedrijven/ondernemers (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement is goed voor de werkgelegenheid (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement trekt bezoekers naar Zandvoort en de omliggende gemeenten (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zet Zandvoort en de omliggende gemeenten internationaal op de kaart (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement brengt mensen samen (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement maakt bewoners trots op hun regio (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement versterkt het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Door het evenement ontwikkelt de regio zich (verbetering infrastructuur/publieke voorzieningen) (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement maakt mensen blij (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q7 7. Indien u dit wenst, kunt u hier uw antwoord op vraag 6 toelichten

---

---



---



---



---

Q8

Ook al vond het evenement in Zandvoort plaats, een groot evenement als de Dutch Grand Prix kan ook positieve en negatieve effecten hebben voor de omliggende gemeenten.

8. Kunt u aangeven hoe belangrijk u onderstaande negatieve effecten vindt?

	(Heel) onbelangrijk (1)	Neutraal (2)	(Heel) belangrijk (3)
Het evenement zorgt voor geluidsoverlast (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zorgt voor schade aan het milieu (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement zorgt voor hinder (bv weg afzettingen / parkeer problemen) (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement kost geld van de belastingbetaler (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement leidt tot gevoelens van onveiligheid (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement verdringt reguliere bezoekers (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement is niet goed voor het imago van Zandvoort en de omliggende gemeenten (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het evenement verdeelt mensen (in voor- en tegenstanders) (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Q9 9. Indien u dit wenst, kunt u hier uw antwoord op vraag 8 toelichten

---

---

---

---

---

Q10 10. Er volgen twee stellingen. Kunt u aangeven in hoeverre u het oneens dan wel eens bent met de stelling?

	Helemaal mee oneens (3)	Mee oneens (4)	Neutraal (5)	Mee eens (6)	Helemaal mee eens (7)
Naar mijn mening heeft mijn gemeente voordelen genoten van de Dutch Grand Prix (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naar mijn mening heeft mijn gemeente nadelen ondervonden van de Dutch Grand Prix (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q11 11. 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 11. Heeft u tijdens de Dutch Grand Prix (een deel van) uw eigen woning verhuurd? = Ja*

Q11a 11a. 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 11. Heeft u tijdens de Dutch Grand Prix (een deel van) uw eigen woning verhuurd? = Ja*

Q11b 11b. Had u deze inkomsten ook gehad als er geen Dutch Grand Prix was geweest?

ja (1)

nee (2)

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

0 (0)

1 (1)

2 (2)

3 (3)

4 (4)

5 (5)

6 (6)

7 (7)

8 (8)

9 (9)

10 (10)

---

Q13 13. Kunt u dit rapportcijfer toelichten?

---

---

---

---

---

---

Q14 Tot slot willen we nog graag enkele achtergrondvragen stellen.

14. In hoeverre bent u liefhebber van sport?

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

---

Q15 15. In hoeverre bent u liefhebber van autosport?

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

Q16 16. In hoeverre heeft u zich persoonlijk betrokken gevoeld bij het evenement Dutch Grand Prix?

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

Q17

17. Met welk geslacht identificeert u uzelf het meest?

- Man (1)
  - Vrouw (2)
  - Non binair (3)
- 

Q18 18. Wat is uw geboortejaar?

---

Q19 19. 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)
- 

Q20 20. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode?

\_\_\_\_\_

---

Q21 21. Heeft u nog opmerkingen of suggesties voor de organisatie van de 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 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](http://www.buas.nl)